



re!nventis®

Gemeinsam erfinden wir Sie neu!

S&F-Gruppe Workshops 2018 / 2019

Digitalisierung im Verpflegungsbetrieb 4.0

Zukunftsstrategien im Modernen Verpflegungsmanagement

Digitalisierung im Gastkontakt

Was muss heute schon? • Was kann? • Was ist zukünftig möglich?

Erik A. Leonavicius



Begrüßung & kurze Vorstellung

#sichbesserkennenlernen







NEUGESTALTUNG · WEITERENTWICKLUNG · DIGITALISIERUNG:
INNOVATIONSHILFE FÜR MARKEN, UNTERNEHMEN UND IMMOBILIEN.
VON DER IDEE BIS ZUR VERMARKTUNG.

Beratung

Workshops

Projekte

☆ ZIELE DER ZUSAMMENARBEIT

- Neues schaffen
- Zukünftiges gestalten
- Bestehendes verbessern
- Erfolgreiches ausbauen
- Relevantes vermarkten

👤 FORMATE DER ZUSAMMENARBEIT

- Beratung
- Workshops
- Analysen
- Recherchen
- Projekte

♥ INSPIRATION DER ZUSAMMENARBEIT

- Menschen
- Standorte
- Design
- Technologie
- Weltweite Trends

📅 ZEITPUNKTE DER ZUSAMMENARBEIT

- Gründungsphase
- Betriebsphase
- Wachstumsphase
- Modernisierungsphase
- Nachfolgephase



WAS MACHT IHR RESTAURANT SO BESONDERS? UND WISSEN DAS IHRE GÄSTE?

GEMEINSAM MACHEN WIR PROFESSIONELLES RESTAURANTMARKETING VON A BIS Z.
B2B UND B2C. VON DER IDEE BIS ZUR UMSETZUNG.

Jetzt schnell und einfach Kontakt aufnehmen

☆ ZIELE DER ZUSAMMENARBEIT

- Mehr Gäste
- Mehr Umsatz
- Mehr Erfolg
- Mehr Freude
- Mehr Zeit

👤 FORMATE DER ZUSAMMENARBEIT

- Beratung
- Workshops
- Moderation
- Recherchen
- Projekte

♡ INSPIRATION DER ZUSAMMENARBEIT

- Menschen
- Standorte
- Design
- Technologie
- Weltweite Trends

📅 ZEITPUNKTE DER ZUSAMMENARBEIT

- Gründungsphase
- Betriebsphase
- Wachstumsphase
- Modernisierungsphase
- Nachfolgephase



Accenture, Aral, Auswärtiges Amt, BMW, BP,
Deutsche Bahn, Deutsche Bundeswehr
(MAKRO), Dr. Kaub Consult, Feinkost Käfer,
Forever Living, Goethe Institut,
Hypovereinsbank, Icon Added Value,
Lufthansa, Maritim Hotels, McDonald's,
Mövenpick, Nestlé, Paulaner, PKF
Hotelexperts, PricewaterhouseCoopers,
Tank & Rast, TUI u.w.



5 maio may '17
Sessão de Empreendedorismo
Entrepreneurship Session
10:00 - 12:00

“ Go on - be a Agripreneur! Creative Entrepreneurial Thinking in the Agriculture Food Sector.

Erik Leonavicius
Fundador da Reiventis

III Congresso Internacional Inovcluster
III International Inovcluster Congress

gresso internacional inovcluster

GO ON - BE A AGRIPRENEUR! CREATIVE ENTREPRENEURIAL THINKING IN THE AGRICULTURE FOOD SECTOR
ERIK LEONAVICIUS REINVENTIS

reiventis
CREATE. GROW. DIGITISE.
INNOVATION SUPPORT FOR BRANDS, COMPANIES AND REAL ESTATE. FROM IDEA TO IMPLEMENTATION. TOGETHER WE WILL REINVENT YOU!

“TOMORROW”
A FILM BY CHRIL DION & MELANIE LAURENT

TRENDS
MEAT SUBSTITUTES / PLANT-BASED DIET
MODERNIZED TRADITIONS
ZERO WASTE
CRAFTED GOODIES
VIRTUAL HOME RESTAURANT
MEAL PREPARATION
COMMUNAL FOOD

EXPERIENCE INNOVATION
PEOPLE DESIRABILITY
FUNCTIONAL INNOVATION
ENDORSEMENT INNOVATION
BUSINESS VIABILITY
TECHNOLOGY FEASIBILITY
LOCATION SPECIFICATIONS
PROCESS INNOVATION

TEAM & VISION
UNDERSTAND PROBLEM
EMPATHY FOR PEOPLE
SMARTLY CHOOSE POINTS OF VIEW
GENERATE IDEAS
SCREEN IDEAS
PROTOTYPING & MVP
TEST & IMPROVEMENT
SCALE & GROW

PROBLEM DEFINITION
SOLUTION

UNREINVENT.COM

Business Models for Teams

See How Your Organization Really Works
and How Each Person Fits In



Tim Clark

Business Model You author and
Business Model Generation editor

Bruce Hazen

Business Model You co-creator

Foreword by **Yves Pigneur**

Originator of the *Business Model Canvas*
and *Business Model Generation* author

Co-created by 225 professionals from 38 countries



Tim Clark, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur

Business Model



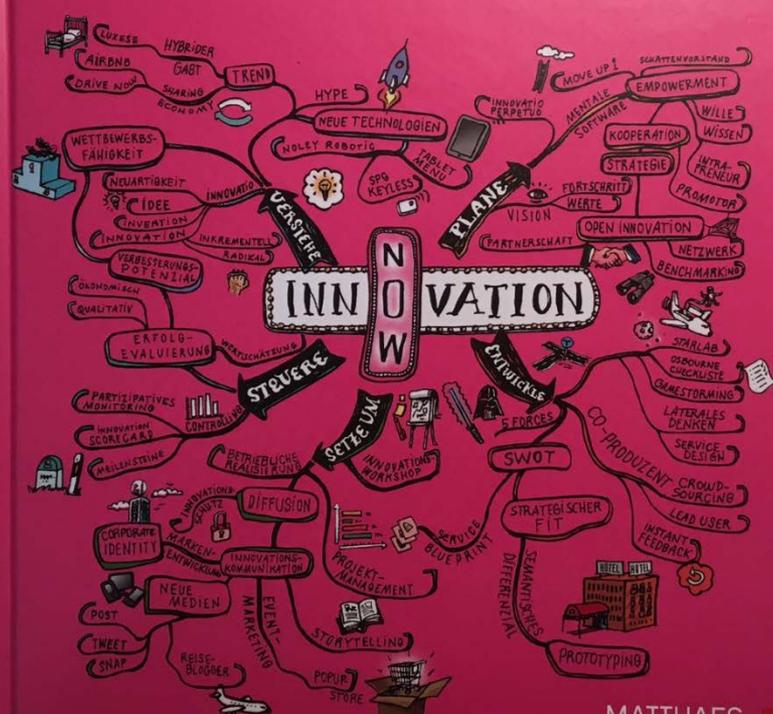
- DEIN LEBEN
- DEINE KARRIERE
- DEIN SPIEL

campus

Burkhard von Freyberg • Axel Gruner • Laura Schmidt

Innovationen managen

in Hotellerie und Gastronomie



MATTHAES



Einleitung & Ausgangssituation

#gemeinschaftsverpflegungimüberblick



Gemeinschaftsverpflegung im Überblick:

- ca. 13.000 Betriebe in Deutschland
- nur eine Handvoll bestimmen den deutschen Markt

Angebotsstrukturen:

- alles rund um die Ernährung
- zusätzliche Dienstleistungen wie Reinigung oder Wartung

Wichtigstes Geschäftsfeld der TOP-30-Unternehmen:

- Betriebsrestaurant, 54 Prozent des Umsatzes wird hier realisiert

Cateringbranche 2016 laut DEHOGA:

- Umsatz von rund 8,3 Mrd. Euro

Egal ob Kantine oder Altenheim:

- Digitalisierung spielt bei allen Unternehmen im Bereich Ernährung eine entscheidende Rolle, um zukunftsfähig zu bleiben



Herausforderungen:

- immer wieder dieselben Gäste versorgen
- immer neue Anforderforderungen erfüllen
- immer neue flexible Angebote und Aktionen kreieren
- heute gelten Betriebsrestaurants als Oasen zum Wohlfühlen, zum Auftanken und als wichtige Kommunikationspunkte
- Angebotsattraktivität und Wirtschaftlichkeit stehen im zentralen Fokus
- aktiver Umweltschutz und gesundheitsorientierte Ernährung als Selbstverständlichkeit
- Veränderungen der Arbeitswelt – „War of Talents“
- Entwicklung hin zu Marken und Systemen mit ganztagesfähige Einzelkomponenten statt Kreationen im Menüverbund
- schlankere Administration
- stärkere Lieferantenkonzentration
- Bündelung des Einkaufsvolumens
- ausschöpfen von Kundenpotenzialen mit Entwicklung neuer Zusatzgeschäfte und Gastkanäle

Risiken:

- weiter rückläufige Subventionsbereitschaft
- Abbau Sozialleistungen
- zunehmender Kostendruck
- wenig geeignete Mitarbeiter verfügbar
- Essenbestellung per Handy-App / Liefergeschäft (Lieferando & Co.) drängen weiter in die Betriebe und Gemeinschaftsverpflegung
- flexible Arbeitszeiten und Verschiebungen der Pausen
- der aufgeklärte Gast
- Trends und neue Ernährungskonzepte fordern immer flexiblere Einrichtung & Ausstattung sowie Technik

- Die durchschnittliche "Lebenserwartung" eines Unternehmens betrug 1920 noch ca. 67 Jahre. Heute nur noch ca. 15 Jahre!
- 20 - 40% der heute gelisteten Fortune 500 Unternehmen werden bis 2020 verschwunden sein!
- Über 50% der Unternehmen erkennen das gegenwärtige Geschäftsmodell als nicht zukunftsfähig!
- Prognose: Wegfall der Unternehmen könnte auch zunehmendes Risiko für Wegfall und Konsolidierung für die Gemeinschaftsverpflegung bedeuten!
- Prognose: Innovation, Digitalisierung, Plan „B“, Erschließung neuer Umsatzquellen und Konzepte sind für die Existenzsicherung von Betrieben der Gemeinschaftsverpflegung schnellstmöglich notwendig!





Der erwartungsvolle Gast... Gastverhalten im Restaurant überträgt sich auf Gemeinschaftsverpflegung

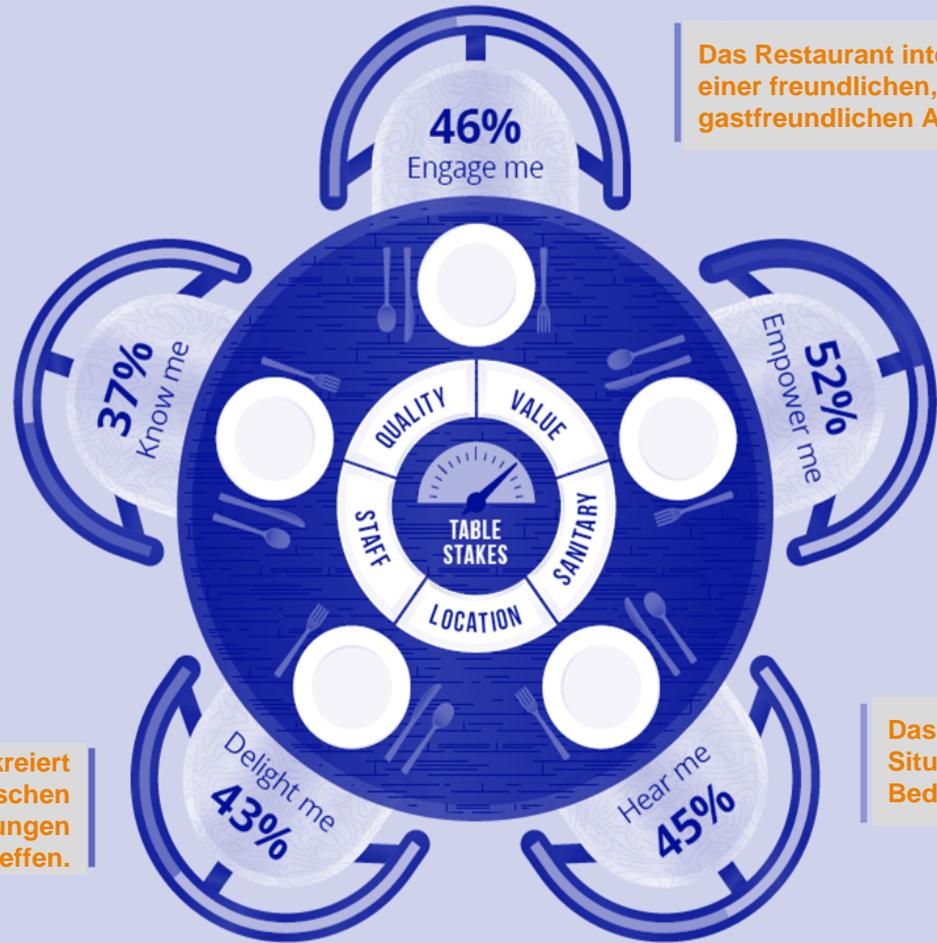
Das Restaurant erinnert sich an mich, an meine Präferenzen und meine Bedürfnisse.

