

Convenience-Food – effektive Hilfe für den Gastronomen

Iris Fontana



Heute bieten viele Firmen, welche früher reine Konservenfabriken waren, ein sehr viel breiteres Produktsortiment, vielfach auch im Convenience-Bereich, an.

Die Verwendung von Convenience-Food in der Hotellerie und Gastronomie ist immer noch ein heiss diskutiertes Thema. Die Sicht des Branchenverbandes von Swiss Convenience Food zu diesem Thema legte Beat Hodler, Geschäftsführer der gleichnamigen Vereinigung, dem Schweizer Hotel-Journal in einem Gespräch dar.

Wer ist die Swiss Convenience Food Association (SCFA), und was ist das Ziel der Vereinigung?

Beat Hodler: «Die SCFA ist einer von 16 Branchenverbänden der Schweizer Nahrungsmittelindustrie, welche im Dachverband «Föderation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien» (fial) zusammengeschlossen sind. Weitere Mitglieder

sind beispielsweise Chocosuisse, die Schweizer Fleisch-Fachverbände, SwissPasta oder der Verband der schweizerischen Milchindustrie. Geleitet wird die fial vom Vorstand, welcher sich aus den Präsidenten der 16 Branchenverbänden zusammensetzt plus je einem Vertreter von Coop Industrie und Migros-Genossenschafts-Bund und einigen weiteren Personen. Ziel der fial

ist es, die gemeinsamen wirtschaftlichen und wirtschaftspolitischen Interessen der angeschlossenen Branchen und deren Mitgliedsfirmen zu vertreten. Die Organisation befasst sich vorwiegend mit allgemeinen Fragen der Lebensmittelrechtssetzung und des Vollzugs, mit landwirtschaftspolitischen Anliegen der verarbeitenden Industrie, mit Fragen der europäischen Integration und des Aussenhandels, mit den Ein- und Ausführmodalitäten und der Zollgesetzgebung. Sie lanciert aber auch gemeinsame Forschungsprojekte und fördert die berufliche Aus- und Weiterbildung in der Nahrungsmittelindustrie. Zudem führt sie statistische

Erhebungen in den angeschlossenen Branchen durch. Bei der SCFA sind die spezifischen Hauptthemen die Kartoffelverarbeitung, vor allem die Verhandlungen mit den Kartoffelproduzenten, weiter der Gemüseanbau, hauptsächlich der grossflächige Anbau von Erbsen, Bohnen, Karotten und Spinat, wo gesamtschweizerische Anbauverträge existieren. Weiter beschäftigen wir uns mit verpackungsrechtlichen und lebensmittelrechtlichen Fragen. Die SCFA ist die Nachfolgeorganisation der «Ver-einigung der Schweizerischen Hersteller von Konserven-, Kühl- und Tiefkühlprodukten». Dabei geht der Terminus Convenience im neuen Namen natürlich viel weiter, und die Abgrenzung, was zu Convenience-Food zählt und was nicht, ist relativ schwierig. Grundsätzlich heisst Convenience «etwas Praktisches». Praktisch in dem Sinn, dass der Produzent dem Abnehmer eine zeitaufwendige Vorbereitungsarbeit abnimmt. Er macht dies für viele gemeinsam, gleichzeitig und erbringt damit eine Dienstleistung, welche dem Abnehmer viel Handarbeit einspart. Als Beispiel für ein sehr einfaches Convenience-Produkt kann das Waschen, Rüsten und Zubereiten von Gemüse erwähnt werden.»

Convenience-Food hatte lange den Makel, dass es schlecht schmecken würde. Dank Entwicklungen in der Forschung und neuen Verfahren in der Lebensmittelindustrie ist es gelungen, viel von diesem irritierenden «Nebengeschmack» zu eliminieren. Wie ist der neuste Stand der Forschung?

Beat Hodler: «Dabei gilt es zuerst einmal die verschiedenen Stufen von Convenience-Food zu unterscheiden. Wir sprechen zuerst einmal von Convenience der untersten



Vom Feld in die Tiefkühltruhe – Das Geheimnis beim Erhalt des «inneren Wertes» eines Tiefkühlproduktes liegt in seiner schnellen Verarbeitung.

