



ÜBERN TELLERRAND

Die Köch:innen des EDEKA Centers No. 1 lassen sich gern auf privaten Auslandsreisen inspirieren. Kund:innen finden im Markt internationale Aufbauten – mit Produkten, die bei Events verwendet wurden.

AUSSEN BERLIN, INNEN MEDITERRAN

Gäste genießen ihr mediterranes Menü im EDEKA Center No. 1 mit Vino – und Blick auf die Berliner Schloßstraße. Der verglaste Wintergarten bietet die ideale Kulisse für Events – die sind ideal fürs Geschäft.



»Stetige Veranstaltungen sind ein Wirtschaftszweig für uns geworden. Und wir Edekaner:innen gestalten diese Events aus eigener Kraft.«

Peggy Reineke
Frische- und Gastronomie-Leiterin

Eingedeckt mit weißen Tischdecken, das Team in Blusen, Hemden und Schürzen – speziell für den Abend. »Event ist anders als Alltag«, sagt Peggy Reineke, Frische- und Gastronomie-Leiterin im EDEKA Center No. 1. »Unsere Mitarbeitenden, teils mit Hotellerie- und Gastroerfahrung, fühlen sich so anders als tagsüber.« Wie die Gäste des »Mediterranen Abends«: Sie genießen hier das griechisch inspirierte 3-Gänge-Menü.

»Ausgehend von Weinen aus mediterranen Anbaugebieten, kreierte ich das Menü«, so Peggy Reineke. »Jede Woche treffe ich mich mit Abteilungsleitenden der Bedien- und Gastronomiebereiche. Den Wein stellen oft Firmen, wir verkaufen die Produkte weiter im Markt – ein Win-win-Deal.« Vor allem auch top für den Markt, da die Artikel dann stark nachgefragt werden: »Wir verwenden Produkte aus dem EDEKA Center, promoten sie mit Rezepten oder Weinexpertisen am POS.«

Die Abende, sie sprechen sich herum und finden sich auf der Homepage.

»Am Valentinsabend haben wir 8 Paare mit Schokoerdbeeren verwöhnt«, so die Event-Macherin. »Beim Fisch-Abend beantwortete der Verkaufstrainer Fragen, die richtig in die Tiefe gingen.« Den Martinsgans-Abend wird's nun auf Anfrage sogar 2-mal geben: »Letztes Mal war er bereits nach 24 Stunden ausverkauft.«

Nach Blumenkohlcurrysuppe, Zanderfilet mit Minibrokkoli und Pasta freuen sich die Gäste aufs Minz-Mousse. Mehr als kostendeckend sind die Abende längst. »Anfangs lag der Preis pro Event bei 25 €, um die Menschen in den Markt zu ziehen. Heute liegen wir bei 45–60 €.« Fairer Preis für 3 Gänge, Wein und Cappuccino.

AUS ERFAHRUNGEN LERNEN

»Unsere Gäste äußern sich danach auf Feedback-Bögen: Daraus lernen wir«, so Marktleiter Robert Jablonski. »Persönlich kontaktieren wir vorher unsere Event-Stammkundschaft.« Die Liste wächst. Mit ihr die Treue. »Die Abende sind Selbstläufer geworden.« Im EDEKA Center No. 1 sind Events ein Kundenmagnet No. 1. ■ cs

FOTOS: PRIES



WER IM GLASHAUS SITZT ... kann in Ruhe feine Speisen und passende Weine genießen – im Wintergarten, beim Event des EDEKA Centers No. 1 in Berlin.



BEGRÜSSUNG

Mit Aperitif und persönlich: So werden die Gäste des mediterranen Abends empfangen. Die Tischgedecke (Foto unten) sind liebevoll und mit Stoffservietten hübsch dekoriert.

