

Anwendungsfall: Attraktivitätssteigerung Cafeteria

1. Ist-Situation

Im Universitätsklinikum Knappschaftskrankenhaus Bochum (UKB) wird eine Cafeteria für Beschäftigte und Besucher vorgehalten. Zusätzlich existiert eine Kaffeebar über der Eingangshalle.

Die Cafeteria öffnet um 07:00 Uhr und bietet dort entweder die Möglichkeit sich mit fertig geschmierten Brötchen zu versorgen oder sich die Komponenten für ein Frühstück auszuwählen und sich sein Frühstück selbst zusammen zu stellen.

Mittags kann in einer Einzelkomponentenwahl aus mehreren sogenannten Free-Flow-Theken das Mittagessen gewählt werden. Es existiert ein rollierender Vier-Wochenspeiseplan mit insgesamt vier Gerichten zur Auswahl. Davon ist immer eine Hauptkomponente für Vegetarier eine für Veganer geeignet. Zusätzlich gibt es ein sogenanntes „Stammessen“ (unveränderbar nur für Beschäftigte), welches zu einem festen Preis von 4,30 € bezogen werden kann.

Im Nachmittagsbereich wird in der Cafeteria Kuchen angeboten. Derzeit schließt die Cafeteria um 15:00 Uhr.

Die Kaffeebar ist von 07:00 bis 17:00 Uhr geöffnet. Dort werden vornehmlich Kaffeespezialitäten aus einer Siebträgermaschine angeboten. Zusätzlich gibt es dort ebenfalls belegte Brötchen (solange der Vorrat reicht), Kuchen und Muffins und kleinere Snacks, wie Currywurst, Bockwurst, Frikadelle und Gulaschsuppe.

In der Cafeteria sind derzeit fünf Mitarbeiterinnen mit einem Stellenanteil von 4,3 VK beschäftigt. In der Kaffeebar sind derzeit drei Mitarbeiterinnen mit einem Stellenanteil von 1,8 VK beschäftigt.

2. Problembeschreibung

Nach dem Aufheben der Corona-Beschränkungen Anfang des Jahres 2023 zeigt sich, dass die Cafeteria und die Kaffeebar nicht mehr das Umsatzniveau der Jahre 2019 oder davor erreichen. Zusätzlich haben die Preissteigerungen des letzten Jahres den Kostendruck auf die beiden Betriebe erhöht.

Die Preise für die Beschäftigten sind mitbestimmungspflichtig. Von daher ist schwierig die Cafeteria wirtschaftlich zu betreiben. Ein höherwertiges Angebot führt unweigerlich zu höheren Verkaufspreisen. Höhere Preise sind aber mit dem Betriebsrat immer schwierig zu verhandeln. Außerdem führen allein höhere Preise nicht zwingend zu einem höheren Umsatz, da ab einer gewissen Schwelle die Besucher ausbleiben. Wie kann dieses Spannungsfeld durchbrochen werden?

3. Zielzustand

Das Konzept der Cafeteria und der Kaffeebar ist dahingehend überarbeitet, dass sowohl das Angebotsspektrum attraktiver gestaltet ist als auch die Preisgestaltung weiterhin attraktiv für die Beschäftigten bleibt.

4. Ansprechpartner

Herr Philipp Fornefeld
Leitung Unternehmensentwicklung
E-Mail: philipp.fornefeld@kk-bochum.de

Herr Andreas Gerhold
Leitung Küche/Speisenversorgung
E-Mail: andreas.gerhold@kk-bochum.de