Stufe, dies beinhaltet beispielsweise die Verarbeitung von Rohprodukten, d.h. schneiden, waschen, rüsten. Oder wenn der Metzger ein «Spießli» anfertigt, bei dem er verschiedene Fleischstücke auf einen Stab aufzieht, wird das auch bereits Convenience-Food genannt. Der Vorwurf hier, dass Convenience-Produkte schlecht schmecken, ist schlicht lächerlich. Von einer zweiten Stufe von Convenience sprechen wir beispielsweise bei einer Fleischpastete. Hier wird ein Gericht nach einem Rezept fertig zubereitet. Es wird dem Verbraucher ein weiterer Arbeitsschritt abgenommen. Hier kann man sich fragen, ob Convenience schlecht schmeckt. In den Produktionsfirmen gibt es ganze Abteilungen, die sich mit Rezept- und Produktentwicklungen beschäftigen, wo zum Teil hoch dekorierte Köche beigezogen werden, um gute Rezepte zu entwickeln. Ob hier so schlechte Resultate erzielt werden, bezweifle ich. Zum Vorwurf des irritierenden Nebengeschmacks. Wenn man eine Dose mit «Erbsli und Rüepli» kauft oder ein Pack Rösti im Beutel, da sind keine Konservierungsstoffe enthalten, die Gerichte zubereitet und steril verpackt. Auch bei den Tiefkühlprodukten werden keine Konservierungsstoffe beigegeben. Die meisten Convenience-Produkte sind keine Mahlzeit an sich, sondern Zwischenprodukte, welche zu einem Menü zusammengefügt werden können. Bei den Schnellimbiss-Produkten ist klar, dass man dort, verglichen mit einem exquisiten kulinarischen Gericht, gewisse Abstriche machen muss, aber das darf auch nicht verglichen werden.

Was sicher zur Verminderung eines störenden Nebengeschmacks beigetragen hat, sind die stetige Entwicklung und die Verbesserungen bei den Verpackungsmaterialien, im Produktionsprozess, vor allem bei der Temperaturbehandlung, und bei den ganzen Reinheitsvorschriften, welche in den Betrieben gelten.»

Was entgegnen Sie dem Vorwurf, dass Convenience-Food ungesund und unökologisch sei und dass durch die Fertigung von Menüs nach dem «Massengeschmack» die Konsumenten ihren natürlichen Geschmackssinn verlieren würden?

Beat Hodler: «Zum ersten Teil der Frage. Lebensmittel, welche ungesund sind, sind auf dem schweizerischen Markt verboten. Ob etwas, das in einem Betrieb, welcher strengen Hygienevorschriften unterliegt, weniger gesund ist als Produkte, welche zu Hause verarbeitet werden, wo es keine solchen Bestimmungen gibt, gilt es zu bezweifeln. Zur Frage der Ökologie. Die Verwendung von Convenience-Food führt dazu, dass beim Gastronomen keine Rüstabfälle mehr anfallen und vor allem auch, dass er besser portionieren kann. Er kann so besser planen, und es fallen ihm weniger «Resten» an. Natürlich müssen Convenience-Produkte verpackt werden, aber je nach Verpackungsart und vor allem mit den heutigen fortschrittlichen Methoden des Recyclings fällt dieser Bereich auch nicht mehr so ins Gewicht, und ein Vergleich der Ökobilanzen wäre einmal spannend. Auch betreffend Transportwege der Lebensmittel

