

Anmelden

Benutzername: Passwort: Angemeldet bleiben[Anmelden](#)[Registrieren](#) [Passwort vergessen](#)

Marketingtool, nicht Kostenfaktor

[Karoline Giokas](#) [News](#) [20. August 2020](#)

Seit den Homeoffice-Zeiten durch Corona verändern sich unsere Arbeitswelten rapide. Mehr Mitarbeiter als je zuvor arbeiten zuhause. Damit einher gehen neue Anforderungen an die Betriebsgastronomie und arbeitsplatznahe Verpflegungsanbieter. Sebastian Herrmann, Geschäftsführender Gesellschafter von [Reisner und Frank](#) spricht im exklusiven Interview über sich wandelnde Konzepte.

Herr Herrmann, trotz Krise sind Sie optimistisch, dass es mit der arbeitsplatznahen Gastronomie am Ende aufwärtsgehen wird?

Grundsätzlich gehen wir davon aus, dass es durch eine Neuordnung der Arbeitswelten insgesamt und speziell im Bereich der von Produktion entkoppelten Arbeitsplätzen zu starken Veränderungen kommen wird. Flächen werden neu strukturiert, mobiles Arbeiten und Arbeiten von Zuhause wird noch mehr an Bedeutung gewinnen und somit gehen wir auch davon aus, dass der Bedarf insgesamt an Bürofläche rückläufig sein wird. Dies würde dann dazu führen, dass insgesamt auch mit weniger Verpflegungsteilnehmern im Bereich der Gastronomie in Unternehmen zu rechnen sein wird.

Gleichzeitig erkennen wir aber bei unseren aktuellen Projekten auch, dass die Unternehmen sehr viele Bemühungen anstellen, die Arbeit nicht nur im Homeoffice, sondern auch im Unternehmen in Zukunft noch angenehmer zu machen. Neben Serviceleistungen wie Fitnessangeboten, Einkaufsdiensten, Kinderbetreuung und Concierge-Service wird hier immer wieder das Thema Gastronomie stark in den Vordergrund gestellt. Getreu dem Motto „Essen und Trinken bringt Menschen zusammen“ sollen in Zukunft Mehrwerte am Arbeitsplatz geschaffen werden, die es im Homeoffice in dieser Form nicht unbedingt gibt.

Somit gehen wir davon aus, dass zwar die Nutzerzahlen der jeweiligen Gastronomien insgesamt am Markt sinken werden. Jedoch werden dort, wo es noch Gastronomie geben wird, gegebenenfalls sogar die Anzahl an Essenteilnehmer steigen oder zumindest die Angebotsbreite und das Servicelevel deutlich erhöht. Dies wird somit einen großen Teil des Rückgangs in den Gesamtbudgets kompensieren. Selbstverständlich gehen wir dabei auch davon aus, dass Gastronomiedienstleister, die bereits in der Vergangenheit auf hochwertige und individualisierte Gastronomiekonzepte gesetzt haben, diesen Wandel zwar nicht einfach vollziehen können, aber einfacher als diejenigen Anbieter die bereits in der Vergangenheit schon Schwierigkeiten hatten, den wachsenden Bedürfnissen im Bereich der Qualität, des Servicelevels und auch der individuellen Kundenbetreuung gerecht zu werden.

Foren durchsuchen

Unsere Empfehlung



Sie belegen diesen Optimismus mit Erfahrungen, die auf einer Studienreise ins Silicon Valley machten. Wie sind das?

Arbeitgeber im Silicon Valley haben das mobile Arbeiten und Arbeiten von Zuhause bereits vor Jahren stärker forciert als die Mehrheit der europäischen Unternehmen. Im Jahre 2015 waren dort Webmeeting-Systeme wie Skype schon viel stärker akzeptiert und angewandt worden. Dies hing auch damit zusammen, dass viele der Mitarbeiter im Silicon Valley weite Anfahrtswege aus Ihren Wohnorten hatten und somit beispielsweise die Strecke zwischen San Francisco und dem Silicon Valley so stark frequentiert war, dass man für einen Weg anstelle 40 Fahrminuten mitunter gerne mal zwei Stunden benötigte. Alternative öffentliche Verkehrsverbindungen wurden nicht angenommen und brachten auch keinen Zeitvorteil. So kam es, dass immer mehr Mitarbeiter die Vorzüge der digitalen und mobilen Welt nutzten.



Sebastian Herrmann, Geschäftsführender Gesellschafter bei Reisner und Frank

Daraus entwickelte sich dann eine Problemstellung: Die Menschen trafen sich auf der Arbeit nicht mehr so spontan und oft wie früher. Unkoordinierte Abstimmungen zwischen den Meetings, beispielsweise auf dem Flur oder in der Kantine reduzierten sich stark. Dies spiegelte sich dann beispielsweise auch in den Bearbeitungszeiten von Projekten wieder. Projekte dauerten länger als zuvor, was wiederum die Kosten des Unternehmens erhöhte und die Umsetzung des Kerngeschäfts verlangsamte.

Als dies erkannt wurde, legte man Sonderprogramme auf, die das Arbeiten am Arbeitsplatz wieder reizvoller und in der Tat auch angenehmer machten. Neben einem eigenen Shuttleservice, der die Fahrzeiten optimierte und die Arbeit auf dem Arbeitsweg selbst ermöglichten, wurden die Arbeitsbereiche und das Umfeld aufgewertet. Genau hier kam die Gastronomie ins Spiel: Essen und Trinken wurde mehr und mehr zum Spielball und löste ein Wettrennen aus. Das Angebot wurde ausgeweitet, es gab mehr Frische, mehr Regionalität, höhere Servicelevels, kostenfreies Essen und das nicht nur für die Mitarbeiter selbst – auch für Freunde und Familienangehörige

Wird dabei zwischen Mitarbeitern, deren Angehörigen und Freunden unterschieden? Gibt es entsprechend unterschiedliche Konditionen?

Eines der beeindruckenden Beispiele auf unserer Tour war die Gastronomie beim Cloudanbieter Dropbox, mitten in San Francisco. Das dortige Speisenangebot zeigte sich teilweise auf Sternenniveau. Aber nicht nur das Mittagessen war hervorragend, selbst die Kaffeebohnen werden dort vor Ort selbst und frisch geröstet. Speisen und Getränke wurden in einer stilvollen Kaffeebar, einem eleganten Restaurant und in vielen weiteren arbeitsplatznahen Communication-Hubs angeboten.

An dem Tag als wir dort waren gab es in diesen Pausenbereichen als Überraschung Kokosmilch aus frischen Kokosnüssen und weitere frisch gepresste Säfte und hausgemachte Snacks. In den Communication-Hubs will man weitere Orte schaffen, in denen man sich zum unkoordinierten Austausch mit den Kollegen trifft. Damit diese Orte genutzt werden, lockt man mit entsprechendem Angebot. Die Mitarbeiter werden sogar bis in den Abendstunden hinein vollumfänglich gastronomisch versorgt. Mittags gibt es zwölf Gerichte zuzüglich diverser Abwandlungen und Salaten. Alle Gerichte werden frisch vor Ort zubereitet und erfahren einen sehr hohen Eigenfertigungs- und Frischegrad. Die täglich stattfindende Servicebesprechung gibt allen Gastronomiemitarbeitern einen Überblick, wo es was gibt, wie es schmeckt und was es zu beachten gilt. Zusätzlich werden Bilder von den Gerichten gemacht, die in Echtzeit über das Dropbox-Cloudsystem in die digitale Tageskarte eingefügt werden.

Auf Nachfrage warum denn auch die Freunde und Familienangehörige der Mitarbeiter zum Essen eingeladen werden können, erhielten wir als Antwort eine Gegenfrage. Diese lautete: „Warum nicht?“. In den weiteren Gesprächen stellte sich nicht nur bei Dropbox heraus, dass die Gastronomie nicht als Kostenfaktor betrachtet wird, wie es leider oft noch in Deutschland der Fall ist, sondern als Marketingtool für einen attraktiven Arbeitsplatz, bestmögliche Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben und der Wettbewerbsvorteil in einem War of Talents. Bei 1.200 Arbeitsplätzen zählt Dropbox täglich über 1.800 Essensteilnehmer zur Mittagszeit. Die tolle Gastronomie hat sich sogar schon soweit herumgesprochen, dass Sicherheitskräfte den Zugang ins Gebäude, der unmittelbar neben dem Zugang zu den Gastronomieräumlichkeiten liegt, speziell zur Mittagszeit gesondert

erwachen.

Was ist das



Gastronomie wird bei Dropbox nicht als Kostenfaktor betrachtet, sondern als Marketingtool für einen attraktiven Arbeitsplatz. Fotos: Reisner und Frank

Konzeptes?

Die kostenfreie Verpflegung von Freunden und Familienangehörige soll zum einen dazu führen, dass sich Privatleben und Berufsleben besser vereinbaren lassen. Mitarbeiter der Dropbox müssen sich somit zum Lunch oder zum Abendessen nicht Downtown treffen und somit beispielsweise keine zusätzliche Zeit für die Organisation oder die Wegezeiten berücksichtigen. Dies ist nicht nur komfortabel, sondern ermöglicht im Umkehrschluss eine bessere Konzentration aufs Arbeiten. Mit diesem Gedanken werden auch weitere Dienstleistungen wie Wäscheservice, Einkaufsservice und vieles mehr angeboten.

Zum anderen soll der Besuch von (privaten) externen Personen auch dazu zu führen, die positive Außenwirkung des Unternehmens zu unterstützen. Vielleicht ist ja einer der Freunde bald ein Mitarbeiter oder Kunde. Die wöchentlichen After Work Partys, immer freitags mitten im Restaurant, stärken diesen Ansatz und die Bindung zum Arbeitgeber.

Eine betriebswirtschaftliche Frage: Wie hoch sind dort die Arbeitgeber/Arbeitnehmer-Anteile an den Kosten?

Auch diese Frage haben wir gestellt. Eine konkrete Antwort erhielten wir darauf nicht, wenn man sich jedoch folgende Größenordnungen vor Augen hält kommt man schnell darauf, welche kostenbewusste Denkhaltung dahinterstecken kann. Folgendes Rechenbeispiel verdeutlicht, dass die Kosten der Verpflegung gedanklich dem Gehalt der Mitarbeiter zugeordnet wird uns nicht irgendeiner Kostenstelle im Facility Management. Betrachtet man die Relation der durchschnittlichen Gehaltskosten je Mitarbeiter zu den Ausgaben für das Essen und Trinken je Mitarbeiter, sieht man die Relationen.



Kosten Mitarbeiterverpflegung Deutschland

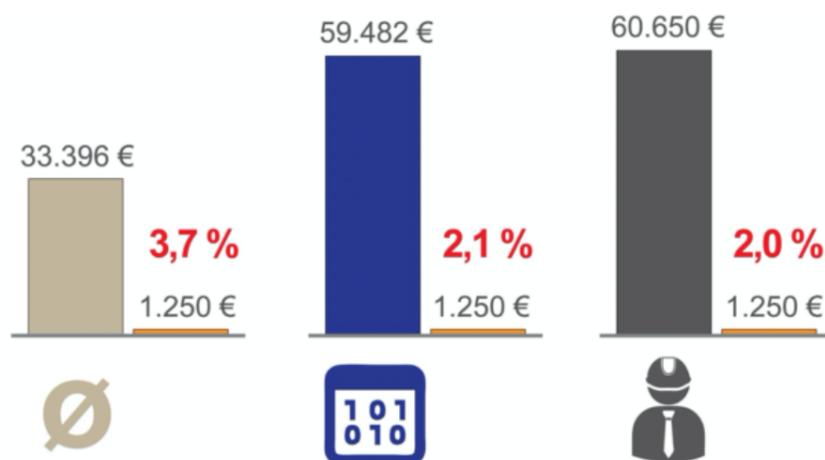
Durchschnitts-Bruttogehalt versus Verpflegungskosten je Mitarbeiter pro Jahr

250 Arbeitstage

8,00 € Kosten je Mittagessen (zzgl. Miete, Abschreibungen, Medienkosten)

3,00 € Durchschnittsbetrag je Mittagessen

→ 1.250 € je Mitarbeiter pro Jahr (5,00 € x 250 Tage)



© Reisner & Frank GmbH, 14.09.2017

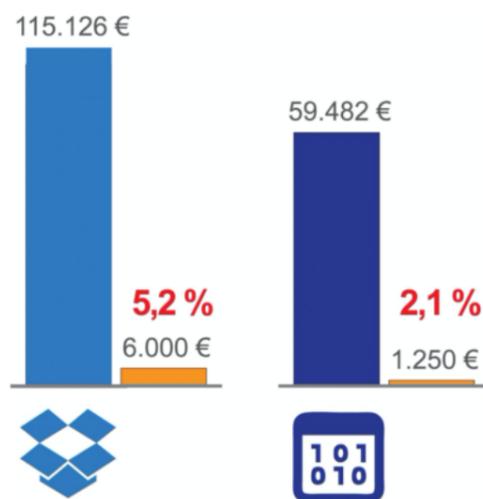
Kosten Mitarbeiterverpflegung Dropbox vs. IT-

Dropbox: Durchschnitts-Bruttogehalt vs Verpflegungskosten je Mitarbeiter pro Jahr

250 Arbeitstage

24,00 € Kosten je Tag (Annahme für Dropbox: Frühstück, Mittagessen, Abendessen)

