



KOMPLEXITÄT
NIMMT ZU

25 JAHRE
S&F
JUBILÄUMSAUSGABE

TROTZ PERSONALMANGEL ÜBER 35 GERICHTE À LA CARTE ANBIETEN? GANZ EINFACH! MIT COMPACT X.



Neu und genial:
Das gastronomische
Ein-Handgriff-Menü.



- ✓ Leckere Auswahl wie im Restaurant
- ✓ Das Genuss-Erlebnis mit Wow-Effekt
- ✓ Mit minimalem Aufwand in der Küche
- ✓ Mit maximaler Kostenkontrolle

Schauen Sie sich das genauer an:



www.apetito.de/xEinHandgriff

apetito

Herzlich Willkommen in der Familie...

Ich freue mich, dass sich S&F der Buyers Edge Plattform angeschlossen hat.

Ich kenne Ully und Marcus jetzt seit fast 8 Jahren. In dieser Zeit hat mich sehr beeindruckt, was sie und das Team von S&F auf dem deutschen Markt geschaffen haben.

Als ich letztes Jahr bei Buyers Edge einstieg, um die europäischen Aktivitäten zu leiten, gehörten Marcus und Ully zu den ersten Leuten, die ich anrief. Auf dem S&F-Symposium im vergangenen Oktober haben wir erste Gespräche über eine mögliche Zusammenarbeit zwischen S&F und Buyers Edge geführt. Das Potenzial lag für beide Seiten auf der Hand – das Potenzial, das darin steckte, den hervorragenden Ruf und die ausgezeichneten Lieferanten- und Kundenbeziehungen von S&F auf dem deutschen Markt mit der Software, der globalen Kaufkraft und den Ambitionen von Buyers Edge zusammenzubringen, um das Hotel- und Gastronomiegewerbe in unterschiedlichen Branchen und europäischen Ländern zu unterstützen.

Wir wissen, wie wichtig die Zusammenarbeit in einer zunehmend komplexen Welt ist. Gemeinsam verfügen wir nun über eine europäische Präsenz in Deutschland, Schweden und Großbritannien, die in den kommenden Monaten auf die Niederlande und die Schweiz ausgeweitet werden soll. Damit sind wir in der einzigartigen Lage, alle unsere Kunden und Partner in der Lieferkette an mehr Orten zu unterstützen als jeder andere - und Ihnen das Fachwissen und den Wert zu liefern, den Sie von S&F kennen und lieben gelernt haben.

Diese Veränderungen, mit denen wir alle konfrontiert sind, müssen kritisch, aber auch weitsichtig betrachtet werden. Entscheidend wird es sein, das Angebot der Warm- und Zwischenverpflegung flexibel an den Bedürfnissen aller auszurichten sowie diesen modernen und kreativen Lösungen zu begegnen.

Buyers Edge Plattform wurde 1998 von John Davie gegründet. Bis heute, im 26. Jahr seines Bestehens, ist das Unternehmen in Familienbesitz und -führung. Auch unsere Mission ist heute noch dieselbe wie damals im Jahr 1998: bessere Geschäftsergebnisse für unsere Stakeholder in der Foodservice-Branche zu erzielen.



DANIEL WILSON
PRESIDENT - EUROPE
BUYERS EDGE PLATFORM

Lieber Marcus, lieber Ully,

*meinen persönlichen Glückwunsch an Euch zum
25.-jährigen S&F-Firmenjubiläum und auf viele
gute gemeinsame
Jahre miteinander.*

Euer Daniel

Glückwünsche aus der Branche zum 25. S&F-Firmenjubiläum



Herzlichen Glückwunsch zum 25-jährigen Jubiläum von S&F!

Es war mir eine Ehre, im letzten Jahr auf dem Symposium eine Keynote über das Thema Digitalisierung in der Gastgeberbranche zu halten. Beim nächsten S&F Symposium gehen wir noch einen Schritt weiter und sprechen über Künstliche Intelligenz in der Gemeinschaftsverpflegung. Ich freue mich auf viele weitere Jahre innovativer Zusammenarbeit und gemeinsamer Erlebnisse.

Mit besten Grüßen,

Markus Wessel

Digitalisierungs-Experte und Podcaster | <https://kuechenherde.com/>



Lieber Marcus, lieber Ulrich, liebes S&F-Team,

herzlichen Glückwunsch zu 25 Jahren Erfolg, Innovation und Hingabe! Euer Engagement in der Gemeinschaftsverpflegung, Eure offenen und transparenten Ansätze sowie Eure nachhaltigen Lösungen sind beeindruckend.

Danke, dass ich an der einen oder anderen Stelle Teil dieser Reise sein durfte. Ich freue mich auf viele weitere erfolgreiche Jahre mit Euch. Eure Vision und Leidenschaft sind eine Inspiration für uns alle.

Alles Gute weiterhin!

Heico Beumer

Leiter Gastronomie bei der DB Gastronomie (Deutsche Bahn AG)



Lieber Marcus, lieber Ullly,

Was für eine beeindruckende Leistung!
Seit 25 Jahren seid ihr in einem herausfordernden Umfeld selbstständig und bereichert die Branche mit eurem wertvollen Input, Know-how und innovativen Ideen. Eure Veranstaltungen sind stets eine Bereicherung für alle, und der Innovationspreis ist eine inspirierende Quelle für alle und ein Erfolg. Vielen Dank, dass wir als F&B Heroes immer Teil eures Weges sein dürfen.

Ich wünsche euch und eurem Team alles Gute für die nächsten 25 Jahre voller Freude

Liebe Grüße

Jean

Jean Georges Ploner, F&B Heroes



Lieber Marcus Seidl, lieber Ulrich Fladung,

ich beglückwünsche Sie zu Ihrem 25jährigem Jubiläum der S&F Gruppe. Über alle gemeinsamen Jahre war und ist Ihr Unternehmen ein verlässlicher und kompetenter Partner im modernen Verpflegungsmanagement.

Ich wünsche Ihnen für die nächsten 25 Jahre weiterhin viel Erfolg.

Jens Voges (A-GKE)

Volkswagen Group Services GmbH | A-GKE
Leiter Geschäftsfeld Event & Gastronomie



Lieber Marcus, lieber Ullly und liebes S&F-Team,

herzlichen Glückwunsch zum 25. Jubiläum!
Eure Vision, harte Arbeit und euer Engagement haben diesen beeindruckenden Meilenstein möglich gemacht. Danke für die erfolgreichen Jahre und die gemeinsame Reise. Auf viele weitere Jahre voller Wachstum und Innovation!

Erik A. Leonavicius

Inhaber und Geschäftsleitung Strategieberatung
und der Branchenlösung
REINVENTIS (www.reinventis.com)
RESTAURANTMARKETING (www.restaurantmarketing.de)





**Lieber Marcus,
lieber Ulrich,**

25 Jahre Beratung
25 Jahre Unterstützung
25 Jahre Freundschaft

Meinen ganz herzlichen Glückwunsch und ein persönlich großer Dank für 25 Jahre positive Wegbegleitung.

Lieben Gruß

Udo Krause
Geschäftsführer
GourmetPlan GmbH



Die Jugendherbergen in Rheinland-Pfalz und im Saarland möchten Ihnen zum 25-jährigen Firmenjubiläum unsere innigsten Glückwünsche übermitteln.

Eine beständige Wertekultur ist ein Grundstein für langfristigen Erfolg. Wir freuen uns darauf, diese Werte auch in Zukunft mit der Firma S&F zu teilen.

Vielen Dank für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und weiterhin alles Gute für die weitere Zukunft.

Detlef Schmand
Kaufmännischer Leiter
Die Jugendherbergen
in Rheinland-Pfalz und im Saarland



Herzlichen Glückwunsch, lieber Ully, lieber Marcus an Euch und eure S&F Consulting zum 25-jährigen Jubiläum!

Wir danken euch sehr herzlich für die tolle Zusammenarbeit und eure Unterstützung in den letzten 13 Jahren. Euer Unternehmen, eure Kompetenz und eure fachlichen Impulse sind aus unserer Branche nicht wegzudenken.

Wir wünschen euch viele weitere Jahre, viel Erfolg und Wachstum für euch und euer S&F-Team!

Herzliche Grüße aus Köln

Merle Losem
DGGB - Deutsche Gesellschaft für berufliche Bildung mbH

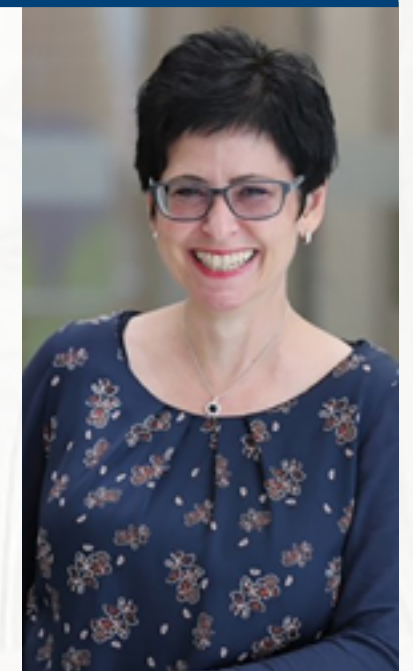


Wir freuen uns, S&F zum 25-jährigen Jubiläum gratulieren zu können. Wir wünschen S&F weiterhin innovative Ideen für die Weiterentwicklung des Unternehmens und wünschen dabei viel Erfolg.

Unsere bisherige harmonische Zusammenarbeit ist geprägt von individuellen, auf unsere Bedürfnisse zugeschnittene Lösungen. S&F ist für uns ein wichtiger Partner bei der Transformation in das digitale Einkaufs- und Versorgungsmanagement.

Gleichzeitig möchten wir uns für die wertvolle Zusammenarbeit in den letzten Jahren bedanken und sehen mit Freude weiteren gemeinsamen Projekten entgegen.

Elke Kailer-van de Pas
Leiterin strategischer Einkauf
Samariterstiftung Nürtingen



Wie Komplex ist unsere Gastwelt geworden und was müssen wir tun?

Der Wandel hat viele Facetten, doch was ist der richtige Weg und worauf müssen wir achten?

