



Projekt Fortschritt

Das 21. Fachsymposium für Systeme und Konzepte stand im Zeichen von Konsum- und Zukunftstrends. Top-Qualität allein reicht nicht mehr. Wer die Gunst der Gäste gewinnen will, muss emotionaler und digitaler werden.

Über 200 Top-Entscheider aus dem Business- und Care-Markt kamen am 6. und 7. September im Hotel Intercontinental zusammen, um Inspiration für die Zukunft zu tanken. Die Folgen der digitalen Revolution und der Mega-Trend Gesundheit standen im Fokus der Veranstaltung. Doch auch Themen wie Regionalität und Mobile Working beschäftigen die GV-Profis in den nächsten Jahren. Nach der Begrüßung im Namen der Gastgeber, *gv-praxis* und K&P Consulting, leitete der geschäftsführende Gesellschafter des Beratungsunternehmens, Simon Kuhn, auf den ersten Beitrag. Burkart Schmid (Titelbild) machte mit einem fundierten Marktüberblick von Trends und Treibern den Auftakt.

„Die Branche steht mehr als je zuvor unter dem Druck, die komplexen Wünsche von Auftraggeber und Gästen zu erfüllen.“ Seine Empfehlung: Mehr auf Premium-Caterer schauen, die offensichtlich durch Manufakturprodukte und handwerkliche Frische eine Marktnische besetzen konnten.

Regionalität spielt eine wichtige Rolle.

Auch das Thema Regionalität spielt eine wichtige Rolle, wenn es um die Profilierung der Konzepte geht. Gleichzeitig verwies er auf veränderte Nutzergewohnheiten der jüngeren Generationen, die sich vom Teller- und Menü abwenden würden.



Simon Kuhn griff im Anschluss das Thema Nutzung und Chancen der Digitalisierung auf. „Wir müssen verstehen lernen, wie die Generation Y arbeitet und isst.“ Am Beispiel Zalando-Campus in Berlin stellte er ein wegweisendes Beispiel zukunftsorientierter Betriebsgastronomie vor. Ein flammendes Plädoyer für die Vorteile der kleinen und großen Unterschiede hielt Psychologin und Bestseller-Autorin Daniela Ben Said zum Abschluss des ersten Tages. „Du bist anders. Du bist spannend. Was kann ich von dir lernen?“, legte sie den Teilnehmern als Leitsatz ans Herz. So erkenne und nutze man das „unbekannte Andere“ als wertvolle Ergänzung zum Vorhandenen. Und sie erinnert daran, nicht stehen zu bleiben: „Unser Gehirn ist dafür



Susanne Schölzel, Deutsche Bank AG.



Vordenker Stephan Jung: „Change is the new normal.“



Psychologin und Bestseller-Autorin Daniela Ben Said.

Setzt auf Brainfood: Andreas Rauth.



Prof. Dr. Peter Borges.



gemacht, sich zu entwickeln. Also bitte trainieren Sie es! Beginnen Sie im Kleinen, nicht immer gleich das Große. Verwerfen Sie erste Eindrücke, versuchen Sie erst einmal, nicht zu urteilen. Auch das ist Diversity.“ Networking und kulinarische Genüsse erwarteten die Teilnehmer am Abend in den Räumen der Classic Remise, umrahmt von vornehm gealterten Meilensteinen des Auto-designs. Ausgerichtet von Genuss & Harmonie und EGV Unna, gab es viel Raum, um sich fachlich auszutauschen und Gedanken und Ideen freien Lauf zu lassen.

Konzeptdenken aus vier Perspektiven.

Der zweite Tag bot ein abgestimmtes Parallel-Programm aus Managementthemen und visionären Best-Practice-Beispielen. Während im Business-Block das Thema Konzepte aus vier verschiedenen Perspektiven beleuchtet wurde, fokussierte die Care-Abteilung neue Verpflegungs- und Servicemodelle wie zum Beispiel Entscheidungsgrundlagen für ein Insourcing. Susanne Schölzel, Deutsche Bank AG, zeigte den fundamentalen Wandel zum bankeigenen Servicekonzept auf. Dabei gelte es, jeden Standort auf seine Anforderungsmerkmale mittels Gebäudescore zu überprüfen. Verschiedene Betriebstypen – vom Markt-Restaurant bis zum Food Stop – stehen dafür zur Verfügung. Ein Plädoyer für energiebedarfsgerechte

Konzentrierter Gedankenaustausch. Das Plenum war bestens frequentiert.

Ernährung (Brainfood) für High Performer hielt Andreas Rauth, Accenture, und empfahl ein nachhaltiges Lifestyle Coaching für Mitarbeiter. Im Anschluss analysierte Siemens-Gastronomie-Chef Thomas Donhauser die Veränderungsbewegungen seiner Einheit innerhalb der letzten Dekaden – die Zahl der Foodlieferanten fiel zum Beispiel von 560 auf 100. „Wir sehen uns heute in der Rolle des Entrepreneurs.“ Die Erfolgsstory des Contract Caterers Genuss & Harmonie präsentierte überzeugend Dr. Christoph Thome. Sein Credo: Glaubhafte Frische wird vom Gast und Auftraggeber honoriert.

