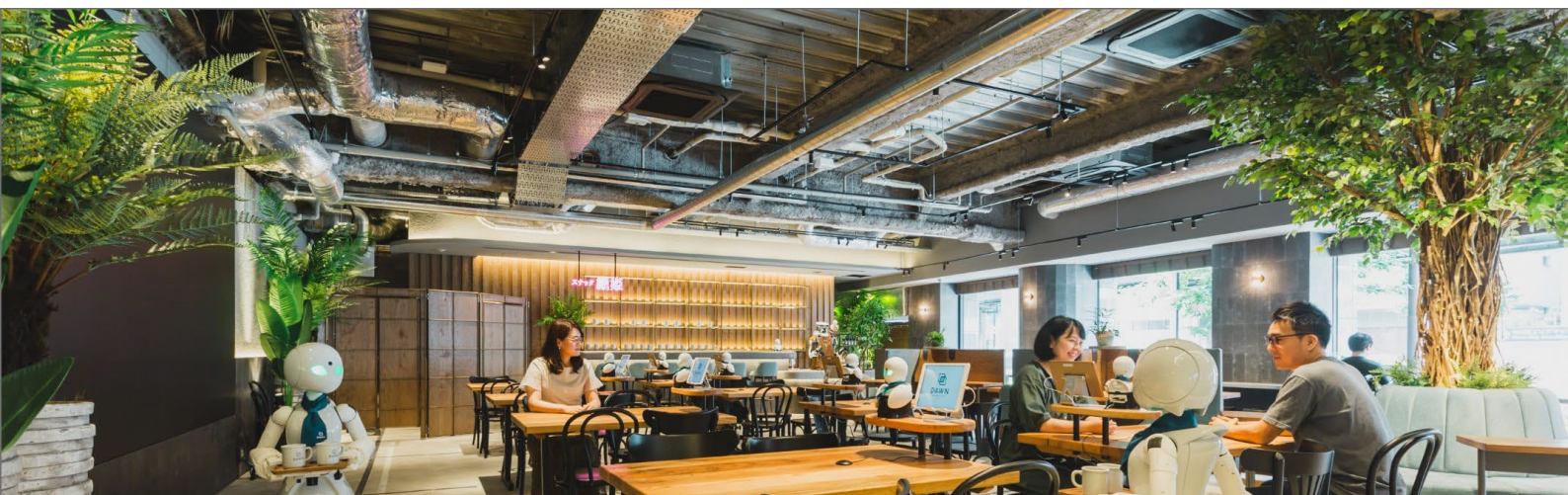




Bunshin Robot Café

Øens Madhus, Aarhus Ø (Aarhus), Dänemark <https://oensmadhus.dk/bunshin-robotcafe>

Der Betrieb in Zahlen

Roboter vor Ort: 7
Roboter-Pilotinnen und -Piloten: 8–10
Digitale Reichweite: 3,4 Tsd.
Eröffnet: April 2025
Laufzeit: April–September 2025

Mehr über das Bunshin Robot Café

Das Bunshin Robot Café von Øens Madhus im Generationernes Hus in Aarhus Ø (Aarhus), Dänemark, war das erste Robotercafé außerhalb Japans. Als Pop-up lief es vom 2. April bis 30. September 2025 mit sieben Robotern: fünf OriHime für den Tisch und zwei mobile OriHime-D. Jeden steuerte in Echtzeit eine „Roboter-Pilotin“ oder ein „Roboter-Pilot“ mit Behinderung von zu Hause aus. Über Live-Video und -Ton begrüßten sie Gäste, nahmen Bestellungen auf und unterhielten sich. Im Mittelpunkt standen Inklusion und Automatisierung: Das Projekt zeigte, wie Robotik sinnvolle Arbeit aus der Ferne für Menschen schafft, die nicht vor Ort sein können.

Wie wird Nachhaltigkeit im Tagesgeschäft sichtbar?

Im Bunshin Robot Café war Nachhaltigkeit ökologisch wie sozial verankert. Das Café nutzte die bestehenden Räume von Øens Madhus, neue Infrastruktur war nicht nötig. Energieeffiziente Roboter und der dänische Ökostrommix sorgten für einen CO₂-armen Betrieb. Zugleich schuf das Café sinnvolle Arbeit aus der Ferne für Menschen mit Behinderung – ein Beleg, dass Inklusion und Nachhaltigkeit Hand gehen können.

Wie werden Lebensmittelabfälle erfasst und reduziert?

Lebensmittelabfälle blieben gering durch sorgfältige Menüplanung, Portionskontrolle und die Weiterverwendung von Überschüssen in Tagesgerichten. Zusätzlich gab das Café nicht verkaufte Speisen über Too Good To Go vergünstigt weiter. Das vermied Abfall und schärfte das Bewusstsein von Gästen und Team für nachhaltiges Essen.

Wie wichtig ist regionaler Einkauf?

Der regionale Einkauf hielt das Bunshin Robot Café nachhaltig und in der Nachbarschaft verankert. Die Zutaten kamen von Erzeugern der Region und von dänischen Lieferanten – das sicherte Frische und senkte Transportemissionen. Zugleich stärkte er die lokale Wirtschaft und passte zum Bekenntnis von Øens Madhus zu verantwortungsvoller, saisonaler Lebensmittelproduktion.

Wie fördert Digitales Wachstum und Werbung?

