

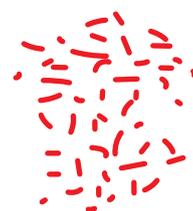
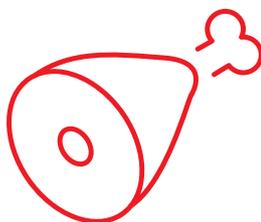
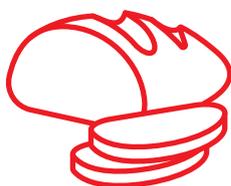
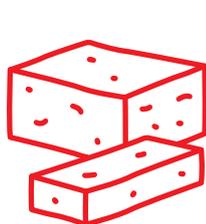
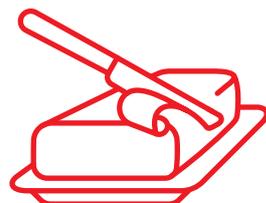
Was Preise wert sind

Pro Care Management hat die Preise eines Warenkorbs über ein Jahr von sieben Lieferanten verglichen. Die Unterschiede sind erheblich.

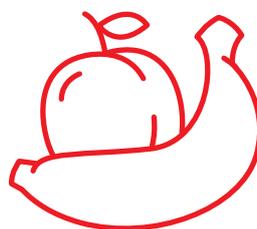
Das ist der Warenkorb



Eier, Butter, Milch, Joghurt, Gouda, Brot, Hinterschinken, Mehl, Nudeln, Reis, Kasseler, Äpfel, Bananen, Öl



Die Auswertung hat die Preise eines exakt identischen Warenkorbs von sieben Lieferanten über ein Jahr untersucht. Die Abgabepreise unterscheiden sich erheblich. Um bis zu 50 Prozent! Pro Care Management realisiert jährlich ein Einkaufsvolumen von über 530 Mio. Euro.



© stock.adobe.com

Betrübe mich mit dem Preis, aber nicht mit der Ware.“ Diese Weisheit des englischen Historikers Thomas Fuller würde in Zeiten massiven finanziellen Drucks wohl kaum noch ein Gastronom unterschreiben. Der Preis spielt in der Gemeinschaftsgastronomie stets eine erhebliche Rolle. Neu sind allerdings die Dynamik und die Geschwindigkeit, mit der sich Preise verändern. Während des Dauerkrisen-Modus zwischen Corona-Pandemie, steigenden Energiekosten, Ukraine-Krieg, Fachkräftemangel, Inflation, Nahost-Konflikt und Klimawandel sind „volatile Märkte“ ein viel strapazierter Begriff gewor-

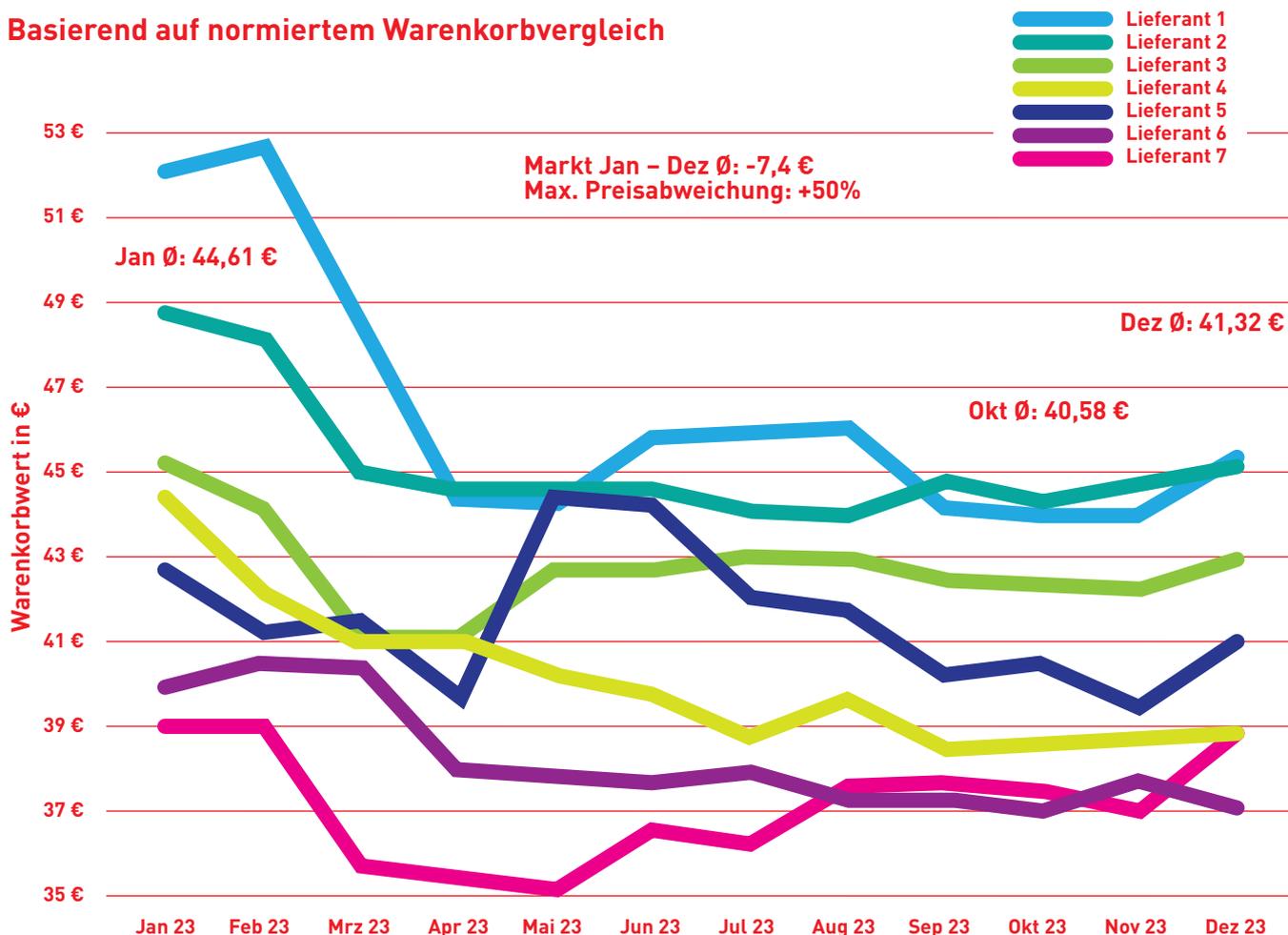
den. Das hat im Laufe des vergangenen Jahres dazu geführt, dass die Lieferanten dazu übergegangen sind, proaktiv ihren Warenkorb und ihre Preispolitik zu managen, wie Pro Care Management (PCM) beobachtet, ein Unternehmen, das sich mit seiner Software auf Lebensmitteleinkauf spezialisiert hat.

