

Das GOURMET-Fachpanel:

Wie hat die Gastronomie die Pandemie gemeistert?

Die Corona-Pandemie hat in den letzten zwei Jahren die Gastro-Branche und insbesondere die Bankett- und Event-Gastronomie kräftig durchgeschüttelt. Als Folge der corona-bedingten Schutzmassnahmen und Einschränkungen konnten Meetings, Firmen- und Familienanlässe, Aperos, Bankette und kulturelle Veranstaltungen – wenn überhaupt – nur unter sehr erschwerten Bedingungen durchgeführt werden. Darunter litt nicht zuletzt auch der Verpflegungsbereich bei solchen Events – auch die Nachfrage nach den typischen kulinarischen Apero-, Bankett- und Event-Produkten sank markant. In enger Zusammenarbeit mit der Spezialitäten-Distributorin Delico AG (Gossau SG) – welche unter anderem ein breites Sortiment an sehr beliebten und erfolgreichen Tiefkühl-Delicool-Produkten für Hotellerie, Gastronomie und die Event-Branche anbietet – hat die GOURMET-Redaktion bei ausgewählten Betrieben an der Gastro-Front eine Kurzumfrage durchgeführt, um den Puls der Bankett- und Event-Gastronomie zu fühlen. Das erfreuliche Fazit: Das Apero-, Bankett- und Eventwesen wurde stark vermisst, doch jetzt ist der Optimismus zurückgekehrt!



**Marco
Mugglin**

Küchenchef Zentralküche
CAMPUS SURSEE
Seminarzentrum AG



**Filip
Zahorsky**

Küchenchef
Werk 1
Gossau SG



**Marcel
Ritter**

Geschäftsführer
Zoo Restaurants & Shops
Zürich



**Steffen
Schreiber**

Leiter Gastronomie
Zulauf Gartencenter AG
Schinznach-Dorf

1.

Wie hat die Corona-Pandemie Ihr Betriebs- und Arbeitsumfeld beeinflusst und verändert?

Marco Mugglin:

Auch unser Betrieb hat die Pandemie zeitweise stark zu spüren bekommen, da viele Anlässe abgesagt wurden und auch der Schulbetrieb zeitweise eingestellt war. Die Mitarbeiterplanung und -motivation waren eine grosse Herausforderung.

Filip Zahorsky:

Die Pandemie hat von heute auf morgen einiges durcheinandergebracht. Man fragt sich, was wird bleiben und was verschwindet wieder? Z.B. Homeoffice hat uns viele Gäste weggenommen, wohingegen sich das Take-Away-Business stark entwickelt hat.

Marcel Ritter:

Organisatorisch waren die häufigen und kurzfristigen Wechsel der BAG-Vorgaben eine Herausforderung. Jeweils auf den kommenden Montag mussten wir Kommunikations-Hilfsmittel erstellen, Mobiliar wegschaffen oder verschieben und Arbeitspläne ändern. Die Mitarbeitenden brauchten mehr Begleitung. Der Mangel an Köchen war im Sommer kurzfristig anspruchsvoll, wir konnten dies aber gut managen, insbesondere weil wir vorher in unsere «Kitchen-Circle-Mitarbeitenden» investiert haben. Während den Lockdowns fand ich schade, dass in der Öffentlichkeit meiner Meinung nach nicht thematisiert wurde, dass so viele Mitarbeitende daran litten, dass sie nicht gebraucht wurden. Im Vordergrund standen eher die Entschädigungszahlungen. Dabei war ich überrascht zu sehen,

wie vielen Mitarbeitenden der Arbeitsinhalt als solcher tatsächlich fehlte. Gästeseitig hatten wir sehr viel Glück: Viele Schweizerinnen und Schweizer blieben zu Hause und konsumierten hier grosszügig. Das Portemonnaie war dank der eingesparten Ferienreisen gut gefüllt. Allerdings war die Spanne der individuellen Sicherheitsbedürfnisse hinsichtlich COVID-Prävention schwierig, man konnte es nahezu niemandem recht machen, und die gegenseitige Toleranz unter den Gästen war belastet. Als Dienstleister spielt man nicht gerne Polizist. All dies in Anbetracht dessen, dass wir in unserem Portfolio neben unseren Shops unterschiedliche Gastronomie-Konzepte führen, die von den Vorgaben jeweils unterschiedlich betroffen waren. Abschliessend beurteile ich das Arbeitsumfeld während der Pandemie als sehr anspruchsvoll. Umso grösser ist die Freude darüber, dass wir nun hoffentlich wieder in ganz normalem Rahmen unserer Berufung nachgehen können.

