

Wohlfühl-Oase für 6.000

Die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe (W&W) ist mit 6.000 Mitarbeitenden in den W&W-Campus auf der grünen Wiese in Kornwestheim gezogen. Die Verpflegung stemmt der Konzern in Eigenregie, damit sich die Belegschaft „zu Hause“ fühlen kann, wie es der CEO ausdrückt. New Work-Welten mit einer kulinarischen Top-Performance.

Auf den ersten Blick von außen ist nicht viel los. Es ist Freitag und der W&W-Campus in Kornwestheim mit seinen rund 4.000 Arbeitsplätzen hat die übliche Quote anwesender Arbeitskräfte für den letzten Wochentag. Dennoch wirkt der Sitz der W&W-Gruppe an diesem Tag ein wenig verschlafen. Wie ein kleines Dorf. Doch genau das ist dieser Campus, bestehend aus 14 großen Bürogebäuden. Ein Dorf errichtet mitten auf der grünen Wiese außerhalb der Stadt. Auf

den alleinähnlich angelegten Gehwegen zwischen den Häusern, Bäumen und Grünflächen spazieren vereinzelt ein paar Menschen, ansonsten herrscht Stille.

Stolz präsentiert Claudia Bernecker und Gudrun Hellauer-Schwichtenberg, Leiterin Gastronomie der W&W Service GmbH, den imposanten Firmensitz. „Die W&W-Gruppe hat in den neuen Campus insgesamt rund 500 Millionen Euro investiert“, sagt Kommunikationsexpertin Bernecker. In den Anfang 2023 fertiggestell-



ten Neubauten stehen rund 4.000 Schreibtischarbeitsplätze in den Büromodulen. Durch Desksharing und mobiles Arbeiten sowie weitere Arbeitsmöglichkeiten, etwa Thinktanks und Rückzugsräume oder Flächen in der alle Häuser verbindenden Passage, gibt es auf dem Campus ausreichend Platz für die rund 6.000 Innendienst-Mitarbeitenden der W&W-Gruppe.

Innen im Empfangsgebäude ist es dann plötzlich weniger ruhig. Hier ist die Gastronomie angesiedelt – und plötzlich wird klar, wo die ganzen Mitarbeiter sind. Im Restaurant. Kurz nach 12 Uhr herrscht hier reges Treiben zwischen den verschiedenen Countern wie Pasta-Bar, Grill und dem Veggie-Buffet. „Zwischen Dienstag und Donnerstag haben wir im Schnitt 3.200 Kassendurchgänge“, sagt Hellauer-Schwichtenberg. „Davon sind 2.000 Hauptgerichte. Freitags sind es gut die Hälfte.“ An diesem Freitag stehen Tortellini mit Tomaten-Basilikumsugo, Spinat und Pinienkernen (2,90 Euro), Flammkuchen Elsässer

Art (4 Euro) oder Cevapcici mit Paprika-Joghurtsauce und Tomatenreis (3,95 Euro) auf der Speisekarte. Aus dem Off plötzlich ein Ruf: „Unbedingt den Fisch probieren!“ Küchenchef Raphael Jäger steht am Grill und preist das von ihm frisch zubereitete Tagesgericht an: Gebratenes Filet von der Rotbarbe mit Weißweinsauce, Kräuter-Tagliatelle und Bio-Brokkoli (4,60 Euro).

Auffallend sind die günstigen Preise.

„Das ist in der Tat so und von der Geschäftsführung gewünscht“, sagt Hellauer-Schwichtenberg. „Der Durchschnitts-Bon liegt bei 4,40 Euro.“ Als große Herausforderung beschreibt sie diese Preispolitik, zumal die Preise von W&W nicht bezuschusst werden. „Wir müssen mit unserem Budget auskommen, schaffen dies aber wirklich gut.“ Zudem ist es Vorgabe des Konzerns, dass jeden Tag ein komplettes Gericht für 2,60 angeboten wird. Um das zu schaffen, kommt dem Team rund um die Kü-

