

GAME CHANGER

ÜBER KI WIRD IN LETZTER ZEIT VIEL DISKUTIERT. ABER WIRD SIE AUCH DAS KLASSISCHE PEOPLE BUSINESS GASTRONOMIE VERÄNDERN? HAT SIE SCHON, WIE EINE FRISCH RECHERCHE EINDRUCKSVOLL ZEIGT.

Seit dem Erfolg von *ChatGPT* ist Künstliche Intelligenz (KI) ein Riesenthema in Österreich und Deutschland. Die einen sehen sie als konsequenten nächsten Schritt der Digitalisierung, die anderen fürchten um menschliche Kreativität und Arbeitsplätze. Orientiert an den kognitiven Fähigkeiten des menschlichen Gehirns finden ihre selbstlernenden Algorithmen eigenständig Lösungen für konkrete Anwendungsprobleme und unterstützen Menschen damit bei Arbeits- und Entscheidungsprozessen. Entscheidende Voraussetzung dafür sind relevante Daten – je mehr desto besser. „Die Digitalisierung schafft dafür die Grundlage und KI ermöglicht es nun im nächsten Schritt große Datenmengen zu analysieren und intelligente Entscheidungen zu treffen“, erklärt dazu Thomas Primus, CEO & Co-Founder von *FoodNotify*, einer Management-Plattform für die Gastronomie,

über die beispielsweise Bestellprozesse beim Großhandel automatisiert werden können.

Diese neuen Möglichkeiten hat in der Gastro die *Soulkitchen Group* früher als die meisten anderen erkannt. Schon seit 2012 füttert man dort das selbst entwickelte digitale Gastro-Management-Tool *myCockpit* mit Daten. Darko Susnjara, CEO von *myCockpit* betrachtet den Weg zum zielführenden Einsatz von KI deshalb als dreistufigen Prozess: „Erstens geht es um die sinnvolle Digitalisierung, zweitens um die Sammlung relevanter Daten und drittens um das Sichtbarmachen und Auswerten der Daten samt Erstellung von Prognosen.“ Die Größe des Betriebs sei dafür gar nicht so wichtig, meint er: „Sobald ich Verantwortung an Mitarbeiter übertrage und nicht mehr selbst alles steuern kann, brauche ich digitalisierte Tools. Schon ab drei, vier Mitarbeitern, erleichtern sie nicht nur die Arbeitsabläufe, sondern tragen wesentlich zur Wirtschaftlichkeit des Betriebs bei“, unterstreicht er die Vorteile.

Denn besonders im Bereich des Monitorings von Unternehmenszahlen, der Prüfung der Performance und wirtschaftlicher Prognosen wird KI das Wirtschaften in Gastronomie und Hotellerie nachhaltig verändern.

Dabei geht es primär um Effizienzsteigerung in betrieblichen Abläufen dank besserer Planbarkeit. So ermöglichen KI-unterstützte Kassensysteme Voraussagen zukünftiger Umsätze, KI-Software hilft, die Personalplanung besser zu steuern oder den Wareneinsatz zu reduzieren. Sogar optimale Verkaufspreise können mit ihrer Hilfe ermittelt oder Gästeanfragen schneller beantwortet werden. Und dank Automatisierung werden Fehler vermieden sowie Zeit und Ressourcen gespart.

// TOTAL DIGITAL

Bei *the naked indigo* läuft Kundenbindung, Bestellung und Bezahlung voll digital. So werden in Echtzeit Daten für die KI-unterstützte Unternehmensführung via *myCockpit* generiert.

„ICH KANN JETZT NACHSEHEN, WELCHE AUSWIRKUNG DAS WETTER AUF DEN VERKAUF HAT.“

HARALD ROHRMOSER, GESCHÄFTSFÜHRER, *KNEXT HOSPITALITY, DINGOLFING*

ZIEL SAUBERE DATEN

Was alles möglich ist, zeigt heute schon das sogenannte *FutureCafé* von *Knext*, einem Anbieter für gastronomische Robotiklösungen aus dem bayerischen Dingolfing. Der 9 m² große *Knext-Coffeeshop* wird vollautomatisiert von zwei Robotern betrieben. Eine nette Spielerei, die über den eigentlichen Zweck des Projekts hinwegtäuscht: „Beim *FutureCafé* können wir erstmals saubere Daten sammeln, weil nur die Ware ausgegeben wird, die

davor auch wirklich bezahlt wurde. Ich kann die gesammelten Daten beispielsweise mit Wetterdaten zusammenspielen und schauen, welche Auswirkungen das Wetter auf den Verkauf hat und habe dadurch ein besseres Forecasting“, erklärt *Knext Hospitality* Geschäftsführer Harald Rohrmoser die Vorteile für den Gastronomen: „Ich kann außerdem aufgrund der gesammelten Daten den Verbrauch ablesen und beispielsweise erkennen, dass ich keine Muffins mit einer langen Mindesthaltbarkeit kaufen muss, sondern frische Ware verwenden kann, weil ich genau weiß, welche Stückzahl ich am nächsten Tag verkaufen werde“, schildert er ein weiteres konkretes Beispiel.

