



## „Fleischer sind Treiber unserer Branche“

Wolfgang Finken ist Bundesgeschäftsführer des Party Service Bundes Deutschland e.V. mit Sitz in Syke bei Bremen. Und dieser Verband sieht sich als Hauptansprechpartner für alle Belange des Partyservices. Im Interview äußert sich Finken, der auch Mitglied im Beirat von *Die Fleischerei* ist, unter anderem über düstere Aussichten für 2020 und Leistungen seines Verbandes.

**Die Fleischerei:** Herr Finken, unser alljährliches Gespräch hat ja Tradition. Normalerweise fällt dabei Ihre Jahresbilanz mit Blick auf die geschäftliche Entwicklung der Partyservice-Branche positiv aus. Ist das auch 2019 der Fall?

**Wolfgang Finken:** Generell schon. Unser Verband hat wieder unter seinen Mitgliedsbetrieben eine stichpunktartige Befragung vorgenommen. Demnach dominiert eine Zufriedenheit mit den Geschäften im Jahr 2019. Aber aus dieser kleinen Umfrage und auch aus anderen Quellen ist durchaus herauszuhören, dass das Jahr 2020 schwieriger und herausfordernder sein wird als 2019.

**Die Fleischerei:** Also stimmen Sie Ihre Mitglieder und die Branche auf härtere Zeiten ein?

**Finken:** Unsere Verantwortung als führender Branchen- und Berufsfachverband in Deutschland ist es selbstverständlich, auch unangenehmeren Tatsachen ins Auge zu sehen. Wir müssen realistische Zustandsbeschreibungen und Prognosen abgeben, damit die Unternehmer gut vorbereitet sind und die richtigen Schlussfolgerungen ziehen können. Und das vorausgeschickt, sehen wir für 2020 klare Signale für eine einbrechende Wirtschaftsleistung und somit trübere Aussichten.

**Die Fleischerei:** Die Bundesregierung hat ihre Wachstumsprognose für 2020 auf ein Prozent gesenkt, während sie im April noch von 1,5 Prozent ausgegangen war.

**Finken:** Richtig. Das ist eines der Signale. Ich darf hier zum Beispiel anmerken, dass selbst die mit Prognosen vorsichtige Deutsche Bundesbank vor einer Rezession warnt und die konjunkturelle Grundtendenz als insgesamt schwach bezeichnet. Für unsere Branche ist es von besonderer Bedeutung, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher nach Erhebungen der Gesellschaft für Konsumforschung beim Geldausgeben inzwischen vorsichtiger werden. Denn die Meldungen über Personalabbau und Kurzarbeit häufen sich. Damit einher geht eine geringere Investitionsbereitschaft bei den Unternehmen, was Events und Feiern betrifft. Ich will aber auf keinen Fall

schwarzmalen. Die guten, leistungsstarken Betriebe werden auch mit negativen Perspektiven zurechtkommen und diese Klippen umschiffen.

**Die Fleischerei: Wie sieht denn die Unterstützung des Party Service Bundes Deutschland e.V. für seine Mitglieder und für die Branche konkret aus?**

**Finken:** An dieser Stelle könnte ich jetzt stundenlang referieren. Denn in unserer mehr als 20-jährigen Tätigkeit haben wir unzählige Projekte für unsere Mitglieder geschaffen, die den Betrieben Alleinstellungsmerkmale verschaffen. Zunächst ist es die Aufgabe eines Verbandes, die politischen und wirtschaftlichen Interessen der Branche zu vertreten. Darüber hinaus lassen sich die Angebote des Verbandes grob in fünf unterschiedliche Bereiche einteilen.

**Die Fleischerei: Wollen Sie die kurz aufzählen?**

**Finken:** Gerne. Die so genannten Zentralen Dienstleistungsaktivitäten umfassen zum Beispiel den regionalen Erfahrungsaustausch, Fort- und Weiterbildungsseminare, einen Mitglieder-Informationsdienst oder handfeste Hilfen für das Tagesgeschäft durch ein qualifiziertes Team in unserer hauptamtlich besetzten Bundesgeschäftsstelle in Bremen. Der Bereich Marketing betrifft vor allem das

» Die guten, leistungsstarken Betriebe werden auch mit negativeren Perspektiven zurechtkommen.

Wolfgang Finken, Bundesgeschäftsführer Party Service Bund Deutschland e.V.

Einbinden des geschützten Party-Service-Bund-Emblems in eigene Marketingaktivitäten der Betriebe.

Im Bereich Einkaufsoptimierung haben wir zahlreiche Kooperationsvereinbarungen und Rahmenverträge mit Dienstleistungspartnern und Lieferanten aus dem Food- und Investitionsgüterbereich geschlossen. Da sind 2019 wieder einige Partner hinzugekommen. Ich nenne da als ein Beispiel die Kooperation mit der Staatlichen Fachschule für Wirtschaft mit der Fachrichtung Catering an der Adolf-Reichwein-Schule in Limburg an der Lahn. Angebot und Konzept der Fachschule gelten als deutschlandweit einzigartig.

Ferner betreiben wir Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unter anderem in der Fachpresse, auf unserer Website (www.

partyservicebund.de) und in Social-Media-Kanälen. Übrigens haben wir auf Facebook die Gruppe „Catering: Netzwerk für Unternehmer“ gegründet, die zum Meinungs- und Erfahrungsaustausch anregen soll. Zu guter Letzt können sich die Unternehmen mit Party-Service-Sternen schmücken und sich von uns zertifizieren lassen.

