

FACTS TRENDS MEINUNGEN

HIGH CONVENIENCE

DIE GASTRONOMIE BEFINDET SICH IN EINEM TIEFGREIFENDEN WANDEL. STEIGENDE ENERGIE- UND WARENEINSATZKOSTEN, ANHALTENDER **FACHKRÄFTEMANGEL** SOWIE EIN IMMER GRÖßERER WIRTSCHAFTLICHER DRUCK STELLEN KÜCHENBETRIEBE ALLER GRÖßENORDNUNGEN VOR **HERAUSFORDERUNGEN**. GLEICHZEITIG ERWARTEN GÄSTE HEUTE EINE KONSTANT HOHE QUALITÄT, ABWECHSLUNGSREICHE SPEISEKARTEN, KURZE WARTZEITEN UND EIN ANGEBOT, DAS AKTUELLE **ERNÄHRUNGSTRENDS** EBENSOWEIL BERÜCKSICHTIGT WIE REGIONALE ODER INTERNATIONALE SPEZIALITÄTEN.

Vor diesem Hintergrund hat sich der Bereich High Convenience in den vergangenen Jahren deutlich weiterentwickelt. Was früher häufig mit

standardisierten Fertiggerichten assoziiert wurde, umfasst heute ein breites Spektrum hochwertiger Produkte, die speziell für den professionellen Einsatz entwickelt

wurden. Moderne High Convenience-Lösungen reichen von vorgegarten Fleisch- und Fischspezialitäten über Premium-Saucen, Suppen und Beilagen bis hin zu kompletten Menükomponenten oder anspruchsvollen vegetarischen und veganen Gerichten. Ziel ist dabei nicht, das handwerkliche Können in der Küche zu ersetzen, sondern Küchenchefs und ihre Teams dort zu entlasten, wo Prozesse besonders zeit- oder personalintensiv sind.

Mehr Effizienz ohne Qualitätsverlust

Die Gründe für diese Entwicklung liegen auf der Hand. Viele gastronomische Betriebe arbeiten mittlerweile mit kleineren Küchenteams, als noch vor einigen Jahren. Gleichzeitig müssen sie flexibel auf schwankende Gästezahlen reagieren, aber auch in Stoßzeiten eine gleichbleibend hohe Qualität gewährleisten. High Convenience-Produkte bieten hier eine verlässliche Grundlage: Sie reduzieren den Vorbereitungsaufwand, erleichtern die Kalkulation, minimieren Lebensmittelverluste und ermöglichen eine konstan-



INTERVIEW- PARTNER:

Christian Isenberg,
Chefs Culinar (1)

Doris Oberbanscheidt,
Fresh Food Services (2)

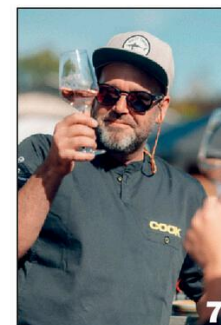
Michael Kunzmann,
Havelland-Express (3)

Lukas Maj,
Metro (4)

Visar Elshani,
R express (5)

Ralph Marko,
Service-Bund (6)

Gilbert Korn-Fourcade,
Transgourmet (7)





te Produktqualität, unabhängig von personellen Engpässen. Dadurch gewinnen Küchenbrigaden wertvolle Zeit für jene Arbeiten, die den individuellen Charakter eines Gerichts ausmachen – etwa das Anrichten, Verfeinern oder die kreative Interpretation.

Qualität auf einem neuen Niveau

Parallel dazu haben sich auch die Qualitätsansprüche an Convenience-Produkte grundlegend verändert. Hersteller investieren heute verstärkt in hochwertige Rohstoffe, schonende Herstellungsverfahren und Rezepturen, die sich an den Anforderungen professioneller Küchen orientieren. Verfahren wie Sous-vide-Garen, Schockfrost oder Gefriertrocknung tragen dazu bei, Geschmack, Textur und Nährstoffe möglichst optimal zu erhalten. Das Ergebnis sind Produkte, die sich in vielen Fällen kaum noch von frisch zu-

bereiteten Komponenten unterscheiden und gleichzeitig höchste Prozesssicherheit bieten. Entsprechend hat sich auch die Wahrnehmung innerhalb der Branche verändert: High Convenience gilt zunehmend als professionelles Werkzeug und nicht mehr als Kompromiss.

Veränderte Erwartungen der Gäste

Auch auf der Nachfrageseite sind deutliche Veränderungen zu beobachten. Gäste wünschen sich heute eine größere Vielfalt auf der Speisekarte und erwarten gleichzeitig Transparenz hinsichtlich Herkunft, Zutaten und Nachhaltigkeit. Regionale Produkte, internationale Spezialitäten sowie pflanzenbasierte Alternativen gehören inzwischen in vielen Betrieben zum festen Angebot. Für Küchen bedeutet das, unterschiedlichste Gerichte in gleichbleibender Qualität wirtschaftlich anbieten zu müssen – eine

Herausforderung, die sich mit intelligent eingesetzten High Convenience-Komponenten deutlich leichter bewältigen lässt.

Diese Produktgruppen sind besonders gefragt

Besonders stark wächst derzeit die Nachfrage nach hochwertigen Menübausteinen, gegarten Fleisch- und Fischspezialitäten, Premium-Saucen, Suppen, Desserts sowie vegetarischen und veganen Produkten. Gleichzeitig gewinnen Frühstücks- und Snackkonzepte, To-go-Angebote sowie Lösungen für Catering, Gemeinschaftsverpflegung und Hotelgastronomie weiter an Bedeutung. Gefragt sind dabei vor allem Produkte, die flexibel eingesetzt werden können, eine hohe Gelinggarantie bieten und sich unkompliziert in bestehende Küchenabläufe integrieren lassen.

