


Weitere Informationen für die Redaktionen:

MESSE BREMEN · M3B GmbH

Wolfgang Heumer T 0421 3505 - 341

heumer@messe-bremen.de
www.messe-bremen.de

In der Großküche wächst das Interesse an zertifiziertem Fisch

Umfrage der fish international zeigt Chancen für die Fischwirtschaft auf

Bremen, 30. März 2022 · Großküchen-Köche vertrauen zunehmend auf Rohwaren aus zertifizierter Fischerei und nachhaltiger Produktion. Das zeigen die Statements führender Vertreter aus der Gemeinschaftsverpflegung in einer Umfrage der fish international. Um den Gästen in Betriebskantinen, Mensen, Heimen und der Event-Gastronomie Fisch noch schmackhafter zu machen, setzen Anbieter wie der Marktführer Deutsche See ergänzend zu ihren bereits etablierten nachhaltigen Produkten auf Convenience-Zubereitungen. Zu den Hemmnissen für den Verkauf von mehr Fisch in den Kantinen zählt nicht nur der Kostendruck in vielen Großküchen: Küchenchefs fürchten nach wie vor den Aufwand für die Zubereitung von Fischprodukten und ihre appetitliche Präsentation in Selbstbedienungstheken. All diese Themen finden sich auf der Fachmesse fish international vom 4. bis 6. September 2022 in Bremen wieder.

Bandbreite zwischen einem Fischgericht pro Woche und pro Tag

Als anerkannt gesundes Lebensmittel steht Fisch immer häufiger auf den Speiseplänen von Firmenrestaurants, Event-Caterern und anderen Großverbrauchern. Doch insbesondere die großen Anbieter in der Gemeinschaftsverpflegung ließen im Stimmungsbild für die fish international die Bereitschaft zu mehr Fisch-Einsatz in der Küche erkennen. Die Lufthansa-Tochter LZ Catering beispielsweise versucht nach eigenen Angaben regelmäßig, mindestens ein Fischgericht pro Tag in den belieferten Betriebsrestaurants anzubieten. In den Frankfurter Fraport-Kantinen setzt der Airport Catering Service zwei Mal wöchentlich Fischgerichte auf das Tagesprogramm; freitags ist grundsätzlich Fischtag. Ähnlich agiert die Deutsche Bahn Gastronomie, die als JOB&FIT-zertifizierter Anbieter den Speiseplänen dieser Aktion folgt und ein bis zwei Mal pro Woche Fisch auf den Tisch bringt.

In der Großverbraucher-Branche ist es ein offenes Geheimnis, dass viele Verpfleger unter einem enormen Kostendruck stehen. In den Betriebsrestaurants großer Unternehmen müssen die Betriebsleiter der Gastronomie zwar ebenfalls auf die Kosten schauen. Weil aber die Qualität des Mittagessens ein wichtiger Bestandteil der unternehmerischen Motivationsstrategien ist, sind immer mehr Firmen bereit, für gutes Essen auch gutes Geld zu investieren. Davon kann der Fisch profitieren – viele Betriebsleiter haben offenbar erkannt, dass Qualität und Preis eng zusammenhängen.

Wachsendes Verantwortungsbewusstsein für die Herkunft der Ware

Parallel zum wachsenden Interesse am Thema Nachhaltigkeit in der Bevölkerung entwickeln GV-Gastronomen verstärkt Verantwortungsbewusstsein für die Herkunft der verkauften Ware. Der Groß-Caterer Aramark beispielsweise kauft nach eigenen Angaben nur ASC- oder MSC-zertifizierte Rohware ein. Weil zu Nachhaltigkeit auch Aspekte wie der CO₂-Fußabdruck in der gesamten Supply-Chain gehören, würde Aramark gerne verstärkt regional einkaufen. Ähnlich sieht es auch der Zentraleinkauf der Bayer AG – dort werden Lieferwege immer stärker in die Gesamtüberlegungen einbezogen. Wenn der Weg zu den Produzenten in den Niederlanden oder Belgien näher ist, kauft manches Unternehmen lieber dort als bei deutschen Lieferanten. Viele Großkunden würden auch gerne bei Lieferanten vor Ort einkaufen, allerdings gibt es mitunter gar kein regionales Fischangebot.