Das Restaurant interagiert mit mir in einer freundlichen, authentischen und gastfreundlichen Art und Weise.

Das Restaurant bietet mir in Echtzeit relevante Informationen, die mir bei meinen Entscheidungen helfen.

Das Restaurant kreiert Erlebnisse, die mich überraschen und meine Erwartungen übertreffen.

Das Restaurant versteht meine Situation und erhört meine Bedürfnisse.



Durchschnittlich gewichtete Gasterwartungen nach Food-Service-Format

	 sitzen	 mitnehmen	 liefern
 Engage me	67	58	63
 Empower me	57	71	70
 Hear me	36	39	39
 Delight me	55	55	49
 Know me	37	47	39

Quelle: Deloitte Consulting LLP 2017 restaurant customer experience survey

NEXT-GENERATION GUEST EXPERIENCE: WHAT DID CUSTOMERS SAY?

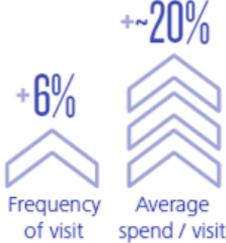


FACTOR IS MENU

when selecting a restaurant for the first time...

...guests want the ability to

CUSTOMIZE THEIR ORDERS



Within a QSR, when **TECHNOLOGY IS USED TO PLACE ORDER...**



ORDER ONLINE

and when they do, spend **increases**



GUESTS WANT TO PAY BY PHONE



48%
Drive through



46%
Take-out



31%
In-restaurant

Respondents want PAYMENT FLEXIBILITY

(e.g. splitting check)



53%
Drive through



54%
Take-out



50%
In-restaurant



of respondents belong to **FEWER THAN 3 LOYALTY PROGRAMS**

Loyalty members want:



50% of those who do, want to **USE RESTAURANT APP**



return if restaurant **RESPONDS DIRECTLY** to their **feedback**

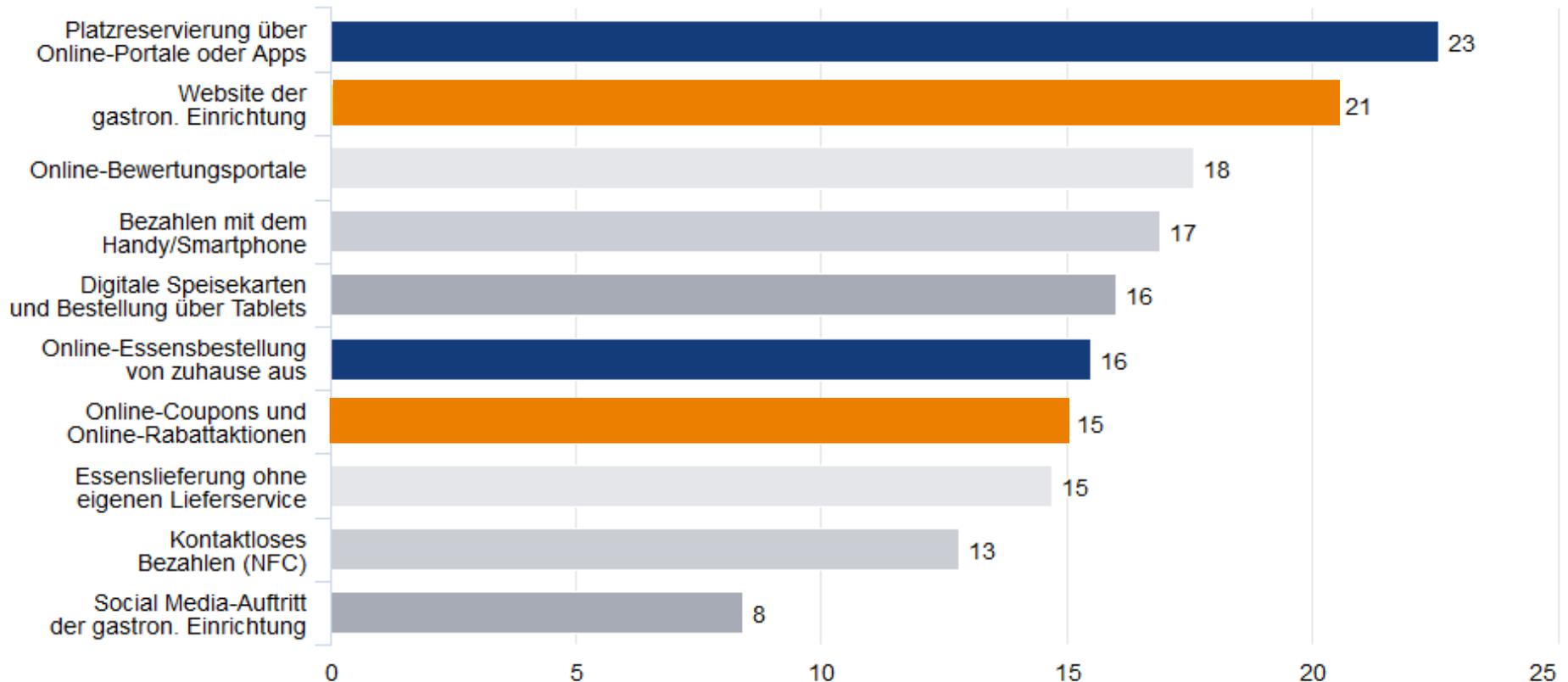


Tracking **loyalty points** is **A KEY FEATURE** users want on a restaurant app

Welche digitalen Angebote aus der Gastronomie/Hotellerie nutzen Sie?

Aus Bevölkerungssicht nach Altersklassen

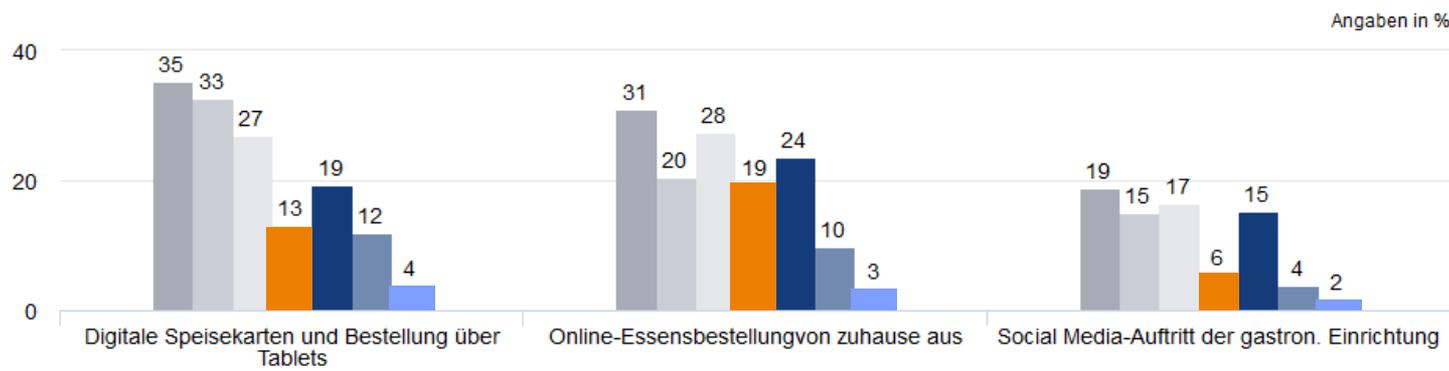
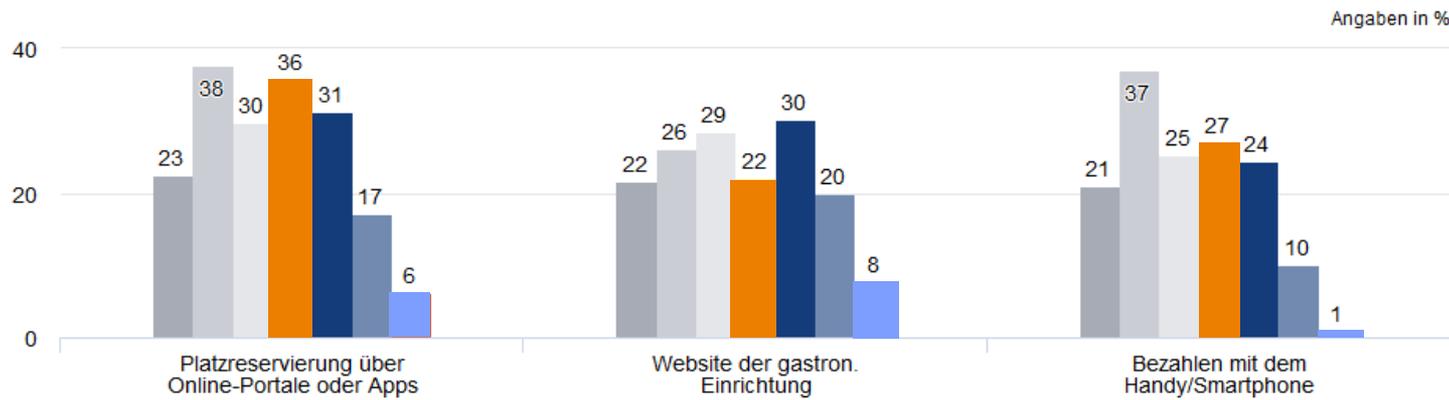
Angaben in %



Quelle: Ergebnisse einer quantitativen Studie von GfK für METRO AG (2015)

Wer nutzt digitale Angebote aus der Gastronomie/Hotellerie (nach Altersklassen)?

