

GV *kompakt*

FACHMAGAZIN FÜR GEMEINSCHAFTSVERPFLEGUNG



■ FREEFLOW & FRONTCOOKING

Viel Freiheit für Showeffekte



**HEISSE
GETRÄNKE**

Muntermacher
mit Potential



**SPARGEL- UND
SALATSAISON**

Knackiges im
Frühling



**AN DER
FRISCHEN LUFT**

Vielfalt für
Draußen



Aus Liebe zum Kochen

Im Betriebsrestaurant von Mazda Motors Deutschland in Leverkusen werden täglich 250 bis 300 Mittagsmahlzeiten serviert. Seit einem halben Jahr setzt das Küchenteam ein neues Konzept mit den Prämissen „Aus der Region“, „Ausgewogen“ und „Ökologisch“ für das Speisenangebot um.

BETRIEBSRESTAURANT MAZDA MOTORS DEUTSCHLAND

Text und Fotos: Birgit Lehmann

ausgabe an. Der Blick aus dem Gastraum auf die geschickten Hände der Köchinnen und Köche und ihre Arbeit an Schneidbrettern und Herden ist damit jederzeit möglich. Freundliche Worte, Scherze und ab und an ein Lachen wandern hin und her.

Markus Dreimann liebt diesen engen Kontakt. „Wir bekommen so ein direktes Feedback auf unser Essen und können immer prompt reagieren.“ Da wird dann ein Brötchen nach Wunsch belegt, oder ein besonderes Dressing ausgegeben, ein Lieblingsessen mal öfter auf die Karte gesetzt oder eine Anregung für eine Aktionswoche aufgegriffen. „Kritik hören wir auch schon mal“, räumt er ein. „Aber ganz, ganz selten.“ Der Küchenchef kennt auch die Gründe dafür: Die fachliche Kompetenz seines Teams. Die sorgfältige Verarbeitung guter Produkte. Und die Liebe zum Kochen.

Neben einem Frühstücks- und Snackangebot produziert die zehnköpfige Mannschaft mon-

Der Tag beginnt früh. Schon ab 6 Uhr herrscht in der Küche bei Mazda Motors Deutschland in Leverkusen-Hitdorf geschäftiges Treiben: das Team der BCC-Betriebsgastro Concept-Catering GmbH belegt Brötchen, schneidet Obst, putzt Gemüse, wäscht Salat, setzt Dressings an, portioniert Joghurt, paniert Fleisch, und, und, und. Die typischen Vorbereitungen für das Frühstücks- und Mittagsgeschäft laufen parallel, gehen ineinander über. Ab etwa 7 Uhr stellen sich die ersten Gäste ein, holen sich Kaffee am Automaten, Tee oder ein Kaltgetränk sowie eine Stärkung für die erste, vielleicht auch zweite Mahlzeit des Tages. Ins helle, freundliche Betriebsrestaurant setzt sich zu dieser frühen Stunde kaum jemand. Speisen und Getränke werden mit ins Büro genommen. Zeit für ein paar Worte mit

der Küchencrew hat dagegen fast jeder Gast. „Wir kennen uns“, erklärt Küchenleiter Markus Dreimann die fast familiäre Stimmung. Vor 17 Jahren hat er in der Küche des Unternehmens als Koch angefangen. Als er sich 2008 gemeinsam mit seinem Kollegen Christian Gritsch mit dem Cateringunternehmen BCC selbstständig machte, wurde die Betriebsgastromomie von Mazda Motors Deutschland ihr erster Kunde und ist bis heute ein wichtiges Standbein für ihre Firma.

Ein Plausch mit den Gästen

Doch nicht nur die gemeinsamen Jahre sind der Grund, warum Küchenteam und Gäste leicht miteinander ins Plaudern kommen. Die offene Küche lädt geradezu dazu ein. Sie schließt sich direkt an die moderne Speisen-



Handgemachtes Schweinerückenschnitzel Cordon bleu, selbst gefüllt, paniert und frisch gebraten.



Hochwertiges Lammfleisch mit Datteln und Gemüse wird just in time zubereitet.



Eine abwechslungsreiche Salattheke „verführt“ zur gesunden Pflanzenküche.

tags bis freitags vier verschiedene Gerichte für das Mittagessen. Ein Salatbuffet und selbst gemachte Desserts ergänzen das Angebot im Betriebsrestaurant. Außerdem liefert das Team Tagungs- und Konferenzverpflegung und Snacks für das Bistro auf dem Firmengelände.

