

Herr Nollmann referierte auf dem
Catering-Kongress 2009 zum Thema:

Catering-Markt / Ausblick einer weltweiten Wachstumsbranche

Referent: H.-P. Nollmann

SMR-Gruppe
Gastro-/Fach- und Managementberatung



Was beeinflusst aktuell die neue Realität im Veränderungsprozess der Bewirtschaftung von Betriebsrestaurants

- Umsatzsteuerthema
 - ⇒ beeinträchtigt die Wettbewerbsfähigkeit der Caterer
 - ⇒ 12 % Kalkulationsnachteil (Angebote zur Eigenregie)

- Caterer mit infrastrukturellen FM Zukäufen
 - ⇒ Strategie für neue eigenständige Geschäftsfelder (autonom)
 - ⇒ Strategie der Vernetzung mit Synergieeffekten (bisher nicht erkennbar)

- Personalabbau und Kurzarbeit
 - ⇒ Umsatzrückgänge
 - ⇒ nur begrenzte Möglichkeiten zur Zuschussreduzierung

Was beeinflusst aktuell die neue Realität im Veränderungsprozess der Bewirtschaftung von Betriebsrestaurants

- Änderung des Ausgabe-
verhaltens (Essen/Trinken)
 - ⇒ Mehrausgaben Lebensmittel von 21 %
 - ⇒ Im Außer-Haus-Verzehr nur 2 % !

- Subventionen / Zuschüsse
 - ⇒ Reduzierungstrend bis hin zur Null-Subvention zwischen Illusion und Wirklichkeit
 - ⇒ Umverteilung von Essenszuschussbeträgen in Ambiente (hoher Stellenwert)

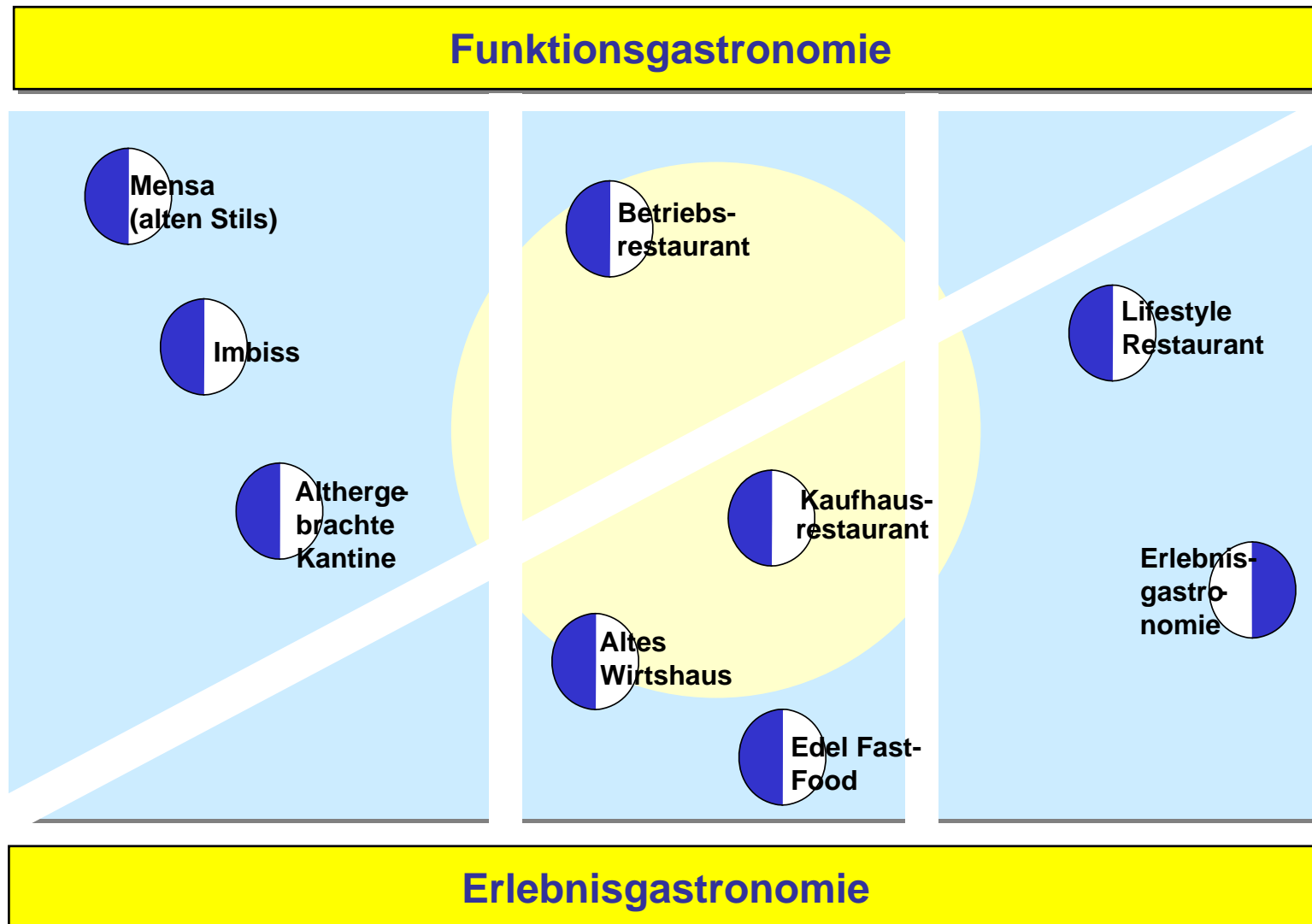
- Betreiber-Modelle
 - ⇒ keine generellen Vorteile einzelner Modelle (Caterer, Eigenregie, Pächter, Servicegesellschaften mit / ohne Caterer)
 - ⇒ jedoch hat sich die Eigenbewirtschaftung stabilisiert