Wie komplex ist unsere Gastwelt geworden und was müssen wir tun?

Der Wandel hat viele Facetten, doch was ist der richtige Weg und worauf müssen wir achten?

Im Wandel der Zeit bleibt ein Faktor in der Gastronomie beständig: der Gast steht im Mittelpunkt unseres Handelns.

Das gemeinsame Essen hält – trotz starker Veränderungen und Prägungen im Lauf der Zeit – einen bedeutenden Stellenwert in unserer Gesellschaft. Es ist vor allem ein wichtiger sozialer Aspekt, der die Bindungen und den Austausch zu unseren Mitmenschen fördert und Beziehungen stärkt.

Unsere Branche verändert sich ständig und steht immer wieder neuen Herausforderungen gegenüber, aus gewachsenen Küchenstrukturen und jahrzehntelang erfolgreichen, teils starren Konzepten entwickeln sich flexible Modelle und individuelle und personalisierte Angebote, die ein deutlich breiteres Spektrum abbilden.

Gleichzeitig bestimmen Themen wie steigende Kosten in den Bereichen Lebensmittel, Personal und Energie sowie der Fachkräfte- und Personalmangel die tägliche Agenda der Verantwortlichen. Innovative Lösungen sowie der Einsatz von KI und kreative Start-up-Ideen, geben eine optimistische Perspektive, die den Teams Freiräume schafft, verstärkt wieder als Gastgeber präsent sein zu können.

Die Teams sind das wertvollste Kapital jedes Unternehmens, da der Erfolg maßgeblich von den Fähigkeiten und der Wertschätzung der Teams abhängt. Der Faktor Employer Branding gewinnt zunehmend an Bedeutung, sowohl im Recruiting als auch für langjährige Teams.

Ein zentrales Element für jede Gastronomie bildet der Bereich Nachhaltigkeit, der zunehmend eine bedeutende Rolle einnimmt. Die Verantwortung und die Hebel, die in der Gastronomie mit einer stringenten Nachhaltigkeitsstrategie freigesetzt werden können, sind enorm.

Nachhaltigkeit bedeutet oftmals auch Veränderung und Anpassung von Gewohnheiten, weshalb eine klare und transparente Gästekommunikation von entscheidender Bedeutung ist, um gemeinsam mit unseren Gästen den Schulterschluss für eine bessere Welt von morgen zu üben.

Veränderung ist der Schlüssel zur Entwicklung. Wer immer tut, was er schon kann, bleibt immer das, was er schon ist.



Sascha Witt
Geschäftsführung Bayer Gastronomie

Gesunde Ernährung beginnt im Geldbeutel

Das Verständnis für gute und gesunde Ernährung ist höher denn je. Gleichzeitig stehen viele Menschen vor finanziellen Herausforderungen. Dass gesunde Ernährung mit dem Geldbeutel zusammenhängt, wird auch in der Kinderverpflegung deutlich: Obwohl sie zufrieden sind, fordern Eltern den Wechsel zu günstigeren Caterern. Doch wie soll man Kinder gut ernähren, wenn der Preis nicht angemessen ist? Die Kosten für hochwertige Lebensmittel steigen unproportional zu den Verkaufspreisen. Hinzu kommen Zertifizierungen und Auflagen. LEHMANNs begegnet dieser Komplexität durch Expansion, einer Einkaufsgemeinschaft, Eigenmarke-Produkten und stetiger Prozessoptimierung. Diese Hebel sind endlich! Langfristig ist eine hochwertige Kinderverpflegung für alle nur durch staatliche Subvention möglich.



Günther Lehmann
Geschäftsführung LEHMANNs Gastronomie GmbH

In der Gemeinschaftsverpflegung zwingt der akute Fachkräftemangel zu neuen Lösungen. Dezentral geführte Küchen sind nicht mehr haltbar, da der Markt nach zentralisierten Systemen ruft. Diese bieten nicht nur einen höheren Wirkungsgrad, sondern sichern auch durch standardisierte Einkaufsprozesse eine konstant hohe Lebensmittelqualität. Die Einführung standardisierter, hochqualitativer Versorgungskonzepte ist daher essenziell, um wirtschaftlich bestehen zu können. Nur so können Gastronomiebetriebe den steigenden Anforderungen gerecht werden und langfristig in unserer Branche erfolgreich sein.



Marco Arras
Geschäftsführer der AGAPLESION CATERING gGmbH

Wie komplex ist unsere Gastwelt (Betriebsgastronomie) geworden und was müssen wir tun?

Home Office-New Work Model-Work Life Balance-Employer Branding-Diversität-Nachhaltigkeit z.B.: regional, saisonal, Tierwohl, Bio, Ressourcenschonung, CO2 u.v.m. - Transparenz - hoher Frischegrad-BIO- unterschiedlichste Ernährungsformen z.B. vegan, vegetarisch, Low Carb, u.v.m.- Unverträglichkeiten-Allergien-HACCP-zunehmende Regulatorik und Bürokratie-Digitalisierung-Wirtschaftlichkeit-stets steigender Qualitätsanspruch-abwechslungsreicher Speiseplan-Wohlfühl-atmosphäre-Fachkräftemangel-zufriedene Mitarbeiter:innen-Gästebegeisterung. Es wird uns nicht helfen die Anforderungen an uns und die steigende Komplexität zu bejammern. Nehmen wir lieber die Veränderung an! Hinter jedem einzelnen Schlagwort steht auch die Chance eine Lösung unsererseits zu finden und für eine steigende Attraktivität der Unternehmen, für die wir tätig sind, beizutragen. Somit werden wir, ohne zum eigentlichen Kernprozess zu gehören, zum einen der Keyplayer.



Egmont Merté Head of Hospitality & Gastronomy
Real Estate Solutions // Allianz One GmbH; Location: München Schwabing

Vom Kellergeschäft zum Milliarden-Dollar-Business: Die Story von Buyers Edge Platform

Die inspirierende Geschichte von Buyers Edge Platform ist der Inbegriff des klassischen American Dream. Seine Anfänge nahm das Unternehmen nämlich nicht in einem hochmodernen Büro, sondern in einem bescheidenen Untergeschoss in New York.

John Davie, der visionäre Gründer des Unternehmens, hatte schon seit seiner Studienzeit an der New York University einen ausgeprägten Unternehmergeist. Aber so inspirierend New York City auch war, für ein Startup war es nicht der ideale Ort. Stattdessen führten seine Pläne Davies zurück nach Rochester im Staat New York, wo sein Vater, ein erfahrener Unternehmer, lebte. Sie hatten ein gemeinsames Ziel: die Voraussetzungen für unabhängige Restaurants zu verbessern, denen die zunehmende Dominanz von Ketten wie Olive Garden und Applebee's zu schaffen machte.

Mit begrenzten finanziellen Mitteln, aber umso mehr Ehrgeiz machte sich Vater und Sohn auf eine Reise zu neuen Ufern. Das Kellergeschoss des Hauses von Davies Vater wurde zum unwahrscheinlichen Hauptquartier für Dining Alliance, dem Vorläufer von Buyers Edge Platform. Und die ersten Mitarbeiter? Die Hunde von John, deren Anwesenheit zwar treu, aber bei der Aushandlung komplexer Lieferkettenverträge wenig hilfreich war.

Finanzielle Engpässe waren in den Anfangsjahren die Regel. Das Unternehmen hatte seine Höhen und Tiefen und schrieb häufig rote Zahlen. Doch Hartnäckigkeit und das unbeirrte Streben nach einer Lösung für unabhängige Restaurants hielten den Traum am Leben. Der Durchbruch kam 2004, als die anhaltende Rentabilität die Einstellung des ersten Mitarbeiters des Unternehmens, Joe Guadagnino, ermöglichte, der bis heute ein geschätztes Mitglied des Buyers Edge Platform-Teams ist.

Auf dem Weg zum Erfolg gab es immer wieder Stolpersteine. Dabei lernte das Unternehmen zahlreiche Lektionen, machte Fehler und änderte seine Ausrichtung. Aber diese Erfahrungen haben zu einer Unternehmenskultur geführt, die auf Agilität und Anpassungsfähigkeit beruht - Kernprinzipien, die Buyers Edge Platform auch weiterhin antreiben.

Heute hat sich Buyers Edge Platform zu einem internationalen Unternehmen entwickelt, das über 1.000 Mitarbeiter in mehreren Ländern beschäftigt. Das Souterrainbüro wurde durch eine florierende Unternehmensstruktur ersetzt, und der ursprüngliche Traum, unabhängige Restaurants zu unterstützen, hat sich zu einer weitreichenden Plattform entwickelt, die einen Wandel in der gesamten Foodservice-Branche bewirkt hat.



Von links: Patrik Waxin (Co-owner BEP Europe), Marcus Seidl, John Davie (Präsident und Gründer von Buyers Edge Plattform), Ulrich Fladung, Daniel Wilson (President Europe), Joseph Corrigan (General Counsel und VP of Strategic Relations), Magnus Patrikson (Co-owner BEP Europe) und Christian Fladung (Rechtsbeistand der S&F)

DIE ENTWICKLUNG DER BUYERS EDGE PLATFORM



Buyers Edge Platform bedient den US-Markt, indem es Lieferanten, Vertragsnehmer und Einkaufsdaten zusammenbringt, um es den Betreibern von Gastronomiebetrieben (Restaurants, Hotels, Casinos, Universitäten usw.) einfacher zu machen, ihre Preise für die täglich eingekauften Lebensmittel und Waren niedrig zu halten.

Buyers Edge Platform gliedert sich in vier Bereiche:

1. Digitales Beschaffungsnetzwerk: Bietet Betreibern sofortige Kosteneinsparungen und Cashback-Rabatte beim Einkauf.
2. Frischprodukte-Bereich: Auf den Einkauf von Obst und Gemüse, lokale Beschaffung und Lebensmittelsicherheit spezialisiert.
3. Lieferketten-Management: Bietet Full-Service-Beschaffung, kundenspezifische Auftragsvergabe und Liefersicherheit.
4. Software-Lösungen: Bietet intelligente Software zur besseren Sichtbarkeit der Geschäftsabläufe und zur Rationalisierung von Prozessen wie Ausgabenmanagement, Vertragswesen, Buchhaltung, Rezeptkalkulation und Gehaltsabrechnung.

