



PRESSEMITTEILUNG

Marcus Hannig von UFS & Langnese im Interview: Flexibles 3-in-1-Dessertkonzept zum Restart

Endlich wieder Essen gehen und einen schönen Abend mit Freunden oder der Familie verbringen, das steht momentan bei vielen Menschen ganz oben auf der To-Do-Liste. Der krönende Abschluss ist dabei oft ein Dessert, das für Gastronomen große Umsatzpotenziale mit sich bringen kann. Marcus Hannig, Fachberater Gastronomie Ice Cream und Out of Home bei Unilever Food Solutions & Langnese, spricht im Interview über Chancen beim Restart, die Bedeutung des Dessertumsatzes und das neue flexible 3-in-1-Konzept für jeden Anlass.

Hamburg, Juni 2021. Marcus Hannig, Fachberater bei Unilever Food Solutions & Langnese, ist der kreative Kopf rund um raffinierte Dessertkreationen. Zusätzlich gibt er Tipps und Tricks rund um das richtige Food-Konzept und die perfekte Präsentation.

Herr Hannig, momentan stehen wir an einem Wendepunkt. Welche Tipps können Sie Gastronomen zum Restart an die Hand geben?

Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung haben zweifelsohne harte Monate hinter sich. Zum Glück geht es in ganz Deutschland endlich voran, in der Außengastronomie und teilweise auch schon drinnen. Wir blicken in jedem Fall nach vorne! Gäste freuen sich, endlich wieder entspannt und ausgiebig Essen gehen zu können. Fakt für Gastronomen ist aber: Aufgrund der Hygiene- und Sicherheitsauflagen bewirten sie im Schnitt deutlich weniger Gäste als unter normalen Umständen. Dazu kommt der Mangel an Fachkräften und helfenden Händen, viele haben sich von der Gastronomie abgewandt und kommen nur spärlich wieder zurück. Also müssen wir Arbeitsabläufe für die neuen Mitarbeiter vereinfachen. Und insgesamt muss der Durchschnittsbönbö pro Gast stimmen. Eine einfache Möglichkeit ist es, diese Differenz über den Dessertumsatz zu steuern.

Welcher Gast sagt gerade jetzt nein zu einer raffinierten Kleinigkeit nach dem Essen? Wir raten Gastronomen also, ihre Dessertkarte mit überzeugenden Kreationen zu ergänzen und auch das Servicepersonal dementsprechend zu motivieren. Bei Unilever Food Solutions & Langnese haben wir dazu ein passendes 3-in-1-Konzept entworfen.

Wie sieht das Konzept aus?

Köche und Gastronomen müssen aktuell flexibler sein denn je. Genau da setzen wir mit unserem 3-in-1-Konzept an. Wir haben sechs Rezepte entwickelt, die entweder in den Portionsgrößen „À la carte“, „Mini“ oder „Take-away“ serviert werden können. Wenige Zutaten bieten hier gleich drei verschiedene Varianten. Unter „À la carte“ verstehen wir das klassische Dessert, serviert auf einem regulären Teller. Das „Mini“ gibt es im Glas als Kleinigkeit zum Kaffee, „Take-away“ richtet sich an Restaurants mit Liefer- oder Abholservice, oder als mittlere Portion für den Abend. Wir haben quasi für jeden Moment das passende Format, so können Gastronomen schnell und mit wenigen Handgriffen ein einzigartiges Geschmackserlebnis auf den Teller bringen.

Welche Rezepte eignen sich besonders gut?

Die sechs Rezepte unseres Dessertfolders basieren jeweils auf drei Komponenten, die sich gut skalieren lassen, und zwar einer Kugel Carte D’Or Eis, einer Crème oder etwas Gebackenem. Wir haben sowohl Klassiker als auch ausgefallene Variationen integriert, beispielsweise einen gerissenen Pfannkuchen mit Himbeer-Sorbet, Wassermelone mit Pesto und Vanillecrème oder Birne Helene mit Schokoladenkuchen, Aprikosen-Sorbet, Hüttenkäse und Vanilleschaum. Für jedes Dessert haben wir eine Beispiel-Kostenkalkulation aufgeführt, damit die mögliche Gewinnspanne direkt auf einen Blick ersichtlich ist.