Ein stimmiges Angebot

Um 8 Uhr machen die Köche und Küchenfrauen eine kleine Pause. Kurz verschlafen, miteinander reden, Kräfte tanken, dann geht es zurück an die Arbeit. Täglich werden alle Speisen frisch zubereitet. Dafür putzen und schneiden in der Küche fleißige Hände das Gemüse. Reste landen nicht im Müll, sondern finden fürs Ansetzen von Gemüsebrühen Verwendung. Für Saucen und Fonds werden Knochen selbst angeröstet. Fleisch würzen, marinieren, füllen und panieren die Köche ebenfalls selbst. „Bei uns wird wirklich noch richtig gekocht“, wird Markus Dreimann nicht müde, zu betonen. Das sei ihm sehr wichtig, sagt der Küchenleiter. Einerseits helfe die Verwendung frischer, unvorbereiteter Produkte,

die Kosten im nötigen Maß zu halten. Andererseits behielten so die Köche ihre Freude am Beruf und ihre Kreativität. Die fordere er gern auch mit besonderen Aktionen heraus, erzählt Dreimann. Jeden Monat gibt es für die Gäste im Mazda-Betriebsrestaurant eine Themenwoche mit passenden Speisen. Komplette fürs ganze Jahr hat Dreimann dieses Programm durchgeplant. War es im März z. B. „American Style“, so heißt das Motto für April „Fit in den Frühling“ und im Mai gibt es Pasta aus dem Parmesanrad, einem riesigen, ausgehöhlten Käselaib. Die Aktionen erlauben der Küchenbrigade sich auszuleben und ihr kulinarisches Können zu zeigen. Sie sind aber ebenso wichtig für die Gästezufriedenheit. „Bei unserem stabilen Kundenfeld ist Abwechslung wichtig“, ist Dreimanns Erfahrung. „Es gilt, den Appetit immer wieder neu zu wecken, Gäste zu überraschen und ihre Neugier auf unsere Küche wachzuhalten.“ Den regulären Speisenplan richten Dreimann und Gritsch nach dem saisonalen Warenangebot und den Gästewünschen aus. Immer freitags gibt es beispielsweise ein Junkfood-



Andrea Noeres ist die Salatfee in der Küchenbrigade.



Das Restaurant hat Platz für 120 Gäste.

STECKBRIEF

Betriebsgastronomie Mazda Motors Deutschland

| | |
|--------------------|--|
| Plätze: | 124 im Restaurant 40 auf der Terrasse |
| Kapazität: | ca. 400 Essen |
| aktuelle Leistung: | 250 bis 300 Essen, vier verschiedene Gerichte |
| Mitarbeiter: | 10, davon vier Köche und zwei Azubis |
| Caterer: | BCC-Betriebsgastro Concept-Catering |
| Geschäftsleitung: | Markus Dreimann und Christian Gritsch |
| Küchenleiter: | Markus Dreimann und Christian Gritsch |

Ausstatter + Partner:

| | |
|--------------------|---|
| Kochapparate: | Maveno |
| Steamer: | Hobart |
| Kombidämpfer: | Lainox |
| Kältetechnik: | Viessmann |
| Spültechnik: | Meiko |
| Speisenverteilung: | Rieber |
| Porzellan: | Schönwald |
| Hygiene: | Delphi Lebensmittel- sicherheit |
| Lieferanten: | Abels Früchtewelt, BLF Logifood Velbert, Fleisch- waren Morawitzky, Deutsche See, Bonami, Langnese, Azul, Coca Cola und Getränke Wingchen, Bäckerei Paffrath, Hela Gewürze |
| Automaten: | fünf WMF Bistro |
| Besonderheiten: | frische und regionale Küche, DGE-zertifiziert „Fit im Job“ |

Gericht. Das habe sich irgendwann mal so eingespielt und sei heute eine feste Tradition, die niemand missen mag. „Dann gibt es unter anderem Burger und Pommes. Selbstverständlich von uns handgemacht“, erzählt Dreimann lachend.

Etwa kurz vor 11 Uhr wird die Küche aufgeräumt und „schick“ gemacht. Unnötige



Christian Gritsch gibt sein Wissen gern an den Nachwuchs weiter.

Behältnisse verschwinden in Kühl- und Lager-räumen. Spritzer und Flecken werden von dem blanken Edelstahl der Kochtechnik weg-gewischt. Die Küche wird zur „Bühne“ der Mannschaft, denn zur Mittagszeit produzie-ren die Köche auf den Punkt, braten Fleisch und Gemüse und die Gäste können zusehen.

