

Die Wirtschaftsfachzeitschrift für professionelle Gemeinschaftsgastronomie

D 7682 E

# gv-praxis

BUSINESS · CARE · EDUCATION 12/2020

BILANZ  
2020

**Special**  
DGE-Qualitäts-  
Standards

**Marketing.Award**  
Drei Preisträger  
im Profil



© Colourbox

## Von gering bis massiv

Die Corona-Krise beeinflusst die gesamte Prozesskette. Dennoch ist das Wareneinkaufsvolumen unserer Branche ganz unterschiedlich. Ein Blick auf die drei Segmente Senioren, Business und Health Care. Die Daten stammen von Pro Care Management.

Die Basis für diese spannende Betrachtung bildet das Einkaufsmanagement des Beratungsdienstleisters Pro Care Management mit Sitz

in Bad Kissingen. Die Company verantwortet in 2019 rund 450 Mio. Euro, verteilt auf 2.500 Großverbraucher. Insgesamt reden wir von 1,5 Mil-

lionen gelisteten Artikeln von über 1.200 Lieferpartnern. Konkret wollen wir wissen, wie sich der Einkauf und das Konsumverhalten in den unterschiedlichen Marktsegmenten Business, Health und Elder Care wie verändert. Wo sind Entwicklungen sichtbar innerhalb der unterschiedlichen Warengruppen? Auf unserer ersten Tabelle zeigt sich, dass der Bereich Senioren bei den wichtigsten sechs Warengruppen kaum Veränderungen zu 2019 (Zeitraum Januar bis Oktober) vorweisen kann. „Er zeigt sich sehr stabil“, so Marcellus Scheffer, Geschäftsführer Pro Care Management. Die größten Einbrüche

### Marktsegmente und Top Warengruppen

Veränderung 2019 vs. 2020 (Jan - Okt)

	Total	Fleisch & Wurst	Molkerei	Getränke	Gemüse	Obst	Backwaren
Senioren	-2%	+3%	-4%	-5%	-6%	+4%	-7%
B&I	-38%	-40%	-46%	-48%	-65%	-41%	-46%
KKH/Kliniken	-20%	-19%	-22%	-25%	-25%	-18%	-26%

Quelle: Pro Care Management

© gv-praxis-grafik

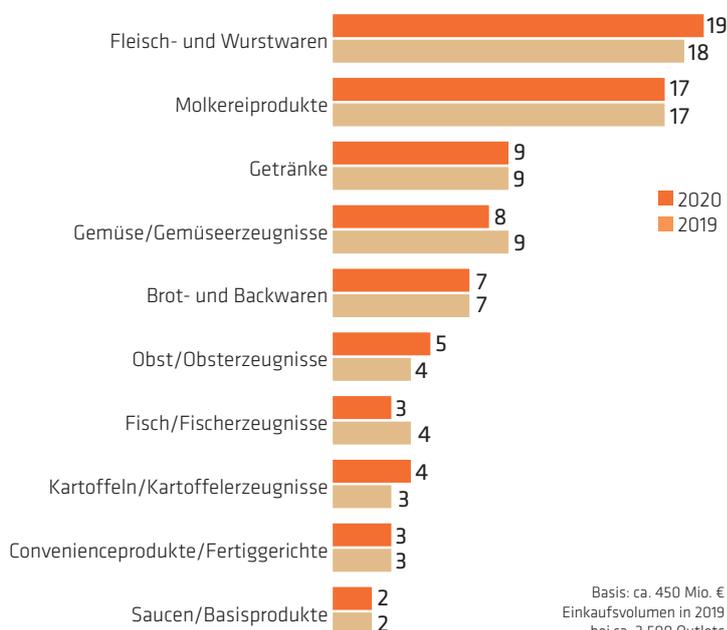
gibt es auf Warensseite beim Essen am Arbeitsplatz, also Business + Industry. Hier wurden um 38 Prozent weniger Waren in den Top-Gruppen eingekauft als im Vorjahr. Prekär der massive überdurchschnittliche Einbruch im Bereich Gemüse mit -65 Prozent, gefolgt von Getränken (-48 %). Eine Erklärung dafür ist das veränderte Angebot und Kaufverhalten, denn Fri-

## Ein Fünftel weniger im Krankenhaus.

schetheken und Salatbars wurden reduziert. Stattdessen gibt es vermehrt To-go-Gerichte mit geringerem Anteil an frischem Gemüse oder Salatbeilagen. Auch bei Fleisch und Wurstwaren erwartet der Einkaufsexperte einen weiteren Rückgang aufgrund des allgemein steigenden Bewusstseins zum Thema Fleischkonsum aus

### Top Artikelgruppen 2019/2020 (01-10)

Umsatzanteil am Gesamtvolumen



Basis: ca. 450 Mio. €  
Einkaufsvolumen in 2019  
bei ca. 2.500 Outlets

Quelle: Pro Care Management

© gv-praxis-grafik

# TOPSELLER KNUSPER SCHNITZEL

DER LIEBLING IHRER GÄSTE DARF  
AUCH AUF EINER VERKLEINERTEN  
KARTE NICHT FEHLEN!

**SALOMON**  
FoodWorld

Impulse. Erfolg. Emotionen.

