

gv-praxis

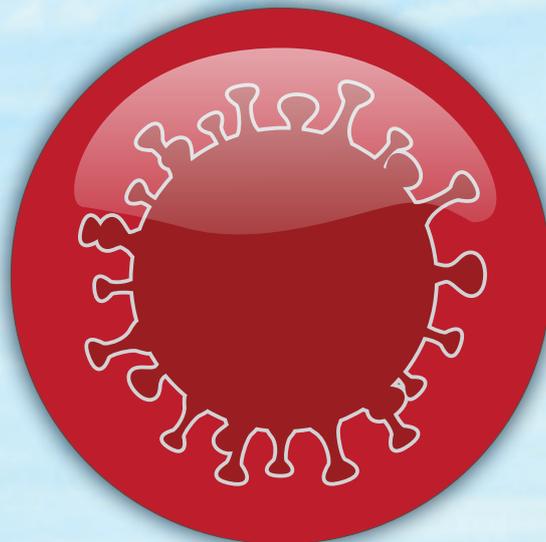
BUSINESS · CARE · EDUCATION 11/2020



Sicher
durch den
Winter



Business
Gipfeltreffen
auf der Stromburg



Care
Patientenhotel
setzt Zeichen

Education
Mini-Plus im
Mensa-Ranking



„Wir stehen für Transparenz“

© Robert Gross Photography

Deutschlands führender Einkaufsdienstleister für Großverbraucher im Foodservice, Pro Care Management, feiert 20-jähriges Bestehen. Wir sprachen mit dem Gründer und Geschäftsführer Udo Reppert und seinem Kollegen Marcellus Scheefer.

Was richtet die Pandemie im Einkaufsvolumen von über 3.000 Küchen an?

Udo Reppert: Aktuell liegen wir wieder bei 80 bis 85 Prozent vom Normal im gesamten Carebereich, im Bereich Business & Industry hat sich der Wert noch nicht erholt, hier war der Tiefpunkt im April und Mai und liegt jetzt etwa bei 60 Prozent.

Als Dienstleister orientieren Sie sich an den Bedürfnissen der Kunden. Was beobachten Sie im Markt?

Marcellus Scheefer: Wir haben mit rund 1,5 Millionen gelisteten Artikeln, über 1.200 Lieferpartnern und fast 2.500 Endverbrauchern einen guten Überblick. Auch wenn Bio für die meisten Einrichtungen noch nicht bezahlbar ist, steigt der Wunsch nach regionalen Herstellern und Lieferanten samt Produkten. Dieser Trend ist sowohl im

Carebereich als auch schon länger im B&I-Markt zu beobachten. Zunehmend wichtiger werden ausführlichere Artikeldeklarationen wie CO₂-Fußabdruck und Angaben zur Nährwertqualität, Stichwort Nutri Score. Hier findet ein Umdenken statt, daher haben wir schon seit längerem Eaternity an unser System angebunden und die Ernährungsumstellung eingeführt.

Wo stellen Sie neue Einkaufstrends fest?

Reppert: Auch wenn Corona aktuell für mehr Verpackungsmüll sorgen dürfte, nimmt der Blick auf nachhaltige Verpackungslösungen zu. Aufgrund der Kostensituation und verkürzten Verweildauer in Akutkliniken steigt auch die Nachfrage nach High Convenience – also nach einem kompletten System. Ein wichtiger Grund dafür: Es gibt immer weniger Köche, es fehlen die Mitarbeiter. Dies gilt im Übrigen auch für den Bereich B&I.

Hat sich auch im Anspruchsdenken etwas verändert?

Scheefer: Frische wollen alle, aber oft fehlt dafür das Personal. Überhaupt hat sich der Begriff stark verändert, denn heute gehören auch konfektionierte Fleischwaren dazu. Oder Tiefkühlprodukte, die vielleicht mit einer eigenen Sauce veredelt werden. Grundsätzlich gilt aber, dass sich alle vom Wettbewerb abheben wollen. Dazu kommt der Wunsch nach umfangreichem Reporting, BI Tools werden also wichtiger, dank cloudbasierter Architektur aber gut integrierbar.