In den letzten zwei Jahren hat es sich Buyers Edge Platform zur Aufgabe gemacht, dieses Angebot auf den europäischen Markt zu bringen, angefangen mit der Übernahme eines Unternehmens in Schweden, dann in Großbritannien und jetzt in Deutschland. Das Unternehmen hat seine Wurzeln in einer Förderung des Unternehmertums, in der Akzeptanz und Wertschätzung aller Menschen und in der Überzeugung, dass die Arbeit Spaß machen und spannend sein soll. Der im Keller entstandene Traum lebt heute in mehr als 10 Büros weiter. In einigen sind sogar noch Hunde willkommen.



Gruppenbild der S&F: Die S&F freut sich mit Buyers Edge als starker Partner an der Seite für unsere Kunden und Lieferanten da zu sein!

ONLINE KAUFEN: METRO.DE

DER ONLINE-MARKTPLATZ* FÜR DEINEN GASTRONOMIEBEDARF



MARKEN- & PRODUKTVIELFALT:
MEHR ALS 700.000 ARTIKEL & 2.400
TOP-MARKEN AUS ÜBER 800 KATEGORIEN



MEHR KAUFEN, WENIGER ZAHLEN:
KOSTENVORTEILE DURCH MENGENRABATTE



LIEFERUNG AN DEINEN WUNSCHORT:
ONLINE BESTELLEN UND
BEQUEM LIEFERN LASSEN



UNSERE TOP-KATEGORIEN

**GASTRO
CHAFING DISHES**
ÜBER 200
PRODUKTE ONLINE

GESCHIRR
ÜBER 3.400
PRODUKTE ONLINE

REINIGUNGSMITTEL
ÜBER 1.600
PRODUKTE ONLINE

WEINGLÄSER
ÜBER 700
PRODUKTE ONLINE

SERVETTEN
ÜBER 4.200
PRODUKTE ONLINE

**GASTRO
KÜHLSCHRÄNKE**
ÜBER 500
PRODUKTE ONLINE

BLENDER & MIXER
ÜBER 700
PRODUKTE ONLINE

TÖPFE & PFANNEN
ÜBER 3.400
PRODUKTE ONLINE

🔍 Lagerbestand auffüllen

🟢 BESTELLT:

Nutze ein effizientes Bestellsystem, um Deinen Lagerbestand optimal aufzustocken und Zeit sowie Ressourcen zu sparen.

🟢 GELIEFERT:

Pünktliche Lieferungen für eine reibungslose Aufstockung und maximale Kundenzufriedenheit.

🟢 AUFGEFÜLLT:

Gewährleiste eine kontinuierliche Produktverfügbarkeit und einen reibungslosen Geschäftsbetrieb durch gezieltes Auffüllen Deines Lagerbestands.

**JETZT
ENTDECKEN**



METRO

*Ein Angebot der METRO Markets GmbH,
Ria-Thiele-Straße 2a, 40549 Düsseldorf.



Gemeinsam stärker: Warum Kooperation die Antwort auf Komplexität ist

Hunderte Verbände, Interessenvertreter und NGOs wollen heute direkt mit politischen Entscheidungsträgern in Kontakt treten. In einer Zeit, in der Social Media und klassische Medien die Informationsfülle verstärken, ist es schwieriger denn je, mit einzelnen Themen durchzudringen. Deshalb brauchen wir als Gastwelt die Power und das Gewicht vieler, um im Konzert der vielen Meinungen Gehör zu finden. Unsere Herausforderungen erfordern politische Unterstützung und Partnerschaft. Genau hier setzt unsere Kampagne #HerzUnsererGesellschaft an.

Zum ersten Mal ist gelungen, über 44 Verbände, die Gewerkschaft NGG und mehr als 150 Geldgeber aus allen Bereichen der Gastwelt – von Tourismus über Hospitality über Foodservice und der Freizeitwirtschaft – an einen Tisch zu bringen und hinter einem gemeinsamen Ziel zu vereinen: Verlässliche Rahmenbedingungen für die Gastwelt.

Was viele politische Entscheider -leider- nicht sehen: Die Gastwelt ist nicht nur ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, sondern auch zentral für den sozialen Austausch und die Gemeinschaft. Unsere Kampagne will das vermitteln. Es geht eben nicht nur um Steuersätze, sondern um ein tiefes Verständnis für den Stellenwert unserer Branche.

Denn es gilt: Nur wer die Wichtigkeit kennt, kann sein politisches Handeln auch daran ausrichten. Proaktives Handeln ist deshalb gefragt, insbesondere im Vorfeld der Bundestagswahl 2025. Jetzt werden die Themen gesetzt, die die politische Agenda der kommenden Jahre bestimmen werden: Arbeitskräfte, ein guter steuerlicher Rahmen und eine erhöhte politische Bedeutung sind unsere zentralen Punkte.

Auch der Bundeshaushalt 2025 und der politische Druck aufgrund von Finanzierungsrisiken machen es notwendig, dass wir jetzt handeln. Sicherheit, Rüstung und Klimaschutz werden Priorität haben, oft zulasten anderer Bereiche. Hier gilt es präventiv zu handeln, und das gelingt besser in Allianzen. Die Unterstützung der Gewerkschaft NGG zeigt, dass auch Partner mit oft konträren Auffassungen gemeinsam an einem Strang ziehen können, wenn es dem Großen und Ganzen dient.

Unsere Kampagne #HerzUnsererGesellschaft ist auch ein Signal nach innen. Sie zeigt, dass wir gemeinsam stärker sind und durch Kooperation die großen Herausforderungen unserer Zeit bewältigen können. Cooperation matters: Diese Botschaft geht auch an die Politik. Eine geeinte Branche mit inhaltlicher Klarheit wird dort für mehr Zugang und Durchsetzungskraft sorgen.



Beitrag von:

Dr. Marcel Klinge

Vorstandssprecher der Denkfabrik DZG/
Bundestagsabgeordneter von
2017 bis 2021 / Gastdozent

AUSSCHREIBUNG DER KRANKENHAUSVERPFLEGUNG:

Wie die Tierhaltungskennzeichnung zu ethischeren Speiseplänen beiträgt

Die Ausschreibung der Verpflegung in Krankenhäusern, oder in sonstigen Betriebsstätten unserer Gastwelt, stellt eine komplexe Aufgabe dar, die neben der Sicherstellung einer ausgewogenen und gesunden Ernährung zunehmend ethische Aspekte berücksichtigt. Ein zentraler Punkt ist die Einbindung der Tierhaltungskennzeichnung, ohne auf Bio-Produkte angewiesen zu sein. Durch die Implementierung von Fleisch und Fleischprodukten aus artgerechter Tierhaltung kann die Verpflegung nachhaltig und ethisch verantwortungsvoll gestaltet werden.

Doch wie effektiv und transparent ist die staatliche Tierhaltungskennzeichnung wirklich?

Die Tierhaltungskennzeichnung informiert transparent über die Herkunft und Haltungsbedingungen der Tiere. In Deutschland regelt das Tierhaltungskennzeichnungsgesetz (TierHaltKennzG) die Klassifizierung von Fleischprodukten.

Besonders die Stufen „Auslauf/Weide“ und höher stehen für artgerechte Tierhaltung. Deutschland war eines der ersten Länder, das ein gesetzliches Kennzeichnungssystem für die Tierhaltung einführt, um Transparenz für Verbraucher zu schaffen und die Nachfrage nach ethisch produzierten Lebensmitteln zu steigern.

Eine effektive Methode zur Integration der Tierhaltungskennzeichnung bei Ausschreibungen von Krankenhaus-

verpflegung besteht darin, einen festen Prozentsatz des Wareneinsatzes für Fleisch aus artgerechter Tierhaltung als Forderung festzulegen. Für Hühnerfleisch kann dies durch Bruderhahnhaltung erreicht werden, bei der auch männliche Küken aufgezogen werden. Kritiker bemängeln jedoch, dass die Bedingungen für die männlichen Küken oft nicht wesentlich besser sind als in konventioneller Haltung und dass Nachbesserung Bedarf besteht.

Für Schweinefleisch empfiehlt sich die Verwendung von Produkten, die mindestens die Tierhaltungsstufe „Auslauf/Weide“ erfüllen, wobei auch hier kritische Stimmen die Kontrolle und Umsetzung dieser Standards hinterfragen. Sollte das Tierhaltungskennzeichnungsgesetz auf weitere Tierarten oder verarbeitete Produkte ausgeweitet werden, sollten Ausschreibungsbedingungen flexibel gestaltet sein, um diese neuen Anforderungen integrieren zu können.

Studien zeigen, dass Fleisch von Tieren aus artgerechter Haltung oft besser schmeckt und nährstoffreicher ist. Krankenhäuser, die auf ethisch verantwortungsvolle Verpflegung setzen, können sich zudem positiv abheben. Patienten und Mitarbeiter nehmen dies häufig positiv wahr, was zur allgemeinen Zufriedenheit und zum Image der Einrichtung beiträgt. Eine Umfrage ergab, dass über 60% der Deutschen bereit sind, mehr für Fleischprodukte zu zahlen, wenn die Tiere unter besseren Bedingungen gehalten wurden.



[Der rechts neben den Haltungsformen abgebildete QR-Code bietet einen direkten Zugang zu detaillierten Informationen über die jeweiligen Haltungsbedingungen. Durch das Scannen des QR-Codes gelangen Nutzer direkt zu den entsprechenden Daten auf der Website www.tierhaltungskennzeichnung.de/scan, die spezifisch über die Haltungsform informiert.]

Bild 1: BMEL



Bild 2: Uwe Thiele / OpenAI

Wussten Sie, dass kleine Betriebe oft innovativer und flexibler sind, wenn es um nachhaltige Landwirtschaftsmethoden geht?