Was beeinflusst aktuell die neue Realität im Veränderungsprozess der Bewirtschaftung von Betriebsrestaurants

- Individuelle Zusammenstellung von Leistungsmodulen
 - ⇒ Differenzierung durch Modulstärken / USP - von Kriterien
 - ⇒ Der Kunde will nicht mehr „alles“ als pauschalisierte Dienstleistung

- fehlende, objektive Vergleichbarkeit
 - ⇒ in Wirtschaftlichkeitsberechnungen und -vergleichen
 - ⇒ Schwachstellen im Benchmarking

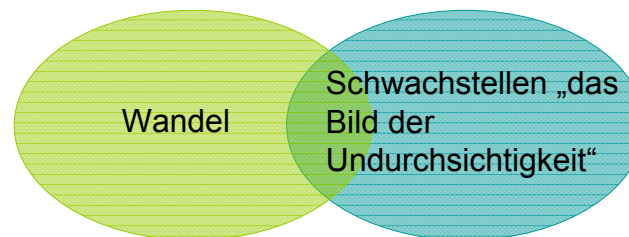
Der Verschmelzungsprozess von Gastronomie-Typen



Die Verschmelzung von gastronomischen Betreibern, Märkten, Konzepten

Wandel

- ⇒ Die Abgrenzung nach Kernkompetenz, Herkunft ist passé
- ⇒ Die Verschmelzung ist im vollen Gange
- ⇒ Kooperationen, Allianzen, Firmenübernahmen an der Tagesordnung



Schwachstellen „das Bild der Undurchsichtigkeit“

- ⇒ fehlende Profilierung zu Lasten der Vielfalt
- ⇒ alles aus „einer Hand“ nicht nur nach Kundenwunsch, sondern für Cross-Selling, Risikominderung durch Geschäftsfeldausweitung
- ⇒ Irrwege im Dschungel der Vielfalt ? oder Flexibilität ?

Betreiberformen / Gastronomiesysteme

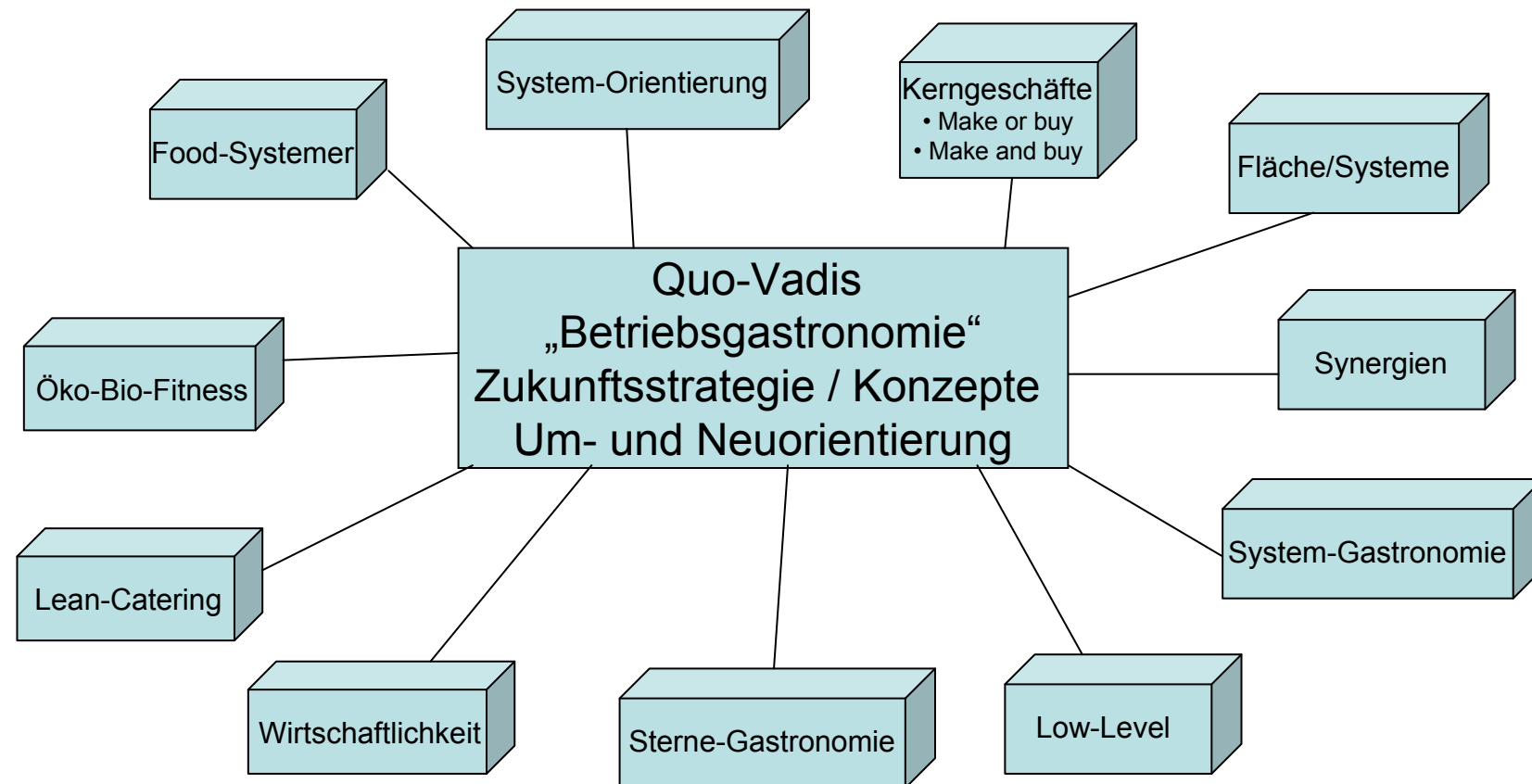
... bewegen sich in den ...

