

Die Wirtschaftsfachzeitschrift für professionelle Gemeinschaftsgastronomie

D 7682 E

gv-praxis

BUSINESS · CARE · EDUCATION 10/2021



ZUKUNFTS PLANET BERLIN

www.food-service.de

AXEL SPRINGER
**Neue Kiez-Gastro
als Gästemagnet**

VIVANTES
**Klinikkonzern
setzt Maßstäbe**

STUDIERENDENWERK
**Veggie total
für alle Mensen**

Die **neue** Kiez- Gastronomie



© imago images/Jürgen Held



Der lichtdurchflutete Axel-Springer-Neubau besticht durch eine außergewöhnliche Außen-Architektur. Innen prägen miteinander verbundene Terrassen, ein 45 Meter hohes Atrium und eine moderne Konzeptgastronomie made by Pace den Bau.

Das Medienhaus Springer und Berlin sind untrennbar miteinander verbunden. Viele Jahrzehnte stand das Springer-Hochhaus direkt an der ehemaligen Mauergrenze als Symbol für Demokratie und freie Presse. Ein Ort, der die Westberliner stolz machte. Vis-à-vis wurde jetzt der Neubau platziert. Als einer der ersten Großverlage hat Springer hier seine Interpretation von New Work mutig realisiert und eine neue Arbeitswelt erdacht. Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender, spricht von einem „symbolträchtigen Zuhause“ und einer

kulturellen Transformation durch „radikal moderne Arbeitsräume“. Gleiches trifft auf die „radikal modernen“ neuen Gastronomieformate zu, die unter der Leitung von Lars Tretzack, Geschäftsführer der Pace GmbH, eine 100-prozentige Beteiligung der Axel Springer SE, entstanden ist. Wer das neue kubusförmige Verlagsgebäude betritt, erlebt sofort die Verschmelzung von Gastronomie- und Arbeitswelt. Funktional wie ein Zentral-Bahnhof, aber nicht unsympathisch. Alles fließt ineinander, überall Ecken für Kommunikation. Die zeitlose Nutzung der puristisch wirkenden weiten Raumwelten ist Teil des neuen Konzepts. Und Gastronomie

Arbeitswelt und Gastronomie verschmelzen.

ist Teil der Allgemeinflächen, die in Arbeitsbereiche übergehen. „Am Anfang gewöhnungsbedürftig“, signalisiert Marco Roland, Leiter der Gastronomie. Zum Beispiel, wenn die Servicekräfte die Tische eindecken müssen. „Ein Lerneffekt.“ Denn die „Doppeldeckertische“ mit Stromanschluss können jederzeit zum Arbeiten genutzt werden.