### EIN KLASSIKER DER IMMER GEHT

- **Homestyle-Optik** ohne Warenverluste
- Besonders knusprig, **auch für Take Away**
- Maximale **Zeitersparnis** für mehr **Flexibilität & Output**
- **Vielseitig**: gebraten oder roh, verschiedene Grammaturen (100 – 300 g)

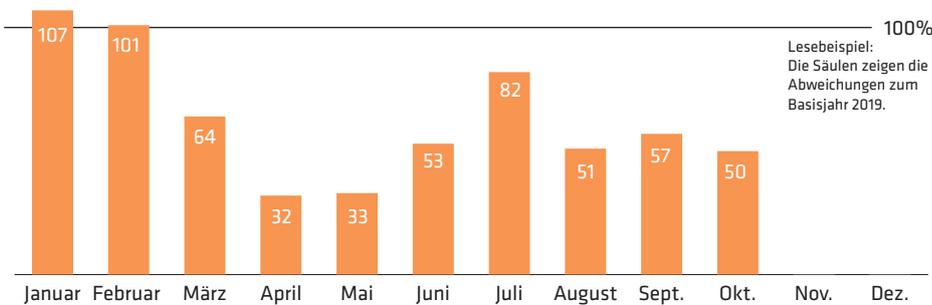


ENTDECKEN SIE  
UNSERE KNUSPER  
SCHNITZEL

### Wareneinsatz Business & Industry 2020

Basis: ca. 500 Einrichtungen  
mit ca. 90 Mio. € WE/a

%



Quelle: Pro Care Management

© gv-praxis-grafik

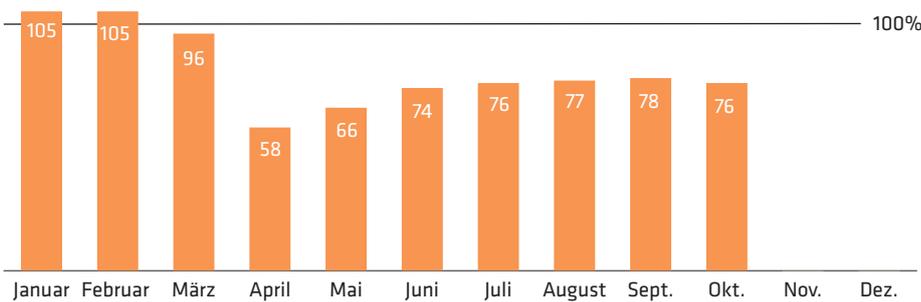
gesundheitlicher und ökologischer Sicht. „Wir verzeichnen zum Beispiel eine erhöhte Nachfrage nach Angaben zum CO<sub>2</sub>-Footprint, daher haben wir schon vor einiger Zeit Eaternity über eine Schnittstelle an PCM angebunden.“

Ein Fünftel weniger an Waren innerhalb der sechs Warengruppen kauften die Krankenhausküchen im Vergleich zum Vorjahr ein. Auffallend hier: Der Bereich Backwaren mit einem Minus von 26 Prozent. Marcellus Scheefer: „Hier sehen wir einen langsamen Erholungskurs und eine einheitlichere Entwicklung über die Warengruppen. Getränke und Gemüse schneiden überdurchschnittlich schwach ab.“ Schauen wir auf die zehn Top Artikelgruppen nach Umsatzanteil am Gesamtvolumen (Tabelle Seite 17). Hier

### ... KKH/Kliniken 2020

Basis: ca. 850 Einrichtungen  
mit ca. 230 Mio. € WE/a

%



Quelle: Pro Care Management

© gv-praxis-grafik

### Geringere Auslastung der Kliniken.

zeigt sich eindeutig, dass Corona keinen Einfluss auf das Kaufverhalten hat. Scheefer: „Ein gefühlter Anstieg bei Convenienceprodukten lässt sich nicht belegen.“ So ist die Schwankungsbreite der zehn Artikelgruppen stabil und kaum nennenswert anders als im Vorjahr.

Die drei Tabellen auf dieser Seite zeigen die exakten Verläufe in den drei Segmenten. Auffallend bleibt der Bereich Business. „Großer Einbruch im April und Mai. Nach kurzer Erholung im Juli wird die Nachfragekurve leider wieder schwächer.“ Dagegen stabilisiert sich die Lage im Krankenhaus- und Klinikmarkt bei Werten von um die 75 Prozent, die auf Sicht fahren und ihre Bettenauslastung nicht voll nutzen.

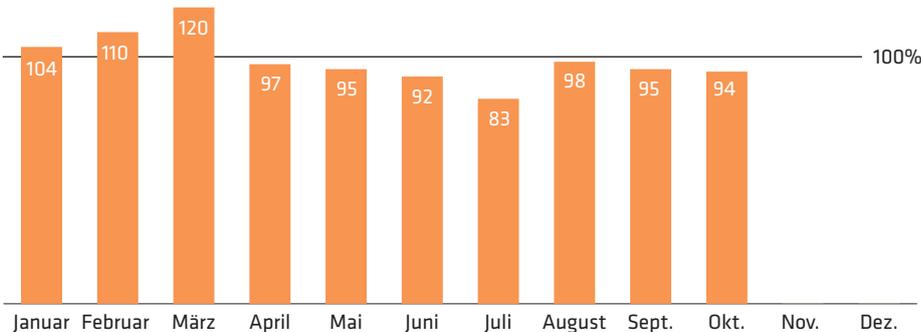
Insgesamt verlor nach Hochrechnungen der Außer-Haus-Markt im April und Mai jeweils 1,6 Mrd. Euro Einkaufsvolumen. Davon entfallen nur 9 Mio. auf den Seniorenmarkt, 40 Mio. auf Kliniken und 275 Mio. Euro auf die Mitarbeiterverpflegung.

Burkart Schmid

### ... Senioreneinrichtungen 2020

Basis: ca. 1.150 Einrichtungen  
mit ca. 130 Mio. € WE/a

%



Quelle: Pro Care Management

© gv-praxis-grafik