Marktsegmente

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| ⇒ Caterer | ⇒ Betriebsverpflegung |
| ⇒ Operator | ⇒ Krankenhäuser |
| ⇒ Pächter | ⇒ Senioreneinrichtung |
| ⇒ Party-Service | ⇒ Campus |
| ⇒ Großküchen | ⇒ Schulen / Kitas |
| ⇒ Gastronomie | ⇒ Events |
| ⇒ Wirtschaftsbetriebe | ⇒ JVA |
| ⇒ Sternegastronomie | ⇒ Truppenküchen |
| ⇒ Imbiss / Kiosk | ⇒ Freizeit |
| ⇒ Cafeteria | ⇒ Verkehr |
| | ⇒ Messe /Gewerbeparks |

Eine Branche im Umbruch

reichen Optimierungsinstrumente • ... oder Neukonzepte • ... mit Innovationstrends



Innovation



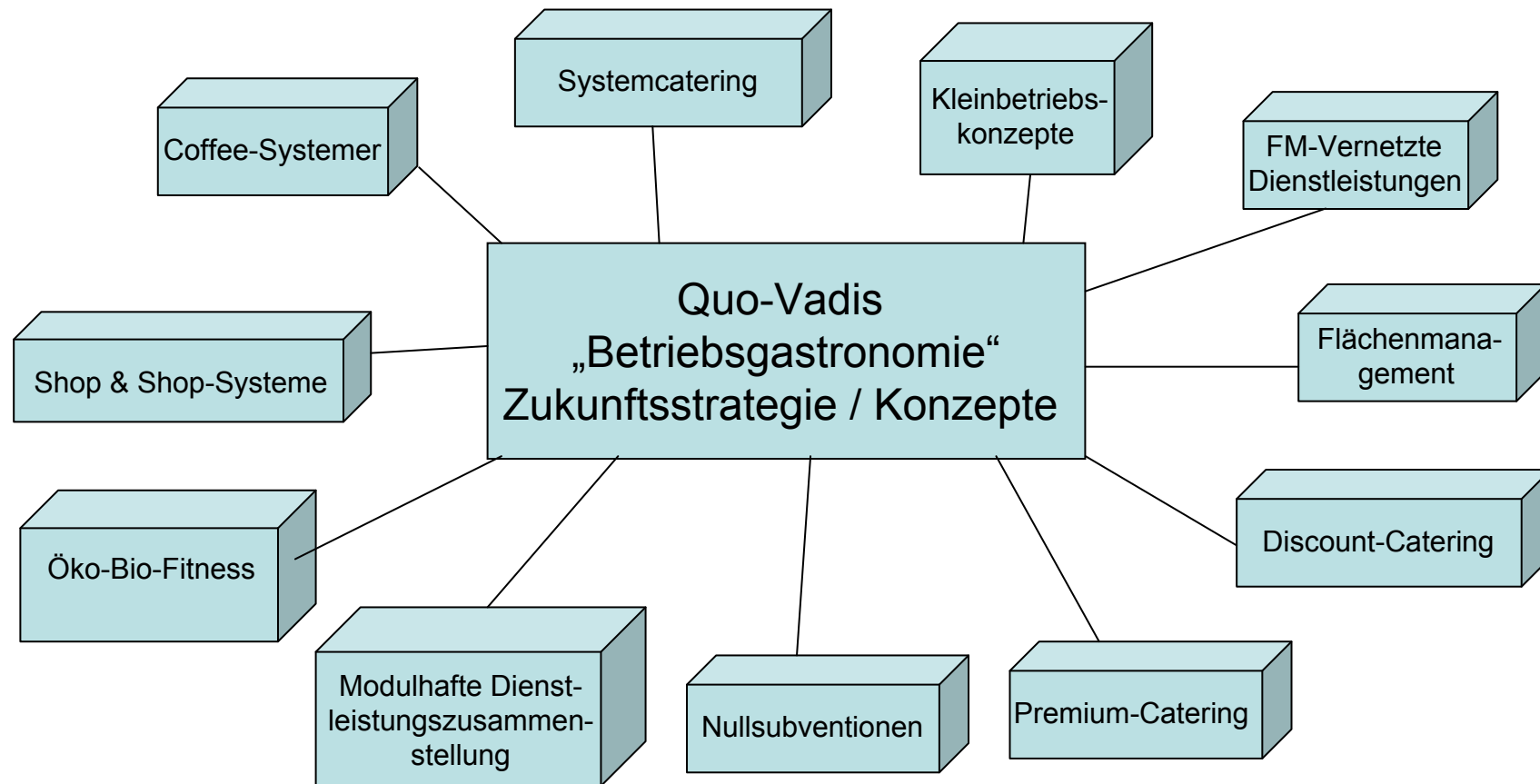
Reaktion



Strategie

Eine Branche im Umbruch

reichen Optimierungsinstrumente • ... oder Neukonzepte • ... mit Innovationstrends



Innovation



Reaktion



Strategie








Marktsegmente und Einheiten für Gemeinschaftsverpflegung

Betriebsverpflegung		Krankenhäuser	Sozialverpflegung	Campus & Sonstige		
Gesamt: ca. 18.400 Betriebsrestaurants		Ca. 2.087 Krankenhäuser Ca. 1.239 Versorge- und <u>Rehaeinrichtung</u> Ca. 3.326 2.087 Krankenhäuser davon 587 Öffentliche davon 678 Gemeinnützige davon 526 Private davon 296 Sonstige KH	11.000 Senioreneinrichtungen (mit 700.000 Pflegebedürftigen) 4.107 Behinderteneinrichtungen Heime für Jugend. <u>2.225 Kinder</u> 14.780 Gesamt	701 Mensen und Cafeterien von 58 Studentenwerken		
Kinder / Jugendliche		Justizvollzugsanstalten	Schulen	Truppenküchen		
49.736 Tageseinrichtungen für Kinder unter 14 Jahren (3,1 Mio Plätzen) 548 Jugendherbergen (mit 10.2 Mio Übernachtungen)		194 (mit 72.259 Häftlingen)	41.633 allgemeinbildende Schulen (mit ca. 9 Mio. Schülern) 9.733 berufliche Schulen	313 (mit ca. 132.000 Verpflegungsteilnehmern täglich)		
