



Es war wieder ein rauschendes Fest: Die Preisverleihung zum Caterer des Jahres 2025 zeigte erneut Innovationskraft und Einsatzbereitschaft der Catering-Unternehmen in Deutschland eindrucksvoll auf. Nach der Übergabe der Auszeichnungen in Düsseldorf feierte die Branche ausgelassen einige ihrer Besten.



Die Jury für den Caterer des Jahres 2025.

FOTOS: CCI Verlag

E

Es war wieder mal ein Highlight des Cateringjahres, zumindest für all diejenigen, die bei der diesjährigen Preisverleihung zum Caterer des Jahres 2025 in Düsseldorf dabei sein konnten. „Ein spannender Tag mit festlichem Ausgang“, so empfanden es wahrscheinlich alle, die ins Alte Kesselhaus auf dem Düsseldorfer Areal Böhler kamen, um am gleichen Tag noch an der letztendlichen Entscheidungsfindung teilzunehmen. Doch die Vorbereitungszeit betrug natürlich Monate, in denen Gespräche und unzählige Telefonate mit potenziellen und endgültigen Bewerbern geführt





wurden. „Wir sind sehr stolz, dass sich wieder so viele Unternehmen die Mühe gemacht haben, bei unserem Wettbewerb dabei zu sein und danken allen dafür sehr herzlich“, betont CCI-Chefredakteur Hans Jürgen Krone und ergänzt: „In diesem Jahr war nicht eine Bewerbung dabei, die so mal eben schnell hätte zur Seite gelegt werden können, in dieser Branche gibt es so viele spannende Konzepte.“ Auf der Grundlage eines seit Jahren immer wieder weiter entwickelten Bewertungsschemas wurden die Entscheidungen zur Nominierung getroffen. Neben der persönlichen Performance der Unternehmen spielt dabei auch die Signalwirkung in Branche und Öffentlichkeit eine Rolle.

IN DIESER BRANCHE GIBT ES HERVORRAGENDE LEISTUNGEN

„Für uns ist es sehr wichtig, dass öffentlich deutlich mehr wahrgenommen wird, welche hervorragenden Arbeit in dieser Branche immer wieder geleistet wird“, betont Krone. Dies war bereits vor mehr als 20 Jahren, als der Preis gelauncht wurde, einer der wichtigsten Aspekte für die Initiatoren. Die Redaktion nominierte aus den Teilnehmern des Wettbewerbs diesmal insgesamt elf Unternehmen, die nacheinander, vom Morgen bis in den Nachmittag des Verleihungstages hinein, der fachkundigen Jury Rede und Antwort stehen mussten. Auf beiden Seiten saßen dabei natürlich Branchen-Profis, doch eine solche Situation ist auch für sie



ungewöhnlich. Und so war auch manch hartgesottener Profi durchaus nervös, was da kommen möge. Die Jury machte es aber den Kandidaten nicht schwer, sondern wollte nur noch die eine oder andere offene Frage klären sowie nochmal im Originalton hören, worauf die Bewerbung basierte.

Es zeigt sich auch in diesem Jahr erneut, dass diese persönliche Vorstellung der Konzepte unverzichtbar ist, denn sie macht transparent, wie

die Ideen und Konzepte im Unternehmen gelebt und umgesetzt werden. Und wie sich dann auch im Verlauf des Jury-Tages zeigte, war dieser Tagesordnungspunkt auf der Wettbewerbs-Agenda keinesfalls unwichtig für die spätere Abstimmung.

JURY MIT ERFAHRENEEN BRANCHEN-FACHLEUTEN BESETZT

In der Jury waren in diesem Jahr Bernd Born von Papstar, Klaus Häck von Hommequadrat, Thilo Hanke, Präsident Euro-Toques Deutsch- ▶

land, Simon Kuhn von K&P Consulting, Oliver Merches von OM Consulting, Lars Wessel vom diesjährigen Veranstaltungspartner Broich Catering, Antje de Vries von Culinary Identity Agency und CCI-Chefredakteur Hans Jürgen Krone.