Aus Bevölkerungssicht nach Altersklassen



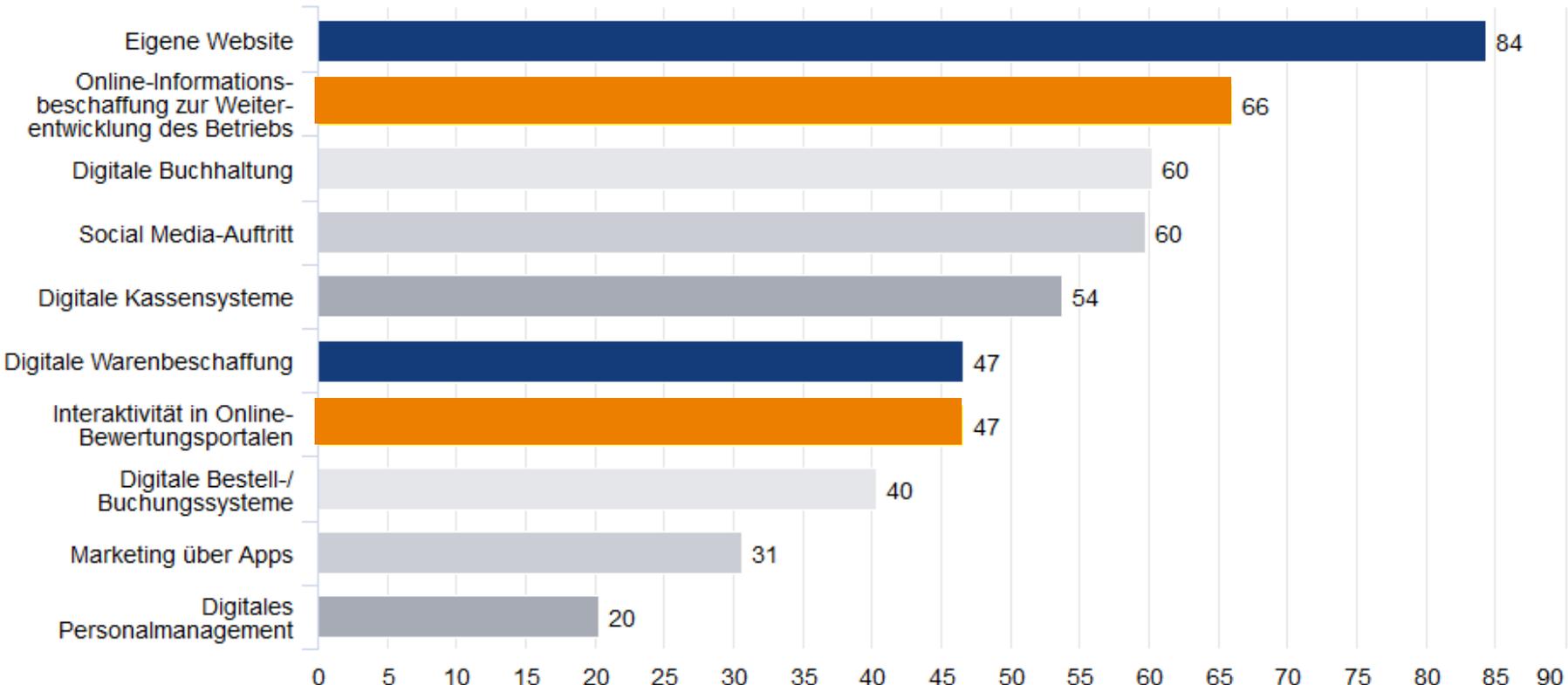
Quelle: Ergebnisse einer quantitativen Studie von GfK für METRO AG (2015)

- Jugendliche 14-17 Jahre
- Junge Erwachsene 18-24 Jahre
- Singles 25-49 Jahre
- Paare ohne Kinder 25-49 Jahre
- Paare mit Kindern 25-49 Jahre
- Jungsenioren 50-64 Jahre
- Ruhestand 65+

Welche digitalen Technologien nutzen Sie in Ihrem Betrieb?

Aus Unternehmersicht

Angaben in %

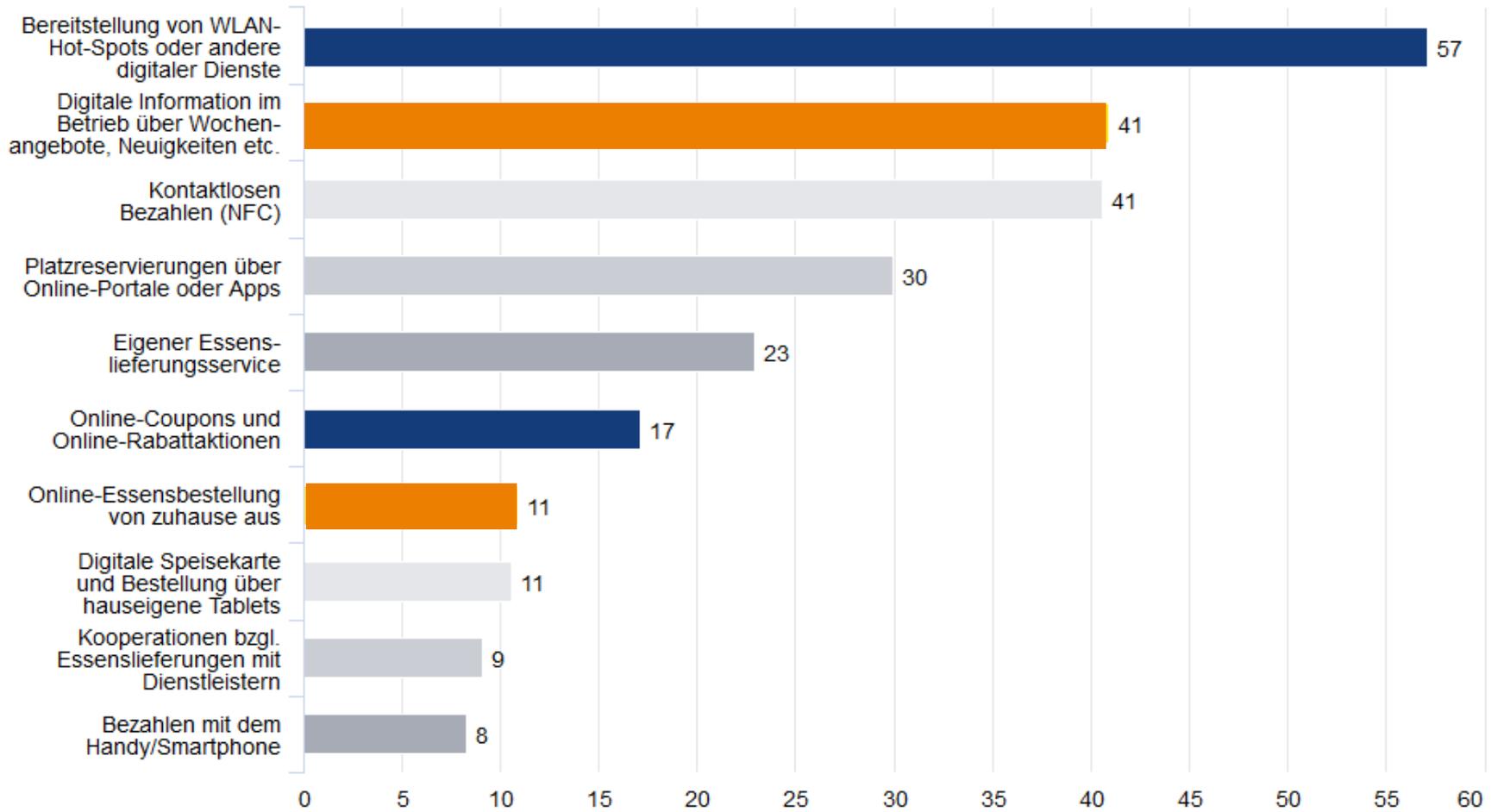


Quelle: Ergebnisse einer quantitativen Studie von GfK für METRO AG (2015)

Welche digitalen Technologien bieten Sie Ihren Gästen an?

Aus Unternehmensicht

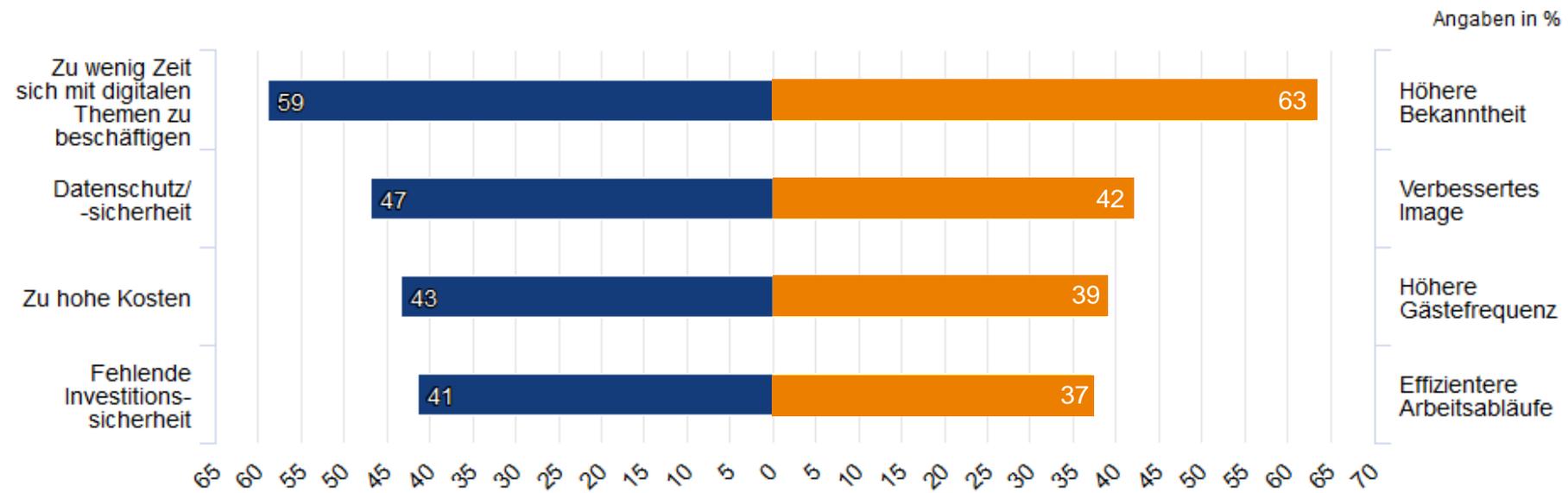
Angaben in %



Quelle: Ergebnisse einer quantitativen Studie von GfK für METRO AG (2015)

Worin sehen Sie Vorteile und Hürden bei der Digitalisierung Ihres Betriebs?

Worin sehen Sie Vorteile und Hürden bei der Digitalisierung Ihres Betriebs? (Unternehmersicht)



Quelle: Ergebnisse einer quantitativen Studie von GfK für METRO AG (2015)

● Hürden ● Vorteile



Digitalisierung im Gastkontakt

#gastproblemeeinfachtechnischlösen



Digitalisierung:

- Technologie unterstützt das Geschäftsmodell, Prozesse, Interaktion, Kommunikation und Vernetzung der Kundenkontaktpunkte eines Unternehmen.
- Durch die Nähe zum Gast unterscheidet sich die Digitalisierung in Gastronomie und Hotellerie von anderen Branchen.
- Bei der Umsetzung von Digitalisierung ist besonders wichtig, wie das Resultat vom Gast und Mitarbeiter angenommen wird.
- „Nicht immer ist gut gedacht gut gemacht, und mit nicht funktionierenden digitalen Lösungen verprellt man schlechtesten falls Gäste.“