NACHGEFRAGT | HIGH CONVENIENCE | NACHGEFRAGT

Chefs best: *Wie hat sich Ihr Sortiment an High-Convenience-Produkten für die Gastronomie in den vergangenen Jahren verändert, und gab es gezielte Nachfragen durch die Gastronomie?*

Christian Isenberg, Chefs Culinar: Unser Sortiment ist in den vergangenen Jahren stetig gewachsen. Gleichzeitig nimmt die Nachfrage nach systemischen Produktlösungen kontinuierlich zu. Sowohl in der Breite als auch in der Tiefe konnten wir in den letzten Jahren ein enormes Wachstum verzeichnen. Der Fachkräftemangel, eine hohe Kostenstruktur in den Betrieben sowie eine schwankende Auslastung führen bei unseren Kunden zu großer Unsicherheit. Diese Herausforderungen stehen in deutlichem Gegensatz zu den gestiegenen Erwartungen der Gäste nach Vielfalt und hoher Qualität. Vor diesem Hintergrund suchen Gastronomen zunehmend nach sicheren und skalierbaren Produkten. Genau diese Lösungen finden sie bei uns.

Doris Oberbanscheidt, Fresh Food Services: In den vergangenen Jahren hat sich unser High Convenience-Sortiment gezielt in Richtung ganzheitlicher Lösungen entwickelt. Die Anforderungen unserer Kunden haben sich deutlich verändert: Fachkräftemangel, steigende Kosten und Zeitdruck führen dazu, dass Produkte heute nicht nur hochwertig sein müssen, sondern vor allem einfach in den Anwen-

dung und flexibel einsetzbar sein sollen. Deshalb legen wir den Fokus auf Konzepte, die Komplexität reduzieren. Statt vieler unterschiedlicher Produkte setzen wir auf Lösungen, mit denen unsere Kunden zahlreiche Gerichte oder Snacks aus wenigen Grundkomponenten umsetzen können. Ein gutes Beispiel dafür ist unsere NATURA Softroll. Mit einer hochwertigen Basis und wenigen ergänzenden Zutaten entstehen unterschiedlichste Snackvarianten. Buffet-Komponenten oder warme Gerichte – schnell, einfach und mit gleichbleibender Qualität. Die Nachfrage geht heute mehr in Richtung wirtschaftlicher Gesamtlösungen. Unsere Kunden möchten Arbeitsabläufe vereinfachen, den Wareneinsatz optimieren und gleichzeitig ihren Gästen ein hochwertiges Angebot bieten. Deshalb unterstützen wir sie nicht nur mit unserem breiten Sortiment von über 8.000 Artikeln, sondern auch mit individueller Fachberatung sowie maßgeschneiderten Konzepten.

Michael Kunzmann, Havelland-Express: Wir erleben ganz klar, dass unsere Kunden heute gezielter nach Lösungen suchen, die den Küchenalltag wirklich erleichtern. Es geht nicht mehr nur darum, Arbeitsschritte einzusparen, sondern vor allem darum, mit weniger Personal konstant gute Qualität auf den Teller zu bringen. Genau deshalb hat sich auch unser

Sortiment weiterentwickelt: stärker praxisorientiert, stärker an den tatsächlichen Abläufen in Profiküchen ausgerichtet und mit einem klaren Fokus auf Verlässlichkeit, Zeitersparnis und einfache Verarbeitung. Gleichzeitig ist für uns entscheidend, dass High Convenience nicht auf Kosten der Qualität geht. Unsere Kunden erwarten zu Recht Produkte, die nicht nur effizient einsetzbar sind, sondern auch geschmacklich überzeugen und einen handwerklichen Eindruck hinterlassen. Genau diesen Anspruch leben wir bei Havelland-Express – denn nur so können wir unseren Kundenstamm im täglichen Geschäft wirklich unterstützen.

Lukas Maj, Metro: Wir beobachten seit einiger Zeit eine steigende Nachfrage nach Lösungen, die Gastronomiebetriebe im Alltag unterstützen können – insbesondere dort, wo Arbeitsabläufe vereinfacht, die Planbarkeit verbessert und eine gleichbleibende Qualität erleichtert werden soll. Gründe dafür sind unter anderem der Fachkräftemangel, steigende Kosten sowie der Wunsch nach verlässlichen und effizienteren Küchenprozessen. Vor diesem Hintergrund haben wir unser Angebot in den vergangenen Jahren Schritt für Schritt erweitert. Mit unserem Convenience-Profisortiment SMART CHEF bieten wir heute ein breites Spektrum an Produkten in unterschiedlichen Verarbeitungsstufen – von verarbeitungsfertigen

Komponenten über zubereitungsfertige Produkte bis hin zu servierfertigen Lösungen. Wichtig ist uns dabei, dass diese Angebote als flexible Hilfsmittel verstanden werden: Sie sollen sich an unterschiedliche Küchenkonzepte anpassen lassen und Betriebe individuell dabei unterstützen, Entlastung in ihrem Tagesgeschäft zu schaffen – nicht als starre Komplettlösung.