Der gezielte Einkauf von Fleisch aus artgerechter Tierhaltung unterstützt zudem lokale Bauern, die nachhaltige Methoden anwenden. Kleine Betriebe spielen eine entscheidende Rolle bei der Förderung der Biodiversität und der Erhaltung traditioneller landwirtschaftlicher Praktiken. Eine Herausforderung bei der Beschaffung von Fleisch aus artgerechter Tierhaltung sind die höheren Kosten. Eine Mischkalkulation kann helfen, die Gesamtkostensteigerung zu minimieren.

Die Auswahl geeigneter Lieferanten, die Fleischprodukte nach den gewünschten Standards liefern können, ist entscheidend. Es empfiehlt sich, mit Lieferanten zusam-

menzuarbeiten, die entsprechende Zertifikate vorlegen können. Regelmäßige Audits und Kontrollen stellen sicher, dass die Lieferanten die vereinbarten Bedingungen dauerhaft erfüllen.

Fazit

Die Einbindung der Tierhaltungskennzeichnung in die Krankenhausverpflegung ist ein vielversprechender Anfang für ethische Lebensmittelbeschaffung, die ohne teure Bio-Produkte auskommt. Sie bietet Transparenz und unterstützt das Tierwohl. Doch es gibt Herausforderungen und Kritikpunkte, die darauf hinweisen, dass das System noch nicht vollständig praxistauglich ist. Weitere Arbeit seitens des Gesetzgebers und strengere Kontrollen sind erforderlich, um echte Transparenz und ethische Standards dauerhaft zu gewährleisten.



DR.SCHNELL:

Mit CO2-Transparenz zu nachhaltigerer Hygiene

Der menschengemachte Klimawandel ist das große Thema des 21. Jahrhunderts. Als globales Problem erkannt, haben sich 195 Staaten 2015 im Pariser Klimaschutzabkommen zum gemeinsamen Ziel gesetzt, die globale Erderwärmung auf 1,5 Grad Celsius zu beschränken, um Kipppunkte zu verhindern, deren Folgen auf Natur und Umwelt unumkehrbar wären.

Um das große Ziel des Abkommens zu verfolgen, wurde von EU 2019 der European Green Deal verabschiedet. In diesem verpflichten sich die Mitgliedsstaaten, ihre Netto-Emissionen von Treibhausgasen bis 2050 auf null zu reduzieren und Europa zum ersten „klimaneutralen“ Kontinent zu machen. Dabei rückt der CO2-Fußabdruck in den Fokus und dabei nicht nur in großen Sektoren wie Industrie, Bau und Verkehr, sondern etwa auch im Gesundheitssektor, dessen Anteil auf 5% beziffert wird, ein Drittel davon durch Einrichtungen.

Neben eigener Energieerzeugung oder dem Fuhrpark sind es vor allem zugekaufte Produkte und Dienstleis-

tungen, die den CO2-Fußabdruck steigen lassen. Daher bietet insbesondere die Beschaffung große Spielräume in Sachen Nachhaltigkeit. Und das gilt nicht nur für Produkte wie Textilien oder unter viel Energie- und Ressourceneinsatz hergestellte Lebens-, sondern auch für Reinigungs- und Desinfektionsmittel für sichere Hygiene.

Die Chemiebranche hat dabei die Zeichen der Zeit erkannt und forciert die Entwicklung in Richtung nachhaltigerer Produkte. Reinigungsmittel für die Hygiene in Gebäuden, Sanitärbereichen und Gemeinschaftsküchen sowie Desinfektionsmittel für Hände und Flächen werden zusehends klima- und ressourcenschonender, indem an den richtigen Stellschrauben bei Formulierung, Produktion, Verpackung oder Logistik gedreht wird.

Hier geht das Unternehmen DR.SCHNELL mit gutem Beispiel voran. Das Münchner Familienunternehmen hat sich der Entwicklung und Produktion nachhaltigerer Reinigungsmittel verschrieben und kann innerhalb der Branche mit einem eigenen CO2-Produktrechner punkten,

über den sich der produktbezogene CO2-Fußabdruck jedes Artikels anzeigen lässt.

Über eine ISO14067-zertifizierte Berechnungsmethode und eine umfangreiche Datenbank kann so die CO2-Bilanz jedes DR.SCHNELL-Produkts von den bezogenen Rohstoffen über die Produktion, Verpackung bis hin zur Entsorgung durch die Kundschaft transparent ermittelt werden. Das ist nicht nur ein Vorteil für die Kundschaft, sondern die Grundlage der Entwicklung noch ökologischerer Produkte.

Die ECO Collection, ein Komplettpaket zur täglichen Unterhaltsreinigung in Gebäuden und Küchen inklusive des HACCP-konformen ökologischen Öl- und Fettlöser GAS-TRO PUR Eco und Kalklöser PEROCID Eco, ist ein Ergebnis dieser Entwicklung und wurde mit dem EU Ecolabel für besonders umweltfreundliches Produktdesign sowie dem Cradle-to-Cradle-Goldstatus für herausragende Kreislauffähigkeit ausgezeichnet.

DR.SCHNELL

Innovative Ecolution-Produkte gehen sogar noch einen Schritt weiter und erzielen durch ultrahochkonzentrierte Formulierungen, geringen Verpackungsanteil und Verzicht auf Wassertransport die höchste CO2-Ersparnis im Vergleich zu den klassischen Versionen der beliebten Produkte MILIZID oder FOROL.

DR.SCHNELL betrachtet Nachhaltigkeit dabei über leistungsstarke ökologische Reinigungsmittel hinaus und entwickelt ganzheitliche Hygiene-Konzepte mit nachhaltigerer Entwicklung in Bereichen wie Technik, Service und Schulungen. Beispielhaft etwa das PERJET smart System für Geschirrspülmaschinen. Die Kombination aus EU-Ecolabel-zertifiziertem Hochleistungsreiniger und -klarspüler sowie digitaler Dosiertechnik sorgt für ein konstantes und sehr gutes Reinigungsergebnis bei sparsamem Verbrauch.

So will DR.SCHNELL seinen Beitrag zur Erreichung der Klimaziele aus dem European Green Deal leisten und seine Kundschaft dazu animieren, den eingeschlagenen Weg zu mehr Nachhaltigkeit mitzugehen.

Kaufmännische Herausforderungen im Transformationsprozess

Die Gesundheitsversorgung in Deutschland gilt als eine der besten in der Welt. Wer im Ausland verunglückt oder erkrankt, möchte am liebsten mit dem ADAC-Jet zurück zur medizinischen Behandlung in die Heimat geflogen werden. Deutschland wendet knapp 13% seines Bruttoinlandsprodukts oder rund 6.000 € je Einwohner jährlich für das Gesundheitswesen auf. Das sind etwa 500 Milliarden € p.a., Tendenz seit Jahrzehnten steigend. Ca. 100 Milliarden davon entfallen auf den Krankenhausmarkt, wo aktuell ca. 1.700 Krankenhäuser etwa 16 Millionen Patienten stationär behandeln. In den letzten Jahren jedoch lassen immer häufiger Meldungen aufhorchen, diese Krankenhäuser seien in einer prekären wirtschaftlichen Lage und ringen um ihre Existenz.

Was ist da eigentlich los?

Tatsächlich befindet sich der Krankenhausbereich seit langem in einem Transformationsprozess, vorangetrieben durch medizinischen Fortschritt, demographische Entwicklung und knappe Ressourcen, sowohl finanzieller als auch personeller Art. Gleichzeitig agieren die Krankenhäuser in einem starren, regulierten und reglementierten Umfeld, das von politischen und weltanschaulichen Aspekten stark geprägt ist. Somit trifft ein hoher Bedarf an Veränderung auf ein unflexibles Rahmengerüst. Diesen Konflikt zu überwinden ist schon das Ziel vieler Regierungen und Gesundheitsminister gewesen und ist es immer noch. Aktueller Beleg dafür ist das neue Krankenhausversorgungsverbesserungsgesetz, KHVVG. Hier hat der Gesetzgeber ganz konkret drei Ziele ins Auge gefasst: Entbürokratisierung, flächendeckende medizinische Versorgung und Steigerung der Behandlungsqualität. So gut dies klingt, so weit ist doch der Weg in diese „schöne neue Welt“, um es einmal mit Aldous Huxley zu skizzieren.

Von den 1.700 Krankenhäusern befindet sich, so belegt es auch jüngst der Krankenhaus Rating Report, die überwiegende Mehrheit in ernsthaften wirtschaftlichen Schwierigkeiten bis hin zur drohenden Insolvenz. Rückläufige Patientenzahlen und ein steigendes Maß an Personalknappheit im pflegerischen und ärztlichen Dienst

haben die jahresdurchschnittliche Auslastung der Häuser auf unter 70% gebracht. Mit anderen Worten: es ist ein infrastrukturelles Überangebot entstanden, das weder benötigt wird noch bewirtschaftet werden kann. Und so macht der Gesetzgeber auch gar keinen Hehl daraus, dass es in Zukunft deutlich weniger Krankenhäuser in Deutschland geben wird und die Ressourcen umverteilt werden müssen.

Liquiditätskrise als Vorstufe zur Existenzvernichtung

Nach der letzten großen Krankenhausreform 2020 mit der Ausgliederung der Pflegekosten aus den Fallpauschalen (DRGs) und Etablierung eigenständiger Pflegebudgets hat sich die wirtschaftliche Entwicklung vieler Häuser inzwischen vielfach zu einer Liquiditätskrise entwickelt, einem Krisenstadium, das die Vorstufe zur Insolvenz oder gar Existenzvernichtung sein kann. Die ohnehin schon problematische Ergebnissituation wird nochmals verschärft, indem neue Krankenhausbudgets nur sehr schleppend verhandelt und vereinbart werden und somit Krankenhäuser zwingt, Leistungen zwar zu real gestiegenen Kosten zu erbringen, aber zu Preisen der Vergangenheit abzurechnen. Zwar holen künftige Vereinbarungen dies über Zahlungsausgleiche wieder auf, aber zunächst einmal fehlt die Liquidität. Entsprechend steht mittlerweile die Liquiditätsüberwachung und -steuerung auf der To Do-Liste der kaufmännisch Verantwortlichen ganz oben. Neben der kurzfristigen Disposition, z.B. durch Working Capital Management, kommt der Liquiditätsprognose ein besonderer Stellenwert zu. Schließlich ist dies der Gradmesser, ob bzw. wann die tatsächliche Insolvenz droht und welche Gegenmaßnahmen wann ergriffen werden müssen. Individuell mag man zu dem Ergebnis kommen, dass eine Insolvenz in Eigenverwaltung eine Form der Unternehmenssanierung sein kann, für den Eigentümer bedeutet dies jedoch in der Regel einen Totalverlust und auch mit einer neuen gesellschaftsrechtlichen Struktur ist keineswegs ein dauerhaftes Überleben sichergestellt.