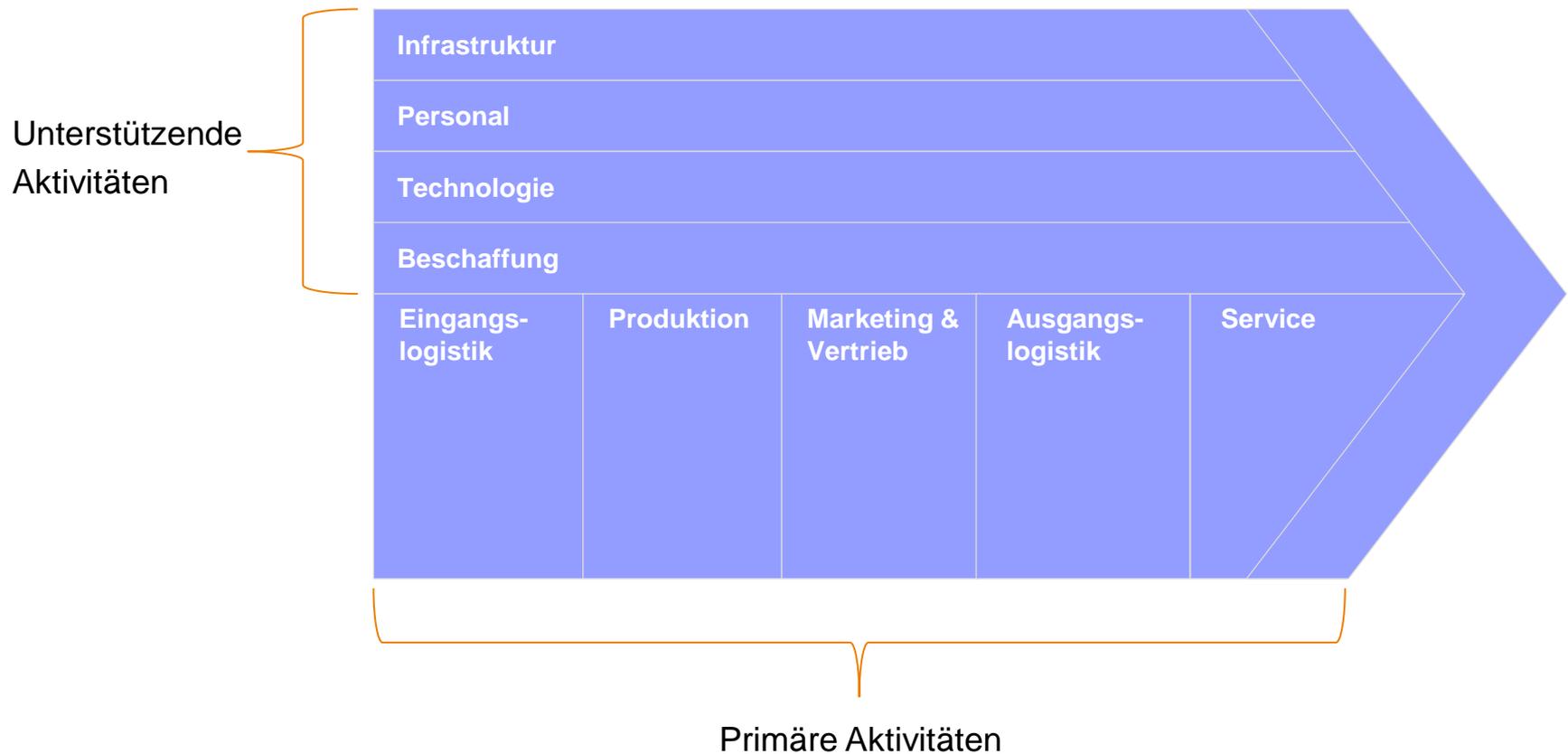
Destination Gemeinschaftsverpflegung 4.0:

- Arbeit für Caterer effizienter machen und Mitarbeitern das Essen entspannter ermöglichen.
- Wie weit die Branche in Sachen Digitalisierung ist, darüber gibt es keine Untersuchungen.
- Neue mobile technische Lösungen machen den Weg frei für die Digitalisierung in der Betriebsgastronomie.
- Vorreiter sind bargeldlose Bezahlverfahren, die an Aufwertern, Verkaufs- und Kaffeeautomaten sowie an der Kasse in Kantinen die Abwicklung beschleunigen und für die Gäste komfortabler machen.

Ziele der Digitalisierung in der Gemeinschaftsverpflegung?

- Kunden einen **höheren Mehrwert** zu bieten, effizienter zu arbeiten und das **Leben der Mitarbeiter zu vereinfachen**.
- **Informationen in „Real-Time“ zu bieten** (Menüs, Zutaten, Herkunft, Allergene, Kennzeichnungspflichten, Frequenz etc.).
- **Kunden erwarten zunehmend digitale Angebote** für die Verpflegung in ihren Einrichtungen. Diese sollen mehr Komfort bieten oder Prozessabläufe vereinfachen. Ein Beispiel: „Easylunch“ für kleinere und mittlere Betriebe ab 10 Gästen. Online wird das Essen bestellt, das ein Kurier liefert und dann den Ofen zu einem bestimmten Zeitpunkt damit bestückt.
- Insbesondere jüngere Konsumenten erwarten, dass sie alle **relevanten Informationen** rund um die Gastronomie in ihrem Unternehmen **über digitale Kanäle abrufen** und mit diesen interagieren können.
- **Informationsbasierte Entscheidungen treffen**, auf Basis von Verkaufsanalysen, integrierten mobilen Lösungen, Social Media und CRM sowie einem datengetriebenem Warenwirtschaftssystem.
- **Interaktion zum Gast** mit Hilfe von digitalen und dynamischen Displays, die historische und real-time Daten nutzen.
- **Standortbezogene, maßgeschneiderte und spielerische Gasterlebnisse** im Betriebsrestaurant, um Gäste zu begeistern, Marken-/ Betriebsloyalität aufzubauen, Besuchsfrequenz und den Durchschnittsbönb pro Gast zu erhöhen.
- **Wirtschaftlichkeit** optimieren.
- **Nutzenversprechen** an den Gast erfüllen.

Digitalisierung kann an jeder Wertschöpfungsstufe ansetzen!



Was ist ein Gastkontaktpunkt? Was ist eine Gasterlebniskette? I/II

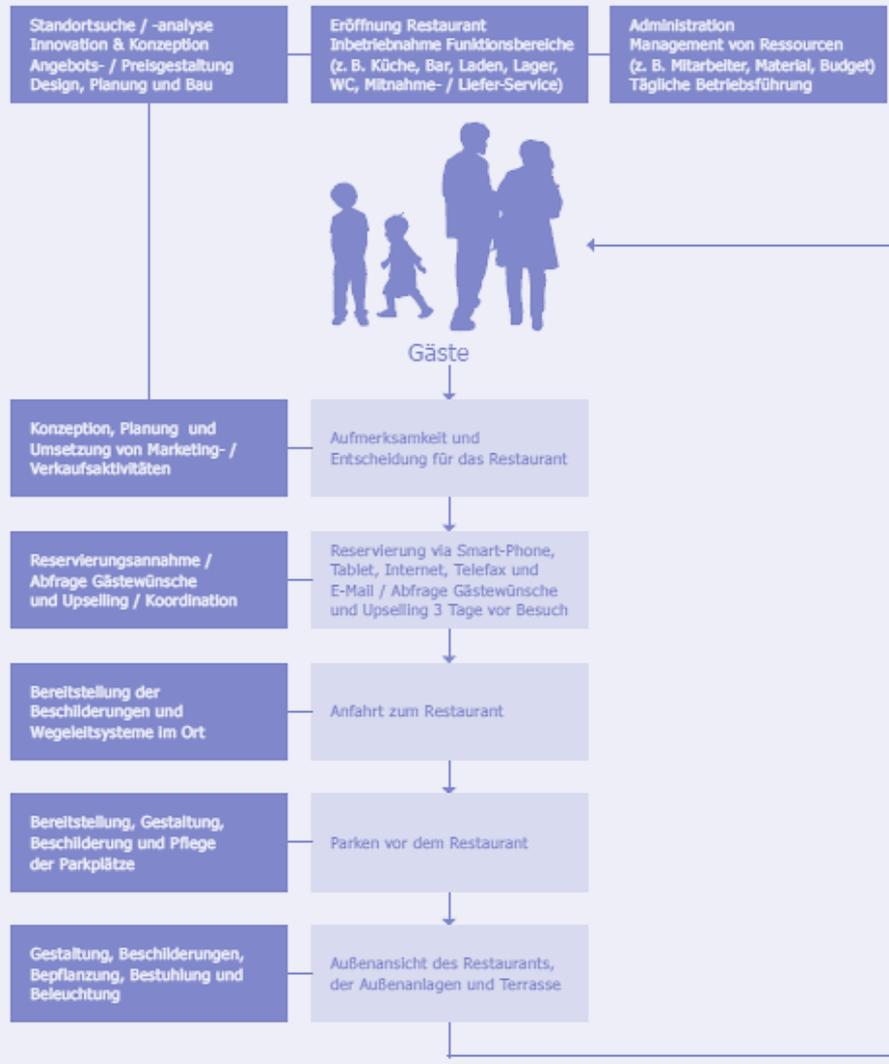
Gastpunktpunkte sind überall dort, wo der Gast mit dem Betrieb **vor, während oder nach der Nutzung** in Berührung kommt.

Gastkontaktpunkte können die **“Hardware“** (z.B. Einrichtung und Ausrichtung), **“Software“** (z.B. Freundlichkeit der Mitarbeiter, Serviceablauf) aber **Technologie** (z.B. Ablauforganisation, Kommunikation, Interaktion) betreffen.

Nur das intelligente **Zusammenspiel** generiert beim Gast einen positiven Eindruck und ein integriertes **optimales Gasterlebnis**.

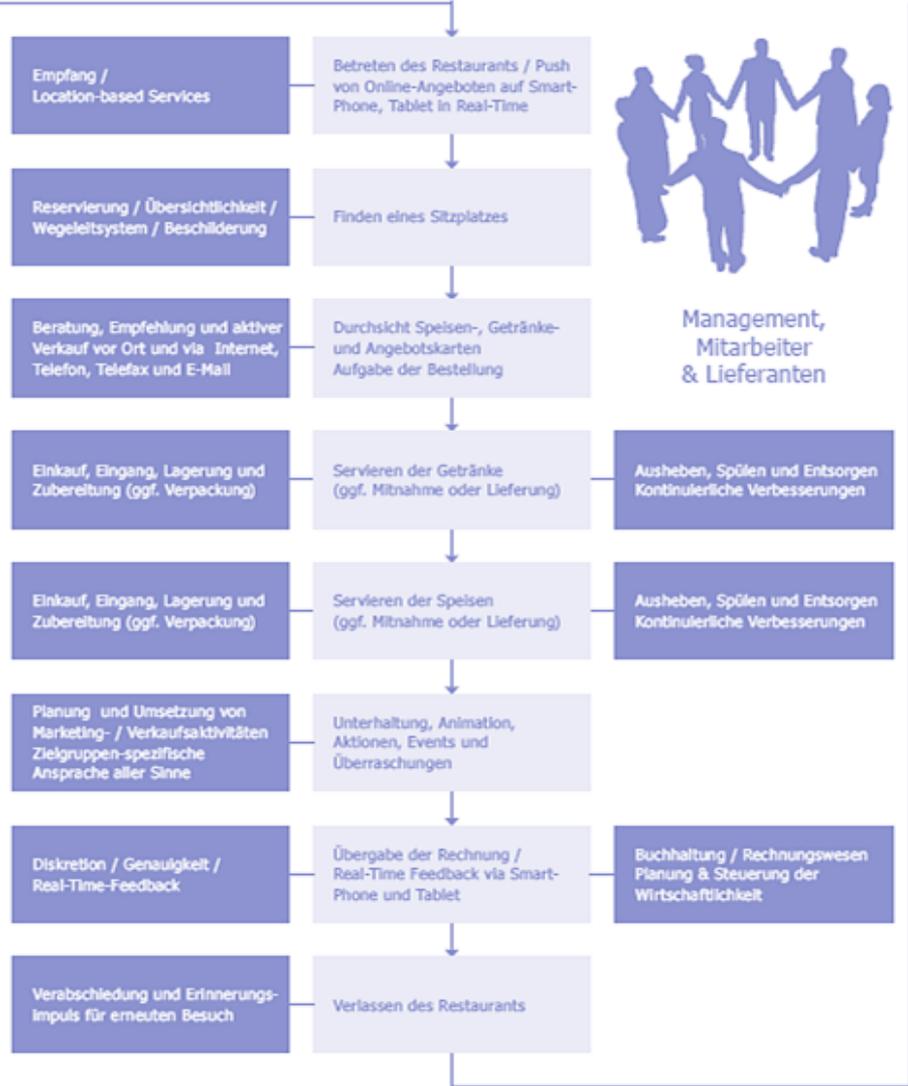
Digitalisierung kann jeden Gastkontaktpunkt **inszenieren, vernetzen** und **optimieren**.

