

Warenkorb

<https://kiosk.brandeins.de/cart>

<https://www.zeit.de>

brandeins

<https://www.brandeins.de>

Partner von

ZEIT  ONLINE

<https://www.zeit.de>

Magazine

<https://www.brandeins.de/magazine>

Veranstaltungen

<https://www.brandeins.de/veranstaltungen>

Themen

<https://www.brandeins.de/themen/>

Netzwerk

<https://www.brandeins.de/netzwerk>

Über uns

<https://www.brandeins.de/ueber-brand-eins>

Shop

<https://kiosk.brandeins.de/>

Partner von ZEIT  ONLINE

<https://www.zeit.de>



<https://kiosk.brandeins.de/cart>



„Die Kantine kann für den Bewerber entscheidend sein“

Die Münchener Theresa Geisel und Gregory Thomas Emmel haben einen Verein gegründet, der Werksrestaurants testet – und damit einen Wettkampf ausgelöst. Das könnte sehr viele Mittagessen gesünder, leckerer und umweltfreundlicher machen.

Interview: Susanne Schäfer
Fotografie: Sigrid Reinichs



Theresa Geisel

ist Vorsitzende des Vereins Food & Health. Sie hat an der Zeppelin Universität in Friedrichshafen und der Copenhagen Business School Wirtschafts- und Politikwissenschaften studiert. Ihre Familie hatte über mehrere Generationen ein Hotel mit Sterneküche. Sie ist Angestellte in der Gastro-Unternehmensberatung ihres Vaters Otto Geisel.

Gregory Thomas Emmel

ist Vorstandsmitglied des Vereins Food & Health. Er hat an der Zeppelin Universität Betriebswirtschaftslehre studiert und ist Geschäftsführer von einer Firma, die Winzer bei der Vermarktung ihrer Produkte unterstützt.



brand eins: Frau Geisel, was haben Sie zuletzt in der Kantine gegessen?

Theresa Geisel: Gestern waren wir bei Siemens. Da haben wir Gerichte mit Gemüse probiert und einen Klassiker, Sauerbraten. Beides war gut gemacht.

Ist das ein typisches Beispiel?

Geisel: Es gibt die gesamte Bandbreite – von Kantinen, die noch den Turnhallen-Charme der Sechzigerjahre haben und in denen mehr warm gehalten als frisch gekocht wird, bis zu modernen Restaurants, die richtig gutes Essen anbieten und so gestaltet sind, dass die Mitarbeiter aus allen möglichen Abteilungen miteinander ins Gespräch kommen.

Gregory Thomas Emmel: Man kann aber von der Optik der Kantine nicht immer auf die Qualität des Essens schließen und umgekehrt. Manche der Turnhallen bieten ausgezeichnete Gerichte an. Und kürzlich waren wir in einer extrem hochwertig ausgerüsteten Küche. Da dachten wir schon, wir hätten den Gewinner gefunden. Aber die Knödel dort haben wir kaum runterbekommen, so trocken waren die.

Wie läuft der Test?

Geisel: Wir sind gerade in der Phase, in der wir die Kantinen vor Ort besuchen, meistens zwei am Tag.

Warum machen Sie das?

Emmel: Wir wollen erreichen, dass mehr Menschen gesund und genussvoll essen können, vor allem solche Lebensmittel, die mit Rücksicht auf Umwelt und Tiere produziert wurden. Dazu bei Kantinen anzusetzen ist sinnvoll, weil in vielen täglich Hunderte oder sogar Tausende Mahlzeiten zubereitet werden. Wenn man es schafft, da etwas zu verändern, hat man viel gewonnen.

Geisel: Deshalb haben wir den Verein Food & Health gegründet, der den Kantinentest durchführt.

Welche Firmen nehmen daran teil?

Emmel: Das reicht von Mittelständlern bis zu Konzernen.

Warum wollen die Firmen ihre Kantinen testen lassen?

