



Studentenwerk Oldenburg mit richtungsweisendem Konzept Die junge „Essen-plus-Generation“ will mehr

Die heutigen Studenten passen nicht mehr zu den Mensen, wie sie noch vor 20 Jahren gebaut wurden. Der Mief von Warteschlangen, der Stallgeruch von Einheitsessen, all das lockt den Studenten nicht an den Mensatisch. Die Verantwortlichen im Studentenwerk Oldenburg hatten mit einem zusätzlichen Problem zu kämpfen: Ein Drittel weniger Gäste durch die konsequente Einführung von Studiengebühren und den verkürzten Studienzeiten per Bachelor. Die Verpflegungsmanager nahmen die Herausforderung an und vollzogen eine Kehrtwendung. Sukzessive wird ein neues gastronomisches Konzept eingeführt – mit Auswirkungen in alle Bereiche hinein.

Weiter auf den Seiten 2 und 3

Fertigungstiefe – von der Automobilindustrie lernen?

Klartext von Hans-Georg Kolb

Liebe Leserin, lieber Leser,

gleich ob Porsche, BMW oder VW: die durchschnittliche Fertigungstiefe bei den deutschen Automobilherstellern liegt unter 25 Prozent, Tendenz sinkend. Von diesem Wert ist das restliche verarbeitende Gewerbe in Deutschland weit entfernt: Im Mittel liegt die Eigenleistungsquote bei 75 Prozent.

Wäre damit das ein logischer Schluss: Je höher der Wettbewerbs- und damit der Kostendruck, desto eher lohnt sich ein Outsourcen? Also in Kliniken oder Betrieben die Küche nur noch als Verteil- und Spülzentrum vorhalten und den „Rest“ zukaufen? Ganz so einfach ist es natürlich nicht. Um im Bild zu bleiben: Würde Mercedes aus Kosten-

gründen für seine Autos Systeme in Kia-Qualität einkaufen, hätte die Marke wohl ein Problem.

Einsparungspotenziale und gleichzeitig Qualitätssteigerungen lassen sich vielmehr deshalb realisieren, so Experten auf einem Fachkongress, weil sich in der Automobilindustrie das Prozessmanagement entlang der gesamten Zuliefer- und Prozesskette stringent am Qualitätsgedanken orientiere.

Genau das ist auch das Erfolgsrezept vieler Manager in Betriebs- oder Caregastronomien: eine effiziente Produktionssteuerung unter sehr enger Einbindung der Zulieferer. Und weniger das Outsourcen um jeden Preis.

Beispiel Studentenwerk Oldenburg:

Die Verantwortlichen gehen einen interessanten Weg: Eine Eigenproduktion mit neuen Prozessen, stringent geplant und geführt, definierte Teilqualitäten auf allen Ebenen, dazu ein auf die sich wandelnde Zielgruppe abgestimmtes Angebot. Und im Ergebnis ein Plus an Frische und Erlebnis für die Gäste. Wie die Verantwortlichen das neue Konzept beurteilen, lesen Sie auf den folgenden Seiten.

Eine schöne Zeit mit besinnlichen Tagen wünscht Ihnen Ihr



Studentenwerk Oldenburg

Neue Mensa für die Essen-plus-Generation.

Seite 2



Interview

„Wir setzen auf Impulskäufe“, sagt Johannes Hemmen vom Studentenwerk Oldenburg.

Seite 3



Wunderwaffe Verteilerküche?

Die wirklichen Kostenbrocken in der Patientenverpflegung.

Seite 4

Studentenwerk Oldenburg: Neue Konzepte für die „Essen-plus-Generation“

Ein klares Ja zur Eigenproduktion – sie findet aber nicht mehr nur in der Küche statt. Die Speisen werden künftig frisch vor dem Gast im Speisesaal der Mensa endzubereitet. Die Linienausgabe wird abgeschafft, ebenso das Menüsystem. Johannes Hemmen vom Studentenwerk Oldenburg nimmt mit einem neuen, wegweisenden gastronomischen Konzept die veränderten Essstile seiner jungen Gäste auf und geht einen konsequenten Weg.

Essen plus Youtube. Essen plus Vorlesung. Essen plus Twittern. „Die junge Generation isst im Vorbeigehen,“ beschreibt Johannes Hemmen, Leiter der Verpflegungsbetriebe des Studentenwerkes Oldenburg, das Essverhalten seiner Studenten. Eine gezielte Essenspause in der Mensa einlegen, das gehört immer öfter der Vergangenheit an. Zudem leben heute am Studienort Oldenburg nicht mehr 13.000, sondern nur noch 8.000 Studenten. Auch deshalb sank die Auslastung der Mensaküche am Uhlhornsweg um 30 Prozent. Die Personal- und Wareneinsatzkosten waren zu hoch – die ökonomischen Zwänge wuchsen. „Zuletzt waren wir am Ende der kleinen betriebswirtschaftlichen Stellschrauben,“ so Hemmen. 2008 bat er die Kolb Gruppe um Vorschläge – die ihn überzeugten.

