

Rund um die Tafel

Ben Cudok (BC, l.) und Stephan Mahnecke (SM, r.) leiten die Geschäfte von Party Rent in München und Berlin und verantworten das inhaltliche Konzept der Kollektion. Wie das Buch Hoteliers konkret hilft, erläutern sie hier.



aber langfristig denken. Eine wirklich beständige Entwicklung sehen wir in der Individualisierung. Deshalb investieren wir in

Serien, die einerseits gewissen Ansprüchen an Langlebigkeit, Handhabbarkeit und Ästhetik gerecht werden, andererseits aber auch gut mit dem gesamten Portfolio zu kombinieren sind.

Warum setzt Party Rent so stark auf Markenprodukte wie Zwiesel,

Robbe & Berking oder Arzberg?
SM: Der Leitsatz für unsere Produkte lautet: „Praktisch, haltbar, bezahlbar und schön“. Bei der Umschlagshäufigkeit, die ein Teller bei uns erfährt, ist ein qualitätsorientierter Einkauf schon aus wirtschaftlicher Sicht sinnvoll. Außerdem müssen wir uns darauf verlassen können, bei weiteren Investitionen in die Produkte die gleiche Materialqualität nachkaufen zu können – was bei Markenherstellern gegeben ist. Danke für das Gespräch. **teo**

Wozu heute noch ein 250-seitiges Buch über Tischkultur, wenn sich Tipps problemlos im Netz finden?
SM: Weil es kein einfacher Ratgeber ist. Die Catering Selection informiert detailliert über Formsprache, Funktion und Anwendung unseres Table Tops. Dazu kommen Geschichten und Hintergründe zu den Produktdesignern und Herstellern. Statements von Spitzengastronomen zur Präsenz bestimmter Serien auf dem Tisch runden es ab. Wir dachten uns, wenn Kevin Fehling oder Heiko Antoniewicz eine Meinung zu Porzellan X oder Besteck Y hat, ist das sicher interessant.
BC: Gerade wenn man eine Idee bekommen möchte, welche Porzellanform die richtige für das eigene Flying ist, oder wie man

Mit der „Catering Selection“ informiert Party Rent über den Wert und die Inszenierung von Tischkultur.

Serien verschiedener Hersteller kombiniert, dann könnte sich ein Blick ins Buch lohnen.

Gibt das Buch aktuelle Trends bei der Tischgestaltung wieder?

SM: Wir haben versucht, ein Werk zu schaffen, das weitestgehend unabhängig vom aktuellen Zeitgeist die Produkte zusammenfasst, die sich über die letzten 25 Jahre zu beständigen Lösungen für die Gastronomie entwickelt haben. Dazu gehören Klassiker von Schönwald ebenso wie das aktuell sehr beliebte Craft-Porzellan von Steelite.

BC: Gewisse Strömungen gibt es im Markt ja immer: Vintage z. B. Als Ausstatter müssen wir

DER KLASSIKER unter den Dessertsaucen



Individuelle Dessertkreationen, stilvoll veredelt

- Feiner Geschmack, wunderbar cremig
- Warm und kalt verwendbar
- Ideal zur Garnitur von Gebäck, Eis und Desserts

Mehr inspirierende Ideen auf: www.debic.com

Debic ist eine Marke von FrieslandCampina Foodservice.



Immer etwas Besondere