Geisel: Unternehmen haben heute ein Interesse daran, gutes Essen anzubieten. Sie haben erkannt, dass sie davon profitieren, wenn die Mitarbeiter nach der Mittagspause nicht zwei Stunden im Food-Koma vor sich hin dösen und wenn sie mittelfristig keine Probleme mit Diabetes oder Bluthochdruck bekommen. Noch wichtiger ist aber: Die Unternehmen stehen unter Druck, weil die Angestellten gutes Essen aus nachhaltiger Produktion erwarten. Wenn zwei Firmen eine Fachkraft anwerben wollen und in Bezug auf Gehalt und Standort Ähnliches zu bieten haben, kann die Kantine für den Bewerber entscheidend sein.

Ist es wirklich so, dass die Leute gesundes, gut produziertes Essen verlangen? Vor sechs Jahren sorgte der Vorschlag der Grünen, in Kantinen einen Veggie-Day einzuführen, für Empörung.

Geisel: Das ist sicherlich schlecht kommuniziert worden. Wenn man den Leuten etwas vorschreibt, empfinden sie das zu Recht als Bevormundung.

Der Caterer Apetito veröffentlicht jedes Jahr eine Rangliste der beliebtesten Speisen in Kantinen. Seit 27 Jahren ist die Currywurst Nummer eins.

Emmel: Das stimmt, Fleisch ist vielen Arbeitnehmern wichtig. Unser Ziel ist auch gar nicht, es aus den Kantinen zu verbannen, sondern die Menge zu reduzieren. Wir fragen Köche, ob es eine ganze Currywurst von 120 Gramm sein muss oder ob eine kleinere Portion vielleicht auch reicht. Oft essen die Leute aber auch nur deshalb Fleisch, weil attraktive vegetarische Alternativen noch fehlen. Da schmeißt der Koch einen Grünkernbratling in die Fritteuse und wundert sich, dass den niemand essen will.

Geisel: Wir merken, dass heute viele ein Bewusstsein dafür entwickeln, wo das Essen herkommt. Wenn sie in der Kantine etwas Gutes bekommen, empfinden sie das als Wertschätzung ihres Arbeitgebers. Gerade die Jüngeren achten sehr auf ihren Körper und die Umwelt. Für Unternehmen sind genau diese Leute besonders wichtig, oft müssen sie sich sogar um sie bemühen. Für uns bedeutet das, dass wir mit unserem Kantinentest ein wirksames Druckmittel haben.

Was prüfen Sie konkret?

Geisel: Von den Unternehmen, die mitmachen wollen, lassen wir uns Speisepläne schicken. Dann bitten wir sie, Fragebögen auszufüllen. Diese haben wir gemeinsam mit unserer Jury entwickelt, zu der auch ein Mediziner und ein Profi für Betriebsgastronomie gehören. Die Firmen beantworten unter anderem, wie sie Lebensmittel auswählen, woher sie diese beziehen und wie sie mit Speiseabfällen und Plastikmüll umgehen. Auch wie die Räume gestaltet sind, interessiert uns. Danach sprechen wir vor Ort mit Köchen und Kantinenchefs, oft kommen auch Abteilungsleiter oder Geschäftsführer dazu. Zum Schluss zeichnen wir die Besten aus, wir unterscheiden dabei große, mittlere und kleine Kantinen.

Sie stellen den Unternehmen frei, welchen Standort sie testen lassen wollen, außerdem kommen Sie angemeldet. Ist das eine gute Grundlage für ein objektives Urteil?

Emmel: Ja, da wird nicht extra für uns gekocht. Vor allem führen wir lange Gespräche mit den Köchen oder Kantinenchefs. Da finden wir schon einiges heraus.

Was denn?

Emmel: Zum Beispiel, was ein Koch unter regionalem Essen versteht. Manche geben im Fragebogen an, das sei ihnen sehr wichtig. Wenn wir nachfragen, stellt sich heraus, dass ein Koch in Bayern gern Schweinsbraten anbietet. Wo das Fleisch herkommt, hinterfragt er aber nicht. Gut gefallen hat uns eine Kantine, die sich von einem Bauern in der Nähe beliefern lässt, der Schwäbisch-Hällische Landschweine züchtet. In den meisten Betrieben, die wir besuchen, ersetzt inzwischen ein Milchcontainer die Tüten.