Sonstige	Eventcatering	Verkehrscatering	Messe-Catering	Office-Gastronomie (Bürozentren)	Gewerbeparks	Freizeitmarkt

Marktvolumen / Marktverteilung mit Schwerpunkt-Darstellung „Betriebsgastronomie“

Formen Darstellungen	Caterer	Pächter	Eigen
Marktvolumen „Betriebsgastronomie“	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ca. 15 Mrd. in Betriebsgastronomie ▪ Ca. 11.000 bis 14.000 Unternehmen mit Einrichtungen für betriebsgastronomische Versorgungs-Möglichkeiten 		
Marktverteilung % ▪ It. GV-Praxis ▪ It. Roland Berger	20 % 25 %	10 – 15 % 18 %	65 – 70 % 57 %
Strukturdaten ▪ Anzahl / Umsatz It. GV-Praxis ▪ Objekte It. GV-Praxis ▪ It. SMR-Studie ▪ It. SMR-Studie	<p><u>Top 45 - 2008</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 3,19 Mrd. Gesamt-Umsatz • 1,71 Mrd. Betriebsgastronomie • 3.166 Betriebsgastronomie • 6.040 Gesamt <p><u>Top 44 – 100</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ca. 1,7 Mrd. Gesamt-Umsatz <p><u>Über 100 – 200</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ca. 100 Regionale / lokale Betreiber 	<p>Es gibt hierzu keine Angaben.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Meist sind es Einzelpersonen oder mit Herkunft Gastronomie, Fleischerei. ▪ Vereinzelt auch ehemalige Caterer-Mitarbeiter. ▪ Überwiegend zuschussfreie Objekte, Behörden, Kommunale Einrichtungen. 	<p>Aufteilungen nach:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Eigenbetrieb als Geschäfts-Bereich (Wirtschaftsbetrieb). ▪ Wirtschafts-GmbH innerhalb des Unternehmens. ▪ Als Gesellschafts-Struktur Kunde 49 % Caterer 51 % (meist im Krankenhaus-Bereich)
<u>Anmerkung:</u>	Zunehmend sind Caterer-Werte Annahmen / Einschätzungen der GV-Praxis, da viele Caterer keine konkreten Aussagen zu ihren Entwicklungen vornehmen.		