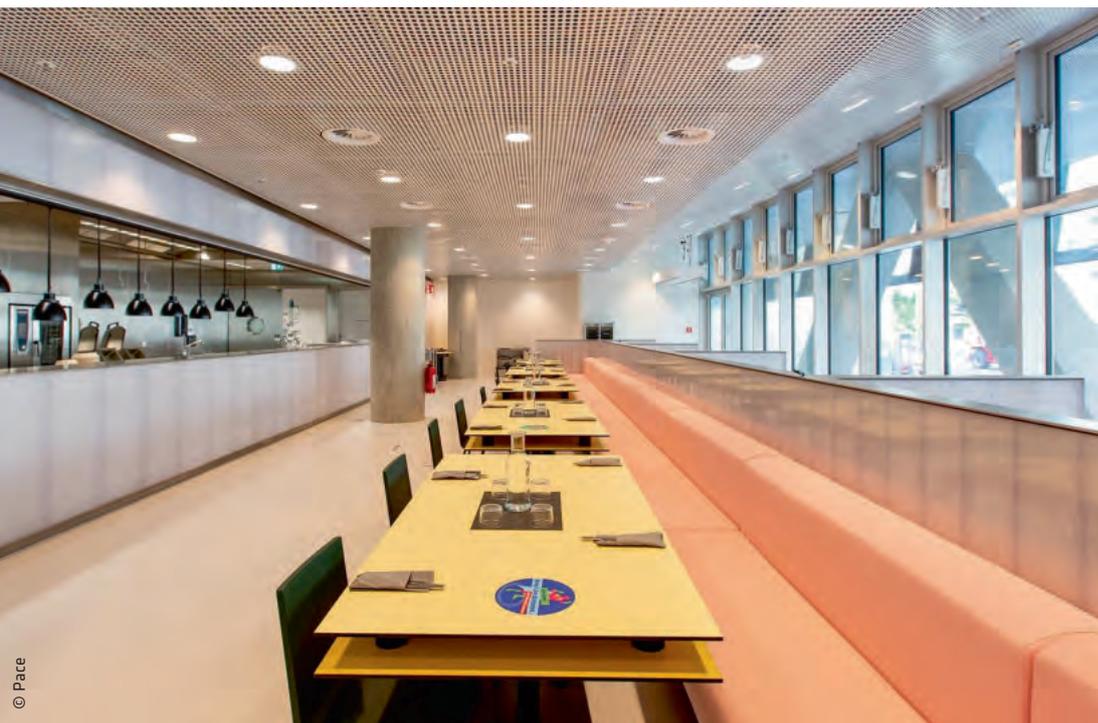
Eigentlich war die offizielle Eröffnung schon im Juli 2020, doch danach musste bald wieder geschlossen werden. 13 Monate später sind wieder alle Gastronomiebereiche für die 5.500 Mitarbeiter an beiden Standorten geöffnet. Lars Tretzack: „Wir haben frühzeitig mit unseren Führungskräften in einem Workshop die neuen Konzepte diskutiert. Uns war klar, wir müssen unsere Konzepte erneuern.“ Im Neu-

Pace Catering & Events

Standort	Berlin
Eröffnung	Oktober 2020
Eigentümer	Axel Springer SE
Caterer	Pace
Umsatz insg.	10,1 Mio. € (Vj. 23,3)
Mitarbeiter	78
Gästepotenzial	5.000
Gastro-Betriebe	6
Zentralküche	150 qm, Produktion 58,4 qm
Gasträum	insgesamt rund 1.500 qm
Bonwert	7,48 €
wichtige Ausstatter	Cool Compact, Hobart, MKN, Prisma, Rational, Viessmann
Planung, Konzept	Reisner & Frank



Hereinspaziert: Das papa by pace lädt zum Genießen, Meeten und Entspannen ein.



© Pace



© Burkart Schmid

bau wird das Thema Qualität deutlicher hervorgehoben. Gleichzeitig wurde der gesamte Marketingauftritt samt Homepage auf neue Brands und neues Wording ausgerichtet.

Der Pace-Geschäftsführer: „Grundsätzlich wichtig war unsere neue Markenarchitektur mit Betrieben wie Canteen, Kitchen, Cafe oder REM, die Rooftop Bar. Dabei haben wir mit

Qualitätsversprechen „by Pace“.

einer Agentur gearbeitet, die neue Namen kreiert.“ Vorher wurde aus Kundensicht geprüft, wie nachvollziehbar die Auslobung samt Outlets ist. Corona sei dafür ein Brandbeschleuniger gewesen. Da der Gast nicht mehr so arbeite wie vor Corona – „es wird nie mehr so sein wie vorher“ –, habe das Folgen fürs Geschäft. O-Ton Tretzack: „Wir brauchen heute eine starke Dachmarke. Alle Brands sind mit dem Hinweis ‚by Pace‘ versehen – als Qualitätsversprechen.“ Darauf könne der Kunde blind vertrauen. Der neue Claim von Pace lautet „People at axel springer creating catering & events“. Besonders freut sich der Pace-Chef darüber, dass er die offizielle Springer

True American Style: Der Diner macht dem Namen Ehre.

