



Fotos: Miguel Contreras... (c) TÜV Rheinland; Bildrechte: TÜV Rheinland

Koch und Küche als Marke

Wie lassen sich Gäste in der Betriebsgastronomie binden, außer über ein innovatives Angebot und angemessene Preise? Das geht vor allem über die Markenbotschaft, davon ist Küchenchef Miguel Contreras vom TÜV Rheinland überzeugt.

Text Dörte Wehmöller

Dass der Koch ein Botschafter einer Marke sein sollte, dafür steht Miguel Contreras. Deutschlandweit bekannt geworden unter anderem als Sous-Chef von Frank Rosin in der TV-Sendung Hell's Kitchen, bewirbt Contreras hauptberuflich 2.500 Mitarbeiter in zwei Kasinos vom TÜV Rheinland in Köln. Sein Credo: Koch und Küche müssen sich gerade als Eigenregiebetrieb immer auch verkaufen, um dem Arbeitgeber den Mehrwert aufzuzeigen. „Als Küchencrew sind wir Teil des Unternehmens, wir möchten uns als Abteilung gut darstellen“, so Contreras.

Videos fürs Home-Cooking

Dazu nutzt der Profi unterschiedliche Marketinginstrumente, die sich bestenfalls in die Corporate Identity des Unternehmens einfügen. Mit Video-Tutorials hält er sich und sein Team in Erinnerung. „Wir haben schon vor dem Lockdown Videos gedreht zum Thema Sicherheit in der Küche, was gut zu den TÜV-Spezifika passt. Und dann kam die Idee mit den Home-Cooking-Videos.“

Den innovativen Koch trieb die Frage um, was im Home-Office mittags auf den Teller kommt. Statt Graubrot und Nudeln aus der Dose gibt es Ideen per Youtube-Videos unter dem Titel „Miguel kocht“ in der Homeoffice-Edition. Ofenkürbis mit Ziegenkäse, gebeizter Biolachs oder Tipps und Tricks rund um Küchentechnik: Miguel Con-

MIGUEL CONTRERAS

Jahrgang 1976

In Düsseldorf und Nordspanien aufgewachsen, machte Contreras zunächst eine Ausbildung zum Hotelfachmann und anschließend eine Kochlehre im Vorstandskasino der Dresdner Bank. 2004 bestand er seine Prüfung zum Küchenmeister vor der IHK Düsseldorf als Jahrgangsbester. Seit 2009 ist er Küchenchef bei TÜV Rheinland und betreut als technischer Juror Teilnehmer und Tasting-Jury beim Wettbewerb „Koch des Jahres“. Bekannt wurde er zudem als Sous-Chef von Frank Rosin in der TV-Sendung Hell's Kitchen.

terras holt seine Gäste auch zuhause vielfältig ab. „Die Resonanz auf die Videos war super. Unsere Botschaft lautete: Wir lassen Euch im Lockdown nicht allein und diese Botschaft ist angekommen.“ Auch das Küchenteam war sehr motiviert. „Das Team ist super stolz, dass wir andere Wege gehen. Wir waren auch schon vor Corona keine Kantine, die mittags einfach nur das Essen über die Theke reicht. Unser Anspruch ist, uns immer wieder neu zu erfinden.“

Begegnung auf der „Zwiebelschalebene“

Proaktiv sein und Projekte vorschlagen, auch für die externe Kundenbindung. „Wir versuchen immer, uns in das Geschäftsmodell TÜV einzubringen. So haben wir für die Autohaus-Kunden einer TÜV-Sparte Grillworkshops veranstaltet.“ Egal, wer teilnimmt, alle sind auf der gleichen Kenntnis-Stufe. „Wir nennen das die Zwiebelschalebene, das verbindet. So bekommen wir leicht einen Zugang und auch untereinander ist eine Verbindung da.“ Dabei sucht Miguel Contreras offensiv das Geschäft und geht auf die Abteilungen zu. „Wir warten nicht ab, bis wir mal wieder etwas kochen dürfen. Sondern wir machen konkrete Vorschläge.“ Betriebsrestaurants gelten für Unternehmen oft als Non-Profit-Center. „Da müssen wir ehrlich sein“, so Contreras. „Unser Job ist es, den Mehrwert des Betriebsrestaurants für den Arbeitgeber sichtbar zu machen.“

Marke mit Zukunft

Wenn es um die Verwirklichung von Ideen geht, kommt die Fachplanung ins Spiel. „Wir entwickeln gemeinsam mit unseren Kunden die Marke und damit die Zukunft“, erläutert Peter Adam-Luke-

tic, Firmengründer und Geschäftsführer der vtechnik Planung GmbH. Marktkenntnis, Expertise und die Einschätzung von Trends fließen in die Markenentwicklung ein. „Der Trend geht weg vom Free-Flow-Bereich hin zu Marktplatz-Modellen“, ist sich Adam-Luketic sicher. „Mehr Qualität und mehr Service an dezentralen Verkaufscubes, die flexibel und individuell bestückbar sind und autark betrieben werden können, das wird die Zukunft.“ Als „unfassbar richtig“ stützt Miguel Contreras diese Einschätzung. Mit seiner Marke sieht sich Contreras im Haus gut aufgestellt. „Doch ist eine Marke immer im Fluss und muss sich weiterentwickeln. Wir haben noch gute Projekte in der Pipeline, die wir gemeinsam mit vtechnik umsetzen wollen.“



MIGUEL KOCHT

In der Vlog-Reihe „Miguel kocht“ zeigt und erklärt Miguel Contreras, Küchenleiter bei TÜV Rheinland, wie man unter anderem beliebte Speisen aus dem TÜV Rheinland-Kasino im Homeoffice nachkochen kann.

www.tuv.com

PLANT BASED!

- ◆ Gästeliebliche jetzt als Plant-Based-Variante
- ◆ Ohne Deklarationspflichtige Zusatzstoffe*
- ◆ Auf Weizenbasis & vegan

GREEN HEROES

FOODSERVICE EXCLUSIVE

SALOMON
FoodWorld

Impulse. Erfolg. Emotionen.



**GREEN HEROES
CRUNCHY CHIK'N BÜRGER**

90 g pro Stück | 1 kg Beutel

**GREEN HEROES
HOMESTYLE BÜRGER**

125 g pro Stück | 1 kg Beutel

**GREEN HEROES
KNUSPER SCHNITZEL**

100 g pro Stück | 1 kg Beutel



JETZT PROBIEREN!

☎ 008000 7256666 · SALOMON-FOODWORLD.COM