

Die Betriebsgastronomie vor, während und nach Corona Das Märchen von der goldenen Kantine

**Es war einmal eine goldene Kantine, (fast) alles war schön dort,
für (fast) alle.**

Für seine Beschäftigten hatte ein Arbeitgeber einen Caterer beauftragt, der für das Wohl aller sorgen sollte. Denn Essen hält ja bekanntlich Leib und Seele zusammen.

So war es einmal ...

Die Wahl war auf genau diesen einen Caterer gefallen, weil man recht harmonisch zusammenarbeiten konnte. Der Caterer hatte ein Angebot ausgearbeitet, das den Vorstellungen des Auftraggebers nahekam und dafür einen Preis aufgerufen, den er zu zahlen bereit war.

So konnten die Beschäftigten des Auftraggebers mittags eines aus mehreren angebotenen Essen wählen, das sie wenig kostete. Die Differenz zwischen dem gezahlten und dem tatsächlichen Preis des Angebotes trug der Auftraggeber.

Alle waren zufrieden!

Auch die Beschäftigten des Caterers konnten wiederum zufrieden sein. Anders als in allen anderen Bereichen der Gastronomie hatten die Beschäftigten in der Küche nach dem Mittagessen i.d.R. Feierabend. Und, wiederum anders als in allen anderen Bereichen der Gastronomie, konnte man auf seine verlässliche Stammkundschaft zählen. Die Tischgastzahlen waren planbar, man arbeitete im Rahmen sicherer Budgetdaten und das trotz pauschaler Subventionen. Ein nettes Extra war das lukrative Geschäft mit den Sparten „Konferenzservice“ und „Gästebewirtungen“.

Und so lebten sie glücklich und zufrieden bis ans Ende ihrer Tage. Es hätte ewig so weitergehen können! Wenn da nicht diese unkalkulierbare Pandemie dazwischen gekommen wäre ...

Die dunkle Bedrohung
kommt!

Die Realität namens Corona

Mit dem ersten Lockdown im März 2020 wurde deutlich, dass die märchenhaften, ja nahezu paradiesischen Verhältnisse in der Betriebsgastronomie nicht aufrechterhalten werden können.

Ohne Gäste keine Gastronomie! Wer im Lockdown im Homeoffice oder Quarantäne ist, braucht kein Betriebsrestaurant. Und wer trotzdem regelmäßig im Unternehmen ist, meidet den Gastro-Bereich, auch wenn neue Hygienevorgaben die Speisenausgabe unkritisch machen. Der Bereich, in dem die Beschäftigten zuvor gerne KollegInnen getroffen haben, ist nun der Bereich, in dem man potentiell gefährliche, in jedem Fall vermeidbare Kontakte fürchtet.

Alteingesessenes ist
nicht mehr aufrecht zu
erhalten.

Auch das Essen selbst wird misstrauisch beäugt: Ist es bei der Zubereitung durch Dritte mit dem Virus in Kontakt gekommen? SB-Counter sind für jedermann zugänglich, es lauern zusätzliche

Risiken. Die Mitnahme von Lunchpaketen kann eine Alternative sein, bedeutet aber zusätzliches Abfallaufkommen.

Aus Sicht der Auftraggeber erscheint es logisch, die Subventionen erheblich zu kürzen. Schließlich wird nur noch ein Bruchteil der bisherigen Gästezahl bedient, dafür braucht es doch auch weniger Personal. Der Betrieb mit einem Angebot, das Vor-Corona-Standards ähnelt, soll aber schon aufrechterhalten werden. Dafür gibt es doch einen Vertrag.

Die Caterer dürfen aber nicht hoffen, dass sie über eine Preisanpassung, die die verbliebenen Gäste tragen müssten, ihre Existenz sichern. Ist er denn nicht Unternehmer und als solcher frei in seinen Entscheidungen? Nun, da sind sicher Auftraggeber und Betriebsrat vor.

Der frühere Ertragsbringer „Konferenzservice“ wird ihn nicht retten. Wer braucht Konferenzservice oder Gästebewirtung im Rahmen einer Videokonferenz?

Keine Rettung
möglich?