Kurt Krechel, Leiter Verpflegungsmanagement des Landeskrankenhauses Andernach, beschrieb detail- und aufschlussreich, wie eine Klinikküche nachhaltig, regional und bio-zertifiziert funktioniert. Die Geschäftsleitung war investitionsfreudig mit im Boot, denn neue Geräte vereinfachen Prozesse und sparen Ressourcen, sprich Geld. Die Küche mit wenig Fleischeinsatz hat mehrere positive Effekte: Sie unterstützt die Genesung, schont ebenfalls Ressourcen und verbessert den CO₂-Faktor. Kooperationen mit lokalen Landwirten ermöglichen eine sichere Planung. Außerdem wurden alle beteiligten Teams gezielt und konsequent informiert und geschult, sodass Sinn und Vorteile des Projekts über die Belegschaft bei den Patienten gut ankommen konnten.



Simon Kuhn analysierte das gastronomische Angebot in Städten.



„Wenn ein Koch kochen kann, dann auch mit natürlichen Gewürzen“, ist der Innovationstreiber Krechel überzeugt und verwöhnt zum Beispiel mit hausgemachtem Bio-Joghurt mit 30-prozentigem Fruchtanteil.

Aus den Erkenntnissen der aktuellen Care-Studie stellte K&P Consulting-Geschäftsführer Ekkehart Lehmann einen bunten Strauß an Maßnahmen für mehr Vielfalt auf dem Teller zusammen und mahnte einen neuen Blickwinkel an. Dass das Krankenhausessen an vorletzter Stelle in der Patientengunst stehe, sollte unbedingt geändert werden. „Wir beachten zu wenig, dass die Patienten im Krankenbett nur rund 15 Prozent der Gäste einer Klinikküche ausmachen. Besucher und auch mobile Patienten möchten überall snacken, Kaffee trinken und auch shoppen.“ Viele Probleme resultierten aus einem Investitionsstau von fast 700 Millionen Euro und der fehlenden Erkenntnis, dass

Verpflegung und Service längst zum Marketinginstrument avanciert seien. Dabei profitiere nicht nur das Image. Die Erlöse aus attraktiven Konsumangeboten könnten für Verbesserungen genutzt werden. „Wir müssen wissen, wer die Kunden sind, was sie wünschen und diese Wünsche erfüllen. Die Menschen wollen sich wohlfühlen.“

Nach zehn Jahren wieder Insourcing.

Ähnliche Erkenntnisse führten im Uniklinikum Bonn zu dem Beschluss, ein früheres Outsourcing zu revidieren. Den mehrstufigen, komplizierten Rückweg hin zum Patienten und seinen Bedürfnissen beschrieb Alexander Pröbstl aus Sicht des verantwortlichen Vorstandes für Pflege und Patientenservice. „Bei mehreren Dienstleistern ergaben sich zu viele Schnitt-

stellen. Fehler und Beschwerden stiegen an“, ist sein Resümee. In zehn Jahren Outsourcing hatte die Klinik intern genügend Know-how aufgebaut, um abgestimmt, effizient und flexibel selbst für höhere Essensqualität und Patientenzufriedenheit zu sorgen. Pröbstl ist überzeugt, dass medizinische Exzellenz für den Erfolg einer Klinik nicht mehr ausreicht. Der Patient und seine Bedürfnisse müssten ganzheitlich betrachtet werden, entsprechende Konzepte möglichst bald greifen.

Geld verdienen durch Zusatzangebote. Professor Dr. Peter Borges, Geschäftsführer der Kölner Beratung im Gesundheitswesen Aktiva, erläuterte, wie Kliniken mit individuellen Konzepten erfolgreich neue Erlösquellen anzapfen. Leicht integrierbare Wahlleistungen, die per Zuzahlung auch Nicht-PKV-Patienten nutzen können, seien auf jedes Krankenhausversorgungskonzept übertragbar. Mit einer spannenden bilderreichen Innovationsreise begeisterte Experte Stephan Jung – „Change is the new normal“ – die Zuhörer. Er empfahl eine Frischzellenkur, um der Disruptionsgefahr à la Neckermann oder Schlecker vorzubeugen. Sein Appell: Wer jetzt stehenbleibt und abwartet, den wird es morgen vielleicht nicht mehr geben. Insgesamt, so ergab die Auswertung der Teilnehmerstimmen, wurde wieder eine Top-Veranstaltung geboten, die genau den Nerv der Branche traf. O-Ton: „So spannend wie selten zuvor.“ *Frauke Brodtkorb-Kettenbach / Burkart Schmid*

Angeregte Fachgespräche auf der Aussteller-Mall.

O-TÖNE

- „Betriebsrestaurants werden zu öffentlichen Wohnzimmern im Unternehmen.“ **Burkart Schmid**
- „Es gibt überall Alternativen zur Betriebsgastronomie. Darauf müssen wir vorbereitet sein.“ **Simon Kuhn**
- „Wer sich Sicherheit in den Prozessen wünscht, darf nicht dauernd die Lieferanten wechseln.“ **Kurt Krechel**
- „Gute Verpflegung sollte dringend als Imagefaktor eingesetzt und in der externen Kommunikation stärker fokussiert werden.“ **Ekkehart Lehmann**
- „Patienten wählen ihre Klinik nicht mehr nur nach der medizinischen Exzellenz aus.“ **Alexander Pröbstl**