

## DIGITALISIERUNG

# Raus aus dem Mittelalter

Ein neues Talk-Format des FCSI in der Villa Blanka Innsbruck fühlte dem technischen Status Quo in der Gastronomie auf den Zahn. Das Fazit: Es gibt großen Handlungsbedarf, einige Herausforderungen und viele Chancen.

**D**as Angebot digitaler Ideen und Lösungen für die Gastronomie wächst rapide – von der Warenbeschaffung über die Küche bis zum Gastraum, von der Personalführung bis zum Marketing, vom klassischen stationären Geschäft bis zu neuen Umsatzbereichen wie Delivery. Wie ist der aktuelle Stand in Sachen Technik? Und wie sieht die Praxis aus? Darum ging es beim 1. Digitalen Stammtisch, einem neuen Talk-Format des Beraterverbandes fcsi in der Villa Blanka in Innsbruck – mit der *ahgz*, *foodservice* und *gv-praxis* als Medienpartner.

## Unverzichtbarer Erfolgsfaktor

Der Mensch und die Digitalisierung – darüber diskutierten Kommunikationsfachmann Thomas Ammer, Beraterin Bettina von Massenbach, Berater Jörg Holdenried, Daniele Albertinelli vom Schweizer Start-up Aleno und Heiner Raschhofer, Gastronom und Geschäftsführer der Soulkitchen-Gruppe mit 23 Lokalen in Österreich und Deutschland.

130.000 Mitarbeiter haben während und wegen Corona die Branche verlassen. „Es fehlt rund ein Drittel der Leute“, beklagte Bettina von Massenbach. Die Beraterin geht zwar von einer Rückkehr vieler Gastro-Beschäftigter in die Betriebe aus, die Digitalisierung sei für Unternehmer dennoch unverzichtbar, um ihr Geschäft mit Erfolg weiter zu betreiben. „Vorausgesetzt, die passenden Tools dafür sind vorhanden“, so Gastronom Heiner Raschhofer. Überhaupt: Technik müsse für den Menschen da sein, nicht umgekehrt. Dann werde sie auch genutzt.

„Pauschale Aussagen zur Effizienz und Umsatzsteigerung durch Digitalisierung sind kaum möglich.“



**DANIELE ALBERTINELLI, ALENO**

Raschhofer, der auch die IT-Firma my Cockpit gegründet hat, wünscht sich digital-affine moderne Mitarbeiter, die sich engagieren, sich auskennen, Mitverantwortung tragen – und mitnichten nur Befehlsempfänger von Gästen und Vorgesetzten sind. Transparenz im Unternehmen gehöre dazu, flache Hierarchie und letztlich die Demokratisierung der Führung. Nicht der Chef schreibt den Dienstplan und die Job Description, sondern alle gemeinsam. Raschhofers Gruppe leistet

sich eine eigene Akademie, Ziel ist Kompetenz für alle – auch in Sachen Technik und Digitales. Diese unterstütze sein Anliegen als Arbeitgeber auf vielschichtige Art und Weise. Der Gastronom gesteht aber ein, dass nicht jeder Beschäftigte gleichermaßen offen ist fürs Digitale.

Die völlige Vernetzung – zum Wohle von Unternehmer, Mitarbeiter und Gast – beschwört Jörg Holdenried. Als Beispiel nennt er die Gastronomieobjekte der Firma Tobit Software in Ahaus, die das mustergültig umsetzen. Auch das Hofbräuhaus München ist ein geeignetes Referenzprojekt, wie Thomas Ammer erläuterte. Die dortigen

– vom Informieren und Reservieren übers Bestellen bis hin zum schnellen Feedback. Daraus resultieren in der Gastronomie mitunter neue Berufsbilder und Spezifikationen. „Pauschale Aussagen zur Effizienz und Umsatzsteigerung durch Digitalisierung sind kaum möglich und wenig sinnvoll“, wie Daniele Albertinelli betonte.

Über vornehmlich technische Aspekte sprachen in einer weiteren Runde die Experten Jan Smeets (Recipe for Concepts), Thomas Primus (FoodNotify), Andreas Steinbeisser (sell & pick) und Thomas Ostheimer (Foodigital).

gesteuert – natürlich auch in der Küche“, so Smeets. Die Abläufe würden dadurch deutlich vereinfacht, Planungen optimiert, Kosten reduziert – und sogar zusätzliche Umsätze generiert. Allerdings: „Es bedarf anfangs einigen Mehraufwands bei Installation und Datenerfassung.“ Und: „Wir sind zwar digital, aber mitnichten alle Zulieferer und Dienstleister. Und auch nicht alle Gäste sind digital-affin.“

Thomas Primus findet, dass in Sachen Digitalisierung hierzulande vielerorts noch „Mittelalter“ ist – das Thema aber gerade wegen Corona ordentlich Schub bekommen hat. Andere

darzustellen – was eine unabdingbare Grundlage ist, um den Betrieb digital aufzustellen. Es geht aber auch anders, wie Ostheimer berichtete. Ein weiteres Mal diente das Hofbräuhaus München als Beispiel. „Riesen-Kapazität, Top-Abläufe, zufriedene Gäste“, selbst größere Gruppen bekämen ihr Essen gleichzeitig serviert – ganz gleich ob Wurstsalat oder Schweinebraten.