Ein weiteres, schon oft beschriebenes Problem ist die unzureichende Finanzierung von Investitionen. Bereits seit

den 70er Jahren sieht die Vergütung von Krankenhausleistungen keine Refinanzierung von Investitionen vor, hierfür sollen stattdessen Fördermittel durch die Bundesländer bereitgestellt werden. Aufgrund der Knappheit öffentlicher Kassen wird seit vielen Jahren schon unterhalb des tatsächlichen Bedarfs gefördert, so dass die Krankenhäuser zunehmend auf Instrumente der Kreditfinanzierung angewiesen sind, die eine entsprechend offene und transparente Kommunikation mit den Finanzierungspartnern, in der Regel Geschäftsbanken, notwendig werden lassen. Hier lässt sich immer stärker eine Entwicklung zu kennzahlenbasierten Kreditinstrumenten feststellen, die in der Regel von mehreren Banken gleichzeitig als Konsortium aufgelegt werden. Dabei stehen weniger dingliche Sicherheiten im Vordergrund als eher Kennzahlen zur operativen Stärke (EBITDA) und Kapitaldienstfähigkeit (Verschuldungsgrad, Free Cashflow), in Kombination mit intensiven und in kurzen Intervallen stattfindenden Reportingverpflichtungen. Dabei kommen auf das Rechnungswesen besondere Anforderungen zu wie monatliche Konsolidierung und Bilanzerstellung, Adjustierung von Betriebsergebnissen u.v.m.

Kalkulierte Marktberreinigung

Wer hier nicht gut aufgestellt ist, wird den Weg in die „schöne neue Welt“ nicht zu Ende gehen können. Aber das ist das Kalkül des Gesetzgebers, es werden nicht alle schaffen. Das Ergebnis wird eine Marktberreinigung sein, von der wiederum andere profitieren. Und doch möchte jede Einzelne das (aktuell) für 2029 gesteckte Ziel erreichen. Heute befassen sich die Krankenhausleitungen daher damit, das eigene Leistungsportfolio kritisch zu beleuchten, über Kostenstellen- und Deckungsbeitragsrechnungen identifizierte negative Leistungsbereiche einzustellen und sich verstärkt ambulanten Erweiterungen des Leistungsspektrums zuzuwenden. Dazu gehört auch, die knappe Ressource Personal, ärztliches wie pflegerisches, so einzusetzen, dass es den größtmöglichen Nutzen stiften kann. Begleitet wird dies über unterschiedliche Instrumente aus dem Bereich des Personalcontrollings.

Wie soll nun aber die Welt aussehen im Jahr 2029, oder vielleicht auch später? Der Gesundheitsminister spricht von „Entökonomisierung“ (auch wenn vermutlich das Gegenteil der Fall sein wird und auch sein muss, wenn man knappe Ressourcen sinnvoll steuern will) und stellt ein „Vorhaltebudget“ in Aussicht, dass 60% der Kranken-

hauseinnahmen garantiert. Allerdings auf Basis von Leistungsgruppen (die es schon heute im „Versuchslabor“ Nordrhein-Westfalen gibt), die von den Ländern zu definieren sind und nur auf Basis von Strukturvoraussetzungen zu erreichen sind. Aktuell ist somit das Management gefordert, einen strategischen Fahrplan zu ermitteln und die Leistungsgruppen auszuwählen, die man für erreichbar und wettbewerbsfähig hält (Strukturvorgaben, Mindestmengen). Die übrigen 40% werden dann über Pflegebudgets und „Rest“-DRGs generiert, folgen also der tatsächlichen Leistungserbringung. Hier wird es, wie auch heute schon, für das Management spannend sein, welche Leistungen konkret wie vergütet werden, die Ermittlung dieser Vergütung geschieht anhand eines Grouters, der gegenwärtig gerade entwickelt wird. Somit sind die Controlling-Instrumente so weit umzubauen, dass sie eine sinnvolle Steuerung in der „schönen neuen Welt“ zulassen.

Der vielleicht gravierendste Paradigmenwechsel aber wird sein, dass Wettbewerber von heute ihr Leistungsgeschehen aufeinander abstimmen werden und Kooperationen eingehen, um Personal effizient einzusetzen, Strukturmerkmale sicherzustellen und über Mindestmengen und Behandlungsroutinen in jedem zugewiesenen Fachbereich die Exzellenz zu entwickeln, die auch künftig die ADAC-Jets mit Destination Deutschland aufbrechen lassen – oder welche Art von Transportmedien die Zukunft auch bereithält. Bei Aldous Huxley waren es raketenschnelle Helikopter. Und regiert wurde diese „schöne neue Welt“ übrigens von Controllern!

Man wird sehen...

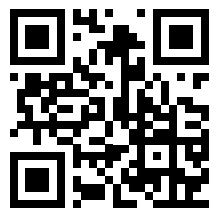


Beitrag von:

Peter Schnitzler

Vorstand (CFO)
KMG Kliniken

ERFOLG MIT DIREKTNACHRICHTEN AUF LINKEDIN.



Jetzt unverbindliches
Kennenlernen buchen!

Ihre LinkedIn Parterin

**JENNIFER
HENRICH**



+49 177 778 398 0

jen.henrich@pm.me

@jenniferhenrich

Ich unterstütze Sie bei der Direktansprache
Ihrer potentiellen Kunden über LinkedIn!



Die Zukunft der Gastronomie: Digital und Menschlich – Mit LinkedIn und Authentizität

In der Gastronomiebranche brodelt es nicht nur in den Töpfen, sondern auch hinter den Kulissen. Digitale Transformation und Kundenakquise werden immer wichtiger. In einer Branche, die traditionell auf persönliche Interaktionen setzt, eröffnet das digitale Zeitalter neue Chancen. Hier kommt LinkedIn ins Spiel und zeigt, warum es Sinn ergibt, gerade jetzt daraufzusetzen.

Der digitale Wandel in der Gastronomie

Mundpropaganda und zufriedene Stammgäste allein reichen nicht mehr aus. Die heutige Kundschaft ist digital und informiert. LinkedIn bietet eine ideale Plattform, um diesen Erwartungen zu entsprechen. Über LinkedIn können Sie Ihr Unternehmen als Marke präsentieren, Ihre Vision und Ihre Werte vermitteln. Sie erreichen potenzielle Kunden, Geschäftspartner und Talente, die Ihre Leidenschaft teilen. Aber wie gelingt das, ohne stundenlang am Computer zu sitzen?

Authentizität und Menschlichkeit im digitalen Raum

Die Alternative heißt authentische und gezielte Gesprächsführung. Die Herausforderung bei der digitalen Kundenakquise ist es, authentisch zu wirken, ohne aufdringlich zu erscheinen. Genau das ist mein Schwerpunkt: geschmeidige und authentische Kundenakquise über Direktnachrichten.

Ich weiß, wie zeitaufwendig das Schreiben von Direktnachrichten sein kann. Lassen Sie mich Ihnen diese Aufgabe abnehmen, damit Sie sich auf Ihr Geschäft konzentrieren können.

Gemeinsam erarbeiten wir:

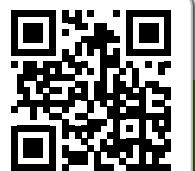
- Ein präzises Zielgruppenprofil für LinkedIn, damit Ihr Angebot die richtigen Menschen erreicht.
- Strukturierte Tracking-Unterlagen, um Ihre Erfolge zu messen und zu optimieren.
- Ein klares Sprach- und Persönlichkeitsprofil, das Ihre Marke unverkennbar macht.
- Einen Plan zur natürlichen Gesprächsführung, damit Ihre Direktnachrichten als natürliche Gespräche wahrgenommen werden.

Ihr Erfolg ist unsere gemeinsame Sache.

Ihr Erfolg ist unsere gemeinsame Sache. Kombinieren Sie Ihre Netzwerkstrategie mit meinen Direktnachrichten und gewinnen Sie wertvolle Erstgespräche. So haben Sie mehr Zeit für das, was wirklich zählt: Ihre Vision leben und Ihr Geschäft zum Erfolg führen. Sind Sie bereit, Ihre Direktnachrichten gegen mehr Zeit und Vertrauen einzutauschen?

Dann lassen Sie uns loslegen!

Jetzt Kennenlernen buchen!



Der Spagat zwischen Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit ist möglich

Praxisbeispiele aus dem Care-Bereich zeigen, dass sich erheblicher Kostendruck und Nachhaltigkeitsziele nicht ausschließen, sondern ergänzen.

Für die strategische Ausrichtung gastronomischer Betriebe haben der Klimawandel und die damit verbundene Umweltkrise massive Auswirkungen. Im Jahr 2024 waren die ökologischen Ressourcen der Erde bereits am 01.08.2024 erschöpft. In Deutschland wurde dieser Zustand sogar bereits Anfang Mai erreicht.



Doch wie kann der Spagat zwischen einer nachhaltigen Betriebsführung und betriebswirtschaftlichen Anforderungen gelingen? Soviel vorweg: Nachhaltig einzukaufen bedeutet nicht zwangsläufig teurer einzukaufen. Beispiel: Durch die Verwendung pflanzlicher statt tierischer Lebensmittel können sowohl die Ausgaben als auch die CO2-Belastung deutlich reduziert werden. Ein Blick auf die aktuellen Einzelhandelspreise für Butter und Margarine verdeutlicht z.B. eine Einsparung von bis zu -60% durch die Verwendung von Margarine, gleichzeitig ist der CO2-Ausstoß von Butter um mehr als 35fach höher als bei Margarine (vgl. Klimagedanken über Butter und Margarine- BZFE).