Ein ganzes Bündel an Maßnahmen, das bis 2010 umzusetzen ist, modernisiert Mensa, Service und Angebot von Grund auf. „Alle baulichen und strukturellen Veränderungen, alle Änderungen im Angebot zielen auf den neuen Typ studentischer Gast“, beschreibt Berater Hans-Georg Kolb. Mehr Flexibilität, mehr Frische, mehr Vielfalt und mehr Impulskäufe stehen im Marketingkonzept oben an. Eine Kernmaßnahme ist dabei das Umwandeln der Küche in einen Vorbereitungsbereich und die Verlagerung der Endzubereitung an die Esstationen im Speisesaal. Hier steht künftig der Koch, der brutzelt und mit dem Gast kommuniziert. Das Liniensystem wird genauso abgeschafft wie schon jetzt die festen Menüs passé

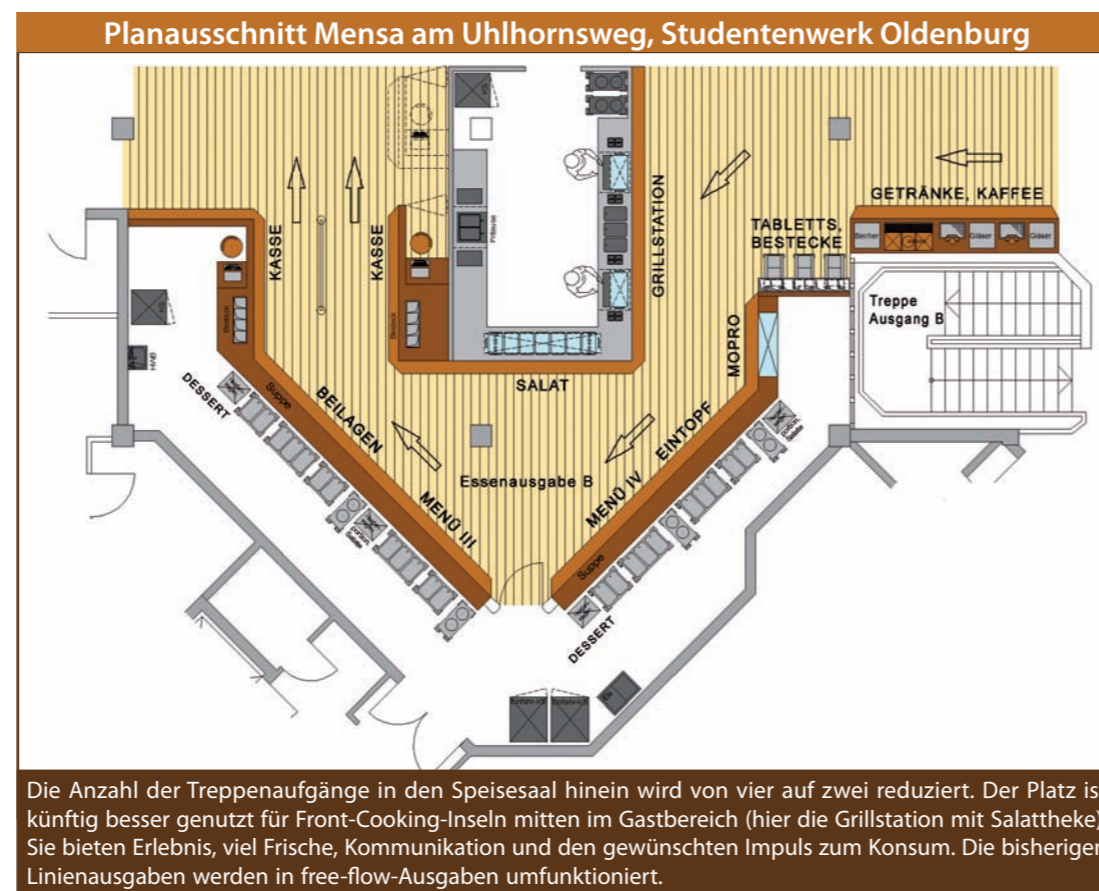
sind. „Wir gehen auf ein 100-Prozent-free-flow-Konzept und bieten alles in Komponentenwahl,“ erläutert Hemmen. Der Gast wählt eine Hauptkomponente, dazu die Beilagen ganz nach Gusto an Stationen im Culinarium, platziert im Speisesaal. Hier locken künftig an verschiedenen Stationen Pasta, Ge-grilltes, Fisch, Pizza, Salate, Gemüse, Wok-Gerichte oder andere trendige Snacks.

