

# Catering

05. März 2014

## Interview

### „Zeiten der Fleischberge sind vorbei“

Wolfgang Finken, Bundesgeschäftsführer des Partyservice-Bundes Deutschland, nimmt Stellung zu Marktchancen und Trends, die Partyservice-Anbieter nutzen können.

■ **Die Fleischerei:** Herr Finken, wie beurteilen Sie die Wachstumsaussichten der Partyservice-Branche? Und: Welches Segment hat Ihrer Einschätzung nach die größten Perspektiven?

**Wolfgang Finken:** Im Partyservice-Bereich stehen die Zeichen – insgesamt gesehen – auf Wachstum, und das bereits seit Jahren. Auch 2014 sind die Auftragsbücher vieler Unternehmen schon jetzt gut gefüllt. Die erfolgreichsten Firmen innerhalb unserer Branche konzentrieren sich auf das klassische Event-Geschäft, also auf Hochzeiten, Jubiläen, runde Geburtstage und ähnlich herausragende Ereignisse im privaten Bereich. Außerdem stellen wir als Verband fest, dass die Wirtschaft wieder zunehmend bereit ist, für Produktpräsentationen, Mitarbeitertreffen, Kunden-Zusammenkünfte und andere geschäftliche Anlässe Geld auszugeben – wovon nicht zuletzt die Partyservice-Branche profitiert.

■ **Die Fleischerei:** Wie verlockend sind denn aus Ihrer Sicht das Care-Geschäft und die Schulverpflegung?

**Wolfgang Finken:** Wir als Partyservice-Bund beobachten, dass die Segmente Care und Schule immer stärker von großen Caterern dominiert werden. Das geht übrigens nach meiner festen Überzeugung nicht selten zu Lasten der Qualität. Für Partyservice-Betriebe bleiben perspektivisch zwar Nischen übrig – etwa, wenn es um relativ kleine Einrichtungen geht, die bedient werden müssen –, aber das ganz große Geschäft ist hier nicht zu erwarten. Dafür ist die Verdienstspanne beispielsweise bei einem Schul-Mittagessen einfach zu gering und der Aufwand zu hoch, wenn ich da unter anderem an den wachsenden Wunsch der Schüler, Eltern und Lehrer nach Mitbestimmung über die Speisenangebote denke. Wir als Verband empfehlen



Partyservice-Bund Deutschland

Wolfgang Finken ist Bundesgeschäftsführer des Partyservice-Bundes Deutschland.

unseren Mitgliedern konsequenterweise, dass sie ein mögliches geschäftliches Engagement in den Segmenten Care und Schule außerordentlich gut vorbereiten sollten. Kurzum: An anderer Stelle lässt sich erheblich leichter Geld verdienen.

■ **Die Fleischerei:** Was sind die wichtigsten Trends im Partyservice-Markt? Wie ist es etwa um Nachhaltigkeit bestellt? Ist das ein ernsthaftes Thema, mit dem sich Partyservice-Unternehmer dauerhaft beschäftigen sollten? Oder handelt es sich eher um einen überschätzten Hype?

**Wolfgang Finken:** Nein, Nachhaltigkeit im Sinne von Regionalität, im Sinne von mehr Bewusstsein für die Herkunft der Produkte, im Sinne von großer Aufgeschlossenheit für ökologische, soziale und ethische Belange ist kein Hype. Hierbei handelt es sich um ein Leitthema der Zukunft. Viele Kunden, und das übrigens quer durch alle Altersgruppen, fordern genaue Informationen ein. Darauf müssen sich die Unternehmen natürlich unbedingt einstellen, falls sie das noch nicht getan haben.

■ **Die Fleischerei:** Nachhaltigkeit ist also tatsächlich ein wichtiger Trend. Welche Trends sehen Sie darüber hinaus?

**Wolfgang Finken:** Wenn ich an viele Ihrer Leserinnen und Leser denke, finde ich es erwähnenswert, dass die Zeiten der Fleischberge bei Büfets vorbei sind. Stattdessen wird hochwertiges Fleisch in kleineren Mengen bevorzugt, das gerne aus biologischer Produktion stammen darf. Die Zahl der Vegetarier und Veganer hat eine steigende Tendenz. Auch das müssen Partyservice-Betriebe bei ihren Planungen intensiver berücksichtigen.

Bemerkenswert ist ferner ein „zurück zu den Wurzeln“, das wir als Partyservice-Bund ausmachen. Das bedeutet: Fingerfood-Spielereien sind nicht mehr so populär wie noch vor kurzem. Sie treten öfter als in der Vergangenheit zu Gunsten klassischer Büfets zurück.

Das Interview führte Thomas Klaus für *Die Fleischerei*.