chenchefs Raphael Jäger und seinem „Mentor“ Bernd Stöffler – unter ihm hat Jäger einst seine Ausbildung absolviert – der bodenständige Geschmack der Belegschaft zugute. „Da hier viele traditionelle, einfache Gerichte gewünscht werden, können wir preislich im Rahmen bleiben“, erklärt die Leiterin Gastronomie. Favoriten sind Maultaschen, Spätzle oder vor allem Linsen mit Saiten (Würstchen). „Wenn wir das nicht einmal die Woche anbieten, sind unsere Gäste enttäuscht, also gibt es jede Woche einen traditionellen Tag“, sagt Bernecker schmunzelnd. Aus Südhessen stammend, hat sie die schwäbische „Linsenweisheit“ schnell verinnerlicht.

Bei aller Tradition geht der allgemeine Veggie-Trend nicht an Kornwestheim vorbei, ist aber weniger stark ausgeprägt. „Wir haben ein Veggie-Buffet, aber von den acht bis zehn Hauptgerichten, die wir täglich anbieten, ist nur eines vegan. Wir hatten seit der Eröffnung am 30. Januar 2023 mehr Optionen, haben aber

Im lichtdurchfluteten Restaurant finden rund 900 Gäste Platz.



W&W-Campus, Kornwestheim



© ANDREAS MARTIN

Bis zu 2.000 Hauptgerichte gehen bei W&W täglich über die Theke.

Leitung Gudrun Hellauer-Schwichtenberg (Leiterin Gastronomie W&W Service GmbH), Raphael Jäger und Bernd Stöffler [Küchenchefs]
Team 44 in der Küche, 20 in der Spülküche
Gästepotenzial 4.000

Auslastung pro Tag Dienstag bis Donnerstag 2.000 Hauptgerichte, Montag und Freitag 1.000 bis 1.500 Hauptgerichte

Größe Gastronomie Betriebsrestaurant (900 Sitzplätze), Außenbereich/Terrasse (130 Sitzplätze), Cafeteria (150 Sitzplätze), Konferenzservice [bis zu 300 Gäste]

Ausstattung Ausführende Firma der kompl. Anlage: HoGaKa Profi | Thekenanlagen und Edelstahlbau: Prisma | Großkochgeräte: MKN & Rational
 Warmausgaben: Beer | Kaltausgaben, Kühlvitrinen, etc.: AKE, IDEAL
 Induktionstechnik etc.: Berner

Speisenangebot 8-10 Hauptgerichte, Salate, Suppen, Desserts

Durchschnitts-Bon 4,40 €

Günstigster Preis täglich ein Hauptgericht à 2,60 €

Lieferanten 60

Bio-Anteil 5 %

Homeoffice-Quote 40 %

Öffnungszeiten ganztägig

Planungsstart 2016/2017

Fertigstellung/Eröffnung 2023

Aufbau Counterkonzept (One-Stop), zoniertes Restaurant, Fokus auf Design

Investitionssumme ca. 500 Mio. € für den gesamten W&W-Campus

Flächen Untergeschoss ca. 500 qm für Anlieferung, Lager etc.

Campusgeschoss ca. 2.600 qm für Tageslager, Küchen, Spülküchen, Food Court inkl. Gastraum, Cafeteria inkl. Gastraum

Sonderflächen ca. 100 qm Küche für Sonderbereiche (EG) + 3 Panküchen auf dem Campus

festgestellt, dass es einen großen Unterschied zwischen Veggie-Wunsch und Wirklichkeit gibt. Das Angebot war da, wurde aber schlichtweg nicht in der Form angenommen“, gibt Hellauer-Schwichtenberg zu. Bio hingegen spiele eine größere Rolle. „Für den Gast ist unser Bio-Anteil für den Besuch erst mal nicht ausschlaggebend, sehr wohl aber für den Geschmack. Den Bio-Anteil haben wir von uns aus erhöht, geben das preislich aber nicht weiter“, erklärt Hellauer-Schwichtenberg. Dieser Ansatz lohnt sich: Das Betriebsrestaurant wurde für seine Nachhaltigkeit zertifiziert und trägt jetzt das Siegel „Green Canteen“.

