

# SPEZIAL

**#4**

**ZUKUNFTSWEISENDE KONZEPTE  
UND PRODUKTE FÜR DEN FOODSERVICE**

SONDER-  
PUBLIKATION

**2025**



**WIR FEIERN 90 JAHRE  
QUALITÄT, KULINARIK UND HÜGLI!**

**Special Edition – nur für kurze Zeit verfügbar.**







world of cooking

# Die neue OPTIMA

Eine Ikone erfindet sich neu!

Intuitiv. Digital-manuell. Das Beste aus zwei Welten.



reddot winner 2025

**Du willst mehr erfahren?**  
Einfach den QR-Code scannen und alles  
Wichtige zur **neuen OPTIMA** erfahren!



# Liebe Leserinnen, liebe Leser,

was passiert, wenn sich Macherinnen und Macher der Branche treffen, Erfahrungen teilen und neue Ideen mitnehmen? Richtig – es wird konkret. Und das zeichnet unsere Best-Practice-Touren aus. Im Juni war es wieder soweit. Es ging nach München. Und am Tagesende war einmal mehr klar: Zukunft entsteht nicht nur in großen Konzepten, sondern vor allem im Alltag (ab S. 4).

Und wer's verpasst hat: Am 11. November startet eine weitere Best-Practice-Tour – dann geht's nach Hamburg. Schon unseren Newsletter abonniert, damit Sie darüber – und andere News – informiert sind? <https://catering.de/newsletter-anmelden/>

Einen weiteren Blick hinter die Kulissen werfen wir in der vorliegenden Ausgabe, genauer gesagt tief hinter die Kulissen, nämlich auf Food Waste. Wie Sie sich einen praktischen Überblick über Ihre Lebensmittelreste verschaffen, ohne große Investitionen, lesen Sie auf S. 21.

Und nicht nur, weil der Gesetzgeber sich immer wieder Neues einfallen lässt, haben wir bei den Herstellern von Bezahlssystemen recherchiert. Bediener- und nutzerfreundlich ist schon lange Mindeststandard. Lesen Sie, was „Kasse macht“, ab S. 24. Wer von Technik nicht genug bekommen kann: Im Bericht über die neue Mensa in Göttingen geht's vor allem um deren Ausstattung, also zurückblättern auf S. 14 bitte. Lohnt sich!

Auch lohnenswert: Alle anderen Seiten unserer Ausgabe! Wir wünschen Ihnen hiermit eine anregende Lektüre und einen gästereichen Sommer.

Ihr CATERING MANAGEMENT Team

## AKTUELLES

- 4 Best Practice Tour in München
- 8 Jubiläum bei Hügli
- 10 Was der Nachwuchs kann

## MENSAERÖFFNUNG

- 14 In Göttingen: Modern und mutig

## TECHNIK-UPDATE

- 20 Spültechnik-Finanzierung

## FOOD WASTE

- 21 Küchenmonitor

## CASH & CO.

- 24 Läuft rund

## KIRSCHEN AUS NACHBARS GARTEN

- 32 Klimagesund,  
fair und transparent

## GRÜNE LOGISTIK

- 36 Transgourmet fährt vor

## PERSONALENTWICKLUNG

- 38 Denk- und Verhaltensroutinen
- 41 Branchenführer
- 42 Impressum





Helke Sievers (7)

BEST PRACTICE TOUR IN MÜNCHEN

## Ein Tag voller Ideen, Inspiration und Genuss

Welch´ ein Tag. Unsere Best Practice Tour führte uns Anfang Juni durch München:  
zu frischen Ideen, beeindruckenden Konzepten und gutem Essen.

Die fünf ausgewählten Standorte rund um München zeigten, dass Betriebsgastronomie mehr  
als Kantine ist – sie ist Treffpunkt, Visitenkarte und Wohlfühlort zugleich.