TRÄGER DER SONDERPREISE KAMEN AUCH ZUM GESPRÄCH

Ebenfalls zur Befragung angetreten waren die Vertreter zweier Catering-Unternehmen, deren Auszeichnung zwar bereits in Form von Sonderpreisen feststand, die man aber natürlich überraschen wollte. Und das gelang: Aramark (GlücksBringer) und die Compass Group (Colour Me Pasta) wurden für die in ihren Bewerbungen zum Ausdruck kommende und übernommene gesellschaftliche Verantwortung jeweils mit einem Sonderpreis zum Caterer des Jahres 2025 gekührt.

DIE GEWINNER STEHEN SCHLIESSLICH FEST

Die anderen Entscheidungen waren teils eindeutig, teils etwas knapper, aber am frühen Nachmittag standen die Gewinner fest:

- In der Kategorie Climate gewann das Duo Lebenswert Gastgeber/Dr. Becker Klinikgesellschaft. Nominiert waren auch Kirberg Catering und Cantine Made by Traube Tonbach.
- In der Kategorie Cuisine wurde Wildparktaste Made by Traube Tonbach ausgezeichnet. Nominiert waren hier diesmal auch die Unternehmen Sodexo und Keepers & Cooks.
- In der Kategorie Concept gewann die Frankfurter Neue Küche. Hier waren ebenfalls für die Auszeichnung nominiert: Frank Schwarz Group und Nelles Catering.

Schon bei der Begrüßung der Gäste hatte Verleger Volker Geuer betont, dass es ▶



Nominiert in der Kategorie Climate

- Kirberg Catering
- Lebenswert Gastgeber/ Dr. Becker Klinikgesellschaft
- Cantine — Made by Traube Tonbach

Caterer des Jahres 2025: Lebenswert/Dr. Becker

Nominiert in der Kategorie Cuisine

- Keepers & Cooks
- Wildparktaste – Made by Traube Tonbach
- Sodexo

Caterer des Jahres 2025: Wildparktaste

Nominiert in der Kategorie Concept

- Frank Schwarz Gastro Group
- Frankfurter Neue Küche
- Nelles Catering

Caterer des Jahres 2025: Frankfurter Neue Küche

Ausgezeichnet mit Sonderpreisen „Gesellschaftliche Verantwortung“

Aramark Deutschland

Compass Group Deutschland






„Es war ein Abend vom Feinsten“: Dieses Lob hat uns alle am meisten gefreut, denn auf der Bühne, an den Ständen und in der Küche, wurde alles gegeben!



den vielen Partnern und Unterstützern des Wettbewerbs und der Veranstaltung zu verdanken ist, dass diese Preisverleihung in solch einem festlichen Rahmen stattfinden kann (Dazu die Liste der Partner auf Seite 8/9 unten). Geuer bedankte sich auch bei den vielen Bewerbern und Besuchern des Abends für die Treue und das Vertrauen, die sie gegenüber unserer bereits traditionsreichen Fachzeitschrift demonstrieren.

In diesem Jahr hatte Volker Geuer für die Besucher der Veranstaltung auch noch eine besondere Überraschung mitgebracht: Sebastian Lege, Koch, Fernsehdarsteller und Produktentwickler im Bereich von Lebensmitteln, kam zu einem kurzen Vortrag auf die Bühne. Der vielen unter dem Stichwort „Besseresser“ bekannte Fernsehmann, der auch online viel veröffentlicht, berichtete launig von seinem Wirken, machte aber auch eindeutig klar, dass er von den Catering-Unternehmen, vor allem

da, wo es gilt, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, noch deutlich mehr erwartet. Gerade bei Themen wie Schulverpflegung, Umweltschutz und Nachhaltigkeit sieht er in der Branche noch Luft nach oben, machte er an diesem Abend deutlich. Auch er wird bei der anschließenden Preisverleihung gesehen haben, dass die Branche durchaus auf dem Weg ist, sich in vielen Bereichen, in denen es gilt, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, deutlich weiterentwickelt. Und zwar auch klar über die dort in diesem Jahr ohnehin angesiedelten Sonderpreise hinaus.

Nach dem offiziellen Teil ließen sich die Teilnehmer von Broich Catering kulinarisch verwöhnen, beispielsweise von Jakobsmuschel und Maispoularde über Backfisch, Iberico-Karree und Entenbrust bis hin zu Schokoladencreme und Joghurt-Passionsfruchtmousse. Und für diejenigen, die bis tief in die Nacht feierten und tanzten, gab es natürlich auch noch einen mitternächtlichen Snack. Das Team von CCI freut sich mit Ihnen schon auf den Cdj 2026! 



