

GEMEINSCHAFTSGASTRONOMIE – EINE STARKE BRANCHE



SPECIAL

36 Seiten
Branchen-
Insights



DEHOGA
BUNDESVERBAND

20



Change: Wie New Work die Betriebsgastronomie radikal verändert.

24



Zukunft im Fokus: Planet retten und Gäste glücklich machen? So geht's!

12



Karrierebooster: Was die Branche als Ausbilder und Arbeitgeber leistet.

10



Dialog: Sascha Witt (l.) und Ralf Kroschel zur neuen Rolle der Branche.

INHALT

- 03 Editorial** So wichtig wie nie zuvor ...
- 04 Markt** Höchst systemrelevant! Was die Branche leistet
- 06 Der Markt** in Zahlen. Ausgewählte Fakten
- 08 Management** So viele reden mit beim Essen
- 10 Interview** Sascha Witt und Ralf Kroschel, Vorsitzende der DEHOGA Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie: „Wir wollen gehört werden“
- 12 Karriere** Gemeinschaftsgastronomie – ein cooler Arbeitgeber
- 15 Recht** 3 Fragen an Sandra Warden zum Fachkräfteinwanderungsgesetz

- 17 Portrait** Drei Karrierewege
- 18 Ausblick** Fünf Thesen zur Zukunft der Gemeinschaftsgastronomie
- 20 New Work** Vom Speisesaal zum pulsierenden Unternehmensherz
- 24 Nachhaltigkeit** Planetary Health Diet – gewinnbringend für alle
- 27 Best Practice** E.ON Gastronomie: Vorfahrt für Grün
- 28 Studierendenwerk** Berlin: Fast rein pflanzlich
- 29 Nachgefragt** Wir müssen reden! Runder Tisch zum New Normal in Unternehmen



Hier gibt es das Special digital zum Download.

IMPRESSUM

gvpraxis

Gemeinschaftsgastronomie – eine starke Branche. Ein Special von gvpraxis für die Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA Bundesverband, Berlin.

Redaktion: Claudia Zilz

Autoren: Christian Funk, Andrea Möller, Burkart Schmid, Kerstin Schulte, Claudia Zilz

Grafik: Britta Stephan

Lektorat: Martina Reif

Chefredaktion: Boris Tomic (Leitung | V.i.S.d.P.), boris.tomic@dfv.de, Claudia Zilz, claudia.zilz@dfv.de

Verlag: Deutscher Fachverlag GmbH Mainzer Landstraße 251 60326 Frankfurt am Main

Kontakt: Telefon 069 7595-1519, www.gvpraxis.de

Titelbild: © adobe.stock.com/Me studio

So wichtig wie nie zuvor ...

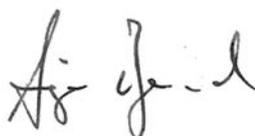
Die Gemeinschaftsgastronomie spielt eine Schlüsselrolle bei der Erhaltung und Förderung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Bevölkerung in Deutschland. Sie bietet Menschen aus allen Nationen dieser Welt attraktive Ausbildungs- und Arbeitsplätze sowie vielfältige Karrierechancen. Sie ist Vorreiter beim Thema Nachhaltigkeit und in vielen Einrichtungen und Betrieben der Ort, wo sich Menschen treffen, gemeinsam essen und austauschen – ja, Gemeinschaft Tag für Tag leben. Die Dimensionen der Gemeinschaftsgastronomie sind gewaltig: Rund 17 Millionen große und kleine Gäste profitieren vom gemeinschaftlichen Essen in Kita und Schule, Krankenhaus und Senioreneinrichtung sowie Mensa und Betriebsrestaurant. Dahinter stehen viele Hände und Köpfe, die tagtäglich für ein attraktives, genussvolles Essen sorgen – und das alles zu erschwinglichen Preisen. Niemand soll mit leerem Teller dastehen – so der soziale Auftrag. Die Leistungen der Gemeinschaftsgastronomie für unsere Gesellschaft sind enorm. Doch so groß die Branche, so klein oft das Wissen über diesen spannenden Markt mit all seinen Herausforderungen und Chancen.

Mit diesem Special „Gemeinschaftsgastronomie – eine starke Branche“ wollen Vorstand und Mitglieder der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA Bundesverband die vielfältigen Facetten und die Leistungsstärke der Branche beleuchten und künftige Perspektiven aufzeigen. Neben der Care- und Education-Verpflegung ist die Betriebsgastronomie eine zentrale Säule dieses Marktes. Die Corona-Pandemie war zweifelsohne eine Zäsur für viele Betriebsgastronomen, denn mit den neuen Arbeitswelten hat sich vieles verändert – teils radikal. Neue Angebote und Geschäftsmodelle sind gefragt.

In Zusammenarbeit mit der Redaktion des Wirtschaftsfachmagazins *gvpraxis* haben wir Experten beauftragt, sich mit diesem spannenden Markt zu befassen. Damit verstehen wir uns als Impulsgeber für alle, die sich mit moderner Gemeinschaftsgastronomie beschäftigen und mehr über diesen innovativen Markt erfahren möchten. Es gibt auf den nächsten Seiten viel Wissenswertes zu entdecken. Gleichzeitig erzählen Menschen, welche Wege sie in die Branche geführt haben – und was sie an ihr schätzen. Wir wünschen Ihnen viel Spaß und zahlreiche Anregungen bei der fachlichen Lektüre.



Sascha Witt | Vorsitzender
DEHOGA Fachabteilung
Gemeinschaftsgastronomie



Jürgen Benad | Geschäftsführer
DEHOGA Bundesverband



Sascha Witt

© WWW.MUELLERSARAN.DE



Jürgen Benad

© DEHOGA

„Die Gemeinschaftsgastronomie begleitet Menschen durch das ganze Leben – von der Kita bis ins hohe Alter.“



**Höchst
systemrelevant!**

Ohne sie blieben die Teller leer – ob in Kita, Kantine oder Senioreneinrichtung: Die Gemeinschaftsgastronomie bewirbt täglich Millionen Menschen. Was sie prägt und kennzeichnet und warum sie eine Schlüsselrolle in unserer Gesellschaft spielt.

D

Die gesellschaftliche Bedeutung der Gemeinschaftsgastronomie wird häufig unterschätzt. Sie ist schon jetzt Vorreiter und Treiber der Ernährungswende und der politische Schlüssel für Ernährungsbildung, mehr Gesundheit, Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit und Gemeinschaftsgefühl. Mit dem demografischen Wandel wächst der Stellenwert dieses großen für die Gesellschaft hoch relevanten Marktes. Er ist vom Kindergarten bis ins hohe Alter allgegenwärtig und systemrelevant – und fristet dennoch häufig ein Schattendasein. Zu Unrecht.

Rund 17 Millionen Menschen essen in Deutschland täglich in Einrichtungen der professionellen Gemeinschaftsgastronomie. Zum Markt zählen bundesweit allein rund 15.000 Pflegeheime, 1.900 Krankenhäuser und über 1.000 Reha-Einrichtungen. Hinzukommen 19.000 Ganztagschulen und 57.000 Betreuungseinrichtungen für Kinder. Zudem laden über 900 Mensen und Cafeterien der 57 Studierendenwerke und über 8.000 Betriebsrestaurants in kleinen und großen Unternehmen zum Essen ein. Gigantische Zahlen, die für ein jährliches Marktvolumen von geschätzten 17 Milliarden Euro stehen. Die Gemeinschaftsgastronomie ist nicht nur ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, sondern auch ein wichtiger Arbeitgeber für viele Menschen hierzulande.



Ein Ort für Austausch: das Betriebsrestaurant.

© ADOBE STOCK.COM/IDILE

Branchenprimus. Über 90 Prozent der Chefinnen und Chefs in Kantinen und Mensen sehen sich heute in der Verantwortung für eine nachhaltige, gesunde Ernährung, so das Ergebnis der Nestlé Studie Deutschland „So nachhaltig is(s)t Kantine und Mensa“. Jede Küchenchefin und jeder Küchenchef für sich und alle gemeinsam engagieren sich tagtäglich für ein hochwertiges, gesundes und nach Möglichkeit nachhaltiges Essen zu bezahlbaren Preisen. Denn das Wohl der kleinen und großen Gäste ist ihnen wichtig. Aber: Das alles gibt es nicht zum Nulltarif. Mehr Nachhaltigkeit heißt auch eine höhere Qualität, wie beispielsweise mehr Tierwohl oder Bio-Produkte auf dem Teller. Zu einer nachhaltigen Gemeinschaftsgastronomie zählt ebenso eine faire Entlohnung von Produzenten, Lieferanten und Gastronomiebeschäftigten. Leider sind immer weniger Menschen finanziell in der Lage, den notwendigen Verkaufspreis dafür zu bezahlen.

Grundsätzlich ist die Gemeinschaftsgastronomie in großen Teilen nicht profitorientiert ausgerichtet. Unternehmerisches Denken und Handeln sind dennoch obligatorisch, ist der Kostendruck doch hoch und der Wettbewerb zu externen Dienstleistern mit wenigen Ausnahmen intensiv.

Vielfach starres Kostenkorsett. In jeder Einrichtung und jeder Großküche spielen der Preis- und Kostenrahmen eine wichtige Rolle. Die Diskussion über Art und Umfang der Bezuschussung begleitet Verantwortliche während ihrer gesamten Berufszeit und unterstreicht den sozialen Anspruch der Dienstleistung. Nur gut 6 Euro stehen beispielsweise Heimköchen pro Tag an Wareneinsatz für jeden Bewohner zur Verfügung – für Frühstück, Mittag- und Abendessen inklusive Kaffee und Snack zwischendurch. Mehr nicht.

„Ob Kantine oder Mensa – viele Großküchen sind Vorreiter und Vorbild für eine gesunde und nachhaltige Ernährung.“

Der Markt in Zahlen

Wussten Sie's? Ausgewählte Fakten zur Gemeinschaftsgastronomie.

17 Mio.

Menschen essen bundesweit täglich in Kita, (Hoch-)Schule, Betriebsrestaurant, Krankenhaus oder Heim.

(Quelle: gvpraxis)

6,37 €

stehen einem Heimkoch pro Tag und Bewohner als Wareneinsatz für Frühstück, Mittagessen und Abendbrot inklusive Snacks zwischendurch zur Verfügung. In einem Krankenhaus liegt der Wareneinsatz pro Patient und Tag etwas höher bei 6,64 Euro.

(Quelle: gvpraxis)

9,5 Mio.

Berufstätige nutzen im Unternehmen das firmeneigene Betriebsrestaurant. Die Zahl aller Erwerbstätigen in Deutschland liegt insgesamt bei knapp 46 Millionen.

(Quelle: gvpraxis und Statistisches Bundesamt, 2023)

3,80 €

zahlt der Gast in der Kantine im Schnitt für sein Essen. In der Schulmensa liegt der Durchschnittspreis mittlerweile bei rund 5 Euro.

(Quelle: gvpraxis, VDSKC)

910

Mensen, Bistros und Cafeterien betreiben die bundesweit 57 Studierendenwerke. Der Umsatz pro Student liegt bei gut 117 Euro im Semester.

(Quelle: Deutsches Studierendenwerk)

2 €

beträgt der Wareneinsatz im Schnitt für ein Schüleressen in der Mensa.

(Quelle: VDSKC)

16,8 Mrd. €

beträgt das Gesamtmarktvolumen der Gemeinschaftsgastronomie in Deutschland. Der Löwenanteil davon entfällt mit 11,4 Mrd. Euro auf die Betriebsgastronomie.

(Quelle: gvpraxis)

60 %

der Krankenhausküchen produzieren nicht nur für sich selbst, sondern beliefern auch andere Einrichtungen wie Kitas und Senioreneinrichtungen.

(Quelle: 6. Care-Studie | K&P Consulting/DKI)

67.000

Mitarbeitende haben die in den gvpraxis-Rankings erfassten 30 Eigenregie- und 33 Contract-Catering-Betriebe in Deutschland.

(Quelle: gvpraxis)

Lange Wunschliste. Gleichermaßen komplex ist die Mitsprache-Struktur. Im Zweifel redet jeder mit, weil beim Thema Essen und Trinken sich jeder auszukennen glaubt. Dabei steigen die Ansprüche stetig: Die Politik etwa fordert bundesweit die verbindliche Einführung und Einhaltung der Qualitätsstandards der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) – auch wenn diese immer noch viel zu wenig auf die Praxis der Betriebe zugeschnitten sind und sich in der Realität häufig nicht in der gewünschten Form umsetzen lassen, weil zu unflexibel. So der Tenor vieler Küchenchefs. Sie wünschen sich von den politischen Entscheidungsträgern praktikable Lösungen statt starrer Vorgaben – und Mitsprache und Gehör bei den für sie relevanten Themen.

Ebenso lang ist die Wunschliste der Gäste, die von vegan über laktosefrei bis Bio reicht. Für viele Gemeinschaftsgastronomen aufgrund des Kostenrahmens ein täglicher Spagat zwischen Wunsch und Wirklichkeit. Dennoch ist die Branche Vorreiter beim Angebot gesunder, nachhaltiger und pflanzenbasierter Speisen. Warum? Weil viele Gemeinschaftsgastronomen sich längst selbst auf den Weg gemacht haben, um ihren kleinen und großen Gästen trotz schmalen Budgets ein hochwertiges Essen zu servieren, sie es als ihren sozialen, ja, gesellschaftlichen Auftrag ansehen.

Intensive Gastbindung. In keiner anderen Disziplin innerhalb des Gastgewerbes ist die Bindung zum Gast höher. In Heimen, wie etwa psychiatrischen Einrichtungen, kann sie ein ganzes Leben dauern, in Justizvollzugsanstalten Jahrzehnte, in Unternehmen mitunter ein Berufsleben lang, in Akut-Krankenhäusern rechnen wir dagegen in Tagen. Daraus resultiert eine hohe Verantwortung für den Gast und ein umfassender Anspruch an Vielfalt und Qualität der Speisen und Getränke. Die Organisation der Verpflegung von täglich hundert oder mehreren tausend Gästen bedarf einer hohen Professionalisierung der Betriebsabläufe – vom Einkauf und der Wahl der Lieferanten bis zur Entsorgung und Hygienekontrolle. Ein kurzer Blick auf die verschiedenen Spielfelder der Gemeinschaftsgastronomie zeigt, wie stark die Einrichtungen und Betriebe teils unter Druck stehen, aber auch, was sie täglich für die Gesellschaft leisten. Ohne sie – so viel steht fest – blieben viele Teller in Schulen, Mensen, Kliniken und Betriebsrestaurants leer. Was die drei Teilmärkte Business, Care und Education kennzeichnet:

Business. Mit einem Umsatzanteil von rund 11,4 Mrd. Euro am Markt der Gemeinschaftsgastronomie steht die Betriebsgastronomie ganz oben in der Umsatzrangliste. Die Corona-Pandemie und eine daraus resultierende Homeoffice-Quote von dauerhaft 25 Prozent machen den Betreibern jedoch zu schaffen. Vor allem montags und freitags fehlen die Gäste – mit fatalen Folgen auf die Umsatz- und Kostenstruktur. Derzeit haben rund 8.000 Unternehmen eine Betriebsgastronomie. Rund 9,5 Millionen Menschen pilgern täglich in die Kantinen ihrer Firmen.

