

# *gvpraxis*

*business care education*

27 x Eigenregie

# Absturz mit Folgen

MANAGEMENT

**Sterneköche als Newcomer**

EDUCATION

**Hilferuf eines Küchenleiters**

# Digital, vernetzt, erfolgreich!

NEU



## AKTUELL

- 3 **Kommentar** Burkart Schmid: Eine neue Ära
- 6 **Bild des Monats** Platinum Jubilee: Großbritannien feiert Elisabeth II.
- 8 **News** aus der Branche | Zoom | Klartext
- 14 **5 Fragen an** Felicitas Then: Köchin, Journalistin, Moderatorin, Autorin

## MARKT | TRENDS

- 16 **Konzepte** Schöne neue Kantinen-Welt: Drei Beispiele für das New Normal
- 20 **Kaffeebar** Chicco di Caffè, München: Konsequenz grün
- 24 **Analyse** Preisexplosion: Die Krisenkurve
- 28 **Praxis** Schulcatering: Küchenleiter Arnold Burlagers ungehörter Hilferuf

## TITELTHEMA EIGENREGIE

- 32 **Ranking** 27 Eigenregiebetriebe: Was übrig bleibt
  - 35 **Überblick** Umsätze, Gäste, Beschäftigte, Top 5 2021
  - 37 **Analyse** Einzelbetrachtungen, Stimmen, Ausblick
- 
- 44 **Management** Die Newcomer: Sterneköche auf neuen Wegen
  - 48 **Interview** Jochen Hartmann, Korian Services: „Die Verteuerung trifft die Branche hart“
  - 50 **Recht kompakt** Umsatzsteuer in Altersheim-Cafeterien und Kuchenverkauf in Schulen
  - 52 **Event** Fachsymposium, Düsseldorf: Mit Power in die Zukunft
  - 54 **Praxis** Michael Eberhardt Catering: Energie-Invest zahlt sich aus
  - 60 **Kopf des Monats** Pia-Engel Nixon: Ein Engel am Herd

## MARKTPLATZ

- 56 **Berufsmode** Schick, praktisch, nachhaltig
- 62 **Neuheiten** im Bild
- 64 **Marktplatz** Partner aktuell
- 65 **Köpfe** Who's who
- 66 **M-Eating Point** 10 Jahre Food Report
- 67 **Impressum | Point of Sale**

Titelbild: Adobe Stock / gvpraxis Grafik

**dfv** Mediengruppe

Deutscher Fachverlag GmbH

Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main

**Redaktion Fon:** 069/7595-1226 **Fax:** 069/75 95-1510

**E-Mail:** red.gv-p@dfv.de

**Anzeigen Fon:** 069/7595-1791

**Abo/Leserservice Fon:** 069/7595-1271



Offizielles Organ Deutsches Institut für Gemeinschaftsverpflegung e.V.

Sybille Roemer

## Der smarte Metzger

Digitale Tools & Strategien  
für das Foodhandwerk

220 Seiten | Softcover

ISBN 978-3-86641-350-4 | 34 EUR

Die Digitalisierung ist unaufhaltsam auf dem Vormarsch. afz-Redakteurin Sybille Roemer zeigt in ihrem praxisnahen Fachbuch auf, wie Metzger und andere Foodhandwerker digitale Tools nutzen können:

