

Dussmann will mit einem Start-up die Kantinen digitalisieren

Als einen digitalen Marktplatz für Dienstleister aus dem Food-Bereich beschreibt Christian Hamerle das Konzept für das Start-up Food Service Innovation Lab. Gemeinsam mit dem Facility-Manager Dussmann will er Betriebskantinen aufwerten. Dafür sollen Vorgänge hinter den Kulissen automatisiert werden und gleichzeitig mehr Wohlfühlatmosphäre an den Tischen einkehren.



Mit einem Appell wandte sich der Food-Experte Christian Hamerle bei der Fachmesse Servparc an die Architekten: Sie sollen helfen, Kantinen völlig neu zu erfinden, damit die großen Flächen bald nicht mehr nur für das Mittagessen genutzt werden. „Wir müssen uns darum kümmern, dass diese Räume zu Coworkingspaces, zu Meetingräumen werden“, findet er. Kantinen sollten so konzipiert werden, dass sie sich als Ort für Nachmittagsworkshops und sogar Abendveranstaltungen durchsetzen. Hamerle ist sich sicher: „Das wird definitiv so von unseren Kunden in Zukunft verlangt werden.“

Doch damit sich die Betriebskantine als Herzstück in einem Unternehmen etablieren

Ziel ist ein Marktplatz für Food-Anbieter

kann, müsse sich zunächst einmal am Essen etwas ändern. Um das zu erreichen, hat Hamerle gemeinsam mit dem Berliner FM-Dienstleister Dussmann das Food Service Innovation Lab gegründet. „Wir haben uns nicht weniger vorgenommen, als das Betriebsgastronomie-Business auf den Kopf zu stellen und völlig neu zu denken“, erläutert Philipp Conrads. Er ist Vorsitzender der Geschäftsführung von Dussmann Service Deutschland.

Bei dem Projekt handelt es sich um ein Start-up, das nicht in Konkurrenz zu dem üblichen Cateringangebot von Dussmann steht, erklärt Conrads. Stattdessen soll die Plattform Food-Service-Anbieter mit Kunden zusammenbringen. Schließlich seien Regionalität und Saisonalität auf den Speisekarten

inzwischen gängige Wünsche vieler Kunden, weiß Hamerle. Die Angebote müssten aber nicht immer aus der eigenen Küche stammen. Vielmehr soll mit dem Food Service Innovation Lab ein digitaler Marktplatz geschaffen werden, über den lokale Anbieter wie Streetfood-Köche kontaktiert werden können, um ihre Gerichte in die Kantinen zu bringen und so einerseits für Abwechslung, andererseits aber auch für ein authentisches Essen aus der Region zu sorgen.

Gleichzeitig sollen viele Arbeitsschritte in den Kantinen digitalisiert werden. „Wir werden keine Roboter anstelle von Gastgebern in diesen Räumen etablieren“, betont Hamerle. Denn eigentlich setze die digitale Kernidee darauf, „repetitive Vorgänge zu automatisieren“. Als Beispiele nennt er Kassensystemen und digitale Bestellsysteme. „Klassische Zahlkellner in öffentlichen Kantinen wird es

nicht mehr geben.“ Stattdessen soll das Personal als Gastgeber fungieren und für eine angenehme Atmosphäre – ganz ohne den üblichen Kantinenflair – sorgen und die Mitarbeiter ins Betriebsgebäude und damit aus dem Homeoffice zurück ins Büro locken.

Hinter den Kulissen, in der Küche, könnten digitale Lösungen vereinfachen. Köche hätten somit mehr Zeit für kreative Aufgaben, etwa beim Zusammenstellen der Wochenkarte. „Unsere Kunden sind, gerade im Bereich Hospitality, so heterogen, dass es keine All-in-one-Lösung geben wird“, sagt Hamerle. Deshalb müsse für jeden eine „maßgeschneiderte Lösung“ gefunden werden. Das funktioniere aber nur mit gut organisierten Kooperationen. „Wir sind keine Software-Entwickler smarterer Lösungen. Aber wir werden mit Start-ups zusammenarbeiten, die wir so miteinander vernetzen, dass wir

Moderne Kantinen sollen neben digitalen Prozessen mit viel Gastfreundschaft punkten. Quelle: stock.adobe.com, Urheber: WavebreakMediaMicro

End-to-End-Lösungen haben werden.“ Das übergeordnete Ziel sei dabei, alle Arbeitsschritte „vom Acker bis auf den Teller“ so zu optimieren, dass beim Personal Zeit eingespart werden kann und beim Einkauf Geld. Wenn etwa Nachbestellungen optimiert werden, könne im Gegenzug qualitativ hochwertigeres Essen als Snacks oder Menüs angeboten und Genussskultur in die Kantinen gebracht werden. **Janina Stadel**