### **Erster Stopp: SAP Garching – Frisch, regional, beeindruckend durchdacht**

Pünktlich um 9 Uhr ging's los bei SAP in Garching. Schon beim Betreten wird klar: Hier hat jemand mit Know-how geplant, für Frische, Regionalität und echtes

Handwerk – das ist nicht nur ein Slogan, sondern zieht sich durch das ganze Haus. Besonders cool: die öffentlich zugängliche Kaffeebar SAP Five, die täglich mit Produkten aus der hauseigenen Manufaktur bestückt wird. Zwischen Patisserie,

Smoothies und Barista-Kaffee hätte man sich am liebsten direkt niedergelassen. Im Mitarbeiterrestaurant sorgt ein ausgeklügeltes Countersystem mit vier Menülinien, auch mit veganer Option, für Auswahl und Frische – und das Gesoca-



Ampelsystem für gesunde und leckere Angebote (mehr dazu auf Seite 7). Dazu kommen Workcafé, Konferenzservice, SB-Kaffeestationen.

### Weiter zu Swiss Life – Regional, bio, ausgezeichnet gut

Bei Swiss Life in Garching erwarten uns ein sympathisches und engagiertes Team und ein starkes Konzept. Hier wird Wert auf Regionalität gelegt – viele Produkte sind sogar in Bioqualität. Dafür gab's auch schon mehrere Auszeichnungen. Die Mitarbeitenden bekommen 70 % des Essens-

preises vom Unternehmen bezuschusst. Wertschätzung geht also auch durch den Magen – und das schmeckt man! Clevere Angebote („Essen für Daheim“), die einerseits Spitzenzeiten abfedern, andererseits gut kalkuliert sind, unterstreichen den Servicecharakter.

### Lunch im „aer“, Neuperlach – Smart, klein, ganz groß

Mittags lockte uns das „aer“ nach Neuperlach – und hier wird sichtbar gemacht, was sonst gerne im Verborgenen bleibt: Eine hochmoderne Küche auf nur 25,5

Quadratmetern, mit der bis zu 350 Essen täglich frisch zubereitet werden – wie geht das? Mit dem Know-how von Taylormade. Bei unserem gemeinsamen Lunch konnten wir die Qualität selbst testen – und waren begeistert.

### „hungry Heads“, Aschheim – Design trifft Geschmack

Der Nachmittag stand ganz im Zeichen von Ästhetik und Genuss. Im Heads Offices wird Design großgeschrieben – und das nicht nur optisch. Holz, Terrazzo, asiatisch inspirierte Lampen unter einer







Heike Sievers (6)

sieben Meter hohen Decke und Farbakzente in Avocadogrün machen den Raum zu einem echten Erlebnis. Kulinarisch bleibt das Team dem Motto „eat global, think local“ treu: Gesunde Fusionsküche, regional gedacht, kreativ zubereitet. Lounge-Ecken, eine stylische Barista-Bar und eine sonnige Terrasse machen die Pause hier fast zum Mini-Urlaub.

#### **Letzter Halt: „Anni“ im Weißen Quartier – Klar, weiß, wunderbar wandelbar**

Zum Finale wurde es nochmal richtig stilvoll. Im „Weißen Quartier“ – einem modernen Bauhaus-inspirierten Ensemble mitten in München – erwartet uns das neue Anni. Der Gastraum: hell, offen, flexibel nutzbar. Die Küche: auf bis zu 300 Essen ausgelegt, mit Fokus auf

Vitalität und Qualität. Viel Raum für Austausch, Meetings, Events – oder einfach nur eine richtig gute Mittagspause.

#### **Danke an alle**

Diese Tour war nicht nur informativ, sondern vor allem inspirierend. So unterschiedlich die Standorte auch waren – sie alle haben gezeigt, was heute alles möglich ist, wenn Leidenschaft, Konzept und Teamgeist zusammenkommen. Ob

gemütlicher Barista-Kaffee oder smarte Küchenlogistik. Wir nehmen viele Eindrücke mit. Und noch mehr Appetit auf das, was in der Betriebsgastronomie noch alles kommt.

**Danke an alle Gastgeber, Reisner x Frank, Gesoca und MKN für die warmherzige Aufnahme und Unterstützung – und an alle Mitreisenden für den interessanten gemeinsamen Tag.**

*Heike Sievers*

#### **Vormerken**

**Unsere nächste Best-Practice-Tour** findet am **11.11.25** statt und wird uns durch Hamburgs spannende Locations der Betriebs- und Gemeinschaftsverpflegung führen.