DIE LOCATION: ALTES KESSELHAUS

Auf dem Areal Böhler in Düsseldorf finden sich zahlreiche herausragende Eventlocations, die historischen Charme mit moderner Ausstattung verbinden. Das Alte Kesselhaus, in dem jetzt auch der Caterer des Jahres 2025 zu Gast war (Foto oben), war die erste eigene Location von Broich Catering, in der das Unternehmen seit 1999 das exklusive Cateringrecht hat. Hier werden hochkarätige Firmenevents, After-Work-Partys und Produktpräsentationen arrangiert und stilvoll inszeniert. Bis zu 800 Gäste finden im „Kessel“ Platz. Die Lehrwerkstatt, oberhalb des Alten Kesselhauses, bietet Raum für einen Empfang mit bis zu 300 Personen.



GEWINNER CLIMATE



DIE STERNE

Mit dem Konzept, das Rehabilitation und Nachhaltigkeit in der Klinik-Gastronomie eng miteinander verknüpft, senden **Lebenswert** und **Dr. Becker** starke Signale.

Die gemeinsame Bewerbung von Lebenswert Gastgeber und den Dr. Becker Kliniken setzt auf gesunde und möglichst nachhaltige Verpflegung. Empfohlene Gerichte werden per Stern auf der Speisekarte hervorgehoben. Das Speisenangebot unterstütze so den langfristigen Rehabilitationserfolg der Patient:innen und werde Teil ihres Behandlungskonzepts, erläutern die Partner. Zusätzlich zum eigenen nachhaltigen Ernährungskonzept habe man gemeinsam an Expertengesprächen zur Planetary Health Diet teilgenommen und dann Anpassungen in der Ernährungsschulung, der Lehrküche und dem Speiseplan vorgenommen. Der Anteil pflanzenbasierter Gerichte wurde erhöht und die Rezepturen hinsichtlich des CO₂-Ausstoßes optimiert. Das Ernährungskonzept berücksichtigt die vier Dimensionen Ökologie, Gesundheit, Mitarbeitende und Ökonomie. Hinsichtlich Ökologie wurde beispielsweise das Kaffee- und Teeangebot ganz auf biologische und fair gehandelte Rohstoffe umgestellt und der Fleischanteil in Gerichten reduziert. Es gibt überwiegend rein vegetarische Speisen. Im Bereich Gesundheit wird für eine ausgewogene Ernährung gesorgt. Bei den Mitarbeitenden wird auf die soziale Verantwortung geachtet. Bei der Ökonomie achtet man auch auf eine sorgsame Verwendung von Ressourcen.

DAS STADION

Mit seinen vielfältigen kulinarischen Angeboten im Stadion, die in unterschiedlichen Locations vom Snack bis hin zur feinen Küche reichen, setzt **Wildparktaste** deutliche Zeichen in diesem Segment.

Nach zwei erfolgreich vollendeten Saisons, weiteren Umbauarbeiten und Erweiterungen der Hospitality-Bereiche sowie einem Feinschliff am eigenen kulinarischen Angebot sah sich Wildparktaste made by Traube Tonbach als reif für eine Bewerbung an. Das Wildparkstadion in Karlsruhe kann zu den Spielen 33.180 Fußballbegeisterte einlassen. Denen bietet Wildparktaste ganz unterschiedliche Hospitality-Welten mit ganz unterschiedlicher Kulinarik an. Die Küche von Wildparktaste soll

dabei laut Unternehmen für Regionalität, Qualität und Frische stehen. Wildparktaste betont: „Für uns beginnt Qualität bei der Auswahl der richtigen Zutaten. Wir verwenden ausschließlich tagesfrisches Gemüse und hochwertiges Fleisch – und das mit voller Überzeugung.“ Wo immer möglich, setze man auf Produkte aus der Region, betont man außerdem. Durch kreative Rezeptideen, schonende Zubereitung und viel Liebe zum Detail soll jedes Gericht zu einem kleinen Erlebnis werden, so der Anspruch. „Unsere Suppen und Soßen werden von Grund auf selbst gekocht. Denn guter Geschmack ist für uns kein Zufall, sondern das Ergebnis ehrlicher Handarbeit. So entsteht eine authentische und hochwertige

GEWINNER CUISINE



Küche, die man schmeckt und bei welcher wir weitestgehend auf Convenience-Produkte verzichten“, sagt der Caterer, dessen saisonalen Vorspeisen und Desserts ebenfalls ausschließlich aus eigener Produktion stammen. Diese werden eigens am Spieltag angerichtet, um auch hier Top-Qualität zu bieten.



