

GV MANAGER

DAS MANAGEMENT-MAGAZIN
FÜR DIE GEMEINSCHAFTSGASTRONOMIE

- 08 MACHER**
MIGUEL-ANGEL CONTRERAS Y
SCHAFFELD, TÜV RHEINLAND
- 14 KONZEPT**
VOR ORT IM DM-DIALOGICUM
IN KARLSRUHE
- 22 WISSEN**
ERNÄHRUNG ZUR STÄRKUNG
DES IMMUNSYSTEMS



SEITE 18
JETZT MAL EHRlich



Partnerschaftlicher Austausch

Ein partnerschaftliches Miteinander zwischen Mitarbeitern, Projektverantwortlichen und nicht zuletzt dem Caterer spielte bei Konzeption und Bau der neuen Unternehmenszentrale von dm in Karlsruhe eine große Rolle. Gastronomisch bemerkenswert ist der Frischeanspruch.

Eine Wiedervereinigung der besonderen Art feierten die Mitarbeiter des Drogerieunternehmens dm im Juli 2019 mit Bezug des dm-dialogicum in Karlsruhe. Bis dahin waren sie aufgrund des starken Wachstums des Drogerieunternehmens der vergangenen Jahrzehnte auf acht Standorte

in Karlsruhe verteilt. Dem sollte die neugebaute Unternehmenszentrale abhelfen – und tat es auch gut ein halbes Jahr lang. Dann kam Corona, und die Mitarbeiter wechselten ins Homeoffice. Positiver Nebeneffekt: Organisatorisch war das keine große Herausforderung, sind doch die Mitarbeiter darin

eingespielt, digital miteinander zu kommunizieren und zu arbeiten. Denn Homeoffice bzw. digitales Arbeiten wird seit über zehn Jahren aktiv gelebt. Schon vor der Lockdown-Phase war dies montags und freitags stark spürbar, da diese Tage gerne für Homeoffice genutzt wurden. „Auch wenn die vergangenen Wo-

chen eine Herausforderung für jeden waren, sind wir optimistisch, dass wir unseren Standort langfristig wieder mit allen Vorzügen nutzen können – sowohl für das Arbeiten als auch für die Kommunikation und das Beisammensein“, erläutert Tanja Wolters, Teamverantwortliche Facility Management dialogicum. Stand Mitte Juli sind 85 bis 90 Prozent der bis zu 1.800 Mitarbeiter der Zentrale noch im Homeoffice.

Von Mitarbeitern konzipiert

Ein Faktor, der dazu beitragen könnte: Wie die neue Zentrale und auch die erste eigene Betriebsgastronomie am Standort Karlsruhe aussehen soll, das haben die dm-Projektverantwortlichen mitgestaltet. „Alle Komponenten und Prozesse wurden von dm selbst mit Unterstützung von Planern und Partnern umgesetzt“, betont Tobias Rößler, Bereichsverantwortlicher Facility Management und Gesamtprojektleiter des Neubaus des dm-dialogicum. „Von Partizipation der Mitarbeiter reden viele Unternehmen, hier wird sie aber wirklich gelebt“, bestätigt Planungspartner Sebastian Herrmann, geschäftsführender Gesellschafter von Reisner & Frank, eine Erfahrung aus der Kooperation. Um die gastronomische Richtung auszuloten, machte das Projektteam vorab viele Referenzbesuche. „Wir haben uns viel Zeit genommen, um zu überlegen, was wir möchten – und was nicht“, erläutert Tanja Wolters, die über jahrelange nebenberufliche Gastro-Erfahrung verfügt.

Die zentrale Anforderung ans gastronomische Konzept war schnell definiert: „Die Unternehmensphilosophie und -grundsätze, die unter anderem beinhalten den Menschen in den Mittelpunkt zu stellen, sollten sich gerade bei diesem Thema sehr stark wiederfinden“, berichtet Sebastian Herrmann. „Konkretisiert haben wir das Ganze in Form der drei wertorientierten Zielsetzungen: Genuss, Verwöhnen und Authentizität“, ergänzt Tobias Rößler. Diese Werte sollten vom Caterer nicht nur gemäß Leistungsverzeichnis erbracht werden, sondern sich auch in seiner eigenen Philosophie widerspiegeln – etwas, dem Genuss & Harmonie gerecht wurde.

Partnerschaftlich geplant

„Wir wollten, dass der Caterer sich auch in die Küchenplanung und -ausstattung einbringt“, erläutert Tobias Rößler einen Anspruch, der



Gemütlich: Mit viel Holz schuf man ein einladendes Ambiente, das angesichts von 90 Prozent Homeoffice derzeit trotzdem nur wenige nutzen.