## INTERVIEW

# „Eine stärkere Gemeinschaftsverpflegung“

... verspricht **Christian Feist**, Geschäftsführer der Gesoca, während seiner Präsentation bei SAP München im Rahmen unserer Best Practice Tour. Wir sprachen mit ihm über gesunde Betriebsverpflegung, sein Ampelsystem und wie Caterer mit gesunder Ernährung punkten.

## Herr Feist, welche Idee steckt hinter dem Gastronomischen Ampelsystem (GAS)?

Das GAS ist ein wissenschaftlich fundiertes Bewertungssystem für Speisen in der Gemeinschaftsverpflegung. Es basiert auf ausgewählten Kriterien, diese sind Fett- und Zuckergehalt, Frische, Nährstoffdichte und Warmhaltezeit. Jede Mahlzeit wird mit einer Farbe – grün, gelb oder rot – gekennzeichnet. Grün steht für besonders ausgewogene, nährstoffreiche und fettarme Speisen. Ziel ist, gesundes Essen für Gäste sichtbar und zugänglich zu machen – ohne erhobenen Zeigefinger.

## Warum ist so ein System notwendig?

Viele Unternehmen wünschen sich gesündere Mitarbeitende, weniger Krankentage und eine leistungsfähige Belegschaft. Ernährung hat hier enormen Einfluss – wird aber in klassischen Cateringmodellen zu wenig berücksichtigt, da es dafür keine objektiven Maßstäbe gibt und es für den Koch keinen wirklichen Nutzen hat, sich hier zu engagieren. Genau hier setzt Gesoca an: Es macht Gesundheitsorientierung messbar und integriert sie in die tägliche Kantinensteuerung.

## Welche Vorteile hat das für Caterer – ist das nicht eine zusätzliche Belastung?

Im Gegenteil. GAS hilft Caterern dabei, ihre Speisepläne qualitativ aufzuwerten, ohne höhere Wareneinsätze. Es entsteht ein positiver Anreiz, bekannte Gerichte gesünder und nachhaltiger zu gestalten. Mit Gesoca stellen wir ein Tool bereit, mit dem

Küchen die GAS-Bewertung ihrer Rezepte selbst durchführen und optimieren können. Das bringt Transparenz, Sicherheit und unternehmerische Vorteile, etwa bei Ausschreibungen.

## SAP setzt das System seit mehreren Jahren ein – warum funktioniert es dort besonders gut?

SAP hat mit dem Konzept „Food Spaces“ ein ganzheitliches Verpflegungskonzept etabliert. Die Mitarbeitenden essen kostenlos, aber die Caterer werden erfolgsabhängig vergütet – unter anderem anhand der Gesundheitskennziffern, die über das Ampelsystem und Gesoca ermittelt werden. Das schafft einen gesunden Wettbewerb zwischen den Caterern, ohne den Fokus auf Gesundheit, Ökologie und Qualität zu verlieren. Die Gäste profitieren von Transparenz und Auswahl.

## Wie sieht das konkret im SAP-Alltag aus?

In den Speiseplänen sind alle Gerichte mit ihrer Ampelfarbe gekennzeichnet. Es gelten klare Standards, z.B. mindestens ein grünes Gericht täglich und maximal drei rote pro Woche. Das sorgt dafür, dass das gesunde Angebot nicht nur vorhanden, sondern auch attraktiv ist. Rezepturen werden durch Gesoca systematisch bewertet und regelmäßig durch externe Ernährungsexperten auditiert.

## Gibt es messbare Erfolge?

Ja, definitiv. SAP misst die Betriebsgastronomie heute nicht mehr nur an Kosten oder Gästezufriedenheit, sondern auch an Gesundheits- und Nachhaltigkeitskennziffern. Das Ampelsystem ist ein zentraler Bestandteil dieses Qualitätsmanagements. Und wir sehen: Gesundheit kann wirtschaftlich sein – wenn sie clever gesteuert wird. Davon profitieren alle Beteiligten – die Gäste, das Unternehmen und auch der Caterer. Denn der Wert seiner Leistung wird messbar und sichtbar. Bei SAP hat diese Entwicklung zu verbesserten Rahmenbedingungen für die gesamte Cateringleistung geführt.