© Robert Gross Photography



Udo Reppert

... besitzt langjährige und umfassende Kenntnisse innerhalb der gesamten Beschaffungskette. Vor der Gründung einer Einkaufsgemeinschaft im Jahr 1998 arbeitete er als Einkaufsleiter einer Rehabilitations-Kliniken Gruppe. Im Jahr 2000 gründete er gemeinsam mit drei weiteren Partnern die Pro Care Management GmbH. Seit dieser Zeit ist er als Geschäftsführer und Leiter des Lieferantenmanagements tätig.

Und bei der Operative?

Reppert: Es geht nicht mehr nur um den besten Preis, sondern auch um die Verschlinkung der Prozesse. Sehen Sie, eine Uniklinik hat auch schon vor 20 Jahren gute Preiskonditionen kraft ihrer Größe erzielt. Da geht es schnell um einige Millionen im Jahr. Heute aber ist das Management viel mehr mit Organisationsfragen befasst, zum Beispiel wie alles deklariert wird, was gekocht wurde. Dazu helfen unsere Tools rund um die LMIV-Daten und Nährwerte.

Scheefer: Viele Mandanten wollen heute zentralisieren und lokal Entlastungen realisieren. Dazu fehlt es aber oft an Services und der passenden Software im Einkauf. Der Vorteil von PCM – es gibt nur einen Ansprechpartner für ein System, bestehend aus Einkauf, Daten, Software, Controlling und umfangreicher Datenpflege. Damit schaffen wir mehr Effizienz und Wirtschaftlichkeit.

20 Jahre Pro Care Management, das ist ein stolzes Jubiläum. Was war der Ursprung?

Reppert: Bad Kissingen war schon immer unsere Heimat. Ich arbeitete in der örtlichen Reha-Klinik Bavaria mit insgesamt bundesweit fünf Häusern und 20 ambulanten Reha-Zentren. Ich habe damals den zentralen Einkauf organisiert und wir hatten noch keine IT. Stattdessen wurden die Preisvergleiche auf dem Papier gemacht und mit Textmarker in Grün, Gelb und Rot markiert. Das war meine siebenjährige Lehrzeit – den Einkauf in vielen Produktbereichen neben der Küche kennenzulernen.

Und wie ging es dann weiter?

Reppert: Einige Bereiche der Klinikgruppe machten Konkurs und der Zentraleinkauf wurde aufgelöst. Ich behielt die Idee im Kopf, für andere den Einkauf zu übernehmen und stellte mit meinem Steuerberater einen Businessplan auf. Schließlich fand ich noch andere Partner und Mitgründer. Wir haben das anfangs als Hobby gesehen, denn alle waren finanziell unabhängig.

Erinnern Sie sich noch an den ersten Auftrag?

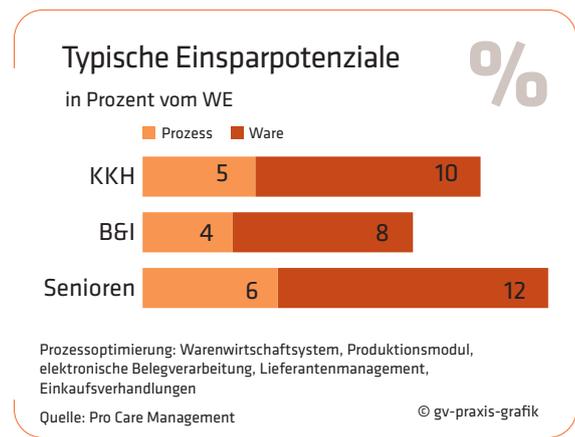
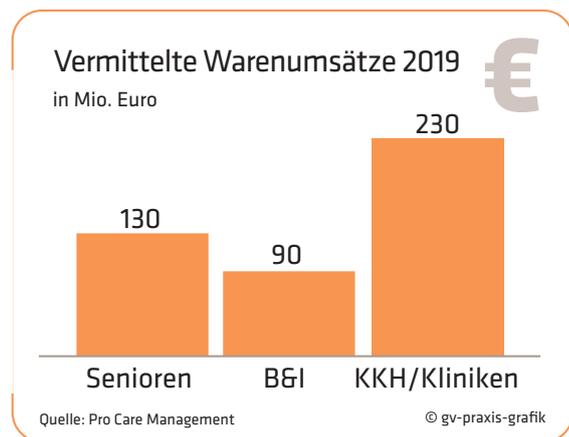
Reppert: Ja, es war ein namhafter Caterer mit Sitz in Düsseldorf. Das war ungewohnt, denn viele Praktiker verstanden nicht, warum ein Caterer seinen Einkauf so einfach outsourct. Die BSE-Krise hat uns damals in die Karten gespielt, denn die Kosten für Lebensmittel stiegen extrem. Danach erhielten wir weitere Empfehlungen.