Sie haben starke Konkurrenz: Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung und das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft zeichnen mit der Initiative „Job und Fit“ Kantinen für gesundes Essen aus. Das Öko-Institut in Freiburg untersucht diese auf Nachhaltigkeit. Ganze Lehrstühle befassen sich mit Gemeinschaftsgastronomie. Können solche Einrichtungen nicht viel methodischer vorgehen als Sie?

Emmel: Das mag sein. Wir achten dafür auf alle Faktoren – Genuss, Gesundheit und Verantwortung. Und wir sind schnell bekannt geworden. Offenbar ist unser Kantinentest derjenige, auf den die Verantwortlichen in den Unternehmen schauen. Nachdem Audi bei uns mitgemacht und

in der Kategorie der großen Kantinen gewonnen hat, wollten auch andere Automobil-Unternehmen getestet werden. Über uns vergleichen sich die Betriebe miteinander und werden auch von Außenstehenden miteinander verglichen. Unser Alleinstellungsmerkmal ist also Öffentlichkeit.

Geisel: Auf diese Weise ist jetzt schon eine Art Wettrennen entstanden. Wir hören zum Beispiel oft das Argument, Lebensmittel von Produzenten aus der Region bekomme man gar nicht in ausreichender Menge. Dann verweisen wir auf Betriebe in ihrer Nähe, die genau das schaffen.

Wie ist denn der Zulauf?

Emmel: Als wir den Wettbewerb im vergangenen Jahr zum ersten Mal ausgeschrieben haben, nahmen mehr als 150 Unternehmen teil. In diesem Jahr waren es knapp 200. Wir hatten schon die ersten Anfragen, bevor wir überhaupt bekannt gemacht hatten, dass wir wieder testen.

Wie finanzieren Sie sich?

Geisel: Aus steuerlichen Gründen steht hinter dem Verein eine GmbH, die aber keinen Gewinn machen soll. Das Ziel ist eine schwarze Null. Die Unternehmen zahlen seit diesem Jahr eine Teilnahmegebühr in Höhe von 890 bis 1690 Euro, je nach Größe. Damit können wir etwa die Kosten für unsere Reisen zu den Kantinen decken.

Emmel: Wir machen den Test auch nicht hauptberuflich. Ich arbeite darüber hinaus bei einem Startup für Wein.

Frau Geisel, Sie arbeiten in einer Beratungsfirma für Gastronomie. Dort sind Sie laut Website des Unternehmens für Betriebsgastronomie zuständig. Können Sie Kantinen unabhängig testen, wenn diese auch Ihre Kunden sind?

Geisel: Seit wir den Kantinentest machen, bin ich nicht mehr als Beraterin tätig. Der Test war uns wichtiger. Im Unternehmen bin ich jetzt im kulinarischen Bereich ausschließlich zuständig für den Eckart Witzigmann Preis, eine Auszeichnung für Personen, die sich für gute Esskultur einsetzen.

Nehmen Firmen, die Sie in der Vergangenheit beraten haben, am Kantinentest teil?

Geisel: Ja, aber wir beide testen die Kantinen dieser Betriebe nicht selbst. Das übernehmen dann andere Mitglieder unserer Jury.

Können Ihre Jurykollegen eine Kantine unabhängig bewerten, wenn sie wissen, dass sie im Sinne Ihrer Beratung gestaltet wurde?

Emmel: Das denke ich schon, ja.

Vor einem Jahr haben Sie Ihre erste Tour durch die deutschen Kantinen gemacht, jetzt sind Sie wieder unterwegs. Hat sich etwas verändert?