Care. Wir haben in Deutschland nur noch knapp 1.900 Krankenhäuser und 1.089 Reha-Einrichtungen – Tendenz weiter fallend. Im Schnitt verweilt jeder Patient 7,2 Tagen in der Klinik. Signifikant für den Teilmarkt ist die dauerhaft angespannte Kostensituation im Gesundheitswesen. Sie war und ist wichtiger Treiber für eine Zentralisierung der Küchen auf Basis moderner Produktionsverfahren wie

Cook & Chill und Cook & Freeze. Der aktuelle Wareneinsatzwert pro Patient und Tag liegt bei 6,64 Euro.

Ähnlich angespannt ist die Situation im **Seniorenmarkt:** Der Kostendruck dominiert auch hier das Tagesgeschäft. Derzeit werden 16 Prozent der rund 5 Millionen Pflegebedürftigen in Deutschland vollstationär in 11.680 Pflegeeinrichtungen betreut. Die Zielgruppe stellt Verantwortliche vor vielfältige Herausforderungen, denn der Anteil der besonderen Kostformen für Kranke, Pflegebedürftige oder Menschen am Lebensende nimmt stetig zu.

Education. Mit über 19.000 Ganztagschulen, 3,75 Millionen Schülern und rund 1,7 Mrd. Euro Umsatz ist dieses Feld der Gemeinschaftsgastronomie in den vergangenen Jahren deutlich gewachsen. Allerdings bleibt das Schulgeschäft sehr anspruchsvoll und kostensensibel. Die Schulverpfleger warten seit Jahren vergebens auf eine Mehrwertsteuerbefreiung und/oder eine flächendeckende Subventionierung. Mit dem Recht auf Ganztagsbetreuung in bundesweit allen Grundschulen ab 2026 gewinnt die Schülerverpflegung weiter an Relevanz.

Die während der Corona-Zeit forcierte Online-Lehre setzt den 910 Mensen und Cafeterien der 57 deutschen Studierendenwerke weiterhin zu. Gästezahlen und Umsätze sind geschmolzen. Aktuell liegen die Umsätze der **Hochschulgastronomie** wieder bei 390 Mio. Euro – haben das Vor-Corona-Niveau allerdings noch nicht wieder erreicht. Vor allem an kleineren Standorten wurden Mensen geschlossen, wo die Online-Lehre besonders zu Buche schlägt.

Rahmenbedingungen wichtig. Die Corona-Pandemie war eine Zäsur für viele Gemeinschaftsgastronomen – an Relevanz für die Gesellschaft hat die Branche jedoch deutlich gewonnen: Sie spielt eine Schlüsselrolle bei der Erhaltung und Förderung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Bevölkerung in Deutschland. Sie gilt als Vorreiter und Vorbild für eine gesunde und nachhaltige Ernährung. Es liegt an der Politik, diese systemrelevante Funktion der Gemeinschaftsgastronomie mit vernünftigen Rahmenbedingungen zu stärken und auszubauen.

CLAUDIA ZILZ

Gemeinschaftsgastronomie: täglicher Treffpunkt für viele Menschen.



© STOCK.ADOBEE.COM/NEROFLY

So viele reden mit ...

Während der Gastronom im Restaurant immer selbst entscheidet, was er seinen Gästen serviert, sind alle Betriebe der Gemeinschaftsgastronomie von einem Auftraggeber

abhängig, der die Leitplanken für die Verpflegung vorgibt. Doch das sind längst nicht alle, die mitentscheiden, was am Ende in Schule, Klinik oder Kantine auf die Teller kommt.

1

BETRIEBS- GASTRONOMIE (BUSINESS)

Wichtig zu wissen: Das Unternehmen entscheidet über Regieform, Konzept und Subventionshöhe der Betriebsgastronomie. Basis ist in der Regel eine Betriebsvereinbarung. Einige Firmen betreiben ihre Gastronomie selbst, andere beauftragen einen externen Caterer.

Wer mitredet: Vertreter von Personalabteilung, Einkauf, Betriebsrat, Gewerkschaft, Betriebsmedizin, Kantinenausschuss, Facility Management oder auch externe Berater

Achtung! Sonderrolle Betriebsrat: Er hat Mitbestimmungsrecht in betrieblichen „Sozialeinrichtungen“ und entscheidet mit über Betreiber, Öffnungszeiten, Essenspreise sowie Speisen- und Getränkeangebot. In größeren Unternehmen gründet der Betriebsrat zum regelmäßigen Austausch einen Kantinenausschuss.

Besonderheit: Für Kantinen bei Dienststellen des Bundes gibt es eigene Richtlinien.

2

KRANKENHAUS (HEALTH CARE)

Wichtig zu wissen: Träger bzw. Verwaltungs- oder Klinikleitung entscheiden frei über Regieform und Konzept der Patientenversorgung. Einige Träger bzw. Häuser betreiben ihre Gastronomie selbst, andere beauftragen einen externen Caterer.

Wer mitredet: Träger, Verwaltungsleitung, Pflege, Diätetik, Personalrat, Hauswirtschaft, Patientenfürsprecher und Ernährungsmedizin sowie ggf. ein Medical Board (Chefärzte, Ernährungsmediziner, Pflege, Hauswirtschaft)



3

SENIORENHEIM (ELDER CARE)

Wichtig zu wissen: Die Träger entscheiden frei über die Versorgung der Bewohner. Die Verpflegungskosten werden wie der Pflegesatz mit den Kostenträgern, also den Pflegekassen und den Sozialhilfeträgern, verhandelt und in einer Pflegesatzvereinbarung festgehalten.

Wer mitredet: Vertreter von z.B. Verwaltungs-/Heimleitung, Hauswirtschaft und Pflege

Achtung! Sonderrolle Heimbeirat: Laut Heimgesetz ist der Heimbeirat das zentrale Mitwirkungs-gremium und die Interessenvertretung für die Bewohner im Heim. Dazu gehört auch ein Mitwirkungsrecht bei Entscheidungen zur Verpflegung. Dies betrifft u.a. die Essenszeiten oder das Berücksichtigen regionaler oder saisonaler Vorlieben im Speiseplan.

4

SCHULE (EDUCATION)

Wichtig zu wissen: Schulessen ist in Deutschland Ländersache. Das heißt: Es gibt keine einheitlichen Regeln für das Essen, alle 16 Bundesländer entscheiden für sich. In der Regel hat jede Kommune ein eigenes Konzept. In fünf Bundesländern (Berlin, Bremen, Hamburg, Saarland, Thüringen) ist die Umsetzung der DGE-Qualitätsstandards für Schulen verpflichtend. Auf Beschluss der Kultusministerkonferenz müssen alle Ganztagschulen ein Mittagessen anbieten.

Auftraggeber: Sachaufwands- bzw. Schulträger. Sie entscheiden über Regieform, Konzept und Umfang der Verpflegung. Einige Schulen betreiben ihre Mensa selbst über einen Mensaverein. In der Regel sind jedoch externe Caterer damit beauftragt. Schulen in privater Trägerschaft können die Aufträge – statt üblicher öffentlicher Ausschreibung – frei vergeben.

Wer mitredet: Vertreter von Trägern wie Stadt oder Landkreis, Schulleitung, Eltern, Lehrer, Betreuer und Kinder, Essensgremien oder Mensa-AGs.

5

HOCHSCHULEN (EDUCATION)

Wichtig zu wissen: Eine Mensa ist ein hochschulgastronomischer Betrieb, der Studierenden die Möglichkeit eines kostengünstigen Essens bieten soll. Das Mensa-Essen ist deshalb von der Mehrwertsteuer befreit. Für das Thema Bildung sind in Deutschland die 16 Bundesländer verantwortlich und damit gibt es unterschiedliche Hochschulgesetze.

Auftraggeber: Verantwortlich für die Organisation und das Management der 910 hochschulgastronomischen Einrichtungen sind die jeweiligen Fachabteilungen der 57 Studierendenwerke. Die Studierendenwerke definieren das Konzept in der Regel in Absprache mit den Studierenden. Vereinzelt stimmen je nach Bundesland auch Verwaltungsräte mit.

Wer mitredet: evtl. Mensaausschuss mit Vertreter der Studierenden

„Wir wollen gehört werden“

Seit der Corona-Pandemie ist nichts mehr, wie es war. Sascha Witt und Ralf Kroschel über die neue Rolle der Branche, mobile Arbeitswelten und warum Revolverhelden passé sind. Als Vorsitzende der DEHOGA Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie engagieren sich beide für eine größere Wertschätzung der Branche.

Vorsitzende der DEHOGA Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie: Sascha Witt (l.), Bayer Gastronomie, und sein Stellvertreter Ralf Kroschel, Volkswagen.

H

Herr Witt, Herr Kroschel, warum halten Sie die Gemeinschaftsgastronomie für systemrelevant?

Sascha Witt: Die Gemeinschaftsgastronomie begleitet Menschen durch das ganze Leben: von der Kita über das Berufsleben bis ins hohe Alter. Wir sprechen von 17 Millionen potenziellen Gästen, die die Gemeinschaftsgastronomie täglich versorgt. Dabei wird es immer wichtiger, nicht mehr nur der klassische Verpfleger zu sein, sondern Menschen zu verbinden und Gemeinschaftsgefühl zu erzeugen. Gleichzeitig übernehmen wir heute eine große Verantwortung für eine gesunde, bewusste sowie nachhaltige

© THOMAS FEDIRA

„Wir sind heute ein gesellschaftlicher Treffpunkt, ein sozialer Brennpunkt – aller Generationen und Kulturen.“

Ernährung – und sind in unserem Handeln nicht mehr nur allein kostengetrieben.

Ralf Kroschel: Richtig, wir sind heute ein gesellschaftlicher Treffpunkt, ein sozialer Brennpunkt – aller Generationen und Kulturen. Insofern ist die Gemeinschaftsgastronomie ein wichtiger Kommunikationspunkt der Gesellschaft – und in jeder Hinsicht systemrelevant.

Warum war die Corona-Krise so eine Zäsur für die Branche? Witt: New Work in seiner heutigen Ausprägung mit einem hohen Anteil an mobiler Arbeit war vor Corona in diesem Umfang undenkbar. In den Konzern gab es vielfach keine große Vertrauenskultur. Nun stehen riesige Bürogebäude teilweise leer, weil alle zu Hause arbeiten. Für uns als Gemeinschaftsgastronomen ist das Geschäft nun wesentlich schwerer zu planen.

Weil die Gäste nicht mehr wie gewohnt kommen ... Witt: Je nach Betrieb und Standort fehlen uns heute bis zu 40 Prozent der Gäste. Vorzugsweise an Brückentagen sowie freitags und montags bleiben die Leute lieber zu Hause. Ich hätte nie gedacht, dass dies zum Dauerzustand wird. Aber Homeoffice ist gekommen, um zu bleiben.

Kroschel: Das wirtschaftliche Konstrukt ist für uns dadurch deutlich unschärfer und angespannter geworden, weil sich über die „Menge“ kein wirtschaftlicher Puffer mehr erzeugen lässt. Das macht die Gestaltung des Speisenangebots viel komplizierter. Eigentlich könnten wir montags und freitags schließen. Das geht allerdings nicht, weil wir als Gemeinschaftsgastronomen eine soziale Verpflichtung haben.

Was heißt das für Sie in der Konsequenz? Kroschel: Wir müssen heutzutage ein gutes Marketing betreiben, um einen deutlich höheren Durchschnittsböhen pro Gast zu erzielen – beispielsweise über Aktionen und hochwertige Speisen. Hier können wir locker mit der herkömmlichen Gastronomie in Konkurrenz treten. Denn wir sind mit unserer Gastronomie teils immer noch doppelt so günstig wie draußen – und genauso gut. Dort erhält niemand eine hochwertige Rinder-Roulade mit Rotkohl und Knödel für 10 Euro.

Wie hat sich generell die Rolle der Gemeinschaftsgastronomie verändert? Witt: Wir werden nicht mehr nur als kritischer Kostenfaktor gesehen, sondern als Meeting-Point, wo die Menschen die schönsten Arbeitsstunden des Tages verbringen. Diese Wahrnehmung müssen wir unbedingt weiterspielen, um wieder mehr Menschen ins Unternehmen zu locken.

Wie machen Sie das? Witt: Die Teams kommen mittlerweile mehr aus Gründen des Socializings zusammen als für die Arbeit selbst. Wir bieten deshalb zusätzliche Formate außerhalb der Arbeitszeiten an: Get-togethers, um sich auszutauschen, auch über das Berufliche hinaus. Wir machen Weihnachtsmärkte und Sommerfeste. Die Menschen brauchen ihre Netzwerke. Am Ende des Tages sind wir soziale Wesen.

Wie hat sich Ihre Rolle als Manager in der Gemeinschaftsgastronomie verändert? Witt: Heute bist du viel mehr Teamplayer und Coach, du musst das Potenzial deines Unternehmens erkennen, die richtigen Leute finden, ihnen Entscheidungsfreiheiten geben, denn du kannst nicht mehr alles „Top-Down“ selbst entscheiden. Das ging früher einmal mit einfachen Standards und überschaubaren Prozessen. Heute ist Vertrauenskultur wichtig. Du musst Kolleginnen und Kollegen haben, die du machen lässt. Wir sind heute mehr als Gastronomen unterwegs und müssen uns den Markttrends annehmen, sie mit beeinflussen und Wellen mitreiten. Wer sich nicht verändert, der wird verändert.

Kroschel: Ja, der Manager von heute ist kein Revolverheld mehr. Du musst offen sein und auf dein Team schauen: Was bringen die Mitarbeitenden für Ideen mit? Was sind die aktuellen Food-Trends? Du musst als Manager regelmäßig deine Blase verlassen. Du musst viel mehr Energie reinstecken in die Weiterentwicklung von Menschen. Am Ende des Tages ist das gut investierte Zeit, aber wir wissen alle, dass die Zeit auch sehr begrenzt ist.

Spüren Sie mehr Wertschätzung für Ihre tägliche Arbeit, auch seitens der Politik? Witt: Ich sehe schon, dass wir mehr zu einem Sprachrohr der Politik gegenüber geworden sind. Wir treten mehr in den Dialog miteinander, sprechen über kostenfreies Schul-

essen oder über eine Mehrwertsteuerfreie Verpflegung.

Kroschel: Noch ist das ein zartes Pflänzchen ohne richtige Durchschlagskraft. Die politischen Einflüsse der vergangenen Zeit haben leider die Menschen verunsichert, vor allem durch die immensen Kostensteigerungen. Dies wirkt sich deutlich auf die Einstellung des Gastes aus: Er möchte sparen, wo es geht.