Bekanntermaßen verdienen viele Caterer über den Einkauf. Das bedeutete aber ziemlich viel Vertrauen in Ihre Expertise.

Reppert: In der Tat. Damals lag deren Schwerpunkt noch stark in der Veredelung von Produkten und dem Service, weniger im Einkauf. Wir konnten mit unserer Expertise überzeugen und diese Lücke ideal schließen, das war eine Win-Win Situation für beide Seiten.

Gab es keine Mitbewerber?

Reppert: Es gab nichts dergleichen im Lebensmittelbereich. Keiner, der Food organisiert und bündelt – alles war



Marcellus Scheefer

... arbeitete in verschiedenen Führungsfunktionen, unter anderem beim Cateringunternehmen Aramark sowie bei IBM. Er verfügt über langjährige Erfahrung sowohl im Lebensmittelbereich als auch in der Softwarebranche. Der Diplom-Ingenieur und Master of Business Administration verantwortet in der PCM-Geschäftsführung die Bereiche Vertrieb, Kundenbetreuung sowie Softwareentwicklung.



© Robert Cross Photography

sehr überschaubar. In 2001 waren wir mit dem ersten Caterer als Kunden der Vorreiter.

Was macht PCM heute aus?

Scheefer: Es ist unsere End-to-End-Lösung aus einer Hand. 450 Mio. Euro Einkaufsvolumen und über 5.000 Bestellungen pro Tag, davon ca. 80 Prozent Care und 20 Prozent B&I, sichern gute Konditionen und professionellen Service bei absoluter Transparenz und Unabhängigkeit. Dazu kommt unser eigenes, bestücktes Warenwirtschaftssystem mit Produktionsmodul mit umfangreichen Schnittstellen.

Reppert: Wir arbeiten heute mit über 100 Herstellern und über 1.200 Lieferanten zusammen. Pro Artikel erfassen wir bis zu 300 Merkmale bzw. Aussagen. Nur so verstehen wir und unsere Mandanten, was die einzelnen Produkte unterscheidet und können hinsichtlich der optimalen Lieferanten- und Artikelauswahl und Optimierung von Warenkörben individuell beraten.

Was hat sich im Laufe von zwei Dekaden gravierend verändert?

Reppert: Wir haben ab unserer Gründung die Digitalisie-

rung im Sinne der Küche vorangetrieben und waren Vorreiter, denn im Gesundheitswesen entwickelte sich das Thema nur schleppend. Nur Preise zu verhandeln, war zu wenig – darum haben wir viele Tools auf Wunsch und Anregung unserer Kunden gebaut. So entwickelten wir die passende Software nah an der Praxis. Das ist unsere Leistung. Heute umfasst unsere Software rund zwei Millionen Daten im System, das ist die optimale Basis für Preis- und Produktvergleiche.

Welche Entwicklungen stellen Sie fest?

Scheefer: Es geht im Einkauf längst nicht mehr nur um gute Konditionen. Wir blicken heute mehr auf die Prozesse. Die Vollcatering-Vergabe in Kliniken nimmt immer mehr ab. Stattdessen kommen Dienstleistungsverträge oder Managementverträge zum Einsatz. Effizienter Einkauf ist hier besonders wichtig, ein Model mit PCM sichert Flexibilität und Zukunftssicherheit. Im B&I-Bereich sind es vor allem die Themen Flexibilität und Digitalisierung, die den Markt bewegen. Dort kommt zusätzlich der kulinarische Anspruch zum Tragen und wie man die Teams in den Betriebsrestaurants möglichst von administrativen Tätigkeiten entlasten kann.

Das Gespräch führte Burkart Schmid.

Mit ESS erhöhte Wirtschaftlichkeit

Das integrierte Energiespar-Softwaremodul **ESS** garantiert eine perfekte Ausnutzung der Restwärme, führt Energie nur bei Bedarf zu und spart zudem über 40% Stromkosten.

www.beergrill.com

Food perfectly presented **BEER**

ENERGIE SPAR SYSTEM