Steffen Schreiber:

Während der verschiedenen Phasen der Pandemie wurden immer wieder die Öffnungszeiten dem Gästeaufkommen angepasst. Generell waren wir enorm gefordert, laufend flexibel auf die veränderte Situation zu reagieren, sei es beim Personaleinsatz, im Einkauf oder in der Angebotsgestaltung. Ein wichtiger Schwerpunkt legten wir auf den Erhalt unseres Stammpersonals, welches wir glücklicherweise zeitweilig auch in anderen Betriebsteilen einsetzen konnten.

2.

Haben sich daraus Ihre Anforderungen an Lieferanten und deren Produkte geändert?

Marco Mugglin:

Eigentlich nicht, die Anforderungen waren grösstenteils dieselben. Sicher war zwischen-durch etwas mehr Flexibilität verlangt.

Filip Zahorsky:

Vor allem die Anforderungen an die Hygiene-lieferanten sind gestiegen. Für unsere Gäste und Mitarbeiter haben wir vollautomatische Seifen-, Desinfektions- und Papierrollenspender installiert.

Marcel Ritter:

Eigentlich Nein. Wir sahen unsere Lieferanten ebenfalls mit grossen Herausforderungen konfrontiert, wir waren froh, wenn sie die ge-

wohnte Dienstleistung zu den vereinbarten Kosten erbringen konnten. Letztlich sind wir einfach «etwas näher zusammengestanden», um die Dienstleistungen konstant zu halten. Während dieser Zeit haben wir auf Ausschreibungen verzichtet.

Steffen Schreiber:

Aufgrund der teilweise massiv kleineren Gästzahl mussten wir die Bestellmengen und -rhythmen anpassen, unsere Lieferanten mussten bereit sein, auch kurzfristige Bestellungen flexibel zu bearbeiten. Generell haben wir mehr auf regionale Produkte von lokalen Produzenten und Händlern umgestellt.

3.

Hatte die Pandemie Auswirkungen auf Ihre Angebotsgestaltung und Ihre Arbeitsweise in der Küche (z.B. auf Auswahl, Angebot, Regionalität, Menge pro Event, usw.)?

Marco Mugglin:

Die Auswahl und das Angebot haben sich nicht gross verändert. Einige kleinere Anpassungen z.B. Salatsaucen Portionen, Verzicht auf Salatbuffet, Saucen zu Fleisch haben wir geschöpft. Da wir eh schon nach Möglichkeit auf regionale Produkte achten, auch in diesem Bereich nicht. Die Menge an Menus ist zeitweise natürlich stark zurückgegangen.

Filip Zahorsky:

Speziell für uns waren die Apéro Riche, die nur noch sitzend durchgeführt werden konnten. Alles wurde in kleine Weckgläser separat für jeden Tisch und Gast hergerichtet. Der Arbeitsaufwand war enorm.

Marcel Ritter:

Bei Anpassungen des Servicegrades (z.B. nur noch Take-away) haben wir das Angebot geändert. Auch als man Gäste nur auf der Terrasse bedienen durfte und deshalb der Abendservice quasi wegfiel, haben wir das Angebot punktuell eingeschränkt. In den Shops führten Lieferengpässe zu Sortimentsanpassungen.

Steffen Schreiber:

All unsere Buffets (Salate, Brunch, Dessert) haben wir umgestaltet und die Speisen portioniert angeboten. Das Angebot auf den Tages- und Speisekarten wurde als Reaktion auf die stark schwankende Nachfrage verkleinert. Und um die Zufriedenheit der Gäste zu erhalten, haben wir auch kleine und teilweise sehr kleine Bankette durchgeführt.

4.

Haben sich daraus die Bedürfnisse Ihrer Gäste an das kulinarische Angebot verändert?