Vor der Nutzung:

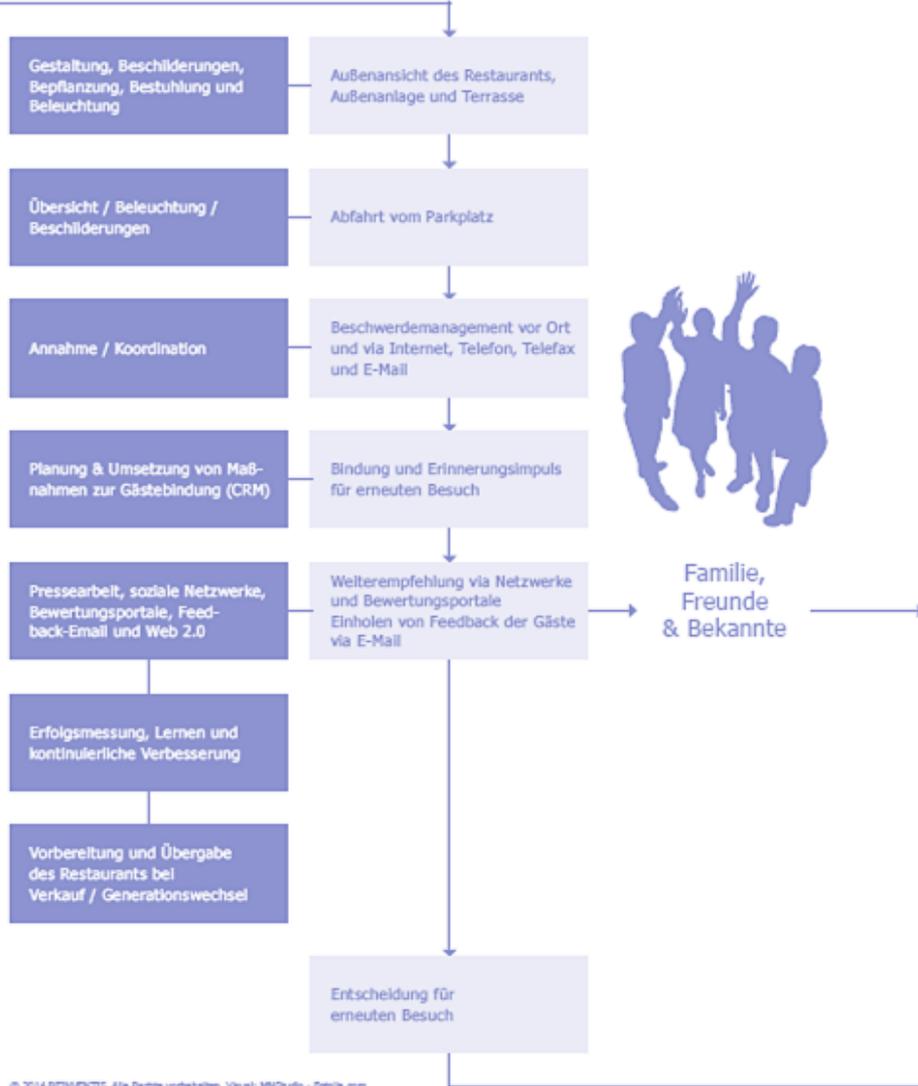


Was ist ein Gastkontakt? Was ist eine Gasterlebniskette? II/II

Während der Nutzung:



Nach der Nutzung:



© 2014 REINVENTIS. Alle Rechte vorbehalten. Visual: MGSudo - Fotolia.com

Gasterlebnisse der nächsten Generation: Ein komplett integrierter Ansatz



- ANLOCKEN:**
 - Gäste sehen sich die Restaurant-Website an, um Menü, Preise und Standort zu erfahren.
 - sehen sich Mitbewerber an
 - entscheiden sich für ein Restaurant
- BETRETEN:**
 - Gäste entscheiden was sie bestellen / wie individualisiert wird
 - bestellen online / per App oder im Restaurant
- EINLASSEN:**
 - Gäste entscheiden, wie sie für ihre Gerichte bezahlen möchten
 - Sie zahlen für alle zusammen oder es wird aufgeteilt
- VERLASSEN:**
 - Gäste warten für Speisen & Getränke
 - Schauen nach etwas, womit sie sich beschäftigen können
- ERWEITERN:**
 - Gäste beenden ihre Mahlzeit
 - Schauen sich ihre Kundenbindungspunkte an
 - Interagieren mit Social Media
 - Geben Rückmeldung
 - Entscheiden, ob sie wieder kommen



Fähigkeiten eines Restaurant für Gasterlebnisse der nächsten Generation

- Integriertes Menü, Preise und Standort (.auf App/ Website)
- SEO (Optimierung der Schlüsselwörter für die Internetsuche)
- Zusammenarbeit mit Anderen (z.B. Bewertungsportale)
- Individualisierung des Menüs
- Technologie unterstützt die Personalisierung von Angeboten (z.B. bei McDonald's Easy Ordering - Hamburger selbst nach Wunsch zusammenstellen)
- Digitales bestellen und bezahlen (z.B. über App, Website oder Terminal)
- Mobile und flexible Bezahloptionen
- Sammlung und Auswertung von Daten
- Wartezeit-Management Plattformen
- Erlebnisinszenierung während der Wartezeit, auch beim Anstehen (Beispiel Walt Disney Freizeitparks)
- Gastbindungsprogramme mit individuellen Angebote
- Analyse und Kommunikationsplattformen
- Social Media Management & Moderation

Mitarbeiter:

- Für viele ist Digitalisierung noch immer gleichgesetzt mit **Rationalisierung**.
- Hören sie, dass in ihrem Betrieb stärker in digitale Lösungen investiert werden soll, geht oft die **Angst** um, den **Arbeitsplatz zu verlieren**.
- Es geht bei Digitalisierung vielmehr darum, **Fachkräfte zu entlasten**, damit sie sich wieder stärker auf ihre eigentlichen Tätigkeiten konzentrieren können.
- **Mitarbeiter sollten so früh wie möglich** in das Projekt zur Einführung einer digitalen Lösung **eingebunden werden**, um Akzeptanz zu fördern und nur relevante Technologien einzuführen.
- **Plan „B“** haben, wie das Team bei Ausfall der Technologie den Betrieb weiter aufrechterhalten können.

GV-Manager:

- **Abwägung Nutzen, Aufwand, Kosten und Wirtschaftlichkeit** des Einsatz einer digitalen Lösung.
- Eine der größten Herausforderungen bei der Digitalisierung ist es, die **Mitarbeiter und Abteilungen innerhalb eines Betriebs mitnehmen** und die Prozesse für alle greifbar machen.
- **Mitarbeiter müssen an die Hand genommen werden** und die Vorteile der Digitalisierung erklärt werden, vor allem, die keine „Digital“ Natives sind und eventuell gewisse Vorbehalte oder Ängste dem Thema gegenüber haben.
- Nur solche Digitalisierungsprojekte sollten gestartet werden, bei denen das Management und die Mitarbeiter den **Nutzen ganz klar erkennen**.
- Um die Akzeptanz zum Einsatz von digitalen Lösungen sollten die **Mitarbeiter eng eingebunden werden und auch Mitbestimmungsrecht erhalten**, welches digitale Konzept realisiert werden soll.



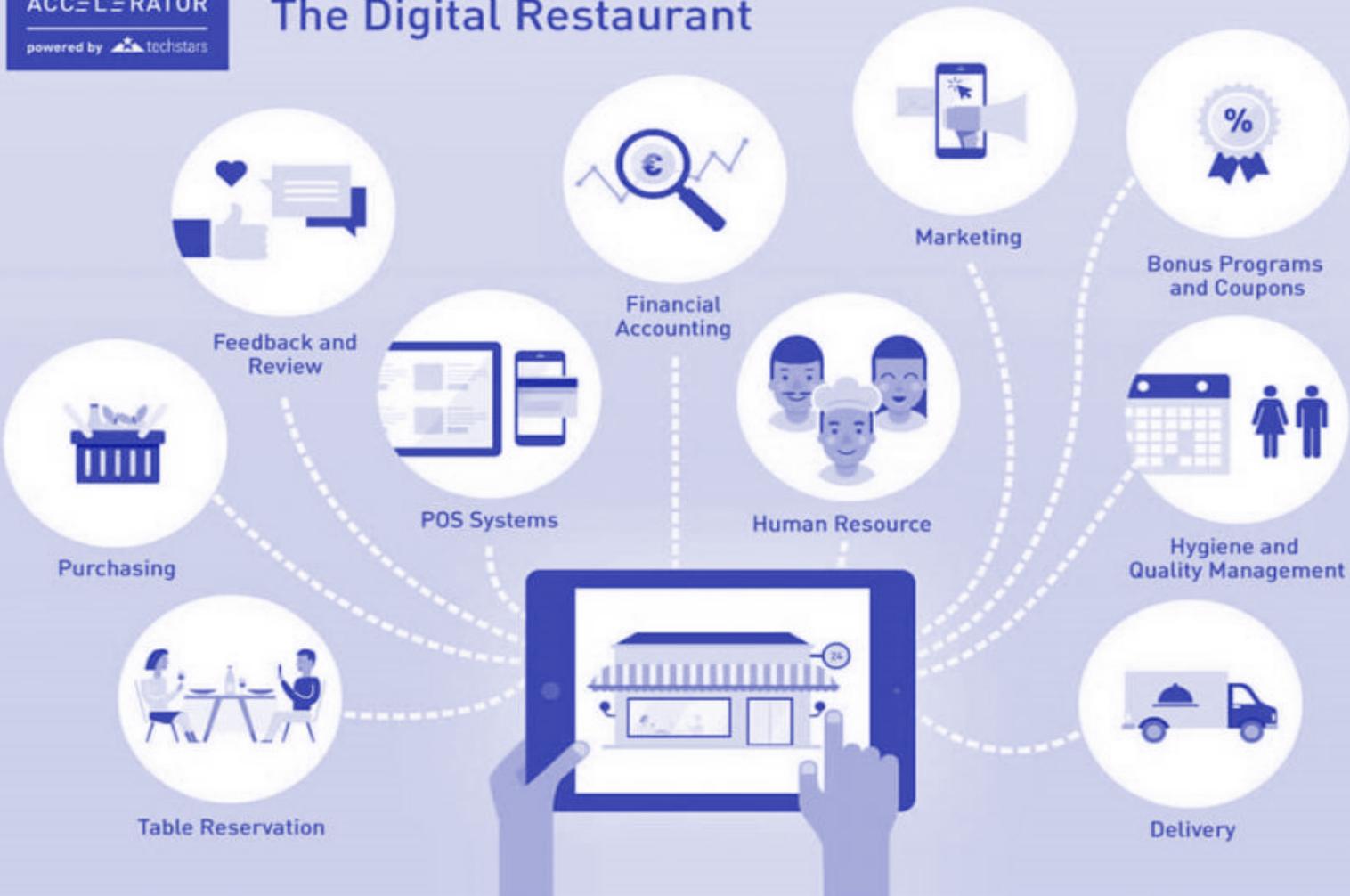
Das digitale Restaurant

#technologieindergastronomie





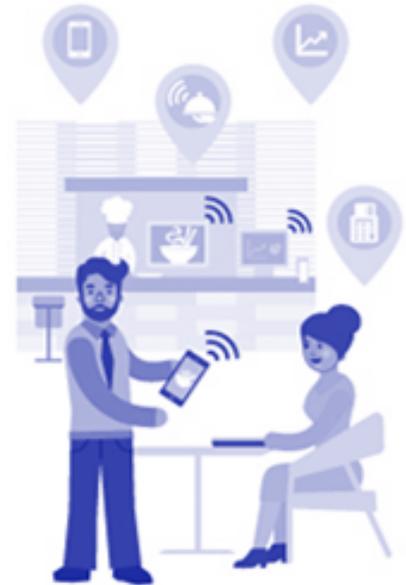
The Digital Restaurant



Das Restaurant – heute und morgen | Wie wird es sicher verändern?



