

Tischkultur inszenieren

Mit der Catering Selection hat der Nonfood-Caterer Party Rent Anfang 2016 einen Buchband veröffentlicht, der über den Wert und die Inszenierung von Tischkultur informiert.



Ben Cudok



Stephan Mahnecke

Ben Cudok und Stephan Mahnecke leiten die Geschäfte von Party Rent in München sowie Berlin und verantworten das inhaltliche Konzept der Kollektion. Wie die „Catering Selection“ Gastronomen konkret helfen soll, erläutern die beiden hier.

Wozu heute noch ein 250-seitiges Buch über Tischkultur, wenn sich alle Tipps und Kniffe auch problemlos im Netz finden lassen?

SM: Weil es kein einfacher Ratgeber ist. Die Catering Selection informiert detailliert über Formsprache, Funktion und Anwendung unseres Table Tops. Dazu kommen Geschichten und Hintergründe zu den Produktdesignern und Herstellern. Statements bekannter Spitzengastronomen zur Präsenz bestimmter Serien auf dem Tisch runden das ab. Wir haben uns gedacht, wenn Kevin Fehling oder Heiko Antoniewicz eine Meinung zu Porzellan X oder Besteck Y haben, ist das für den einen oder anderen bestimmt interessant.

BC: Wenn Sie auf der Suche nach der richtigen Tischordnung sind, dann hilft Google schneller, keine Frage. Aber wenn Sie eine Idee bekommen wollen, welche Porzellanform die richtige für

Ihr Flying ist oder wie man Serien verschiedener Hersteller ansprechend kombiniert, dann könnte sich ein Blick ins Buch lohnen.

Gibt der Buchband aktuelle Trends bei der Tischgestaltung wieder?

SM: Wir haben versucht, ein Werk zu schaffen, das weitestgehend unabhängig vom aktuellen Zeitgeist die Produkte zusammenfasst, die sich über die letzten 25 Jahre zu beständigen Lösungen für die Gastronomie entwickelt haben. Dazu gehören Klassiker von Schönwald ebenso wie das aktuell sehr beliebte Craft-Porzellan von Steelite.

BC: Gewisse Strömungen gibt es im Markt ja immer: Vintage z. B., also dieser Wert des Ursprünglichen und die Reduktion auf Natürlichkeit bei der Materialauswahl. Als Ausstatter müssen wir aber langfristig denken. Es wäre ja ökonomisch nicht nachhaltig, jetzt in diesen Trend zu investieren, wenn er in einem halben Jahr vorbei ist. Eine

wirklich beständige Entwicklung sehen wir dagegen in der Individualisierung. Deshalb investieren wir in Serien, die einerseits gewissen Ansprüchen an Langlebigkeit, Handhabbarkeit und Ästhetik gerecht werden, andererseits aber auch gut mit dem gesamten Portfolio zu kombinieren sind.

Wenn man durch das Buch blättert, kommen einem Namen wie Vista Alegre, Zwiesel, Robbe & Berking oder Arzberg entgegen. Warum setzt Party Rent so stark auf Markenprodukte auf dem Tisch?

SM: Es gibt einen Leitsatz für unsere Produkte: „Praktisch, haltbar, bezahlbar und schön“. Bei der Umschlagshäufigkeit, die ein Teller bei uns im Jahr erfährt, ist ein qualitätsorientierter Einkauf schon aus wirtschaftlicher Sicht die einzig sinnvolle Alternative. Außerdem müssen wir uns darauf verlassen können, bei weiteren Investitionen in diese Produkte auch die gleiche Materialqualität nachkaufen zu können – was bei Markenherstellern einfach gegeben ist. Schön ist, dass sich hier über Jahre der Zusammenarbeit fruchtbare Partnerschaften entwickelt haben. So wird es möglich, Produkte für unsere Zwecke und auf Kundenwünsche anzupassen.

Danke für das Gespräch!

teo