Was muss passieren, damit das zarte Pflänzchen stark wird? Witt: Die Wertschätzung unserer Dienstleistung hängt stark davon ab, wie Menschen an die Gemeinschaftsgastronomie herangeführt werden. Das Bewusstsein für gesunde, nachhaltige Ernährung fängt schon bei der klassischen Erziehung an. Ich sehe das bei meinen Kindern, die können in fünf Sprachen ein Gedicht analysieren und sind nicht in der Lage, mir zu sagen, wie ich eine Kartoffel koche. Wir haben eine völlige Über-Akademisierung. Ernährung muss in der Schule wieder gelehrt werden, spielerisch übers Kochen etwa. Gleichzeitig geht die soziale Schere immer weiter auseinander. Es kann nicht sein, dass nur noch Privilegierte gutes Essen und gute Bildung bekommen, und alle anderen haben Pech gehabt – das zerschneidet die Gesellschaft.

Kroschel: Es gibt Kinder, für die ist das Schulesse die einzige richtige Mahlzeit am Tag. Es ist Aufgabe des Staates, diese Situation zu entschärfen. Und es ist Aufgabe des Staates, dass das Essen in Kita und Schule deutlich vergünstigt oder kostenfrei angeboten wird.

Wofür setzt sich die DEHOGA Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie ein? Witt: Wir sprechen und diskutieren über alle branchenrelevanten Themen, von gesunder Ernährung über Steuern bis hin zu Fördermaßnahmen. Wir wollen gehört werden, denn wir tragen täglich die Last politischer Entscheidungen von EU, Bund und Ländern. Künftig müssen wir eine stärkere Schnittstelle zur Politik werden, um mehr für das Wohl der Gastronomie insgesamt zu erreichen. Die DEHOGA Fachabteilung allein überzeugt die Politik nicht. Hier müssen alle Verbände zusammenhalten. Nur gemeinsam können wir Lösungen finden – und den Mehrwert der Gemeinschaftsgastronomie weiter herausstellen. INTERVIEW:

ELAINE CAPPUS & CLAUDIA ZILZ

Ein cooler Arbeitgeber

Ob vielfältige Ausbildungen, faire Bezahlung oder geregelt Arbeitszeiten – in der Gemeinschafts- gastronomie finden Azubis und Fachkräfte ein Umfeld, das Spaß macht und Zukunfts- perspektiven serviert.

D

„Die Gemeinschaftsgastronomie ist ein wichtiger Baustein des deutschen Arbeitsmarktes“, meint Tobias Engel, Leiter der Hochschulgastronomie beim Studierendenwerk Dortmund mit 16 Bistros und Mensen. „Weil immer mehr Menschen außer Haus essen, besteht auch immer größere Nachfrage nach unseren Angeboten.“ Allerdings könnten die nur bereitgestellt werden, wenn die verschiedenen Player genug Mitarbeitende hätten. Die Personalsorgen in der Branche treiben auch Markus Berdyszak, Geschäftsführer von Panorama Catering, um. Das Unternehmen in Künzelsau betreut momentan 7 Units in der Gemeinschafts- und Schulverpflegung. „Der Personalmangel macht uns aber nicht alleine zu schaffen, sondern betrifft alle Dienstleister.“

Trotzdem handelt es sich bei der Gemeinschaftsgastronomie um eine Branche mit großem Wachstumspotenzial. Zum einen versorgt sie Millionen von Menschen mit abwechslungsreichen Speisen, zum anderen hält sie attraktive Ausbildungs- und Arbeitsplätze bereit. Gerade für Personen, die einen Beruf mit Zukunft suchen, ist sie eine vielversprechende Option. Zumal zwischen mehreren Ausbildungen gewählt werden kann, die etwa von Koch/Köchin über Fachmann/-frau für Systemgastronomie bis hin zum dualen Studium in der Sparte Food Management reichen. Dass sie den Einstieg in bekannte Unternehmen und Institution ermöglichen, ist ein weiterer Pluspunkt.

Genauso wie die Qualität der Ausbildungen: „Meiner Ansicht nach gehören sie zu den besten und vor allem nachhaltigsten“, sagt Jesco Schambach, stellvertretender Bereichsleiter Küche bei KWA Kuratorium Wohnen im Alter mit 16 Standorten. Er arbeitete in mehreren Sternerestaurants, bevor er in die Gemeinschaftsgastronomie wechselte. Die Auszubildenden erwartet ein breites Spektrum an Tätigkeiten. Neben dem klassischen Kantinegeschäft, wo große Mengen produziert werden müssen, stehen auch Sonderveranstaltungen auf dem Programm – darunter Tage der offenen Tür oder Galaabende.

Von der Pike auf lernen. Grundsätzlich ist die Ausbildung praxisnah und vermittelt Fähigkeiten, die weit über die Arbeit in der Küche hinausgehen, wie Berdyszak betont: „Unsere Azubis lernen alles von der Pike auf. Zudem stehen sie täglich an der Speisenausgabe und erhalten direktes Feedback von unseren Gästen“. Dadurch können sie außer ihren fachlichen auch ihre sozialen Kompetenzen entwickeln. Dass es wichtig ist, die Azubis im direkten Kontakt mit den Gästen zu schulen, um ihre Kommunikationsfähigkeiten zu stärken, hebt Schambach ebenfalls hervor. „Ich mache mit ihnen vom ersten Tag an eine Mittagessensrunde, nehme sie mit zu den Gästen und stelle sie vor. Das war auch Teil meiner eigenen Ausbildung.“ Obendrein lernen die Azubis,



„An meinem Job in der Gemeinschaftsgastronomie gefällt mir, dass jeder Tag anders ist. Außerdem kann ich mit meiner Arbeit etwas bewegen. Ich will ein Stück weit Influencer sein.“

Valentin Koch,
Leiter der Wirtschaftsbetriebe
Boehringer Ingelheim

flexibel zu sein, sich auf neue Ernährungstrends einzustellen, mit eingeschränkten Ressourcen umzugehen – und zu verkaufen. Schließlich müssten die Gäste jeden Tag aufs Neue begeistert werden, so Engel.

Diese Skills werden auch bei Boehringer Ingelheim vermittelt. Der Pharmariese mit weltweit über 50.000 Mitarbeitenden betreibt zwei Betriebsrestaurants an seinem Stammsitz und eines in Biberach. Zusammen bringen sie es an Spitzentagen auf fast 8.000 Essen. Trotzdem werden die Azubis weniger als Arbeitskräfte gesehen – sie sollen vielmehr lernen. „Die jungen Leute durchlaufen in unseren Betrieben etliche Stationen. In der Regel ist es so, dass wir die Köche während der ersten beiden Lehrjahre in den großen Restaurants und im dritten Lehrjahr im Fine-Dining-Bereich einsetzen“, erklärt Valentin Koch, Leiter der Wirtschaftsbetriebe von Boehringer Ingelheim. Außerdem könnte in Partnerbetriebe hineingeschnuppert werden. Doch das Unternehmen bildet auch aus, um der (Gemeinschafts-)Gastronomie Fachkräfte zuzuführen. „Daher sagen wir potenziellen Azubis schon im Einstellungsprozess,



„Die Gemeinschaftsgastronomie ist sehr abwechslungsreich. Natürlich schätze ich auch die geregelten Arbeitszeiten, vor allem aber die Abwechslung.“

Markus Berdyszak,
Geschäftsführer Panorama Catering

Attraktiver Ausbilder und Arbeitgeber

- **Top-Ausbilder.** Die Gemeinschaftsgastronomie ist eine starke Branche und bietet jungen Menschen einen Top-Ausbildungsplatz bei namhaften Unternehmen und Institutionen mit vielfältigen Karriereemöglichkeiten.
- **Top-Arbeitsplätze.** Die Gemeinschaftsgastronomie bietet Menschen jeglicher Herkunft Top-Arbeitsplätze mit fairer Bezahlung und geregelten Arbeitszeiten, die eine Vereinbarkeit von Familie und Beruf bestens ermöglichen.
- **Karrierebooster.** Menschen, die in der Gemeinschaftsgastronomie tätig sind, können sich in viele verschiedene Richtungen entwickeln und erhalten von den Unternehmen eine breite Unterstützung bei ihrer Karriereplanung und persönlichen Weiterentwicklung.
- **Integrationsvorreiter.** Die Gemeinschaftsgastronomie ist Vorreiter bei der Integration von Menschen mit Migrationshintergrund. Bundesweit arbeiten Beschäftigte aus zig Nationen in Betriebsrestaurants, Klinik- und Heimküchen, Schul- und Kitaküchen und leisten dort einen wichtigen Beitrag für eine tägliche attraktive, gesunde und nachhaltige Versorgung der Menschen hierzulande. Die Gemeinschaftsgastronomie übernimmt in ihrer Rolle als Integrationshelfer und -begleiter eine große soziale Verantwortung in der Gesellschaft.

dass wir sie nach bestandem Abschluss ein weiteres Jahr beschäftigen, sie dann aber auf den freien Markt müssen, um Erfahrungen zu sammeln.“ Wobei viele wieder zu Boehringer Ingelheim zurückkehren, weil das Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber gilt.

Mehr Planbarkeit. Ein großer Vorteil liegt in den geregelten Arbeitszeiten. Anders als in klassischen Restaurants gehen mit der Gemeinschaftsgastronomie klare Strukturen einher, die es den Beschäftigten ermöglichen, ihren Tag besser zu planen. So findet sich auch genug Zeit für private Verpflichtungen oder Freizeitaktivitäten – ein Aspekt, der in der modernen Arbeitswelt immer mehr an Bedeutung gewinnt. Für Schambach waren die geregelten Arbeitszeiten ein entscheidender Faktor, als er seiner Karriere eine neue Richtung gab und zu KWA wechselte: „Klassische Gastronomie und Familie lassen sich meiner Ansicht nach schlecht vereinbaren. Die Gemeinschaftsgastronomie hingegen bietet die Möglichkeit, kreative Arbeit zu leisten, ohne das Privatleben zu vernachlässigen.“

Einen weiteren wichtigen Punkt stellt die Bezahlung dar, die in vielen Unternehmen tariflich geregelt ist. „Unsere Mitarbeitenden, inklusive meiner Küchenkräfte, werden nach Chemietarif bezahlt“, so Koch von Boehringer Ingelheim. „Dafür müssen wir aber auch etwas tun. Wir reißen keine Tüten auf, sondern kochen frisch.“ Laut Berdyszak bezahlt Panorama Catering sogar übertariflich – und nicht nur das. „Unseren Beschäftigten bieten wir eine Altersvorsorge durch Direktversicherung.“ Zudem können die

3 Fragen an Sandra Warden

Geschäftsführerin DEHOGA Bundesverband zu den Auswirkungen des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes



Rechtsanwältin Sandra Warden ist Arbeitsmarktexpertin.

1 Wie hat sich das reformierte Fachkräfteeinwanderungsgesetz (FEG) bisher auf die Gemeinschaftsgastronomie ausgewirkt? Bislang sehen wir nur wenige Auswirkungen, doch dafür ist es auch noch zu früh. Interessant für die Gastronomie im Allgemeinen sind die kurzzeitige kontingentierte Zuwanderung und die „Erfahrungssäule“ für Menschen mit besonderer berufspraktischer Erfahrung. Beide sind erst im März 2024 in Kraft getreten. Von der Zentralen Auslands- und Fachvermittlung wissen wir, dass es etliche Anträge für die Kontingenzzuwanderung gibt. Bei dieser Erfahrungssäule entfällt die Anerkennung der IHK FOSA, allerdings braucht es immer noch einen staatlich anerkannten ausländischen Abschluss. Das ist insbesondere bei Berufen in der Küche eine Hürde, weil Kochen in vielen Ländern „on the job“ erlernt wird. Auch da, wo es Abschlüsse gibt, benötigen Arbeitskräfte und Unternehmen Zeit für den Nachweis. Was positiv ist: Bei vielen Botschaften hat sich der Zeitaufwand für Visa deutlich verringert. Das ist das Ergebnis einer neuen politischen Priorisierung und ein Lobbyerfolg für uns.

2 Wie können die Unternehmen dazu beitragen, die Prozesse zu beschleunigen? Wer mit Agenturen kooperiert, sollte sorgfältig prüfen, ob es sich um seriöse Partner handelt. Außerdem hilft es, klare Strukturen für den Rekrutierungsprozess zu schaffen. In größeren Unternehmen wie in der Gemeinschaftsgastronomie sind interne Ansprechpartner von großer Bedeutung. Alle, die regelmäßig selbst in Drittstaaten rekrutieren, können das beschleunigte Fachkräfteverfahren nutzen. Das impliziert ein sogenanntes One-Stop-Government, was bedeutet, dass das gesamte Verfahren vom Arbeitgeber über die Ausländerbehörde vor Ort gesteuert wird. Das macht unabhängiger von Wartezeiten an einzelnen Botschaften. Wichtig ist auf jeden Fall, alle nötigen Unterlagen auf einmal einzureichen, da sich der Prozess sonst stark verzögert.

3 Welche Herausforderungen bestehen trotz FEG 2.0 bei der Integration von ausländischen Arbeitskräften? Aufenthaltstitel und Visum sind nur der erste Schritt. Damit von Integration gesprochen werden kann, müssen die Beschäftigten auch sozial „ankommen“. Dabei ist die deutsche Sprache unverzichtbar, doch es gibt zu wenige Lehrer. Eine riesige Herausforderung ist die Wohnungssuche, besonders für Azubis, die sich hier nicht auskennen und wenig Geld haben. Ohne Unterstützung der Arbeitgeber funktioniert das nicht. Hinzu kommen alltägliche Hürden wie Handyvertrag oder Kontoeröffnung. Bewährt haben sich Mentoren oder Paten. Wenn Fachkräfte dauerhaft bleiben sollen, wird auch der Familiennachzug wichtig.

„Alle, die regelmäßig selbst in Drittstaaten rekrutieren, können das beschleunigte Fachkräfteverfahren nutzen.“

Mitarbeitenden oft an unternehmensspezifischen Benefits partizipieren. Beim Ingelheimer Pharmariesen gibt es beispielsweise firmeneigene Bewegungszentren, während Panorama Catering das Job-Bike als Mehrwert bereithält.

Ein besonderes Merkmal der Gemeinschaftsgastronomie sind auch die Weiterbildungsmöglichkeiten, etwa in veganer Küche oder Nachhaltigkeit. „Wer sich zusätzliche Qualifikationen wünscht, dem stehen bei uns Tür und Tor offen“, sagt Engel vom Studierendenwerk Dortmund. Die Branche ist aber auch für ihre vielen Karriereoptionen bekannt. „Wenn man Koch gelernt hat, ist dieser Weg ja nicht zu Ende“, weiß Schambach und hebt die zahlreichen Aufstiegsmöglichkeiten hervor. Er selbst ist ein gutes Beispiel dafür, hat sich vom Koch zum Küchenleiter und dann zum stellvertretenden Bereichsleiter gemauert.