„Wer meint, dass Digitalisierung nur mit Tools zu tun hat, der denkt analog.“



**ANDREAS STEINBEISSER, SELL & PICK**

Auch Thomas Ostheimer sieht eine große Notwendigkeit, die Digitalisierung mit System und Nachdruck anzugehen. Gastronomen und auch Zulieferer täten sich aber zuweilen schwer damit, ihre Arbeitsabläufe und Tagesroutinen klar, strukturiert und offen darzustellen – was eine unabdingbare Grundlage ist, um den Betrieb digital aufzustellen. Es geht aber auch anders, wie Ostheimer berichtete. Ein weiteres Mal diente das Hofbräuhaus München als Beispiel. „Riesen-Kapazität, Top-Abläufe, zufriedene Gäste“, selbst größere Gruppen bekämen ihr Essen gleichzeitig serviert – ganz gleich ob Wurstsalat oder Schweinebraten.

## Von den Tücken der Technik

Mit Blick auf die Zukunft hofft Andreas Steinbeisser, dass sich die Gastronomie bald mehr öffnet – hinsichtlich Austausch und Wissenstransfer. Das beflügelt die Digitalisierung, die unabdingbar sei. „Bei uns in der Branche wurden jahrelang Mauern aufgebaut – mit dem Gedanken, einen Wettbewerbsvorteil aufzubauen.“ Aber gerade das Gegenteil sollte ihm zufolge der Fall sein. Und ganzheitliches Denken und Handeln gehöre dazu: „Wer meint, dass Digitalisierung nur mit Tools zu tun hat, der denkt analog“, so Steinbeisser.

Künstliche Intelligenz, auch das ein Fazit der Runde, wird die digitalen Lösungen weiter verbessern. Ebenso können komplexe Abläufe dank digitalem Support auch von Nicht-Fachkräften bewältigt werden. Kritische Punkte bleiben indessen die Datensicherheit und die Verlässlichkeit der Technik. Jan Smeets berichtete von einem System-Ausfall in seinem Restaurant, bei dem der geplante Offline-Modus nicht funktionierte – eine fatale Situation. Auch gebe es neue Abhängigkeiten. Das System schnell wechseln, weil der Dienstleister die Preise erhöht hat, sei eben kaum möglich. Umso wichtiger seien gute und verlässliche Partner und nachhaltige Partnerschaften.

Christoph Aichele



Grafik: Adobe Stock/ Aureliaki

ge Digitalstruktur in allen Bereichen sei auch eine perfekte Vorlage für Marketing und die Kommunikation. Und das hauseigene WLAN werde unter anderem genutzt, um die Gästeströme zu lenken.

Mehr Zeit für den Gast – das ist das Ziel von Daniele Albertinelli. Er berichtete von Praxisjahren als Gastronom und leidigen Routineprozessen, die sehr arbeitsintensiv waren. „Daraus ist dann Aleno entstanden, ein Digital Heart für Restaurants.“ Es verschlanke, beschleunige und vereinfache die Prozesse unter anderem bei der Italo-Kette L'Osteria. „Wir sind ein sehr technisches Unternehmen – aber letztlich gehe es um die Menschen. Das wollen wir mit dem Begriff Digital Heart ausdrücken“, so Albertinelli. Größte Herausforderung bei der Digitalisierung sei es tatsächlich, die Mitarbeiter mitzunehmen. Möglichst früh sollte das passieren – und möglichst umfassend, aber nicht mit der Gießkanne.

Aus Gästesicht bietet die Digitalisierung vielerlei Vorteile und smarte Fea-

Jan Smeets ist nicht nur als Berater tätig, er betreibt auch ein Restaurant, die Dorfwirtschaft in Seeshaupt bei München (350 Plätze) mit maximalem Einsatz von digitalen Lösungen. Wichtig war ihm ein übergreifendes System, das aus Gästesicht funktioniert, aber natürlich auch inhouse. „Alles, was heute möglich ist, wird bei uns digital

„Alles, was heute möglich ist, wird bei uns digital gesteuert – natürlich auch in der Küche.“



**JAN SMEETS, DORFWIRTSCHAFT SEESHHAUPT**

Länder, etwa Schweden, seien hier deutlich weiter. Entscheidend sei es, den Unternehmern die Vorzüge digitaler Lösungen zu vermitteln und mit Fakten aufzuwarten – etwa im Bereich Warenwirtschaft. Aus Sicht der Software-Industrie gelte es aber auch, die Produkte und Anwendungen bedienerfreundlich und cosy zu machen – mit „einem neuen Excel“ und komplexen Tabellenkalkulationen sei keinem gedient, schon gar nicht in der Gastronomie.

## Daten sind zu selten miteinander vernetzt

Die Foodservice-Branche sei bislang nur minimal digitalisiert, beklagte auch Andreas Steinbeisser. Das habe Gründe – kaum ein Gastronom beschäftige sich gern mit dem Thema. Doch es gebe Abhilfe aus seinem Hause, quasi ein neues Öko-System, bei dem die Technik nur eine Nebenrolle spiele. „Wir implementieren eine neue Kommunikationsebene“, so Steinbeisser. Dafür hat er eine Plattformlösung entwickelt, die möglichst viele Anwendungen miteinander verbindet. Oft seien in Unternehmen zwar Daten in hinreichender Qualität vorhanden, vielfach aber in Insellösungen oder sogar analog. Unter diesen Umständen nutze die Digitalisierung kaum ihr Po-