Deutliche zusätzliche Einsparung durch Optimierung des Warenkorbs und Anpassung des Speiseplans möglich – ohne Qualitätsverlust

Gerade im Kliniksegment ist der Kostendruck weiterhin extrem hoch. Preisreduzierungen durch weitere Verhandlungen mit Lieferanten sind kaum noch möglich. In mehreren Beratungsprojekten wurde dennoch eine deutliche Reduzierung der Warenkosten erreicht: Gemeinsam mit der Geschäftsleitung wurden die zukünftige wirtschaftliche und qualitative Zielsetzung definiert. Durch eine Analyse der eingesetzten Zutaten, einen entsprechenden Artikeltausch im Warenkorb, Anpassungen der Kalibrierung (z.B. Fleischanteil reduzieren, Gemüseanteil erhöhen) sowie gezielte Sortimentsverhandlungen mit den bestehenden Lieferanten konnte eine zusätzliche Einsparung von -10% erreicht und gleichzeitig die CO2-Bilanz erheblich verbessert werden – ohne den Speiseplan grundlegend zu verändern.

Erfolgsfaktoren für einen klimafreundlichen Gastronomiebetrieb sind:

- Klimafreundliche Küche
- Regionalität
- Müllvermeidung
- Einsatz moderner Gar- und Verteiltechnik
- Digitalisierung als Erfolgsfaktor
- Strategisches Einkaufsmanagement

Die Digitalisierung nimmt hier eine wesentliche Schlüsselstellung ein, da die CO2-Bilanz einer Menükarte kaum händisch errechnet wird. Speziell für die Gemeinschaftsgastronomie bieten z.B. Unternehmen wie Green Guides (<https://green-guides.de/>) oder Eater-nity (<https://eaternity.org/>) die Bewertung von Rezepturen

und Speiseplänen nach dem CO2-Fußabdruck an. Die Verwendung regionaler Zutaten unterstützt nicht nur Betriebe aus der Region, sondern reduziert aufgrund kurzer Versorgungswege den CO2-Ausstoß erheblich. Erste EDV-Warenwirtschaftssysteme verwenden zur Berechnung des regionalen Anteils verwendeter Lebensmittel die sog. NUTS-Klassifizierung der Europäischen Union (Nomenclature des Unités territoriales statistiques – NUTS).

Ein weiterer wesentlicher Aspekt ist das Thema „Müllvermeidung“. Spezialisierte Dienstleistungsunternehmen wie z.B. GREEN GUIDES erstellen hier maßgeschneiderte Konzepte und erzielen Einsparungen bis zu 30%.

Merkmale einer klimafreundlichen Küche (Quelle: www.klimagourmet.de):

- Reduktion fetter Sahnesoßen und Käsesorten (Richtwert: 15% Fettgehalt)
- Vielseitige vegetarische oder vegane Speisen oder Produkte
- Saisonale, regionale und fair gehandelte Produkte
- So natürlich, frisch und wenig verarbeitet wie möglich (wenige Zusatzstoffe, Konservierungsstoffe u.a.)
- Energiesparendes und ressourcenschonendes Kochen, Verarbeiten und Kühlen
- Möglichst geringe Produktion von Müll (Tüten und Plastikmüll, Verpackungsmüll, Essensreste)

Doch Vorsicht: Nicht jedes Gemüse oder Obst ist automatisch klimafreundlich. Frisches, saisonales Obst und Gemüse aus der Region weist den geringsten CO2-Fußabdruck auf. Obst und Gemüse außerhalb der Saison oder aus Gewächshäusern mit hohem Wasserverbrauch sowie Fruchtimporte aus Südamerika sind dagegen aus Klima-

sicht als problematisch einzustufen. Bei Fleisch gilt: Wildfleisch oder Geflügel (möglichst aus der Region) sind am besten zu bewerten. Bei Molkereiprodukten werden Hühnereier und Margarine günstig, Butter und Käse dagegen negativ bewertet (es wird viel Milch – vom Rind – zur Herstellung von Butter und Käse benötigt). Nahrungsmittel aus der Region wie Kartoffeln, Hülsenfrüchte oder Mehl werden positiv für das Klima bewertet, Reis (Import aus Asien, sehr wasserintensiv) dagegen sehr negativ.

Fazit: Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit schließen sich nicht aus, sondern ergänzen sich in der Praxis – zum Wohle und Mehrwert für unsere Kunden. Digitale Einkaufs- und Warenwirtschaftssysteme bilden die Basis für ein nachhaltiges Einkaufsmanagement. Einsparungen aus dem Einsatz digitaler Lösungen, ggf. in Verbindung mit den Bündelungseffekten spezialisierter Einkaufsdienstleister, können gezielt genutzt werden, um z.B. auch einmal höherwertige Gerichte anzubieten.



Beitrag von:
Oliver Schrock
Leiter Geschäftsbereich S&F-Einkauf

DIGITALISIERUNG IN DER GASTRONOMIE:

Ein Weg zu mehr Effizienz und Erfolg

Die Gastronomiebranche steht vor einem tiefgreifenden Wandel. Der digitale Fortschritt hat auch hier Einzug gehalten und revolutioniert die Art und Weise, wie gastronomische Betriebe arbeiten. Von der Bestellung bis zur Lieferung – die Digitalisierung eröffnet zahlreiche Möglichkeiten, um Effizienz zu steigern, Kosten zu senken und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen. Besonders die Nutzung von Online-Marktplätzen spielt eine Schlüsselrolle in dieser Transformation.

Aber welche Vorteile bieten digitale Lösungen?

Digitale Technologien bieten Gastronomiebetrieben eine Vielzahl von Vorteilen. Ein zentrales Element ist die Vereinfachung und Automatisierung von Bestellprozessen. Durch benutzerfreundliche Online-Bestellsysteme können Gastronominnen und Gastronomen ihre Einkäufe schnell und unkompliziert erledigen. Dies spart nicht nur Zeit, sondern minimiert auch Fehler und sorgt für eine zuverlässige Versorgung mit den benötigten Produkten.

Wie steigern zentrale Plattformen die Effizienz?

Ein wesentlicher Bestandteil der Digitalisierung in der Gastronomie ist die Nutzung zentraler Online-Plattformen. Diese Plattformen bieten eine breite Palette an Produkten und Dienstleistungen, die speziell auf die Bedürfnisse der HoReCa-Branche (Hotel-, Restaurant- und Catering-Branche) zugeschnitten sind. Gastronominnen und Gastronomen können hier alles finden, was sie für ihren Betrieb benötigen – von Lebensmitteln über Produkte für die Lagerung bis hin zu Küchenausstattung.

Welche Kostenvorteile bringen digitale Lösungen?

Durch die Digitalisierung können Gastronomiebetriebe auch erhebliche Kostenvorteile erzielen. Mengenrabatte und Sonderangebote, die über Online-Plattformen verfügbar sind, tragen dazu bei, die Einkaufskosten zu senken. Darüber hinaus ermöglicht die transparente Preisgestaltung eine bessere Planung und Budgetierung. Gastronomen können die besten Angebote vergleichen und so ihre Ausgaben optimieren.

Wie tragen digitale Lösungen zur Flexibilität und Zeitersparnis bei?

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Digitalisierung ist die gesteigerte Flexibilität und Zeitersparnis. Bestellungen jederzeit und von überall aus aufzugeben, ist besonders in der

hektischen Gastronomiebranche von großem Vorteil. Die direkte Lieferung an den Wunschort sorgt zudem dafür, dass die benötigten Produkte genau dann zur Verfügung stehen, wenn sie gebraucht werden. Dies spart nicht nur Zeit, sondern erhöht auch die Flexibilität im Betriebsablauf.

Die Zukunft der Gastronomie ist digital

Die Digitalisierung bietet der Gastronomiebranche immense Chancen. Durch den Einsatz moderner Technologien können Gastronomen ihre Effizienz steigern, Kosten senken und die Zufriedenheit ihrer Gäste erhöhen. Zentrale Online-Plattformen spielen dabei eine entscheidende Rolle, indem sie den gesamten Einkaufsprozess vereinfachen und optimieren. Die Zukunft der Gastronomie ist digital – und wer diese Chancen nutzt, wird im Wettbewerb die Nase vorn haben.

Entdecke die Vorteile der Digitalisierung in der Gastronomiebranche auf METRO.DE, dem Online-Marktplatz für Deinen Gastronomiebedarf

METRO

„VON EINANDER LERNEN, MITEINANDER WACHSEN“

S&F setzt für die Zukunft auf globale Stärken



Ist Ihnen auch schon aufgefallen, dass es in unserer gegenwärtigen ZEIT schwer geworden ist, sich eine gute Zukunft in unserer Gastwelt vorzustellen? Gedanken über die Zukunft sind nicht mehr verheißungsvoll, nicht mehr bunt und voller Vorfreude. Eher dunkel, bedrohlich, verwirrend, komplex und hemmt uns im aktiven Handlungsprozess. Die Zukunft und die Realität passen nicht mehr zusammen. Wie können wir die Turbulenz vergangener Jahre, geprägt von multiplen Krisen, die uns schwindelig und ängstlich gemacht haben, heute besser verstehen und bei aller KOMPLEXITÄT in unserer Gastwelt von Morgen unseren individuellen und hoffnungsvollen Weg wieder finden?

Buyers Edge stärkt die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung in Europa und erfüllt diese mit neuem Leben

- Auf dem Weg zu bahnbrechenden Innovationen in Europa -

Die internationale Zusammenarbeit zwischen dem Unternehmen Buyers Edge, ansässig in Boston/USA, trägt in der europäischen und internationalen Zusammenarbeit mit der S&F dazu bei, den internationalen Wissenstransfer unserer Gastwelt von heute über die gastronomischen Konzeptionen von Morgen, im Hinblick auf die Strukturen und Technologien unserer Unternehmen durch den Innovationstransfer zu verstärken. Seitens der S&F setzen wir damit auf globale Stärke in der Verbundenheit unserer Unternehmen zueinander. So sollen ein auf die Kundenbedarfe und Bedürfnisse multilaterale Verpflegungskonzeptionen der Zukunft in der Zusammenarbeit aller angeschlossenen Länder für unsere Kunden entwickelt und gewonnen werden. Dies mit dem Ziel die ökonomische Stabilität zugunsten nachhaltiger Entwicklungskonzepte unseres Industriezweiges der Gastwelt von Morgen zu fördern.