Marco Mugglin:

Nicht im Wesentlichen. Ein noch grösseres Bewusstsein für regionale Produkte wurde aber schon vermehrt spürbar. Auch der Weg hin zu weniger Fleischprodukten.

Filip Zahorsky:

Ich denke die Bedürfnisse unserer Gäste sind die Gleichen geblieben. Um am Puls der Zeit zu bleiben, muss man das kulinarische Angebot stetig anpassen und weiterentwickeln und nicht warten, bis eine Pandemie die Welt verändert.

Marcel Ritter:

Die kulinarischen Vorlieben der Gäste blieben gleich. Im Eventbereich hatten wir aber hinsicht-

lich der Hygieneregeln höhere und unterschiedlichere Gästeanforderungen. Die häufigen und kurzfristigen Eventabsagen waren problematisch, wobei wir aber viele Anlässe verschieben konnten und so in diesem Jahr schon recht gut gebucht sind. Grundsätzlich waren wir sehr kulant bei Absagen, auch wenn diese kurzfristig erfolgten.

Steffen Schreiber:

Unsere Gäste akzeptierten die Veränderungen und Angebotsreduktionen, da wir bei der Qualität der Speisen und der Präsentation nie Kompromisse eingegangen sind und diese unverändert hoch gehalten haben.

CAMPUS SURSEE
SEMINARZENTRUM AG



**WERK 1,
GOSSAU SG**

5.

Verwenden Sie die Produkte von Delicool in Ihrer Küche? Wenn ja, welche und in welchen Bereichen?

Marco Mugglin:

Mini Cheese- und Hamburger, Mini Cremeschnitten, Kartoffelgratin Portionen im Bankettbereich und bei Stehlunches, Stehdinner etc.

Filip Zahorsky:

Vor allem bei Grossevents verwenden wir die salzigen Produkte bei Apéros und die süßen, um ein Dessertbuffet in seiner Vielfalt zu ergänzen.

Marcel Ritter:

Ja, wir verwenden Delicool-Produkte. Im Segment der Süsseisen verwenden wir vor allem die Churros und punktuell die Pastel de Nata. Diese Produkte kommen an unseren Aussenständen sowie im Eventbereich zum Einsatz.

Steffen Schreiber:

Die Mini-Burger sowie die Mini-Cremeschnitten und Mini-Berliner verwenden wir für Bankette, den Apfelstrudel und die Apfelchüechli haben wir saisonal im Dessert-Angebot.

6.

Aus welchen Gründen greifen Sie auf das Delicool-Sortiment zurück und wo sehen Sie dessen Vorteile?

Marco Mugglin:

Diese Produkte lassen sich sehr gut vor- und zubereiten. Gut kalkulierbar und schnell in der Zubereitung.

Filip Zahorsky:

Die hochwertigen Produkte von Delicool könnte man durchaus auch in der Spitzengastronomie einsetzen, wenn man sie mit frischen Lebensmitteln ergänzt. Die Vorteile liegen in der schnellen Zubereitung ohne grösseren Personalaufwand und die perfekte Kalkulation ohne Foodwaste. Zudem wird zum Beispiel bei den Mini Burgern Schweizer Fleisch eingesetzt.

Marcel Ritter:

Die von uns verwendeten Delicool-Produkte haben eine ausgesprochen hohe Qualität. Wir schätzen auch, dass die Produkte tiefgekühlt und lose gefroren sind. Der Vorteil davon ist, dass wir die Produkte bedarfssynchron zur Verfügung haben. Im Zoo Zürich bewegen sich unsere Besucher in geografischen Gebieten in möglichst authentischer Atmosphäre, so bringen wir ihnen die dortige schützenswerte Tierwelt näher. Dazu passen die Ethno-Produkte perfekt.

Steffen Schreiber:

Die Produkte sind einfach in der Anwendung und Kalkulation, schnell einsetzbar und stammen von einem Schweizer Lieferanten.

7.

Wie reagieren Ihre Gäste auf Ihr aktuelles Angebot?

Marco Mugglin:

Die Gäste reagieren gut und sind zum grössten Teil sehr zufrieden mit unserem vielseitigen Angebot. Wir sind laufend daran, unser Angebot den neuesten Bedürfnissen unserer Kunden anzupassen.