**Die Fleischerei: Gab es denn darüber hinaus 2019 Themen, mit denen Sie sich besonders auseinandergesetzt haben?**

**Finken:** Allerdings. So haben wir zum Beispiel im Frühjahr zusammen mit Helmut Stolzenhoff, dem Seniorchef des Partyservices Stolzenhoff in Lünen in Nordrhein-Westfalen, eine Kampagne für Steuervereinfachung im Catering-



Die ganze Welt des Würzens seit 1881

Gewürze, Gewürzmischungen, Marinaden, Veredelung, Convenience, Foodservice und technologische Wertstoffe.

Hagesüd – Kompetenter Partner des Fleischer-Handwerks

NEU: HAGESÜD La Cuisine Küchensortiment



Member of AICL Group

HAGESÜD INTERSPICE Gewürzwerke GmbH

Saarstraße 39 · 71282 Hemmingen · Telefon 07150/94260  
www.hagesued.de · E-Mail: info@hagesued.de

f Hagesüd · @ HagesuedInterspace · YouTube · amazon

bereich gestartet. In seiner Praxis stellt Herr Stolzenhoff immer wieder fest – und natürlich nicht nur er –, dass den Kunden der Unterschied zwischen einer begünstigten Lieferung bei einem Steuersatz von sieben Prozent und einer nicht begünstigten Leistung bei einem Steuersatz von 19 Prozent nur schwer vermittelt werden kann. Außerdem muss sich die Cateringbranche bei Finanzprüfungen ständig mit abweichenden Rechtsauffassungen zu diesem Thema auseinandersetzen. Das führt zu einem hohen bürokratischen Aufwand. Den lehnen wir als Verband als unzumutbar ab.

Ein weiteres großes Thema war und ist für den Party Service Bund Deutschland e.V. das Engagement gegen Lebensmittelverschwendung. Hier werden wir 2020 unsere Aufklärungsarbeit mit dem Verein United Against Waste e.V. und anderen Akteuren verstärken. Nach meiner Einschätzung sind sich viele Unternehmer der Branche bewusst, dass eine Verschwendung von Lebensmitteln weder betriebswirtschaftlich noch ethisch zu verantworten ist. Und sie praktizieren diese Haltung erfolgreich. Trotzdem ist im Catering noch umfangreiches Potenzial vorhanden; das wollen wir als Verband im Schulterschluss mit anderen ausschöpfen.

**Die Fleischerei: Stichwort online. Sie sind ja schon kurz darauf zu sprechen gekommen. Wie wichtig ist dieses Feld für Ihre Branche?**

**Finken:** Obwohl Caterer immer mehr in Social Media investieren und gute Inter-

## » Eine Besonderheit der Cateringbranche ist, dass sie nicht im Internet abbildbar ist.

Wolfgang Finken, Bundesgeschäftsführer Party Service Bund Deutschland e.V.

netseiten betreiben, leben diese Betriebe in erster Linie von Mund-zu-Mund-Propaganda und investieren nur wenig in klassische Werbung. Eine Besonderheit der Cateringbranche ist, dass sie nicht im Internet abbildbar ist. Es gibt zwar mittlerweile Plattformen, die Caterer vermitteln. Aber da das Geschäftsmodell stark auf Vertrauen beruht, ist es notwendig, dass sich Auftragnehmer und Kunde vorab persönlich kennenlernen. Das können anonyme Plattformen im Internet nicht leisten.

**Die Fleischerei: Herr Finken, der Party Service Bund Deutschland e.V. vertritt ja die kleineren und mittelständischen Unternehmen aus dem Bereich Partyservice und Catering. Was können die kleinen Betriebe denn besser als die großen?**

**Finken:** Unsere Mitgliedsbetriebe sind in der Regel inhabergeführt. Der klassische Partyservice-Anbieter und das typische Mitglied bei uns hat knapp zehn fest angestellte Mitarbeiter und mehrere freibe-

ruflich Beschäftigte. In solchen Betrieben ist größtmögliche Flexibilität in allen Bereichen gefordert. Und hier liegt der Vorteil der sogenannten „Kleinen“, also in kurzen Entscheidungswegen und in schnellem Handeln. Dies wird insbesondere oft von privaten Auftraggebern erwartet und muss just in Time umgesetzt werden.

**Die Fleischerei: Haben Sie ein Beispiel parat, das Ihnen spontan einfällt?**

**Finken:** Ja, ein Kunde hatte während der Veranstaltung um 22 Uhr plötzlich die Idee, alle 100 Partygäste zu Mitternacht mit einer Zahnbürste und Zahnpasta auszustatten. Kurzerhand wurden vom Caterer die Zahnpflegerprodukte aller umliegenden Tankstellen aufgekauft. Und alle Partygäste konnten sich um Mitternacht zum Spaß aller Feiernden mit einem Lächeln die Zähne putzen. Das verstehe ich unter Flexibilität.

**Die Fleischerei: In den Reihen Ihres Verbandes befinden sich ja auch zahlreiche Fleischer-Fachgeschäfte mit Partyservice-Angebot. „Können“ die denn anspruchsvolles Catering?**

**Finken:** Für viele Fleischer-Fachgeschäfte sind Partyservice und Catering inzwischen zu mehr als einem lukrativen Standbein geworden. Sie setzen dort existenzprägende Schwerpunkte, haben Köche und weiteres Fachpersonal eingestellt, verfügen über geeignete Technik und Logistik. Solche Fleischer sind hochqualifizierte Dienstleister und mit ihren oft pfiffigen, kreativen, innovativen Angeboten wichtige und unverzichtbare Treiber unserer Branche.

**Das Interview führte Marius Forst.**



Viele Fleischereien bieten mittlerweile einen Rundumservice.

Rawpixel.com – stock.adobe.com