Unser primäres Ziel der S&F und Buyers Edge ist es, die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung in Deutschland/Europa weiter auszubauen, ergänzt durch Partnerschaften im gem. WERTSCHÖPFUNGSNETZWERK zur Mobilisierung und zum Austausch von Wissen, Fachkenntnissen, Technologie und finanziellen Ressourcen, um die Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung in allen Ländern zu unterstützen.

Der aktuelle Markt unserer Gastwelt stellt die Unternehmen aufgrund der steigenden KOMPLEXITÄT vor neue Herausforderungen. Wir als S&F und Buyers Edge setzen fortan mit unserem Ansatz unserer vereinten globalen Expertise seit >25 Jahren und damit verbundenen Dienstleistung, auf regionale Stärke für unsere Kunden. Neue Innovationen und Technologien generieren Mehrwert und zeigen Wege aus der Kostenfalle auf. Die Anforderung an das Management von Innovationen haben sich in den letzten Jahren deutlich verändert. Weitere Globalisierung des Wettbewerbs, Fragmentierung der Märkte und zunehmende Individualisierung der Kundenbedarfe und Bedürfnisse erfordern eine höhere Produktvielfalt und oft kürzere Innovationszyklen. Das bedeutet in der Zukunft ein Höchstmaß an Flexibilität in unseren Unternehmen der Gastwelt zu leben. Die steigende KOMPLEXITÄT und DYNAMIK der Technologieentwicklung führt zu höheren Kommerzialisierung-Risiken von Innovationen und kann somit zu unmittelbaren fatalen Folgen führen. Mit zunehmender Technologiedynamik wird das Technologie- und Innovationsmanagement zu einer der zentralen Funktionen der Unternehmensführung von Morgen und führt damit zu erheblichen Wettbewerbsvorteilen.

Seitens der S&F und dem gesamten Team freuen wir uns in der bevorstehenden Zusammenarbeit mit Buyers Edge der KOMPLEXITÄT unserer ZEIT in der Gastwelt von Morgen durch neue gastronomische Konzeptionen entgegenzuwirken möchten wir nach vorgeschalteter Analyse unseren Kunden einen individuellen und nachhaltigen Unternehmenserfolg ermöglichen.

Marcus Seidl & Ulrich Fladung



Untertitel zum 3er-Bild:
 Marcus Seidl (li.) und Ulrich Fladung (re.) freuen sich mit Rechtsbeistand Christian Fladung (mi.) über die jüngsten Unternehmensentwicklungen der S&F-Gruppe und das 25-jährige Firmenjubiläum

DR.SCHNELL

KOMPLETTE HYGIENE-LÖSUNGEN AUS EINER HAND

DR.SCHNELL ist Ihr ganzheitlicher Partner für alle Fragen professioneller Reinigung und Desinfektion in der Gemeinschaftsverpflegung. Überzeugen Sie sich von hochwirksamen, ökologisch wertvollen Markenprodukten für Gebäudereinigung, Küchenhygiene und Geschirrrreinigung, sowie maßgeschneiderten Hygienelösungen und exzellentem Service.



UNSER ANGEBOT

- maßgeschneiderte Lösungen für Ihre individuelle Hygiene-Herausforderung
- hochwirksame und nachhaltigere Produkte
- starke Desinfektion gegen Keime und Mikroorganismen
- sichere Abläufe in Küchenumfeld und Lebensmittelbereich
- strahlend glänzendes Geschirr durch smarte Dosierung starker Produkte
- maximale Effizienz und zuverlässiger Service
- digitale Schulungen für Küchen-, Lebensmittel- und Personalhygiene



DR.SCHNELL GmbH & Co. KGaA
 Taunusstraße 19 · 80807 München
 Tel.: +49 89 3506080 · info@dr-schnell.com
www.dr-schnell.com



**AUCH IN DIESEN BEREICHEN
KÖNNEN WIR IHNEN HELFEN**



Von der Gestaltung der Zukunft

„Mehr als die Vergangenheit interessiert mich die Zukunft, denn in ihr gedenke ich zu leben!“ Dieses Zitat von Albert Einstein verdeutlicht die immense Bedeutung der Zukunft für unser Leben. Wir leben nicht nur im Hier und Jetzt und haben nicht nur in der Vergangenheit gelebt, sondern werden einen großen Teil unseres Lebens in einer heute noch unbekanntem Zukunft verbringen.

Für Unternehmen und deren Entscheidungen gilt das Gleiche: Neben der Bewältigung der aktuellen Komplexitäten müssen sie die Weichen für die Zukunft stellen. Doch auf welche Zukunft sollen sie sich vorbereiten? Schon die Gegenwart ist volatil, unsicher, komplex und ambig. Die VUCA-Welt (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) ist zu einem gefürchteten Buzzword geworden, das oft genutzt wird, um die Abwesenheit von zielgerichteten und planvollen Handlungen zu rechtfertigen. Ein häufig geäußertes Credo ist daher, dass Unternehmen der VUCA-Welt mit Agilität begegnen sollen. Doch oft bleibt dies nur die Kombination zweier Buzzwords: VUCA und Agilität.

Für das Gestalten der Zukunft ist es hilfreich, die Ursprünge dieser Begriffe zu verstehen. Die VUCA-Welt entstammt der Militärlogik und beschreibt die Welt nach dem Ende des Kalten Krieges, als die klaren Strukturen der Blockbildung durch die Supermächte verschwanden und eine bereits existierende unvorhersehbare und unübersichtliche Welt zurückblieb. Agilität hingegen kommt aus der Softwareentwicklung und zielt darauf ab, funktionierende Lösungen zu entwickeln, ohne sich zu sehr auf perfekte oder umfassend dokumentierte Lösungen zu konzentrieren.

Unternehmensentscheidungen mit lösungsorientierten Ansätzen begegnen

Für die Zukunft und Unternehmensentscheidungen bedeutet dies, dass Unternehmen den Volatilitäten, Unsicherheiten, Komplexitäten und Ambiguitäten der Umwelt mit lösungsorientierten Ansätzen begegnen müssen. Es sollte deutlich geworden sein, dass die Aussage dieses Satzes die gleiche ist, wie die des vorgenannten Credos, wenngleich die sprachliche Eleganz eine andere

ist. Der komplexere Satz ist vielleicht ein wenig wissenschaftlicher formuliert, das Credo dagegen kann besser vermarktet werden. Dies ist jedoch nicht von Belang. Jede Maßnahme im Unternehmen zur Agilität, Veränderung oder mit sonstigen Zielen kann sinnvoll sein, wenn sie lösungsorientiert durchgeführt wird. Unternehmen und Entscheider sollten sich daher fragen: Welche bestehenden oder kommenden Probleme müssen oder sollten wir lösen, um erfolgreich zu sein? Hierbei spielt die Zukunft zunächst eine untergeordnete Rolle.

Aus wissenschaftlicher Perspektive ist es ohnehin sinnvoller, von „Zukünften“ zu sprechen, da jede Entscheidung und jede Veränderung einer Variable die Entwicklung hin zur Zukunft beeinflusst. Das Lesen dieses Textes beeinflusst beispielsweise bereits die Zukünfte der Leser: Einige mögen Anregungen finden, andere nehmen ihn achselzuckend zur Kenntnis und wieder andere könnten verärgert sein, weil sie die Lektüre als Zeitverschwendung erachten. Sicher ist jedoch, dass die individuelle Zukunft nach dem Lesen des Textes eine andere ist als vorher.

Fazit

Abschließend sei ein Zitat von Perikles bemüht: „Es kommt nicht darauf an, die Zukunft vorauszusagen, sondern darauf, auf die Zukunft vorbereitet zu sein!“ Unternehmen sollten daher nicht versuchen, auf genau eine mögliche Zukunft hinzuarbeiten, sondern sich lösungsorientiert auf verschiedene mögliche Zukunftsszenarien vorbereiten.



Beitrag von:

Ralf Vogler

Stellv. Direktor des Institute of Tourism,
Travel & Hospitality (ITTH)

Neues Teammitglied bei S&F in Pfaffenhofen an der Ilm:

Willkommen, Philipp!

Voller Begeisterung heißen wir Philipp als neuen Mitarbeiter in unserem Beratungsteam bei S&F in Pfaffenhofen a. d. Ilm willkommen! Seit dem 01.01.2024 bereichert er unser Team und wir freuen uns sehr ihn bei uns an Bord zu haben.

Philipp ist 38 Jahre alt, glücklich in einer Beziehung und wird nächstes Jahr heiraten. Ursprünglich stammt er aus der schönen Bodensee-Region und wohnt mittlerweile im Kreis Dachau. Seinen beruflichen Werdegang begann er mit einer Ausbildung als Koch. Die Faszination für fremde Länder und Kulturen veranlasste ihn, mehrere Jahre in der Schweiz und an Bord von Kreuzfahrtschiffen zu arbeiten, um die Welt zu entdecken.

Neben seiner Leidenschaft für die Gastronomie bildete sich Philipp weiter und leitete als Gastronomieleiter unterschiedliche Restaurants. Der Drang nach stetiger Weiterentwicklung und neuen Herausforderungen trieb ihn an, seine Karriere in der Gastronomie auf neue Ebenen zu heben. Mit seiner Expertise leitete er erfolgreich Pre-Opening-Teams und sorgte für die reibungslose Umsetzung von Neueröffnungen. Zuletzt war er übergreifend im Projektmanagement im Bereich IT und Expansion eines Cateringunternehmens tätig.

Philipps Hingabe und Begeisterung für seine Arbeit sind in seinem bisherigen Werdegang unverkennbar. Auf der Suche nach einer neuen beruflichen Herausforderung, und um sein Wissen zu erweitern, hat er S&F als ideale Plattform erkannt. Mit seinem Fachwissen und seiner Erfahrung wird er unser Team bereichern und gemeinsam mit uns die Ziele von S&F erreichen.