Visar Elshani, R express: Wir haben unser Sortiment an High-Convenience-Produkten in den vergangenen Jahren konsequent erweitert und gezielt an die veränderten Anforderungen der professionellen Gastronomie angepasst. Wesentliche Treiber dieser Entwicklung sind der anhaltende Fachkräftemangel, steigende Personal- und Betriebskosten sowie der Wunsch der Betriebe nach effizienteren Prozessen bei gleichzeitig konstant hoher Qualität. Die Nachfrage konzentriert sich heute auf Produkte, die Arbeitsabläufe vereinfachen, eine gleichbleibende hohe Qualität gewährleisten und eine verlässliche Kalkulationsgrundlage schaffen. Gleichzeitig beobachten wir einen klaren Trend hin zu regionalen und nationalen Produkten, transparenten Lieferketten sowie einer hohen Versorgungssicherheit. Als Lebensmittelgroßhändler sehen wir unsere Aufgabe darin, unsere Kunden mit einem leistungsfähigen Sortiment, hoher Lieferzuverlässigkeit und praxisnaher Beratung bestmöglich zu unterstützen. Gemeinsam entwickeln wir Lösungen, die den Küchenalltag erleichtern und den wirtschaftlichen Erfolg unserer Kunden nachhaltig fördern. Zudem gewinnen digitale Planungsinstrumente, moderne Warenwirtschaftssysteme, kurze Lieferwege und automatisierte Prozesse zunehmend an Bedeutung. Sie helfen dabei, Lebensmittelverluste zu reduzieren, Ressourcen effizient einzusetzen und Frische sowie Produktqualität dauerhaft sicherzustellen. Für uns bedeutet High Convenience deshalb weit mehr als Zeitersparnis. Sie ist ein wichtiger Baustein für eine wirtschaftliche, nachhaltige und zukunftsfähige Gastronomie.

Ralph Marko, Service-Bund: Das Sortiment hat sich in den vergangenen Jahren deutlich erweitert und stärker spezialisiert. Während früher vor allem klassische Tiefkühl- und Fertigprodukte gefragt waren, stehen heute qualitativ hochwertige, küchenfertige oder servierfertige Lösungen im Fokus. Treiber dieser Entwicklung sind vor allem: Fachkräftemangel in der Gastronomie, steigende Personalkosten, Wunsch nach standardisierter Qualität (à la Systemgastronomie), Bedarf an Zeiter-

sparnis und Prozesssicherheit sowie die zunehmende Nachfrage nach vegetarischen, veganen und internationalen Gerichten. Die Gastronomiebetriebe fragen gezielt nach Produkten, die Arbeitsaufwand reduzieren, gleichzeitig aber einen möglichst handwerklichen Eindruck vermitteln. Besonders gefragt sind deshalb vortportionierte, vorgegarte oder bereits verzehrfertige Komponenten.

Gilbert Korn-Fourcade, Transgourmet: Ja, ganz klar. Vor einigen Jahren lag der Fokus noch stärker auf klassischen Convenience-Produkten. Heute fragen viele Betriebe gezielt nach hochwertigen High Convenience-Lösungen, die Zeit sparen, Personalkosten reduzieren und gleichzeitig eine verlässliche, gleichbleibende Qualität bieten. Der Fachkräftemangel und die steigenden Kosten haben diese Entwicklung zusätzlich beschleunigt. Dabei kommt es immer auf die jeweilige Zielgruppe und das gastronomische Konzept an. In der Individualgastronomie oder im Catering standen früher häufig Schöpfgerichte, durchgegarte Braten oder Produkte für die Zubereitung in der Fritteuse im Mittelpunkt. Diese Produkte haben selbstverständlich weiterhin ihre Berechtigung. Gleichzeitig haben sich die Anforderungen deutlich verändert. Viele Küchen suchen heute Lösungen, die Arbeitsschritte reduzieren, ohne dass der Gast Abstriche bei Qualität, Geschmack oder Anmutung wahrnimmt. Es geht also längst nicht mehr nur darum, ein Produkt schnell auf den Teller zu bringen. Gefragt sind High Convenience-Produkte mit präzisiertem Gargrad, überzeugender Sensorik, angenehmer Haptik und einer konstant hohen Qualität, die möglichst nah an handwerklich hergestellte Speisen heranreicht. Auch Verfügbarkeit, Wirtschaftlichkeit und ein hoher Innovationsgrad spielen eine zentrale Rolle. Deshalb haben wir unser Sortiment gezielt um hochwertige Cook Smart-Produkte erweitert. Beispiele sind sous-vide-gegarter Kalbstafelspitz, Beef Brisket oder Tomahawk-Steaks. Bei der Auswahl legen wir besonderen Wert auf Anwenderfreundlichkeit, Sensorik und Haptik. Im Mittelpunkt stehen ein ausgeprägter Manufakturcharakter und kompromisslose Qualität.

Chefs best: *Welche High-Convenience-Produkte werden in der Gastronomie aktuell besonders nachgefragt, was sind die Renner?*

Christian Isenberg, Chefs Culinar: Individualität spielt auf der Speisekarte nach wie vor eine große Rolle. Vor allem Produkte die eine hochwertige Basis bie-

ten und sich gleichzeitig einfach weiterveredeln lassen, werden nachgefragt. Mit HI TASTE geben wir Gastronomen die Möglichkeit, einem Produkt mit wenigen Handgriffen eine persönliche Note zu verleihen. Ein gutes Beispiel dafür ist unsere Kalbsjus: Sie bildet eine verlässliche Grundlage und lässt sich unkompliziert zu einer individuellen Sauce weiterentwickeln. Bei Kunden mit stärker systemorientierten Konzepten zählen vor allem verlässliche Rezepturen, eine breite Auswahl und eine konstant hohe Qualität. In der Gemeinschaftsgastronomie beobachten wir insbesondere eine hohe Nachfrage nach Produkten, die pflanzenbasierte Ernährung mit authentischer Ländlichkeit verbinden – etwa unser Plant-Based Red Thai Curry.

