Foto: CandyBox Images / stock.adobe.com

IM FOKUS

Kantinen im Re-Start

Titelthema Thomas Klaus und Petra Münster

Seit die Corona-Pandemie den Alltag dominiert, mussten auch die Betriebsrestaurants in Deutschland sprichwörtlich durch das Tal der Tränen gehen – und auch nach dem Re-Start ist längst noch nicht alles beim Alten. Das Auf und Ab der Inzidenzzahlen zeigt, dass weiterhin mit unangenehmen Überraschungen zu rechnen ist. Ein einfaches „Weiter-so" im Sinne des nahtlosen Anknüpfens an die Zeiten vor der Pandemie kann es kaum geben, denn neben der weiterhin unsicheren pandemischen Lage und dem Bedürfnis der Gäste nach mehr Sicherheit durch intensive Hygienemaßnahmen gibt es weitere Parameter im Gästeverhalten, die sich verändert haben. Dazu gehört unter anderem die Verschiebung der Essenszeiten. Das alles erfordert ein flexibleres Angebot der Betriebsgastronomie, wie Simon Kuhn von der K&P Consulting GmbH und Trendforscher Franz Kühmayer übereinstimmend feststellen (s. Seite 16 u. 20).

Homeoffice: Ja, aber nicht nur

Besonders eng ist die Zukunft der Betriebsgastronomie aber vor allem mit einer Frage verknüpft: Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden ihre Arbeitszeit künftig im Homeoffice zubringen? Im Juni 2021 lag der Homeoffice-Anteil bundesweit bei 28,4 Prozent. Dabei sind die Unterschiede innerhalb der Branchen und Regionen allerdings groß. Bei den Branchen führen die IKT-Branche (Informationstechnik und Telekommunikation), Unternehmensberatungen und die Werbebranche. Unter den Regionen dominieren die Metropolen und Ballungsräume, während insbesondere der ländliche Raum abgehängt erscheint.

Verschiedene Studien zur Zufriedenheit der Beschäftigten mit Arbeit im Homeoffice zeigen: Die meisten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer haben sich mit dem Arbeiten von zu Hause aus arrangiert. Und mehr als das: Sie möchten nicht mehr darauf verzichten, wünschen keine vollständige Rückkehr zur Präsenzarbeit. Einer der Anhaltspunkte: Einer Studie der Unternehmensberatung EY aus dem Frühjahr 2021 zufolge sind 90 Prozent der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Homeoffice sehr zufrieden oder zufrieden.

Gleichzeitig haben mehrere Untersuchungen ergeben, dass ein großer Teil der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zwar im Homeoffice tätig sein möchte, aber das nicht an allen oder den meisten Tagen der Woche. So veröffentlichten die Wissenschaftler des Ifo-Institutes für Wirtschaftsforschung im Juli den Report

„Der Trend geht eindeutig weg von reiner Mittagsverpflegung hin zu ganztägigen, multifunktionalen und flexiblen Angeboten. To-go-Angebote und Zwischenverpflegung durch Cafébars und Bistros, aber auch Automaten und Smart-Fridges gewinnen an Bedeutung und ergänzen das klassische Mittagsangebot. In der Mittagsversorgung wird sich der Trend hin zu qualitativ hochwertigen, frischen und nachhaltigen Angeboten verstärken. Unternehmen wissen mehr denn je, dass ein gutes Food & Beverage-Angebot die Philosophie und CI des Unternehmens prägen sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter binden und neue gewinnen."

SIMON KUHN,
GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER K&P CONSULTING GMBH

„Homeoffice im Verlauf der Corona-Pandemie". Demnach wollen 40 Prozent der Beschäftigten statt vier oder fünf Homeoffice-Tage pro Woche lediglich einen oder zwei in Anspruch nehmen. Die Erklärung der Ifo-Experten: „Der Mangel an sozialen Kontakten und persönlichem Austausch sowie eine Entgrenzung von Arbeit und Privatem kann beim Homeoffice in Vollzeit auf Dauer zur Belastung werden." Einer im März 2021 publizierten Studie des Institutes für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) zufolge äußerten sich sogar 70 Prozent der interviewten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in diesem Sinne.
Parallel dazu scheinen Arbeitgeber tendenziell die Homeoffice-Quote nicht steigern, sondern eher zurückfahren zu wollen. Das IAB berichtet: Von den Betrieben, die ihren Beschäftigten grundsätzlich die Möglichkeit des Arbeitens im Homeoffice anbieten, wollen 67 Prozent wieder auf das gleiche Ausmaß wie vor der Corona-Pandemie zurückkehren. 18 Prozent streben im Gegensatz dazu einen Ausbau an. Neun Prozent haben sich ein geringeres Ausmaß an Homeoffice zum Ziel gesetzt.