Wie können Gastronomen mehr Aufmerksamkeit auf ihr Dessertangebot lenken?

Das wohl Wichtigste ist eine eigenständige Dessert- und Eiskarte, die nach dem Hauptgang gereicht werden kann sowie das persönliche Gespräch zwischen Servicekraft und Gast. Hier sehen wir das größte Potenzial, weil wir das Gefühl haben, dass alle sehr motiviert sind, endlich wieder ihrer Service-Leidenschaft



nachzugehen. Eine aktuelle Umfrage¹ hat gezeigt, dass die direkte Ansprache den Dessertumsatz um bis zu 42 Prozent steigern kann. Wir empfehlen auch immer die Integration in aktuelle Angebote, beispielsweise den Mittagstisch oder ein Wochenspecial. Um für mehr Sichtbarkeit zu sorgen, bietet Carte D'Or zusätzlich attraktive Werbemittel wie Aufsteller oder Tischkarten sowie Serviceworkshops.

Wie aufwendig ist die Umsetzung gerade für kleinere Betriebe?

Das ist ja das Clevere an unserem 3-in-1-Konzept, es ist flexibel skalierbar, für jede Art von Betrieb, das hat nichts mit der Größe des Restaurants zu tun. Wir bieten mit dem Sortiment von Carte D'Or und Caterline hochwertige Convenience-Produkte, die bei der Zubereitung unterstützen.

Wie kann man seinen eigenen Stil in den vorgeschlagenen Desserts verwirklichen?

Als Partner und Innovationsgeber stehen wir an der Seite von Köchen und Gastronomen und bieten mit unseren Rezepten die Grundlage für kreative und leckere Desserts. Ich freue mich immer besonders, wenn ein Koch dem Gericht seine eigene Handschrift gibt und die Kreationen personalisiert. Das ist ganz einfach möglich, zum Beispiel mit saisonalen Kräutern wie Minze oder etwas Knusprigem. Da sind der Fantasie wirklich keine Grenzen gesetzt – in jedem Fall wünschen wir allen Gastronomen viel Freude beim Ausprobieren und drücken die Daumen für einen erfolgreichen Restart.

Weitere Informationen zum 3-in-1-Konzept von UFS & Langnese gibt es unter ufs.com oder langnese-business.de. Den Dessertfolder und Rezepte können Gastronomen [hier downloaden](#).

Mit bekannten Marken wie Knorr Professional, Hellmann's, The Vegetarian Butcher, Lukull, Carte D'Or und Langnese unterstützen Unilever Food Solutions & Langnese Gastronomen weltweit und bieten immer neue Ideen, Konzepte und Inspirationen für deren tägliche Arbeit. Seit 1838 ist das Unternehmen im Lebensmittelbereich tätig und arbeitet eng mit Betrieben aller Art und Größen zusammen. Mit einem Experten-Team, den Culinary Fachberatern, werden regelmäßige Workshops im modernen Chefmanship Centre organisiert. Hier positioniert sich das Unternehmen erneut als Ratgeber und Partner der Gastronomen und bildet sie in verschiedenen Fachbereichen mit neuen Techniken weiter.

¹ Quelle: Future Service Sells.

Kontakt:

Unilever Food Solutions & Langnese
Nadine Milbradt
Neue Burg 1
20457 Hamburg
nadine.milbradt@unilever.com
www.unileverfoodsolutions.de

Pressekontakt:

Gourmet Connection GmbH
Justine Merz / Marie Therese Heiser
Tel: +49 (0) 69 - 2578 128 – 16 / 19
j.merz@gourmet-connection.de
m.heiser@gourmet-connection.de

