WINDLIN
Journalismus + Kommunikation
mail@sabinewindlin.ch



PUBLIKATION	ZUSAMMENARBEIT	TEXT	DATUM
Kundenmagazin Lyreco	Agentur Linkgroup, Zürich	Sabine Windlin	4.1.2018

SCHLUSS MIT TRISTESSE

Die Firma FELFEL poliert das verstaubte Image von Lebensmittelautomaten auf und sorgt für gesunde und günstige Verpflegung am Arbeitsplatz.

Wer das Wort „Verpflegungsautomat“ hört, denkt meist an fantasielose Snacks, überzuckerte Softdrinks, klebrige Gummibärchen und Schokoladenriegel. Gemeinsam ist den Produkten, dass einen nach dem Verzehr das schlechte Gewissen plagt und man sich ärgert, nicht widerstanden zu haben.

Wer vor einem Verpflegungsautomaten namens FELFEL steht, kann guten Gewissens zuschlagen. Der durchgestylte Kühlschrank präsentiert Waren vom Feisten, die nicht nur Gelüste befriedigen, sondern auch den Hunger stillen: Knackig frische Salate, raffiniert gewürzte Menüs, unkonventionelle Fruchtsäfte und leckere Desserts. „Good food at work“ lautet das Motto. Zielgruppe von FELFEL sind Firmen, die keine Personalkantine haben und ihren Mitarbeitern über Mittag dennoch einen In-House-Lunch anbieten wollen. Über 100 Firmen sind in der Schweiz mittlerweile Kunden von FELFEL, darunter namhafte Unternehmen wie Boston Consulting Group Mediamarkt, Thomson Reuters, BCG, Enea, Media Markt oder NZZ. Rund 15‘000 Esserinnen und Esser nutzen das Angebot. Jeden Tag kommt ein Kunde dazu. FELFEL definiert die kantinenlose Personalverpflegung komplett neu und ist in aller Munde: Soeben hat die Firma den Swiss Economic Forum (SEF) Award in der Kategorie Dienstleistung gewonnen.

Der Erfolg der Firma FELFEL auf dem Markt der Business-Verpflegung sucht seinesgleichen und erklärt sich mit der Leidenschaft und Zielstrebigkeit, die das Start up seit 2014 an den Tag legt. Herzstück und Hingucker der Dienstleistung ist wie erwähnt ein gestylter, mit Holz furnierter Kühlschrank. Dieser steht je nach Bedarf in einfacher oder mehrfacher Ausführung in den Firmen, wird durch FELFEL gefüttert und ist mit einem Computer und Bildschirm verbunden. Per Knopfdruck wählen die Mitarbeiter ihre Menüs aus und bezahlen mit Badge: Riso Venere Piemontese, Green Herb Pasta, Zucchini Noodles with No-Meat-Balls, Lentils with oven Carrots, Körnli Chicken Bagel, Satay Chicken Noodles oder – gut schweizerisch – Spätzli mit Marroni, Schrebergartensalat und Joghurts von der Splügen Sennerei.

Dank ausgeklügelter Software weiss die Zentrale jeder Zeit exakt, wo es welchen Nachschub braucht. Mehr noch: Grossbildschirme, die im Headquarter an der Räffelstrasse 24 im Zürcher Binz-Quartier an der Wand angebracht sind, machen in Echtzeit sichtbar, in welcher Firma, zu welchem Zeitpunkt welches Produkt gekauft wird. Damit ist zweierlei garantiert: Erstens werden die konsumierten Suppen, Säfte und Salate rechtzeitig durch FELFEL ersetzt; zweitens hat FELFEL den Überblick, welche Produkte in welcher Firma welchen Absatz finden. Heute ist gemäss Statistik auf dem Bildschirm gerade die Protein Bowl with Chicken and Sweet Potatoes „number one“, während beim Cold Season Quinoa Salad weniger Leute zugreifen. Zahlen und Statistiken aller Art spielen beim Start up sowieso eine wichtige Rolle. Darum hat es auch eigene Informatiker angestellt, die mit einem intelligenten System namens „Namak“ laufend Software entwickeln bzw. anpassen, um den Bedürfnissen des Marktes gerecht zu werden.

Zu Nutze macht sich FELFEL eine Tatsache, die einer Tristesse gleichkommt. Noch immer herrscht nämlich in vielen Firmen und Büros mehr Frust denn Lust, wenn es darum geht, sich vernünftig, gesund, schnell und einigermassen preiswert zu verpflegen. So schlagen sich Mittag für Mittag Scharen von Angestellten mit Pizza, Burger, Kebab und mittelmässigen Sandwiches aus dem Supermarkt oder Tankstellenshop durch. „Aber das Leben ist zu kurz, um sich mittelmässig zu verpflegen“, ist sich das Unternehmerpaar Daniela und Emanuel Steiner einig. Gemeinsam einen guten Lunch einzunehmen könne einer guten Stimmung am Arbeitsplatz durchaus zuträglich sein.

Von bio, glutenfrei, über vegan bis paleo – das Angebot berücksichtigt durchaus aktuelle Foodtrends. „Wir sind aber keineswegs ideologisch unterwegs und bevormunden unsere Kunden nicht“, so Daniela Steiner. Nur etwas steht auf der roten Liste der FELFEL-Food-Scouts: Unnötige E-Stoffe, Chemikalien und Konservierungsstoffe. Der Fokus liegt auf möglichst naturbelassenen oder schonend verarbeiteten Lebensmitteln von Kleinproduzenten aus der Region. Dennoch sind die Preise so moderat wie im Supermarkt. Das günstigste Gericht kostet Fr. 6.50, das teuerste Fr. 12.00. Ab 15 Uhr am Freitag herrscht zudem happy hour und es gibt alle Produkte zum halben Preis.

Kein Zweifel: Das Ehepaar Steiner hat mit FELFEL eine Marktlücke entdeckt und diese sensationell ausgefüllt. Die beiden sind businessbedingt Geniesser, aber gleichzeitig auch Schwerarbeiter und von morgens bis abends für FELFEL im Einsatz. „Weil uns die Arbeit so viel Spass macht, stört mich die hohe Präsenzzeit nicht“, betont Daniela Steiner und erwähnt nebenbei, dass man mittlerweile 30 Mitarbeiter beschäftige, die sie in ihrer Mission unterstützten. Wie aber erholen sich die Business-Food-Spezialisten selber vom Job? „Zweimal pro Jahr verreisen wir in die Ferien“, so Daniela Steiner. Es versteht sich von selbst, dass während der Auszeit das Thema Food nicht ruht. „Wenn wir in anderen Kulturen und Ländern unterwegs sind, schnappen wir wieder neue Ideen für kulinarische

Delikatessen und raffinierte und gesunde Rezepte auf, die unsere Kunden früher und später geniessen können.“ Und wofür stehen eigentlich der seltsam anmutende Firmennamen und der Softwarename? „FELFEL“ heisst auf persisch Pfeffer und Namak heisst Salz“, erklärt die Chefin.

Nach dem interessanten Rundgang durch das eindrückliche Headquarter wird der Gast freundlich verabschiedet und aufgefordert, am FELFEL-Kühlschrank einen Snack zu wählen. Die Wahl fällt auf ungezuckerten Hibiskustee mit Vanillenote und eine Tüte glutenfreier Brownies.