

## Interview

„Man muss halten, was man verspricht“

Wolfgang Finken, Geschäftsführer des Party Service Bundes Deutschland e.V., sieht die Zukunft der Cateringbranche rosig. Denn eins kann das Internet nicht bieten: Geschmackserlebnis und den Kontakt von Angesicht zu Angesicht.



QUELLE: PRIVAT

### Hat die Cateringbranche Zukunft?

Davon bin ich fest überzeugt. Und dafür sprechen alle Zahlen. Alles in allem hat die deutsche Cateringbranche 2016 einen Umsatz von rund 8,3 Milliarden Euro erzielt – bei einem Gesamtumsatz des Gastgewerbes von 80,9 Milliarden Euro; und sie hat knapp 165.000 Menschen beschäftigt. Es ist ja im Übrigen auch so, dass Catering kein Geschäft ist, das in das Internet verlagert werden könnte. Klar, im Internet werden Kontakte geknüpft und Auftragnehmer beziehungsweise Auftraggeber gefunden. Und der Bereich Internet und hier insbesondere das Gebiet Social Media darf als Kundengewinnungs- und Kundenbindungsinstrument auf keinen Fall unterschätzt werden. An dieser Stelle ist sicherlich bei manchen Unternehmen Nachholbedarf vorhanden, zum Teil sogar ein erheblicher. Allerdings leben Catering und Partyservice in starkem Maße von den direkten persönlichen Beziehungen von Angesicht zu Angesicht – und davon, dass sich Geschmackserlebnisse nicht in das Internet verlagern lassen.

### Was muss ein Unternehmer beachten, der in das Cateringgeschäft inhouse einsteigen will?

Am Anfang solcher Aktivitäten sollte die Frage stehen, welche Zielgruppe mit welchen Konzepten angesprochen werden soll. Natürlich muss das, was dann versprochen wird, auch gehalten werden können. Gegebenenfalls kann es helfen, wenn ein Netzwerk gebildet wird, sodass Partner bestimmte Lücken schließen können, die der Gastronom oder Hotelier hat. Ein Beispiel ist Livemusik, die bei Events oft verlangt wird. Bestimmtes technisches Equipment, das für Cateringaktivitäten unter Umständen zusätzlich benötigt wird, kann man auch mieten.

### Was unternimmt Ihr Verband, um Unternehmern der Branche die Arbeit zu erleichtern?

Eine ganze Menge! In unserem Tagesgeschäft spielt die individuelle Beratung der Unternehmer eine sehr große

Rolle. Das Spektrum der Fragen und Themen, die dabei aufgegriffen und behandelt werden, ist vielfältig. Und wir versuchen, zusammen mit unseren zahlreichen Netzwerkpartnern die richtigen Antworten zu geben. Wichtig ist natürlich ebenfalls, dass die Unternehmer auf dem neuesten Stand sind und bleiben, was Trends und Entwicklungen betrifft – aber auch, was neue Produkte, Schulungsangebote und ähnliche Punkte angeht. An dieser Stelle haben wir unsere Aktivitäten deutlich ausgebaut: Wir informieren auf unserer Homepage täglich neu und wir sind auf Facebook präsent. In diesem sozialen Netzwerk teilen wir regelmäßig mit, was aus unserer Sicht von Bedeutung für unsere Branche und ihre Unternehmer ist.

### Das klingt nach viel Arbeit.

Sicherlich. Wir liegen in unserer Geschäftsstelle in Bremen nicht auf der faulen Haut. Insbesondere die Netzwerkarbeit ist zeitaufwändig, aber das ist ein Aspekt, der auch mir persönlich besonders am Herzen liegt. Der Party Service Bund Deutschland e.V. hat mit zahlreichen Firmen Kooperationsverträge geschlossen – und davon profitieren unsere Mitglieder zum Beispiel in Form von Rabatten ganz konkret. Darüber hinaus arbeiten wir mit diversen Akteuren der Branche schlagkräftig zusammen. Auf diese Weise holen wir für die Unternehmer ein Maximum an Verbesserungen bei den Rahmenbedingungen heraus.

### Herr Finken, welche Pläne hat Ihr Verband für das Jahr 2018 geschmiedet?

Neben unserer individuellen Beratung und Unterstützung in Einzelfällen und der kontinuierlichen Lobbyarbeit gegenüber der Politik wollen wir 2018 die Zahl der Betriebe erhöhen, die mit unseren Qualitätssternen zertifiziert werden. Ferner bauen wir unser Schulungsangebot aus – in Zusammenarbeit mit diversen Partnern.

Das Interview führte Thomas Klaus.

15. November 2017

gastonomie  
& hotellerie

Das Unternehmer-Magazin