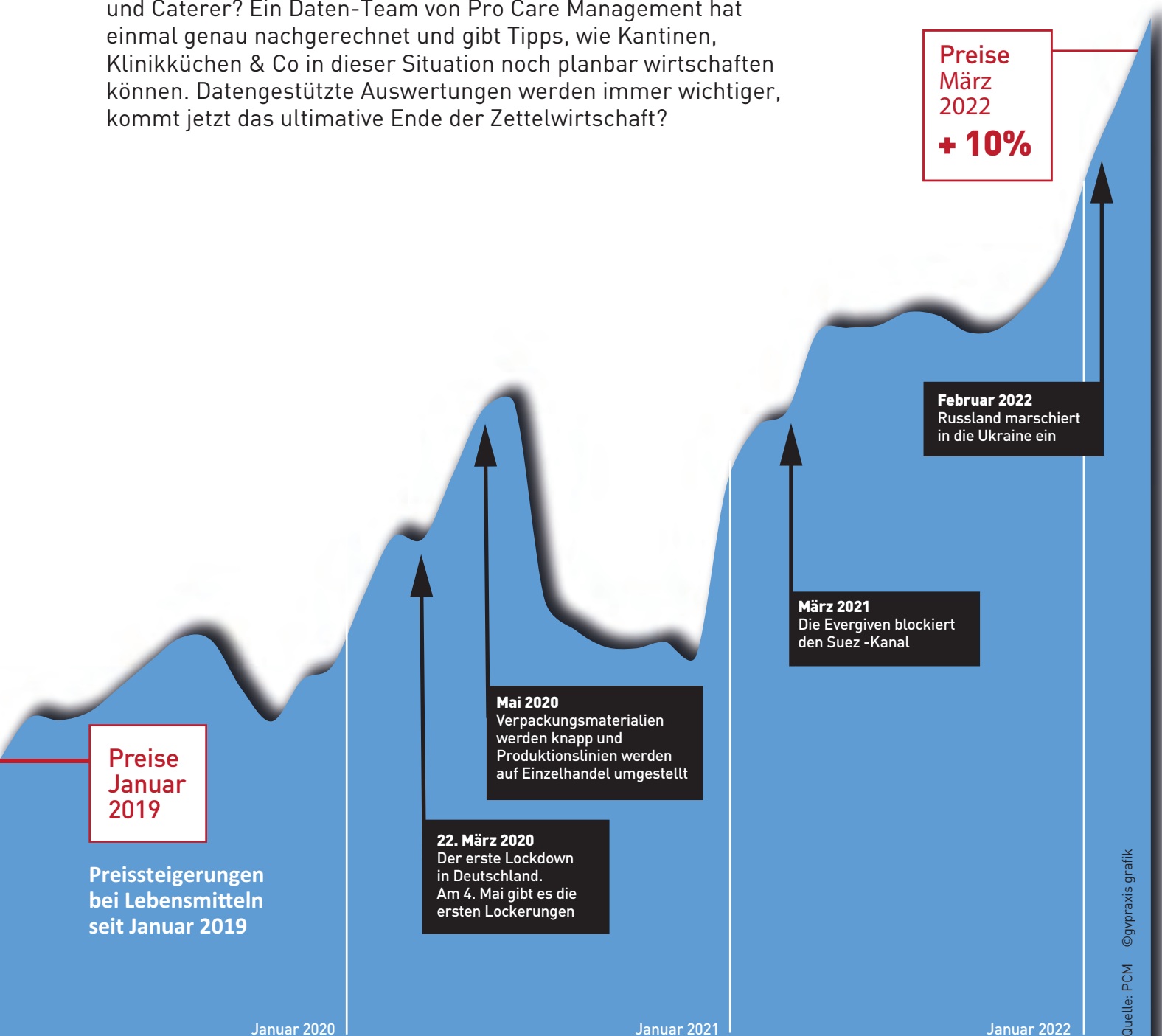
- ▶ **Für Produktion und Planung,**
- ▶ **Arbeitsorganisation und Mitarbeitergewinnung,**
- ▶ **Lagerung und Logistik,**
- ▶ **sowie Verkauf und Marketing.**

www.dfv-fachbuch.de  
08581 96050 | info@suedost-service.de  
deutschlandweit portofreie Lieferung

**dfv** Mediengruppe  
Fachbuch

# Die Krisenkurve

Wie genau betreffen die aktuellen Preissteigerungen Kantinen und Caterer? Ein Daten-Team von Pro Care Management hat einmal genau nachgerechnet und gibt Tipps, wie Kantinen, Klinikküchen & Co in dieser Situation noch planbar wirtschaften können. Datengestützte Auswertungen werden immer wichtiger, kommt jetzt das ultimative Ende der Zettelwirtschaft?



**D**ass alles irgendwie teurer wird, dürfte keinem entgangen sein. Aber wie und wo trifft die aktuelle Preisspirale die Gemeinschaftsgastronomie genau? Der in Deutschland führende Einkaufsdienstleister und Softwareentwickler Pro Care Management (PCM) aus Bad Kissingen hat sich die Preisentwicklungen der letzten drei Jahre genau angeschaut, mit den tatsächlichen Warenanteilen in der Gemeinschaftsgastronomie gewichtet und damit erstmals genau nachweisen können, was Lockdowns, Suez-Blockade und Ukraine-Krieg für unsere Branche wirklich bedeutet haben. Basis für die Auswertung und die Indexkurve sind die Zahlen des Statistischen Bundesamtes. Diese hat PCM nach dem realen Kaufverhalten der PCM-Kunden gewichtet und mit den tatsächlichen Preisen beziehungsweise deren Veränderungen verglichen, die Pro Care Management zu den jeweiligen Zeitpunkten anbieten konnte. Insgesamt wurde ein Kaufvolumen von über 702 Millionen Euro ausgewertet.