„Dieses aktive Warenkorbmanagement war früher offensichtlich nicht notwendig. Aber aufgrund der Preisdynamiken heute hat das einen ganz neuen Stellenwert bekommen“, erklärt Marcellus Scheefer, Geschäftsführer des Unternehmens. „Die Sortimente werden dynamisch angepasst, Profitabilität wird immer wichtiger.“

Als abnehmender Betrieb entsteht dadurch ebenfalls eine neue Situation. Eine aufmerksame Marktbeobachtung ist für den Einkauf essenziell, Daten sind wertvoller denn je. Einige überraschende Daten hat nun ein Lieferantenvergleich von Pro Care Management zutage gefördert. Dabei wurde der Abgabepreis eines zu 100 Prozent identischen Warenkorbs von sieben nationalen Lieferpartnern über das Jahr 2023 verglichen (siehe Grafik unten). Identisch bedeutet die exakt gleichen Produkte (Eier, Butter, Milch, Joghurt, Gouda, Brot, Hinterschinken, Mehl, Nudeln, Reis, Kasseler, Äpfel, Bananen, Öl) der exakt gleichen Produzenten.

Preisunterschied und Anpassungsdynamiken bei Anbietern

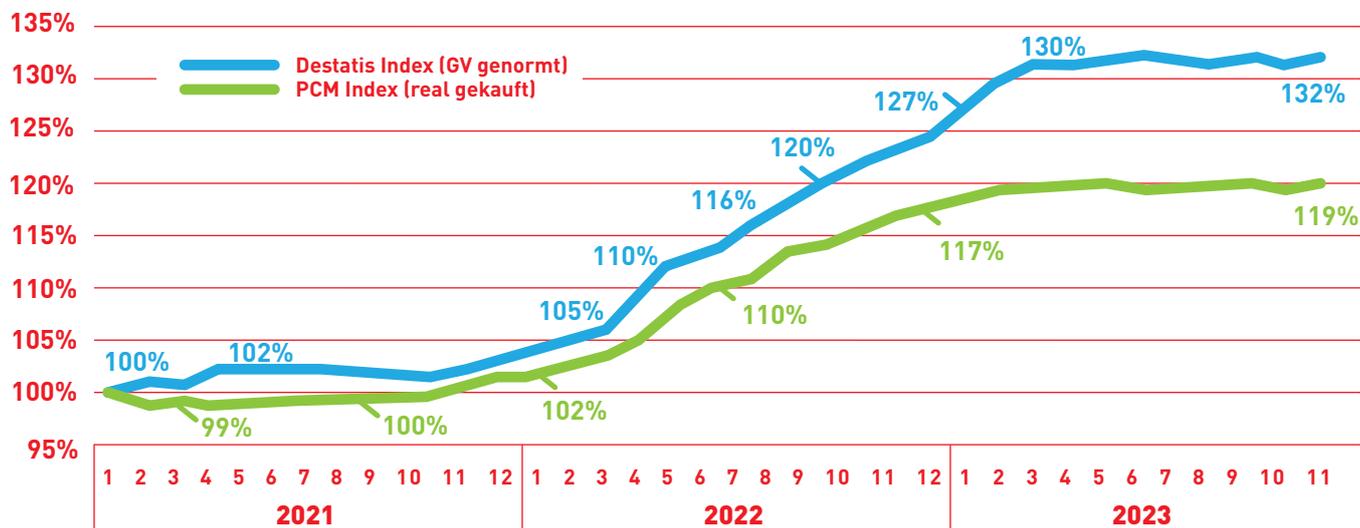
Basierend auf normiertem Warenkorbvergleich