Frische, Optik und gesunde Zutaten: das Pace-Qualitätsversprechen.

Schrifttype verwenden darf: „Wir sind damit ein Teil der Familie.“ Damit die einzelnen Gastromarken bekannt werden, gab es zur Eröffnung ein Journal, das die Marken in Steckbriefen vorstellte. Was gibt es wo?

Hier die einzelnen Gastronomie-Angebote:

Canteen. Im gastronomischen Mittelpunkt des Neubaus steht die „Canteen by Pace“. Es ist das zentrale Restaurant und Gegenstück zum zweiten großen Restaurants Papa (ohne Razzi) im Altbau. Canteen setzt auf eine sichtbare Produktion vor den Gästen und bietet täglich fünf Hauptgänge,

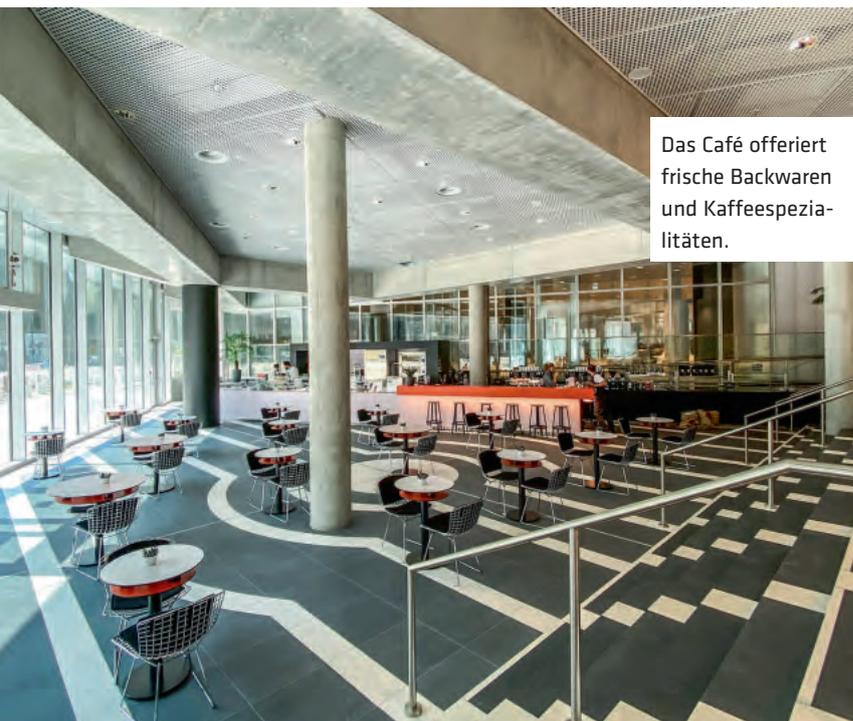
darunter ein täglich wechselndes veganes und vegetarisches Gericht. Nicht zu vergessen: täglich eine Bowl plus eine Suppe und ein Dessert. Marco Roland: „Wir garantieren extrem hohe Qualität, angelehnt an die Top-Gastronomie.“ Besonderheit: Zu trinken gibt es nur Berliner Wasser – gratis. „Es funktioniert wunderbar.“ Noch eine Besonderheit: Es gibt keine Tablettis. Per „Service light“ wird abgeräumt.

REM. Die beliebte Rooftop Bar auf dem Dach hat auch zur Mittagszeit geöffnet sowie ab 18 Uhr zur Cocktailstunde oder um einen Blick über Berlin zu genießen – eine komplette Bar- und Chill-out-Location mit Liegestühlen und Wellness-Ecken. Aus drei Containern heraus werden die Gäste gastronomisch versorgt. Lars Tretzack hofft, dass die Bar ab dem kommenden Jahr am Wochenende auch für Touristen geöffnet wird, dann aber mit Verzehrpflicht über Bons und nur Samstag und Sonntag.

