



Hohe Auszeichnung: Die Geschäftsführer der Chefs Culinar GmbH & Co. KG, Peter Wenzel (links) und Hans-Gerd Janssen, erhoffen sich dadurch „erhöhte Aufmerksamkeit und eine weitere Festigung unserer Position im Markt der Hotellerie und Gastronomie“.

Geliefert wird von der Nordsee bis auf den Gipfel der Zugspitze

Mehr als 25.000 Artikel, 900 Zustellfahrzeuge sowie 500 Fachberater: Dies sind nur einige Kennzahlen von Chefs Culinar, der Firma, die zu den führenden Foodservice-Unternehmen in Deutschland gehört. Das haben AHGZ-Leser in der Image-Studie Bestmarke gerade bestätigt: Chefs Culinar wurde in der Produktgruppe Einkaufsquellen Gesamtsieger. Zudem konnte es in den Kategorien Service und Image überzeugen.

„Mit dieser Auszeichnung erhoffen wir uns eine erhöhte Aufmerksamkeit und eine weitere Festigung unserer Position im Markt der Hotellerie und Gastronomie. Das neutra-

Immer unterwegs: Der moderne Fuhrpark sorgt für eine zuverlässige Lieferung an jeden Ort.



EINKAUFSQUELLEN – GESAMTSIEGER

Chefs Culinar wurde von den AHGZ-Lesern – zusammen mit dem Service-Bund – zum besten Food- und Nonfood-Lieferanten in Deutschland gewählt. Stark ist der Großhändler auch in der Beratung.

le Urteil ist Ansporn und Motivation für uns, den eingeschlagenen Weg konsequent weiterzuerfolgen“, sagt Hans-Gerd Janssen, Geschäftsführer von Chefs Culinar. Auf diesem Weg sei vor allem der Faktor Mensch ein wichtiges Bindeglied, so Janssen weiter. Die Würdigung bestätige zwar die Philosophie des Unternehmens. „Gleichzeitig ist sie aber auch ein Dank an alle Mitarbeiter für ihr tägliches Engagement.“

Chefs Culinar versteht sich als Partner für Hotellerie und Gastronomie. Mit einem breiten Sortiment und diversen Dienstleistungen möchte es seine Kunden im kulinarischen und unternehmerischen Er-

folg unterstützen, wie der Geschäftsführer weiter ausführt. Zu diesen Kunden zählen derzeit mehr als 33.000 Betriebe in Deutschland sowie im benachbarten Ausland. Diese werden mit Food- und Nonfood-Produkten von Chefs Culinar beliefert. Mit acht Niederlassungen und mehr als 23 Stützpunktlagern ist das Unternehmen bundesweit vertreten.

Laut eigener Aussage verfügen die Niederlassungen über die branchenweit größten Lagerflächen für alle Temperaturbereiche. Dies, gepaart mit der verkehrsgünstigen Lage der Standorte sowie einem modernen Fuhrpark, sorgt für eine zuverlässige Lieferung an jeden Ort, „von den Halligen in der Nordsee bis auf die Zugspitze“, verspricht die Firma.

Dabei können die Betriebe aus einem großen Sortiment an Food- und Nonfood-Produkten wählen. Darunter sind Frischfleischprodukte aus eigener Produktion, ein breites Angebot an Molkereiprodukten und eine große Auswahl an Tiefkühlkost. Fisch und Geflügel, Backwaren, Kuchen, High-Convenience-Produkte und frisches Obst und Gemüse ergänzen die Palette. Für Gäste mit speziellen Ernährungsbedürfnissen hält Chefs Culinar auch

besondere Spezialwaren bereit. „Wir erweitern kontinuierlich das Leistungsportfolio. So stehen für die Zukunft neben dem Ausbau der Lagerkapazitäten auch die Ergänzung von weiteren Sortimentsberei-



chen mit klarem Fokus auf Frische an“, erläutert Geschäftsführer Janssen. „Außer Deutschland werden wir unser ausländisches Engagement konsequent erhöhen und mögliche Synergien generieren.“ Zudem plane man eine Neuausrichtung der IT. Bereits jetzt setzt das Unternehmen mit seinem Online-Portal auf Digitalisierung. Auf dieser Homepage finden Hoteliers und Gastronomen einige Dienstleistungen, die sie für ihren Betrieb nutzen können. Neben einem Rezeptservice gibt es Seminare, Bera-

tungen sowie Fachinformationen. Zudem bleiben sie durch die Infothek auf dem Laufenden, was branchenspezifische Themen wie die Allergen-Kennzeichnung oder Hygiene-Verordnungen angeht.

Weiter will das Unternehmen mit einer eigenen Akademie Wissen rund um Hotellerie, Gastronomie sowie Gemeinschafts- und Sozialverpflegung vermitteln. So werden

jährlich rund 100 Seminare zu 40 verschiedenen Themen an 28 Standorten in Deutschland angeboten. Schließlich ist Chefs Culinar Plus auch im Consulting aktiv. Zusammen mit dem Kunden entwickeln Beratungsteams Wege und Methoden für organisatorische Veränderungen und unterstützen diese dabei, neue Geschäftsfelder zu erschließen. Und wie sieht es mit neuen Geschäftsfeldern bei Chefs Culinar selbst aus? Hans-Gerd Janssen: „Zunächst das

Wichtigste: Wir bleiben auch weiterhin eine inhabergeführte Unternehmensgruppe. Die hiermit verbundenen Werte sind elementarer Bestandteil unseres Tun und Handelns. Persönliche Nähe ist für uns besonders wichtig. Daher werden wir auch weiterhin auf den Menschen als Differenzierungsmerkmal setzen. Aus eigener Kraft soll das Leistungsportfolio im In- und Ausland an den Bedürfnissen des jeweiligen Marktes entwickelt werden.“

Carla Marconi

➔ www.chefsculinar.de