GEWINNER CONCEPT



„Wir glauben an guten Geschmack, gute Lebensmittel und an eine gute Zeit“, betonen die Macher der Frankfurter Neue Küche (FNK) und betonen außerdem: „Unser Herz schlägt für Frankfurt und seine kulinarische Tradition.“ Wie ihre Stadt, will auch die FNK Geschmäcker aus aller Welt zusammenbringen und betont: „Regionale Zutaten treffen auf internationale Aromen, Frankfurt eben.“ Das Unternehmen versteht sich als gastronomi-

sche Plattform für alle, die diese Stadt mitgestalten möchten. Dabei hat das Konzept fünf wesentliche Kernpunkte:

1. Event-Catering mit Konzept und Beratung. Urban, bodenständig und nicht von der Stange.
2. In Locations Feste feiern, Gäste bewirten, kreative Konzepte testen. In vielen Event-Locations und Pop-Up-Flächen.
3. Küchenpartys zum Freunde treffen. Gemeinsam essen, feiern und entspannt eine gute Zeit haben.
4. Lunch in fünf Lunch Clubs, mit wechselnder Wochenkarte, FNK-Specials und kleinen Snacks. Jeden Tag frisch gekocht.

DIE STADT

Jung, dynamisch und trotzdem mit viel Erfahrung und Anspruch, so „bespielt“ seit einigen Jahren die **Frankfurter Neue Küche** ihre Stadt und zeigt, was Catering heutzutage alles möglich machen kann.

5. Kochkurse, bei denen Kids und Teens gezeigt werden soll, wie viel Spaß das Zubereiten von guten Speisen macht.

Bei den in den Küchen verwendeten Produkten hat die Frankfurter Neue Küche besondere Ansprüche: „Produkte, die nicht industriell vorproduziert werden, haben Charakter. Wenn die Reifeprozesse von Gemüse, Obst und Getreide auf natürlichem Wege abgeschlossen sind, entstehen breite Geschmacksbilder. Diese besonderen Geschmäcker wollen wir fördern und auf möglichst viele Teller und Tische bringen.“ Deshalb erweitert man stetig das Partnernetzwerk, um so viel Ware wie möglich direkt vom Hersteller beziehen zu können.



SONDERPREIS ARAMARK



„Die Gastronomie ist ein Ort der Begegnung – und wo Menschen zusammenkommen, wächst auch Verantwortung füreinander“, ist man bei Aramark überzeugt. Aus diesem Geist heraus wurde vor einigen Jahren die Initiative „Glücksbringer“ ins Leben gerufen. Ini-

tiert wurde das Projekt von Aramark, getragen wird es von den hier ehrenamtlich engagierten Mitarbeitenden, die mit Kreativität, Zeit, Engagement – „und vor allem mit viel Herz“ – dort helfen, wo Hilfe gebraucht wird, betont man und ergänzt: „Ob durch Kochen, Organisieren oder einfach durch Dasein: Unsere Glücksbringer sind da, wenn andere vergessen werden. Und sie beweisen: Gastronomie kann mehr als nur satt machen – sie kann bewegen, verbinden und Hoffnung schenken. Jede Glücksbringer-Aktion soll so Ausdruck gelebter So-

DER EINSATZ

Vielseitiges Engagement für bedürftige Menschen steht im Mittelpunkt bei **Aramark** Glücksbringer. Der Preis gilt den ehrenamtlich tätigen Mitarbeitern und dem Caterer, der dies als Arbeitszeit anerkennt.

lidarität sein. Und jedes einzelne der etwa 100 Projekte, die auf dieser Basis 2025 umgesetzt wurden, soll für den besonderen Mix aus sozialer Verantwortung, gastronomischem Können und persönlichem Engagement stehen. Beispiele für diese Aktionen sind Aktivitäten im Tierheim, der Einsatz für alleinstehende Senioren, die Schultütenaktion einer Tafel, ein Kindertag für Hospizkinder und vieles, vieles mehr. Bei Aramark freut man sich nicht zuletzt darüber, dass die Glücksbringer „zeigen, wie die Catering-Branche eine aktive Rolle im gesellschaftlichen Miteinander übernehmen kann – ohne große Budgets, aber mit Herz und Haltung“.