Doris Oberbanscheidt, Fresh Food Services: Aus unserer Sicht sind vor allem hochwertige Produkte gefragt, die vielseitig eingesetzt werden können und den Küchenalltag erleichtern. Dabei geht es weniger darum, immer mehr unterschiedliche Produkte einzusetzen, sondern vielmehr darum, mit einer überschaubaren Anzahl an Grundprodukten eine möglichst große Vielfalt anbieten zu können. Genau diesen Ansatz verfolgen wir bei FFS: Weniger ist mehr. Mit durchdachten Konzepten – beispielsweise rund um unsere NATURA Softroll – lassen sich mit wenigen Komponenten zahlreiche Varianten kreieren. Das reduziert die Komplexität im Betrieb, vereinfacht Einkauf und Lagerhaltung, minimiert Lebensmittelverluste und sorgt gleichzeitig für ein abwechslungsreiches Angebot für den Gast. Dieser Ansatz wird für viele Betriebe immer wichtiger.

Michael Kunzmann, Havelland-Express: Besonders stark nachgefragt werden aktuell Produkte, die direkt im Tagesgeschäft entlasten und sich unkompliziert einsetzen lassen. Dazu gehören vor allem verarbeitungsfertige Komponenten, vorbereitete Gemüse- und Beilagenlösungen, Suppen, Saucen, Desserts sowie hochwertige Tiefkühl- und Frischeprodukte. Renner sind aus unserer Sicht vor allem Produkte, mit denen Küchen Zeit sparen, Ausschuss reduzieren und gleichzeitig eine gleichbleibende Qualität sicherstellen können. Wichtig ist dabei aber immer: Das Produkt muss am Ende auch auf dem Teller überzeugen. Für uns steht deshalb im Vordergrund, dass High-Convenience-Produkte trotz aller Effizienz geschmacklich hochwertig bleiben und möglichst nah an einem handwerklich zubereiteten Ergebnis sind. Genau das ist für viele unserer Kunden entscheidend – und genau



darauf achten wir bei der Auswahl unserer Sortiments.

Lukas Maj, Metro: Besonders gefragt sind Produkte, die in der eigenen Herstellung mit einem hohen Zeit- und Personaleinsatz verbunden sind. Viele Betriebe suchen gezielt nach Möglichkeiten, einzelne Arbeitsschritte zu vereinfachen oder abzufedern, ohne dabei auf Qualität zu verzichten. Dazu zählen unter anderem Feinkostsalate, Saucen und Fonds, geschmorte Fleischkomponenten sowie vorgegarte Fisch- und Meeresfrüchteprodukte. Auch gefüllte Pasta, verschiedene Beilagen und servierfertige Desserts werden häufig eingesetzt. In der Praxis werden diese Produkte oft gezielt und situativ genutzt – etwa zur Ergänzung des eigenen Angebots oder zur Entlastung in Spitzenzeiten.

Visar Elshani, R express: Besonders gefragt sind derzeit küchenfertige Obst- und Gemüseprodukte, hochwertige Tiefkühlartikel sowie professionelle Komponenten für eine effiziente Mise en Place. Auch vorbereitete Lösungen für Vorspeisen, Beilagen, Desserts und Pâtisserie gewinnen kontinuierlich an Bedeutung. In der modernen Profiküche haben sich insbesondere hochwertige Tiefkühlprodukte als unverzichtbarer Bestandteil etabliert. Sie bieten eine konstant hohe Qualität, maximale Produktsicherheit, eine zuverlässige Verfügbarkeit und ermöglichen eine flexible Produktionsplanung, insbesondere bei schwankenden Gästezahlen oder begrenzten personellen Ressourcen. So entlasten z.B. küchenfertige Gemüseprodukte das Fachpersonal bei zeitintensiven Vorbereitungsarbeiten und schaffen Freiräume für das Wesentliche: handwerkliche Qualität, Kreativität und die individuelle Veredelung der Gerichte. Gleichzeitig profitieren die Betriebe von einer höheren Prozesssicherheit, einer besseren Warenkalkulation und einer nachhaltigeren Ressourcennutzung.

Die steigende Nachfrage spiegelt sich auch in unserer eigenen Geschäftsentwicklung wider: Im Tiefkühlsortiment wachsen wir seit Jahren kontinuierlich im zweistelligen Prozentbereich. Das unterstreicht die zunehmende Bedeutung hochwertiger Tiefkühlösungen für die professionelle Gastronomie. Wir sehen daher einen klaren Trend: High Convenience ersetzt das Handwerk nicht, sie schafft die Voraussetzungen dafür, dass sich Küchen wieder stärker auf ihre eigentliche Kernkompetenz konzentrieren können.

Ralph Marko, Service-Bund: Aktuell zählen insbesondere Sous-vide-gegartes Fleisch- und Fischprodukte in Portionen

beuteln und Großgebinden, fertige Grundsaucen sowie Demi Glace als Basis für individuelle Garnitursaucen zu den Verkaufsschlägern. Ebenso erfreuen sich vorgegarte Beilagen wie Kartoffelprodukte, Gemüse, Reis und Pasta sowie frisch geschnittenes Gemüse und Salatsmischungen einer hohen Nachfrage. Gleichzeitig gewinnen vegane und vegetarische Convenience-Gerichte weiter an Bedeutung und dienen vielen Betrieben dazu, ihr Angebot zeitgemäß und vielseitig zu erweitern. Auch Bowls und internationale Konzepte – beispielsweise mit asiatischen, mediterranen oder Komponenten der Levante – liegen im Trend. Abgerundet wird das Sortiment der besonders gefragten Produkte durch Desserts und Kuchen in Einzelportionen, etwa im Glas oder in Negativformen, sowie Premium-Burger-Patties und weitere Street-Food-Produkte. Besonders dynamisch entwickelt sich dabei die Nachfrage nach Lösungen, die höchste Qualität mit einem minimalen Zubereitungsaufwand verbinden. Viele gastronomische Betriebe suchen heute Produkte, die innerhalb weniger Minuten servierfähig sind und gleichzeitig den hohen Ansprüchen ihrer Gäste gerecht werden.