95 PROZENT TREFFSICHER

Diese von der Künstlichen Intelligenz erstellten Prognosen punkten schon heute mit hoher Treffsicherheit. Laut Susnjara von *myCockpit* liegt die Quote beim eigenen Programm etwa bei 90 bis 95 Prozent. Diese Verlässlichkeit der digitalen Helfer macht sich auch das *Hofbräuhaus* in München zunutze. Schon seit zwei Jahren schätzt ein Algorithmus zukünftige Umsätze. Dafür werden die Umsatzen aus dem Kassensystem die letzten drei Jahre zurück ausgelesen und dann automatisch hochgerechnet. „Der Umsatz der kommenden vier Tage lässt sich dadurch um die 95 % richtig vorhersagen“, sagt Geschäftsführer Michael Sperger und fügt hinzu: „Durch diese Schätzung können wir mithilfe einer Software über unser Warenwirtschaftssystem und den prozentualen Warenkorb ermitteln, wie viele Artikel wir am Tag X in der Zukunft brauchen. Dabei ziehen wir auch spezielle Standortfaktoren mit ein. Im

// DATENSCHÜRFER

Im *FutureCafé* brauen Roboter Espresso. Wichtiger ist aber die KI im Hintergrund. Sie verknüpft alle gesammelten Daten. Zum Beispiel die Wetterlage und den aktuellen Umsatz.



„KI SOLL DIE MITARBEITER BEI IHRER ARBEIT UNTERSTÜTZEN.“



DARKO SUSNJARA, CEO DER SOFTWARE-LÖSUNG MYCOCKPIT, EINEM SPIN-OFF DER SOULKITCHEN GROUP, ÜBER DIE VIELFÄLTIGEN MÖGLICHKEITEN MIT KI.

Digitalisierung ist die Basis für KI. Läuft bei Soulkitchen alles digital?

— Das meiste, ja. Im Rahmen der Digital Guest Journey stellt sich immer die Frage, was man digitalisieren kann und was überhaupt Sinn macht. Das kann von Konzept zu Konzept unterschiedlich sein. Die jüngste unserer sechs Brands, *the naked indigo* ist zu 100 % digital. Das Vegan-Vegetarische Selfservice-Konzept hat keine servierenden Kellner mehr. Die Speisekarte ist digital und die Gäste bestellen über Terminals oder QR-Codes via Smartphone-App. Die Digital Guest Journey fängt bei der Gästebindung via Social Media an und endet beim Mobile Payment. Auch die Qualitätssicherung, sprich alles rund ums Thema Kundenfeedback, fällt da hinein. Vom ersten bis zum letzten Berührungspunkt wird alles digitalisiert – das gestaltet den gesamten Ablauf sowohl für den Gast als auch den Gastronomen effizient und einfach.

Und wie sieht es mit internen Prozessen aus?

— Warenwirtschaft, Personal, Finanzen, Dienst- und Zeitpläne, Interne und externe Kommunikation, IT-Systeme und Buchhaltung – heute kann jeder dieser Bereiche digitalisiert werden. Mit *myCockpit* läuft beispielsweise der gesamte Warenfluss von der Bestellung

über die Lagerhaltung bis zur Bezahlung automatisiert ab.

Und wo kommt dann die KI ins Spiel?

— Digitalisierung schafft einen Pool von internen Daten aus allen möglichen Komponenten, die mit externen Daten wie Wetter- und Verkehrsdaten sowie Terminen aus Veranstaltungskalendern verwoben werden. Die KI erstellt aus diesem Daten-Mix Prognosen.

Und welche Vorteile haben diese Prognosen konkret?

— Es äußert sich beispielsweise in einem geringeren Schwund und einer effizienteren Lagerhaltung. Außerdem wird weniger Kapital gebunden. Darüber hinaus können Prognosen für eine bedarfsorientierte Mitarbeiter-Einsatzplanung eingesetzt und die gesamten Prozesse optimiert werden.

Kann KI auch in der Küche genutzt werden?