Kompetenzen im gastronomischen Bereich - Die Marktsegmente mit Verpflegungsanspruch /- unterschiede

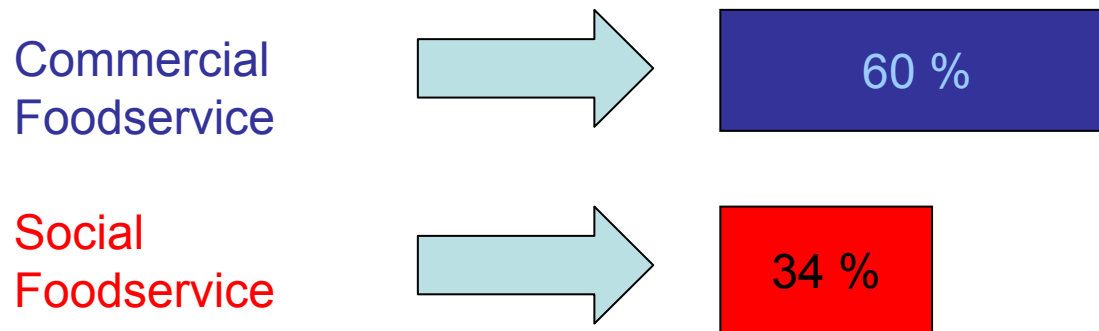
Marktsegmente		Anspruch / Ziel der Verpflegung
Betriebsverpflegung		Teil einer sozialen Leistung, Wohlfühlfaktoren, Motivation, Gesundheit
Krankenhäuser		Gesundungsbeitrag, Auswahlkriterium für / gegen Krankenhaus
Senioreneinrichtungen		Essen als Tageshighlight der Bewohner, diverse Kostformen
Freizeiteinrichtungen		Als Teil einer Eventveranstaltung
Schulverpflegung		U.a. Beitrag gegen Fehlernährung und Übergewicht bei Kindern und Jugendlichen
Events		Hohe Cateringansprüche an Speisen, Service, Location
Verkehrscatering		Attraktive Gastronomie für Unterwegs, wichtiges Zusatzgeschäft für Betreiber

Ein Ausblick nach Europa

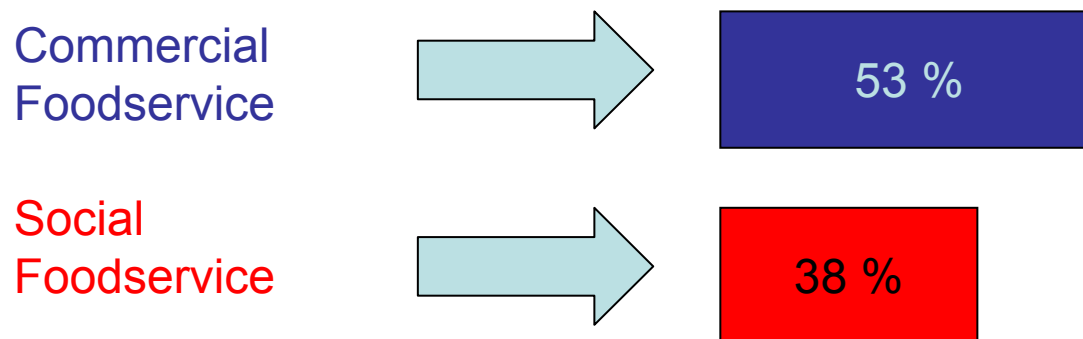
- Außer-Haus-Essen in Europa ist ein Wachstumsmarkt
- Gesamtvolumen in Europa 54,8 Milliarden ausgegebene Essen (2007)
- Deutschland ist die größte Foodservice-Nation
- gefolgt von Großbritannien und Frankreich
- zusammen im Volumen größer als restliche Länder Europas
- Italien Marktvolumen leicht rückläufig
- Portugal (+ 3.15 %) und Slowenien (+ 3,40 %) in den letzten 7 Jahren verhältnismäßig starker Anstieg an ausgegebenem Essen.