Ein neues Konzept

Seit einem halben Jahr setzt die Küchenbriga-de ein Konzept um, das auf mehr Nachhaltig-keit zielt. Dafür haben die Küchenchefs gemeinsam mit der Geschäftsführung von Mazda Motors in Leverkusen drei Prämissen festgelegt: „Aus der Region“, „Ausgewogen“ und „Ökologisch“. Christian Gritsch und Markus Dreimann erläutern, was genau sie darunter verstehen und wie sie den Plan reali-sieren. „Zwei Drittel unserer Lebensmittel beziehen wir aus der Region“, sagt Dreimann. „Die meisten unserer Lieferanten kennen wir seit langem; unseren Metzger, unsere Bäcke-



Markus Dreimann und Christian Gritsch (1. u. 2. v. r.) und ihr Team. Die Zusammenarbeit funktioniert.

rei. Wir schätzen ihre Qualität und vertrauen den Produkten.“ „Wo es geht, wählen wir sai-sonal aus“, ergänzt Gritsch. Das gewährleiste Frische vor allem beim Obst und Gemüse und

bei Molkereierzeugnissen, aber auch kurze Transportwege. „Ausgewogen“ bedeutet für die Crew wiederum, eine gute Mischung von pflanzlichen Lebensmitteln und bewusstem Fleischgenuss anzubieten. Konkret heißt das, Fleisch nicht mehr so üppig, dafür in bester, bevorzugt in Bioqualität zu verwenden und für die Gäste jeden Tag eine reichhaltige Salattheke, frisches Gemüse, eine vegetari-sche Mahlzeit und leichte Obstdesserts zu produzieren.

Andrea Noeres ist die Salatfee der Truppe. Sie sorgt für Frische und Abwechslung in der Selbstbedienungsvitrine mit unterschiedli-chen Gemüsen, Saucen, Dressings und Top-pings. „Die Resonanz auf unsere leichten, gesünderen Saucen ist an manchen Tagen recht zurückhaltend“, erzählt sie. „Gewohnhei-ten ändern sich eben nicht von heute auf morgen“, meint sie schmunzelnd. Doch im Zuge der Zertifizierung der Küche mit dem Prädikat Job & Fit von INFORM – Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung – achte sie jetzt verstärkt auf den Fett- und Kaloriengehalt der Dressings und Saucen.

Die Herkunft nicht nur der Salate, der Kräuter und des Gemüses, sondern auch aller ande-ren Lebensmittel hat Küchenleiter Markus Dreimann schließlich für die Umsetzung der Prämisse „Ökologisch“ fest im Blick. „Um öko-logischer zu arbeiten, gehen wir schonend mit den Ressourcen um“, erklärt der Koch. „Wir verwenden bevorzugt Lebensmittel aus öko-logischem Anbau, Fleisch aus Bioproduktion bzw. artgerechter Tierhaltung und MSC-zertifizierten Fisch“, präzisiert er. „Und wir produzie-ren in einer energieeffizienten Küche“, ergänzt sein Kompagnon. Die technische Ausstattung sei „sehr ausreichend“, freut sich Gritsch, wäh-rend Dreimann besonders von einem recht unscheinbaren Gerät schwärmt. „Unser Hoch-druckgarer ist Klasse. Nudeln sowie frisches Gemüse bekommen wir damit auf den Punkt und immer just in time.“

NACHGEFRAGT

Foto: Mazda Motors



GV-kompakt sprach mit Elena Bankstahl, Personalleiterin der Mazda Motors (Deutschland) GmbH, über die Gründe für eine optimierte Mitarbeiterversorgung.

Seit einem halben Jahr setzt die BCC-Betriebsgastro Concept-Catering GmbH ein nachhaltiges Konzept der Mitarbeiterversorgung für die Beschäftigten von Mazda Motors Deutschland um. Was waren die Gründe für die Neuausrichtung?

Die große Mehrheit unserer Kolleginnen und Kollegen nutzen unsere Kantine für ihr zweites Frühstück, ihre Mit-tagspause und auch zwischendurch. Da liegt es nahe, dass wir uns darüber Gedan-ken gemacht haben, wie wir das Angebot weiter optimie-ren und die Kolleginnen und Kollegen auf eine gesunde und abwechslungsreiche Er-nährung aufmerksam ma-chen können. So haben wir in den Speisenplan vegane Gerichte integriert und das Frühstücksangebot gesün-der gestaltet. Ein anderer Aspekt war die Verpflegung während Meetings. Hier bie-

tet unser Caterer nun abwechslungsreiche und gesunde Snacks an.

Sind Sie mit der Qualität des Essens immer zufrieden? Wie ist das Feedback der Kollegen oder auch von Gästen des Hauses und von der Geschäftsführung?

Wir sind froh, mit der BCC-Betriebsgastro Concept-Catering GmbH eine Kantine im Hause zu haben, die unseren Kolleginnen und Kollegen eine reichhaltige Auswahl an unterschiedlichen Speisen und Getränken zur Verfü-gung stellt. Wir sind mit dem abwechslungsreichen Ange-bot sehr zufrieden.

