



INSTITUTE OF CULINARY ART®

## ICA Kommunikationspapier

Das Institute of Culinary Art (ICA) wurde 2005 von Gerhard Bruder gegründet.

Ein wesentlicher Gründungsgedanke war der steigende Fachkräftemangel innerhalb der Gastronomie. Vor diesem Hintergrund haben die Gremien Vorstand und Beirat folgende Leitsätze formuliert:

*„Wir müssen die Voraussetzung für unsere Branche schaffen,  
um die guten Mitarbeiter zu halten und neue zu bekommen.  
Wir müssen wieder attraktiv für Akademiker werden,  
um unseren Managementnachwuchs sicherzustellen.“*

Um diesen Leitsätzen zu folgen, war es notwendig, eine Organisation ins Leben zu rufen, die den Wirtschaftsfaktor Mensch in den Mittelpunkt stellt und folgende Parameter erfüllt:

1. **Perspektiven** für die arbeitenden Menschen innerhalb der Branche.
2. **Marktdurchdringung**, um diesen Anspruch in den führenden Unternehmen zu platzieren.
3. **Kommunikation**, um die Menschen innerhalb und ganz besonders außerhalb unserer Branche zu erreichen.
4. **Kultur**, um den Menschen innerhalb und außerhalb unserer Branche Gemeinwohl und soziale Kompetenz darzustellen.

Diese vier Themen sind heute die Haupttätigkeitsfelder des ICA, in denen im Laufe der letzten Jahre bereits folgende Ziele erreicht wurden:

Zu 1. **Perspektiven**: Bedingt durch den steigenden Fachkräftemangel verändern sich zunehmend die Anforderungen an die Nachwuchs- und Führungskräfte. Die gastronomischen Betriebe werden zukünftig Nachwuchskräfte mit keiner oder geringer Berufserfahrung bzw. ohne Ausbildung qualifizieren müssen, um diesen Bereich an Arbeitskräften weiter aufrechterhalten zu können. In der Konsequenz steigt der Anspruch an die Führungskräfte, die das jeweilige Geschäftsmodell den veränderten Bedingungen angleichen und entsprechend gestalten müssen.

Die ICA Academy bildet die Zielgruppen weiter und nutzt dafür folgende drei Bildungskonzepte:

- a) **BWL-Fernlehrgänge** mit in sich aufbauenden Abschlüssen mit IHK-Zertifikat, die den Mitarbeitern ein durchgängiges, karriereorientiertes Weiterbildungskonzept ermöglichen. Folgende Abschlüsse werden angeboten: Teamleiter, Betriebsleiter, Bereichsleiter, Wirtschaftsfachwirt, Bachelor of Culinary Arts und Food Management und ein Mini-MBA in Foodservice Management.
- b) **Frontcooking Academy** mit Trainings und Seminaren, die Mitarbeiter in diesem wachsenden Bereich gezielt weiterbilden, um den immer komplexer werdenden Anforderungen gerecht zu werden.
- c) **Berufsqualifikationsprogramme** für Küchen- und Servicenachwuchskräfte, mit denen sich Hilfskräfte mit oder ohne Berufserfahrung über mehrstufige Modelle weiterbilden können, um für die Anforderungen in Küche und Service fit gemacht zu werden. Auch bis hin zur IHK-externen Prüfung.

Das ICA arbeitet dafür mit folgenden Kooperationspartnern zusammen: Gastronomisches Bildungszentrum Koblenz – eine Bildungseinrichtung der IHK Koblenz, Kolping Bildungswerke, Macromedia Hochschule, WHU Otto Beisheim School of Management.



INSTITUTE OF CULINARY ART®

**Zu 2. Marktdurchdringung:** Das ICA verfügt heute über zwei wichtige Netzwerke, um die notwendige Marktdurchdringung zu gewährleisten. Zum einen ist dies das Executive Netzwerk mit 350 Mitgliedern, das der obersten Führungsebene vorbehalten ist. Die marktführenden Firmen aus allen Sparten der Foodservice Industrie sind in diesem Netzwerk vertreten. Deren Mitglieder treffen sich im Rahmen einer Wertegemeinschaft mehrmals im Jahr auf Netzwerkveranstaltungen oder Workshops. Des Weiteren besteht ein Personalmanager Netzwerk mit ca. 85 Mitgliedern.

**Zu 3. Kommunikation:** Das Institute of Culinary Art (ICA) hat im Juni 2016 die bundesweite Kampagne Job.verliebt ins Leben gerufen und lenkt damit gezielt die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf die Berufe der gastronomischen Branche.

Es ist eine Image- und Nachwuchskampagne, die es in der Gastronomiebranche bisher noch nicht gegeben hat. Getragen von führenden Unternehmen einer einzigen Branche, unentgeltlich für Betrieb und Bewerber sowie ohne monetär gewinnbringende Absichten.

Mit Job.verliebt bietet das ICA der Branche eine Marke für die Zukunft. Eine innovative, online-basierte Plattform, auf der sich gastronomische Unternehmen als Arbeitgeber präsentieren. Mit mehr als 150 Unternehmen mit 126.000 Beschäftigten und 14.250 Betrieben (Stand August 2018) ist diese Plattform bereits eine der größten im Markt und repräsentiert unsere Branche mit ihren herausragenden Eigenschaften, Perspektiven und Möglichkeiten in der Öffentlichkeit.

**Zu 4. Kultur:** Die ICA Stiftung zur Nachwuchsförderung in der Gastronomie versteht sich als signalgebende Institution der kulturellen Wahrnehmung unserer Branche in der Öffentlichkeit.

Die gemeinnützige ICA Stiftung wurde gegründet, um der Entwicklung des immer stärker werdenden Fachkräftemangels und seinen Folgen für die Gastronomiebranche entgegen zu wirken. Es ist erklärtes Ziel der ICA-Stiftung, verstärkt Menschen im und für das Gastgewerbe zu gewinnen und zu fördern. Hierbei sollen insbesondere die Weiterbildungsmöglichkeiten des ICA genutzt werden, um mittels Stipendien die bestehenden und zukünftigen Fachkräfte weiterzuentwickeln und somit der Gastronomiebranche zu erhalten.

#### Zahlen und bisherige Ergebnisse

- aktives, branchenübergreifendes Netzwerk von 350 Executives der führenden Unternehmen
- bisher 2350 Absolventen der BWL-Fernlehrgänge
- bisher 1865 Teilnehmer der Frontcooking Academy

**Fazit:** Die inhaltliche Verknüpfung der beschriebenen ICA Tätigkeitsfelder Perspektiven, Marktdurchdringung, Kommunikation und Kultur hat ein Kreislaufmodell geschaffen, das der Branche ermöglicht, die Ressource des Wirtschaftsfaktors Mensch nachhaltiger planbar zu machen und zu sichern.

Stand: August 2018