Kitchen. Die Event-Location für das Springer-Personal für Projekte und Formate ist jederzeit buchbar. Auch für Kochevents oder andere Anlässe. So kann man „Kitchen“ als Wohn-



© Pace



Das Café offeriert frische Backwaren und Kaffeespezialitäten.

küche, Kochschule oder Veranstaltungsraum buchen. Dort können aber auch Pop-up-Gastronomien entstehen, indem sich Berliner Gastronomie-Start-ups hier versuchen.

Cafe. Neben Kaffeespezialitäten aus hauseigener Röstung wird vor Ort Brot und Gebäck frisch gebacken und Patisserie-Ware offeriert. Das besondere Ambiente dieses Ortes soll zu einer kurzen Auszeit einladen und bietet sich auch für offizielle Meetings an.

Alle Prozesse wurden neu definiert.

Die Speisen für alle Formate kommen aus einer zeitgemäßen und effizienten Küche. Die zentrale Küche ist gleichzeitig auch der zentrale Hauptausgabebereich für warme Speisen. Marco Roland: „Wir verfügen über ein zentrales Küchenkonzept fürs Tagesgeschäft und Events auf einer Veranstaltungsfläche von 500 Quadratmetern.“ Man habe schon in der Planungsphase versucht, das Optimum aus der Küchenfläche herauszuholen. Dazu war man drei Tage beim favori-



© Pace

sierten Technikhersteller und habe einen Wochenplan „durchgekocht und Events simuliert“. Die Technik beherrsche alle Gararten, die Geräte verfügten über Netzwerkschnittstellen, um Programme aufzuspielen. Das Konzept stehe für Frontcooking und Multifunktionalität – auch im Ausgabebereich.

Jetzt also wieder ein Neustart. Marco Roland: „Für die zweite Eröffnung haben wir alle Prozesse wieder neu definieren müssen.“ Und weiter: „Wir haben Glück, dass unser Konzept vom Start weg unterstützt wird. Unsere Gäste sind jüngeren Alters und interessieren sich mehrheitlich für Ernährungsfragen. Sie schätzen unsere handwerkliche Frischküche und unsere Kiez-Gastronomie.“ Vom

Sebastian Herrmann,
Reisner & Frank, zu
Planung und Konzept.



© Reisner & Frank

„Ein Leuchtturm“

Worin bestehen die Lösungen für die Zukunft – was macht den Leuchtturm-Charakter aus?

Besonderheit Man denkt Gastronomie grenzenlos. Es geht nicht mehr nur um die Mittagsverpflegung, sondern vielmehr um ein Erlebnis über den ganzen Tag mit Highlights zu unterschiedlichen Tageszeiten samt ansprechenden Angeboten. Highlight ist die Rooftop Bar, einen solchen Platz gibt es in Berlin nur sehr selten.

New Work Sämtliche Arbeitsformen von New Work wurden nicht nur im gesamten Gebäude, sondern auch in den Gastronomiebereichen mit sehr hoher Konsequenz bedacht. Die entstandenen Lösungen sind zukunftsweisend.

Formate Die Kombination der unterschiedlichen Outlets ist einmalig. Verschiedene Service-Levels, unterschiedliche handwerkliche Prozesse werden in jedem Outlet vor dem Gast gezeigt. Für den kleinen wie auch für den großen Hunger, für die eiligen Gäste wie auch die Genießer gibt es Bereiche.

Click & Collect Gäste können bereits vor dem Zutritt zu den Gastronomiebereichen bestellen und bezahlen. Selbst das Bestellen und Zahlen vom Tisch aus ist digital möglich. Pace hält sich dadurch offen, dass sogar ein Fullservice in allen Bereichen umsetzbar wäre.