Kein flächendeckender Abbau von Büroflächen

Dazu passt: Der Abbau von Büroflächen bleibt entgegen ersten Prognosen eher die Ausnahme. Bei einer Studie des Institutes der deutschen Wirtschaft zeigte sich, dass im vierten Quartal 2020 lediglich 6,4 Prozent aller Unternehmen ein reduzierteres Büroflächenangebot geplant hatten. Hingegen ist das Umwidmen von Flächen populärer geworden. Gemeint ist zum Beispiel: Gruppenbüros werden aufgelöst, zusätzliche Kommunikationsflächen geschaffen, die Abstände zwischen den Arbeitsplätzen erhöht. Die Quote beträgt hier knapp 17 Prozent. Vor diesem Hintergrund darf bezweifelt werden, dass das Homeoffice-Potenzial tatsächlich so ausgeschöpft werden wird, wie das möglich wäre. Das Institut für angewandte Sozialwissenschaft (Infas) und das Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung beziffern das Homeoffice-Potenzial auf 56 Prozent aller Erwerbstätigen. Bei ungefähr 30 Prozent lag in den vergangenen Monaten der Durchschnitt.

40%
der Beschäftigten möchten nicht mehr als einen oder zwei Homeoffice-Tage pro Woche

75%
der im Homeoffice Beschäftigen bewerten Verpflegungszuschuss oder Essenslieferung als motivationssteigernd.

62%
der Befragten im Homeoffice wünschen sich eine Lieferung aus der Betriebskantine.

Rund 40 Minuten werden für das Mittagessen im Homeoffice benötigt. Besorgung und Zubereitung inklusive. Rund ein Fünftel der Befragten investiert mehr als eine Stunde.

Quellen: Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung, Sodexo, Thermohauser

Für die Verantwortlichen der Betriebsgastronomie ist diese Entwicklung an der Homeoffice-Front als positiv zu bewerten. Hinzu kommt, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Homeoffice nicht zwangsläufig verloren sind für die Betriebsgastronomie. Bei einer im Januar veröffentlichten Studie im Auftrag des Speisentransport-Spezialisten Thermohauser bekundeten 62 Prozent der im Homeoffice tägigen Befragten, sie bekämen ihr Essen am liebsten aus der Kantine ihres Unternehmens. Letzteres auch, weil die Essenszubereitung zeitaufwendig ist.

Betriebsrestaurant als Symbol der Firmenkultur

Vor allem Intensivnutzer von Kantinen und junge Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer beklagten ihre eigene Ernährung zu Hause. Fast ein Drittel der jüngeren Befragten bedauerte unausgewogene oder ungesunde Kost. Knapp die Hälfte der unter 30-Jährigen sagte über die eigene Verpflegung: „Es könnte besser sein."
Interessant ist in diesem Zusammenhang außerdem eine Umfrage für den Caterer Sodexo, deren Ergebnisse im März bekannt gemacht wurden. Demnach erklärten 76 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Homeoffice, dass ein Verpflegungszuschuss oder eine Essenslieferung positiv zur eigenen Motivation beitrüge.
Wer sich in der Welt der Betriebsrestaurants umschaut, stellt fest: Image und Bedeutung haben sich gewandelt. Zum Positiven. Von „Kantinen" wird nicht mehr so häufig gesprochen, stattdessen von „Betriebsrestaurants". Und Unternehmensleitungen erkennen zunehmend: Die Betriebsgastronomie spielt eine wichtige Rolle bei der Rekrutierung und Bindung von Personal. Sie ist ein wichtiges Aushängeschild der Firmenkultur. Oder, wie es das Deutsche Institut für Gemeinschaftsgastronomie formuliert: „Jedes Unternehmen hat die Kantine, die es verdient". Darin steckt viel Potenzial für die Betriebsgastronomie – Potenzial, das es künftig auszuschöpfen gilt.

Fotos: Artco / stock.adobe.com, Kühn

Aushängeschild der Unternehmenskultur: Betriebsrestaurants gewinnen an Bedeutung

WILD UNSERE NATUR.
ECHT UNSER GESCHMACK.

Probieren Sie unseren leckeren GOLDSTEIG Mozzarella in Scheiben!

Tallero von GOLDSTEIG aus der Wald- & Bauernregion vom Bayerwald bis zum Böhmerwald, sind milchig feine Mozzarella-Taler – fertig zum Genießen. Die servierfertigen Taler schmecken richtig lecker und können sofort verwendet werden. Das spart Zeit und bietet somit einen echten Mehrwert für alle Großverbraucher. Entdecken Sie alle GOLDSTEIG Käsespezialitäten auf www.goldsteig.bayern.

Film ab!
www.goldsteig.de/film

Ohne Anwendung von Glyphosat
Ohne Gentechnik

NATÜRLICH AUS DER GOLDSTEIG WALD & BAUERN REGION