— Neue Küchengeräte bringen schon intelligente Platinen mit, doch die damit gewonnenen Daten stehen ausschließlich den Herstellern zur Verfügung. Wir sind sehr interessiert, die Daten aus den Geräten ebenfalls nutzen zu können, damit wir die Abläufe in der Küche energieeffizienter gestalten können. Hier gäbe es noch großes

Potenzial zu heben: Wenn ich weiß, zu welcher Uhrzeit welche und wie viele Speisen mit einem Gerät produziert werden, kann ich das Zusammenspiel der einzelnen Geräte besser steuern. Zu meiner Zeit haben wir noch den Herd aufgedreht, sobald wir die Küche betreten haben, auch wenn erst zwei Stunden später gekocht wurde. (lacht)

Gibt es manchmal Vorbehalte hinsichtlich der Kosten?

— Die gibt es nicht wirklich. Es erfordert allerdings Mut, den Umstieg in die digitalisierte Gastronomie zu wagen. Die Zahlenvergleiche von bestehenden Kunden nach Einführung von *myCockpit*, sprechen aber für sich.

Können Sie ein plakatives Beispiel nennen?

— Wir konnten bei einem Kunden durch den Umstieg von einer kaum digitalisierten Betriebsführung im Jahr 2019 auf einen voll automatisierten Betrieb im Jahr 2022 eine beachtliche Umsatzsteigerung bei gleichzeitiger Personalkosten- und Wareneinsatzersparung erreichen. 2019 betrug der Umsatz 2,8 Millionen Euro bei einem Wareneinsatz von 31,01 %, einem Personaleinsatz von 43,2 % für 40 Vollzeit-Mitarbeiter und „digitalen Kosten“ von 2,2 %. 2022 betrug der Umsatz 4,06 Millionen Euro bei einem Wareneinsatz von 28,9 % und einem Personaleinsatz von 28,1 % für 31 Mitarbeiter davon 30% in Teilzeitbeschäftigung und digitalen Kosten von 1,18 %. Die Kosteneinsparung betrug in

Summe also 17%. Bei Einsparungen im hohen sechsstelligen Bereich braucht sich der Gastronom also keine Gedanken machen, wieviel der Umstieg kostet.

Wie sieht es mit der Bedienbarkeit der Systeme aus?

— Das Dashboard von *myCockpit* kann wirklich jeder Mitarbeiter bedienen. Außerdem gibt es kaum bis keine manuellen Eingabefelder mehr. Der Mitarbeiter muss lediglich die Zahlen ablesen und interpretieren. Die Arbeit im Hintergrund, zu der auch die Abstimmung der einzelnen Bereiche gehört, erledigt das System vollautomatisiert. Wichtig ist dabei, dass der Mitarbeiter das System akzeptiert und der Unternehmer die Nutzung einfordert. Für uns sind bei einer Implementierung daher nicht die klassischen Schlüsselkennzahlen (KPIs) wichtig, sondern die Mitarbeiter. Wir holen sie bei jeder Einführung von *myCockpit* mit ins Boot. Für uns bedeutet KPI „keep

people interest, keep people informed, keep people involved und keep people inspired“. Wir besprechen mit jedem Mitarbeiter seine Arbeitsabläufe, um zu erforschen, welche Schnittstellen es in seinem Tätigkeitsbereich gibt und welche Bereiche künftig miteinander kommunizieren müssen, damit es am Ende eine Arbeitserleichterung für ihn darstellt.

Wie kontern Sie mögliche Ängste, dass die KI Mitarbeiter ersetzt?

— Ich sehe in der KI eher das Potenzial, die Mitarbeiter in ihrer täglichen Arbeit zu unterstützen. Natürlich spielt die Einsparung eine große Rolle. Wir legen den Fokus aber auch auf den Support im operativen Geschäft. Der Koch erstellt beispielsweise einmal eine Rezeptur und hinterlegt diese im System mit den benötigten Zutaten. Durch die Erfassung der Verkaufszahlen errechnet ihm das System automatisch, welche Waren er an welchem

Tag in welcher Menge benötigt und löst automatisiert Bestellungen aus. Er hat dadurch zu jedem Zeitpunkt die Ware auf Lager, die er benötigt. Das geht, weil jeder Artikel getrackt wird. Früher haben wir in der Küche oft den halben Tag im Kühlhaus verbracht, heute erfahre ich am Schreibtisch sitzend auf Knopfdruck, was auf Lager liegt. ■

D A R K O
S U S N J A R A

Darko Susnjara ist CEO von *myCockpit*. Die Optimierung von Prozessen standen für den gelernten Gastronom schon immer im Fokus seiner Arbeit. Mit der Digitalisierung des gesamten Cost-Controllings hat der Software-Entwickler eine umfassende digitale Lösung geschaffen, die täglich mehr als 150 Kennzahlen automatisch trackt und diese auf einem vereinfachten Dashboard darstellt.