wird kein ökologischer Unsinn betrieben. Beispielsweise wird in der Schweiz der Spinat im Rheintal geerntet, in Schaan oder in Bischofszell verarbeitet und sechs Stunden später tiefgefroren, alles innerhalb sehr kleiner Distanzen und in sehr kurzer Zeit. Auch bei den Erbsen und Karotten sieht es ähnlich aus. Was vor allem wichtig ist, sind Studien, die zeigen, dass der «innere Wert» von Gemüse, welches so schnell verarbeitet und tiefgekühlt wird, wesentlich besser ist, als wenn das Gemüse lange auf dem Markt herumliegt. Betreffend Massengeschmack, diesen Vorwurf kann ich gelten lassen. Wenn natürlich viele Gastronomen dasselbe Convenience-Produkt verwenden, vor allem, wenn es sich um eine Fertigmahlzeit handelt, ist klar, dass dies auch überall gleich schmeckt. Denn in einem Industriebetrieb sind die Rezepturen standardisiert. Das kann aber auch als Vorteil angesehen werden, nämlich dass die Qualität stets gleichbleibend ist.»

Viele Wirte verwenden bereits Convenience-Produkte. Was sind die Vorteile von Convenience-Food?

Beat Hodler: «Ein Vorteil ist, dass es für den Gastronomen praktisch ist, wenn ihm Handarbeit auf einer Vorstufe abgenommen wird und er weniger Zeitaufwand hat, etwas aufzubereiten. Wenn er Zwischenprodukte verwendet, kann er diese immer noch nach seiner Kunst, nach seinem Rezept fertig zubereiten und erzielt damit doch einen einmaligen Geschmack. Wenn ein Gastronom Fertigprodukte verwendet und diese aufischt, dann ist das oft eine Frage von Preis und Leistung. Er kann dann günstigere Menüs verkaufen, und oftmals macht er dies auch, um eine breitere Menükarte anbieten zu können. Convenience

spart dem Gastronomen Zeit, er kann effizienter vorbereiten, die Produkte ermöglichen ihm, eine breitere Palette von Menüs auf seiner Speisekarte anzubieten, und er hat weniger Verlust.»

Eine Steigerung von Convenience-Food ist das Functional Food. Ist dies der Zukunftsmarkt Ihrer Branche, und wo liegen da die Trends?

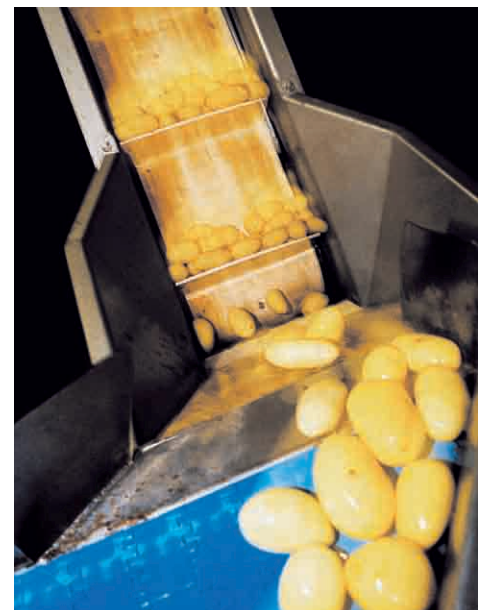
Beat Hodler: «Ich würde völlig unterscheiden zwischen Convenience-Food und Functional Food. Functional Food nimmt Einfluss auf die Gesundheit mithilfe einer Rezeptur, übt also eine «Funktion» aus. Convenience-Food hingegen kann alles sein. Es ist die Bezeichnung für eine Zubereitungsform, für eine Dienstleistung auf der Vorstufe. Functional Food hingegen ist eine Zusammensetzung, welche eine bestimmte Wirkung auf den Körper ausübt. Meiner Ansicht nach ist daher Functional Food keine Steigerung von Convenience-Food, es sind zwei völlig verschiedene Dinge. Was man aber sicher sagen kann, ist, dass generell ein Trend hin zum Functional Food sichtbar ist. In der Gastronomie wird Functional Food aber nicht gross propagiert, es ist meiner Meinung nach mehr ein Trend, welcher im Privatbereich beobachtet werden kann.»

Convenience-Food ist ein stark wachsender Markt. Wie schätzen Sie die Entwicklung dieses Segments in der Hotellerie/Gastronomie ein?

