

Christian Wermke Hannover

Als der Lagerraum auf geht, liegt ein intensiver Kohlrabi-Duft in der Luft. In grünen Kisten stapelt sich Chicorée bis unter die Decke. Daneben entdeckt Dietmar Hagen Schwarzwurzeln: „Toll, sind die mal wieder geworden“, sagt der Österreicher mit melodischem Akzent, „so schön kräftig.“

Es ist Ende Januar, der 48-Jährige besucht gerade einen seiner größten Lieferanten, die Gärtnerei Rothenfeld in Neuwarmbüchen, Hannoveraner Speckgürtel. 50 Gemüsesorten züchten sie hier, 15 Hektar, alles bio.

Der Hof ist rasend schnell gewachsen, auch weil einer der Hauptabnehmer immer größer wurde: Hagen betreibt mit seiner Firma Essenszeit heute bundesweit mehr als 20 Kantinen. Darunter sind etwa der Turbinenhersteller MTU, die Deutsche Rentenversicherung und der KeksHersteller Bahlsen. 12000 Essen wandern jeden Tag über Hagens Theken.

Wie das Handelsblatt erfuhr, übernimmt er ab Mai auch die Kantinen in den Bahlsen-Werken Varel, Berlin und Barsinghausen. Für Hagen schließt sich damit der Kreis.

Rückblick: 1996 sitzt Keksbaron Werner Michael Bahlsen bei einem Unternehmeressen. Was er auf den Teller bekommt, beeindruckt den Firmenchef so sehr, dass er den damals 26-jährigen Koch probeweise für die Vorstandsebene anheuert. Kurze Zeit später wird Hagen Küchenchef in der Bahlsen-Zentrale.

Sein Ansatz ist für damalige Zeiten revolutionär: Er kocht viel vegetarisch, benutzt nur frische Waren, kauft regional ein, die Tiefkühltruhe ist tabu. Eine der ersten Amtshandlungen: Hagen schmeißt die Fritteuse raus und streicht die Currywurst.

Trend frühzeitig erkannt

Kantine, das ist für viele Arbeitnehmer noch immer ein Reizwort. Synonym für Essen am Fließband, das Donnerstagsschnitzel, notwendiges Übel, wenn es schnell gehen muss. Doch immer mehr Firmen erkennen, wie wichtig den Mitarbeitern gesunde Ernährung ist. „Den Trend zu Frische, Nachhaltigkeit und Regionalität beobachten wir seit vielen Jahren, auch in den Kantinen des Landes“, sagt Jürgen Benad vom Hotel- und Gaststättenverband Dehoga. Man nehme die Konkurrenz ernst, heißt es auch bei den Branchenriesen. Anbieter wie Aramark verfolgen mittlerweile bei vielen ihrer Kunden einen ähnlichen Ansatz.

Dietmar Hagen aber hat den Trend mitgeprägt. Täglich schnippeln seine Mitarbeiter Gemüse, um Brühe anzusetzen. Es gibt keine Fertigsuppen, kein Puddingpulver, Salate kommen vom Feld. „Sobald ich eine Tüte aufmache, ist die Hinwendung zum Produkt weg“, meint Hagen. Selbst Mehl mahlen seine Küchencrews mit der Getreidemühle.

Die Speisekarten sehen das ganze Jahr über anders aus, 600 Rezepte mit saisonalen Zutaten hat Hagen gesammelt. 8,50 Euro kostet ein Lunch

Dietmar Hagen

Küchen-Revoluzzer

Der Gründer der Firma Essenszeit schmiss bei Bahlsen schon früh die Fritteuse raus und strich die Currywurst. Heute betreibt er mehr als 20 Kantinen, Tendenz steigend.



Frank Steiners für Handelsblatt



Sobald ich eine Tüte aufmache, ist die Hinwendung zum Produkt weg.

Dietmar Hagen
Essenszeit-Geschäftsführer

Doch der muss warten: „Ein Nach-tisch darf nicht zu mächtig sein, wenn man weiterarbeiten will“, sagt er - und geht in die Airport-Küche. In Zukunft sollen seine Mitarbeiter kleinere Dessert-Schalen verwenden.

Ursprünglich kommt Hagen vom Hotelfach. Nach der Ausbildung arbeitet er in Sterneküchen in Wien, Gstaad und New York, später kocht er für Gefängnisinsassen, eine Gesundheitseinrichtung. „Ich habe mich damals gefragt: Warum soll es beste Qualität nur in der Gourmetküche geben?“ Seine Kantinen sieht er als Wohlfühlort, zum Erholen, für soziale Kontakte. „Das Essen muss so gut sein, dass die Menschen nicht darüber sprechen, sondern sich unterhalten.“

Die neue Qualität der Bahlsen-Kantine sprach sich aber schnell herum. Nie musste Hagen selbst akquirieren. Sein Unternehmen ist schlank geführt, ohne Marketingabteilung, ohne Vertrieb. Das Geschäftsmodell: Die Firmen zahlen eine jährliche Managementgebühr an Essenszeit. Damit entlohnt der Gründer alle seine 160 Mitarbeiter - das Küchenpersonal, das fünfköpfige Team in der Verwaltung. Acht Millionen Euro Umsatz macht Essenszeit. Dazu entstehen weitere sieben Millionen Euro Umsatz direkt bei den Kunden. Denn den Einkauf lässt Hagen über die Firmen laufen, die im Gegenzug die Einnahmen aus dem laufenden Kantinenbetrieb erhalten.

Nebenher ist Essenszeit als Beratungsagentur unterwegs, selbst der Autokonzern Daimler hat sich schon Hagens Hilfe geholt, Schulen und Kitas berät er kostenlos. Es gehe ihm nicht um Gewinnmaximierung, sagt Hagen. „Ich habe ein abbezahltes Haus und eine tolle Familie, mehr brauche ich nicht“, betont er. Obwohl: Ein paar Mal im Jahr zieht es ihn mit seiner Frau und den beiden Söhnen dann doch in die Heimat, nach Voralberg, zum Skifahren. Berge sind in Hannover nun mal Mangelware.

im Schnitt, die meisten Betriebe schießen die Hälfte dazu: Restaurant-Essen zum Kantinenpreis. Zuckerschleudern wie Coca-Cola & Co. gibt es in den wenigsten der Betriebe, stattdessen schlürfen Gäste Bioschorlen von Voelkel, eine Natursafterei aus Niedersachsen. Die Geschäftspartner, sie alle müssen zum Konzept passen.

Hagen ist ein Perfektionist, alles muss stimmig sein, ansprechend, gesund. Nach dem Mittagessen am Flughafen Hannover, der Ausblick seiner Kantine „Skyworld“ lässt selbst Loungebesucher neidisch werden, hat er einen Kundentermin.

Dietmar Hagen in der Bahlsen-Kantine in Hannover: Im Mai schließt sich für den Gründer der Kreis.

Bio-Gemüse der Gärtnerei Rothenfeld: Jeder Partner ist bewusst ausgewählt.



Christian Wermke