Integrationsförderer. Bei der Integration von Menschen mit Migrationshintergrund spielt die Gemeinschaftsgastronomie ebenfalls eine wichtige Rolle. Viele Betriebe setzen sich aktiv dafür ein, Arbeitskräfte aus unterschiedlichen Kulturen und Nationen in ihre Teams zu holen. Auf die gro-



„In der Gemeinschaftsgastronomie kann ich genauso kreativ sein und genauso effizient ausbilden wie vorher in der klassischen Gastronomie – aber mit deutlich weniger Überstunden.“

Jesco Schambach,
stellvertretender Bereichsleiter Küche, KWA

ße Bedeutung dieser Menschen für seine Branche verweist Berdyszak nachdrücklich: „Wenn wir die Kolleginnen und Kollegen aus dem Ausland nicht hätten, könnten wir den Betrieb morgens manchmal gar nicht aufmachen.“ Auch Koch beschreibt, wie sein Unternehmen bewusst zwei Frauen aus der Ukraine eingestellt hat und diese sich schnell bewähren konnten.

Dennoch stehen Arbeitgeber und -nehmer oft vor rechtlichen und bürokratischen Hürden, die den Integrationsprozess erschweren. So kann es sechs bis acht Monate dauern, bis ein ausländischer Bildungsabschluss anerkannt wird. Schambach wiederum berichtet von einem Mitarbeiter, der schon seit acht Jahren im Unternehmen ist, seine Aufenthaltserlaubnis aber immer wieder verlängern lassen muss. „Das ist nicht nur umständlich, sondern verunsichert die Betroffenen auch.“ Engel hingegen sieht hier Handlungsbedarf: „Die Politik sollte das Thema Sprache stärker als bisher fördern. Sprachbarrieren sind oft das größte Hindernis bei der Integration.“

Obwohl merkliche Hürden bestehen, ist die Gemeinschaftsgastronomie ein wichtiger Integrationshelfer und -begleiter. Das soziale Miteinander und die Wertschätzung von Vielfalt sind zentrale Elemente dieser Branche – und tragen zu deren Wachstum bei. Mancher, der nach der Pandemie schon den Abgang der Gemeinschaftsgastronomie eingeleitet hat, wird nun eines Besseren belehrt. Engel: „Ich glaube, dass unsere Branche eine große Zukunft hat.“

ANDREA MÖLLER



„In meiner Brust schlagen zwei Herzen, weil mir zum einen das Kochen, zum anderen das Betriebswirtschaftliche liegt. In die Gemeinschaftsgastronomie kann ich beides mit einbringen.“

Tobias Engel,
Leiter Hochschulgastronomie,
Studierendenwerk Dortmund

Karrierewege



© BAYER GASTRONOMIE

Stefan Weißenfels (43)
Leitung Zentraleinkauf,
Bayer Gastronomie



© LUFTHANSA GROUP TASTE & MORE

Lida Etezadi-Esfarjani (60)
Betriebsleiterin Crewlounge,
Lufthansa Group Taste & More



© STEFAN WILDHIRT

Michael Kaiser (31)
Teamleiter Gastronomie,
DB Gastronomie

Die Gemeinschaftsgastronomie bietet sehr viele Möglichkeiten – das habe ich früh für mich erkannt. 2002 bewarb ich mich bei der Bayer Gastronomie für eine Ausbildung zum Hotelfachmann. Da die Stelle schon besetzt war, erhielt ich das Angebot, mich zum Fachmann für Systemgastronomie ausbilden zu lassen. Nach vielen Informationen und etwas Bedenkzeit sagte ich zu. 2005 schloss ich meine Ausbildung in der Berufsgruppe als Jahrgangsbester im IHK-Bezirk Köln ab, was mir die Tür zu einem zweijährigen Traineeprogramm bei der Bayer Gastronomie eröffnete. In dieser Zeit lernte ich viele Abteilungen kennen und konnte mich stetig weiterentwickeln. Anschließend übernahm ich meine erste Führungsposition und baute den Konferenzservice im Unternehmen aus. Parallel dazu entschied ich mich für ein berufsbegleitendes BWL-Studium an der Fachhochschule für Ökonomie und Management. Nach erfolgreichem Abschluss wechselte ich 2010 innerhalb der Bayer Gastronomie in den operativen Einkauf. Fünf Jahre später bot sich der nächste Karriereschritt an: Ich wurde Leiter des Zentraleinkaufs. Bis heute verantworte ich ein Team, das sich um Food & Beverage sowie um den Nonfood-Einkauf der Gastronomie kümmert. An unserer Branche schätze ich die Zusammenarbeit mit vielfältigen Menschen, die gemeinsam für unseren Gast das Beste erreichen möchten.“

Wegen der schwierigen politischen Situation für Frauen im Iran entschied ich mich 1987, meine Heimat zu verlassen und in Deutschland einen Neuanfang zu wagen. Die ersten Jahre waren herausfordernd, denn alles war neu für mich: die Sprache, die Kultur, das Arbeitsleben. Während meiner ersten beruflichen Station als Servicekraft bei BlockHouse in Frankfurt gewöhnte ich mich zunächst mehr ein. Doch schnell wurde ich für die interne Managementschule ausgewählt, was den Grundstein für meine über 37 Jahre andauernde Karriere legte. Nachdem ich geheiratet und eine Familie gegründet hatte, wollte ich weiter in der Branche tätig sein, suchte aber nach einer anderen Richtung – die ich in der Betriebsgastronomie fand. 1997 begann ich bei LZ-Catering, heute Lufthansa Group Taste & More, als Assistentin der Betriebsleitung am Standort Kelsterbach. Zwei Jahre später übernahm ich selbst die Verantwortung, und inzwischen bin ich Betriebsleiterin für einen der größten Standorte in Frankfurt mit über 60 Mitarbeitenden. An meinem Job in der Gemeinschaftsgastronomie gefallen mir die Abwechslung, das wertschätzende Miteinander und die Möglichkeit, Prozesse aktiv mitzugestalten. Die Integration in Deutschland war nicht immer leicht, doch durch harte Arbeit und Entschlossenheit habe ich meinen Weg gefunden und bin stolz auf das, was ich erreicht habe.“

Die Gemeinschaftsgastronomie ist eine wichtige Branche, schließlich nutzen täglich Millionen von Menschen unsere Angebote. Zudem können wir Vorreiter in vielen Bereichen sein. Genau das fasziniert mich an meinem Job. Seit November 2023 arbeite ich als Teamleiter Gastronomie bei der Deutschen Bahn. In meine Verantwortung fallen sieben Standorte und rund 80 Beschäftigte. Die Grundlage dafür verschaffte ich mir mit einer Kochausbildung bei der DB Gastronomie (2011 bis 2014). Danach war ich zuerst als Kochspringer in Nordrhein-Westfalen unterwegs, später übernahm ich die Leitung eines Casinos in Hamm. Dort konnte ich Führungserfahrungen sammeln, die mir auf meinem weiteren Karriereweg geholfen haben. Parallel zur Arbeit habe ich mich ständig fortgebildet, etwa zum geprüften Wirtschaftsfachwirt IHK sowie zum Betriebswirt IHK. 2019 wurde ich bei der DB Gastronomie zum Casinocoach befördert und war für die Qualität in 35 Betrieben zuständig. Dieses Wissen nutze ich heute, um das Angebot an meinen Standorten kontinuierlich weiterzuentwickeln. Was ich an meinem Job bei der Bahn besonders schätze, sind die geregelten Arbeitszeiten und die Möglichkeit, zusammen mit meinem Team Veränderungen vorantreiben zu können. Außerdem bietet die Gemeinschaftsgastronomie großartige Karrierechancen, wie ich selbst erfahren durfte.“

Fünf Thesen



© ILLUSTRATIONEN/ADOBE STOCK.COM/RACOSMA

Wo geht die Reise hin? Fünf Thesen zur Zukunft der Gemeinschaftsgastronomie von den Experten der *gvpraxis*.

1

„Die gesellschaftliche
Bedeutung der
Gemeinschafts-
gastronomie steigt.“

Sie ist Vorreiter und Treiber der Ernährungswende. Außerdem politischer Schlüssel für Ernährungsbildung, mehr Gesundheit, Nachhaltigkeit, soziale Chancengleichheit und Teilhabe sowie Gemeinschaftsgefühl. Mit dem demografischen Wandel wächst der Stellenwert des Marktes. Die Gemeinschaftsgastronomie ist für alle Altersstufen wichtig und systemrelevant. Herausragend ist die zunehmende Bedeutung von Betriebsrestaurants als kommunikativer Ankerplatz in Unternehmen. Dabei verliert der reine Kostenblick auf die Gemeinschaftsgastronomie an Bedeutung zugunsten der wiederentdeckten Mehrwerte.

2

„Mehr System-
lösungen ohne
Qualitätsverluste.“

Kostendruck und Personalnot erfordern effiziente Lösungen. Die komplette Prozesskette muss hierbei angeschaut werden: Ist ein Auslagern der Speisenerstellung sinnvoll oder eine thermisch entkoppelte Produktion in der Zentralküche besser? Welchen Beitrag können intelligente Küchenlösungen über Zulieferer, Convenience und/oder Zentralproduktion leisten? Ziel sind mehr variable, weniger fixe Kosten. Zentralisierung und Systemdenken sind heute nicht mehr nur im Care-Markt ein großes Thema, sondern bewegen die Gemeinschaftsgastronomie insgesamt – auch aufgrund der immer komplexeren Ansprüche bei weniger Personaleinsatz. Zulieferer bieten künftig verstärkt intelligente, maßgeschneiderte und individualisierte Küchenlösungen – bei größtmöglicher Flexibilität.



3

„New Work ist das neue Normal.“

Vielgestaltige Arbeitsmodelle erfordern flexible Versorgungslösungen. Betriebliche Gastronomie avanciert zum wichtigsten Marktplatz für Socializing, ist strategisch wertvoll für Employer Branding, ja, gehört zur Unternehmenskultur. Die Grenzen zwischen Privat und Beruf verschwimmen immer mehr im Alltag. Der Wunsch nach Selbstbestimmung und Flexibilität verändert die Art, wie wir arbeiten und wo wir arbeiten. New Work ist aktuell der größte Impulsgeber für neue Ideen und Konzepte in der Betriebsgastronomie. Dabei immer im Fokus: die Customer Experience rund um den hybriden Arbeitsplatz mit vielseitigen Ernährungskonzepten, neuen Services und zeitsparenden Digitalisierungstools.

4

„Die planetare Gesundheit wird die Messlatte für innovative Angebote.“

Lebensmittel sind ein starker Hebel, um Gesundheit und Nachhaltigkeit zu optimieren. Das Menü der Zukunft orientiert sich an der „Planetary Health Diet“, also mehr Pflanzliches, weniger Tierisches. Die Maßgabe lautet: Gut für dich und gut für den Planeten. Dabei gilt: „Weniger ist das neue Mehr.“ Ob drei statt fünf Menülinien oder eine generelle Sortimentsreduzierung – beides bringt weniger Foodwaste und mehr Qualität auf den Teller. Gleichzeitig gilt: regional statt global. Faire Partnerschaften auf Augenhöhe entlang der Wertschöpfungskette vom Acker bis zum Teller sind wichtig. Der Gast fordert Informationen zu Herkunft und Zubereitung ein. Unsere Wahrnehmung wird neu definiert. Früher war „weniger“ mit Mangel und Verzicht verbunden, heute kann „weniger“ im Sinne der Planetary Health Diet mehr Wert, mehr Wertschätzung und mehr Wertschöpfung bedeuten.

5

„Digitalisierung, KI und Robotik revolutionieren den Arbeitsalltag.“

Sie sind die allgegenwärtigen Tools der Veränderung unseres Lebens. Dies gilt auch für den kompletten Betrieb der Gemeinschaftsgastronomie – vom Lieferpartner bis zum Gastkontakt. Ergebnisse sind mehr Komfort auf Gastseite und mehr Effizienz im Wertschöpfungsprozess. Denn bei Standardprozessen aller Art dienen Digitalisierung und Robotik der Effizienzsteigerung – und sie verringern Personalaufwand und -kosten. Die künstliche Intelligenz verspricht Fortschritte in einer neuen Dimension. Doch gleich ob Digitalisierung, KI oder Robotik – deren Einsatz führt zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor der Branche. Wer hier als Betrieb nicht investiert, verliert mittelfristig den Anschluss. Aber: Wir sind und bleiben ein People-Business.

Vom Speisesaal zum pulsierenden Unternehmensherz

Je mehr sich die Arbeitswelt wandelt, desto größer ist der Veränderungsdruck auf die Betriebsgastronomie. Daraus erwachsen große Aufgaben – aber auch große Chancen.



Alle zurück ins Büro und mittags in die Kantine? Wer darauf noch immer hofft, wird wohl enttäuscht werden. Laut Konjunkturumfrage des ifo Instituts Mitte 2024 ist es in knapp 80 Prozent der Unternehmen grundsätzlich möglich, vom Schreibtisch daheim zu arbeiten. Drei von vier Unternehmen, die Homeoffice erlauben, wollen daran festhalten. Lediglich 12 Prozent der 9.000 Befragten planen strengere Vorgaben. Und gerade mal 4 Prozent erwägen, mobiles Arbeiten wieder abzuschaffen. Dagegen wollen 11 Prozent die Regelungen sogar weiter flexibilisieren. „Homeoffice ist und bleibt in Deutschland fest verankert“, schlussfolgert ifo-Forscher Jean-Victor Alipour. „Die Uhren drehen sich nicht zurück auf 2019.“

Tiefgreifende Veränderungen. Darauf muss sich auch die Betriebsgastronomie einstellen. Bleiben Gäste dauerhaft weg, müssen neue Lösungen her. Zumal angesichts spürbar gesteigener Kosten, ob für Energie, Technik oder Lebensmittel. „Die Pandemie hat bei uns einen tiefgreifenden Veränderungsprozess angestoßen“, berichtet Heico Beumer, seit 2016 Leiter der DB Gastronomie. Vorher sei mobiles Arbeiten grundsätzlich kein Thema im Unternehmen gewesen. Zwar ziehe es inzwischen wieder viele Mitarbeiter regelmäßig ins Büro, allerdings sei die Nachfrage am Montag weiterhin schwach, freitags noch schwächer. „Gleichzeitig sind die Erwartungen der Gäste an das kulinarische Angebot deutlich gestiegen.“ Gesünder, regionaler, saisonaler und möglichst in Bio-Qualität soll das Essen in den DB Casinos bitte schön sein. Inzwischen haben rund 30 der 85 Standorte ein

Job&Fit-Zertifikat inklusive Nachhaltigkeitszertifizierung. Vegetarisches und Veganes werde übrigens genauso eingefordert wie zunehmend allergenfreie Optionen, so Heico Beumer. Entsprechend habe man das Angebot neu ausgerichtet, die Rezeptdatenbank überarbeitet. Regionalspezifische Vorlieben finden weiterhin Berücksichtigung. Die zentrale Produktentwicklung erarbeitet Empfehlungen und stellt sie den Casino-Standorten zur Verfügung. Wie die Gerichte dann tatsächlich auf den Tisch kommen, bleibt weitestgehend den autarken Leitungen überlassen.