In dieser ersten kritischen Phase gab es seitens der Caterer kaum neue Ideen, die über einen Schnellschuss hinausgingen. Aber die Hoffnung, dass diese Zeiten schnell vorüber gehen, man sie eben aussitzen muss, um dann möglichst nahtlos an die guten alten Zeiten anzuknüpfen, war trügerisch. Die Lage bleibt weiterhin ernst und ein kurzes Kopf in den Sand stecken ist keine Option. Es braucht für Gegenwart und Zukunft Lösungen mit Substanz, die für alle Beteiligten Sinn machen und man nicht später mit den Zähnen knirschen muss.

Die Lage ist und bleibt
ernst

Dauerhafte Veränderungen der Rahmenbedingungen

Lösungen müssen her!

Mit den ersten Lockerungen blieb es für viele Beschäftigte zumindest beim turnusmäßigem Arbeiten im Homeoffice. Das neue Nebeneinander von Präsenz und Homeoffice verhindert ein Gästepotential auf dem Niveau vor Corona.

Die verbliebenen Gäste verlangen nicht unbedingt nach warmen Mittagessen. Und das Vertrauen in Selbstbedienungsangebote hat Corona sicher langanhaltend zerstört. Digitale Konferenzen haben sich etablieren können und werden auch in der Nach-Corona-Zeit zur Normalität gehören. Ohne diesen lukrativen Bereich des Caterings ist das Prinzip der Quersubventionierung, in den meisten Cateringverträgen Standard, nicht mehr haltbar.

Die Hoffnung einiger Caterer, dass sich die Uhr zurückdrehen lässt, sobald ein Impfstoff vorliegt, ist als Wunschdenken einzuordnen. Die Veränderungen, die der Lockdown in der Arbeitskultur und damit auch für die Betriebsgastronomie mit sich gebracht hat, sind so gravierend, dass es kein „Impfen und weiter wie bisher“ geben wird.

An alte Zeiten
anknüpfen geht nicht
mehr

Offensichtlich haben sich die Anforderungen an Zeit und Raum grundlegend geändert. Die Caterer können i.d.R. keine eigenen Entscheidungen zu ihrem Angebot und ihren Preisen treffen, um die

Die Anforderungen
haben sich geändert

Situation in ihrem Sinne zu retten. Vor nötigen, aber schwierigen Gesprächen mit den Auftraggebern und Betriebsräten scheuen die Caterer zurück. Und wohin soll die Reise denn überhaupt gehen? Es braucht Mut in alle Richtungen neu zu denken.

Braucht es denn noch Betriebsgastronomie? Operation beendet, Patient tot?

Ausblick: Betriebsgastronomie, aber ganz anders

Aktuelle Umfragen haben ergeben, dass der Stellenwert der Betriebsgastronomie in den Unternehmen nach Einschätzung der Mehrheit der befragten Branchenexperten steigt. Und das nicht trotz, sondern auch wegen der Pandemie und ihren weitreichenden Folgen. Das ist die gute Nachricht.

Gute und andere Nachrichten für die Betriebsgastronomie

Die schlechte Nachricht ist, dass sich die Bedeutung von Betriebsgastronomie verändert und sich damit auch ihre Art verändern muss. Aber ist das wirklich eine schlechte Nachricht?

Wer wach die Entwicklungen der letzten Jahre, also auch schon vor Corona, beobachtet hat, hat einige Tendenzen zum Essen in der Betriebsgastronomie, haben, bereits kommen sehen, einige habe sich unter Corona-Bedingungen stark beschleunigt:

Änderungen sind schon in Sicht

- Das Kerngeschäft Essen präsentiert sich hochwertiger, gesünder und serviceorientierter.
- Räumlich werden mit modularen, flexible Lösungen Zonen geschaffen, die gesucht und gebraucht werden.
- Zeitlich verwischt die klassische Trennung zwischen Haupt- und Zwischenverpflegung, Öffnungszeiten müssen neu überdacht werden.
- Quer dazu ist eine steigende Nachfrage nach To go-Angeboten und Lieferservices zu verzeichnen, die ebenfalls bedient werden muss.