Verteilung Commercial / Social Food in Europa

Deutschland

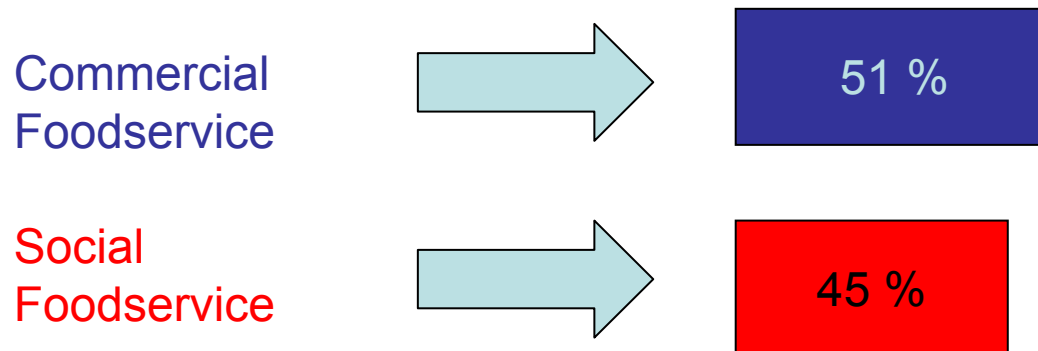


Großbritannien

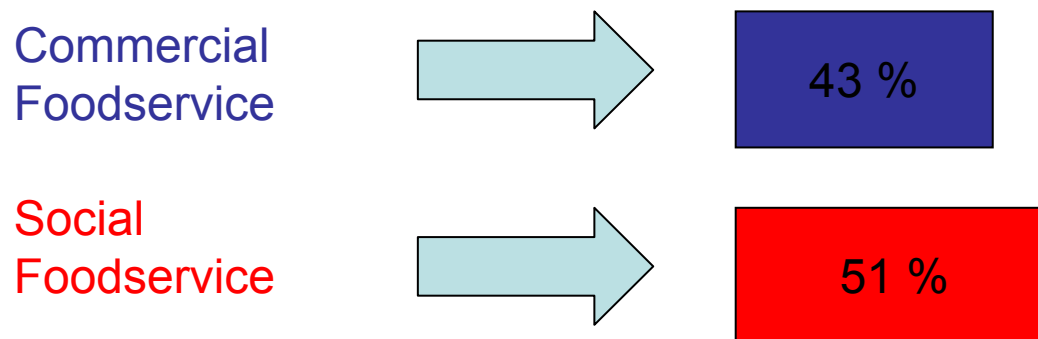


Verteilung Commercial / Social Food in Europa

Frankreich



Schweden

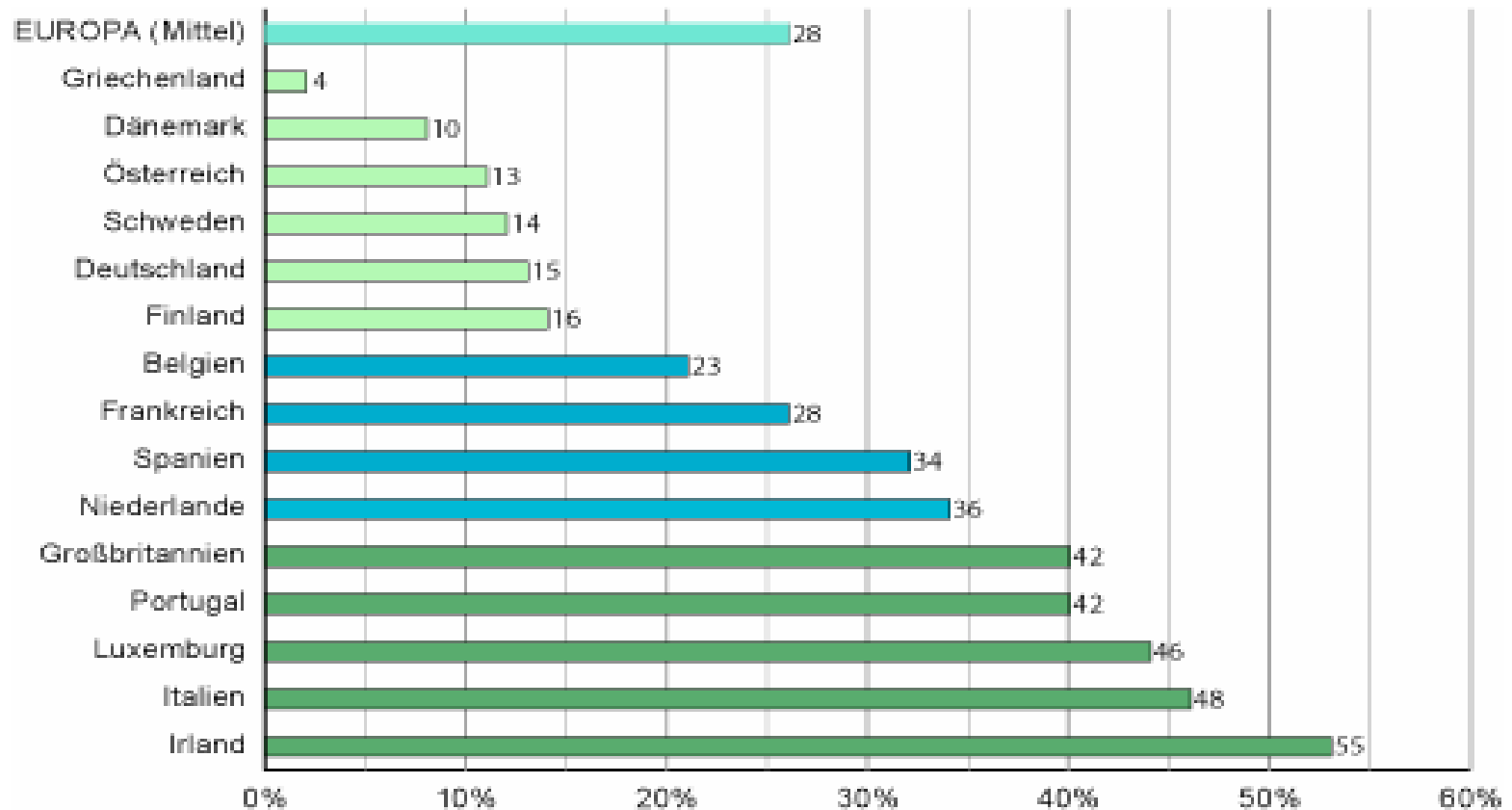


- Catering Services in Europa:
 - ⇒ 1990 Auslagerungsquote von 14%
 - ⇒ 2005 Auslagerungsquote von 31%
 - ⇒ 2010 Auslagerungsquote größer 35%