Verbesserungspotenzial sieht sie vor allem beim Foodwaste. „Hier sind wir gut, aber noch nicht zufrieden. Derzeit läuft daher, von der hauseigenen IT veranstaltet, ein Hackathon mit dem Ziel, ein Tool zu programmieren, das uns helfen soll, genauere Vorhersagen für den Lebensmittelbedarf zu treffen.“

Im lichtdurchfluteten Restaurant, das modern eingerichtet ist, viel Holz gepaart mit Anthrazittönen, finden rund 900 Gäste Platz. Die Einrichtung variiert zwischen Tischen, langen Tafeln, Bar-Garnituren und separierten Boxen, wie man sie aus amerikani-

schen Diner-Restaurants kennt. „Hier lassen sich in Ruhe Gespräche führen. Ansonsten haben wir ein sehr offenes Konzept, bei dem die Speisen an verschiedenen Countern im Frontcooking-System ausgegeben werden und so ein Austausch zwischen der Belegschaft und dem Küchenteam stattfindet“, sagt Hellauer-Schwichtenberg. Dieses Konzept kommt im Team gut an: „Wir wollen ja auch Spaß bei der Arbeit haben und nicht im stillen Kämmerlein hocken. Wenn man kocht, braucht man auch die Emotionen und den Kontakt mit dem Gast“, sagt Küchenchef Raphael Jäger, der seinen Platz am Grill inzwischen aufgeräumt hat, um einen Blick hinter die Kulissen zu gewähren.

„Es war ein Segen, dass wir von Anfang an bei der Konzeptionierung mit im Boot waren“, sagt Jäger, als er das 100 Meter lange gedoppelte Geschirrförderband zeigt, das in die Spülküchen läuft, das Geschirr an zwei Türmen stapelt und von dort aus weitertransportiert zur Breitbandgeschirrspülmaschine bzw. einer Haubendurchschub-Maschine für Gläser und

Kleinmaterial. Darüber hinaus gibt es eine Doppeltablett-Spülmaschine mit Besteckmagnet und eine Topfspülmaschine. Geplant wurden die Küche, das Restaurant sowie die Lager- und Logistikbereiche von der Soda Group.

„Die Projektplanung begann bereits 2016 und wir hatten von Anfang an bis zur Inbetriebnahme ein gutes und vertrauensvolles Verhältnis zu den Bauherren, geprägt von Respekt und stetig engem Austausch“, bestätigt Projektleiter Johannes Krach vom Planungsunternehmen. „Wir haben viele Abstimmungsrunden gedreht und die Küchenmannschaft immer wieder in die Diskussionsrunden zur Planung und Konzeptionierung eingebunden. Im Endergebnis steht eine qualitativ hochwertige Küchenausstattung, die von der Aufteilung in den Räumlichkeiten her passgenau auf die Bedürfnisse und Arbeitsprozesse des Teams ausgerichtet ist“, erklärt Krach. „In der Küche haben wir vor allem Wert auf Flexibilität gelegt.“

Es gibt fahrbare Arbeitstische, die sich je nach Bedarf zusammenstellen lassen. Die Bewegungsflächen sind großzügig, aber insgesamt herrschen zwischen den Stationen kurze Wege. „Die Produktionsküche ist auf den ersten Blick natürlich von der Fläche her sehr groß. Dadurch lassen sich jedoch

Das Auge isst mit: Dessert im Glas.



© ANDREAS MARTIN

die Vorbereitungsflächen ringsum gruppieren, damit das Team die großen Mengen produzieren kann.“ Dass das funktioniert, bestätigt Küchenchef Jäger: „Letzte Woche haben wir hier mit den Tischen eine Produktionsstraße aufgebaut, um für ein Event 500 Lasagne zuzubereiten. Das war super effektiv.“ In der Küche arbeiten 44 Personen, hinzu kommen zwischen 15 und 20 Arbeitskräfte in der Spülküche. „Mit diesem Team standen wir immer wieder im Austausch, darüber hinaus hatten wir ein Betriebskonzept und Speisepläne als Grundlage für die Konzeptionierung“, schildert Krach die Vorgehensweise des Projekts.

