

## Käfer Capital beteiligt sich an OhJulia



Fotos: Käfer

Die Käfer Capital GmbH hat sich zum Januar 2017 mit 40 % an der Gastro & System GmbH, der Muttergesellschaft von OhJulia, beteiligt. Das operative Geschäft liegt auch zukünftig in den Händen von Gründer Marc Uebelherr. Käfer Capital bietet seinem neuen Partner jedoch weitreichende Unterstützung im administrativen Bereich. OhJulia bietet eine Kombination aus Urban Bakery, italienischem Restaurant und authentischem Markt mit Speisen wie von „La Mamma“. Die Käfer Capital GmbH wurde im Oktober 2016 als Tochtergesellschaft der Münchner Käfer Gruppe gegründet. Sie soll dem Konzern, der rund 1.300 Mitarbeiter in Gastronomie, Party Service und Handel beschäftigt und 2016 einen Umsatz von 131 Mio. Euro erwirtschaftete, über strategische Beteiligungen zu weiterem Wachstum verhelfen. „Wir wollen uns an Unternehmen beteiligen, deren Geschäft wir verstehen, die wir als innovativ ansehen und die von unserem Know-how profitieren können“, so Michael Käfer, Inhaber der Käfer Gruppe. Geschäftsführer der Käfer Capital ist Andreas Oberoi, der über weitreichende, internationale Erfahrung im Aufbau und in der Führung von anspruchsvollen Hotel- und Gastronomieprojekten verfügt.

## Stadtwerke Düsseldorf jetzt mit Klüh



Foto: Stadtwerke Düsseldorf

Klüh Catering übernimmt nun die „Energieversorgung“ der rund 2.000 Mitarbeiter der Kerngesellschaften der Stadtwerke Düsseldorf. An fünf Standorten gewährleistet der Caterer ein ausgewogenes Foodkonzept, zu dem auch vegetarische Produkte gehören: Gleich zu Beginn kamen mit der Aktion „I love green“ schmackhafte vegetarische Gerichte mit regionalen Frischeprodukten auf den Tisch.

Außerhalb der Hauptmahlzeiten werden die Mitarbeiter mit gesunden Snacks und frisch zubereitetem Kaffee versorgt. Auch beim Konferenz- und Vorstandsservice bei den Stadtwerken Düsseldorf leistet Klüh Catering mit dem Einkauf und der Lieferung von frischen Produkten Unterstützung.

## Portionierte Ampel-Kennzeichnung

Sechs Lebensmittelkonzerne setzen sich dafür ein, dass künftig auf den Verpackungen Angaben zum Nährwert von Portionen prominent platziert werden. Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) kritisierte den Ansatz. „Es gibt kein einheitliches Verständnis darüber, was eine Portion ist – Menschen essen nicht immer gleich große Portionen“, sagte vzbv-Vorstand Klaus Müller einer Mitteilung zufolge. Mit dem Vorschlag würde vielmehr „der Vergleich des Nährstoffgehalts erschwert und könne in die Irre führen“. Der vzbv forderte die Konzerne auf, einen einheitlichen Wert von 100 g oder 100 ml zu verwenden, um die Produkte besser vergleichen zu können.

Bundesernährungsminister Christian Schmidt (CSU) lehnt Ampel-Kennzeichnungen bisher ab. Seit Ende vergangenen Jahres müssen verpackte Lebensmittel in der EU durch eine einheitliche Nährwerttabelle gekennzeichnet werden. Dies gilt für den Brennwert (Kalorien), Fett, gesättigte Fettsäuren, Kohlenhydrate, Zucker, Eiweiß und Salz. Verbraucherschützer sehen weiterhin Schwächen der Vorgaben, da sie beispielsweise nicht für Alkohol gelten. (dpa)

## PERSONALENTWICKLUNG IN FAMILIENUNTERNEHMEN

# Vor-Leben als Schlüsseldisziplin

Was ist das Besondere an Familienunternehmen? Woraus ziehen sie die Kraft für ihren überdurchschnittlichen Erfolg? Als Arbeitgeber gewinnen viele von ihnen den Wettbewerb um gute Mitarbeiter. (Von Ulrike Kosessa)