„Natürlich verändert auch die sprunghafte Technologieentwicklung die Betriebsgastronomie“, so der gastronomische Leiter. Öffnungszeiten und Auslastungsspitzen einsehen, Speisepläne aufrufen, nach Inhaltsstoffen und Speisemerkmalen filtern und Gerichte nach dem Essen bewerten: Die selbst entwickelte Casino-App macht für die DB-Gäste vieles komfortabler. Damit Mitarbeitende auch ohne täglichen Besuch im Casino in den Genuss von Gerichten aus dem Betriebsrestaurant kommen können, gibt es jetzt Casino-2-go. Die in Mehrwegbehältnissen angebotenen Speisen, allesamt adaptierte Casino-Besteller von veganer Pasta bis Gulasch, müssen nur noch erwärmt werden, ob im Büro oder zu Hause.

Um zu verhindern, dass die Kosten trotz gesunkener Frequenz aus dem Ruder laufen, hat man an einigen Standorten die Servicezeiten angepasst. Sie beginnen nun nicht vor 7.30 Uhr und enden kurz nach dem Mittagessen statt um 16 oder 17 Uhr. Vor allem nachmittags sei die Nachfrage in den Casinos stark zurückgegangen. Stattdessen habe sie sich auf die Büroetagen verlagert. „Dort sind Kaffeemaschinen, Wasserspender und Obstkörbe so gefragt wie nie.“ Parallel haben an zahlreichen DB-Standorten hochmoderne Automaten Einzug gehalten. So ist auch außerhalb der Servicezeiten ein ausgewähltes F&B-Angebot verfügbar.

Anpassungen, die erst der Anfang sind, ist Heico Beumer überzeugt. „Speisepläne, die mit einem Vorlauf von zwei Wochen geplant werden, oder eine tägliche Auswahl von bis zu acht Menü-Linien: Das halte ich für ein Auslaufmodell.“ In Zukunft werde das betriebsgastronomische Angebot wohl deutlich kompakter und gleichzeitig leichter zu personalisieren sein. „Wir müssen uns die Qualität der Individualgastronomie zum Vorbild machen.“ Unterstützung dafür erhofft sich der DB-Mann von der immer intelligenter werdenden KI. Beispielsweise in Form dezidierter Vorhersagen zu Gästezahlen und Nachfrage oder automatisierter Rezeptvorschläge, die aktuelle Lagerbestände berücksichtigen.

„Heute muss die Betriebsgastronomie viel mehr leisten, als Gäste satt zu machen“, unterstreicht Heico Beumer. „Dienten Kantinen früher lediglich der Nahrungsaufnahme, sind sie inzwischen multifunktionale Kommunikationsorte mit hoher Dienstleistungsqualität.“ Um sie bestmöglich zu managen, auch mit Blick auf das große Ziel Klimaneutralität bis 2030, bräuchten Führungskräfte beides: einerseits mehr Freiräume, um Veränderungen und Trends in Angebote zu übersetzen. Und andererseits ein starkes Team, damit Verantwortung sinnvoll delegiert werden kann.

Lagerfeuer des Unternehmens. Christian Poncin, seit sieben Jahren gastronomischer Leiter bei der Henkel AG, sieht das ähnlich: „Seine Prozesse ständig zu hinterfragen und richtungsweisende Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und aufzugreifen, ist für uns wichtiger denn je geworden.“



© DB GASTRONOMIE

Heico Beumer, Leiter DB Gastronomie.



© HENKEL GASTRONOMIE

Christian Poncin, Leiter Henkel Gastronomie.



© GUSTO GOURMET

Anton Schmidt, Geschäftsführer Gusto Gourmet (Carl Zeiss).

„Dienten Kantinen früher lediglich der Nahrungsaufnahme, sind sie inzwischen multifunktionale Kommunikationsorte mit hoher Dienstleistungsqualität.“

Heico Beumer, DB Gastronomie

Auch für den Industrie- und Konsumgüterkonzern mit Headquarter in Düsseldorf hatte Corona drastische Folgen. Plötzlich 70 Prozent weniger Umsatz bei gleicher Kostenstruktur – „das machte einen radikalen Schnitt notwendig.“ Die Pandemie wurde zum Katalysator einer Transformation, die das Unternehmen bereits 2019 angestoßen hatte. „Wir haben alles neu aufgestellt, nicht nur Angebot, Preismodell und Bestellabwicklung, sondern auch die Gestaltung der gastronomischen Flächen. Leitmotiv des umfassenden Redesigns: mehr Atmosphäre schaffen, angefangen mit wertigen Materialien über poppige Wandbilder bis zur Hintergrundmusik.

Das Ergebnis ist ein Food Court, der sich über drei Etagen erstreckt. Gäste haben die Wahl zwischen rund 20 verschiedenen Optionen in drei Themenrestaurants: von Little Italy über The Taste of Asia bis Heimatküche, von Schwäbischer Rindfleischsuppe über ofenfrische Pizza bis zum veganen Süßkartoffel-Curry. „Ein bunter Strauß an Möglichkeiten, der alle Eventualitäten abdeckt“, fasst der Gastro-Chef zusammen. Die Zahlen beweisen: Die Strategie ist aufgegangen. Trotz gesunkener Frequenz – inzwischen hat sich die Office-Präsenz bei etwa 80 Prozent eingependelt – konnte der Umsatz dank neuem Preismodell gesteigert werden.

Den Wandel habe man bisher also gut gemeistert, so Poncins Fazit. Die Position der Betriebsgastronomie sieht er durchaus gestärkt und konstatiert sogar einen Bedeutungszuwachs. „Wir sind das Lagerfeuer des Unternehmens.“ Um Mitarbeitende zu motivieren, ins Büro zurückzukehren, spiele die Betriebsgastronomie eine entscheidende Rolle. Mehr noch, auf der Suche nach neuen Talenten entwickle sie sich zunehmend zu einem wichtigen HR-Tool. Was bedeutet das für das eigene Anforderungsprofil? „Als Betriebsgastronom muss ich heute sowohl trendbewusster Gastgeber sein als auch Concierge, der viele verschiedene Wünsche erfüllt. Obendrein bin ich Dirigent eines großen Mitarbeiterorchesters“, so Poncin. Und das ist seit Anfang des Jahres kräftig gewachsen. Denn neben der Betriebsgastronomie verantwortet er nun als Head of Property Solutions auch die Kostenstellen Building Operation, Cleaning, & Internal Shops.

Vom Küchenchef zum Zukunftsforscher, Wohlfühlmanager und Team-Builder: Auf diesen Nenner bringt Anton Schmidt, Geschäftsführer von Gusto Gourmet, sein erweitertes Rollenrepertoire. Seit drei Jahrzehnten Führungskraft in der Betriebsgastronomie, habe sich seine Rolle in den vergangenen drei Jahren radikal verändert. „Ich mache neuerdings nur noch Projektarbeit. Aus dem Tagesgeschäft bin ich komplett raus.“ Während viele Betriebsgastronomen seit dem Einzug von Mobile Working vor der Aufgabe stehen, ihr Konzept an die teils empfindlich geschrumpfte Frequenz anzupassen, ist der Zeissianer gerade froh um jede und jeden im Homeoffice. Denn die Carl Zeiss AG wächst und wächst – und die Betriebsrestaurants platzen aus allen Nähten. „In weniger als drei Jahren müssen wir ihre Kapazität verdoppeln.“

Eine enorme Kraftanstrengung, insbesondere angesichts des sich zuspitzenden Fachkräftemangels. Der Markt sei praktisch leergefegt, so Anton Schmidt. Gleichzeitig brechen immer mehr Auszubildende ihre Lehre ab. „Unsere Quote liegt aktuell bei 75 Prozent.“ Dazu kommt, dass sowohl das Recruiting als auch der Einarbeitungsprozess heute deutlich mehr Zeit in Anspruch nehmen als früher – und das kostet. „Wir müssen also mehr Vorlauf einplanen und viel langfristiger planen.“ Als weitere Baustelle identifiziert der Gastro-Geschäftsführer die Beschaffungssituation. Vor vier Jahren hat Gusto Gourmet sich das Ziel gesetzt, den Bio-Anteil auf 45 Prozent zu steigern. „An so viel Ware kommen wir oft aber gar nicht heran.“ Abhilfe könne wohl nur eine politische Lösung schaffen. Denn viele Landwirte schrecken die hohe Auflagenlast ab, wenn sie von konventionell auf ökologische Bewirtschaftung umstellen möchten, argumentiert Schmidt. „Damit Gäste nachvollziehen können, wo es hapert beim Erfüllen von Bedürfnissen und Wünschen, müssen wir mehr denn je als Kommunikator agieren.“ Die Kantine sei schon immer ein Riesenthema in

Alles auf dem Prüfstand

Angebot Welche Vorlieben haben meine Gäste? Wie trendaffin sind sie? Welche Gerichte sind gut für Mensch und Umwelt?

Öffnungszeiten Wie lassen sich frequenzschwache Tage oder Tageszeiten besser managen?

Gestaltung Welchen Zutaten und Maßnahmen sind nötig, um schlichte Speisesäle zu Wohlfühlorten mit hoher Dienstleistungsqualität umzugestalten?

(Wo-)Manpower Wie können Führungskräfte Verantwortung sinnvoll delegieren?

Intelligente Technik Wo und wie kann sie die Belegschaft entlasten? Welche Prozesse lassen sich digitalisieren oder KI-gestützt steuern? Welche Vending-Lösungen bieten sich an?



© ADOBE STOCK.COM/KERKING

Die Büros von morgen sind gastliche Orte der Kommunikation, an denen Menschen gerne zusammenarbeiten.

der Belegschaft. „Diese Aufmerksamkeit sollten wir dazu nutzen, um über Veränderungen zu berichten und unsere Position im Unternehmen zu stärken.“

Die Herausforderung der modernen Betriebsgastronomie schlechthin sieht der Zeissianer darin, Entwicklungen zu antizipieren. Wie wollen wir in zehn Jahren verpflegen? Und was müssen wir schon heute dafür auf den Weg bringen? „Die richtigen Antworten darauf finden wir nicht allein, sondern im engen Austausch, intern wie extern“, ist Anton Schmidt überzeugt. Der viel zitierte Blick über den Tellerrand – im Zeitalter von New Work ist er so essenziell wie nie zuvor.

KERSTIN SCHULTE

NACHHALTIGKEIT

Gewinnbringend für alle



Den Klimawandel verlangsamen und gleichzeitig seinen Gästen viel Gutes tun: Mit der Planetary Health Diet lässt sich beides umsetzen. Der Speiseplan der Zukunft fördert nicht nur die Gesundheit, sondern birgt auch jede Menge Chancen.



Zugegeben, das Wörtchen Diät klingt alles andere als verheißungsvoll. Dabei steht die Planetary Health Diet (PHD) weder für radikalen Verzicht noch strikte Verbote. Vielmehr möchten ihre Urheber uns damit eine Vielfalt schmackhaft machen, die sich vor allem aus pflanzlichen Lebensmitteln speist. Zum Wohl der eigenen Gesundheit, aber auch zum Schutz des Planeten. Entwickelt und erstmals 2019 vorgestellt hat den Speiseplan der Zukunft die EAT-Lancet-Kommission: 37 WissenschaftlerInnen aus 16 Ländern und verschiedenen Fachrichtungen, von Agrarwissenschaft bis Klimaforschung. Gemeinsam versuchen sie Antworten auf existenziell wichtige Fragen rund um eine nachhaltige Lebensmittelproduktion zu finden. Die wohl drängendste: Was können wir tun, um bis 2050 alle 10 Milliarden Menschen auf der Welt gesund zu ernähren, ohne die Belastungsgrenzen der Erde zu sprengen?

Globale Ernährungswende. Wie eng unser aller Schicksal mit dem des Planeten verzahnt ist, lässt uns der Klimawandel schon jetzt schmerzlich spüren. Unsere Ernährung spielt eine entscheidende Rolle dabei, wie stark und schnell er voranschreitet. Ganz einfach: Je mehr Fleisch und tierische Produkte wir verzehren, desto mehr Treibhausgase belasten die Atmosphäre. Und desto größer ist unser Bedarf an kostbarer Ackerfläche. In Deutschland liegt der Flächenfußab-

druck, den jede und jeder durch den Konsum agrarischer Nahrungs- und Futtermittel hinterlassen, bei über 2.000 Quadratmetern. Das ist mehr Fläche, als uns zur Verfügung steht, warnen Experten immer eindringlicher. Indem wir Lebensmittel aus anderen Ländern importieren, verbrauchen wir auch dort Fläche und Wasser.

Globaler Klimaschutz braucht also eine globale Ernährungswende. Was wir konsumieren und wie wir Lebensmittel produzieren, muss grundlegend neu gedacht werden. Dafür setzt die PHD Leitplanken. Auch und ausdrücklich mit Blick darauf, einer beunruhigenden Entwicklung entgegenzuwirken. Denn während knapp 740 Millionen Menschen weltweit an Hunger leiden, sind mehr als doppelt so viele übergewichtig – Tendenz steigend. Damit haben auch Herz-Kreislauf-Erkrankungen dramatisch zugenommen. Gleichzeitig steigt das Risiko, an Diabetes zu erkranken.

Doppelt so viel Gemüse. Für den Speiseplan der Zukunft wird eine tägliche Energiezufuhr von 2.500 Kilokalorien zugelegt. Rund die Hälfte sollen Gemüse und Obst abdecken. Lediglich in Maßen auf den Tisch kommen sollen künftig tierische Produkte, Zucker und stärkehaltige Gemüse wie Kartoffeln. Um sich die wissenschaftlich ermittelten Empfehlungen besser vorstellen zu können: Rund Dreiviertel von dem, was auf unserem Teller liegt, ist also idealerweise pflanzlich. Dagegen spielen Buletten, Wurst & Co. nur noch eine untergeordnete Rolle, ebenso Milch, Sahne und Käse. Wer sich zum Beispiel alle zwei Wochen ein kleines Steak mit Kräuterbutter gönne, so eine Interpretation des Bundesministeriums für Ernährung, liege gerade noch im Rahmen der Kommissionsempfehlungen. Als umweltschonende Alternative und ebenfalls reich an Eiweiß werden die hierzulande noch weit unter Potenzial gehandelten Hülsen-

„Globaler Klimaschutz braucht eine globale Ernährungswende. Was wir konsumieren und wie wir Lebensmittel produzieren, muss grundlegend neu gedacht werden.“

Wirksamkeit wissenschaftlich bestätigt

Wer sich die Planetary Health Diet zum Vorbild für seine Ernährung macht, lebt tatsächlich gesünder – und womöglich länger. Das legen die Ergebnisse einer aktuellen Studie aus den USA nahe. Wissenschaftler der Harvard T.H. Chan School of Public Health haben die Gesundheitsdaten von mehr als 200.000 Frauen und Männern analysiert und daraus gefolgert: Menschen mit einem abwechslungsreichen und pflanzenbetonten Speiseplan haben ein bis zu 30 Prozent geringeres

Risiko für Krebs, Herz- und Lungenerkrankungen. Gleichzeitig verkleinern sie ihren CO2-Fußabdruck: So verursachen sie knapp 30 Prozent weniger Treibhausemissionen. Und die landwirtschaftliche Fläche, die für ihren Lebensmittelkonsum benötigt wird, reduziert sich sogar um die Hälfte. „Das zeigt, wie eng unsere Ernährung mit der Gesundheit des Planeten verbunden ist“, resümiert Professor Walter Willett, einer der Autoren der Studie.

