



Gastronomische Akademie Deutschlands e.V.

Telefon +49 (0)2303-9423388 · Fax +49 (0)2932-931007

info@gastronomische-akademie.de · www.gastronomische-akademie.de

Engagieren Sie sich!

Die Duale Hochschule Baden-Württemberg in Ravensburg nimmt ab Oktober das neue Wahlfach »Lebensmittelkultur und -management« in den Lehrplan auf – für die GAD ein unterstützenswertes Projekt

Einige wenige wissen noch aus eigener Erfahrung, wie es war, als man in Deutschland hungerte. Das ist gerade mal ein Menschenalter her: 1948 schleppte sich ein ausgemergelter Gert Fröbe im Film »Berliner Ballade« als »Otto Normalverbraucher« über die Leinwand. Heute wird eher zu viel gegessen. Dies stellt auch Jakob Strobel Y Serra fest: »Wir essen zu billig und denken zu wenig über unser Essen nach« (»FAZ«-Artikel vom 12.3.2012). Andererseits werden viele Lebensmittel weggeworfen. Deshalb brauche es, so die EU-Bürokraten, eine Kampagne mit dem Titel »Zu gut für die Tonne«, um bis 2015 allein in Deutschland die Vernichtung von 7,5 Millionen Tonnen Lebensmitteln zu verhindern. Wie immer liegt die Wahrheit in der Mitte – oder? Wir meinen: Nicht ganz!

Die Wahrheit ist: »Wann, wo und mit welchem Engagement haben wir, das Gastgewerbe, uns eigentlich um die Kultur von Essen und Trinken, um die Herkunft und die Bedeutung unserer Lebensmittel gekümmert? An welcher Stelle der Aus- und Weiterbildung haben wir Management-Benchmarks gesetzt, was zum Beispiel die Lebensmittellogistik betrifft? Was haben wir aktiv getan für die Regionalität – ein Schlagwort, das pervertiert wird, wenn beispielsweise im Allgäu bei einer Lebensmittelkette mit dem Slogan »von hier« Forellenfilets aus der Türkei angeboten werden?

Zugegeben: In einem, nämlich der Schuldzuweisung, lassen wir uns unsere Kompetenz nicht streitig machen. Wer hat versagt, oder, milder ausgedrückt, »die Zügel so lange schleifen lassen«? Die Industrie zeigt auf den Handel, der Handel auf die Verbraucher, die Gastronomie auf den Gast. Das ist einfacher als sich Gedanken zu machen, was man aus Vergangenen lernen kann, um die Zukunft zu gestalten.

Die Themen Lebensmittelkultur und -management gehören in eine Lebensmittelzeitung sowie in die Aus- und Weiterbildung des

Handels. Aber sie gehören genauso auch ins Gastgewerbe. Warum? Nirgendwo sonst sind Anbieter (Gastronomen) und Verbraucher (Gast) enger verwoben, nirgendwo ist die Kommunikation direkter, persönlicher und – nicht zu unterschätzen – glaubwürdiger.

Ohne anderen Fächern in der Aus- und Weiterbildung die Wichtigkeit abzusprechen: Hier liegt ein Nachholbedarf an elementarer Wissensvermittlung vor. Denn dieses Wissen wird in Zukunft immer stärker nachgefragt werden, wenn es darum geht, sich mit neuen

studiengang, auch wenn zu Beginn noch mit Inhalten und Aufbau experimentiert werden wird. Schon jetzt steht fest, dass die Themen breit gefächert sind: Die nahrungsmitteltechnische Logistik der Römer am äußersten Punkt ihres Reiches der Colonia Ulpia Trajana ist ebenso Inhalt wie die Alltagsküche des Piemonts mit ihren Auswirkungen auf die Gemeinschaftsverpflegung von morgen. Die Gastlichkeit der Benediktiner kommt ebenso zur Sprache wie die Etablierung universeller Softwarestrukturen in der Verpackungslogi-



Erfolg für die Zukunft bietet das Wahlfach »Lebensmittelkultur und -management«

Ideen und Wegen am Markt zu behaupten. Gerade das kulturelle Fundament verbunden mit modernen Managementkenntnissen ist Voraussetzung für junge Führungskräfte, um an der Spitze mitzuhalten.

Dieses haben die Duale Hochschule Baden-Württemberg in Ravensburg und einige Idealisten (darunter GAD-Mitglied Otto Geisel) erkannt und in langwierigen Vorbereitungen das neue Wahlfach »Lebensmittelkultur und -management« in den Lehrplan des Masterstudienganges eingebracht.

Die neuen Studiengänge beginnen im Oktober 2012 als duale Ausbildungsreihen in Ravensburg an der einzigen Deutschen Hochschule, die diesen beiden wichtigen Ecksteinen den notwendigen Freiraum zur Entwicklung bietet. Eines ist klar: Es braucht diesen Master-

stik. Dies führt Altbewährtes und Neues zusammen und macht geistigen und technischen Fortschritt begreifbar.

Das Curriculum enthält genug »weiße Flächen« für Partner aus Industrie, Handel und Gastgewerbe, um sich einzubringen. Mitgestalten und -aufbauen ist die kreative Herausforderung. Die GAD ist dabei, wenn es gilt, Studierende, Geld und Ideen einzuwerben. Das geht nur mit Ihrer Hilfe, verehrte Damen und Herren Entscheider der Lebensmittelindustrie, des Handels, der Hotellerie und der Gastronomie. Denn eines ist unbestritten: Die Mittel, die wir zum Leben brauchen, haben wir in Teilbereichen unbekümmert vernachlässigt. Wir sollten das gemeinsam ändern. Schön, wenn auch Sie sich mit Ihrer Kompetenz einbringen – wie die GAD!

TH