Dabei hat PCM nicht nur geschaut, wie sich die Preise entwickelt haben, sondern auch die Veränderungen bei den Kauf-Volumina erfasst. Was wurde im Laufe der Krisen mehr gekauft, was weniger? Die schärfsten Einbrüche gab es, wenig überraschend, bei Sonnenblumenöl. Im Jahr 2021 wurde Sonnenblumenöl im Gesamtwert von nur noch 52 Prozent dessen bestellt, was in 2019 gehandelt wurde, obwohl der Preis damals 35 Prozent niedriger war als 2021. Allerdings spielt diese Preissteigerung in der Gesamtbetrachtung

keine allzu große Rolle, da das Pflanzenöl nur 0,2 Prozent am Gesamtvolumen der PCM-Kunden hält. Ähnlich stark der Einbruch bei Schweinekotelett und Schweineschnitzel, hier ist das Umsatzvolumen um 30 Prozent zurückgegangen bei einer gleichzeitigen Preissteigerung von über 20 Prozent. In den Gesamtbilanzen mag das schon etwas spürbarer sein, immerhin machen diese Stücke vom Schwein alleine 1,1 Prozent der Gesamtbestellungen aus. Es gibt aber auch Produkte, deren Umsatzvolumen in der Krise deutlich gestiegen ist. Dazu zählen Vollmilch (+26 Prozent), Brötchen zum Backen (+17 Prozent) und Nudeln (+16 Prozent).

Wichtig ist, zu wissen, dass die aktuelle Preisspirale zahlreiche Ursachen hat. „Covid-19 ist für einen Teil der Preissteigerungen verantwortlich, klimatische Veränderungen, Energiepreise und alternative, nachhaltigere Formen des Anbaus oder der Tierhaltung tragen ebenso dazu bei“, schreibt PCM-Geschäftsführer

Marcellus Scheefer. „Hinzu kommt, dass die Lebensmittelpreise in Deutschland in den letzten Jahren auf einem niedrigen Niveau stagniert haben, welche die Folgen von Erzeugung und Verbrauch nicht spiegeln.“ Viele der aktuellen Preissteigerungen wären nach Analyse von Pro Care Management eigentlich längst nötig gewesen, die Krisen wirken hier teilweise nur als



Marcellus Scheefer:  
**„Jahrelang fehlende Korrekturen verschmelzen aktuell mit anderen, externen Markteinflüssen.“**

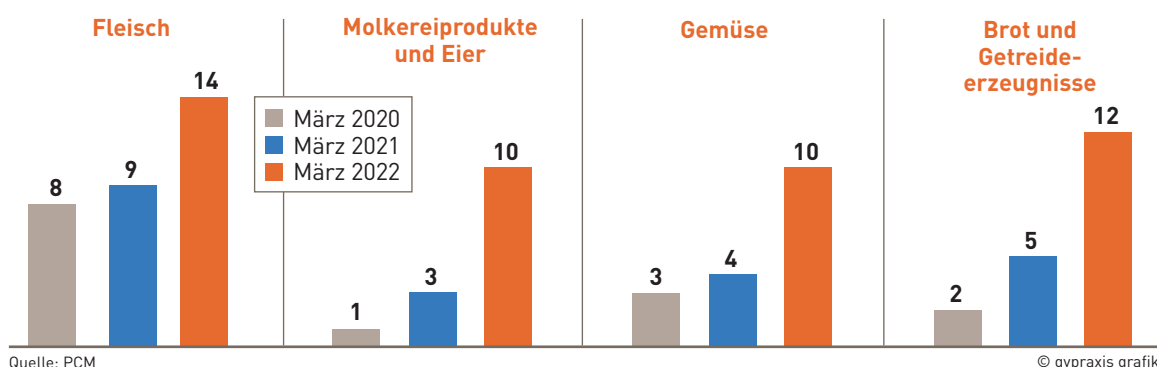
Initialzündung, die einen überfälligen Prozess der Preisanpassung nur angestoßen haben. Ja, Russland und die Ukraine decken weltweit 29 Prozent der Weizenexporte, 19 Prozent der Maislieferungen und 80 Prozent des Sonnenblumenöls ab. Trotzdem ist der Krieg nicht der einzige Grund, warum wir aktuell diese Preisexplosion erleben.