Quelle: <https://www.hsph.harvard.edu/>

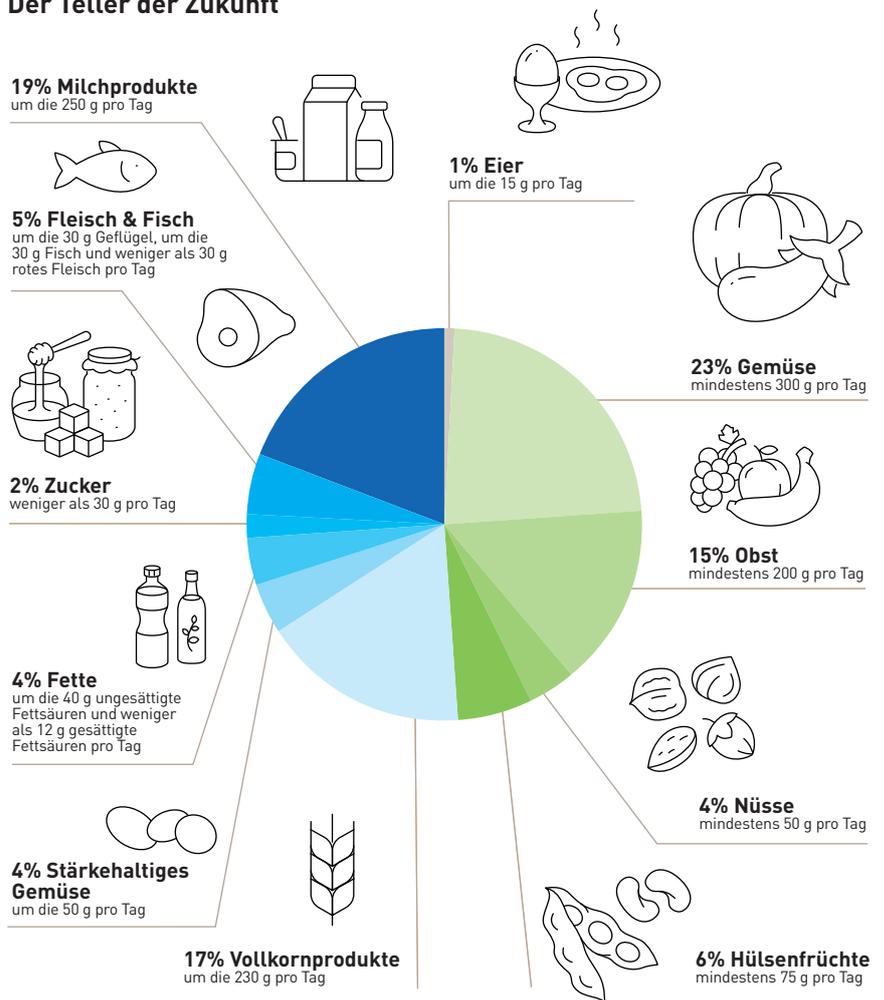
früchte empfohlen. Für Erbsen, Bohnen und Linsen spricht außerdem, dass sie jede Menge Vitamine, Mineral- und Ballaststoffe liefern.

„Die PHD beschreibt eine ausgewogene Ernährung, mit einer Vielzahl pflanzlicher, wenig verarbeiteter Lebensmittel, welche reich an sekundären Pflanzennährstoffen und Ballaststoffen sind“, sagt Dr. med. Marisa Hübner, Ernährungsmedizinerin und Fachärztin für Innere Medizin. Eine solche Ernährungsweise senke das Risiko für Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Diabetes und Übergewicht und kann das Wohlbefinden und die Produktivität steigern – auch am Arbeitsplatz, ist die Medizinerin überzeugt.

Gesund gesättigt statt Schnitzelkoma. Obwohl die Empfehlungen der PHD weltweit gelten, ist sie mitnichten als starres Regelwerk zu verstehen. Vielmehr bietet sie genügend Spielraum für kulturelle und individuelle Anpassungen. Persönliche Vorlieben und regionalspezifische Traditionen zu berücksichtigen, ist also problemlos möglich. Viele Gemeinschaftsgastronomen haben sich bereits vor Jahren auf den Weg gemacht, den Speiseplan der Zukunft umzusetzen – sind sogar Vorreiter im gesamten Außer-Haus-Markt in Sachen Nachhaltigkeit. Zum Wohl der Menschen und des Planeten.

KERSTIN SCHULTE

Planetary Health Diet Der Teller der Zukunft



Quelle: Eat-Lancet Commission/Bundeszentrum für Ernährung

© gvpraxis grafik

Vorfahrt für Grün

Die Hälfte des Speiseangebots der E.ON Gastronomie ist vegetarisch oder vegan. Seit der standortübergreifenden Einführung eines Ampel-Konzepts hat sich die Nachfrage nach pflanzlichen Offerten nahezu verdoppelt. Das Erfolgsrezept erklärt Horst M. Kafurke.



© HORST KAFURKE

Horst M. Kafurke, Geschäftsführer der E.ON Gastronomie mit Sitz in Essen, forciert seit vielen Jahren ein nachhaltiges Angebot in der Betriebsgastronomie.

Was ist der rote Faden Ihres kulinarischen Konzepts? Unser Angebot ist nachhaltig, frisch und innovativ. Viele unserer Lebensmittel stammen von Partner-Bauern. Das heißt, Kartoffeln, Gemüse und Obst, aber auch tierische Produkte wie Eier und Fleisch werden nach genauen Vorgaben für uns von den Landwirten erzeugt. Wir definieren also, wie Tiere gehalten und pflanzliche Lebensmittel angebaut werden. Das geht bis zum Einsatz von Dünger und Pestiziden.

Wie hoch ist der Anteil von Offerten, die ohne tierisches Protein auskommen? Bereits vor gut zehn Jahren haben wir unser Ampel-Konzept auf den Weg gebracht. Es fußt darauf, dass die Hälfte der angebotenen Speisen vegetarisch oder vegan sind, erkennbar an der Auslobung mit grünem Punkt. Beilagen sind grundsätzlich vegan, die meisten Suppen und Salate auch.

Was ist die größte Herausforderung bei der konsequenten Umsetzung Ihres Konzepts? Unsere Standorte verteilen sich in der ganzen Republik, gleiches gilt für die bäuerlichen Produzenten. Um eine zentrale Speiseplanung und Beschaffung zu gewährleisten, liefern die Agrarbetriebe ihre Wa-

re an unseren Großhändler. Diese verschiedenen Warenströme zu koordinieren, ist eine ziemlich komplexe Aufgabe.

Was tun Sie, um Gäste für Ihr vegetarisches und veganes Angebot zu begeistern? Die Speisen müssen nicht nur geschmacklich überzeugen, wir legen auch sehr großen Wert auf eine appetitliche Präsentation. Das beginnt bei der Geschirrauswahl und reicht bis zum Finishing, zum Beispiel mit frischen Kräutern, gerösteten Nüssen oder Samen. Außerdem unterstützen wir das betriebliche Gesundheitsmanagement und veranstalten gemeinsam Nachhaltigkeitswochen, Aktionstage und -märkte. Wir helfen gern aufzuklären, wollen aber keinesfalls als Apostel auftreten. Das letzte Wort hat immer der Gast. Und der entscheidet sich immer öfter für Pflanzliches. Vor allem die Zahl der Flexitarien hat standortübergreifend deutlich zugenommen.

Welche Gerichte ohne tierisches Protein kommen besonders gut bei Ihren Gästen an? Auf der Rennerliste ganz oben stehen Bowls und Currys. Asiatische Gerichte laufen generell sehr gut.

Ihr Tipp für KollegInnen, die ihr Angebot gern nachhaltiger gestalten möchten? Mit kleinen Schritten anfangen – und in großem Maßstab denken. Nur regional einzukaufen, ist nicht genug. Wer sich konsequent nachhaltig aufstellen möchte, muss seine gesamten Prozesse hinterfragen. Ein guter Ansatzpunkt wäre zum Beispiel das Waste Management. Weniger Lebensmittel wegzuerwerfen, entlastet nicht nur das eigene Budget, sondern auch die Umwelt.

INTERVIEW: KERSTIN SCHULTE

E.ON Group

Caterer E.ON Gastronomie GmbH
Geschäftsführung Horst M. Kafurke
Betriebsrestaurants rund 60
Mitarbeiter rund 400
Gäste/Tag 11.000
Verkaufte Gerichte/Tag 6.000
Anteil vegetarisch/vegan 50 Prozent
Preisspanne 4,15 Euro bis 8 Euro

Fast rein pflanzlich

Vor drei Jahren hat das Studierendenwerk Berlin begonnen, sein Mensa-Angebot konsequent zu überarbeiten. Fleisch und Fisch sind seitdem die Ausnahme. Die Studierenden freut's: 2023 waren rund 93 Prozent aller verkauften Gerichte vegetarisch oder vegan. Jens Grabig zum Konzept.



© STUDIERENDENWERK BERLIN

Jens Grabig, Bereichsleiter Mensen beim Studierendenwerk Berlin, setzt sehr erfolgreich einen nahezu fleischlosen Speiseplan um.

Was ist der rote Faden Ihres kulinarischen Konzepts? Sowohl die Erwartungen unserer Gäste als auch unseren sozialen Auftrag erfüllen und gleichzeitig die Umwelt schützen – das sind die drei Eckpfeiler, die unser Handeln als Verpfleger und Gastgeber bestimmen. Deshalb halten wir ein Angebot mit Fokus auf pflanzliche Proteinquellen für alternativlos. Hülsenfrüchte, Nüsse, Samen und Getreide spielen dabei eine entscheidende Rolle.

Wie hoch ist der Anteil von Offerten, die ohne tierisches Protein auskommen? Inzwischen sind 97 Prozent unserer Rezepte fleischlos, die Mehrheit ist sogar vegan. An zwei Tagen pro Woche bieten wir Fleisch an, einmal in der Woche gibt es Fisch. Unsere pflanzlichen Gerichte entsprechen den Empfehlungen der Planetary Health Diet. So einfach ist das. Abwechslungsreich und lecker soll unser Angebot natürlich dennoch sein. Immerhin können wir aus einem Fundus von mehr als 1.100 Rezepten schöpfen.

Was ist die größte Herausforderung bei der konsequenten Umsetzung Ihres Konzepts? Die Warenbeschaffung war anfangs etwas holprig, vor allem verlässlich an Großgebäude von

Hafer- und Soja-Produkten heranzukommen. Das hat uns immer wieder dazu gezwungen, umzudisponieren und Speisepläne kurzfristig umzuschreiben. Mittlerweile können wir auf ein stabiles Netzwerk von Lieferanten zurückgreifen. Ebenfalls nicht zu unterschätzen: Damit Mitarbeitende Veränderungen mittragen, selbst Ideen entwickeln und kompetent umsetzen können, müssen sie umfassend geschult werden.

Welche Gerichte kommen besonders gut bei Ihren Gästen an? Unsere hausgemachte Pasta boomt das ganze Jahr. An Spitzentagen verkaufen wir locker 700 Portionen je Standort und Tag. Weitere Renner sind Chili con Soja, unser Mexikanischer Bohneneintopf, und das panierte Schnitzel aus Weizeneiweiß.

Was tun Sie, um Ihre Gäste für das pflanzliche Angebot zu begeistern? Einerseits sind wir offen für Trends, Wünsche und Erwartungen. Andererseits ist es unser Anspruch, das Angebot stetig weiterzuentwickeln. Neues auszuprobieren, aber auch Rezepte zu überarbeiten und den Vorlieben unserer Gäste anzupassen. Damit ist es uns nicht nur gelungen, an vorpandemi-

sche Gästezahlen anzuknüpfen. Wir konnten die Nachfrage sogar steigern.

Ihr Tipp für KollegInnen? Einfach anfangen! Arbeiten Sie mit Ihren bestehenden Rezepten und ersetzen Sie nach und nach einzelne Zutaten durch vegane oder vegetarische Alternativen. Wer nicht mit der Zeit geht, riskiert womöglich, langfristig einen großen Teil seiner Gäste zu verlieren.

INTERVIEW: KERSTIN SCHULTE

Studierendenwerk Berlin

Bereichsleiter Mensen Jens Grabig
Gastro-Einheiten 44 Mensen & Cafeterien, 3 Foodtrucks
Mitarbeiter rund 600, darunter 7 Auszubildende
Gäste/Tag 32.000 Gästekontakte
Verkaufte Essen/Tag 20.000
Anteil vegetarisch/vegan 76,4 Prozent vegan, 16,9 Prozent vegetarisch
Preisspanne 1,45 Euro bis 5,95 Euro



© THOMAS ROHNKE

Wir müssen reden!

Das „New Normal“ beschäftigt viele Firmen. Doch welche Auswirkungen hat die neue Arbeitswelt auf Kantinen und Essgewohnheiten? Das gvpraxis-Team diskutierte dies am runden Tisch mit einer Betriebsrätin, einem Geschäftsführer, einer Betriebsärztin, einem Gastronomen und einem Gast.

C

Corona war eine Zäsur für die Arbeitswelt. Wie macht sich New Work bei Ihnen bemerkbar? Bianca Becker: Mittlerweile dürfen die Mitarbeiter bei uns im Unternehmen nur noch einen Tag pro Woche mobil arbeiten. Dazu gibt es eine Betriebsvereinbarung. Diese Regelung soll für mehr Präsenz im Büro sorgen – und die Planungen für die Kantinen erleichtern. Vor dieser neuen Regelung galten zwei Tage Homeoffice als das Maß der Dinge. Die Kantine war und ist vor allem mittwochs sehr gut besucht, wenn beliebte Gerichte wie Schnitzel oder Currywurst mit Pommes auf der Speisekarte stehen. Montags und freitags ist hingegen wenig los.