Wer Michael, Britta, Daniela und Jonas Eberhardt zusammen erlebt, trifft auf ein freundliches, lebhaftes Team und eine angenehme persönliche Atmosphäre. Vier, die sich offenbar gut verstehen und ergänzen. Und die ein größeres Unternehmen bewegen, als die familiären Strukturen vermuten lassen: Mehr als 4.000 Mittagessen werden an verschiedenen Standorten produziert. Eine Größenordnung, die vor allem eines braucht: gute Mitarbeiter. Doch diese sind in der heutigen Zeit schwierig zu gewinnen. Für Michael Eberhardt ist das Finden und Binden von geeigneten Persönlichkeiten eine Herausforderung, aber kein Problem. Viele seiner rund 240 engagierten Mitarbeiter sind seit 10, 15 und mehr Jahren für den Caterer tätig. Ob im Einkauf, im Service oder in der Küche – Catering Management sprach mit Michael Eberhardt über sein „Geheimrezept“ im Umgang mit Mitarbeitern.



Michael und Britta Eberhardt. Foto: Michael Eberhardt

**Herr Eberhardt, in der Branche ist oft von ausgebrannten und demotivierten Köchen die Rede. Bei Ihnen nicht. Woran liegt das?**

Wir arbeiten sehr eng im Team und tauschen uns regelmäßig und häufig aus. So kann jeder seine Erfahrungen und Anregungen mit einbringen: Was kommt gut an, was nicht? Wie sehen die Trends bzw. Kundenwünsche aus? Mein Sohn Jonas Eberhardt ist ständig im operativen Geschäft, betreut die Köche an den Woks,

ist bei den Ausgaben mit dabei und bekommt so immer ein direktes Feedback. Das ist ein etwas anderer Bezug, als wenn ein Fremder diese Aufgabe übernimmt. Auch meine Frau Britta und meine Tochter Daniela sind ganz nah an den Mitarbeitern und am Gast. Wir alle haben Freude an unserer Arbeit und ich denke, wir strahlen das auch aus. Dieses Vor-Leben – multipliziert mal vier – wirkt sich sicher positiv auf die Leistungsbereitschaft und die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter aus.

## Was ist besonders in einem Familienunternehmen?

Allein unser kleiner Kern, vier Menschen aus zwei Generationen, bietet ein enormes Brainstorming-Potenzial. Wir probieren viel aus, Frontcooking, Grill, Pasta, Snacks, neue Rezepte, Verfahren und nicht zuletzt neue Zielgruppen (siehe Senioreneinrichtungen). Und wir verfügen über die Manpower, unsere Ideen dann im Team mit allen auch umzusetzen. Dabei verbindet uns ein gemeinsames Ziel: die Zufriedenheit unserer Gäste. Diese möchten wir mit hoher (Restaurant-)Qualität, mit frischen Produkten und einem zuvorkommenden Service erreichen. Wer mit und bei uns arbeitet, teilt diese klar definierten Werte. Ich denke, unser Familienunternehmen punktet auch in der Kundenbetreu-

tionen durchlaufen haben und heute als Kundenberater oder Betriebsleiter tätig sind. Im Übrigen haben 45 Prozent unserer Mitarbeiter einen Migrationshintergrund. Gerade von diesen Menschen sind viele bereits seit mehr als zehn oder zwanzig Jahren mit uns verbunden.

**Was fasziniert Sie an diesem Beruf? Und wie gelang es, diese Leidenschaft an Ihre Familienmitglieder weiterzugeben?**

Ich hoffe, dass ich in meinem Reden und Handeln so authentisch bin, dass meine Begeisterung für diesen Beruf abfärbt. Wichtig ist dieses Vor-Leben vor allem für meine Mitarbeiter. Meine Familie ist von sich aus auf derselben Wellenlänge wie ich, da ist keine Überzeugungsarbeit nötig. „Jeden Tag mit Leidenschaft“ so

## „Wer mit und bei uns arbeitet, teilt klar definierte Werte“

ung: Wo nicht einer von uns vieren vor Ort ist, sorgen langjährige, erfahrene Mitarbeiter für den konstruktiven Austausch mit den für die Verpflegung zuständigen Ansprechpartnern in Schulen, Kindergärten und Betrieben etc.

