

Sechs Erfolgsfaktoren für die Kantine 2021+

Montag, 18. Januar 2021



NOLLMANN

Branchenkenner Hans-Peter Nollmann sieht trotz Corona große Chancen für die Betriebsgastronomie.

Kurzarbeit, Homeoffice und To-go-Angebote – die coronabedingten Veränderungen in der Arbeitskultur und damit auch in der Betriebsgastronomie sind so gravierend, dass es trotz Impfungen kein "weiter wie bisher" geben wird. Davon überzeugt ist Branchenkenner Hans-Peter Nollmann. Er ist Inhaber des Planungs- und Beratungsbüros SN-Beratung in Bielefeld und hat die Kantine der Zukunft skizziert. Nollmann sieht vor allem sechs Hebel, wie Caterer und Betriebsverpfleger auch künftig erfolgreich agieren können.



Die Anforderungen an Zeit und Raum haben sich grundlegend geändert. Es brauche Mut, in alle Richtungen neu zu denken, appelliert **Hans-Peter Nollmann**. Der **Stellenwert der Betriebsgastronomie steigt** nach Einschätzung von Branchenexperten, wie aktuelle Umfragen zeigen. Und das nicht trotz, sondern aufgrund der Corona-Pandemie und ihren weitreichenden Folgen. Das sei die gute Nachricht, so der Experte.

„Wir brauchen Mut, in alle Richtungen neu zu denken.“

Die schlechte Nachricht: Mit dem Bedeutungswandel der Betriebsgastronomie müsse sich auch ihre Art verändern. Schon in den vergangenen Jahren zeichneten sich einige neue Tendenzen zum Essen in der Betriebsgastronomie ab, die sich teils unter Corona-Bedingungen stark beschleunigt haben:

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

Worauf es künftig ankommt

Betrachte man die genannten Punkte genauer, so Nollmann, zeige sich, dass hier durchaus gegenläufige Trends berücksichtigt werden müssen. Im Folgenden die aus seiner Sicht wichtigsten Punkte, um auch in der **Post-Corona-Zeit** als **Betriebsverpfleger** erfolgreich zu sein.

1. Genuss für alle Zielgruppen fördern

Wer nicht mit dem berüchtigten Kantinenkoma in Verbindung gebracht werden will, muss in seiner Betriebsgastronomie Speisen präsentieren, die den **Vergleich zu einem guten Restaurant** nicht scheuen dürfen. Das gilt für **Qualität und 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. Die Chance, dies umzusetzen, steigt mit der **Zahl der Essensteilnehmer. Attraktives Essen ist nicht zwingend die berüchtigte Currywurst** – auch **gesundes Essen** kann hochgradig genussvoll sein wie die Betriebsgastronomie des **Modeunternehmens Esprit am Headquarter in Ratingen** beweist. Der Veggieday ist dort der stärkste Tag der Woche – weil das Essen als besonders innovativ und lecker gilt.

2. Für externe Gäste öffnen

Gutes Essen muss nicht nur der eigenen Belegschaft im Unternehmen 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 Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGN) und einer Work-**

Life-Balance begriffen haben, können auch andere Subventionen thematisiert werden. Ein Blick in die USA zeigt, wo die Reise hingehen kann: Bei attraktiven Arbeitgebern wie beispielsweise **Dropbox** ist das Essen für die Mitarbeitenden kostenfrei. Und so gut, dass es als Benefiz gilt, dass jeder Beschäftigte pro Monat fünf private Gäste einladen darf. Hier wird das **Betriebsrestaurant offenbar als Teil der Corporate Identity** gesehen. Ein solches positives Selbstbild ist nicht nur nett, sondern sein Geld wert.

3. Räume lebendiger gestalten

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.

4. Kantine als Kommunikationsplattform

Jörg Ertel, Group Leader Catering bei Vodafone, sprach in einem Interview davon, dass das Betriebsrestaurant die Kommunikationsplattform der Unternehmen in einer digitalen Arbeitswelt werde. **Trendforscherin Hanni Rützler** sieht in der **Betriebsgastronomie die "emotionalen Schaufenster der Unternehmenskultur"**. Grundsätzlich muss die frühere Kantine der Treffpunkt in den Unternehmen werden: Ein Ort, in dem man sich wohlfühlt, der den **Rahmen für die sozialen Kontakte** bietet, die im Homeoffice wegfallen. Ein Umfeld für Kommunikation, welches das **Gefühl von Wir und Zusammenhalt** am Leben halten kann, was im heimischen Büro verloren zu gehen droht. Wer viel allein zu Hause arbeitet, wird beim Arbeiten 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 14 Uhr, sondern über den Arbeitstag verteilt.



Mehr spannende Stories
im Probe-Abo.

Jetzt testen

gv-praxis

(<https://abo.food-service.de/order/gv-praxis-de/print-plus-digital-abo/probeabo/gv-praxis-Probeabo-Print--Digital-92/angebot?>)

5. Ganztägige flexible Angebote & 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**.

6. To go-Angebote und Lieferservices

Wenn wir davon ausgehen, dass Beschäftigte künftig immer mal wieder **daheim** oder in **dezentralen Workspaces** arbeiten werden, sollte nicht nur der Aufenthalt im Betrieb eine besondere Qualität bekommen, denn an den Tagen des mobilen Arbeitens muss auch gegessen werden. Manche kochen gern und gut, andere weniger. Dazu kommt eine **steigende Zahl von Single-Haushalten**. 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?

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 für** die Auslieferung via Telefon oder Internet bestellter Speisen an die vom Kunden gewünschte Lieferadresse und Zeit.

Fazit: Konzepte individuell anpassen

Die Kantine ist und bleibt das Herzstück des Unternehmens. "Für jedes neue oder erneuerte Herzstück sollten die Unternehmen die aufgezeigten Entwicklungen berücksichtigen", ist Hans-Peter Nollmann überzeugt. Allerdings sollte in jedem Einzelfall gründlich abgewogen werden, welche eigenen Schwerpunkte man setzen will oder auch muss. Am Ende muss das neue Konzept die Gäste überzeugen.

Hier finden Sie weitere [FS+ Artikel \(/plus\)](#).

Sie möchten Aktuelles zum Thema "**Coronavirus und die Gastro-Branche**" lesen? Mehr fachlichen Input finden Sie in unserem "**Coronavirus und die Gastro-Branche**"-Dossier ([/dossiers/coronavirus/](#)).

THEMEN:

 Betriebsgastronomie

 Hans-Peter Nollmann

 Betriebsrestaurant

 Corona-Krise

 Gemeinschaftsgastronomie

 Corona-Pandemie