Judith Scondo: Auch bei uns im Verlag ist der Freitag in der Regel ein schwacher Präsenz-Tag. Ich persönlich plane jede Woche neu, wann ich zu Hause arbeite. Andere Kollegen verfahren ähnlich. In der Regel bin ich aber vier Tage im Office. In einem solchen Umfeld ist es sehr schwierig, das Angebot einer Gastronomie im gleichen Maße wie vor der Corona-Pandemie aufrechtzuerhalten.

Dr. Susanne Storz: Wir haben am Flughafen eine sehr heterogene Mitarbeitergruppe und auch viele, die schwer körperlich auf dem Vorfeld arbeiten und eben nicht im Homeoffice sitzen können. Für diese Menschen ist die Kantine der Mittelpunkt und ganz wichtig – auch in den Randzeiten.

Gibt es bei Ihnen eine Betriebsvereinbarung zum mobilen Arbeiten? Dr. Susanne Storz: Ja, aber jeder Abteilungsleiter und jede Führungskraft kann dies individuell auf die Bedürfnisse der Abteilung abstimmen.



Thomas Walter, Leiter Gastronomie & Services, R+V Versicherung in Wiesbaden.

© THOMAS ROHNKE

Wer mit am Tisch saß

- **Bianca Becker** | Betriebsrätin, Heidelberger Druckmaschinen | ... und ist in der Kantine ein Fan von Spaghetti Bolognese
- **Thomas Berner** | Geschäftsführer, dfv Mediengruppe | ... liebt die Currywurst in der Kantine
- **Judith Scondo** | Head of Communications, dfv Mediengruppe | ... steht auf Kroketten mit Salat.
- **Dr. Susanne Storz** | Leitende Betriebsärztin, Fraport AG | ... greift in der Kantine gerne zu Eintöpfen, am liebsten zu Linsensuppe
- **Thomas Walter** | Leiter Gastronomie & Services, R+V Versicherung AG | ... kann in seiner Kantine nicht widerstehen, wenn es Handmade Sushi in allen Varianten gibt

Moderation:

- Christian Funk | Redakteur gypraxis
 - Claudia Zilz | Chefredakteurin gypraxis
-

Thomas Walter: Wir haben seit zwei Jahren eine Betriebsvereinbarung, die zwei bis drei Tage Homeoffice in der Woche vorsieht. Im Grunde genommen sind wir als Versicherungsunternehmen stark durchdigitalisiert, die Beschäftigten könnten remote von zu Hause aus sehr gut arbeiten. Dies wollen wir jedoch nicht ausschließlich. Agile Prozesse, Meetings in Präsenz, Vernetzung von Menschen, Aus- und Weiterbildung – all diese Themen stehen bei R+V im Fokus und werden auch weiterhin vor Ort stattfinden. Zudem darf es mit Blick auf Vor-Ort-Jobs oder Homeoffice geeigneten Funktionen zu keiner Zweiklassengesellschaft im Unternehmen kommen. Wir müssen die unterschiedlichen Bedürfnisse der Belegschaft gleichermaßen bedienen.

Wie wirkt sich das mobile Arbeiten auf die Gastronomie aus? Thomas Walter: An den Haupttagen liegen wir wieder bei 75 Prozent der Vor-Corona-Zahlen, verkaufen dienstags und mittwochs am Hauptstandort Wiesbaden rund 1.600 Mittagessen. Aber die Montage und Freitage sind schwächer. Das führt dazu, dass wir für die Spitzenauslastung an starken Tagen viel Personal benötigen, an den schwächeren Tagen aber Überkapazitäten haben. Wenn der Freitag so schwach bleibt, hat dies vielleicht sogar Vorteile für unser Business – die Gastronomie-Mitarbeiter könnten freitags frei machen. Dies wünschen sich viele.

Thomas Berner: Auch bei uns hat sich die Zahl der Kantinenbesucher drastisch reduziert. Wir haben rund 700 Mitarbeiter hier am Standort. Vor der Pandemie hatten wir täglich über 300 Essen, jetzt sind es noch etwa 120. Trotzdem sehen wir die Kantine als einen wichtigen Ort der Begegnung. Gerade in Zeiten, in denen durch das Homeoffice das Gemeinschaftsgefühl auf neuen Wegen gepflegt werden muss. Aber wir kämpfen natürlich mit der wirtschaftlichen Seite: Weniger Gäste bedeuten auch weniger Umsatz. Und das macht es schwieriger, die Kantine profitabel zu betreiben. Wir finanzieren das Restaurant schon jetzt mit einer hohen sechsstelligen Summe – Tendenz weiter steigend.

Thomas Walter: Den Betrieb wirtschaftlich zu fahren und gleichzeitig flexibel genug zu sein, um den unterschiedlichen Anforderungen gerecht zu werden, ist für uns als Gastronomen die große Herausforderung. Gleichzeitig müssen wir als sozialer Treffpunkt attraktiv bleiben.

Bianca Becker: Auf jeden Fall, viele Kollegen vermissen den Austausch im Büro. Das soziale Miteinander ist wichtig für die Unternehmenskultur. Deswegen setzen wir uns als Betriebsrat dafür ein, dass das Kantinenangebot attraktiv bleibt – auch für diejenigen, die nicht jeden Tag vor Ort sind. Die Kantine sollte nicht nur als Ort zum Essen wahrgenommen werden, sondern auch als Treffpunkt, wo man sich vernetzen und austauschen kann. Vor Corona hatten wir 1.100 Essen pro Tag, jetzt liegen wir bei durchschnittlich ca. 750. Die Zahl der Gäste variiert von Tag zu Tag zwischen 400 und 1.000 Essen.

Dr. Susanne Storz: Ich beobachte, dass viele Mitarbeiter jetzt vermehrt zu Hause kochen und das Essen mitbringen. In der Produktion bleiben die Kantinen wie gesagt voll, die Spitzenzeiten liegen klar zwischen 12 und 13 Uhr.

Thomas Walter: Es ist ein großes Problem, dass alle gleichzeitig essen gehen möchten. Früher war der Zeitraum fürs Mittagessen besser verteilt, jetzt konzentriert sich alles auf eine Stunde. Das macht die Situation für uns Gastronomen deutlich komplizierter.

Stichwort erschwingliche Preise. Wo liegen wir hier derzeit? **Bianca Becker:** Unsere Standardlinie liegt bei 5,45 Euro, bei den Sonderessen variiert es stark, je nach Saison. Beispielsweise können spezielle Gerichte wie Pfifferlinge oder Rumpsteak bis zu 16 Euro kosten, aber die meisten bezugten die günstigeren Mahlzeiten.

Wie stark wurden die Preise erhöht? **Bianca Becker:** Wir kommen von 4,30 Euro. Die Kantinen-Zuschüsse sind ebenfalls gestiegen. Es ist klar, dass das Unternehmen mehr subventionieren muss, um die Betriebsgastronomie als soziale Leistung aufrechtzuerhalten.

Thomas Berner: Ich sehe das ähnlich. Eine Kantine hilft, die Attraktivität des Arbeitsplatzes zu steigern. Trotz hoher Bezuschussung von unserer Seite mussten wir in den letzten

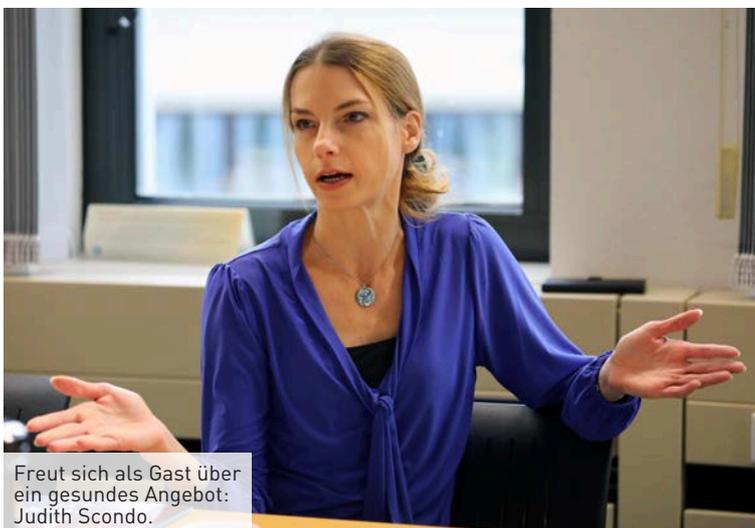
„Die Currywurst bleibt ein beliebtes Gericht, auch wenn gesündere Optionen verfügbar sind. Es geht um Emotionen und den Preis.“

Thomas Berner

zwei Jahren die Preise um über 20 Prozent erhöhen, Gründe sind insbesondere die gestiegenen Personalkosten, aber natürlich auch die gestiegenen Einkaufspreise für Lebensmittel etc. Da der Preis ein entscheidender Faktor ist, bringen auch bei uns viele jetzt ihr eigenes Essen mit. Um das Arbeiten vor Ort attraktiver zu gestalten, haben wir vor einem Jahr beschlossen, Kaffee und Wasser kostenlos anzubieten. Das erzeugt natürlich zusätzlichen Druck auf die Kalkulation.

Wurden die Subventionen seit Corona erhöht? **Thomas Berner:** Allein durch das kostenlose Kaffee- und Wasserangebot haben wir zusätzlich hohe Kosten im sechsstelligen Bereich. Die Subventionen sind gestiegen, aber das reicht oft nicht, um die gestiegenen Personalkosten und die Schwierigkeiten bei der Personalbeschaffung zu kompensieren. Wir diskutieren über den verstärkten Einsatz digitaler Tools, um Prozesse effizienter zu gestalten.

Haben Sie schon Lösungsansätze gefunden? **Thomas Berner:** Personalfreie Kassensysteme könnten beispielsweise



Top 10 Learnings

- 1. Sozialer Treffpunkt.** Das Betriebsrestaurant ist weit mehr als ein Ort zum Essen – es fördert persönlichen Austausch und Vernetzung. Gastronomie ist wichtiger Teil der Unternehmenskultur.
- 2. Flexibel sein.** Betriebsgastronomie muss sich an schwankende Besucherzahlen und veränderte Arbeitszeiten anpassen und adäquate Angebote bieten.
- 3. Kosten und Subventionen.** Um die Betriebsgastronomie attraktiv für alle zu erhalten, müssen steigende Kosten durch höhere Subventionen abgedeckt werden.
- 4. Chance Digitalisierung.** Digitale Lösungen können die Effizienz steigern und Kosten senken. Dazu gehören u.a. personallose Kassen, Vorbestellsysteme und flexible Speisepläne.
- 5. Digitalisierung mit Bedacht.** Der menschliche Kontakt bleibt wichtig – digitale Tools sollten ergänzen, nicht aber die Menschen ersetzen.
- 6. Essgewohnheiten.** Immer mehr Menschen wollen sich individuell ernähren. Darauf muss die Betriebsgastronomie Antworten finden.
- 7. Nachhaltig und gesund.** Die Nachfrage nach gesunden und nachhaltigen Speisen steigt. Klassiker wie Currywurst mit Pommes bleiben gefragt. Der Fettanteil der Mahlzeiten ist ein großes Problem.
- 8. Portionsgrößen schrittweise reduzieren.** Langfristig kleinere (Fleisch-)Portionen anbieten, ohne dass es den Gästen auffällt, fördert gesündere Essgewohnheiten und hält Preise stabil.
- 9. Gesundheit fördern.** Individuelle, arbeitsplatzbezogene Ernährungsbedürfnisse sollten stärker berücksichtigt werden, um die Leistungsfähigkeit der Beschäftigten zu erhalten.
- 10. Zukunft der Betriebsgastronomie.** Mehr Flexibilität, personalisierte Angebote und Co-Working-Spaces werden die Kantinen der Zukunft prägen.

se helfen, Kosten zu senken. Das ist aber kein großer Wurf, um die Preise deutlich zu reduzieren. Wir haben über verschiedene Modelle nachgedacht, etwa eine flexiblere Gestaltung der Speisepläne. Wir müssen uns an die neue Normalität anpassen. Der persönliche Kontakt und das gemeinsame Essen nehmen weiterhin eine zentrale Rolle im Unternehmen ein – nur vielleicht auf neue Weise.

Frau Dr. Storz, könnten die neuen Arbeitswelten auch gesundheitliche Vorteile für die Mitarbeiter bringen?

Dr. Susanne Storz: Auf jeden Fall. Wenn die Kantine flexibler wird und gesunde, bedarfsorientierte Optionen bietet. Die Mitarbeitenden können bewusster entscheiden, wann und was sie essen, anstatt sich an feste Essenszeiten zu halten. Zudem können digitale Tools wie Vorbestellsysteme oder Apps dabei helfen, gesunde Entscheidungen zu treffen. Flexibilität kann in der Kantine ein großer Vorteil sein, wenn sie richtig umgesetzt wird.

Wie wichtig ist eine ausgewogene Ernährung am Arbeitsplatz?

Dr. Susanne Storz: Sie ist essenziell, gerade in einem Unternehmen wie Fraport, wo viele Beschäftigte sowohl sitzende als auch körperliche anspruchsvolle Tätigkeiten ausüben. Was die Menschen essen, hat direkten Einfluss auf ihre Leistungsfähigkeit und ihr Wohlbefinden. Deshalb sollte die Kantine nicht nur schnelles, einfaches Essen bieten, sondern mit ausgewogenen, nährstoffreichen und fettreduzierten Mahlzeiten unterstützen.

Bianca Becker: Wir informieren unsere Belegschaft auch über gesunde Ernährung, aber der Erfolg ist begrenzt. Viele greifen weiterhin zu den günstigeren und kalorienreichen Optionen.

Thomas Berner: Am Ende ist es eine individuelle Entscheidung. Die Currywurst bleibt ein beliebtes Gericht, auch wenn gesündere Optionen verfügbar sind. Es geht um Emotionen und den Preis. Eine gesunde Ernährung sollte Teil des Gesamtkonzepts sein, aber die Akzeptanz hängt stark von den Vorlieben der Belegschaft ab. Wir wissen, dass sich unsere Belegschaft gesunde Alternativen wünscht, aber gleichzeitig dürfen die klassischen Komfortgerichte wie Pizza oder Currywurst nicht völlig aus dem Speiseplan verschwinden. Es geht darum, die Balance zu finden.

Judith Scordo: Es gibt ein hohes Bildungsniveau bei uns. Die Kollegen wissen, dass ausgewogene Mahlzeiten besser sind – und was eine ausgewogene Mahlzeit ist. Viele wollen dennoch manchmal einfach nur Schnitzel mit Pommes essen. Die Kantine muss beides anbieten. Vielleicht müssen Kantinen auch alternative Modelle entwickeln, um auf andere Weise Geld zu verdienen. Also Zusatzangebote schaffen. Das könnte eine Stellschraube sein.

Inwieweit kann ein Betriebsrestaurant das Essverhalten der Gäste beeinflussen?

Thomas Walter: Dazu braucht es eine langfristige Strategie. Es beginnt mit kleinen Schritten. Etwa mit der Frage, ob die Menschen wirklich verstanden haben, dass eine ausgewogene Ernährung nicht nur im Büro, sondern auch am Wochenende wichtig ist. Es ist nichts Schlechtes, auch eine Currywurst zu essen – aber eben nicht jeden Tag. Es geht darum, dass die Leute verstehen, wann, was und wie oft sie etwas essen sollten.



