

04.2022 | „Es ist Zeit einzulochen“
Cooking & Catering Inside

66 CORPORATE

ES IST ZEIT EINZULOCHEN

Kolumne

Zum Schutz unseres Klimas gehört auch eine nachhaltige Versorgung, die einen möglichst geringen Fußabdruck hinterlässt. Für mich ist die Situation unübersichtlich. Wenn wir über „Green“ reden, dann fällt mir spontan der Vergleich mit einem Golfplatz ein, obwohl ich kein Golfspieler bin. Mein Gefühl sagt mir, dass viele Unternehmen der Catering-Branche noch auf der Driving Range aktiv sind. Sie schlagen die ersten Bälle und probieren aus, was ihnen der Trainer bzw. das Umfeld als Aufgabe stellt. Ist der erste Ball mal richtig getroffen, steigt der Reiz mehr zu erreichen. Meist beginnt man mit den leichten Bällen, die einen nachhaltigen Effekt auf die Story und die Erträge des Unternehmens haben, also dem Einkauf. Man denkt über fairen Handel nach, artgerechte Tierhaltung, nachhaltigen Fischfang sowie saisonale, lokale und regionale Produkte. Für den Anfang wirklich schon gut und mit ei-

nem positiven Effekt auf das Image des Unternehmens. Steigt der Reiz mit den ersten gut platzierten Bällen, traut man sich gerne an Themen, die dazu dienen, die Umwelt zu schonen. Nun wird es doch etwas schwieriger, nicht von der Fairway abzuweichen, damit man irgendwann erfolgreich einlochen kann. Werde ich Mitglied in einer nationalen oder internationalen Allianz? Wie kann ich nach außen hin messbar meine Erfolge im „Green Catering“ nachweisen? Wie kann ich sicher sein, dass meine Lieferanten auch wirklich die Regeln der Nachhaltigkeit einhalten und mein Unternehmen nachher nicht im „Rough“ landet? Hier spielt schon das Handicap des Unternehmens eine wichtige Rolle, die Erfahrung mit „Greens“ und die Expertise hinsichtlich Nachhaltigkeit im Unternehmen. Wer ans „Green“ heran will, der benötigt eine Strategie, das bedeutet, er muss genau wissen, wie er zum Ziel kommt und wie er die letzten Hürden auf dem „Green“ präzise überwindet, um einzulochen. Im wahren „Green Catering“-Leben sind das die Strategien in den drei Bereichen der Nachhaltigkeit Umwelt (Environment), Soziales (Social) und Unternehmensführung (Governance), kurz ESG. Jeder Caterer sollte da anfangen, wo er seine Stärke hat. Und er sollte sich bewusst sein, dass zu einem nachhaltigen Unternehmen auch Mitarbeitende gehören, die diese Idee nicht nur im Unternehmen leben. Auch die Kunden sollten sich als Partner des „Green Caterer“ sehen. Es ist richtig, dass Sie auf diese Driving Range gehen und die ersten Schläge machen. Nur die Übung gepaart mit Erfahrung und die Unterstützung durch kompetente Partner, nachhaltig arbeitende Lieferanten und motivierte Mitarbeitende bringt sie auf das „Green“. Und dafür bin ich Ihnen auf jeden Fall dankbar. Vielleicht sollte ich auch mal auf eine Driving Range gehen!

CC

KLAUS HÄCK



unterstützt als Professional Coach Führungskräfte und Unternehmer in ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung. Dabei ist er auf die Branchen Catering, Gastronomie und Hotellerie spezialisiert. Außerdem ist er Beirat Wissen & Bildung bei der Foodservice Consulting Society International (FCSI).

Kontakt: www.hommequadrat.de