- Mitarbeiter Menü Training
- Manuelle Annahme der Bestellung
- Physische Bearbeitung der Bestellung
- Umgang mit Bargeld



- Menü / POS Synchronisierung
- Automatisierte Bearbeitung der Bestellung
- Bargeldlose Bezahlssysteme
- Echtzeit Analysen & Berichte

HEUTE



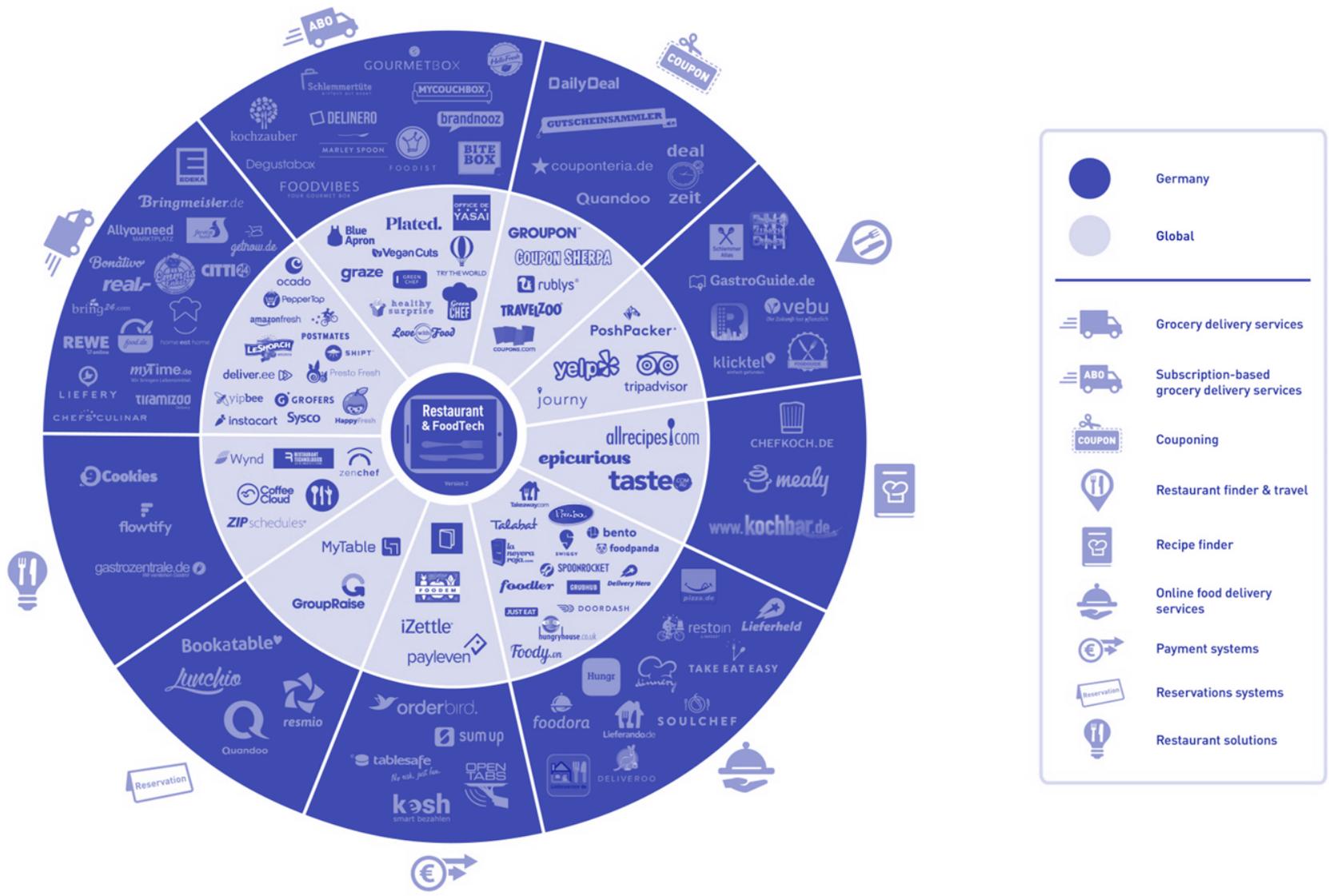
- Manuelle Informationsrecherche
- Manuelle Kalkulation von Gerichten
- Handgeschriebene Menüs

MORGEN



- Download von Informationen zu den Gerichten
- Management von Informationen (z.B. Allergene, Zusätze)
- Automatisierte Kalkulation von Gerichten
- Digitale Erstellung von Menüs

Deutsche und globale Technologie-Startups unterstützen die Branche mit neuartigen digitalen Problemlösungen





Was muss heute schon?

#kernprozessetechnischunterstützen

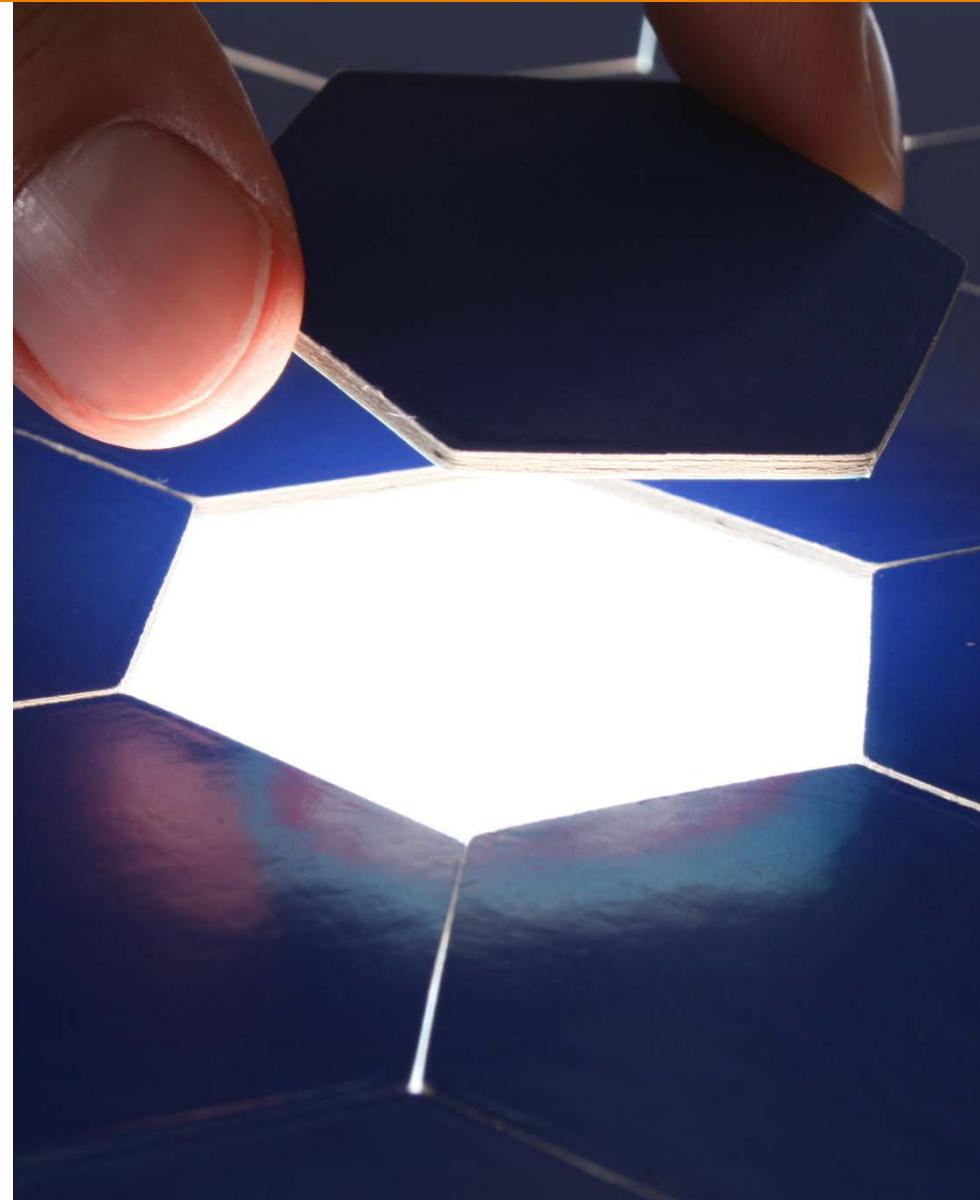


Gemeinschaftsverpflegung ist heute vor allem „Grundversorgung“



- „Hunger und Durst stillen“
- Snacking (süß und salzig)
- Kaffee
- Getränke (Softdrinks)
- Gesundheitsbewußte Ernährung der Mitarbeiter
- Fokus Hauptmahlzeiten mit enger Zeitspanne
- Gesundheitsförderung durch „Nudging“
- Wohlfühloase für Mitarbeiter und als Ort der Kommunikation
- Produktivität der Mitarbeiter erhalten
- Einfachheit im Ablauf und in der Bezahlung

- (Bargeldlose) Kassensysteme
- Warenwirtschaftssystem / Inventur
- Internetseite
- Kalkulation
- IT-Vorbereitung Buchhaltung (Kreditorenmanagement)
- Personalplanung (Arbeitszeiterfassung)
- Bewerbermanagement
- Onlinevermarktung/ Social Media
- Technische und organisatorische Maßnahmen für Datenschutz (DS-GVO)
- Digitale Displays
- Gast W-LAN
- Musiksysteme
- Nutzung von Online-Einkaufsplattformen





Was kann?

#gastproblemlösungentechnischvernetzen

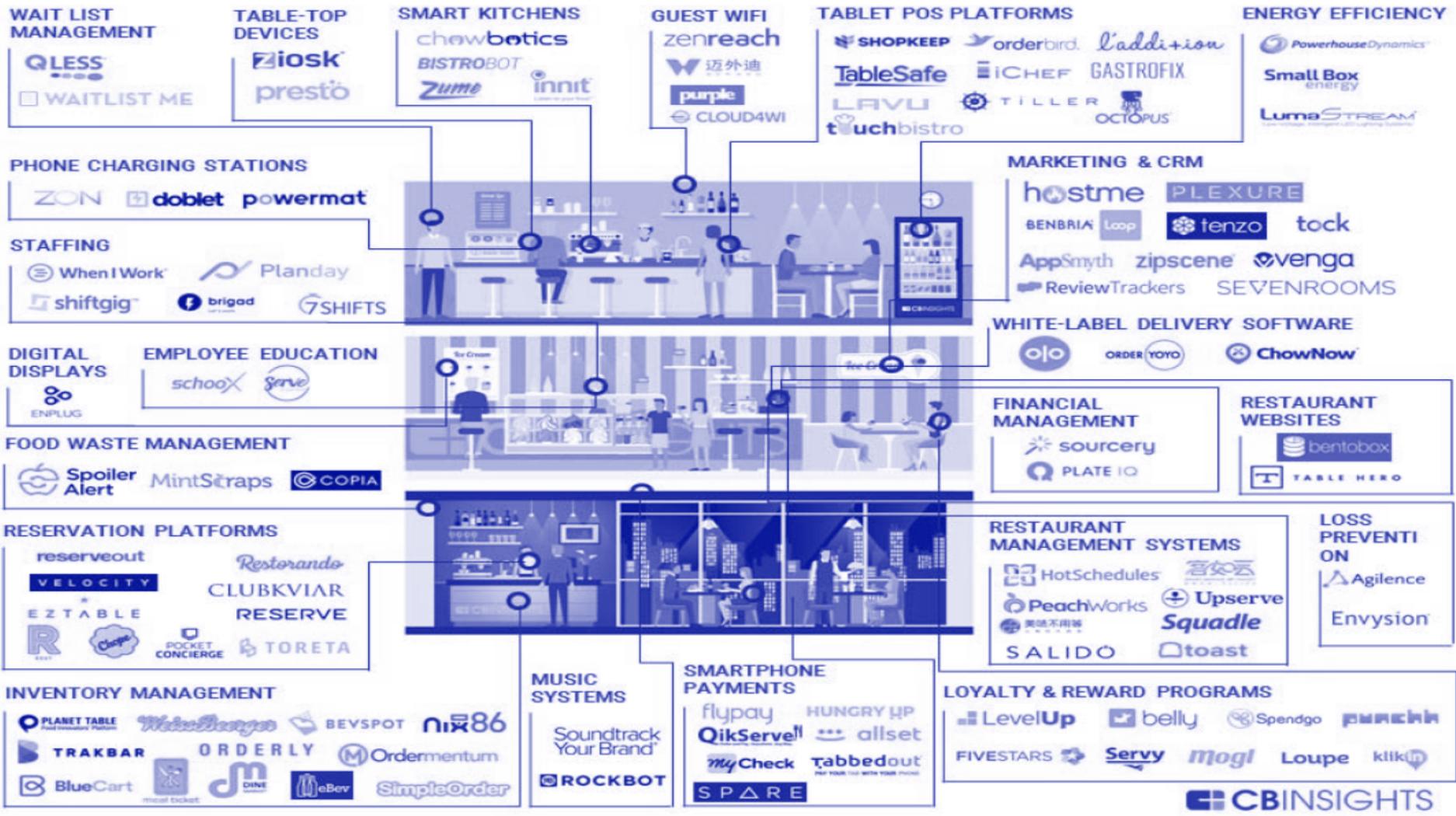




- 24h-Versorgung sicherstellen
- Vending-Maschinen / Verkaufsautomaten (Mahlzeiten, Snacks, Getränke heiß/ kalt)
- Essen nach eigenem Rhythmus, nach eigener Uhrzeit und Projektbedürfnissen ermöglichen
- Informationsplattform für gesundheitsbewusste Ernährung
- Betriebsverpflegung und –services als Markeninszenierung für das Unternehmen
- Essen z.B. per App vorbestellen, abholen oder liefern
- Zusätzliche „lebensvereinfachende“ Services anbieten (Reinigung, Einkaufen, Apotheke, Geschenke, etc.)