Großküchen brauchen Orientierungshilfe beim Einkauf der richtigen Rohwaren

Das Thema Nachhaltigkeit steht angesichts der Rahmenbedingungen in vielen Großküchen in der Gemeinschaftsverpflegung noch am Anfang einer Entwicklung. Die Äußerungen in der Umfrage lassen darauf schließen, dass Großverbraucher eine Orientierungshilfe bei der Auswahl der „richtigen“ Produkte benötigen. Siegel wie ASC und MSC sind mittlerweile etabliert. Für die Bewertung nicht zertifizierter Produkte greifen etliche der Befragten den eigenen Angaben zufolge zu den „Einkaufshilfen“ von Umweltschutzorganisationen wie WWF oder Greenpeace.

Wenn es um Fisch und Nachhaltigkeit geht, vertrauen viele GV-Kunden auf die Kompetenz der großen Lieferanten in Deutschland. Die Deutsche See kann dabei auf eine lange Historie in den Nachhaltigkeitsbestrebungen verweisen – bereits 2010 wurde das Unternehmen für sein Engagement mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. Ähnlich agiert sich die Fischmanufaktur in der Entwicklung neuer, Großküchen-tauglicher Produkte.

**Weitere Informationen für die Redaktionen:**

MESSE BREMEN · M3B GmbH

Wolfgang Heumer T 0421 3505 - 341

heumer@messe-bremen.dewww.messe-bremen.de

Dabei befassen sich die Bremerhavener nicht nur mit neuen geschmacklichen Kreationen, sondern auch mit den praktischen Aspekten der Fischzubereitung. Denn dass Fisch in den Großküchen nach wie vor unterrepräsentiert ist, hängt offenbar auch damit zusammen, dass die Gerichte mitunter höhere Ansprüche an die Zubereitung stellen.

Convenience-Produkte entlasten die Küchenmannschaften

Gemeinschaftsverpfleger müssen in der Regel in kurzer Zeit große Mengen an Essen bereitstellen. Zugleich haben viele Betriebe angesichts der Kosten eine dünne Personaldecke. In Betriebskantinen liegen die fertig zubereiteten Gerichte unter Umständen längere Zeit in der Theke – doch gerade bei Fisch erwarten die Gäste, dass er frisch und wie gerade zubereitet wirkt. Um ihnen in dieser Situation Fischprodukte schmackhaft zu machen, setzt Deutsche See auch auf Convenience-Produkte – wie beispielsweise tiefgekühltes Filet im Gemüsebett – für eine schnelle und einfache Zubereitung. Das verschafft auch einem kleinen Küchenteam die Luft, um sich auf Beilagen wie Reis oder Kartoffeln zu konzentrieren.

In den Produktentwicklungen spiegeln sich auch Verbrauchertrends wie das gewachsene Interesse an einer bewussten Ernährung wider. Allerdings gehört Seelachs im Backteig mit Kartoffelsalat nach wie vor zu den beliebten Klassikern in den Kantinen. Doch es zeigt sich auch bei den Traditionen eine Veränderung: „Dienstag entwickelt sich zum neuen Freitag“, heißt es bei Deutsche See mit Blick darauf, dass in Deutschland Freitag immer noch der Fischtag ist.

Corona-Pandemie gibt Anstoß zu neuen Vertriebswegen und mehr Service

Dass die GV-Branche bereit für neue Entwicklungen ist, zeigte sich auch an den Auswirkungen der Corona-Pandemie. Durch die Verlagerung von Büroarbeit ins Homeoffice leeren sich viele Kantinen. Es dauerte ein bisschen, doch dann reagierten die Betriebsleiter: Viele Betriebsrestaurants etablierten einen eigenen Abhol- oder Lieferservice und versorgten die Beschäftigten zu Hause mit einem Mittagessen zum Aufwärmen. Mittlerweile rechnen viele damit, dass solche Angebote auch nach dem Ende der Pandemie einen Markt finden. Für die Fischwirtschaft könnte es deshalb wichtig sein, sich darauf mit Produktentwicklungen als Teil der eigenen Zukunftssicherung einzustellen.

(6.576 Zeichen inkl. Leerzeichen)

Über die fish international

Die 1988 gegründete fish international in der MESSE BREMEN ist die einzige deutsche Fachmesse für Fisch und Seafood. Im Zwei-Jahres-Rhythmus kommen dabei gut 11.000 Besucher aus der Fischindustrie, dem Fischgroßhandel, LEH und der Gastronomie zusammen. Sie finden hier zum Beispiel rund 300 Lieferanten aus aller Welt und nutzen die Gelegenheit, sich zu informieren und auszutauschen.

Weitere Informationen: www.fishinternational.de