FRISCHE MIT KONZEPT

Der Wunsch von dm an den Caterer war ein möglichst hoher Frischegrad und wurde entsprechend auch im Leistungsverzeichnis verankert. So darf der Anteil an vorgefertigten Lebensmitteln 5 Prozent nicht übersteigen.

3 wertorientierte Zielvorstellungen konkretisieren die Umsetzung:

- **Genuss:** frische, saisonale und regionale Küche, durchgängige Qualität, wenig zukaufen
- **Verwöhnen:** Home made, überraschend, liebenswürdig („We Care“)
- **Authentizität:** Glaubwürdigkeit, Originalität, Aktualität, Transparenz

Alles, was sinnvoll und möglich ist, macht der Caterer dank eines hohen Fachkräfteanteils von ca. 75 Prozent selbst, und hat dafür die passende **technische Unterstützung** bekommen:

- Pastamaschine für Nudeln, Maultaschen
- Hefegärschränke für Pizzateig und sonstige Backwaren
- Mehrzweckmaschine zum Raspeln, Schneiden usw. der eigenen Rohkost/Zutaten
- Eismaschine

Kompromisse ist man eingegangen bei:

- Kartoffeln werden bereits geschält bezogen, da man keinen Stärkeabscheider verbauen



wollte. „Das beeinflusst die Qualität aber nicht“, betont Tanja Wolters.

Für den **Einkauf** bedeutet das Folgendes:

- 80 Prozent frische Zutaten (Obst, Gemüse) regional bezogen, Fleisch zu 100 Prozent eigene dm-Bioproducte ergänzen das Sortiment, wo sinnvoll: Nüsse, Linsen im Großgebinde oder Produkte für die Teeküchen (Kaffee, Tee, Milch)
- Großhändler liefert primär Trocken- und Molkereiprodukte
- Pool von rund 10 Lieferanten



Durchdacht: Die Küchenausstattung ist auf einen hohen Frischegrad ausgelegt. Bezahlt wird auf Vertrauensbasis und bargeldlos an Touchscreens.

auf den partnerschaftlichen Gedanken bei dm zurückgeht, und bei derartigen Projekten nicht selbstverständlich ist. Eines der Ergebnisse: „Auf Anregung des Caterers hin haben wir im Ausgabebereich einen fünften festen Themencounter für Bowls & Co. integriert“, berichtet Tanja Wolters.

Der restliche Planungsentwurf aus der Feder von Reisner & Frank für Küche, Lager und Ausgabe deckte sich aber größtenteils mit den Vorstellungen des Caterers. „Dem hohen Frischeanspruch von dm entsprechend, haben wir z. B. bereits eine separate Kalte Küche und passende Kleingeräte eingeplant, das TK-Lager dagegen eher klein gehalten“, erläutert Sebastian Herrmann. Um dem großen Volumen an frischen Zutaten für Salaten und Bowls Rechnung zu tragen, wurde z. B. eine etwas größere Mehrzweck-Schneidemaschine angeschafft als sonst üblich. „Beispielsweise bei Karotten macht es einen großen Unterschied, ob diese vor Ort geschnitten oder geschnitten zugeliefert werden. Transport und Zeit sorgen für einen großen Qualitätsverlust. Folglich dürfen Küchenmaschinen in Frisehküchen nicht fehlen“, veranschaulicht Sebastian Herrmann. Welche Maschinen und Zutaten noch dazu beitragen, dass der Caterer nicht mehr als fünf Prozent vorgefertigter Lebensmittel einsetzt, haben wir im Kasten auf S. 15 zusammengetragen.

Die Pâtisserie wurde auf Wunsch des Caterers in die abgekoppelte kleine Konferenzküche verschoben, um flexibler zu sein. „In der Kalten Küche hätte man die Pâtisserie zeitlich genau eintakten müssen, um den Vorschriften

AUF EINEN BLICK dm-dialogicum, Karlsruhe

Investitionsvolumen: 120 Mio. €

Eröffnung: Juli 2019

Küchenfachplaner: Reisner & Frank

Betreiber Gastronomie: Genuss & Harmonie

Gastronomische Geschäftsbereiche:

- Cafébar mit wöchentlichem Brotverkauf eines regionalen Bäckers
- Restaurant: 5 Themencounter (Pizza, Pasta, Bowls & Co., Weltreise, Geschmacksheimat), Salat- und Antipastibuffet, 1 Suppe, 2 Tagesdesserts (angesichts Corona derzeit nur eingeschränktes Angebot)
- Konferenzcatering und Abendveranstaltungen
- Automat mit Snacks, ab 14 Uhr mit einem heruntergekühlten Mittagessen auf Geschirr zum individuellen Erwärmen

Mitarbeiter Küchenteam: 19 (75 % Fachkräfte)