Beispiel Fleisch: Neben Corona, Suez und Ukraine-Krieg gibt es darüber hinaus Druck auf die Landwirte, weil bessere Haltungsformen vorgeschrieben werden. Das führt wiederum dazu, dass manche Landwirte den Betrieb ganz aufgeben, was die Verfügbarkeit verknappt und die Preisspirale weiter dreht. Beim Kaffee führt der Klimawandel schon heute zu Ernteausfällen, Containerkosten sind allgemein gestiegen und der erhöhte Mindestlohn muss auch irgendwie wieder erwirtschaftet werden. Dazu kommen steigende Futterkosten, ein kurzzeitiger Importstopp aus Südamerika, die Aufhebung von Preisbindungen, Energiekosten und andere Kostentreiber, die dazu führen, dass wir gerade den dynamischsten Lebensmittelmarkt seit Jahrzehnten erleben – und aktuell kennt diese Dynamik nur eine Richtung: hoch.

„Der Preisanstieg ist nur begrenzt vermeidbar, teilweise aber auch nötig oder sogar überfällig“, analysiert Scheefer die aktuelle Dynamik auf den Lebensmittelmärkten. „Jahrelang fehlende Korrekturen verschmelzen aktuell mit anderen, externen Markteinflüssen.“ Um in diesem Umfeld weiterhin planbar und verlässlich Waren ein-

## Durchschnittliche Preissteigerungen bei Lebensmitteln

Steigerung in Prozent im Vergleich zu März 2019



kaufen zu können, rät er zu fünf Schritten:

- Möglichst frühe und ausreichende Bestellungen, um Planungssicherheit herzustellen
- Regionale Produkte einsetzen, um Logistikaufwände zu reduzieren
- Flexible Lieferantenstruktur aufbauen, Artikelsortimente gegebenenfalls ausweiten
- Analyse des Warenverbrauchs, sowohl auf Artikel- als auch auf Lieferantenebene
- Analyse und gegebenenfalls Anpassung von Speisenplänen, Kostentreiber

identifizieren und entweder tauschen oder Verfügbarkeit optimieren.