Betrachtet man die genannten Punkte genauer, zeigt sich, dass hier durchaus gegenläufige Trends berücksichtigt werden wollen.

Kerngeschäft Essen

Wer nicht mit dem berüchtigten Kantinenkoma in Verbindung gebracht werden will, muss in seiner Betriebsgastronomie Gerichte präsentieren, die den Vergleich zu einem guten Restaurant nicht scheuen dürfen. Das gilt für die Qualität, eine Vielfalt, von der nicht nur Vegetarier, Veganer und Allergiker profitieren. Insbesondere dieser Gästekreis trägt entscheidend zur Qualität der Gastronomie bei. Selbstbedienung hat nicht erst seit Corona einen Beigeschmack. Das alles klingt ebenso gut wie teuer.

Förderung des Genusses für alle Essensgruppen

Die Chance auf Realisierbarkeit steigt mit der Zahl der Essensteilnehmer. Attraktives Essen ist nicht zwingend die berüchtigte Currywurst – auch gesundes Essen kann hochgradig genussvoll sein, Bsp. Esprit Headquarter in Ratingen. Der

Veggie day ist dort der stärkste Tag der Woche – weil das Essen als besonders innovativ und lecker gilt¹.

Gutes Essen muss nicht nur der eigentlichen Belegschaft präsentiert werden. Öffnet sich die Betriebsgastronomie bewusst und aktiv auch für externe Gäste, lassen sich in vielen Fällen die Zahlen verbessern.

Und wenn Unternehmen den Wert von Essen als Teil des BGM und einer Work-Life-Balance begriffen haben, können auch andere Subventionen thematisiert werden.

Blicken wir einmal in die USA, wo globale Trends oft früher erkennbar sind als in Europa: Bei attraktiven Arbeitgebern, Bsp. Dropbox, ist das Essen für die Beschäftigten kostenfrei². Und so gut, dass es als Benefit gilt, dass jeder Beschäftigte pro Monat fünf private Gäste einladen darf. Hier wird das Betriebsrestaurant offenbar als Teil der Corporate Identity gesehen. So ein positives Selbstbild ist nicht nur nett, sondern auch sein Geld wert. Wohl mehr, als es kostet.

Öffnung auch nach außen

Essen als Benefit

Raumnutzung

Lange Tischreihen mit unbequemen Stühlen sieht man zum Glück nur noch selten in den Kantinen. Aber Räume mit fragwürdiger Aufenthaltsqualität leider noch immer.

Hier gilt es, die oft sehr großzügig dimensionierten Flächen mittels modularer Lösungen zu veränderbaren Räumen umzuwandeln. Essensaufnahme ist dabei nur ein Aspekt. Der Bedarf muss die Nutzung bestimmen. Temporäres Arbeiten, interne Meetings oder Kundengespräche, vielleicht auch Betriebsversammlungen – Betriebsgastronomie verfügt oft über viel Fläche im Unternehmen und diese will genutzt werden.

Räume bedarfsgerecht nutzen und lebendiger gestalten

Jörg Ertel, Group Leader Catering bei Vodafone, sprach in einem Interview³ davon, dass das Betriebsrestaurant die Kommunikationsplattform der Unternehmen in einer digitalen Arbeitswelt werde. Hanni Rützler, Ernährungswissenschaftlerin, sieht in der Betriebsgastronomie die „emotionalen Schaufenster der Unternehmenskultur“.⁴

Kantine als Kommunikationsplattform

Grundsätzlich muss die frühere Kantine **der** Treffpunkt in den Unternehmen werden: Ein Bereich, in dem man sich wohlfühlt, der den Rahmen für die sozialen Kontakte bietet, die im Homeoffice wegfallen. Ein Umfeld für Kommunikation, das das Gefühl von Wir und Zusammenhalt am Leben halten kann, das im heimischen Büro verloren zu gehen droht.

Die Kantine als Treffpunkt und Herzstück des Unternehmens

Wer viel allein zu Hause arbeitet, wird bei Anwesenheit im Unternehmen persönlichen Austausch suchen. Und dieser Austausch gestaltet sich angenehmer, zwangloser und auch effektiver, wenn er von Essen und Trinken begleitet wird. Und das nicht nur zwischen 12 und 1, sondern über den Arbeitstag verteilt.