„Insgesamt konnten wir eine grundlegende Ausstattung zusammenstellen.“ Die Spültechnik kommt von Meiko beziehungsweise Granuldisk, die Großkochgeräte wie Kombidämpfer kommen von MKN oder Rational, die Thekenanlagen und Edelstahlbauten von Prisma, die Induktionstechnik von Berner, die Kaltausgaben-Kühlvitrinen von Ideal/AKE und die Speisenausgabe-Warmvitrinen von Beer-Grill. In den Warmausgaben wurde erstmals RFID-Technologie innerhalb der Warmvitrinen für die Antennentechnik von Avus durch Beer-Grill und Soda entwickelt und verbaut.



Planer und Projektleiter Johannes Krach, Soda Group



Gudrun Hellauer-Schwichtenberg, Leiterin Gastronomie, W&W Service GmbH

Denn abgerechnet wird nicht an einer Extra-Kasse. An allen Countern stehen automatisierte Kassen, die mit einem Antennen-System funktionieren. Die Teller sind gechippt und kommunizieren über einen Transponder mit Antennen an den Countern. Je nachdem, über welche Antenne ein Teller gereicht wird, weiß das System nun, welchen Preis das Gericht hat. Der Gast stellt schließlich sein Tablett mit dem Teller und ggf. Schälchen auf die Checkout-Station, wo dann alles über die Mitarbeiterkarte registriert und abgerechnet wird, so der Prozess. „Das funktioniert sehr gut, da das System sehr zeiteffizient arbeitet“, sagt Krach.

Die gesamte Fläche für Küche, Lager und die Gasträume ist auf zwei Ebenen verteilt. Im oberen Geschoss gibt es Tageslager, sowohl gekühlt als auch ungekühlt, und im unteren Geschoss befindet sich die Anlieferung angeschlossen an den Wirtschaftshof mit acht Lkw-Stellplätzen und entsprechende Kühltagerräume. Darüber hinaus zählen zum Versorgungskomplex noch zwei Pantryküchen für Konferenzen – im Konferenzbereich mit sechs Räumen tagen bis zu 300 Gäste – und eine Pantryküche im 5. Obergeschoss für die Vorstandsmitglieder. Die Konzeption des Campus

geht auf einen Entwurf des Berliner Architekturbüros Ortner & Ortner Baukunst (O&O) zurück. Die 14 Bürogebäude sind auf die Bedürfnisse der New-Work-Ära ausgerechnet. In den Büros des W&W-Campus kann die Fläche multifunktional genutzt werden. Konkret besteht jede Etage aus zwei Büromodulen mit einer zwischengelagerten Serviceeinheit mit Aufzügen, Treppenhaus, Sanitärräumen sowie Teeküche und Besprechungsraum. In jedem Büromodul gruppieren sich drei Einzelbüros, zwei offene Sekretariats-Arbeitsplätze sowie 28 offene Schreibtisch-Arbeitsplätze um eine Mittelzone – alles im Sinne der Arbeitgeberattraktivität.

Als wichtigen Pull-Faktor für Arbeitskräfte bezeichnet Claudia Bernercker dabei die Gastronomie: „Es war von Anfang an klar, dass hier nachhaltig in die Qualität investiert werden muss.“ Das Investitionsvolumen für den gesamten Campus beträgt 500 Mio. Euro und beinhaltet auch Küchenequipment sowie Ausbau, Mobiliar und Medientechnik in den gastronomischen Einrichtungen. Diese Investition und der gesamte Bau des Campus soll das Zusammenwachsen des Konzerns fördern. Der Campus sei für die W&W-Gruppe der Aufbruch in ihre digitale Zukunft – und ihr neues Zuhause. Ein Zuhause wie in einem kleinen Dorf.

CHRISTIAN FUNK

WIN THE GAME
#together with MKN

Besuchen Sie uns
Intergastra | Stuttgart
03. - 07. Februar 2023
Stand: 3D51



MKN Exclusive Partner der IKA/Olympiade der Köche 2024
Februar 2024 | Stuttgart



world of cooking



Anne Kratz
Team Germany

www.mkn.com