Gästepotenzial: 1.800 Mitarbeiter, 200-300 Besucher

Preisspektrum Hauptgerichte: 3,50 bis 6 €

Durchschnittsbon: 4,60 €

Wareneinsatz: ca. 45.000 € pro Monat

Essensbeteiligung: 70 %

Sitzplatzkapazität: rund 400 Plätze auf 2 Ebenen innen, 150 Außenplätze

Ausgewählte Ausstatter: Alexander Solia (Schneidemaschine), Barit (Bodenbelag), Cool Compact (Kühlschränke), Edgar Fuchs (Ausstatter Küchentechnik), Halton (Lüftungsdecke), Hello Tess/Dallmayr (Kassensystem), Meiko (Spültechnik), MKN (komplette Thermik: Herd, Kombidämpfer, Multifunktionsgerät uvm.), Prisma (Theken), Rieber (Frontcooking-Technik)

der räumlichen Trennung zu entsprechen“, erläutert Sebastian Herrmann die Hintergründe und ergänzt: „Uns ging es ja nicht nur darum, ein Konzept theoretisch aufzureißen und die Technik dafür hinzustellen, sondern dass diese Vision auch gelebt wird. Nichtsdestotrotz muss man im Tagesgeschäft offen bleiben für etwaige Nachjustierungen. Denn wie unser Konzept angenommen würde, war ja ein Blick in die Glaskugel“, betont er. Dass sich Caterer und Unternehmen folglich weiterhin eng und zielführend austauschen, sei daher elementar. „Mit Frau Wolters hat man eine perfekte Schnittstellenkoordinatorin eingesetzt.“

Nachhaltig investiert

Tanja Wolters setzte zusammen mit Tobias Rößler auch im Planungsprozess neue Impulse. So sah der Architekt noch einen Fliesenboden für die Küche vor. „Wir haben bei den Vorab-Recherchen aber schnell gemerkt, dass ein voll vergossener Boden mit oberer Verbundabdichtung das A und O ist, um langfristige Feuchtigkeitsschäden zu verhindern“, berichtet sie. Daher entschied man sich für eine Lösung von Barit: „Der einfache und schnell zu reinigende epoxidharzbasierte Küchenbodenbelag reduziert in den Arbeitsbereichen der Gastronomie umweltbelastende Reinigungsmittel, aber auch den Reinigungsaufwand selbst und entlastet somit die Mitarbeiter“, ergänzt Tobias Rößler. Im Sinne dieses nachhaltigen Mehrwerts, der auch dem Leitbild Rechnung trug, war das Unternehmen auch bereit, mehr zu investieren als für den Fliesenbelag veranschlagt.



Wiedervereinigung: In der neuen Zentrale von dm, dem dialogicum, wurden die bis dato auf acht Karlsruher Standorte verteilten Mitarbeiter vereint.

Der Philosophie treu

Die Philosophie von dm beeinflusste nicht zuletzt auch die Wahl des Kassensystems. „Unsere Mitarbeiter kassieren an den iPad-basierten bargeldlosen Kassenplätzen selbst – auf Vertrauensbasis, denn Vertrauen in die

Mitarbeiter zu setzen ist uns sehr wichtig. Das funktioniert sehr gut“, berichtet Tanja Wolters. Mitarbeiter nutzen dazu ihren Zugangschip, Gäste erhalten eine temporäre Karte oder einen QR-Code. Die SB-Kassen sind direkt an den Countern angebracht: „Wir wollten

keinen Platz für Kassenplätze binden, die noch dazu oft als Nadelöhr fungieren“, nennt Tobias Rößler ein weiteres Entscheidungskriterium. Und in der aktuellen Situation ist man erst recht froh, dass man sich nicht um die hygienische Herausforderung bei Barzahlungen kümmern muss.

Bezeichnend für die Werteorientierung von dm ist nicht zuletzt eine Aktion in der Cafébar: So liefert die Traditionsbäckerei Lörtz, die vis à vis der alten dm-Zentrale liegt, donnerstags Brote zum Weiterverkauf an. Ausverkauft sind diese innerhalb von nur zwei Stunden. „Hiermit wollten wir trotz eigener Pâtisserie ein Stück weit an der gewachsenen Verbindung festhalten und die Region unterstützen“, betont Tobias Rößler. **Claudia Kirchner**

MEHR DAZU



Ein bewegtes Bild der dm-Gastronomie gefällt? Online finden Sie einen entsprechenden Video-Link: www.gastroinfoportal.de/dm-dialogicum-gastro



EGV | SOLUTIONS

Die Komplettlösung für die moderne Küchenorganisation

IT-MODULE

BERATUNGEN

SEMINARE

WORKSHOPS