## Wie finden Sie neue Mitarbeiter? Bilden Sie selbst aus?

Häufig kommen Mitarbeiter über Empfehlungen zu uns. Aber da wir beständig wachsen, suchen wir regelmäßig Bewerber über klassische Anzeigen, Print und online. Natürlich bilden wir auch aus. Zurzeit sind das zwei Auszubildende als Koch. Wer einmal zum Team gehört, bleibt in der Regel auch sehr lange. Leistungsbereitschaft fördern wir durch gezielte Weiterbildung; hier bauen wir unter anderem auf die kompetente Unterstützung einer Personalentwicklerin. Ich kann mehrere Beispiele listen, in denen junge Menschen/Köche bei uns alle Sta-

haben wir folglich auch unser Firmenmotto benannt. Wir haben täglich mit Menschen, mit Speisen, Genuss und Gesundheit zu tun und bekommen immer ein direktes Feedback. Für uns ist das eine sehr sinnstiftende und verbundene mit Aspekten wie Logistik, Technik etc. auch ausgesprochen vielfältige Aufgabe.

## Ihr Unternehmen ist sehr stark gewachsen. Wie ist diese Größenordnung effektiv zu steuern?

Einerseits nur mit zuverlässigen Mitarbeitern und Partnern und einer gewissen Konstanz. Andererseits mit einer permanenten Optimierung. Dazu gehören nicht nur die Logistik und die Investition in Verfahren wie Cook & Chill. Jeden Tag werden die Speisen vor der Ausgabe verkostet und die Ergebnisse kommuniziert. Auch Grundprodukte unserer Speisen stellen wir immer wieder auf den Prüfstand, setzen verstärkt

## PERSONALIA



Foto: Dehoga

Rose Marie Wenzel, niederbayerische Bezirksvorsitzende des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA Bayern, erhielt am 8. März das Bundesverdienstkreuz am Bande für ihr langjähriges, herausragendes ehrenamtliches Engagement. Unter anderem war sie auf Landesebene Mitglied des Großen Vorstandes des DEHOGA sowie Landesrevisorin.



Foto: Welbilt

Frank Höck verstärkt Welbilt (vormals Manitowoc Foodservice) als neuer Ansprechpartner für Fachplaner und Planungsbüros. Höck ist seit 30 Jahren in der Branche und durchlief Stationen bei Hobart und Robot-Coupe, von 2003 bis 2016 war er im Vertrieb von Blanco Professional tätig. Durch seine Tätigkeit für die Verbände VdF, FCSI und HKI greift Höck auf ein breites Kontaktnetzwerk zurück.

Regine Doll ist neue Leiterin Innenarchitektur und Design bei der Aichinger GmbH, die sich auf Einrichtungen und Ladenbau in der Foodbranche spezialisiert hat. Doll war zuletzt Prokuristin und Kaufmännische Leitung beim Planungsbüro K & P in Düsseldorf.



Foto: Archiv



Foto: Julia Schwendner

Ralf Sander wechselt von Coca-Cola zur Enchilada-Gruppe: Der 47-Jährige wird neuer Leiter Expansion beim Gastronomieunternehmen aus Gräfenleng. Damit verbunden ist die Suche nach geeigneten Standorten für die schnell wachsende Gruppe sowie die Akquise neuer Geschäftsführer und Franchisenehmer.

Zum 15. März 2017 hat Dr. Hilmar Rudloff die Position des Technischen Vorstands bei der Palux AG in Bad Mergentheim übernommen. Dr. Rudloff blickt auf eine jahrelange erfolgreiche Tätigkeit in geschäftsführenden Positionen bei international tätigen Herstellern zurück, bis Ende 2016 war er Geschäftsführer bei Eloma. Seine Nachfolge dort hat zum Jahresbeginn bereits Mark Joseph Müller übernommen.



Foto: Palux



Foto: WMF Group

Ralf Heinz (44) ist neuer Verkaufsleiter Außenbereich Deutschland Süd bei der Elektrokleinräterpartie der WMF Group. Er ist seit mehr als 15 Jahren mit Stationen bei Media Markt, petra electric und De'Longhi erfolgreich in der Branche tätig. Letzte Station war die des Vertriebsleiters Zentralkunden bei De'Longhi Deutschland.