Dr. Susanne Storz,
Leitende Betriebsärztin,
Fraport AG

© THOMAS ROHNKE

Also eher ein spielerisches Heranführen, ohne dass es der Gast bewusst merkt? Thomas Walter:

Genau. Nehmen wir zum Beispiel ein Steak: Braucht man wirklich 180 Gramm Fleisch? Und wenn ja, wie oft? Die meisten kommen auch mit 120 Gramm aus. Bei einem schleichenden Prozess, jedes Jahr vielleicht 10 Gramm weniger anzubieten, bemerkt niemand wirklich, dass die Portionen kleiner werden. Das haben wir bei R+V über Jahre realisiert. Langfristig führt das nicht nur zu gesünderen Essgewohnheiten, stärkt die Nachhaltigkeit und führt auch zu einer betriebswirtschaftlich sinnvollen Kalkulation.

Führt das nicht zu Beschwerden von Beschäftigten oder Betriebsrat? Thomas Walter:

Wir haben eine Betriebsvereinbarung zu den Preisanpassungen und dürfen daher je nach Marktpreisveränderung Preise anpassen. Am Ende profitieren jedoch alle, wenn die Kalorienzufuhr schrittweise runtergeht und eine ausgewogene nachhaltige Ernährung im Fokus steht. Es geht ja nicht nur um das Geld, sondern eben auch um die Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden.

Judith Scondo: Mir ist als Gast ist ein gesundes Essensangebot sehr wichtig. Aber die individuellen Bedürfnisse der Belegschaft sind vielfältiger geworden. Manche wollen nur einen kleinen Salat, andere brauchen eine ordentliche Portion Kohlenhydrate oder Fleisch.

Bianca Becker: Die Kantine sollte ein Bewusstsein schaffen, aber nicht den Eindruck erwecken, zu bevormunden. Jeder Mensch hat andere Bedürfnisse. Wir müssen aufpassen, dass wir nicht zu stark regulieren, aber dennoch ein gesundes Angebot bereitstellen.

Gewinnt Gesundheit in der Betriebsgastronomie an Bedeutung? Bianca Becker:

Auf jeden Fall. Gerade in der heutigen stressigen Zeit mit steigendem Arbeitsdruck spielt die Ernährung eine immer größere Rolle. Viele Kollegen achten inzwischen stärker darauf, was sie essen und erwarten in der Kantine entsprechende Optionen. Menschen wollen nicht mehr nur satt werden. Ihnen geht es um ihr Wohlbefinden und die richtige Energie für ihren Arbeitstag.

Digitale Prozesse haben in der Betriebsgastronomie noch viel Potenzial. Welche Rolle spielt sie bei der R+V? Thomas Walter:

Eine immer größere. Wir haben in den vergangenen Jahren viel investiert und arbeiten daran, um unsere Prozesse zu modernisieren. Von der digitalen Speisekarte, die den CO₂-Fußabdruck bis zum Nutri-Score darstellt, die über Bildschirme in der Kantine oder per App eingesehen werden kann, bis hin zum kontaktlosen Bezahlen per App oder Karte. Gerade die Pandemie hat das Thema beschleunigt. Die KI wird uns zudem in der Branche helfen, aufgrund der volatilen Kundenzahlen bessere Planungsszenarien zu entwickeln. Die Beschäftigten können bei uns mittlerweile auch über Self-Service-Kassen das Shop-Angebot kaufen. Das hilft, Wartezeiten zu reduzieren, Öffnungszeiten zu erweitern, Angebote besser zu steuern und unsere Gastro-Mitarbeitenden künftig dort einzusetzen, wo die persönliche Dienstleistung benötigt wird.

Wie reagieren die Mitarbeiter auf die Digitalisierung in der Kantine? Thomas Walter:

Sehr positiv. Die App sowie die digitalen Angebote werden gut genutzt, vor allem von den Jüngeren, die sowieso alles über ihr Smartphone erledigen. Aber auch sonst wächst die Akzeptanz für die Digitalisierung. Für uns ist es wichtig, mit der Zeit zu gehen und unsere Services an die Bedürfnisse der Mitarbeitenden anzupassen.

Bianca Becker: Aber nicht jeder Kollege ist gleich digital-affin. Vor allem in älteren Belegschaften gibt es oft Berührungängste. Als Betriebsrat müssen wir darauf achten, dass niemand ausgeschlossen wird – und das gilt auch für die Mitarbeitenden in der Kantine. Digitalisierung ist wichtig, aber nicht für jeden Bereich sinnvoll und richtig. Stichwort personallose Kassen: Auch für leistungsgeminderte Menschen muss es adäquate Arbeitsplätze geben wie eben an der Kasse. Auch halte ich eine personallose Cafeteria für nicht sinnvoll, kommt es doch gerade hier auf den Menschen hinter dem Tresen oder an der Kasse an, der die Gäste persönlich begrüßt und abholt, die Pause zu einem Erlebnis werden lässt. Personallose Kassen sind hier für mich keine Option. Digitalisierung ja, aber immer mit Augenmaß.



Claudia Zilz, Chefredakteurin, gvpraxis



Bianca Becker, Betriebsrätin, Heidelberger Druckmaschinen



Christian Funk, Redakteur, gvpraxis

Welche Vorteile bringt die Digitalisierung aus Sicht der Betriebsärztin?

Dr. Susanne Storz: Die Möglichkeit, besser über die angebotenen Gerichte informiert zu sein, ist ein großer Vorteil – vor allem für Menschen mit Allergien oder bestimmten Ernährungsbedürfnissen. Wenn die Gäste in der App zudem die Zutaten und Kalorienwerte sehen, könnte dies bei der Auswahl der Speisen unterstützen. Zudem können wir ggf. mit digitalen Tools inklusive digitalen Feedbackstrategien bedarfsadaptierte Gesundheitskampagnen entwickeln und anbieten.

Thomas Berner: Eine Art „Gesundheitsfilter“ in den Apps wäre eine sinnvolle Ergänzung. Dort können Mitarbeitende gezielt nach gesunden Gerichten suchen und nach Kalorien, Nährwerten oder bestimmten Diätanforderungen filtern.

Schauen wir in die Zukunft. In welche Richtung wird sich die Betriebsgastronomie entwickeln?

Thomas Walter: Wir müssen uns darauf einstellen, weiterhin mit schwankenden Besucherzahlen zu agieren. Die Digitalisierung wird dabei eine große Rolle spielen – von Vorbestellungen bis hin zu individuellen Ernährungsangeboten. Außerdem gehört der Fokus zur Nachhaltigkeit in die DNA der Betriebsgastronomie. Die Gäste erwarten mehr Transparenz und Verantwortung, nicht nur bei der Herkunft der Lebensmittel, sondern auch beim Vermeiden von Lebensmittelabfällen.

Bianca Becker: Die Erwartungen sind definitiv gestiegen. Die Kollegen wollen gutes Essen, nachhaltig und ausgewogen – und das zu fairen Preisen. Flexibilität ist da ein großes Thema. Es wird weniger die klassische Mittagskantine sein, die jeden Tag voll besetzt ist, sondern mehr ein Wohlfühlort, an dem jeder flexibel und auch mal zu untypischen Zeiten essen kann. Gleichzeitig muss die Belegschaft auch die Zeit haben, in die Kantine zu gehen. Wir hechten heute von einem Teams-Termin zum nächsten – ohne Rücksicht auf Pausenzeiten. Das muss sich ändern. Hier sehe ich die Unternehmen in der Verantwortung.

Dr. Susanne Storz: Ich wünsche mir in der Kantine eine moderne Atmosphäre und längere Öffnungszeiten, aber nicht zwingend kontinuierlich personell ausgestattet. Kochroboter könnten hier eine Option sein in Bezug auf 24/7-Öffnungskonzepte. Soziale Treffpunkte sind wichtig, um die Attraktivität des Arbeitgebers widerzuspiegeln. Wünschenswert sind zudem Kochevents mit Erlebnischarakter und eine KI-gestützte Individualisierung des Essverhaltens. Dies könnte auch bei der Reduzierung der Lebensmittelverschwendung helfen. Mehr Gemüse und weniger Fleisch sollten selbstverständlich sein. Woran wir noch dringend arbeiten müssen, ist ein geringerer Fettgehalt in den Speisen.

Herr Berner, welche Trends und Herausforderungen sehen Sie?

Thomas Berner: Ich denke, die Betriebsgastronomie wird sich in den nächsten Jahren deutlich verändern, die Prozesse werden immer digitaler und effizienter. Es wird mehr Kooperationen mit externen Anbietern geben, um eine größere Vielfalt und Flexibilität zu bieten. Der klassische Kantinenbetrieb entwickelt sich weiter, weil die Menschen nicht mehr regelmäßig ins Büro kommen. Stattdessen könnten kleinere, individuellere Angebote und auch Lieferservice eine größere Rolle spielen.

Judith Scondo: Ich glaube, dass das Angebot noch modularer werden muss, um den vielen individuellen Bedürf-

nissen gerecht zu werden und für alle Zielgruppen attraktiv zu bleiben. Die Relevanz der Kantine als Treffpunkt und Austausch zwischen Kolleginnen und Kollegen wird in Zeiten von mobilem Arbeiten eher noch wichtiger werden. Damit spielt die Kantine auch eine wichtige Rolle, um die Bindung an ein Unternehmen zu stärken.

Herr Walter, wie sieht für Sie die Betriebsgastronomie im Jahr 2030 aus?

Thomas Walter: Es wird nicht mehr die eine Betriebsgastronomie geben, sondern eine individualisierte. Aber es geht ja nicht nur um die Kantine, sondern um die gesamte Hospitality-Dienstleistung im Unternehmen – mit Gastro-, Event- und Konferenzflächen, Meetingpoints, Kaffeebars und Co als wichtige Begegnungsorte. Diese Gastronomieflächen sollten künftig bestmöglich in die Arbeitswelten integriert sein: als Co-Working-Spaces für die Menschen. Gleichzeitig müssen sich Auftraggeber die Frage stellen, ob sie künftig eine kostengünstige „industrialisierte“ Betriebsgastronomie mit einer voll digitalisierten Customer Journey wollen. Oder ob sie weiter auf ein handwerklich hergestelltes Essen vor Ort Wert legen.

Und das gibt es nicht zum Nulltarif ...

Thomas Walter: Nein, das kostet natürlich Geld. Die Alternative wäre zum Beispiel eine Automatenstraße. Die Mitarbeiter bestellen das Essen via App vor, holen es aus dem Automaten und machen es selbst in der Mikrowelle warm. Wenn ich allerdings als Unternehmen viel Wert lege auf Qualität, Nachhaltigkeit, Erlebnis-Charakter und persönliche Ansprache, dann komme ich immer wieder auf Handwerklichkeit zurück. Jedes Unternehmen muss als Auftraggeber und nach Budget für sich selbst entscheiden, welchen Weg es in Zukunft einschlägt. Dies bietet für alle Unternehmen der Cateringbranche viel Spielraum in der Angebotsform. Allerdings ist dies auch die Chance, junge Menschen für unsere Branche zu begeistern. Darum geht es in den nächsten Jahren.

MODERATION UND TEXT: CHRISTIAN FUNK UND CLAUDIA ZILZ

„Die Kollegen wollen gutes Essen, nachhaltig und ausgewogen – und das zu fairen Preisen.“

Bianca Becker

Eine Gemeinschaft. Eine Fachabteilung!



Der Vorstand 2024 der Fachabteilung (v.l.): Schatzmeister Heico Beumer (DB), Stv. Vorsitzender Ralf Kroschel (VW), Vorsitzender Sascha Witt (Bayer), Geschäftsführer Jürgen Benad (DEHOGA) und die zwei Beisitzer Christian Wieser (InfraServ) und Markus Berdyszak (Panorama Catering).

Gute Gründe für die Mitgliedschaft in der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA Bundesverband

- Allgemeine politische Interessenvertretung wie z. B. in Fragen der Steuer- gesetzgebung, des Arbeits- und Tarifrechts, des Lebensmittel- und Kennzeichnungs- rechts etc.
- Lobbyarbeit auf EU- und Bundesebene sowie Koordination auf Landes- und kommunaler Ebene
- Öffentlichkeitsarbeit für die Gemeinschafts- gastronomie
- Tarifpolitische Interessenvertretung und entsprechender Erfahrungsaustausch
- Informationsvorsprung durch aktuellen Rundschreibendienst
- Plattform für Informations- und Erfahrungsaustausch
- Förderung der Aus- und Weiterbildung für die gemeinschaftsgastronomische Bran- che, Zusammenarbeit mit Hotelfachschulen und Fachhochschulen
- Zentrale Anlauf- und Auskunftsstelle am Sitz der Bundesregierung in Berlin
- Koordination der Zusammenarbeit mit anderen Organisationen
- Kräftebündelung und Synergieeffekte unter dem Dach des DEHOGA Bundesverbandes
- Rückgriff auf Spezialisten im DEHOGA Bundesverband, wie z. B. Referat für Recht und Steuern
- Attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis

Mitgliedsunternehmen · Airport Cater Service GmbH · Alexianer Agamus GmbH · Audi AG Gastronomie · Bayer Gastronomie GmbH · Beiersdorf AG · BHV Betriebsgastronomie und Heimversorgung GmbH · Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG · Brose Gastronomie GmbH · DBS Projekt- steuerung GmbH · Deutsche Bahn AG · DGKK Service GmbH · Dorfner menü Catering-Service + Organisations GmbH & Co. KG · Dussmann Service Deutschland GmbH · E.ON Gastronomie GmbH · Evonik Catering Services GmbH · Gusto Gourmet GmbH · HDI AG Köln · Heidelberg Catering Ser- vices GmbH · Henkel AG & Co. KGaA Betriebsgastronomie · InfraServ GmbH & Co. Gendorf KG · Katerine GmbH · KWA Betriebs- und Service GmbH · L & D GmbH · Lufthansa Group Taste & More GmbH · LVM Versicherung · Orange+Betriebsgastronomie der Berliner Stadtreinigung · Panorama Catering · procuratio GmbH · R+V Dienstleistungs-GmbH · Rolls-Royce Solutions GmbH · Sodexo Services GmbH · StudierendenWERK Berlin · Studierendenwerk Dortmund AöR · Studierendenwerk Paderborn · Studioküche Catering GmbH · Volkswagen AG, Service Factory, Gastronomie, Hotellerie & Verkauf · WIVO Wirtschafts- und Versorgungsdienst GmbH · ZF Gastronomie Service GmbH ·



© ADDBESTOCK.COM/SERHII

DEHOGA Bundesverband
[Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.]
Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie

Am Weidendamm 1 A
10117 Berlin
Telefon 030 72 62 52-56
info@dehoga.de
www.dehoga.de