





Fotos: Party Rent

Mission: Tischkultur

Mit neuen Table-Top-Kollektionen will der Nonfood-Caterer Party Rent mehr Vielfalt ins Eventcatering bringen.

Neues bieten, anders sein: Für Nonfood-Caterer Party Rent ist Differenzierung die wichtigste Voraussetzung für erfolgreiches Catering. Möglichkeiten dafür gibt es nach Auffassung des Unternehmens genug. „Eine abgestimmte Gesamtpräsentation ist ein Weg, gastronomische Qualität harmonisch zu unter-

Ein Auszug aus der Craft-Kollektion: „Craft Bowls“ (links).

Rustikal, traditionell, ursprünglich: Table Top mit individuellem Charakter (oben).

streichen“, argumentiert der Eventdienstleister. Beim Schlüsselfaktor Table Top setzt er deshalb verstärkt auf Individualität und Wertigkeit – ein Weg, der voll im Branchen-Trend liegt.

„Die Zeit ist reif für Nischenprodukte“, ist das Unternehmen überzeugt, deshalb sieht es beispielsweise die Craft-Kollektion des englischen Tableware-Produzenten Steelite als eine der neuen Stars im Eventcatering. Craft sei rustikal, traditionell und handwerklich hergestellt. Damit verleihe das von Hand dekorierte Porzel-

lan dem Catering eine ganz eigene Authentizität. Erdige Farbtöne und leichte Unregelmäßigkeiten in der Formgebung sollen dabei die besondere Ursprünglichkeit, die an die Arbeiten früher Töpfergenerationen erinnert, verkörpern. Die Kollektion unterscheidet sich in jeder Hinsicht von klassischen Table-Top-Designs und stellt einen Weg dar, mehr Individualität auf den Tisch zu bringen, ist der Nonfood-Caterer überzeugt. Allerdings ist Craft nur ein Beispiel für die neuen Dimensionen der Tischinsze-

Mehr Individualität gefragt

Ben Cudok, Geschäftsführer bei Party Rent München, über Trends und die Inszenierung moderner Tischkultur im Catering.



Ben Cudok, Gf Party Rent München

Herr Cudok, Sie verantworten bei Party Rent die Einführung neuer Kollektionen im Bereich Table Top. Worauf kommt es beim Tisch decken im Jahr 2014 an?

Ich könnte jetzt von neuen Stilrichtungen wie Vintage und ausgefallenen Farben erzählen, aber im Grunde beschränkt sich doch alles wieder auf eine beständige Entwicklung: Mehr Individualität. Das erleben wir ja nicht nur im Event-Catering. Viele Marken im Konsumgüterbereich feiern mit Mass Customization ja derzeit große Erfolge. Als Vermieter müssen wir das in der Waage halten. Es gilt dabei die Fragen zu beantworten: Wie tief bedient man eine bestimmte Nische und welche Special-Interest-Produkte kann man Caterern anbieten, ohne zu riskieren, dass diese kurze Zeit später in den Regalen verstauben?

Wie bringt man als Caterer in der Praxis ganz konkret mehr Individualität auf den Tisch?

Ich finde es immer wichtig, das große Ganze – also das komplette Set – zu sehen. In der Basis ein Porzellan, das zum Anspruch des Caterings passt. Zu luxuriös muss es an der Stelle gar nicht sein. Wer experimentierfreudig ist, kann tatsächlich mit Farben und Formen arbeiten. Hier gibt es wunderbare Kombinationsmöglichkeiten mit Glas und Besteck. Akzente setzt man mit dekorativen Elementen. Floristik, Kerzen, Vasen, auch Holz – so lässt sich wunderbar das Thema des Caterings auf dem Tisch inszenieren. Nur übertreiben sollte man es damit nicht, das wäre einfach nicht mehr zeitgemäß und lenkt womöglich zu sehr vom Catering ab. All diese Elemente lassen sehr viel Variationen zu, in der Folge erlebt der Gast immer wieder neue Präsentationen.

Muss derjenige, der immer etwas Neues auf den Tisch bringen will, womöglich tief in die Tasche greifen?

Innovationen und Einsparungen passen nicht zusammen, so viel steht fest. Langfristig kann man aus Kostensicht für ein eigenes Sortiment argumentieren, anfangs ist das Investment dann aber umso höher. Bis sich das amortisiert hat, ist bereits der nächste Trend da. Fakt ist, dass das Darstellungsspektrum eines festen Sortiments irgendwann ausgeschöpft ist. Letztlich muss man es vom eigenen Konzept abhängig machen: Die neuen Pop-Up-Caterings leben beispielsweise von genau dieser Abwechslung. Hier profitieren Betreiber von dem Vermietsystem und immer neuen Produkten. Bezahlbarkeit gehört zu den wichtigsten Kriterien bei der Auswahl neuer Produkte. Es ist und bleibt ein Spannungsfeld zwischen „Mode-Impulsen“ und nachhaltiger Nutzbarkeit.

nierung. „Auf den Tisch gehört vor allem eins: Vielfalt“, sagt Party Rent. Hier ist man überzeugt, dass auf die bis Jahresende mietfähigen Produktlinien noch eine Vielzahl weiterer Alternativ-Kollektionen folgen wird, und das auf jeder Budgetstufe. Um das leisten zu können, baut der Non-food-Caterer sein Sortiment strategisch aus. Dabei lauten die Aufgaben: Portfolio analysieren, Kunden befragen und leistungsfähige Lieferanten in Europa finden, um Lücken im Sortiment zu schließen. „Die Gestaltung einer ansprechenden und harmonischen Catering-Präsentation wird damit zur komplexen Aufgabe“, betont Party Rent. Gemeinsam mit den Herstellern arbeitet man, im Dienste eines erfolgreichen Catering-Erlebnisses, an einer nie da gewesenen Alternativenvielfalt und stärkt damit die notwendige Differenzierung vom Wettbewerb.



Die gelungene Gesamtpräsentation ist eine komplexe Aufgabe für Caterer