Gilbert Korn-Fourcade, Transgourmet: Besonders gefragt sind Produkte, die in der eigenen Herstellung aufwendig, personalintensiv oder fehleranfällig sind. Genau hier sehen viele Küchen den größten Mehrwert, weil High Convenience Qualität, Kalkulationssicherheit und Zeitersparnis miteinander verbindet. Dazu gehören zum Beispiel Pulled Beef und Pulled Pork, Beef Brisket, vorgegarte Fleischkomponenten, pochierte Eier, Kartoffel- und Gemüsekomponenten sowie hochwertige Sandwich- und Snackkonzepte für Quick-Service-Bereiche. Gerade in Zielmärkten wie Hotelbars, Schwimmbad- oder Thermengastronomie zeigt sich, dass Quick-Service-Angebote häufig noch recht klassisch aufgestellt sind. Oft beschränkt sich das Sortiment auf Produkte wie Pizza, Flammkuchen, Currywurst oder Nuggets. Hier setzen wir mit einem umfangreichen Sandwich-Konzept an und bieten unseren Kunden eine hochwertige, abwechslungsreiche Alternative. Die Resonanz zeigt, dass moderne Snacklösungen, die schnell verfügbar sind und zugleich eine hohe Qualität bieten, zunehmend gefragt sind. Unser Sortiment umfasst unter anderem fertig belegte Pastrami-Trüffel-Sandwiches, klassische Schinken-Käse-Toasts sowie Chicken-Parmesan-Toasts. Letztere eignen sich auch sehr gut als Basis für kre-

ative Varianten wie ein Club-Sandwich. Alle Produkte sind einzeln verpackt und im High-Speed-Ofen innerhalb von rund einer Minute servierfertig. Mit wenigen Handgriffen lassen sie sich zusätzlich aufwerten, etwa durch frischen Salat, Gurken oder Tomaten. So entsteht ein hochwertiges Snackangebot mit minimalem Personal- und Zeitaufwand. Gerade in Betrieben mit hohem Gästeaufkommen und begrenzten personellen Ressourcen ist das eine wirtschaftliche und zugleich qualitativ überzeugende Lösung.

Chefs best: Welche Entwicklung hat die Qualität der angebotenen High-Convenience-Produkte genommen, gibt es hier Unterschiede in den Produktkategorien?

Christian Isenberg, Chefs Culinar: Die Qualität von High-Convenience-Produkten hat sich in den vergangenen Jahren enorm weiterentwickelt. Das frühere Image industrieller Massenware ist längst überholt; auch der Eindruck eines einheitlichen Geschmacks gehört der Vergangenheit an. Unsere Kunden schätzen heute vor allem die gleichbleibenden Rezepturen, die große Bandbreite unterschiedlicher Kulinariken und die gleichbleibend hohe Qualität. Mit unseren Produkt- und Konzeptlösungen können wir inzwischen nahezu alle Kundenanforderungen abdecken.

Doris Oberbanscheidt, Fresh Food Services: Die Qualität von High Convenience-Produkten hat sich in den vergangenen Jahren deutlich weiterentwickelt. Moderne Herstellungsverfahren sorgen heute für eine konstant hohe Qualität, eine lange Produktsicherheit und hervorragende Ergebnisse bei Geschmack, Optik und Konsistenz. Viele Produkte stehen frisch zubereiteten Speisen heute in nichts mehr nach.

Natürlich gibt es Unterschiede zwischen den einzelnen Produktkategorien. Besonders bei Backwaren, Snackkomponenten und vorgegarten Fleischprodukten wurden in den vergangenen Jahren große Fortschritte erzielt. Entscheidend ist für uns jedoch nicht nur die Qualität des einzelnen Produkts, sondern der Mehrwert, den es im täglichen Einsatz bietet.

Ein hochwertiges Convenience-Produkt muss heute mehr können als nur gut schmecken. Es sollte flexibel einsetzbar sein, Arbeitsabläufe vereinfachen, eine gleichbleibende Qualität gewährleisten und gleichzeitig wirtschaftlich sein. Das hilft Betrieben dabei, Komplexität zu reduzieren, Lebensmittelverschwendung zu vermeiden und Prozesse effizienter zu gestalten.

Michael Kunzmann, Havelland-Express: Die Qualität hat sich in den letzten Jahren aus unserer Sicht deutlich verbessert. Viele High-Convenience-Produkte sind heute so entwickelt, dass sie nicht nur praktisch sind, sondern auch geschmacklich, optisch und in der Verarbeitung deutlich näher an den Ansprüchen professioneller Küchen liegen. Kunden erwarten heute zu Recht, dass Convenience-Produkte zuverlässig funktionieren und trotzdem hochwertig wirken – und genau das ist in vielen Bereichen inzwischen sehr gut gelungen. Unterschiede gibt es aber weiterhin je nach Produktkategorie und Hersteller. Deshalb ist für uns entscheidend, genau hinzuschauen, welche Produkte im Küchenalltag tatsächlich überzeugen. Bei Havelland-Express achten wir darauf, dass ein Produkt nicht nur bequem ist, sondern unseren Kunden auch dabei hilft, ihren eigenen Qualitätsanspruch zu halten. Denn gerade für unseren Kundenstamm ist wichtig, dass Convenience-Lösungen trotzdem einen hochwertigen, handwerklich geprägten Geschmack mitbringen.