Emmel: Wir merken deutlich, dass sich durch die öffentliche Debatte zum Klimawandel etwas verändert hat. Im vergangenen Jahr gab es zum Beispiel überall Einwegbecher für Kaffee, dieses Jahr kaum noch. Manche Unternehmen mobilisieren auch mehr Geld für das Mittagessen. Das liegt daran, dass nur wenig Budget zur Verfügung steht, solange es um die reine Verpflegung geht – sobald die Verantwortlichen aber verstanden haben, dass das Unternehmen sich über die Kantine profilieren kann, erschließen sich die Töpfe für Öffentlichkeitsarbeit und Personalgewinnung. Und die sind oft ziemlich groß. --

Sterne-Kantinen

Im Rotkohldunst wünschte man einander „Mahlzeit“, trug sein Tablett über den marmorierten PVC-Boden zum Tisch und aß etwas, das schon sehr lange warm gehalten worden war. So ging es in vielen deutschen Kantinen früher zu. Den Firmen lag vor allem daran, die Mitarbeiter irgendwie satt zu bekommen, denn ohne Mampf kein Kampf.

Heute geben sich ehrgeizige Unternehmen deutlich mehr Mühe. Die Kantinen der Vorreiter sehen eher aus wie hippe Lokale, die Köche stehen an sogenannten Inseln. Man kann ihnen dabei zuschauen, wie sie ein Gericht frisch zubereiten. Abgerechnet wird gleich an der Insel, um Schlangen zu vermeiden. Während es früher gern gesehen wurde, wenn der Angestellte sich schnell wieder in Richtung Schreibtisch bewegte, gestalten Firmen die Räume heute so, dass die Mitarbeiter länger bleiben, zum Beispiel an der Kaffeebar oder in Sofaecken, und dabei bestenfalls mit vielen Kollegen in Kontakt kommen.

In der Kantine namens Eatside von Universal übt man sich in Speisekartenpoesie: Das geeiste Mango-Gurken-Chili-Süppchen heißt „Ice Ice Baby“, der Cold Brew Coffee verspricht den „gewissen Frischekick“. Für das Betriebsrestaurant von Bahlsen (natürlich sagt man nicht mehr „Kantine“) wurde kürzlich ein Sous-Chef gesucht. Der Dübel-Hersteller Fischer hat den Drei-Sterne-Koch Harald Wohlfahrt engagiert, um einmal im Monat dort zu kochen.

Damit angefangen haben die Tech-Firmen aus dem Silicon Valley, irgendwann in den Nullerjahren. 2011 beschrieb ein Mitarbeiter der Apple-Kantine in der »Huffington Post« seinen Alltag: wie Fischer ihren Fang in der Küche filetieren, wie er aus Orangen und Weizengras Shots presst, wie die Köche draußen im Freien ein Tapas-Büfett aufbauen. Bei Dropbox wird heute in der Küche Brot gebacken, Lachs geräuchert, Eis selbst gemacht und eigener Kaffee geröstet. Google und andere bieten das Essen gratis an. Das mag ein Unternehmen mehrere Tausend Euro pro Mitarbeiter im Jahr kosten. Aber was die Kollegen dann in der Sofaecke bei vom Barista zubereiteten Kaffee aushecken, wird die Investition schon wert sein.

Manche Unternehmen betreiben eigene Küchen, andere lassen sich von Anbietern beliefern:

Caterer, Umsatz in Millionen Euro (nur mit Betriebsrestaurants, nicht in Krankenhäusern, Mensen etc.), 2018

Compass Group, Eschborn: 503 Aramark Holding, Neu-Isenburg: 396 Sodexo Services, Rüsselsheim: 151 Apetito Catering, Rheine: 103

Klüh Catering, Düsseldorf: 60

Dussmann Service, Berlin: 87

SV (Deutschland), Langenfeld: 75

Quelle: gv-praxis 5/2019, S. 25

Unternehmen mit eigenen Kantinen, Umsatz in Millionen Euro, 2018

Daimler, Stuttgart: 103

Volkswagen, Wolfsburg: 100

BMW, München: 64

Siemens, Berlin: 63

Audi, Ingolstadt: 55

Bayer, Leverkusen: 47

BASF, Ludwigshafen: 45

DB Gastronomie, Frankfurt am Main: 39

Quelle: gv-praxis 6/2019, S. 19