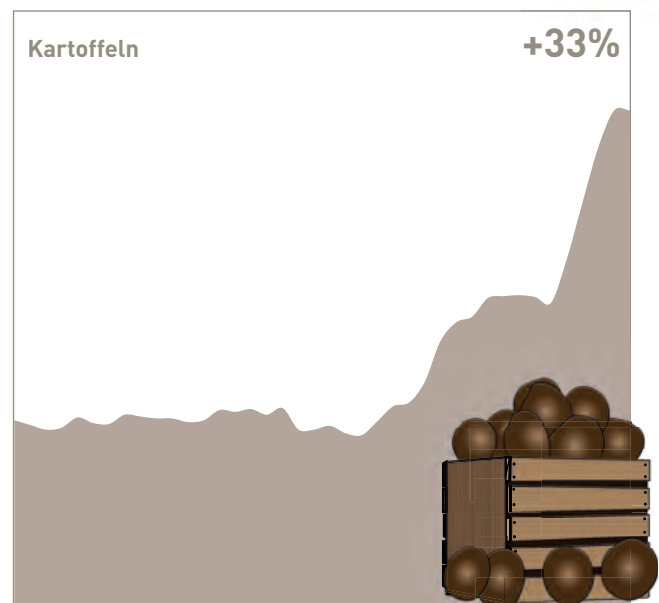
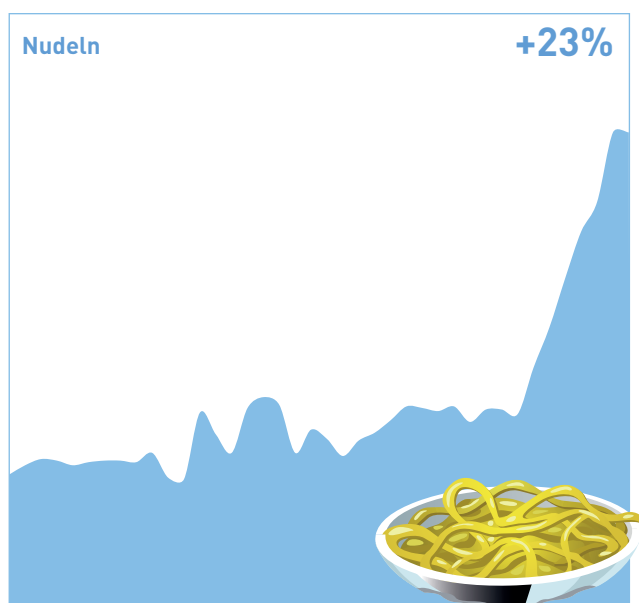
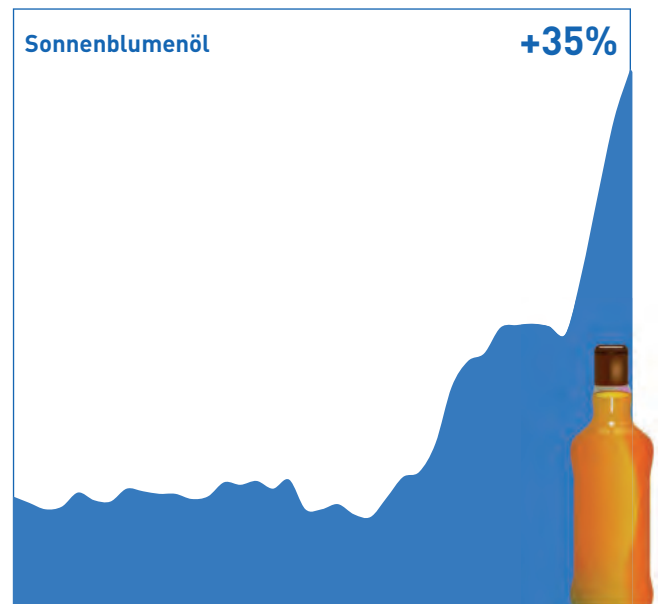
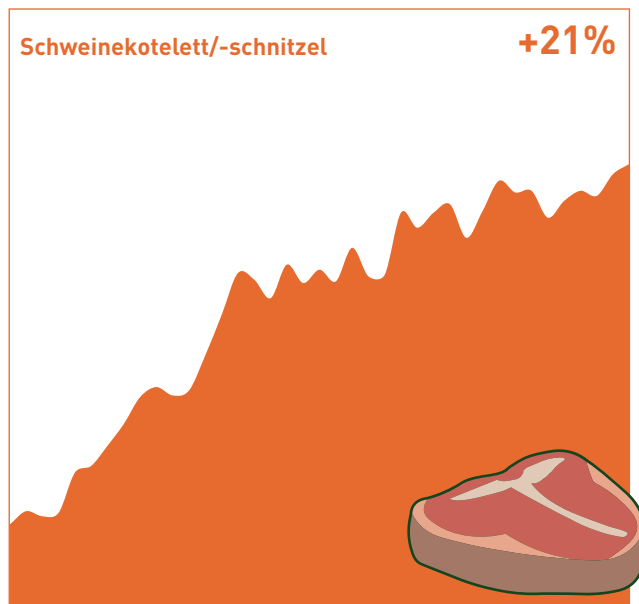
„Wir sehen eine Entwicklung, die uns noch länger begleiten wird“, sagt Scheefer. „Mit einer ausreichenden Datengrundlage lassen sich Entwicklungen verfolgen, zielgerichtete Auswertungen vornehmen und sinnvolle Reaktionen ableiten.“ Um hier vernünftig wirtschaften zu können, rät er zu einer digitalisierten Form des Food-Einkaufs. Wenn man in dieser Krise irgendetwas Positives sehen will, dann mag es vielleicht dieses Ende der Zettelwirtschaft sein. Es bleibt weiter spannend. **JAN PAUL STICH**

## Über PCM

Pro Care Management bietet Beratung und Software-Lösungen für den Lebensmitteleinkauf. Ziel des Unternehmens ist es, Anbietern und Großverbrauchern im Foodbusiness einen unabhängigen, transparenten und umfassenden Marktplatz zu schaffen. PCM ist Teil der Prospitalia Group, der führenden Einkaufsdienstleistungsgesellschaft auf dem deutschen Gesundheitsmarkt.

## Durch die Decke

Durchschnittliche Steigerung in Prozent vom Januar 2019 bis März 2022



Quelle: PCM

© gvpraxis grafik