

7. März 2013

Profi-Gastronomen ausgezeichnet



Diesjährige Gewinner: Eataly, Oktoberfest und Claus Wöllhaf

Zu seinem 30-jährigen Jubiläum präsentiert der Hamburger Foodservice Preis auch in diesem Jahr wieder drei Preisträger. Und spannt den Rahmen weit: Die renommierte Auszeichnung honoriert 2013 mit dem Oktoberfest und Eataly zwei herausragende, im In- und Ausland höchst erfolgreiche Konzepte – ein volkstümliches Eventformat einerseits, eine der L'Italianità verpflichtete Hybridformel aus Retail und Foodservice andererseits. Der gastronomische Part versteht sich in beiden Fällen als zentraler Baustein im Gesamtkunstwerk. Als Persönlichkeit wird Claus Wöllhaf gewürdigt – sein Unternehmen Wöllhaf GastroService widmet sich seit über 30 Jahren der gastronomischen Dienstleistung am Standort Flughafen.

Die Preisverleihung findet am Abend des 8. März 2013 anlässlich der Internorga-Messe im Grand Elysée Hamburg vor mehr als 450 geladenen Branchengästen statt.

Das diesjährige Sieger-Trio illustriert einmal mehr das breite Spektrum des Erfolgs im Außer-Haus-Markt – vom mittelständisch geprägten Foodservice-Unternehmen mit klar definiertem Aktionsfeld bis zum traditionsverbundenen Volksfest und seinen Festzelten als Erlebnis- und Umsatzpfeiler, längst über die Münchner Heimat hinaus ein Exportartikel ersten Ranges. Schließlich und gleichfalls international auf Wachstumskurs: Eataly mit seinem gekonnten Mix aus Retail und Gastronomie – ein grandioses Statement für gutevolle Lebensmittel made in Italy.

Die Gewinner des Hamburger Foodservice Preises 2013:

Eataly, Turin

Gestartet in Turin im Jahr 2007, will Eataly Reichtum, Güte und Tradition der italienischen Foodkultur sichtbar machen, promoten und bewahren. Das Mischkonzept kombiniert nach Art einer Markthalle Lebensmittel-Einzelhandel und darauf abgestimmte gastronomische Elemente. Im Mittelpunkt stehen handwerklich hergestellte Produkte kleiner, regionaler Erzeuger. Dem Gedankengut der Slow Food-Bewegung eng verbunden, verfolgen Gründer Oscar Farinetti und Partner Luca Baffigo Filangieri mit Eataly auch didaktische Absichten: Nach ihrer Überzeugung befördert das Wissen über Lebensmittel den Genuss.

Der Turiner Erstling zählte im ersten Jahr 2,5 Mio. Kunden und rund 30 Mio. Euro Umsatz. Heute existieren zehn Stores unterschiedlicher Größenordnung in Italien, zwölf in Japan und seit 2010 ein erstes, vielbewundertes Eataly in New York City mit rund 5.000 qm Fläche und Umsätzen von 80 Mio. US-Dollar, davon rund die Hälfte aus gastronomischen Leistungen. Mit der jüngsten Eröffnung in Rom im Sommer 2012 entstand auf 17.000 qm Gesamtfläche der größte Gourmet-Tempel der Welt. Erwartet werden weit über 5 Mio. Besucher

jährlich.

Weitere Eröffnungen in Italien und auf internationalem Terrain stehen auf der Agenda.

Mit Eataly haben Oscar Farinetti und seine Partner einen einzigartigen Showcase der weltweit erfolgreichsten Food-Nation geschaffen.

Oktoberfest, München

Das traditionsreiche bayrische Volksfest hat sich zu Deutschlands berühmtester Gastronomiemarke entwickelt – und zu einem der erfolgreichsten Exportartikel der Nation: Mit dem Oktoberfest besitzt die Stadt München als Veranstalter einen touristischen Magneten der Sonderklasse. Zugleich eine Marke mit internationaler Reichweite: Rund um den Globus finden pro Jahr rund 2.000 Events nach Münchner Muster statt.

Jährlich kommen zu dem 16-tägigen Großereignis mehr als 6 Millionen Besucher auf die Münchner Theresienwiese. Als Herzstück des vielgestaltigen Vergnügungsangebotes repräsentiert die Gastronomie ein Viertel der insgesamt 600 Wiesn-Unternehmungen – und knapp die Hälfte der Gesamterlöse, die bei rund 450 Mio. Euro liegen. Allein auf die 15 Großzelte, allesamt von führenden Gastronomen der Isar-Metropole betrieben, entfallen gut 100.000 Sitzplätze.

