

PHILIPP DAUTZENBERG

«ICH TRAUE DEN JUNIOREN DEN WM-TITEL ZU»

Philipp Dautzenberg hält grosse Stücke auf die Junioren-Kochnationalmannschaft. Überhaupt liegt dem Chef von Prodega/Growa/Transgourmet in allen Bereichen der Berufsnachwuchs am Herzen.

HGZ: Philipp Dautzenberg, vor Mitte März kürten Sie die besten Kochlernenden der Schweiz. Wie haben Sie den «gusto18»-Wettbewerb erlebt?
 PHILIPP DAUTZENBERG: Mich beeindruckt immer wieder, wie selbstbewusst, motiviert und mit welchem Willen und Ehrgeiz sich die jungen Talente an die Wettbewerbsaufgabe machen und welche konstant hohe Leistung sie dann abliefern! Man bedenke, dass die meisten erst zwischen 16 und 18 Jahre alt sind.

Weshalb liegen Ihnen die Jungen besonders am Herzen?
 Einerseits, weil es als führendes Unternehmen im Abhol- und Belieferungsgrosshandel zu unserer Verantwortung gehört, uns für die Branche zu engagieren. Eine qualitativ gute und vielfältige Gastronomiebranche ist unser aller Interesse. Andererseits hoffen wir natürlich, mit «gusto» wie auch mit der Unterstützung der Junioren-Kochnati die jungen Talente positiv auf uns einzustimmen, so dass sie in naher Zukunft zu unseren Kunden gehören.

Bis heute schafften 27 ehemalige «gusto»-Teilnehmer den Sprung in die Junioren-Kochnati. Ist Ihr Wettbewerb so

etwas wie eine Kaderschmiede für Kochkünstler?

Sagen wir es so: Man muss sein Handwerk sicher verstehen. Ob man dabei gleich ein Künstler ist, liegt im Auge des Betrachters. Mit «gusto» bieten wir Kochlernenden aber auf alle Fälle ein Sprungbrett für die berufliche Zukunft. Die vielen Kontakte zu namhaften Küchenchefs helfen selbstverständlich auch bei der weiteren Karriere. Wie sie diese Kontakte nutzen und was sie daraus machen, liegt wiederum in ihren eigenen Händen.

Gegenwärtig sind mit Norman Hunziker, Manuel Engel und Bettina Marti drei Ex-«gusto»-Teilnehmer in der Junioren-Kochnati. Was trauen Sie den Dreien und dem Team in Luxemburg zu?

Die Teammitglieder für die Junioren-Kochnationalmannschaft qualifizieren sich unter anderem auch über unseren nationalen Lehrlingswettbewerb «gusto» und bringen einen bemerkenswerten Rucksack voller Rüstzeug mit. 2016 hat die Mannschaft in Erfurt den Vize-Olympia-Titel geholt. Daher traue ich ihnen durchaus zu, den zweiten Platz in Luxemburg zu verteidigen, wenn nicht sogar den Weltmeistertitel zu holen. Wir sehen auch beim internationalen Transgourmet-Wettbewerb «Les Chefs en Or», dass der Schweizer Nachwuchs auf höchstem Niveau bestehen kann. Ich wünsche dem gesamten Team jetzt schon ganz viel Glück für die beiden Wettbewerbe an der Weltmeisterschaft im November in Luxemburg.

Hatten Sie persönlich schon Gelegenheit, an einem Probeauftritt des Teams teilzunehmen?
 Nicht direkt. Dafür konnte ich miterleben, wie die Junioren-Kochnationalmannschaft am

«gusto14» in Interlaken für rund 400 geladene Gäste das Menü auf hohem Niveau zubereitete.

Seit wann unterstützt Prodega/Growa/Transgourmet überhaupt die Schweizer Junioren-Kochnati?

Wir sind seit zehn Jahren dabei.

«Nur plakativ als Sponsor aufzutreten, bringt in der Regel weder uns noch den Partnern etwas.»

Sponsoring ist in der Regel nicht billig. Darf man fragen, wie viel Ihrem Unternehmen die Partnerschaft wert ist?

Viel, aber ich nenne keinen Betrag. Wir setzen vor allem auf eine langjährige nachhaltige Partnerschaft. Nur durch Kontinuität ist die Zusammenarbeit für beide Seiten gewinnbringend.

Sie engagieren sich unter anderem bei «Young Star», den Armeeköchen und beim «Goldenen Koch». Was bringt Ihnen das alles?

Wir schaffen Sichtbarkeit und platzieren uns in einem attraktiven Umfeld. Wichtig ist, dass wir gut zu den Gesponserten passen und ihnen erklären können, weshalb wir Interesse an ihnen haben. Nur plakativ als Sponsor aufzutreten, interessiert uns nicht



Philipp Dautzenberg leitet Prodega/Growa/Transgourmet in der Schweiz. ZVG

gross und bringt in der Regel auch dem Sponsoringnehmer nicht viel.

Ihr Unternehmen ist sowohl im Abhol- als auch im Belieferungsmarkt tätig. Wie beurteilen Sie im Moment beide Marktbereiche?

Abhol- wie auch Belieferungsgrosshandel sind in der Schweiz hart umkämpfte Märkte. Im Moment habe ich den Eindruck, dass sich die Branchenkonjunktur verbessert – und das hilft in beiden Bereichen.

Sie sind Vorsitzender der Geschäftsleitung bei Prodega/Growa/Transgourmet. Wann beginnt Ihr Arbeitstag in der Regel und wann endet er?

Ich beginne, je nach Terminen zwischen 6 und 6.30 Uhr, und abends gehe ich meist gegen 19 Uhr nach Hause. Allerdings trenne ich Arbeits- und Privatle-

ben nicht konsequent, nicht zuletzt, weil ich gerne arbeite.

Kochen Sie gerne oder lassen Sie sich am liebsten bekochen?

Ich grilliere gerne, ansonsten koche ich kaum. Dafür gehe ich umso lieber essen. Essen mit Freunden und Familie ist etwas vom Schönsten, was es gibt.

Eine Frage, die wir schon anderen Sponsoren gestellt haben: Angenommen, Sie müssten kurz vor dem WM-Kochen einen Posten im Team übernehmen, welcher wäre das?

Nach intensiver Vorbereitung würde ich mich als Commis für das Team in Luxemburg bewerben. Mein grösster Nutzen für die Junioren-Kochnati wäre allerdings die Beschaffung der richtigen Lebensmittel für die Wettbewerbe. INTERVIEW JÖRG RUPPELT

Sponsoren der beiden Schweizer Kochnationalmannschaften:

Hauptsponsoren:
SWICA Gesundheitsorganisation

Co-Sponsor:
G. Bianchi AG

Ausrüster:
Bragard Suisse,
Electrolux Professional,
GastroImpuls, KAI

Partner der Schweizer Kochnationalmannschaft:
CCA Angehrn, Pacojet, Hero,
Scana, Uncle Ben's

Partner der Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft:
Boiron, Brunner-Anliker, Emmi
Food Service, HUG AG, Prodega/
Growa/Transgourmet, Wiberg

ANZEIGE

Wir fördern den Stellenwert unserer Berufe.

www.hotelgastrounion.ch/skv

Herzlichen Dank

Für die Unterstützung der Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft.

HOTEL & GASTRO union skv
 seit 1886 SCHWEIZER KOCHVERBAND

Hauptsponsor



Co-Sponsor



Ausrüster



Partner der Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft

