"Wir fördern die Kommunikation"

Die aktuelle Lage ist prekär. Umso mehr stellen sich die Fragen, wie heftig die Veränderungen für die Branche nach Corona ausfallen und wie die konzeptionellen Lösungen aussehen. Ein Gespräch mit Sebastian Herrmann, Geschäftsführender Gesellschafter der Reisner und Frank GmbH.

"Gasträume sollen für Workshops,

Open Workspaces, Desksharing und

Events zur Verfügung stehen."

us dem Blickwinkel eines Planungs- und Consul-A tingunternehmens. Welche Entwicklungen sehen Sie aktuell?

Sebastian Herrmann: Selbstverständlich hat Covid-19 Einfluss auf unsere tägliche Arbeit und führt dazu, alles Bisherige zu hinterfragen. Was die Hygienevorgaben und die daraus resultierenden technischen Umsetzungen betrifft, waren und sind wir schon vor Covid-19 gut vorbereitet gewesen. Somit sind dort nur wenige Dinge, die man mit den Erfahrungen einer Pandemie in diesem Ausmaße anpassen muss. Hier geht es im Wesentlichen aber nicht um wirklich kritische Themen, sondern vielmehr um weitere Optimierungen, die die Hygiene noch besser absichern, als sie bisher ohnehin schon war.

Gibt es signifikante Veränderungen?

Eine maßgebliche Veränderung beobachten wir im Bereich der Betriebsgastronomie, und zwar konkret im Umfeld von Verwaltungsstandorten. Schon vor Corona waren die

Qualitätsanforderungen an Angebot, Frischegrad, Gesundheit, Wohlbefinden und Ambiente stark gestiegen. Viele unserer Kunden wählten auch die Gastronomie als Joker bei der Personalakquise. Getreu nach dem Motto "Ein guter Arbeitgeber kümmert sich auch um das Wohl sei-

ner Mitarbeiter" wurden mehr und mehr gastronomische Erlebniswelten geschaffen. Zudem sollte damals auch schon die Kommunikation im Unternehmen abteilungsübergreifend stärker gefördert werden, indem man die Gasträume für weitere Nutzungsfunktionen konzipierte. Damit meine ich, dass sie auch außerhalb der zwei Stunden Peakzeit am Mittag für Workshops, Open Workspaces, Desksharing, Events und Co. zur Verfügung stehen.

Gibt es konkrete Beispiele dafür?

Projekte wie Viessmann in Allendorf (Eder), das Konradhaus in München oder auch das Workcafe von Truma in Putzbrunn liefern bereits diese Zusatzfunktionen. Was sich aber im Moment stark ändert, sind nicht die geforderten Formate, sondern vielmehr die Gründe, warum derartige Konzepte benötigt werden.

Und die lauten?

Heute steht man nicht nur im Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter. Zusätzlich verspüren

bereits viele unserer Kunden nach den anfänglich positiven Erfahrungen aus den Homeoffices, mit der dezentralen und mobilen Arbeitswelt, dass sich die Projektarbeit verändert. Viele Dinge gehen erstaunlich gut und funktionieren auch in

der alleinigen Arbeit im stillen Kämmerchen, doch einige Dinge funktionieren auch nicht so gut bzw. könnten durch gezielte persönliche Treffen spürbar verbessert werden.



office-Welle kritisch?

Die Arbeit aus dem Homeoffice bringt sowohl Vorteile wie auch Nachteile mit sich. Nicht selten kommt es beispielsweise vor. dass Entscheidungen nicht mehr so schnell getroffen werden und dadurch Projektbearbeitungszeiten sich ausweiten. Auch die Kreativität entfaltet sich über Videomeetings anders als im persönlichen Zusammentreffen. All das führt dazu, dass viele davon ausgehen, dass die Art der Aufgaben, die es zu bearbeiten gilt, zukünftig am "Arbeitsplatz in der Firma" andere sind.

Worin besteht die Chance für unser Gastronomiegeschäft?

Wir stehen für die Kommunikation und fördern das gemeinsame Zusammenarbeiten. Beides steht ganz oben auf den Hit-Listen. Dazu braucht man flexibel nutzbare Raumkonzepte und Rahmenbedingungen ohne große Ablenkung. Man will die Menschen zusammenführen und ein angenehmes Umfeld schaffen, in dem Kreativität freien Lauf erhält und Entscheidungen pragmatisch mit hoher Qualität getroffen werden. Und gerade darauf sollte sich die Gastronomie einstellen.



Konzept Konradhaus in München. Multifunktionale Nutzung ist Pflicht.

Das bedeutet auch für die Planer ein Umdenken.

Absolut. Klassische Kantinenangebote und Formate können für diese neue Arbeitswelt nicht wirklich einem Mehrwert bringen. Ganz im Gegenteil, denn sie sind vielfach zu unflexibel, blockieren wertvolle und teure Fläche und können sich im Unternehmen nicht schnell genug an den eigentlichen Bedarf anpassen. Das führt wiederum zu erhöhten Betriebskosten.

Was schlagen Sie vor?

Die Gastronomie-Einheiten müssen sich in Zukunft noch flexibler auch auf geringere Kapazitätsanforderungen anpassen lassen. Die dann neuen Gastronomiekonzepte werden einer noch höheren Qualität bedürfen als heute. Damit die Zusammenarbeit in der Firma demach besser funktionieren kann, werden Kommunikationszentren geschaffen, in denen es auch etwas zu essen und zu trinken gibt. Der ohnehin schon anhaltende Trend zu einer Ganztagsversorgung über das Mittagessen hinaus wird sich noch mehr verstärken.

Das heißt für die Operative konkret?

wie vor von einer Handwerklichkeit,

persönlichen Individualität sowie fri-

Dass – egal zu welcher Tageszeit – die Gäste eine gesunde, transparente und zeitgemäße Ernährung erwarten. Damit diese individuell auf bestmöglichem Niveau sichergestellt werden kann, sollte die Organisation speziell auch am Point of Sale und in der Produktion vor Ort entsprechend angepasst werden. Abläufe, die der Gast sieht, müssen nach

schen, am besten regionalen, ökologisch unbedenklichen Arbeitsweisen zeugen. Prozesse, die der Gast nicht sieht, können hingegen noch stärker standardisiert, automatisiert und digital bearbeitet werden. Wer also dem Gast gegenüber eine möglichst individuelle,

"In naher Zukunft werden sich viele Prozesse verändern."

frische und authentische Leistung erbringt und gleichzeitig einen hohen Automatisierungsgrad hat, wird betriebswirtschaftlich den Spagat am besten meistern können. Diese Entwicklung ist nicht neu, erfährt aber im Moment eine zusätzliche Dynamik.

Das bedeutet eine neue technische Ausstattung?

Ja, dazu gehören vollautomatisierte Spülküchen, selbstreinigende Küchen, intelligente und autonome Transportsysteme innerhalb einer Großküche. Alles wurde bereits bei uns in verschiedenen Projekten in der Planung realisiert, und wir werden schon in naher Zukunft erleben, dass sich erstaunlich viele Prozesse verändern.

Doch der Trend im Markt zielt eindeutig auf Fachkräftemangel und Convenience-Lösungen.

Die Begrifflichkeit "Conveniencegrad" versuchen wir bei unserer Kommunikation weitestgehend zu vermeiden. Da dieser sehr oft negativ behaftet ist, erläutern wir vielmehr, wie zeitentkoppelte Prozesse Mehrwerte schaffen. Dabei ist es erst einmal unwichtig, wie viel dieser Prozesse tatsächlich selbst erbracht werden. Die selbst vorproduzierten Speisen sind somit beispielsweise keine Convenienceprodukte mehr, sondern zeugen von einer zeitgemäßen Prozessplanung. Wenn zum Beispiel ein regionaler Partner die frischen und selbstproduzierten Lebensmittel in einer ent-

sprechenden Qualität im Gesamtkontext sinnvoller zusteuern kann, dann spricht erst einmal nichts gegen die Verwendung vorgefertigter Produkte. Wie industriell gefertigte Produkte gleichzeitig die von den Kunden er-

wünschte Regionalität, Frische und Individualität abbilden können, werden wir in der Zukunft mit Spannung beobachten.

Die Fragen stellte Burkart Schmid.