

partner



Porzellan-Serie Hot Wave von Villeroy & Boch: Der Bocholter Non-Food-Caterer Party Rent hat die designorientierte Kollektion unter dem Namen LifeStyle exklusiv in sein Programm aufgenommen

Profilierung durch Porzellan



Compact

Hier lesen Sie:

- Wie die aktuelle wirtschaftliche Situation der renommierten Porzellanhersteller aussieht
- Welche neuen Formen und Konzepte für Caterer geeignet sind
- Warum Design und Lifestyle auf dem Tisch immer wichtiger werden

Tableware: Mit innovativen Formen und Konzepten sorgen die Porzellanhersteller für frischen Wind auf dem gedeckten Tisch und meistern so die derzeitige Konjunkturflaute

Die Porzellanbranche ist nach wie vor von der Konjunkturflaute auf dem deutschen Markt betroffen. Die schlechteren Geschäfte hier zu Lande werden allerdings durch ein ordentliches Exportgeschäft wettgemacht. „Unsere Branche spürt einen Abschwung immer relativ früh, während ein Aufschwung tendenziell zeitverzögert wahrgenommen wird“, sagt Birgit Dubberke, Marketingleiterin der Porzellanfabrik Schönwald. „Beim Porzellan können sich

Betriebe immer eine gewisse Zeit behelfen, ein defekter Herd muss sofort ausgetauscht werden.“ Trotzdem stehen Investitionen in Geschirr, Gläser und Besteck bei den Caterern auf der Prioritätenliste an der Spitze.

Aber die Rahmenbedingungen sind generell schwierig: Die Gäste sparen beim Essen. Die Anzahl der Events stagniert, die Verkehrs-Caterer beklagen an einigen Standorten Umsatzeinbußen von bis zu 20 Prozent. Die Airline-Caterer spüren den Rückgang im Tourismus und die Fol-

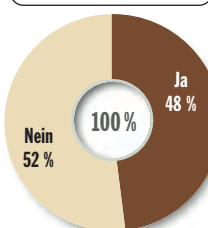
gen des Irak-Kriegs. Der Kostendruck im Gesundheitswesen wächst. Im Business-Catering sinkt in vielen Unternehmen die Anzahl der Beschäftigten. Die Messe-Caterer registrieren selbst bei Top-Messen wie der Cebit einen deutlichen Besucher-rückgang. „Der Markt für Geschirr bleibt eine Herausforderung“, sagt Stephanie Denecke, Marketingleiterin bei Bauscher Weiden. „Es gibt ein Überangebot an Porzellan, da die Anzahl der Kunden tendenziell sinkt und gleichzeitig mehr Anbieter auftreten.“ Während vor zehn Jahren auf

Porzellan hat Priorität

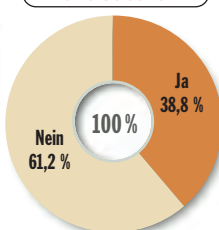
Tableware:

Anteil der Caterer, die im Jahr 2003 in Porzellan investieren wollen

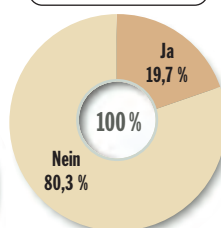
Business-Caterer*



Event-Caterer**



Care-Caterer**



Hohe Investitionsbereitschaft:

Nahezu jeder zweite Business-Caterer plant den Neukauf oder die Ersatzbeschaffung von Geschirr, Gläsern und Besteck. Mehr als jeder dritte Event-Caterer will in Tableware investieren. Jeder fünfte Care-Caterer beabsichtigt den Kauf von neuem Geschirr, vor allem für neue Speisenverteilungssysteme.