- (Bargeldlose) Kassensysteme
- Warenwirtschaftssystem
- Internetseite
- Kalkulation
- IT Vorbereitung Buchhaltung (Kreditorenmanagement)
- Personalplanung (Arbeitszeiterfassung)
- Bewerbermanagement
- Onlinevermarktung/ Social Media
- Technische und organisatorische Maßnahmen für Datenschutz (DS-GVO)
- Digitale Displays
- Gast W-LAN
- Musiksysteme
- Reservierungssysteme
- Mobiles Bestellen und Bezahlen
- Concierge-Tablets, -Apps und Smartboards
- Informations-Beacon (Bluetooth)
- Mobile-Apps
- RFID
- Gästebindungsprogramme
- Telefon-Aufladestationen
- Table-Top (Bestellung via Tablets am Tisch)
- Wartelisten-Management
- Mitarbeiterschulung (Lernplattformen, E-Learning)
- Energieeffizienz
- Finanzmanagement
- Lebensmittel-Abfallmanagement
- Verlustprävention
- Marketing & CRM
- Restaurantmanagementsystem
- Smart-Kitchen
(Digitale Vernetzung Küchengeräte mit Hilfe von Sensoren und Internet-of-Things)
- Mitarbeiterrekrutierung
- Tablet-PoS-Systeme
- „White-Label“-Lieferdienste
- Online-Services von Schlüsselpartnern, die „lebensvereinfachende“ Dienstleistungen und Lieferungen anbieten

THE RESTAURANT TECH MARKET MAP



CBINSIGHTS



Video





DATA KITCHEN

BERLIN

Video



Was ist zukünftig möglich?

#gasterlebnisseinszenieren

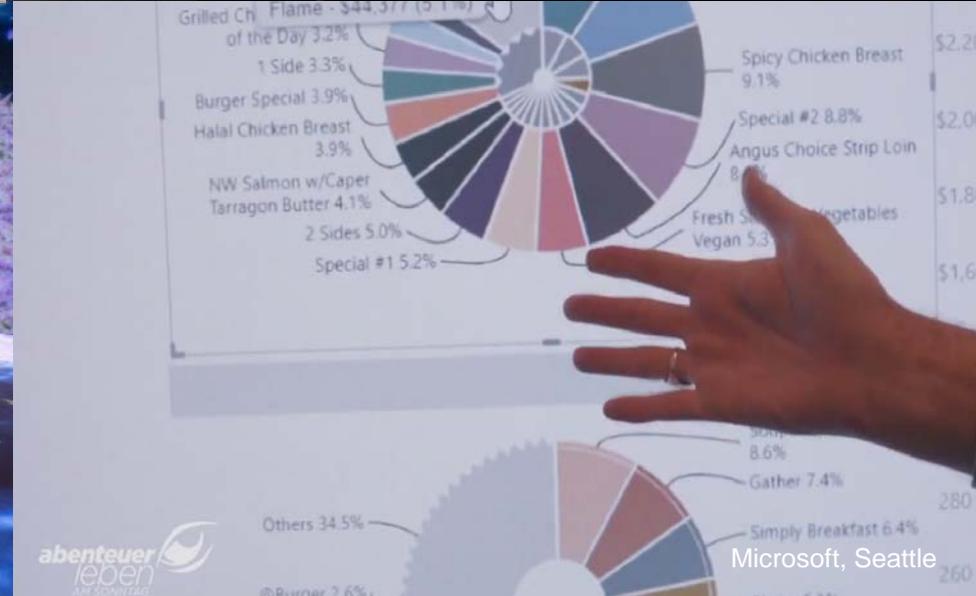
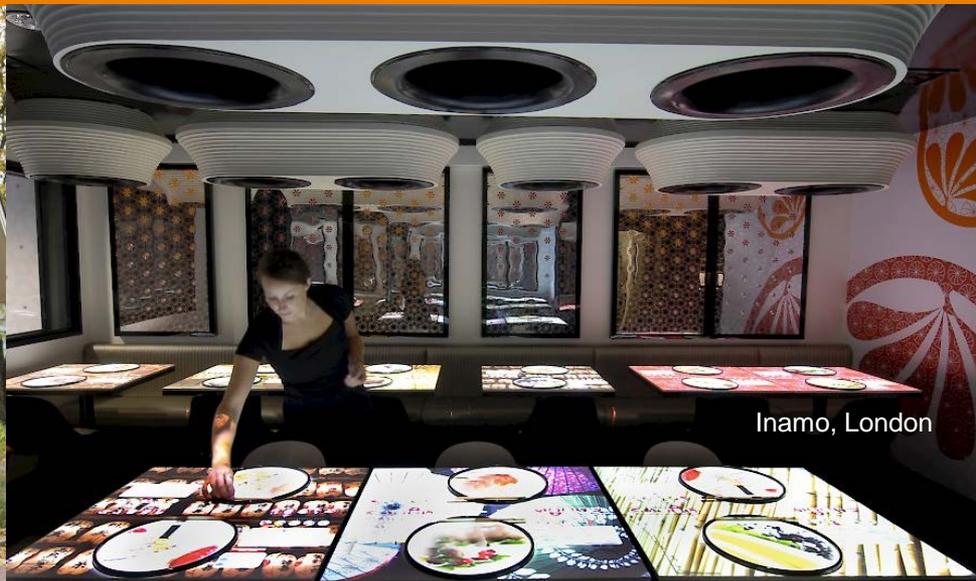




- 24h-Stunden Service-Bereitschaft
- Multisensorische Ansprache der Gästesinne
- Multi-Serviceplattform für Versorgung, Services und vernetzte Schlüsselpartner
- Selbstlernender Betrieb (Big Data)
- Automatisierter Einkauf & Lieferung
- Automatisierung von nicht Kernprozessen
- Interaktion und Kommunikation in Echtzeit
- Markeninszenierung des Unternehmens
- Erlebnisinszenierung an allen Gastkontaktpunkten
- „Vorausdenkende“ Gemeinschaftsverpflegung
- Corporate Inhouse-Farming (Tier, Fische, Pflanzen)
- Erweiterung des Erlebnis „Kantine“ um virtuelle Welten und erweiterter Realität
- Vernetzung von allen Geräten, Produkten und Dienstleistungen

- Virtual Reality
(Erweiterung der Realität in computergenerierten Welten)
- Augmented Reality / Wearables
(Erweiterung der Realität/ Kleidung durch Informationen)
- Chat-Bots und Conversational Commerce
(z.B. „ALEXA“)
- Multisensorik / Sinnesansprache der Gäste
- Erlebnis-Interaktion
- 3D-Druck
- Künstliche Intelligenz (AI)
- Big Data / Crowd-Sourcing
(Wissen von Daten, Gästen und Internet wird in Gestaltung/ Betriebsführung der Gemeinschaftsverpflegung eingebaut)
- Roboter
- Internet-of-Things (automatisierte Vernetzung/ Interaktion von Geräten und Produkten)
- Synthetic Biology
(z.B. Fleisch im Labor gezüchtet)
- Aquaponic Gardening
(z.B. Farmen, Anbau von Lebensmitteln im Restaurant)
- Selbstfahrende Fahrzeuge
(übernehmen Teile der Lieferkette)









Video



Video

Digitalisierung – ja gerne! Aber wie umsetzen?

#vorgehensweiseverstehen

Denken wie ein Gastgeber:

- Welche Erwartungen haben meine Gäste?
- Welche Mittel habe ich, um meine Gäste zu betreuen?
- Wie kann ich meine Gäste angenehm überraschen?
- Wie schaffe ich es, dass sich meine Gäste bei mir wohlfühlen?
- Wie erreiche ich einen nachhaltig positiven Eindruck zu hinterlassen?
- Wie schaffe ich es meine Gäste zum erneuten Besuch zu motivieren?



Denken wie ein Unternehmer:

- Wie kann ich den Erfolg meines Unternehmens messen?
- Wie ziehe ich engagierte Mitarbeiter an und halte diese?
- Wie sichere ich die Existenz meines Unternehmens?
- Wie kann ich Experten einbinden, die mich idealerweise unterstützen?

Denken wie ein Designer:

- Wie stelle ich den Mensch in den Mittelpunkt?
- Wie entwickle ich Einfühlungsvermögen und Empathie?
- Wie erkenne ich offene und latente Bedürfnisse?
- Wie folge ich dem Prinzip "Form folgt der Funktion"?
- Wie kann ich vieles einfach ausprobieren, um die beste Lösung für ein Problem zu finden?
- Wie finde ich meine Inspiration, um Probleme zu lösen?

