

CASE STUDY

vom SEPTEMBER 2025

THEMA: ZUSAMMENFASSUNG ERGEBNISSE GASTRONOMISCHE BERATUNG

JÖRG SCHRÖTER

GASTR UNTERNEHMENSKONSULTATION

Case Study

2

1. Ausgangssituation

- ❑ Mittelständisches Industrie-Unternehmen mit ca. 800 Mitarbeitenden am Hauptstandort
- ❑ Bestehende Kantine mit klassischem Mittagsangebot, geringer Auslastung (38% des tatsächlichen MA-Potenzials)
- ❑ Homeoffice für White Collar Beschäftigte an zwei Tagen die Woche (40%)
- ❑ Mittagsangebot von vier (4) Menüs
- ❑ Hohe Kosten pro Mahlzeit, geringe Gästezufriedenheit
- ❑ Zunehmende Nachfrage nach gesunder, nachhaltiger und flexibler Verpflegung

Zielsetzung:

Verbesserung der Akzeptanz, Optimierung Wirtschaftlichkeit, Kostentransparenz



© GASTROkon 2025

Case Study

3

2. Maßnahmen

- ❑ Einführung eines neuen Food Konzepts (drei Gerichte plus Bowl-Konzept“ mit individuellen Komponenten)
- ❑ Digitalisierung durch App-basierte Vorbestellung und bargeldloses Bezahlen
- ❑ Einführung Lieferantenmatrix als SLA - Kooperation mit regionalen Erzeugern
- ❑ Implementierung Mehrwegbehälter-System für To-Go-Gerichte
- ❑ Snack-Angebote für Spät- und Frühschichten mittels Smart Fridge Vending Konzept



Kommunikationskampagne:

„Eat Smart@Work“ mit Verkostungsaktionen und digitalen Feedbackrunden

© GASTROkon 2025

Case Study

4

3. Ergebnisse

- ❑ Gästequote gestiegen von 38% auf 51%
- ❑ Reduzierung monatlicher Zuschuss (direkte Cateringkosten) um ca. 14%
- ❑ Reduzierung Food Waste (organischer Müll plus Einweg) um ca. 21%
- ❑ Einführung von IT-Lösungen (App, Feedback-System, Vorbestellung) erhöhen Effizienz und Akzeptanz
- ❑ Einführung vertraglich festgelegter KPI's für Transparenz und Messbarkeit der Dienstleistungsparameter

Employer Branding:

Imagegewinn - ca. 85% der Mitarbeitenden bewerten das Angebot als „gut“ oder „sehr gut“



© GASTROkon 2025