Lukas Maj, Metro: Die Qualität von High-Convenience-Produkten hat sich in den letzten Jahren insgesamt deutlich weiterentwickelt. Moderne Herstellungsverfahren wie Sous-vide-Garen, Schockfrost- oder verbesserte Verpackungs-lösungen tragen dazu bei, Geschmack, Textur und Frischeeigenschaften bestmöglich zu erhalten. Vor diesem Hintergrund werden Convenience-Produkte heute in vielen Küchen als sinnvolle Ergänzung eingesetzt. Sie können dabei helfen, Prozesse zu stabilisieren oder zeitliche Engpässe zu überbrücken. Gleichzeitig bleibt es selbstverständlich die Entscheidung jedes Betriebs, in welchem Umfang und in welchen Bereichen solche Lösungen sinnvoll eingesetzt werden.

Visar Elshani, R express: Die Qualität von High-Convenience-Produkten hat sich in den vergangenen Jahren erheblich weiterentwickelt. Moderne Verarbeitungs-, Schockfrost- und Verpackungstechnologien ermöglichen heute Produkte, die hinsichtlich Geschmack, Textur, Optik, Frische und Produktsicherheit höchsten professionellen Ansprüchen gerecht werden. Besonders deutlich zeigt sich diese Entwicklung bei Tiefkühlprodukten, küchenfertigem Obst und Gemüse sowie hochwertigen Dessert- und Pâtisserie-Komponenten. In vielen Bereichen sind Qualitätsunterschiede zum frisch zubereiteten Produkt heute kaum noch wahrnehmbar, vorausgesetzt die Produkte werden fachgerecht ausgewählt und ver-



arbeitet. High Convenience wird deshalb längst nicht mehr als Ersatz für handwerkliches Können verstanden, sondern als intelligente Ergänzung. Sie verbindet Qualität, Effizienz und Wirtschaftlichkeit und schafft gleichzeitig Freiräume für Kreativität und Individualität in der Küche. Der Lebensmittelgroßhandel ist heute weit mehr als ein zuverlässiger Lieferant. Neben einem leistungsfähigen Sortiment, hoher Warenverfügbarkeit und einer zuverlässigen Logistik erwarten Gastronomiebetriebe zunehmend praxisnahe Beratung und individuelle Lösungen. Genau darin sehen wir unsere Aufgabe als Partner der professionellen Gastronomie.

Ralph Marko, Service-Bund: Die Qualität von High Convenience-Produkten hat sich in den vergangenen Jahren erheblich verbessert. Moderne Produktionsverfahren ermöglichen heute eine deutlich höhere Frische, eine bessere Konsistenz und ein überzeugenderes Geschmackserlebnis als noch vor zehn oder fünfzehn Jahren. Maßgeblich dazu beigetragen haben eine gesteigerte Qualität der eingesetzten Rohwaren, der reduzierte Einsatz von Zusatzstoffen, die zunehmende Verbreitung von Clean-Label-Konzepten sowie schonendere Gar- und Konservierungsverfahren. Gleichzeitig orientieren sich viele Hersteller stärker an handwerklichen Herstellungsprozessen, um den Ansprüchen professioneller Küchen gerecht zu werden. Dennoch bestehen zwischen den einzelnen Produktkategorien weiterhin Unterschiede. Besonders im Bereich hochwertiger Fleisch-, Fisch- und Sous-vide-Produkte wurde in den vergangenen Jahren intensiv in Qua-

lität und Produktentwicklung investiert. Auch frisch geschnittenes Gemüse sowie Salatprodukte erreichen inzwischen vielfach ein Niveau, das sich problemlos in professionellen Küchen einsetzen lässt. Bei komplexeren Gerichten oder Saucen sind die Qualitätsunterschiede zwischen Premiumprodukten und dem Preissegment hingegen nach wie vor deutlicher erkennbar. Eine besonders dynamische Entwicklung zeigt zudem der Markt für vegane Convenience-Produkte, die sowohl geschmacklich als auch technologisch in den vergangenen Jahren erhebliche Fortschritte gemacht haben. Insgesamt hat sich die Akzeptanz hochwertiger Convenience-Produkte in der professionellen Gastronomie deutlich erhöht. Sie werden heute nicht mehr als bloßer Ersatz für frische Zubereitung verstanden, sondern zunehmend als hochwertige und wirtschaftliche Ergänzung, die Küchen dabei unterstützt, konstant hohe Qualität effizient umzusetzen.

Gilbert Korn-Fourcade, Transgourmet: Die Qualitätsanforderungen in der Gastronomie haben sich in den vergangenen Jahren deutlich weiterentwickelt. Entscheidend sind heute vor allem präzise Garpunkte, eine authentische Sensorik, eine überzeugende Haptik und eine konstant hohe Produktqualität. Gleichzeitig bleibt die Wirtschaftlichkeit ein zentraler Erfolgsfaktor.

Auch die Herangehensweise an die Produktentwicklung hat sich verändert. Früher orientierte man sich häufig stärker an bestehenden Großproduktionen. Heute stehen individuelle, maßgeschneiderte Lösungen im Vordergrund, die zu den



Anforderungen moderner Gastronomiekonzepte passen. Gleichzeitig müssen diese Lösungen wirtschaftlich und skalierbar bleiben, damit sie für unterschiedliche Betriebsgrößen praktikabel sind. Gefragt sind Produkte von sorgfältig ausgewählten Produzenten, die den hohen Ansprüchen der Gastronomie gerecht werden. Um diese Qualität dauerhaft sicherzustellen und weiterzuentwickeln, beziehen wir unsere Kunden aktiv in Entwicklungsprozesse und Produktverkostungen ein. Der enge Austausch mit der Praxis hilft uns, Produkte noch gezielter auf die Bedürfnisse des Marktes abzustimmen. Unterschiede zeigen sich vor allem zwischen den einzelnen Produktkategorien und Einsatzbereichen. Das Spektrum reicht von Produkten, die nach dem Auftauen direkt servierfertig sind, bis hin zu Komponenten, die bewusst Raum für handwerkliche Veredelung und individuelle Kreativität lassen. Dadurch entsteht ein vielseitiges Portfolio, aus dem unsere Kunden genau die Lösungen auswählen können, die zu ihrem Konzept passen. Diese Vielfalt eröffnet Möglichkeiten, das eigene Angebot zu differenzieren, Gäste zu begeistern und gleichzeitig wirtschaftlich erfolgreich zu arbeiten.