Filip Zahorsky:

Wir sind traditionell saisonal und verpassen keinen Trend. Mit grosser Flexibilität und individueller Behandlung unserer Gäste schaffen wir immer wieder tolle Reaktionen.

Marcel Ritter:

Am eindrücklichsten war der Effekt bei unserem Pinguin-Kiosk. Seit Jahren verkaufen wir dort Crêpes und Piadinas mit verschiedenen Füllungen. Als wir dort ergänzend die Churros einführten, machten wir mehr als die Hälfte des Food-Umsatzes an diesem Kiosk mit Churros. Vor allem am Nachmittag gehen nahezu nur noch Churros über den Tisch. So haben wir 2021 trotz zweier Monate Lockdown über 16 000 Portionen Churros verkauft.

Steffen Schreiber:

Siehe Antwort zur Frage 4.

8.

Haben Sie ein Lieblingsprodukt aus dem Delicool Sortiment?

Marco Mugglin:

Sicher die Mini Burger, weil sie schnell zubereitet sind und gut kalkulierbar. Für unsere teils grossen Stehlunches/Apéros optimal. Sie haben die richtige Grösse und werden erst noch mit Schweizer Fleisch hergestellt.

Filip Zahorsky:

Mein Lieblingsprodukt sind die Äpfelchüechli. Die sind einfach perfekt saftig in der Konsistenz, haben einen hohen Fruchtanteil und sind wunderbar knusprig und sehr schnell zubereitet.

Marcel Ritter:

Mein Lieblingsprodukt ist das in Portugal sogenannte «Pasteis de Nata». Delicool verwendet die spanische Bezeichnung Pastel de Nata. Ich liebe Ethno-Küche und bin diesbezüglich etwas puritanisch. Das Produkt hat trotz Tiefkühlung eine vergleichbare Qualität wie die Pasteis de Nata aus der Fábrica de Nata in Lissabon. Wenn ich diese esse, fühle ich mich nach Lissabon versetzt.

Steffen Schreiber:

Die Mini-Cremeschnitten und -Berliner sind bei unseren Gästen sehr beliebt auf Dessert-Buffets bei Banketten.

9.

Zum Schluss: Welche Herausforderungen und Chancen sehen Sie in den nächsten Monaten?

Worauf freuen Sie sich besonders?

Marco Mugglin:

Mit der Eröffnung unserer Eventhalle im Mai 2022 werden wir unser Seminar- und Bankettangebot erweitern. Ganz klar werden uns auch die Ernährungsformen der Gäste beschäftigen, vegan ist ein grosses Thema, und unser Angebot dementsprechend versuchen anzupassen. Auf jeden Fall wird es uns allen grosse Freude bereiten, wieder aus dem Vollen schöpfen zu können.

Filip Zahorsky:

In den nächsten Monaten wird die grosse Herausforderung sein, alle Hochzeiten, Firmenälässe und Events, die pandemiebedingt verschoben wurden, durchzuführen und alle Mitarbeiter mit gesundem Druck wieder auf ein hohes Level zu bringen wie vor der Pandemie.

Marcel Ritter:

Ich freue mich riesig auf ein «normales» Betriebsjahr, ganz ohne Auflagen. Und ich hoffe, dass wir besonders im Frühling, Sommer und Herbst bei ausgezeichnetem Zoo-Wetter gute Dienstleistungen bieten können und unsere Besucherinnen und Besucher die einmalige Zoo-Atmosphäre geniessen.

Steffen Schreiber:

Wir freuen uns auf viele Hochzeits-, Geburtstags- und Familienfeiern, welche bereits reserviert wurden. Die Herausforderung liegt in der Gleichzeitigkeit der Anlässe. Somit wird weiterhin viel Flexibilität von uns gefordert sein. Unser Baumschul-Café ist sehr beliebt für die Durchführung von Hochzeiten, Geburtstagsfeiern oder anderen Anlässen mit festlichem Charakter, ebenso können dafür Gewächshäuser gemietet werden.



**ZOO RESTAURANTS GMBH,
ZÜRICH**



**ZULAUF GARTENCENTER AG,
SCHNINZNACH-DORF**