Quelle: Internorg/Roland Berger
Umfrage Catering inside** Grafik: Inside

partner



1|



3|



5|



6|

1| **Schönwald:** Bei der Form Generation ermöglicht das neue Material Duracream die Herstellung von extrem stabilem cremefarbenen Porzellan. 2| **Kahla:** Five Senses als Basis für Geschmackserlebnisse. 3| **Rosenthal:** Units4Fun besteht aus vielseitig einsetzbaren Teilen für Snacks und Dips, Fingerfood und Coffee-Bar. 4| **Arc International:** Calcito unterstreicht die Kompetenz für designorientierte Formen. 5| **Villeroy & Boch:** Das Design von Dune wurde von Sanddünen und Wüsten inspiriert. 6| **Bauscher:** Platten in Rautenform ergänzen das Büfettprogramm FUNction.



2|



4|

der Fachmesse Internorga lediglich sieben Anbieter Spezialgeschirr für Gastronomie und Catering ausstellten, sind es nach Schätzungen von Birgit Dubberke inzwischen mehr als doppelt so viele. „Immer mehr Porzellaner suchen ihr Heil in der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung, weil sie im Einzelhandel kaum noch etwas verdienen.“ Folge: Ein Preiswettbewerb, von dem Caterer nur auf den ersten Blick profitieren. Gerade bei Systemgeschirren ist in Zeiten knapper Budgets die Versuchung groß, auf preisgünstige Ware auszuweichen. Wenn aber nach einigen Monaten wegen Bruchs erste Nachbestellungen fällig werden, zeigt sich, was Leistungen der Markenhersteller wie Beratung & Service, Just-in-time-Belieferung oder Nachkaufgarantie Wert sind.

Seit einigen Jahren kompensieren die Porzellanhersteller Umsatzrückgänge im klassischen Geschäft durch designorientierte Kollektionen. Diese erfordern zwar mehr Aufwand bei der Bearbeitung von Aufträgen (u.a. durch hohen Beratungs-

bedarf, geringere Stückzahlen), bringen aber Erfolg: „Die Verkaufszahlen, die wir mit neuen Konzepten wie Premiere oder Event feiern, geben uns Recht“, sagt Birgit Dubberke, Porzellanfabrik Schönwald. Auch Rosenthal setzt auf Design, Innovation und Marke. „Wir profitieren von unserem Markenimage und der Qualität unseres Designs“, sagt Gerhard Vollath, Geschäftsleitung der Rosenthal AG Hotel & Restaurant Service, Selb. Aktuelles Beispiel für moderne Food-Präsentation ist die Rosenthal-Serie *Units4Fun* für Snacks, Fingerfood und Coffee-Bar.

Eine zunehmende Rolle spielen individuelle Dekore. „Jeder vierte Auftrag beinhaltet inzwischen Sonderdekore“, so Stephan Schölermann, Vertriebsleiter Hotel & Restaurant der Villeroy & Boch AG, Frankfurt. Bereits ab 500 Teilen entwickelt die eigene Design-Abteilung Wunschdekore. Überdies profiliert sich Villeroy & Boch durch seine im



„Wir profitieren von unserem Markenimage und der Qualität unseres Designs“

Gerhard Vollath, Mitglied der Geschäftsleitung, Rosenthal AG Hotel & Restaurant Service, Selb

Markt bislang einmalige Kantenschlaggarantie: Sollte trotz sachgemäßer Behandlung des Geschirrs innerhalb von drei Jahren Kanten absplittern, werden die Teile gemäß Garantiebestimmungen ersetzt. Villeroy & Boch erkennt zudem einen Trend zu Lifestyle und perfekter Inszenierung, beispielsweise bei Events. Stephan Schölermann: „Caterer wünschen sich besondere Tellerformen und innovative Produkte rund um den gedeckten Tisch, um ihre Kreationen zu präsentieren und Akzente zu setzen.“ Seiner Erfahrung nach honorieren Veranstalter und Gäste Veränderungen auf dem Tisch und sind daher auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten durchaus bereit, Geld auszugeben, wenn das Erlebnis stimmt und Emotionen geweckt werden. Daher hat der Bocholter Non-Food-Caterer Party Rent vor kurzem die Designer-Serie Hot Wave von Villeroy & Boch unter der Bezeichnung Life-