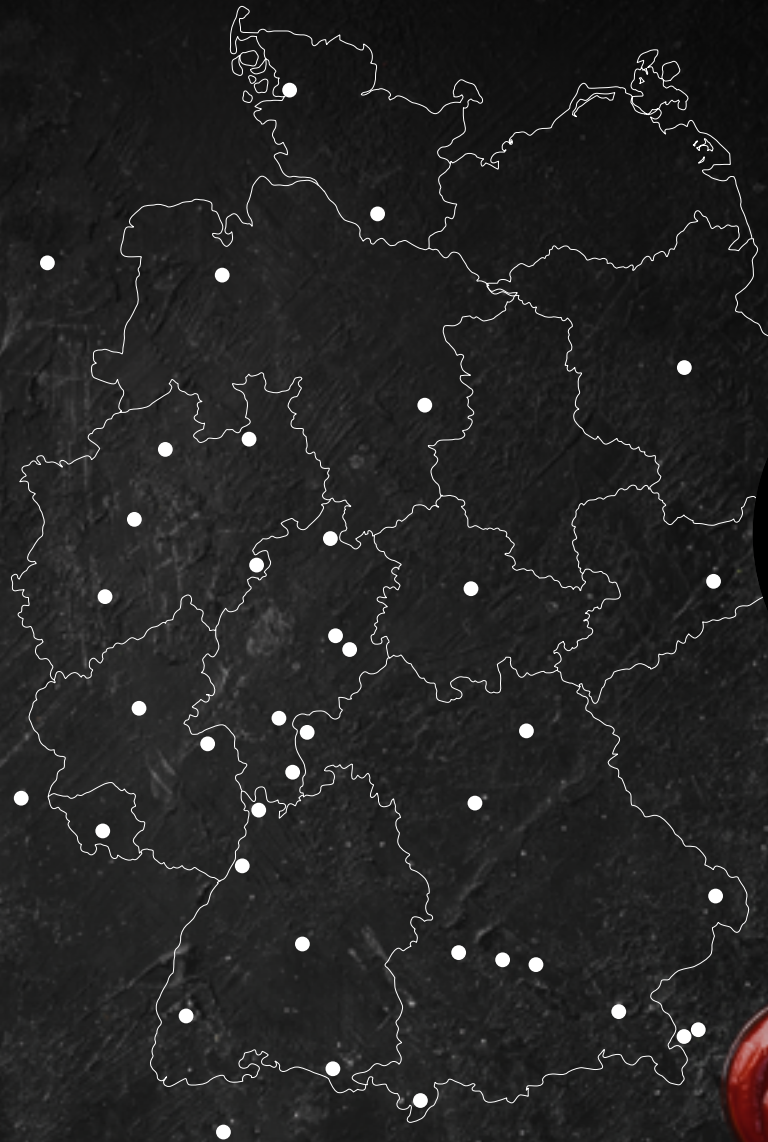
Mit seinem Engagement bringt Philipp unter anderem wertvolle Kompetenzen in unser Team ein. Er ist motiviert, seine Ideen einzubringen und mit uns neue Herausforderungen anzugehen.

Herzlich willkommen im Team, Philipp Bartuschies!



Philipp Bartuschies

PENTAGAST



Wir sind das leistungsfähigste Netzwerk für **Foodservice-Equipment** und **technischen Service** in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



MEHR
INFO www.pentagast.de

PENTAGAST Marketing- und Dienstleistungsgesellschaft der Gastronomie- und Großküchenausstatter eG



Glückwünsche aus der Branche zum 25. S&F-Firmenjubiläum



Wir gratulieren Ulrich Fladung und Marcus Seidl zu ihrer inzwischen 25-jährigen Erfolgsgeschichte.

Was vor langer Zeit als erste Vision begann, ist zwischenzeitlich zu einem fest etablierten Bestandteil der Branche geworden.

Das jährliche Symposium hat sich neben den laufenden Aktivitäten der S&F-Gruppe dabei inzwischen zu einer wichtigen und stark frequentierten Kommunikations- und Informationsplattform entwickelt.

Der VdF bedankt sich insbesondere bei Ullly Fladung für seine langjährige Präsenz und aktive Mitarbeit in unserem Verband.

Neben der sicherlich arbeitsintensiven Tätigkeit im eigenen Haus konnten wir ihn für die Vertretung unseres Verbandes in der „Denkfabrik Zukunft der Gastwelt (DZG)“ gewinnen. Was dort vor mehr als 2 Jahren begann, ist inzwischen zu einem etablierten Kommunikationskanal unserer Branche in Richtung der Bundespolitik in Berlin geworden.

Für die nächsten Jahre wünschen wir den beiden „S+F“-Machern genauso viel Ideenreichtum und Erfolg wie in den vergangenen 25 Jahren.

Alles Gute und herzliche Grüße vom
Verband der Fachplaner
(VdF)

Carsten Zellner





Ich gratuliere Marcus Seidl und Ulrich Fladung sowie dem gesamten Team von Herzen zum Jubiläum. Marcus Seidl und Ulrich Fladung haben das Talent, Top-Experten, die auch noch die erforderlichen „weichen Faktoren“ mitbringen, als Mitarbeiter zu gewinnen. Chapeau und weiter so, denn die Branche braucht Unternehmen wie S&F!

Thomas Voß
Kaufmännischer Direktor der LWL-Kliniken Münster & Lengerich



25 Jahre S&F-Gruppe – ein Meilenstein!

Wir freuen uns, Teil dieses Erfolgs zu sein. Ihr umfassendes Portfolio sorgt für eine qualitativ hochwertige und schmackhafte Gemeinschaftsverpflegung. Das gepaart mit der Zuverlässigkeit und dem Engagement Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen die Zusammenarbeit mit Ihnen seit Jahren erfreulich und erfolgreich.

Karsten Bönisch
Technischer Leiter / Prokurist
H&S Senioren Service GmbH



**Herzlichen Glückwunsch zu 25 Jahren
modernes Verpflegungsmanagement!**

Mit Eurer Expertise und Innovationskraft setzt Ihr Maßstäbe in Eurem Geschäftsfeld. Eure Arbeit hat auch in unserer Küche Qualität und Effizienz verbessert und positive Veränderungen angestoßen. Dafür vielen Dank.

Wir wünschen Euch viele weitere erfolgreiche Jahre und freuen uns auf eine weiterhin partnerschaftliche Zusammenarbeit!

Joachim Herbstritt
Küchenleiter | Ev. Diakoniekrankenhaus Freiburg
Verpflegungsbetriebswirt (HMA)



**Im Namen der Dorfner Gruppe sende ich der S&F-Gruppe die
herzlichsten Glückwünsche zum 25. Jubiläum!**

Vielen Dank für die zahlreichen Jahre, in denen das engagierte Team die Branche der Gemeinschaftsverpflegung mit kompetenter Beratung und Betreuung vorgebracht hat. Es ist immer wieder eine Bereicherung, in den Austausch mit allen Beteiligten zu kommen.

Peter Engelbrecht
Gesamtgeschäftsführer der Dorfner Gruppe



“



25 Jahre S&F-Gruppe, 75 Jahre GVMANAGER, 15 Jahre GV-Manager des Jahres

was für ein Jahr für unsere langjährige Kooperationspartner! Wir gratulieren ganz herzlich und danken für die hervorragende Zusammenarbeit - insbesondere bei der Vergabe unseres Branchenawards als Höhepunkt der Abendveranstaltung des S&F-Symposiums.

Auf viele weitere erfolgreiche Jahre am Puls der schönsten Branche der Welt!

Claudia Kirchner
Chefredakteurin GVMANAGER, B&L MedienGesellschaft

”

“



Glückwunsch zum 25-jährigen S&F-Firmenjubiläum und Danke für die beeindruckende Gemeinschaftsarbeit vergangener Jahre.

Wir freuen uns jetzt schon auf die „goldene Hochzeit“ - zumindest aber auf noch viele Jahre so guter Kooperation und wertschätzender Zusammenarbeit!

Dr. Thomas W. Heinz
Geschäftsführung der Fachkliniken St. Marien – St. Vitus

”

“

Die S&F Gruppe, ein Erfolgsfaktor für die Branche, feiert Jubiläum, das freut mich sehr und dafür meinen allerherzlichsten Glückwunsch.

Es freut mich auch deshalb, weil mich persönlich der fachliche Austausch, in meiner täglichen Arbeit, seit mehr als 15 Jahren begleitet und ich so immer das Gefühl vermittelt bekomme, zur S&F-Familie dazu zu gehören.

Peter Schierschke
Geschäftsführung | UMG Gastronomie GmbH

”

“

Lieber Herr Fladung, lieber Herr Seidl,

Herzlichen Glückwunsch zum 25. Firmenjubiläum und diesem beeindruckenden Meilenstein. Möge Ihr Unternehmen viele weitere Jahre voller Innovation und Erfolg erleben.

Wir freuen uns auch in Zukunft über den offenen Austausch miteinander.
Alles Gute,

Erik Altenhofen
Head of Entegra Germany



”



S&F-Gruppe

Part of the Buyers Edge
Platform Group



linktr.ee/sundf

Herausgeber:

S&F-Consulting Modernes
Verpflegungsmanagement GmbH
Adresse: Derbystr. 9, 85276 Pfaffenhofen a.d. Ilm
Tel: +49 84 41 79 79 30
E-Mail: info@sundf-gruppe.de
Website: www.sundf-gruppe.de

BEP Europe Limited

Tenth Floor, 240 Blackfriars Road,
London, England SE1 8NW /
Buyers Edge Platform Boston/USA

Marcus Seidl, Geschäftsführer
Ulrich Fladung, Geschäftsführer

Redaktion: Marcus Seidl (ViSdP)

Text: S&F-Gruppe

Layout: Schmitz Marketing GmbH,
Jahnstr. 7, 58769 Nachrodt-Wiblingwerde

Druck: WIRmachenDRUCK GmbH, Backnang

Erscheinungsweise: zweimal im Jahr



Bezugspreis: kostenfrei