Damit die Speisen zum Finishing auch just-in-time an die Essensstationen kommen und das Angebot zugleich auf eine wirtschaftliche Basis gestellt wird, empfahlen Kolb und sein Team neue Abläufe, eine darauf abgestimmte Küchentechnik, eine neue Speisen- und veränderte Personaleinsatzplanung. Das Konzept mündet 2010 in einer Komplettanierung. Die Mensa am Uhlhornsweg wird entkernt und anschließend architektonisch neu gestaltet und strukturiert. Im Erdgeschoss erhält die junge Generation ein weiteres „Essen plus ...“ Angebot: Im neu zu bauenden Studien- und ServiceCenter können sich die jungen Menschen informieren, Internet-High-Speed nutzen und gleichzeitig in der integrierten Cafésbar snacken.

„Wir stehen mit der Umsetzung ja erst am Anfang. Aber wir spüren heute schon deutliche Personalkosteneinsparungen durch erste stringent umgesetzte Veränderungen. Der Clou ist ja: Wir stimmen das Produktions- und Ausgabeverhalten sehr kurzfristig auf die Nachfrage ab.



Das ist einer der wirtschaftlichen Erfolgsbausteine,“ freut sich Hemmen. ■



News

Neuer Mandant: Studentenwerk Bremen

Das Studentenwerk Bremen beauftragt die Kolb Gruppe mit einer Wirtschaftlichkeitsuntersuchung und der Entwicklung eines neuen gastronomischen Konzeptes. Das Studentenwerk Bremen versorgt Studierende und Bedienstete in sechs gastronomischen Betrieben an drei Hochschulstandorten. Wesentliches Ziel der Neuausrichtung ist, das Kosten-Nutzen-Verhältnis zu optimieren. www.studentenwerk.bremen.de



„Wir bieten Lebensgefühl und generieren so Impulskäufe.“

Im Interview: Johannes Hemmen, Studentenwerk Oldenburg

Redaktion: Herr Hemmen, Sie stellen sukzessive auf ein komplett neues Verpflegungskonzept um. Zwar rollen die Bagger erst in 2010 auf den Campus – doch was ändern Sie schon heute?
Hemmen: Sehr viel, das Entscheidende ist sicher dieses: Wir definieren unsere Aufgaben neu. Das betrifft sowohl die Management- und Steuerungsaufgaben als auch die der Köche. Wir haben in mehreren Gesprächen mit unserem Berater Herrn Kolb effizientere Abläufe und Prozesse definiert, die allen ein verändertes Aufgabenprofil zuweisen.

nen Rhythmus von sechs bis acht Wochen, die nach bestimmten Prioritäten Rezepturen bereithält: Vielfalt, saisonale Aspekte und ökologische Kriterien gehen da etwa ein. Wir standardisieren unsere Steuerungsprozesse und schaffen so Freiräume, die der Koch künftig zum Beispiel an den Front-Cooking-Stationen nutzen kann.

Redaktion: Welche weiteren Veränderungen tragen zu einer höheren Effizienz bei?

Hemmen: Früher steuerte der Koch vor dem 600-Liter-Kochkessel den Garprozess. Das Gerät war damit belegt, und im Grunde der Koch ebenso. Heute lassen wir die Kochprozesse durch intelligente Produktionsmethoden steuern, etwa per Kerntemperaturen und Programmierfunktionen von Heißluftdämpfern.

Redaktion: Wie nimmt Ihr Team die veränderten Aufgaben an?

Hemmen: Das gehen wir nach Empfehlung von Herr Sackel von der Kolb Gruppe im besten Stile von Change Management an: Das Team ist von Beginn aktiv eingebunden, den Diskussionsprozess führen wir sehr offen. Sehr hilfreich dabei ist das mit Herrn Sackel stetige Training-on-the-Job. Übrigens erhält der Koch beim Frontcooking ja auch ein großes Stück Verantwortlichkeit zurück.

Redaktion: Wie schlägt sich das neue Konzept in Ihren benchmarks nieder?

Hemmen: Der Wareneinsatz ist momentan schon von 1,60 auf 1,40 Euro gesunken bei gleichzeitiger Erhöhung der Frischequalität durch die just-in-

time-Produktion. Interessant ist zudem das Nachfrageverhalten unserer Gäste: An dem schon vorhandenen Frontcooking-Counter verkaufen wir mit einem kommunikativen Team Gerichte aus verschiedenen Komponenten für durchschnittlich 4,30 bis 4,50 Euro – dasselbe Essen, das es an der Linie für 2,50 Euro gibt. Wir bieten hier das für die Zielgruppe wichtige Lebensgefühl, generieren Impulskäufe und sehen, dass wir mit diesem Konzept bei unseren Gästen auf das richtige Pferd gesetzt haben.

Herr Hemmen, vielen Dank für das Gespräch! ■



„Moderne Betriebsgastronomien produzieren flexibel, ausgelöst durch Impulskäufe der Gäste“, sagt Johannes Hemmen, Leiter der Verpflegungsbetriebe des Studentenwerkes Oldenburg.