Øens Madhus nutzt digitale Werkzeuge, um seine Gemeinschaft zu vergrößern und die soziale Mission bekannt zu machen. Die Website zeigt Speisekarte, Öffnungszeiten, Reservierung und den inklusiven Zweck und ist für die lokale Suche optimiert. Google-Profil und weitere Einträge bleiben mit Fotos, Beiträgen und schnellen Antworten auf Bewertungen aktuell. Auf Instagram, Facebook und LinkedIn erscheinen kurze Videos, Team-Geschichten und Wirkungsberichte, dazu kleine lokale Anzeigen. Ein Newsletter informiert monatlich über Neues. Interaktion, Reservierungen und Website-Besuche werden ausgewertet

Welche Daten leiten Entscheidungen?

Bei Øens Madhus stützen sich Entscheidungen auf betriebliche, finanzielle und soziale Daten. Tägliche Umsatzberichte und Reservierungszahlen helfen, Speisekarte, Personaleinsatz und Warenbestände zu planen. Abfallprotokolle und Energiewerte dienen dazu, Einkauf und Ressourceneinsatz anzupassen. Rückmeldungen von Gästen fließen in Menüänderungen und Serviceverbesserungen ein. Auch soziale Wirkungsdaten werden erfasst, etwa geförderte Arbeitsplätze und die Entwicklung der Mitarbeitenden mit Behinderung. So bleiben Nachhaltigkeit, gesellschaftlicher Wert und solides Wirtschaften im Gleichgewicht.

Wie prägt Social Media die Kundenbeziehungen?

Øens Madhus nutzt Social Media, um Treue aufzubauen, neue Gäste zu gewinnen und das Gemeinschaftsgefühl zu stärken. Auf Facebook, Instagram und LinkedIn teilt das Café Menü-Highlights, besondere Veranstaltungen und Blicke hinter die Kulissen. Häufig stehen Mitarbeitende, Freiwillige und Erfolgsgeschichten im Mittelpunkt – etwa die Auszeichnung mit dem Behindertenpreis der Stadt Aarhus, die die inklusive Mission sichtbar macht. Der Ton ist warm, offen und persönlich; das schafft Vertrauen und Transparenz. Auf Instagram sprechen Food-Fotos und kurze Videos jüngere Zielgruppen an, Facebook zeigt lokale Veranstaltungen und Neuigkeiten, LinkedIn stellt die Arbeit als Sozialunternehmen vor. Fragen, Kommentare und geteilte Gästeinhalte machen aus Followern aktive Unterstützer und Stammgäste.

Welche Tools erfassen Energie und Abfall?

Øens Madhus nutzt einfache, praktische Werkzeuge, um seine Umweltwirkung zu erfassen und zu senken. Der Energieverbrauch wird über die intelligenten Zähler und das Versorgungs-Dashboard des Gebäudes verfolgt, die Strom- und Wärmedaten in Echtzeit anzeigen. In der Küche helfen energieeffiziente Geräte und smarte Steckdosen, verbrauchsstarke Geräte wie Öfen, Spülmaschinen und Kühlschränke zu steuern. Lebensmittelabfälle werden täglich mit Wiegelisten und digitalen Protokollen erfasst, sodass das Team Muster erkennt und Portionen oder Bestellungen anpasst. Überschüsse gehen über Too Good To Go vergünstigt an Gäste statt in den Abfall. So bleibt der Alltag verantwortungsvoll und transparent.

Wie stützt Engagement vor Ort die Nachhaltigkeit?

Bei Øens Madhus steht das Engagement vor Ort im Zentrum der Nachhaltigkeit – der sozialen wie der ökologischen. Das Café liegt im Generationernes Hus, einem gemeinsamen Ort für Menschen jeden Alters, jeder Fähigkeit und Herkunft. Indem es Menschen mit Zugangsbarrieren zum Arbeitsmarkt sinnvolle Arbeit bietet, macht es Inklusion und Gleichstellung zum Teil des Alltags. Das Café arbeitet außerdem mit lokalen Organisationen, Freiwilligen und Anwohnenden zusammen und richtet Veranstaltungen und Workshops aus, die gemeinsame Verantwortung fördern. Überschüssige Speisen gehen über Too Good To Go weiter – das senkt Abfall und schafft günstigen Zugang. Diese Verbindung zur Nachbarschaft hält das Café verwurzelt und widerstandsfähig.

Einsatz von KI

Bei Øens Madhus wird Künstliche Intelligenz praxisnah und sozial ausgerichtet eingesetzt. Das Café war Teil des Projekts Bunshin Robot Café, bei dem Roboter die Gäste bedienten und dabei aus der Ferne von Menschen mit körperlicher Behinderung gesteuert wurden. Die Roboter waren nicht vollständig automatisiert, sondern menschlich geführt; KI-gestützte Technik half jedoch bei Navigation, Kommunikation und Serviceinteraktion, damit sie sich sicher bewegten und flüssig auf Gäste reagierten. Das Projekt zeigte, wie KI und Robotik Inklusion ermöglichen: Menschen, die nicht vor Ort arbeiten können, wirken am Cafébetrieb mit. Darüber hinaus erkundet Øens Madhus weiter, wie smarte Technologien – etwa digitale Reservierungstools und Energieerfassung – den Alltag effizienter machen, ohne die soziale Mission aus dem Blick zu verlieren.