- Umsatzverteilung in Europa:
 - ⇒ 56% Anteil Wirtschaft und Industrie
 - ⇒ 21% Anteil Sozialwesen
 - ⇒ 18% Anteil Schul-/Unterrichtswesen

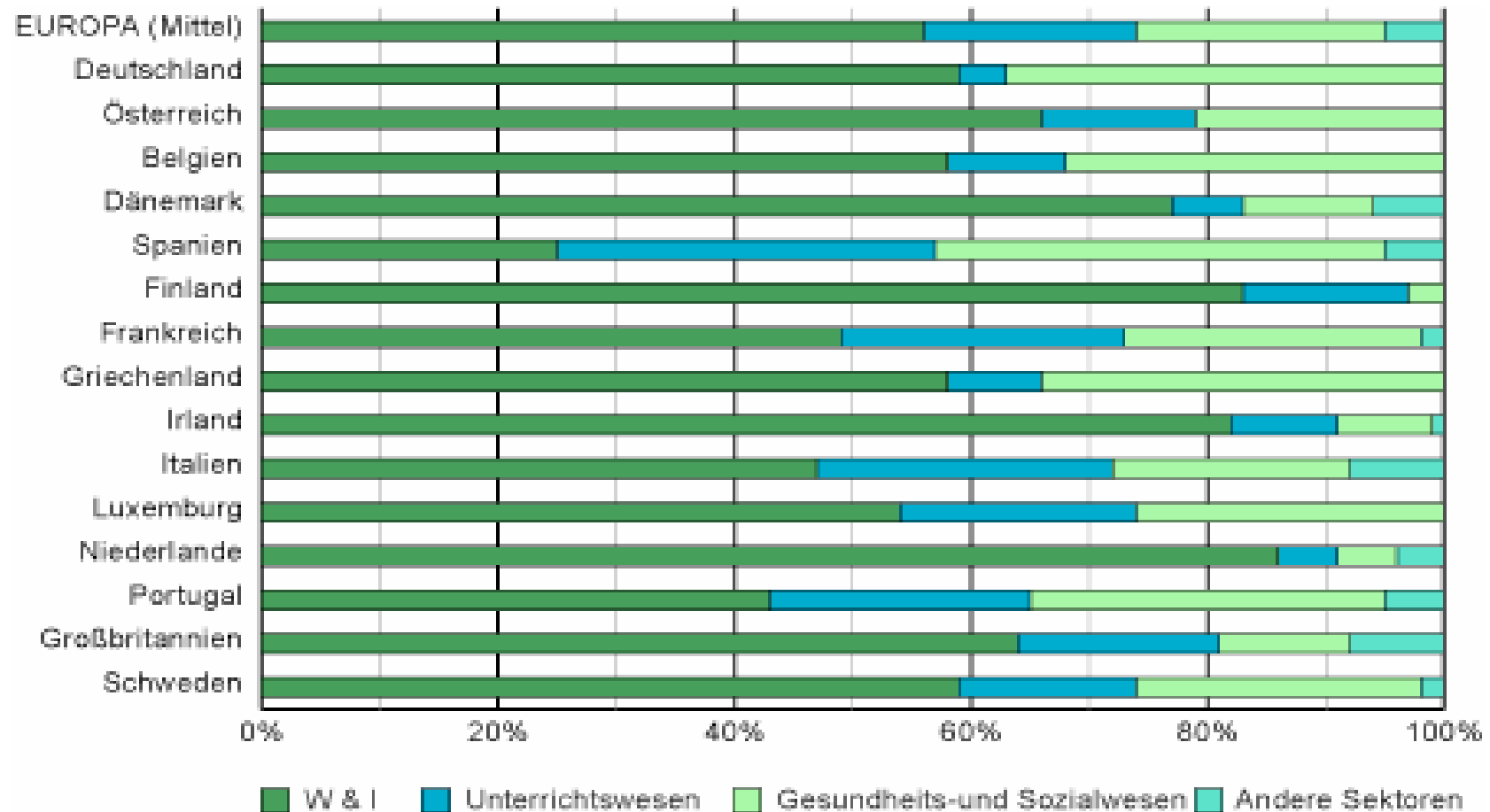
- Die größten Wachstumspotenziale bietet das Gesundheits- und Sozialwesen

Verbreitung der Cateringunternehmen in Europa



Veröffentlichung von FERCO : Europäische Föderation der konzessionierten Gemeinschaftsverpflegung.

Verbreitung nach Sektoren



Veröffentlichung von FERCO : Europäische Föderation der konzessionierten Gemeinschaftsverpflegung.