Flexibel Speziell die Bereiche der Canteen und Kitchens sind ohne Umrüstungen auch direkt für Events ideale Spielwiesen. Sämtliche Arbeitsformen von New Work wurden nicht nur im gesamten Gebäude, sondern auch in den Gastronomiebereichen mit einer sehr hohen Konsequenz bedacht. Die entstandenen Lösungen sind zukunftsweisend. Dabei ist die Gastronomie mit einem außerordentlich hohen Stellenwert berücksichtigt und hilft dabei, die Chancen von New Work zu fördern. Somit fungiert die Gastronomie als Antreiber der abteilungsübergreifenden Kommunikation und trägt maßgeblich zu einem maximalen Informationsaustausch innerhalb des Unternehmens bei.



REM. Die beliebte Rooftop-Bar, benannt nach dem Architekten des Hauses, Rem Koolhaas. Hier der Blick auf das Springer-Hochhaus. Drinks und Snacks können an drei Container geordert werden.

© RoodPace



Auf dem Dach. Frischer als vom eigenen Kräutergarten geht es nicht.

© Burkart Schmid

20. März bis August 2021 war das Gastro-Team in Kurzarbeit. Dennoch blieben Teile der Pace-Gastronomie immer geöffnet. Lars Tretzack: „Da es immer schwieriger wird, Mitarbeiter zu finden, wurden wir vom Vorstand unterstützt, unser Team zu erhalten und durch diese schwierige Phase zu führen.“ Während dieser Zeit wurde auch die Idee für die wohl erfolgreichste Aktion bei Springer geboren: „Dinner at home“. Alle rund 5.000 Mitarbeiter erhielten

ren Wachstumsstrategie wir mit unterstützen.“ Im Klartext: Springer brauche die besten Leute und die Pace-Gastronomie sei Teil der attraktiven Rahmenbedingungen – und damit wichtiger Bestandteil des Arbeitgebermarketings.

Der Durchschnitts-Bon von 7,45 Euro ist ein Spitzenwert und verdeutlicht, wie groß das Vertrauen des Springer-Personals in die gastronomischen Angebote ist. Dazu auch der Münchner Planer Sebastian Herrmann, Geschäftsführer von Reisner & Frank: „Die hohe Qualität der Produkte und Serviceleistungen findet trotz überdurchschnittlicher Preise Akzeptanz, obwohl Berlin für ein sehr günstiges und vielfältiges Angebot in der freien Gastronomie bekannt ist. Eine höhere Qualität, eine entsprechende Angebotstiefe und -vielfalt sind also nicht nur gefragt, sondern werden auch bezahlt.“ Und Pace-Gastrochef Marco Roland versichert: „Die Speisen kommen an und finden hohe Akzeptanz.“ Das gesamte Catering-Team freut es, dass der Vorstand selbst die Mitarbeitergastronomie nutzt und auch zu schätzen weiß. Lars Tretzack: „Damit bekommt jeder ein Gespür für unsere Arbeit, und wir bekommen das Feedback sofort zurückgespielt.“ Und mit dem sind wir hoch zufrieden.“

Burkart Schmid

Gastronomie gehört zur Employer Branding.

ein Top-Menü. Es wurde nach Hause geliefert und musste nur noch erhitzt werden. „Die Resonanz war überwältigend“, so Springer Personal- und Finanzvorstand Dr. Julian Deutz. Überhaupt ist für den Springer-Vorstand klar, dass eine leistungsfähige Gastronomie extrem zur Kultur beiträgt, damit die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gern in das Headquarter kommen. Gleichzeitig suche man die Besten. Tretzack: „Wer uns nur an KPIs misst, kann sicher günstigere Lösungen finden. Wir bieten hier anerkannte Top-Gastronomie und haben einen extrem kurzen Draht zu den Verantwortlichen, de-



Der Chiller im Rem macht ordentlich Dampf.

© Pace

„Nur Homeoffice wird nicht funktionieren.“

Über die Bedeutung der hauseigenen Gastronomie sprach Chefredakteur Burkart Schmid mit Dr. Julian Deutz, Personal- und Finanzvorstand der Axel Springer SE, Berlin.