¹ Quelle: Internet: 15.02.2018 - Handelsblatt Magazin

² Quelle: Internet Jochen Metzger in brandeins, 2020

³ Quelle: Internet GVmanager_08_2013_dl.pdf (gastroinfoportal.de)

⁴ Quelle: Internet Hanni Rützlers Food Report 2019: Kantine avanciert zu Genusstempel (food-service.de)

Öffnungszeiten

Ein kundenorientiertes Angebot macht veränderte Servicezeiten erforderlich. Bleiben wir mal bei dem Vergleich der modernen Betriebsgastronomie mit einem häuslichen Wohnzimmer: Früher gab es im Haus die gute Stube, die nur am Wochenende und zu den Feiertagen für besondere Gäste geöffnet wurde. Heute sind Wohnkonzepte Standard, bei denen Wohn- und Esszimmer sowie die offene Küche zusammenliegen. Der Koch-, Ess- und Wohnbereich ist Herzstück eines jeden modernen oder modernisierten Hauses. In diesem Bereich wird gelebt, mal mit mehr, mal mit weniger Personen.

Analog dazu braucht es ganztägige Konzepte für die Betriebsgastronomie: Nicht nur während des Mittagessens, sondern den ganzen Tag über soll die Betriebsgastronomie den verschiedenen Nutzergruppen Raum bieten und zur Verfügung stehen. Verschiedene Nutzer, verschiedene Wünsche, das verlangt nach individuellen Angeboten rund um die Uhr.

Ganztägige flexible
Öffnungszeiten

To go-Angebote/Lieferservices

Wenn wir davon ausgehen, dass Beschäftigte zukünftig immer mal wieder daheim oder in dezentralen Workspaces arbeiten werden, sollte nicht nur der Aufenthalt im Betrieb eine besondere Qualität bekommen, denn auch an den abwesenden Tagen muss gegessen werden!

Manche kochen gern und gut, andere weniger. Dazu kommt eine steigende Zahl von Singlehaushalten. Wer den ganzen Tag allein gearbeitet hat, möchte sich dann nicht auch noch alleine Essen zubereiten. Wenn das Essen im Unternehmen gut ist, der Mitarbeiter aber nicht im Unternehmen ist, warum kommt das Essen dann nicht zum ihm?

Oder warum nicht das Abendessen im Betriebsrestaurant einpacken lassen und mit nach Hause nehmen?

Verändertes
Verpflegungsverhalten

Mobiles Arbeiten statt Präsenz im Unternehmen bedeutet auf jeden Fall ein verändertes Verpflegungsverhalten. Was nicht mitgenommen wird, könnte geliefert werden. Für einige lohnt sich ein Lieferservice, die Auslieferung von per Telefon oder Internet bestellten Gerichten nach Absprache an den Kunden bzw. an bestimmte Lieferadressen zu vom Kunden gewünschten Zeiten.

Es wird mobiler

Es wird einmal ...

Und es gibt sie doch, die goldene Kantine! Sogar ziemlich viele, so verschieden wie die Unternehmen, deren Herzstück sie werden müssen. Nur sehen sie anders aus, als wie bisher geglaubt.

Alles wird wieder gut,
nur anders

Für jedes neu oder erneuerte Herzstück sollten die Unternehmen die aufgezeigten Entwicklungen berücksichtigen. Aber was davon in welchem Maße berücksichtigt werden soll und welche eigenen Schwerpunkte gesetzt werden sollen, muss in jedem Einzelfall gründlich abgewogen werden.

Das Herzstück des
Unternehmens muss
und kann den jeweils
individuellen
Umständen angepasst
werden

Wer mit seiner Gastronomie sein eigenes Profil schärfen will, muss genau wissen, was er will. Bei dieser Analyse und der folgenden Realisierung hilft ein Blick von außen. Auch Fachberater finden die eierlegende Wollmilchsau nicht, aber sie können bei der Suche nach dem individuellen Herzstück helfen.