

Digitale Offensive für die große Küche

Alexmenü erhält Unternehmerpreis und möchte künftig Kunden digital einbinden / Weiteres Wachstum ist ein Ziel

Der AVW hat dem Magdeburger Unternehmen Alexmenü den 9. Unternehmerpreis verliehen. Das Unternehmen versorgt zahlreiche Einrichtungen mit Essen. Schon 1990 hat sich der Betrieb auf den Weg in die Wirtschaft 4.0 gemacht und sieht den Preis als Bestätigung, Schritt für Schritt weiterzugehen.

Von Martin Rieß

Gewerbegebiet Nord • Der Alexmenü GmbH & Co. KG mit Sitz im Industrie- und Logistikzentrum Rothensee ist Anfang des Monats der 9. Unternehmerpreis des Allgemeinen Arbeitgeberverbands der Wirtschaft für Sachsen-Anhalt (AVW) verliehen worden. Geehrt wurde das Unternehmen, das hauptsächlich Kitas und Schulen mittags oder ganztags versorgt, für seine Digitalisierungslösungen.

Geschäftsführerin Alexandra Krotki erinnert sich an die Beharrlichkeit, die bis zum heutigen Stand geführt hat: „Wir haben im Frühjahr 1990 die ersten beiden Computer gekauft und nie mit Karteikarten gearbeitet. Ich habe in der Wendezeit programmieren gelernt und das erste Netzwerk von damals mit schon über 20 Arbeitsstationen selbst aufgebaut. Damals wurde ich belä-



Mit den Preisträgern Alexandra Krotki (4. v. l.), Antonia Hillmann (5. v. l.) und Stefan Hillmann (3. v. l.) freuen sich AVW-Geschäftsführerin Sigrun Trognitz, Vorsitzender Klaus-Dieter Weber (2. v. l.) und Sachsen-Anhalts Wirtschafts- und Wissenschaftsminister Armin Willingmann. Foto: privat

chelt und war weit und breit die Einzige.“ Inzwischen ist in dem Unternehmen Schwiegersohn Stefan Hillmann für Prozesse und IT zuständig.

Im Oktober war die Unternehmerin mit dem Senat der Wirtschaft im Silicon Valley, hat dort u. a. ein Innovationszentrum und die Stanford University besucht. Sie sagt: „Die Erlebnisse werde ich so schnell nicht vergessen, sie haben mich angespornt auf unserem weiteren Weg der Digitalisierung.“

Und dieser Weg verspricht Lösungen für ein weiteres Wachstum. Denn nicht jeder Kunde hat seinen Sitz im näheren Umkreis. Alexandra Krotki sagt: „Immer mehr Anfragen erreichen uns aus dem Umland

von Magdeburg sowie aus weiter entfernten Regionen. Bisher gewährleisten wir die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben bei den Standzeiten von drei Stunden. Doch das ist uns auf Dauer nicht genug.“

Küchen sollen vor Ort aufgebaut werden

Mit Hilfe der Digitalisierung bereitet sich das Alexmenü darauf vor, Einrichtungen in weiterer Entfernung über Frischküchen vor Ort zu bekochen. Das bedeutet, dass an den jeweiligen Standorten mit regionalen Produkten und Mitarbeitern aus der Region das Essen frisch zubereitet wird. „Das Management und die Produktionssteuerung erfolgen

zentral. Mit Hilfe der Nutzung der Potenziale der Industrie 4.0 sollen diese Ziele in Zukunft realisiert werden“, verrät die Geschäftsführerin des Magdeburger Unternehmens. Dabei ist die Strategie klar: Die Kunden - vorrangig also Kinder und Jugendliche und deren Eltern - sind genau die Bevölkerungsgruppe, die entweder schon jetzt oder in wenigen Jahren die größten Nutzer der Digitalisierung sein werden. Die Anwendungsmöglichkeiten werden dann weit über die jetzt schon mögliche digitale Bestellung hinausreichen, so die Prognose des Unternehmens mit Sitz an der Parchauer Straße.

Im Hier und Jetzt allerdings spielt das Schlagwort des Fach-

kräftemangels in der öffentlichen Diskussion immer wieder eine Rolle. Doch von dem sei bei Alexmenü bislang nichts zu spüren: „Wir erhalten fortlaufend Bewerbungen gut ausgebildeter Fachkräfte. Aufgrund unseres Unternehmenswachstums konnten wir in letzter Zeit viele gute Einstellungen vornehmen“, berichtet Alexandra Krotki. Neben interessanten Arbeitsplätzen und einem familienfreundlichen Arbeitsumfeld wird da auch die monetäre Motivation eine Rolle spielen. Die Geschäftsführerin sagt: „Der Anteil unserer Mitarbeiter, die Mindestlohn erhalten, wird stetig reduziert. Generell ist es unser Anliegen, die Löhne zu erhöhen. Die Besteuerung der Einkommen stellt dabei jedoch eine besondere Herausforderung dar und trägt nicht immer zur Entwicklung des Mittelstandes bei.“

Investitionen in Fleischerei, Braterei und Gargeräte

Neben den Mitarbeitern und digitalen Strategien hat das Unternehmen zuletzt viel in den Technikbereich investiert und beispielsweise eine Fleischerei gebaut. „Damit wollen wir dem veränderten Nachfrageverhalten nach einem reduzierten, qualitativ hochwertigen Fleischangebot nachkommen. Die von uns verwendeten Zutaten wie Wurst und Würstchen sollen so möglichst frei von Zu-

satzstoffen und vor allem ohne Geschmacksverstärker angeboten werden“, sagt die Chefin des Essenanbieters.

Zum firmeneigenen Weihnachtsmarkt hat das Unternehmen jüngst seine neue Räucheranlage in Betrieb genommen. „Die Mitarbeiter und deren Familien waren unsere ersten zufriedenen Tester“, berichtet Alexandra Krotki. In wenigen Tagen geht dann eine neue Bratanlage in Betrieb, und noch dieses Jahr werden Geräte ins Unternehmen geliefert, mit denen Gemüse sehr schonend gegart werden kann.

Die Investitionen sollen Qualitätsverbesserungen und ein gesundes Unternehmenswachstum kombinieren. Dabei muss sich auch ein großer Essenanbieter immer wieder neuen Herausforderungen stellen. Denn ohne Frage werden die Kunden immer anspruchsvoller, möchten gesundes, schmackhaftes Essen auf einem zuverlässigen Niveau erhalten. Zudem müssen individuelle Bedürfnisse berücksichtigt werden. Alexandra Krotki nennt ein Beispiel: „Wenn Kinder eine Sonderkost benötigen, stellen wir ein passendes Sondermenü zusammen. In diesem Fall arbeiten unsere Diätassistenten mit Ärzten zusammen. Dadurch können diese Kinder am gemeinsamen Mittagessen in der Gruppe teilnehmen und werden nicht ausgeschlossen.“