Mazda ist ein international agierender Konzern. Warum sind Ihnen regionale Produkte dennoch wichtig? „Think global, act local.“ Regio-nale Produkte bedeuten Frische, Qualität, schaffen

Vertrauen und sind zudem klimafreundlich – Aspekte, die wir sehr begrüßen.

Sind Sie mit den Tischgastzahlen zufrieden?

Ja, denn die Mehrheit der Kolleginnen und Kollegen nutzt die Kantine jeden Tag.

Stützt das Unternehmen die Preise für das Mittagessen? Wenn ja, warum?

Mazda subventioniert das Mittagessen für alle Kollegin-nen und Kollegen substanti-ell. Wir alle verbringen einen Großteil unseres Tages am Arbeitsplatz. Hier empfinden wir es als Arbeitgeber wich-tig, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu finanzia-ell vertretbaren Preisen ein entsprechend abwechs-lungsreiches Angebot an Speisen und Getränken anzubieten und ihnen die Möglichkeit zu geben, sich gesund zu ernähren.

Sorgen und Probleme im Job scheinen für Gritsch und Dreimann Fremdwörter zu sein. In der Tat überlegen sie, danach gefragt, eine Weile. „Auch wir spüren zuweilen Kostendruck“, räumt Dreimann schließlich ein. Trotz Subventionierung der Mitarbeiterversorgung durch Mazda Motors sei die Kalkulation nicht immer einfach. Der Einkauf von Biofleisch und zertifiziertem Fisch mache sich an den Zahlen bemerkbar. „Aber die Verwendung der guten Produkte wird von unseren Gästen auch geschätzt und anerkannt“, relativiert der unverbesserliche Optimist sogleich wieder. „Am meisten achten sie, dass wir täglich richtig und frisch kochen.“ Die frische Küche sei für ihn und seinen Geschäftsführerkollegen auch eine Frage der Berufsehre. „Wir sind stolz auf unser Handwerk und haben Spaß an dem, was wir tun“, sagt Gritsch. Anders zu arbeiten, etwa Speisen nur zu regenerieren, Fertigprodukte zu verarbeiten, Tüten aufzureißen etc., könnten sie sich nicht vorstellen.

Ein Herz für den Nachwuchs

Aufgrund der klassisch handwerklichen Produktion in der Betriebsgastronomie von Mazda Motors in Leverkusen bekommen Nachwuchskräfte in diesem Team der Gemeinschaftsverpflegung auch alles nötige Fachwissen, Handgriffe, Techniken und Arbeitsschritte vermittelt. „Wir können unseren Azubis alles zeigen und mit ihnen alles üben und trainieren, was sie für den Beruf brauchen“, erklärt Christian Gritsch. Sie hätten sogar mal einen ganzen Hirsch gekauft und ihn mit den Auszubildenden fachgerecht zerlegt und verarbeitet. Oder ab und an mal einen ganzen Lachs. Beiden Küchenchefs ist die Ausbildung eine Herzenssache. „Sicher kostet es Zeit und manchmal auch Nerven, den jungen Leuten etwas beizubringen“, gesteht Dreimann. „Doch über fehlenden Nachwuchs klagen und selbst die Hände in den Schoß legen, ist nicht unser Ding. Wir lieben, was wir tun und geben das sehr gern weiter.“ Schwierig sei es jedoch, überhaupt Bewerber für die Ausbildung in ihrer Firma zu finden. „Wir nutzen schon alle möglichen Kanäle für die Lehrstellenausschreibung und können auch mit einigen Vorteilen, wie geregelten Arbeitszeiten und frischer Küche punkten“, sagt Dreimann. Doch es bleibe nicht leicht.

Übernehmen Gritsch und Dreimann ihre Auszubildenden nach Ende der Lehrzeit? Sie finden es besser, wenn die jungen Leute nach erfolgreichem Abschluss der Lehre bei ihnen erst mal anderswo Küchenluft schnuppern. So habe einer jetzt in der Küche eines Kreuzfahrtschiffs angeheuert, berichten sie mit ein wenig Stolz. „Sie sollen dazulernen, sich weiterentwickeln. Und dann vielleicht zurückkommen – das wär’ genial“, stellen sie sich vor.

M-iQ GreenEye- Technology – die Zukunft des Spülens

Aufbauend auf dem revolutionären Konzept der M-iQ geht MEIKO jetzt noch einen entscheidenden Schritt weiter: M-iQ GreenEye-Technology – ganzheitlicher, umfassender, grüner. Sie ermöglicht erstmals echte Teamarbeit zwischen Mensch und Spülmaschine – für geballte Effizienz, mehr Transparenz und Spass bei der Arbeit.



Film starten