Frank Lenselink ist als Global Business Development Director beim Schweizer Hersteller von POS-Systemen 4POS eingestiegen. Er kommt aus dem Einzelhandel und war zuletzt bei Wincor Nixdorf Member of the Retail Board. Als ausgewiesener Experte wird er zukünftig die internationale Expansion vorantreiben.



Foto: 4POS

auf Nachhaltigkeit und regionale Produkte.

### Gab es im Laufe der 28 Jahre Ihrer Unternehmensführung Rückschläge? Wie sind Sie damit umgegangen?

Ich habe feststellen dürfen, dass man die Wertschätzung, die man anderen Menschen entgegenbringt, häufig zurückbekommt, aber manchmal eben auch nicht. Das ist halt das Leben. Was meinen beruflichen Werdegang betrifft, so habe ich zwei Ausflüge in den Bereich Restaurant unternommen.

Irgendwie möchte doch jeder Koch mal sein eigenes Restaurant führen. Ich habe dann aber nach ein paar Jahren gemerkt, dass es besser ist, mich wieder ganz auf das Catering zu konzentrieren. Mit einem eigenen Restaurant parallel zum Catering bleibt nicht einmal mehr ein freier Abend. Ich bin durchaus

experimentierfreudig, lenke diese Kraft aber nun in Richtung meiner Kernkompetenzen. Ein Beispiel sind meine noch recht jungen Aktivitäten im Feld der Seniorenverpflegung. Wichtig ist es, sich bei allem unternehmerischen Geist nicht zu verzetteln.

### Was sind wesentliche Faktoren für den Erfolg Ihres Unternehmens?

Am wichtigsten ist für mich die Zufriedenheit des Gastes. Daher ist es Aufgabe unserer Kundenbetreuung, die Verantwortlichen in der Gemeinschaftsverpflegung davon zu überzeugen, wie positiv sich eine schmackhafte, die Gesundheit und das soziale Miteinander fördernde Verpflegung auf die Unternehmenskultur auswirken kann.

Allein die Einrichtung eines Betriebsrestaurants oder eines Bistros empfinden die meisten Mitarbeiter

als echte Wertschätzung seitens der Unternehmensführung. Hier leistet unser familiäres Team gute Überzeugungsarbeit. Letztlich ist es dann aber der Gast, der sagt, wie ihm das, was er auf dem Teller hat, schmeckt.

### Was würden Sie jungen Menschen raten, die einen Berufsweg in der Gemeinschaftsverpflegung anstreben?

Sich zunächst im Rahmen eines Praktikums mal alles in Ruhe anzuschauen. Die Systemgastronomie bzw. das Catering bieten einen kreativen, vielfältigen Beruf mit direktem Feedback.

Zudem sind die Arbeitszeiten im Vergleich zur Hotellerie bzw. Gastronomie gut mit dem gestiegenen Bedürfnis der jungen Menschen nach Familie, Freizeit und Selbstverwirklichung zu vereinen.

## Familienunternehmen als bessere Arbeitgeber

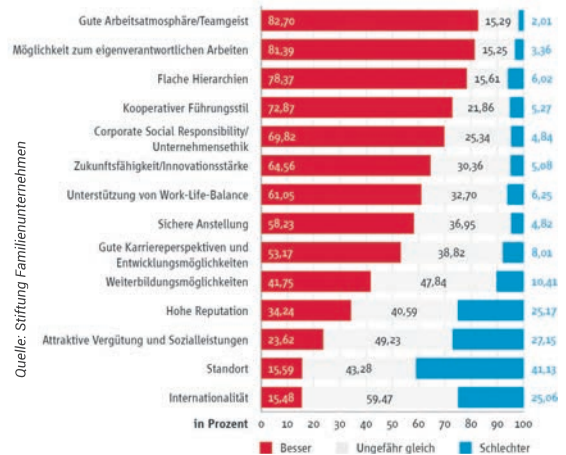
Stolze 91 % der Firmen in Deutschland sind in Familienbesitz. Dazu gehören kleine und mittelgroße Unternehmen, aber auch fast 200 Umsatz-Milliardäre. Diese Mischung aus regional verwurzelten und international aufgestellten Familienbetrieben ist ein Grund für die Stärke der deutschen Wirtschaft. Allein die 500 größten Familienunternehmen zahlen fast genauso viel an Ertragsteuern wie die 27 Dax-Unternehmen, die nicht von Familien kontrolliert werden (Quelle: Stiftung Familienunternehmen, München 2017).

