

sunde Ernährung indes nicht von einem Trend wachgeküsst –vielmehr sieht man sich selbst in der Rolle des Pioniers: „Wir waren bereits vor zwanzig Jahren die erste Gemeinschaftsverpflegung mit Bio“, sagt Fuchs. Heute ist der Bio-Anteil der mehr als 300 zur Wahl stehenden Gourmet-Gerichte bei stattlichen 25% angelangt – mit steigender Tendenz.

Ziemlich beste Freunde

Die Zusammenarbeit mit dem WWF existiert seit drei Jahren. Was anfangs ein misstrauisches Beschnuppern war, ist heute eine solide Partnerschaft. Kaissl streut ihr Rosen: „Gerade, weil Ernährung sehr viel mit Ressourcenverbrauch zu tun hat, sind wir über die Bereitschaft von Gourmet, dieses Thema in seiner Gesamtheit aufzugreifen, sehr froh.“

Vice versa passt der Ansatz von WWF zu einem Anbieter, der ohnedies das Saisonale und Regionale groß im Ernährungsplan stehen hat. Nicht zuletzt gilt, so Fuchs: „Wollten wir der Billigste sein, würden wir nicht mit dem WWF kooperieren.“ Wobei nicht der Billigste zu sein letztlich wiederum nicht wirklich teuer ist: Für den Konsumenten macht das regionale, saisonale, biologische einen Aufschlag von 40 Cent auf sein Mittagsgeschicht aus.

Besonders bio ist Gourmet bei den Kindern: Nachdem auch Kindergärten und Schulen zu den Gourmet-Freunden zählen,

Klimaküche

Zu den klimafreundlichen Menüs bieten Gourmet und der WWF den Gästen in den kommenden Wochen auch zahlreiche Tipps und Informationen zum Klimaschutz: im Online-Bestellsystem à la click, in Newslettern, Broschüren, in den Kantinen, auf Facebook und dem Unternehmensblog <http://blog.gourmet.at>.

nähert sich dort der Bio-Anteil den 50%. Die Zielgruppenspezifikation ist einerseits eine Stärke des Unternehmens – für Kinder wird anders gekocht als für Senioren –, andererseits entwickeln sich Ernährungstrends im Dialog: „Der Großteil unserer

Art der Zusammenstellung in der Lage ist, auf Trends rasch zu reagieren – und diese ggf. zu forcieren. Die Dimension des Ganzen: besagte 300 Gerichte im Angebot, 80 davon werden täglich gekocht, im Umfang von rund 250.000 Mahlzeiten.



© Gourmet (2)

Das Feedback beschränkt sich aber nicht nur aufs Bestellverhalten – Gästebefragungen sind ebenso implementiert. Aktueller Ernährungs-Status: Ein Drittel der Gerichte ist bereits vegetarisch; im Westen Österreichs essen die Menschen tendenziell gesünder als im Osten. Fuchs dazu: „Vor allem für Betriebe ist die gesunde Ernährung derzeit ein starkes Thema – speziell dann, wenn es mit einem guten Preis-Leistungsverhältnis kombiniert ist.“

”

Gemeinsam mit unseren Gästen konnten wir rund 34 Tonnen CO₂ einsparen. Diese Win-Win-Situation für die Gesundheit und das Klima hat uns zu neuen klimafreundlichen Gerichten motiviert.

Herbert Fuchs
GMS Gourmet GmbH

“

Kunden bestellt online“, berichtet dazu Claudia Horacek aus der Gourmet-Geschäftsleitung. „Basis dafür ist unsere Business Catering-Speisekarte.“

In der gibt es neben der Angabe von Preis, Gewicht und Kalorien weitere fünf Symbole. Die weisen beispielsweise aus, dass Ketchup folgende Kriterien erfüllt: ohne Schweinefleisch, vegan, vegetarisch und laktosefrei. Fünftes, hier nicht zutreffendes Symbol: glutenfrei. Ergo kann sich der Kunde, dem Interesse seiner Gäste folgend, einen Speiseplan zusammenstellen, während Gourmet anhand der

137
Mio. €

Stabiles Plus

Gourmet ist ein Unternehmen der Vivatis Holding und erwirtschaftete in 2016 einen Erlös von 137 Mio. € (2015: 133 Mio. €); auch 2017 ist „sehr zufriedenstellend“.

Von ganzen Hühnern

Von gesund auf nachhaltig erfolgt ein Zusatzschritt: „Bei uns gibt es nicht nur das Hühnerbrustfilet, wir bemühen uns, das ganze Huhn zu verarbeiten“, berichtet Horacek von einer veränderten Betrachtungsweise des Ausgangsmaterials. Huhn und Pute stammen großteils aus Österreich, das Schweinefleisch zu 100%. Interessant wird die Österreich-Perspektive da, wo sie unerwartet ist: In den klimafreundlichen Wochen ist sogar der Reis austriifiziert – er stammt von der Firma ÖsterReis und wurde in Gerasdorf geerntet.