## Herr Feist, vielen Dank für das Gespräch.

Elena Bremen, Projektleitung von Gesoca, Jürgen Ziegler, Catering Coordinator der SAP, und Christian Feist, Geschäftsführer Gesoca (v.l.n.r.).



SAP





# Leidenschaft und Genuss seit 1935

Mit dem Mut eines Visionärs und der Leidenschaft eines Lebensmittelpioniers begann 1935 in der Schweiz eine Erfolgsgeschichte.



**B**eat Stoffel gründete die Hügli Nährmittel AG, benannt nach dem ersten Geschäftsführer und Entwickler Otto Hügli. Mit einem bescheidenen Maschinenpark begann der Verkauf der Bouillon „Brodox“. Ein Jahr später kamen kochfertige Suppen und flüssige Speisewürze hinzu. Schon früh erkannte Hügli das Potenzial im Außer-Haus-Markt und belieferte neben Einzelhandel auch Kantinen, Anstalten, Hotels und Restaurants. Während des Zweiten Weltkriegs war die Beschaffung von Rohstoffen eine Herausforderung. Gleichzeitig spielten Suppen und Bouillons eine wichtige Rolle für die Volksernährung.



1960 beschleunigte sich das Wachstum enorm. Der damalige Firmenleiter Dr. A. Stoffel hatte sich das Firmenziel „jede Großküche Europas ein Hügli Kunde“ auf die Fahne geschrieben. Die politischen Rahmenbedingungen erschwerten zunächst

den Zugang zum europäischen Markt – insbesondere durch die Außenzölle der EWG. 1964, mit dem Kauf der Anteilsmehrheit der damaligen „Radolfwerke GmbH“, Radolfzell am Bodensee, übernahm man einen strategisch vorteilhaften Produktionsstandort in Deutschland kam dem Ziel näher, im europäischen Markt Fuß zu fassen.

Nach der Übernahme wurden die Produktionsanlagen modernisiert und die Produktionsverfahren optimiert. Ende der 1960er-Jahre baute Hügli sein Vertreternetz in der Schweiz deutlich aus und beflügelte damit auch das Großverbraucher-Geschäft zusätzlich.

Der Standort Radolfzell stieß 1989 wegen guter Entwicklungen an seine Kapazitätsgrenzen, so dass umfassend erweitert wurde. Heute befindet sich dort der größte Hügli-Produktionsstandort.

Das Sortiment wuchs mit den Jahren weiter: von Frühstück bis Abendessen – alles, was in der Profiküche gebraucht wird. Die Marke Hügli steht für hochwertige Produkte nach dem Motto „Wir sind mittendrin in Ihrem Küchenalltag“: praxisnahe Lösungen auf Augenhöhe für Gastronomie, Care-Verpflegung oder Event-Catering.

**2007:** Wurde die Firma Ali-Big, eine Manufaktur in Nord-Italien, übernommen. Unter „TuttoGusto“ wird nach traditionellen Rezepten italienischer Genuss hergestellt.

**2013:** Hügli übernimmt die Firma Vogeley, die süße Dessertmarke mit über 125 Jahren Erfahrung.

**2016:** Mit Bresc wird die kulinarische Vielfalt erweitert – mit kühlfrischen Knoblauch- und Kräuterprodukten.

**2017:** Die Marke Stein's Best steht für beste Qualität und höchsten Genuss. Die Produktpalette umfasst kalte Saucen.

Seit 90 Jahren steht bei Hügli der Geschmack im Mittelpunkt. Auch in Zukunft bleibt Hügli seinem Anspruch treu: Kulinarische Vielfalt in bester Qualität – für Profis, die Genuss mit Verantwortung verbinden.



## Highlights zum Jubiläum: Limitierte Gold-Edition

Hügli präsentiert zwei seiner beliebten Artikel in einer limitierten goldenen Special-Edition: Der **Braten Jus St. Galler Art**, hergestellt nach original Schweizer Rezeptur, und die vielseitige **3 in 1 Curry Creme Thai Style**, die sich im Handumdrehen als Suppe, Sauce oder Espuma servieren lässt.