Das Personalmanagement ist ausschlaggebend für den Erfolg: Familienunternehmen denken mehr als die meisten anderen Firmen darüber nach, wie sie mit komplexen Herausforderungen der Corporate Governance (Grundsätze der Unternehmensführung) umgehen und sorgen dafür, dass sie die geeigneten Mitarbeiter für die jeweiligen Aufgaben einstellen, so das Ergebnis einer Untersuchung von Ernst & Young GmbH. Was wünschen sich hochqualifizierte Fach- und Führungskräfte von ihrem künftigen Arbeitgeber? Die Studie „Familienunternehmen als Arbeitgeber“ der

TU München, die im Auftrag der Stiftung Familienunternehmen erstellt wurde, bilanziert: 82,7 % der Befragten sehen die besseren Voraussetzungen für eine „gute Arbeitsatmosphäre und Teamgeist“ in Familienbetrieben, gleiches gilt für Karriereperspektiven und Entwicklungsmöglichkeiten (54,2 %). Beim Thema Vergütung erwarten

sind dabei besonders attraktiv. Anders als vielfach unterstellt, ist Work-Life-Balance für die heutigen Fach- und Führungskräfte nicht das Wichtigste im Job.

Sie sind leistungsbereit und wissensdurstig, so eine Kernaussage der Studie. Die Möglichkeit zur Weiterbildung liegt auf Platz fünf



50 % ungefähr gleiche Rahmenbedingungen. Junge Akademiker gaben an, dass bei neun von 14 abgefragten Kriterien, Familienunternehmen aus ihrer Sicht als die besseren Arbeitgeber abschneiden als große Konzerne im Streubesitz. Eigenverantwortliches Arbeiten und flache Hierarchien

im Ranking der Top-Faktoren bei der Arbeitgeberwahl. Auch das passt; denn Weiterbildung steht bei den meisten Familienunternehmen ganz oben auf der Prioritätenliste und ist ein wesentlicher Aspekt zur Mitarbeiterbindung sowie zum Erfolg des Unternehmens.

## Michael Eberhardt Catering

Der gelernte Koch Michael Eberhardt gründete sein Unternehmen im Jahr 1989, die Michael Eberhardt Catering GmbH hat ihren Sitz in Düsseldorf. Mit 240 Mitarbeitern beliefert sie im Großraum Rhein-Wupper 168 Kindergärten und Schulen sowie 10 Seniorenheimen und betreibt zudem diverse Betriebsrestaurants bzw. -Bistros.

Viele zufriedene Kunden zählt das bio-zertifizierte Unternehmen auch im Bereich Eventcatering & Partyservice. Das Umsatzvolumen belief sich 2016 auf 7,1 Mio. Euro (+18 % gegenüber 2015). Rund 10 % davon entfallen auf den Bereich Event-Catering. Für das Jahr 2017 ist die Einrichtung einer neuen Kochzentrale in Wuppertal geplant.

[www.catering-eberhardt.de](http://www.catering-eberhardt.de)



Daniela und Jonas Eberhardt. Foto: Michael Eberhardt

TRANS-GOURMET  
über  
CHANCEN

Erfahren Sie mehr über unsere Bio-Waldlandputen

## ZUKUNFT BRAUCHT HERKUNFT.

Die wachsende Sehnsucht nach regionalen und nachhaltig produzierten Lebensmitteln hat Handel und Gastronomie völlig neue Umsatzchancen eröffnet.

Chancen, die wir konsequent nutzen: Ob Bio-Waldlandpute aus Mecklenburg, Chursdorfer Büffelmilchkäse oder Hasetaler Edelmilch – mit unserer Transgourmet

Marke Ursprung fördern wir den ökologischen Landbau, setzen uns für eine artgerechte Tierhaltung ein und unterstützen den Erhalt heimischer Kulturlandschaften.

Wenn also zukünftig immer mehr Regionalität auf dem Teller landet, wird das nicht nur heimatverbundenen Genießern schmecken.



TRANS-GOURMET