Was gefällt Ihnen an der neuen Gastronomie?

Dr. Julian Deutz: Ich empfinde das gesamte Konzept absolut positiv und freue mich täglich auf das „Canteen“. Hier wird eine super Qualität geboten – und das in einer schönen Atmosphäre. Viele genießen es, von Counter zu Counter zu gehen und zu schauen, was es gibt. Schön auch, wenn sich hier Nationalitäten vermischen und gemeinsam abteilungsübergreifend kommuniziert wird.

Wie bewerten Sie die Aufgabe der Gastronomie in der heutigen Zeit?

Mit unseren gastronomischen Angeboten, darunter unsere neue Dachterrasse, vernetzen sich unsere Mitarbeiter. Das klappte auf Anhieb hervorragend. Die Gastronomie wird in dieser Pandemie-Zeit sogar wichtiger. Fakt ist, dass die Unternehmen im hart umkämpften Arbeitsmarkt – Stichwort War of talents – zukünftig mehr bieten müssen, um den Arbeitsplatz interessanter zu machen.

Sie favorisieren eine eigene GmbH. Warum?

Die GmbH haben wir seit 2005. Generell ist diese Dienstleistung nicht primär kostengetrieben. Vielmehr wollen wir den Mitarbeitern attraktive Angebote machen. Da finden wir es wichtig, dass der Service von Kollegen für Kollegen kommt. Wichtig für mich als Personalvorstand: Wir haben eine kurze Abstimmung und entwickeln gemeinsam auch neue Ideen. Diese Schnittstellen funktionieren enorm effektiv. Zusätzlich haben wir das Glück, dass wir über ein tolles Team verfügen, das schon bei der Goldenen Kamera das Catering verantwortete und diese High-End-Veranstaltung bestens meisterte.

Stellen Sie eine Veränderung der Ansprüche an Essen und Trinken fest?

Ganz bestimmt. Die neue Generation von jungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern will sich wohlfühlen und Teil einer gelebten Unternehmenskultur sein. Dass die modernen Gastronomie-Formate zur Mitarbeiter-Motivation beitragen, ist uns schon länger bewusst. Viele Dienstleistungen sind Teil unserer Management-Agenda. Deshalb haben wir den Verantwortungsbereich für Lars Tretzack erweitert. Er über-

prüft, wo es noch Lücken im Service im gesamten Haus gibt. Er ist sozusagen unser Kiez-Bürgermeister und schaut, wo es etwas zu verbessern gibt.

Können Sie Beispiele nennen, wo die Gastronomie in Erinnerung geblieben ist?

An einem heißen Tag im Juli hat Lars Tretzack kurzerhand beschlossen, dass es ab 14 Uhr Eis gratis für alle gibt. Der Truck fuhr vor – und die Überraschung war groß. Hier geht es um Wertschätzung, darum, Signale zu setzen. Die Idee von Pace, während der Pandemie alle im Homeoffice mit einem „Dinner at home“ zu überraschen – es gab ein Top-Menü –, hat seitens der Mitarbeiter mehr positive Rückmeldungen ausgelöst als alle anderen Initiativen der letzten 15 Jahre.

Ist die neue Gastronomie eine Antwort auf die neuen Arbeitsbedingungen?

Definitiv. Wir haben hier eine ausgeprägte Lunchkultur. Dabei wird sich auch mit Laptop ausgetauscht und diskutiert. Die offenen Flächen laden dazu ein. Wie sich der Anteil Homeoffice gestaltet, definieren die einzelnen Unternehmensbereiche für sich. Redaktionen haben da andere Voraussetzungen als kaufmännische Bereiche. Ich glaube jedenfalls nicht an dauerhaftes Homeoffice, weil die Bindung an das Unternehmen sowie zu den Kollegen verloren geht. Nur Homeoffice ist nicht der richtige Weg.

Das Gespräch führte Burkart Schmid.