Chefs best: Wie wird sich der High-Convenience-Bereich Ihrer Meinung nach weiterentwickeln?

Christian Isenberg, Chefs Culinar: Die Nachfrage nach innovativen Lösungen wird in den kommenden Jahren deutlich zunehmen. High Convenience bietet Betrieben die Möglichkeit, auf den Fachkräftemangel zu reagieren, Prozesse zu stabilisieren und gleichzeitig das eigene wirtschaftliche Ergebnis zu verbessern. Mittlerweile gibt es für nahezu jedes Anwendungsszenario passende Produkte, die sich flexibel an die Anforderungen des jeweiligen Betriebs anpassen lassen und damit einen wichtigen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit leisten. Die entscheidende Frage wird künftig nicht mehr lauten, ob High Convenience eingesetzt wird, sondern in welchem Umfang.

Doris Oberbanscheidt, Fresh Food Services: Wir sind überzeugt, dass High Convenience in den kommenden Jahren weiter an Bedeutung gewinnen wird. Der Personalmangel wird die Branche weiterhin begleiten und gleichzeitig steigen die Erwartungen der Gäste an Qualität, Schnelligkeit und Angebotsvielfalt. Die Zukunft liegt deshalb nicht in einer größeren Produktvielfalt, sondern in weniger Komplexität. Gefragt sind hoch-

wertige Produkte, die flexibel einsetzbar sind, mehrere Anwendungen ermöglichen und Arbeitsabläufe deutlich vereinfachen. Gleichzeitig müssen sie wirtschaftlich sein und eine einfache Kalkulation ermöglichen.

Auch Nachhaltigkeit wird eine immer größere Rolle spielen. Konzepte, die Lebensmittelverschwendung reduzieren, den Wareneinsatz optimieren und Lagerbestände überschaubar halten, werden zunehmend an Bedeutung gewinnen. Hier sehen wir großes Potenzial – etwa durch Lösungen wie unsere NATURA Softroll-Konzepte, bei denen aus wenigen Grundprodukten eine große Vielfalt entsteht. High Convenience entwickelt sich damit immer stärker vom einzelnen Produkt hin zu einem durchdachten Gesamtkonzept aus Sortiment, Beratung und praxisnahen Lösungen für den gastronomischen Alltag.

Michael Kunzmann, Havelland-Express: Wir sind überzeugt, dass High Convenience für die Gastronomie weiter an Bedeutung gewinnen wird. Küchen brauchen heute Lösungen, die entlasten, Abläufe vereinfachen und gleichzeitig helfen, wirtschaftlich zu arbeiten. Genau deshalb wird der Bedarf aus unserer Sicht weiter steigen. Gleichzeitig werden die Anforderungen an diese Produkte noch klarer: Sie sollen hochwertig sein, leicht einsetzbar, gut kalkulierbar und möglichst flexibel in unterschiedliche Konzepte passen. Aus unserer Sicht wird sich der Markt vor allem in die Richtung weiterentwickeln, dass High Convenience mehr können muss als nur schnell sein. Entscheidend wird sein, dass Produkte trotz hoher Praktikabilität geschmacklich überzeugen, einen handwerklichen Charakter behalten und den Qualitätsanspruch moderner Gastronomiebetriebe wirklich unterstützen. Für uns liegt die Zukunft deshalb in Lösungen, die Küchen sinnvoll entlasten, ohne Abstriche bei Qualität und Geschmack zu machen.

Lukas Maj, Metro: Wir gehen davon aus, dass High-Convenience-Produkte auch künftig eine unterstützende Rolle in der Gastronomie spielen werden – insbesondere dort, wo es darum geht, Arbeitsabläufe flexibler zu gestalten, wirtschaftlich zu arbeiten und gleichzeitig eine verlässliche Qualität sicherzustellen. Dabei verstehen wir Convenience nicht als Ersatz für handwerkliche Küche, sondern als ein Werkzeug unter vielen: Richtig eingesetzt, kann es Freiräume schaffen – etwa für kreative Prozesse, die individuelle Handschrift eines Betriebs oder den stärkeren Fokus auf den Gast. Welche Lö-

sungen dabei zum Einsatz kommen, hängt letztlich immer von den jeweiligen Anforderungen und dem Konzept des einzelnen Betriebs ab.

Visar Elshani, R express: Wir sind überzeugt, dass High Convenience in den kommenden Jahren weiter an Bedeutung gewinnen wird. Der anhaltende Fachkräftemangel, steigende Kosten, wachsende Qualitätsanforderungen und der zunehmende Wettbewerbsdruck werden diese Entwicklung weiter beschleunigen. Besonders großes Potenzial sehen wir bei hochwertigen küchenfertigen Gemüseprodukten, innovativen Tiefkühllösungen sowie modular einsetzbaren Komponenten, die Küchen mehr Flexibilität, Planungssicherheit und Wirtschaftlichkeit ermöglichen. Gleichzeitig werden digitale Lösungen und zunehmend auch KI-gestützte Bedarfsplanung Gastronomiebetriebe dabei unterstützen, Prozesse weiter zu optimieren, Warenströme effizienter zu steuern und Lebensmittelverluste nachhaltig zu reduzieren. Nachhaltigkeit wird künftig ein noch wichtigeres Entscheidungskriterium bei der Produktauswahl sein. Regionale Wertschöpfung, transparente Herkunft, ressourcenschonende Produktionsverfahren und resiliente Lieferketten werden dabei weiter an Bedeutung gewinnen. Die Zukunft von High Convenience liegt deshalb nicht allein in der Zeitersparnis. Sie liegt in der intelligenten Verbindung von Qualität, Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Versorgungssicherheit. Erfolgreich werden künftig die Unternehmen sein, die diese Faktoren konsequent miteinander verbinden und ihre Kunden als verlässlicher Partner langfristig begleiten. Denn High Convenience ist heute weit mehr als ein Effizienzfaktor, sie ist ein wesentlicher Bestandteil einer wirtschaftlichen und zukunftsfähigen Profiküche.