Beat Hodler: «Was wir feststellen, ist, dass die Verkäufe von Convenience-Food bis zu einem gewissen Grad von der konjunkturellen Entwicklung abhängen, dies vor allem bei den privaten Haushalten. Wir sehen,

dass in Zeiten der Hochkonjunktur, wenn eine sehr gute Arbeitsmarktsituation vorherrscht, es in vielen Familien Doppelverdiener gibt und dass dann mehr Fertiggerichte konsumiert werden als in schlechteren Zeiten, wo man die Arbeiten lieber selber ausführt. Zudem haben die Konsumenten ein sehr differenziertes Verhalten: Auf der einen Seite achten sie auf preisgünstige Produkte, greifen aber durchaus auch zu den «Premium»-Produkten, wenn ihnen das Genusserlebnis wichtig ist. In der Gastronomie scheint mir auch ein doppelter Trend sichtbar. Es wird Gastronomen geben, welche stark auf die Karte «wirklich alles original, selbst gemacht» setzen; und es wird andere geben, welche auf die Kosten achten und effizient sein müssen, um in möglichst kurzer Zeit eine grosse Auswahl an Menüs anbieten zu können.

Ein weiterer Punkt ist, dass je besser die Produkte werden, desto grösser auch die Akzeptanz von Convenience-Food wird.

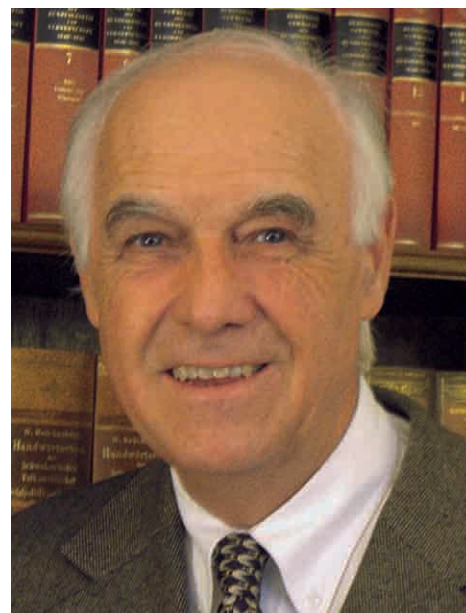


Convenience-Food nimmt dem Gastronomen Handarbeit auf einer Vorstufe des Produktionsprozesses ab.

Letztendlich hängt das Schicksal des Convenience-Foods auch vom Wohlergehen des Tourismus und des Gastgewerbes insgesamt ab. Wie schon für den Privatbereich ausgeführt, wenn Konjunkturlaute herrscht, dann wird halt mehr selber gemacht, auch, um das eigene Personal zu beschäftigen. Statistisch lässt sich diese Beobachtung allerdings nicht untermauern. Angesichts der Diversität des Angebots an Convenience-Produkten – und der kaum möglichen Abgrenzung zu «normalen» Lebensmitteln – kann der Markt für «Convenience» kaum erfasst werden. Ein Fakt jedoch, welches wir gerade auch bei unse-

ren Mitgliedern feststellen, ist, dass viele Firmen, welche früher reine Konservenfabriken waren, heute sehr viel differenzierter sind und ein sehr breites Sortiment an Produkten, vielfach auch im Convenience-Bereich, anbieten. Dies hat natürlich auch mit dem ganzen Wertschöpfungsprozess zu tun. In diesem Bereich kann man auch an den einzelnen Zollpositionen feststellen, dass der Markt wächst. Es wird im Bereich Convenience-Food in den letzten Jahren sehr viel mehr exportiert, aber auch mehr importiert.»

www.fial.ch



Beat Hodler, Geschäftsführer der SCFA.

«meine neue lounge.»

Küng Sauna erobert den Wohnraum. Mit aussergewöhnlicher Qualität, Innovation und Know-how setzen wir neue Massstäbe und schaffen einzigartige Designobjekte. Für Sie. Swiss Made.



DWIK.CH

Erleben Sie uns in Wädenswil auf 800m² oder online.

+41 (0)44 780 67 55
kuengsauna.ch

kuingsauna
 SWISS MADE