Porzellan-Trends

Allgemein

- höhere Stabilität und Kantenschlagfestigkeit
- weißes/cremefarbenes Geschirr
- individuelle Sonderdekore
- Spezialserien für Kaffeespezialitäten (auch für Coffee-Bars)
- Porzellan als Merchandising-Artikel
- Büfett-Systeme

Business-Catering

- stärkere Design-Orientierung, auch im klassischen Betriebsrestaurant
- Fine-Dining-Geschirre bei der Gästebewirtung und/oder im Vorstands-Casino

Care-Catering

- Spezialserien für ältere/ranke Menschen mit Bewegungseinschränkungen
- Spezialgeschirre für moderne Speiserverteilsysteme (z.B. Cook & Chill, Cook & Freeze)

Event-Catering

- Kombination unterschiedlicher Porzellanformen (auch verschiedener Hersteller)
- Formen mit kleinteiligen Elementen (z.B. für Fingerfood, Event, Cross-Cooking, Snacks, Wraps usw.)
- schnellerer Wechsel/Austausch
- Inzenierungen von Themen/Erlebnissen

Style in sein Verleihprogramm aufgenommen. „Der Erfolg gibt uns Recht“, sagt Hans Schriever, Leiter Marketing bei Party Rent, „immer mehr Caterer erkennen, dass sie sich auch durch das Porzellan profilieren können.“

Birgit Dubberke, Schönwald, beobachtet mit Sorge, dass vor allem Quereinsteiger oft auf Billigangebote oder Haushaltsporzellan setzen. „Ihnen ist nicht bewusst, dass Porzellan im gastronomischen Alltag besonderen Anforderungen genügen muss, die wir bei der Gestaltung von Anfang an berücksichtigen.“ Ein Beispiel ist die neue Serie Generation in cremefarbener Optik mit den Qualitätsmerkmalen von Hartporzellan (bisher nur in weißer Farbe möglich). Durch das neue Material Duracream kann erstmalig ein

widerstandsfähiges Porzellan in einem Cremeton hergestellt werden. Duracream ermöglicht dünner gestaltete Formen mit hoher Eleganz, Schnitt- & Kantenschlagfestigkeit.

Eine höhere Stabilität beim Porzellan gehört zu den „Herzenwünschen“ vieler Caterer, um ihre Kosten für Ersatzbe-

schaffungen zu reduzieren. Davon profitiert Arc International, Hersteller von Geschirr aus gehärtetem Glas. „Durch die längere Haltbarkeit ist Glasgeschirr unterm Strich wirtschaftlicher“, sagt Marketingleiterin Maren Franke. Nachdem die Marke Arcoroc in Deutschland bislang vor al-

lem in der GV verbreitet war, nimmt das Unternehmen mit seinen neuen designorientierten Kollektionen nun auch die Gastronomie und Event-Branche ins Visier. Speziell für Speiserverteilsysteme im Care-Catering wird Arc in Kürze induktionsfähige Teller vorstellen. JÖRG-MICHAEL EHRLICH <

partner

Vielseitig, farbenfroh und gekonnt kreativ variieren. Saison und Themen mit **Dunicel-Mitteldecken** spielend leicht inszenieren, Tische und Tischwäsche intelligenter schützen. Fragen Sie uns oder Ihren Großhändler nach individuellen Möglichkeiten gepflegter Tischkultur mit Format.

Mitteldecken im Mittelpunkt

Dunicel

SERVIETTEN

TISCHSETS

MITTELDECKEN

TISCHDECKEN

TISCHLÄUFER

ROLLEN

WELCOME TO OUR WORLD OF INSPIRATION



Duni GmbH & Co. KG · Professional Division · Robert-Bosch-Straße 4 · D-49565 Bramsche
Fon 0 54 61 / 82 - 3 76 · Fax 0 54 61 / 82 - 1 69 · E-Mail: grossverbraucher@duni.de · www.duni.com