

IDEEN & KONZEPTE

The Fastest Food Plaza



Cloud Eatery schafft mit The Fastest Food Plaza in Frankfurt ein neues digitales Bestellerlebnis / Foto: Cloud Eatery

Mit The Fastest Food Plaza in Frankfurt lanciert das Start-Up CloudEatery ein neues digitales Bestellerlebnis, das große Auswahl und schnelle Lieferung zusammenführt. Die Unternehmensgründer haben das CloudEatery-Konzept so ausgelegt, dass es die üblichen Pain-Points von Lieferservices zu seinen Stärken macht. Alle Abläufe zahlen auf die Erfüllung des außergewöhnlichen Speedversprechens ein. In der Küche sind sämtliche Prozesse durchgängig digitalisiert und schaffen eine, laut Unternehmen, bislang in der Gastronomie nicht dagewesene Transparenz. Alle Speisen sind so konzipiert, dass sie nach Bestellung in wenigen Minuten finalisiert und zeitgleich zur Auslieferung bereit sind. Zudem eignen sich die Gerichte besonders gut als Lieferessen ? nahezu ohne die bislang üblichen Qualitätseinbußen während der Lieferphase.

CloudEatery verzichtet auf einen eigenen Fahrerpool und setzt auf die Lieferservice-Partner Lieferando, Uber Eats, Eatura und Wolt. Alternativ lädt der erste Standort in Frankfurt zur Abholung oder zum Vor-Ort-Verzehr ein. Bestellt werden kann über die Lieferdienste und über die CloudEatery-App, die vom eigenen Tech-Team programmiert wurde.

Fun Food und hippe Brands, die Träume wecken

Die besonders schnelle Lieferung ist ein Trumpf, der CloudEatery von herkömmlichen Delivery-Anbietern unterscheidet. Zusätzlich setzen die Macher des Speed-Konzepts auf die Attraktivität ihrer Speisenauswahl und -präsentation. In der scheinbar widersprüchlichen Kombination aus Vielfalt und Geschwindigkeit liegt der eigentliche USP (Unique Selling Proposition).

Wie auf einem virtuellen Marktplatz präsentiert CloudEatery authentische Gerichte mit seinen Marken Vegan Pirates (vegan), NokoNoko (fresh & healthy), Hey Liebling! (gutbürgerlich), Nonna Filomena (italienisch), Curry Tyga (asiatische Curries) und Lilly Krokant (Kuchen und Sweets).

Die Liebe zum Detail beim Speisenangebot reicht vom Greeny Weedy Burger mit grünem Hanf Patty und Hot Red Cole Slaw im Black Burger Bun über Gutbürgerliches und Zürcher Geschnetzeltes ? wahlweise mit Klößen, Spätzle, Kartoffeln oder Reis ? und dem Besten, was Asien an Curry zu bieten hat, bis hin zu zauberhaften, überwiegend veganen Kuchen und Torten.

Was die Zukunft liefert ? ein schneller Blick

Zum Start in Frankfurt zeigen sich Unternehmensgründer Matthias Schneider und Remo Gianfrancesco voller Erwartung. ?Wir möchten Lieferessen schneller, besser, verlässlicher und nachhaltiger machen?, so Geschäftsführer Schneider, der als Food-Entrepreneur auf einschlägige Erfahrungen im Bereich Lieferservice-Business und Geschäftsgründung zurückgreift und sich um den Feinschliff der Küchenabläufe sowie um Branding und Marketing kümmert. ?Frankfurt als Business- und Lifestyle-Standort haben wir bewusst für den Pilot mit CloudEatery ausgewählt. Mittel- und langfristig zielen wir auf die nationale und europäische Dimension?.

Für Deutschland lautet aktuell die Devise, alle zwei, drei Monate neue Standorte in weiteren relevanten Städten aufzumachen. Gemeinsam mit internationalen Finanzinvestoren wird in den kommenden Monaten die Basis für den internationalen Roll-out gelegt.

Geschäftsführer Gianfrancesco, der zuvor bei dem weltweit größten Caterer den Einkauf in verschiedenen europäischen Ländern verantwortet hat, ist für das Kaufmännische, Standorte und die Logistik zuständig. Als Einkaufsprofi befähigt er das Operations- und Culinary-Team, die kulinarischen Konzepte und Brands stringent zu entwickeln und umzusetzen. ?Unser Konzept funktioniert auch deshalb so gut, weil wir die Voraussetzung zur Erfüllung unserer Kundenversprechen schon im Einkauf guter Produkte erfüllen. Die Zutaten können zudem effizient für alle Brands eingesetzt werden. Alle Speisen benötigen etwa gleich kurze Zeit zur Fertigstellung?, erläutert Gianfrancesco. ?Wenn wir möchten, können wir innerhalb von sehr kurzer Zeit eine neue Brand mit einem neuen Speisenangebot kreieren und innerhalb des CloudEatery-Angebotes umsetzen.?

Auch der Weiterentwicklung der eigenen Software für die App, die hundertprozentig Cloud-basiert ist, sind zukünftig keine Grenzen gesetzt. Die CloudEatery-App, die wie ein Backend funktioniert und alle Prozesse digital steuerbar macht, wird kontinuierlich an die Erfahrungen im laufenden Geschäft angepasst, und sowohl die Customer Journey, als auch das Operative können so immer weiter optimiert werden. ?Die Entscheidung und auch die Investition in die eigene, selbstentwickelte Software ist eine wesentliche Säule des gesamten Konzepts?, so die Food-Service-Profis. ?Zwei Hochleistungs-Server in Süddeutschland sorgen für hohe Sicherheit und Verfügbarkeit.?