DIE FARBEN

Ein kulinarisches Konzept mit einer in diesen Zeiten wichtigen Botschaft für Vielfalt zu verbinden, ist ein Konzept der **Compass Group**, das der ganzen Catering-Branche gut zu Gesicht steht.

Mit „Colour Me Pasta“ hat die **Compass Group** im Frühjahr 2025 eine Kampagne entwickelt, die Vielfalt und Empowerment ins Zentrum stellte. Was als kulinarischer Impuls begann, wurde schnell mehr: „eine Einladung, unsere Werte zu erleben“, sagt das Unternehmen. Was als bunte Pastaidee begann, sei zum Herzstück der Markenkommunikation geworden und das sei auch kein Zufall gewesen, denn Colour Me Pasta sei laut Compass nie als reine Food-Aktion gedacht gewesen.

„Unsere Vision ging weiter: Wir wollten zeigen, wie aus einem einfachen Gericht ein Statement werden kann – für Offenheit, für Gemeinschaft, für Empowerment“, betont der Caterer. In einer Zeit, in der Vielfalt oft als Buzzword durch die Medien geistert, habe man sich bewusst für einen anderen Weg entschieden. „Wir wollten nicht über Vielfalt sprechen – wir wollten sie sichtbar machen. Und das, in einer Sprache, die jede:r versteht: Genuss“, so Compass weiter. Die kulinarische Aktion „Colour Me Pasta“ war dabei der Türöffner. Acht kreative, farbenfrohe Pastagerichte wurden zum Sinnbild der Haltung, entwickelt mit dem Partner Bon Pastaio. Aber „Colour Me Pasta“ war mehr als Farbe auf dem Teller. Es

war der Auftakt für eine kommunikative Bewegung, getragen von echten Geschichten, starken Bildern und klarer Haltung. Es wurden Menschen porträtiert, die oft im Hintergrund wirken und Berufsbilder gezeigt, die Vielfalt leben. Compass Group: „Unsere Vision ist klar: Wir wollen Vielfalt erlebbar machen. Nicht abstrakt oder pädagogisch, sondern durch nachhaltige, bunte, kreative Ernährung und durch Geschichten, die berühren.“





NOMINIERT CUISINE



TOP-KÖCHIN

Die Kooperation mit Starköchin Haya Molcho von **Sodexo** nutzt Gästen und Mitarbeitenden.

Vor dem Hintergrund, dass sich die Ansprüche der Gäste und ihre Ernährungsgewohnheiten im Catering verändern und sie heute Restaurantqualität, Regionalität, Innovation und kulinarische Vielfalt erwarten, hat sich Sodexo entschlossen, mit Haya Molcho als Markenbotschafterin zu kooperieren. Sie

steht für hochwertige, internationale und weltoffene Küche und bringt ihre Expertise in die Sodexo-Betriebsrestaurants ein. Dabei unterstützt sie die Ausbildung von Köch:innen, kreiert neue Gerichte und stellt sie im Rahmen der Haya-Molcho-Kochtage persönlich vor. Ein Höhepunkt der Kooperation war die Erstellung des Kochbuchs „Kochkunst ohne Grenzen“, entwickelt von Haya Molcho und acht Sodexo-Köch:innen.

FEINES ESSEN

Das Thema Fine Dining hat **Keepers & Cooks** auch für das Catering-Business einsatzfähig gemacht.

Bei Keepers & Cooks hatte man sich vorgenommen, das vielgeliebte Fine Dining auf Eventgröße hochzukalieren. Sozusagen Stermecatering to go: „Das Besondere, das Feine, das Exklusive – aber eben für alle. Nicht nur für 20 Sitzplätze.“ So entstand ein Konzept, das bereits über Jahre verfeinert wurde: „From exclusive to extensive

– Fine Dining im Eventcatering.“ Um die Herangehensweise für dieses Projekt zu definieren, habe man sich mit den zentralen Eigenschaften und Aspekten des Fine Dinings beschäftigt und diese genauer unter die Lupe genommen. Dabei kam man zu dem Ergebnis, dass eine Skalierung größtenteils möglich ist. Mittels klar strukturierter Vorbereitungen und Abläufe sei man jetzt in der Lage, solche Events zuverlässig und beeindruckend umzusetzen.