Erneuter Trend „alles aus einer Hand“ oder „Multifunktionsdienstleister“

- Diversifikation durch / mit Facility-Management-Strategien (vertikal)
- Ausweitung im Markt Außer-Haus-Konsum (horizontal)

=> welche Anforderungen

=> welche Synergien

=> welche Kundeneffekte



Beispiele 1 - 3

Erneuter Trend „alles aus einer Hand“ oder „Multifunktionsdienstleister“

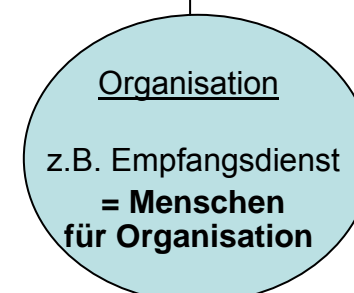
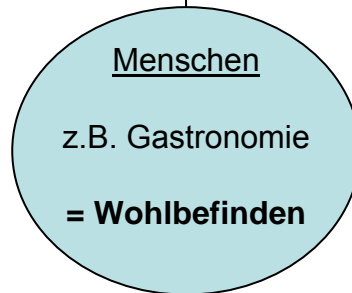
□ vertikale Diversifikation durch / mit Facility-Management-Strategien

- **E.ON Facility-Management** „Sport-Catering Arena-One“ mit Kofler „Full-Service“
- **Sodexo** in Facility-Service
- **Eurest** in Markt „Support-Service“ (Facilityservice)

□ horizontale Diversifikation Ausweitung im Markt Außer-Haus-Konsum

- **Avanti**
Franchise für kleine Outlets
- **SV-Catering**
Kauf Event-Caterer Party-Löwe
- **TÜV, Rheinland**
- Eigenbewirtschaftung,
- Event/Konferenzbereich mit Bereich Event/Party-Service
- **Kooperation Sodexo/ Broich**
- **tegut, Fulda**
Lebensmittelhandel als Caterer,
- **Compass (Eurest)**
Ausgliederung Gastronomie SSP
- **Brose, Coburg**
- nach Insourcing
- Catering & Wellness (Wellfood)
- **Deutsche Welle**
- Eigenbewirtschaftung
- Herrmann Müller, Sternekoch
- **Daimler, Bremen (Restaurant)**
Catering Sarah Wiener, Sterneköchin

Gebäudekomformerkmale
Funktionsqualität versus Lebensqualität



⇒ Wenn die Deutschen eine Maschine bedienen sollen

„funkeln ihre Augen“

⇒ Wenn sie einen Menschen bedienen sollen

„sträuben sich ihnen die Haare“

⇒ Auf- und Ausbau einer Dienstleistungskultur und Service-Denken

„die Menschen machen den Unterschied“

⇒ Image-Wandel

vom „Henkelmann“ auf dem Weg zur Sterne-Gastronomie

Unterschiedsbeispiele in den Leistungserwartungen und -erfüllungen

(TGM) Technisches Gebäudemanagement	(IGM) Reinigung	(IGM) Catering
<ul style="list-style-type: none"> • Sicherstellung von Funktionalität technischer Einrichtungen • Primärer Umgang mit Geräten / Anlagen • Eigene Infrastruktur im Kundenobjekt z.B. Büro, Ersatzteillager • Gesprächspartner: festgelegte Ansprechpartner an mehreren Stellen 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Erfüllen eines definierten Zustandes von Sauberkeit • Primäre Pflegeleistungen von Flächen und Sachanlagen, als Beitrag einer Wohlfühlatmosphäre • Keine Infrastruktur beim Kunden, außer Lager für Geräte, Mittel • Gesprächspartner: In der Regel eine Person z.B. Einkauf 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Erbringen von gastronomischen Leistungen • für alle Mitarbeiter des Kunden = Gast • für die Wirtschaftlichkeit = Kunde • für die unterschiedlichsten Ansprüche <ul style="list-style-type: none"> - Betriebsrestaurant - Gästebewirtung - Vorstand • Ehrnationale Welt, Esskultur, Erlebnis • Eigenständige Infrastruktur mit Leistungsprogrammen zur ständig hohen Akzeptanz = Essenteilnehmer
<ul style="list-style-type: none"> • funktionierende Technik = „Service an Geräten/Anlagen“ 	<ul style="list-style-type: none"> • angenehmes Umfeld = „Service an Gegenständen“ 	<ul style="list-style-type: none"> • persönliches Wohlbefinden = „Dienstleistung für Menschen“

Wege zur Optimierung – effektives Gesamt-Konzept

- Es gibt nicht das Betreiber-Modell

 - sondern die Auswahl nach unternehmens- / sozialpolitischen Kriterien

- Es gibt nicht das Konzept

 - sondern die Auswahl aus Möglichkeiten und Varianten

- Es gibt nicht die ganzheitliche Optimierung

 - sondern die Zusammenstellung modularer Wege

- Es wird das individuelle Optimierungs- oder Neuausrichtungs-Konzept

 - als ganzheitliches Konzept
 - als Katalog für kontinuierlichen Verbesserungs-Prozess.

Die Orientierung aus

- Trends nach
- Wirklichkeit der

Presse-Berichten
 Praxis-Erfahrung „Betriebsgastronomie“

- Für Ihre Aufmerksamkeit vielen Dank!
- Wir wünschen weiterhin einen informativen Kongress