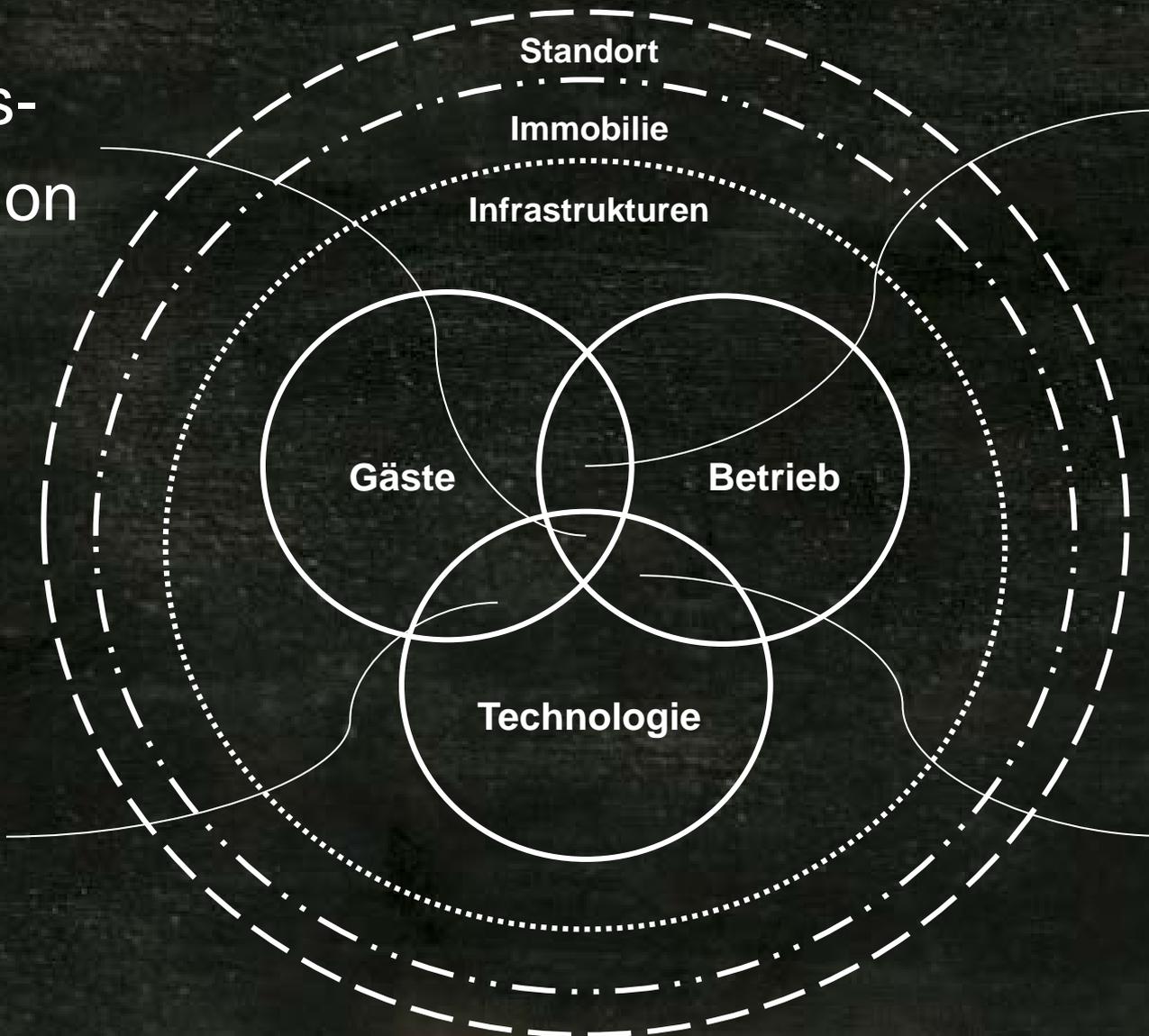


**Erlebnis-
innovation**

**Emotionale
Innovation**

**Funktionale
Innovation**

**Prozessuale
Innovation**



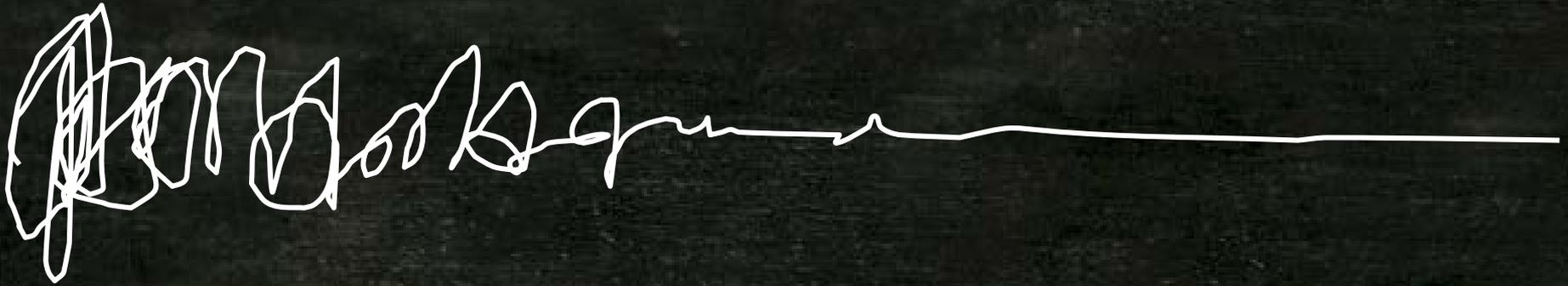


Problem

Prototyp

Test

Lösung



Fokus Gäste:

- Trendbewusstsein
- Verpflegung
- Gastraum
- Sinnesansprache
- Service
- Flexibilität
- Erlebnisinszenierung

Fokus Betrieb:

- Management
- Küche
- Mitarbeiter
- Beschaffung
- Ver-/ Entsorgung
- Schlüsselpartner
- Wirtschaftlichkeit

Fokus Technologie:

- Vermarktung
- Produktion
- Big Data
- Administration
- Kommunikation
- Logistik
- Interaktion



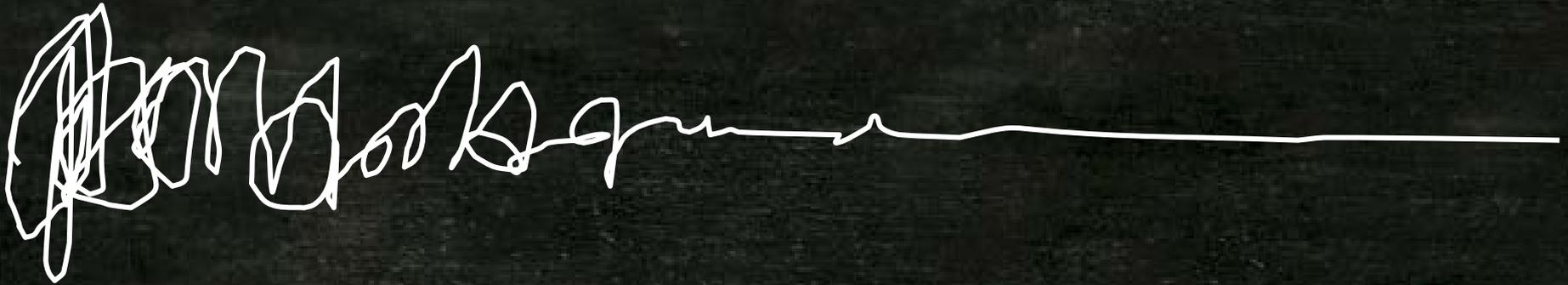
Hospitality Design Thinking Prozess für die Gemeinschaftsverpflegung

Problem

Prototyp

Test

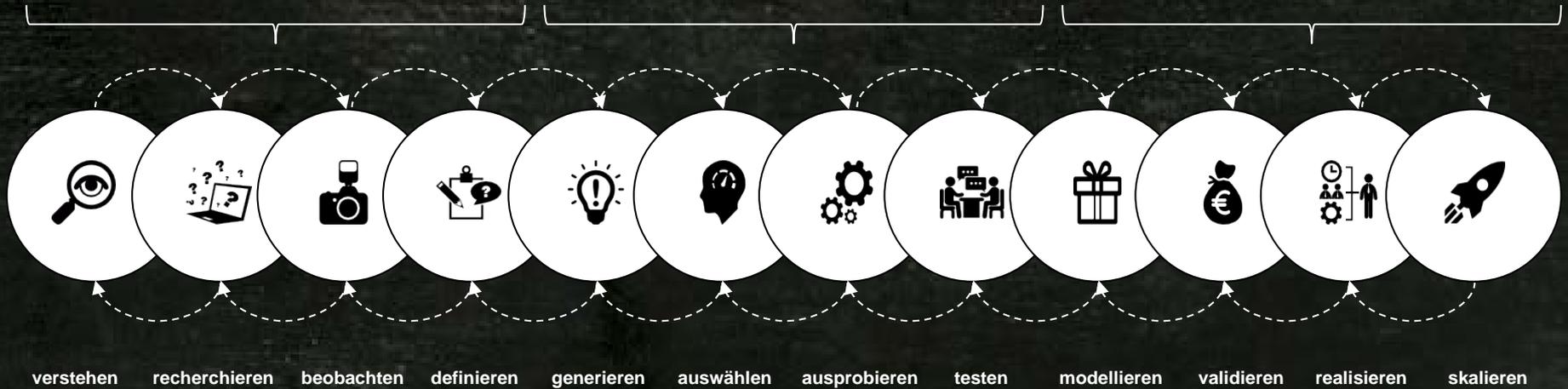
Lösung



1. entdecken

2. entwickeln

3. einführen



verstehen recherchieren beobachten definieren generieren auswählen ausprobieren testen modellieren validieren realisieren skalieren

- Welche Systeme im Betriebsrestaurant, aber auch im gesamten Unternehmen sind bereits vorhanden, wo gibt es Schnittstellen?
- Welche Geräte / Systeme funktionieren gut?
- Wo gibt es immer Probleme?
- Wo sehen die Gäste / Mitarbeiter den größten Bedarf?
- Welche digitalen Technologien nutzen die Kollegen?
- Welche Erfahrungen gibt es in der Region mit dem Einsatz neuer Techniken?
- Was macht das Leben für den Gastronomen leichter?
- Erleichtert das Produkt die Arbeit und optimiert es die Abläufe im Betrieb?
- Und, wenn es um die Vermarktung geht: Wie hoch ist die Akzeptanz des digitalen Angebots bei den Gästen?



- Projekt-Team
- Rahmenbedingungen
- Funktionales Konzept
- Technisches Konzept
- Schulung
- Betrieb
- Wartung

Funktionales Konzept:

- IST-/ SOLL-Analyse Gemeinschaftsverpflegung
- Zieldefinition
- Ergebnisse Design Thinking Prozess
- Definition Wertschöpfungskette/ funktionale Schnittstellen
- Definition Erlebniskette
- Marketingkonzept
- Kommunikationskonzept
- Schulungskonzept
- Ableitung Anforderungen
- Wirtschaftlichkeitsprognose

Technisches Konzept:

- IST-/ SOLL-Bestandsaufnahme Technologie
- Definition / Abstimmung technische Schnittstellen
- Auswahl Technologie/ Anbieter
- Realisierungsfahrplan
- Testfahrplan
- Dokumentation
- Schulungsmaterial
- Wartung / Aktualisierung



- Absichern, ob sie Technologie einen Nutzen bringt und insbesondere die Abläufe vereinfacht
- Klare Ziele formulieren und an die Mitarbeiter kommunizieren
- Anforderungen während des Projekts möglichst nicht sprunghaft verändern
- Falls möglich, Projektleiter benennen und Freiräume geben
- Das Budget sollte definiert sein, aber auch den Ansprüchen gerecht werden
- Nicht auf die letzte Sekunde planen und Zeit für die Einführung lassen
- Fachliche Mängel oder fehlendes Know-how eventuell durch externe Beratung ausgleichen
- Betriebliche Strukturen und Technologien möglichst aufeinander abstimmen
- Schlüsselpersonen frühzeitig in das Projekt einbeziehen
- Kommunikation rund um die neue Technologie fördern
- Schulungen durchführen (lassen)
- Für alle Schritte: Akzeptanz und Unterstützung der Mitarbeiter gewinnen
- Technologie ist Chefsache



Fragen & Antworten

#mehrwissenwollen





Erik A. Leonavicius

Inhaber und Geschäftsleitung
Innovationsagentur REINVENTIS
Branchenlösung
RESTAURANTMARKETING.DE

Website:
www.reinventis.com
www.restaurantmarketing.de

E-Mail: info@reinventis.com
Telefon: +49 (0) 89 23889052





Diese Präsentation ist nur für den persönlichen Gebrauch im Rahmen der Workshopreihe 2018 / 2019 der S&F-Gruppe gedacht. Kein Teil davon darf zirkuliert, zitiert oder auf sonstiger Art und Weise unbeteiligten Dritten zugänglich gemacht werden, ohne eine schriftliche Genehmigung des(r) Autors(en).

Die Präsentation enthält u.U. Markenbezeichnungen, Abbildungen, Methoden, Beispiele u.a., die lediglich unterstützenden erklärenden und visualisierenden Charakter haben sollen. Die Quellen-/ Urheberrechte wurden - soweit bekannt - gekennzeichnet und bleiben bei den jeweils genannten Quellen/ Rechtsinhabern. Bei unbeabsichtigter / etwaiger Rechtsverletzung oder fehlender Quellenangabe, wird dies umgehend in der Präsentation geändert oder gelöscht.

Diese Präsentation wurde im Rahmen Workshopreihe 2018 / 2019 der S&F-Gruppe während einer mündlichen Präsentation verwendet. Die Präsentation ist keine komplette Wiedergabe der Veranstaltung und Diskussion. Nutzung der hier vorgeschlagenen Methoden und Vorschläge erfolgt auf eigene Gefahr.

Autor: Erik A. Leonavicius, REINVENTIS

Visual REINVENTIS



reinventis®

Gemeinsam erfinden wir Sie neu!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Entdecken Sie mehr unter:

www.reinventis.com

www.restaurantmarketing.de