→ 6.000 € je Mitarbeiter pro Jahr (24,00 € x 250 Tage)



© Reisner & Frank GmbH, 14.09.2017

Summa Summarum entsteht ein Bewusstsein, dass zu einem ordentlichen Gehalt unter anderem auch eine ordentliche gastronomische Versorgung zählt. Gerade im Silicon Valley besteht ein Bedarf an vielen hochqualifizierten Fachkräften. Diese akquiriert man nicht nur aus unterschiedlichsten Regionen der Welt, sondern man muss sich sowohl gegenüber den Mitbewerbern im eigenen Marktsegment als auch gegenüber branchenfremden Arbeitgebern abgrenzen. Somit ist alleine im Kampf um die besten Talente die Herausstellung von USPs sehr wichtig. Apple, Google, Facebook, Amazon und Dropbox: alle umgarnen beispielsweise IT-Fachleute. Wie also schaffen es dann diese Markenunternehmen trotzdem die Nase im Wettrennen vorne zu halten. Das Gehalt alleine ist nicht mehr ausschlaggebend. Investitionen in die Gastronomie werden durch solche Betrachtungsweisen bewertbar und vergleichbar. Schaut man sich dann noch die Situation mit der erschwerten Kommunikation in immer digitalisierteren Kommunikationswegen an, wird die alternative Investition in eine verbesserte persönliche Kommunikation durch den Kommunikationshotspot Gastronomie plötzlich nachvollziehbar und logisch.

Die Gastronomie wird jedoch nicht nur in der Qualität der Speisen und des Servicelevels sowie in Sachen Architektur und Ambiente immer individueller und hochwertiger. Es gilt auch zu berücksichtigen, dass die dafür vorgesehenen Flächen und Orte, einer multifunktionalen Nutzung gerecht werden müssen. Damit meine ich nicht, dass Hallen entstehen, in denen jeder Stuhl und jeder Tisch möglichst schnell verschoben oder auf- und abgebaut werden kann. Vielmehr sollte das Grundsetup der Gasträume eine Mehrfachnutzung erfahren. Neben dem täglichen Mittagessen sollen nicht nur Eventformate ausgerichtet werden können. Open Work Spaces, Workshop-Rooms, abtrennbare Besprechungseinheiten, Medientechnik, spontane All Hand Meetings ohne Rüstzeiten, all



das sind Themen die
lich zu
 Reduzierungen
 tunnen können, wenn
 man diese zukünftig in
 den Gastronomieflächen
 unterbringt. Denn dann
 muss man diese
 wertvollen Flächen nicht
 an dem Ort vorhalten.

**Gibt es ähnliche
 Anzeichen der
 Wertschätzung der
 Betriebsgastronomie
 bereits in Deutschland?**

Die Wertschätzung ist in
 Deutschland schon angekommen. Dies ist speziell in jüngst eröffneten Konzepten wie dem
 Konradhaus in München oder auch Konzeptumwandlungen wie bei Otto in Hamburg deutlich zu
 sehen. Alleine bei unseren derzeit bearbeiteten Projekten, die bereits vor 2-3 Jahren begonnen haben
 und in diesem und nächstem Jahr eröffnen, sind diese Ansätze noch deutlicher zu sehen. Covid19
 wird unserer Ansicht nach auch diese Entwicklung zu mehr Qualität und Flexibilität forcieren. Damit
 zukünftig jemand den Schreibtisch von Zuhause aus dem Homeoffice mit dem Schreibtisch beim
 Arbeitgeber im Unternehmen tauscht, bedarf es auch bei der Gastronomie ein darauf abgestimmtes
 Angebot. So wie es Unternehmen im Silicon Valley einst erlebt haben, dass es Sinn macht, auch über
 die Gastronomie einen ganzheitlichen Ansatz für ideales Arbeiten neu zu denken, so vermuten wir,
 wird es in ganz anderer Dimension nun auch aufgrund der völlig umgekrempelten Arbeitswelt zu
 einer weiteren derartigen Dynamik kommen.

Wann das Ende der Krise erreicht ist, das kann ich noch viel weniger abschätzen als Experten, die sich
 damit tiefergehend beschäftigen. Ich traue mich aber heute schon zu behaupten, dass die
 Wertschätzung der Gastronomie am Arbeitsplatz eine starke positive Entwicklung fortsetzt.



Qualität wird bei Dropbox groß geschrieben und Kaffeebohnen daher direkt
 vor Ort selbst geröstet.

[← Zelte und Hallen als temporäre Raumlösungen](#)