NOMINIERT CUISINE



NOMINIERT CLIMATE



MEHR GRÜNES

Seine Nachhaltigkeitsaktivitäten hat **Kirberg Catering** verstärkt und unter Culinary Green gebündelt.

Unter „Culinary Green“ hat man bei Kirberg Catering alle nachhaltigen Aktivitäten zusammengefasst. Zum einen die, die man generell als Unternehmen macht, unabhängig vom jeweiligen Kunden. Und zum anderen die des kulinarischen Speisen- und Getränkeangebotes. Die Kund:innen werden

darüber informiert, was welchen Einfluss hat und entscheiden selbst. Das bedeutet zwar nicht, dass Culinary Green zwingend auf Green Eating hinauslaufe, berichtet Kirberg, aber dies geschehe immer öfter. Zum Beispiel arbeite Kirberg häufig mit fleisch- und fischreduzierten Menüs, die kulinarisch spannend sind. Fleisch oder Fisch sind da, rücken damit aber oft aus dem Zentrum des Tellers hinaus.



**NOMINIERT
CLIMATE**



STARKE ICONS

Mit klarer Kennzeichnung erleichtert **Cantine** – Made by Traube Tonbach die Entscheidung der Gäste.

Wie können wir zeigen, dass nachhaltiges Essen nicht nur möglich ist, sondern auch richtig gut schmeckt? Das fragte sich Cantine. Die Antwort lautete: mit „Change“, einem konzeptionellen Counter. Schon vorher hatte man durch vier prägnante Icons zentrale Nachhaltigkeitswerte sichtbar gemacht: umweltbewusst/local, bewahrend/(No) Food-Waste, ausgewogen/balanced sowie nachhaltig/responsibility. Mit der Einführung der neuen Counterlinie Change zum 1. Mai 2025 wurde das Prinzip konsequent weitergedacht: Immer, wenn ein Gericht mindestens drei der vier Nachhaltigkeitskriterien erfüllt, erhält es das Change-Logo – zusätzlich zu den Icons. So können sich die Gäste noch leichter entscheiden.

NEUE KRAFT

Nach erfolgreichen Jahren hat sich **Nelles Catering** für seine Gäste noch einmal ganz neu aufgestellt.

Nelles Catering hat im vergangenen Jahr aktiv sein eigenes Potenzial herausgefordert und sich ein Stück weit neu erfunden, „Mit Weitsicht, Tatkraft und einem hohen Anspruch an Qualität und Erlebnis“, sagt das Unternehmen. So habe man die Events auf ein neues Level gehoben, Prozesse digitalisiert und strategisch neu gedacht,

Kunden begeistert und Mitarbeitende mitgenommen, Sichtbarkeit geschaffen – in der Region und darüber hinaus – sowie den Grundstein für die eigene Eventlocation gelegt, die kürzlich eröffnet wurde. Mit dieser „N4 Events & Rooms“ wurden kulinarische Expertise und maßgeschneiderte Eventmöglichkeiten verbunden. Dort will man jetzt vor allem die eigene „Vorstellung von Genuss, Inszenierung und reibungslosem Ablauf auf höchstem Niveau umsetzen“.



**NOMINIERT
CONCEPT**



STARKES TEAM

Die **Frank Schwarz Gastro Group** ist als Ganzes ein wichtiger „Pacemaker“ der Catering-Branche.

Die FSGG gehört zu den größten und modernsten Catering-Unternehmen an Rhein und Ruhr. Pulsierendes Herzstück des Erfolgs und „Heimat des Genusses“ ist die Produktionsstätte auf dem Großmarkt in Duisburg. Mit der Gründung der Kofler Kompanie NewCo GmbH und den Partnern Konstantina

Dagianta und Branislav Cucic wurde der Grundstein für die Übernahme der Kofler & Kompanie gelegt. 2022 folgte die Gründung der Kofler & Kompanie München GmbH gemeinsam mit Alexander Gausmann und Benjamin Neelen – Kuffler wurde zu Kofler, und das Netzwerk wuchs weiter. Seit dem Jahr 2021 wurde schließlich S-Chefs als Start-up im Unternehmensverbund entwickelt und 2023 kam Packing Panda dazu.