Zur Erfolgsmatrix der Zelte gehören Münchner Bierkultur, bayrische Küche und volkstümliche Livemusik.

Immer bessere Küchenleistung und operative Professionalisierung haben maßgeblich dazu beigetragen, den Event insgesamt hochgradig aufzuwerten – ein Verdienst der Festwirte. Das Oktoberfest zeigt sich jung und frisch wie nie – ein Eventformat mit Kultcharakter auch für junge Besucher-Generationen: Hier ist es überragend gelungen, Tradition und Trend in eine zukunftsweisende Balance zu bringen.

Claus Wöllhaf, Stuttgart

Der Name Wöllhaf steht für Gastronomie- und Serviceleistungen an mittlerweile fünf deutschen Flughäfen, für eine Betriebstypen-Reichweite von Fast Food bis Fine Dining und ein Multi-Markenportfolio, das sowohl eigene als auch Lizenz-Marken umfasst. Der Vollblut-Unternehmer: ein schwäbischer Mittelständler, wie er im Buche steht.

Gestartet im Jahr 1983 in Stuttgart, begann in den 90er Jahren die Expansion an weitere Flughafen-Standorte. In Stuttgart, Düsseldorf, Köln/Bonn, Berlin-Tegel und Berlin-Schönefeld erzielte die C. Wöllhaf GastroService GmbH mit insgesamt 43 Foodservice-Betriebsstätten plus drei Konferenz- und Bankettcentern im Jahr 2012 Netto-Umsätze von 47,2 Mio. Euro. Nicht berücksichtigt: Erlöse aus dem Geschäftsfeld Airport-Einzelhandel.

Unternehmer Claus Wöllhaf steht nicht allein für Lust auf Leistung und Gespür für Chancen, für Qualitätssinn und umsichtige Stetigkeit. Was ihn vor allem charakterisiert, ist seine ausgeprägte Werteorientierung. Noch heute bekennt er sich zum Idealismus der Alt-68er, weiß der gelernte Koch, Konditor und Absolvent der Hotelfachschule Heidelberg Bodenständigkeit mit unkonventionellem Denken zu vereinen. Vorbildlich die Vertrauenskultur in der Führung von gut 500 Mitarbeitern und das Engagement als Ausbilder - zugunsten der

Nachwuchsförderung in der Branche.

Nachhaltig erfolgreich, repräsentiert Wöllhaf eines der besten inhabergeführten Unternehmen im Feld der deutschen Profigastronomie.

So haben die diesjährigen Protagonisten des Hamburger Foodservice Preises jeder auf seine Weise den Brückenschlag zwischen Alt und Neu, Herkunft und Zukunft beispielhaft bewältigt: drei Meister des nachhaltigen Erfolgs.

Stets gilt das Augenmerk der Experten-Jury wegweisenden konzeptionellen und unternehmerischen Leistungen, die Maßstäbe setzen und zur nachhaltigen Branchen-Profilierung beitragen – national wie international. Alle Preisträger sind gleichrangig, so gibt es die Satzung des Awards vor. Betrachtet wird die gesamte Bandbreite von Fast Food bis Fine Dining.

Stifter der Auszeichnung ist der Deutsche Fachverlag, Frankfurt am Main, Herausgeber der Wirtschaftsfachzeitschriften food-service und FoodService Europe & Middle East sowie zahlreicher weiterer führender Branchen-Publikationen. Seit 1983 wurden bislang insgesamt 90 Unternehmen und Persönlichkeiten der professionellen Gastronomie mit dem Hamburger Foodservice Preis gewürdigt, darunter filialisierte Systeme ebenso wie herausragende Individualkonzepte und zahlreiche internationale Preisträger. In der Hall of Fame versammelt: Namen wie McDonald's oder Gerd Käfer, der Europa-Park Rust, Nando's aus Südafrika, Vapiano, Marché International, die Sansibar auf Sylt, Roland Kuffler, Zuma/Roka aus England oder Tim Mälzer.

Weitere Infos auf www.cafe-future.net.

Kontakt:

Judith Scondo, dfv-Unternehmenskommunikation

Telefon: 069 7595-2051

E-Mail: judith.scondo@dfv.de

www.dfv.de

[Zur Übersicht](#) |  [Versenden](#)