Ralph Marko, Service-Bund: Der Markt für High Convenience-Produkte dürfte in den kommenden Jahren weiter wachsen. Die strukturellen Herausforderungen der Gastronomie – allen voran der anhaltende Fachkräftemangel, steigende Kosten und der zunehmende Effizienzdruck – werden den Bedarf an intelligenten und wirtschaftlichen Lösungen weiter erhöhen. Gleichzeitig steigen die Erwartungen der Gäste an Qualität, Frische und Vielfalt, sodass Hersteller ihre Produkte kontinuierlich weiterentwickeln müssen. Zu den wichtigsten Trends zählen weitere Qualitätssteigerungen, eine stärkere Individualisierung der Produkte sowie der konsequente Ausbau vegetarischer und veganer Angebote. Darüber hinaus

werden zusätzliche Sonderkostformen, etwa laktose- oder glutenfreie Gerichte, weiter an Bedeutung gewinnen. Ebenso ist mit einem verstärkten Fokus auf regionale und nachhaltige Konzepte sowie auf eine größere Transparenz hinsichtlich Herkunft und Zutaten zu rechnen. Moderne Produktionsverfahren wie Sous-vide oder Cook & Chill werden dabei eine immer wichtigere Rolle spielen, da sie eine hohe Produktqualität mit effizienten Küchenabläufen verbinden. Gleichzeitig wird die Grenze zwischen klassischer handwerklicher Küche und hochwertigen Convenience-Produkten zunehmend verschwimmen. Immer häufiger dienen High Convenience-Komponenten als professionelle Basis, die von den Küchen individuell veredelt und an den eigenen Stil angepasst werden. Erfolgreich werden deshalb vor allem jene Anbieter sein, die Produkte entwickeln, welche höchste Qualitätsansprüche erfüllen, den Gästen ein frisches und authentisches Gastronomieerlebnis vermitteln und zugleich den Arbeitsalltag in den Küchen spürbar erleichtern.

High Convenience entwickelt sich damit zunehmend von einer reinen Arbeitserleichterung zu einem strategischen Instrument für die moderne Gastronomie. Neben einer konstanten Qualitätssicherung trägt es wesentlich zu einer höheren Personaleffizienz, einer besseren Wirtschaftlichkeit und einer größeren Flexibilität im Küchenbetrieb bei – und wird sich damit als fester Bestandteil zukunftsorientierter Gastronomiekonzepte weiter etablieren.

Gilbert Korn-Fourcade, Transgourmet: Der Markt wird weiter wachsen. Der Personalmangel wird viele Betriebe auch in Zukunft begleiten, gleichzeitig steigen die Anforderungen an Wirtschaftlichkeit und Prozesssicherheit. High Convenience wird deshalb zunehmend nicht mehr als Notlösung verstanden, sondern als fester Bestandteil moderner Küchenkonzepte. Entscheidend wird sein, dass die Produkte hochwertig, zuverlässig und wirtschaftlich sind. Darüber hinaus werden sie sich noch stärker an den Bedürfnissen und Erwartungen der Gäste orientieren. Der moderne Gast ist immer weniger bereit, für Produkte einen höheren Preis zu bezahlen, der er zu Hause in vergleichbarer Qualität selbst zubereiten kann oder die im Einzelhandel frei verfügbar sind. Erfolgreich werden daher vor allem Produkte sein, die sich durch Qualität, Geschmack und einen gewissen Manufakturcharakter klar vom klassischen Convenience-Gedanken abheben.

Daraus ergibt sich ein klarer Anspruch an die Gastronomie: Qualität, Innovation und ein besonderes Genussresultat müssen im Mittelpunkt stehen. Nur durch eine deutliche Differenzierung gegenüber dem Angebot im Einzelhandel lässt sich ein echter Mehrwert schaffen. Genau diese Abgrenzung macht gastronomische Betriebe attraktiv und sorgt dafür, dass Gäste bewusst ein Restaurant, eine Bar oder ein anderes gastronomisches Angebot wählen. Wir erwarten daher insbesondere Wachstum bei Premium-Komponenten, die Küchen kreative Freiräume lassen und gleichzeitig Arbeitszeit einsparen. Der Fokus verschiebt sich immer stärker von

einfacher Convenience hin zu intelligenten Lösungen mit echter Zeitersparnis, hoher Produktqualität und klarem Mehrwert für den Gast.

Erfolgreiche Konzepte basieren dabei nicht allein auf dem Produkt. Entscheidend sind ganzheitliche Lösungen, die über das eigentliche Lebensmittel hinausgehen. Moderne Gastronomie erfordert das Zusammenspiel aus hochwertigen Produkten, effizienter Technik, durchdachten Prozessen und fundierter Beratung. Erst die Verbindung dieser Faktoren schafft nachhaltige Mehrwerte für den Betreiber und ein überzeugendes Erlebnis für den Gast.

