



Wir sind wichtig

Die Gemeinschaftsgastronomie ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Vorbei die Zeiten, in denen sie ein regelrechtes Schattendasein führte. Ein Gradmesser für spürbares Interesse und Akzeptanz ist die zunehmende Präsenz in den Medien, ob Süddeutsche oder Zeit-Magazin, das in einem Sonderheft die Nouvelle Kantine porträtiert. Das Signal: Essen und Trinken ist gesellschaftlich hoch relevant und überstrahlt alle Bereiche des Außer-Haus-Marktes, auch die nicht kommerziell getriebenen innerhalb der Gemeinschaftsgastronomie. Die Branche hat in den letzten Jahren besonders in Disziplinen wie Nachhaltigkeit und Einsatz ökologischer Lebensmittel die Vorreiterrolle im Außer-Haus-Markt übernommen. Dazu haben die Campusgastronomie und auch Care-Einrichtungen einen großen Beitrag geleistet. Gleichzeitig wächst auch die politische Bedeutung des Marktes. Ein Grund: Es gibt immer mehr Ess-Alphabeten in Deutschland, womit die Kosten durch falsche Ernährung stetig steigen. Wer nach Multiplikatoren für eine Umkehr sucht, findet sie in den Reihen der Gemeinschaftsgastronomie.

Ja, da bewegt sich viel nach vorn – besonders die betriebliche Esskultur findet in den großen Medien immer mehr Beachtung. Während sich die Verantwortlichen im kosten- und systemgetriebenen Care-Markt mit existenziellen Daseinsfragen befassen dürfen, erfährt Essen im Umfeld Arbeitsplatz einen signifikanten Wertewandel. Dazu verhelfen auch Aussagen wie die des Vector-Informatik-Geschäftsführers Thomas Beck, der Hotelier Sebastian Finkbeiner vom Tophotel Traube Tonbach für das Firmencatering engagierte. Zitat: „Unser Beitrag für das Betriebsrestaurant liegt bei rund 3 Mio. Euro, das sind 1,5 Prozent unserer Personalkosten. Kostenmäßig können es sich viele Unternehmen leisten.“

Die eher funktional geprägte Kantinenkultur verändert sich und verwandelt sich in einen vorzeigbaren Teil der Corporate Identity. Sie hat ihren Ursprung im Silicon Valley in Kalifornien, wo nicht nur die ganz großen Player wie Apple, Google und Facebook ihren Mitarbeitern schon vor Jahren eine neue Ess- und Arbeitskultur verordnet. Auch die Start-up-Szene im weltweit mächtigsten Tal der IT- und High-Tech-Industrie wetteifert im Kampf um Talente mit neuen Kombinationen aus Arbeit und Freizeit. Dazu gehören hybride Raum- und Gebäudeformen, multifunktionales Raum-Design und eine dem Lebensstil der Mitarbeiter angepasste Küche. Wer sich die Hitlisten der besten Firmenkantinen in den USA anschaut, reibt sich die Augen: Gesundes Essen avanciert zum Lifestyle. Statt Dickmacher gibt es bereits ausschließlich kalorienbegrenzte Menüangebote. Die Food-Offerten spiegeln die kulturelle Vielfalt des gesamten Teams wider. Schlemmen, chillen, arbeiten im loungigen Umfeld. Dieses Wohlfühlklima scheint sich auch hierzulande auszubreiten. Jüngstes Kreativ-Beispiel ist die Hamburger Otto-Gruppe, deren neue Betriebsgastronomie wir in diesem Heft vorstellen. Ob bei Otto oder zuletzt Merck in Darmstadt, die Konzepte passen sich einer neuen Arbeitskultur an und stellen die Wünsche der Mitarbeiter in den Mittelpunkt. Bleibt zu hoffen, dass diese Beispiele auch andere Entscheider ermutigen, die eigene Position im Haus zu überprüfen. Denn: Wir sind wichtig!

Burkart Schmid / Chefredakteur / Burkart.Schmid@dfv.de