Preisentwicklung im GV Lebensmittelmarkt

Indexvergleich Destatis (GV normiert) und PCM

Preisentwicklung 2021 – 2023 (GV Kaufverhalten)



Quelle: Pro Care Management GmH, 18.01.2024

© gvpraxis grafik

Hier zeigen sich eklatante Unterschiede: So kostete dieser Warenkorb im Januar 2023 beim günstigsten Lieferanten 39, beim teuersten 52 Euro. Das Mittel aller sieben ausgewerteten Lieferanten lag bei 44,61 Euro. Auffallend ist auch die Schwankung der Preise, wie die Kurven eindrucksvoll zeigen. Warum das so ist, zeigt ein Blick auf die wichtigsten Warengruppen. So haben die Klimaauswirkungen – ein zu kaltes Frühjahr und starke Dürreperioden über den Sommer zu extremen Ernteausfällen bei Obst und Gemüse geführt. Besonders starke Preissteigerungen gab es auch beim Olivenöl aufgrund von Totalernteausfällen durch das Vertrocknen der Olivenblüte.

Destatis ermittelt 32 % Preisanstieg von 2021-2023.

Hohe Preisanstiege gab es auch beim Orangensaft durch die bakterielle Krankheit Huanglongbing und die Dürre. Dadurch wiederum stiegen die Preise für Äpfel, da diese als Alternative für die Saftproduktion nachgefragt wurden. Bei Fleisch und Wurst haben steigende Betriebskosten und Mindestlohn, ein sinkender Fleischkonsum, Planungsunsicherheiten durch die Politik und geringe Ferkelimporte

einerseits für ein Rekordtief an Leber-Tieren und schweinehaltende Betriebe in Deutschland gesorgt. Auf der anderen Seite aber auch für Erzeugerpreise auf einem hohen Niveau. „Lieferpartner haben sich 2023 verstärkt auf Zielpreisdiskussionen eingestellt. Für Volumenartikel ermöglicht das eine attraktivere Positionierung und eine Chance auf mögliche Neukunden“, beschreibt Scheefer. „Andere Partner verhandeln mehr ertragsorientiert, was die breite Spreizung deutlich reflektiert.“

Die maximale Preisabweichung lag bei einem der sieben untersuchten Großhändler bei einem Plus von 50 Prozent. Für Scheefer ist dies das beste Argument, um Kunden von einer digitalisierten Marktkontrolle zu überzeugen: „Ohne ein hohes Maß an Digitalisierung kommt eine Einrichtung heute nicht mehr aus. Für Abnehmer gilt es, sich darauf einzustellen im Hinblick auf Preis, Flexibilität und Qualität“, ist er überzeugt.

Sein Unternehmen profitiert in diesem Kontext vom kumulierten Einkaufsvolumen von über 530 Mio. Euro. „Durch wöchentliche Verhandlungen mit den Lieferpartnern haben wir einen aktuellen Blick auf die Lage und können durch das von PCM ge-

bündelte hohe Einkaufsvolumen gute Rahmenbedingungen erzielen“, sagt Scheefer.

Analyse der Preisentwicklung: Bei aller Dynamik am Markt ist das Jahr 2023 ein Jahr der Konsolidierung mit deutlich abgeschwächter Inflation für Lebensmittel im GV-Markt, wie die obenstehende Grafik verdeutlicht. Denn erstmals seit 2022 konnten wieder negative Preisentwicklungen verzeichnet werden. So verlor Butter ca. 20 Prozent am Preis, Sahne 10, Schnittkäse 8 und Vollmilch 5 Prozent. Andere Artikel verzeichneten hingegen weitere Preissteigerungen, dazu zählen u.a. Kartoffeln (+10 %), tiefgefrorenes Fleisch (+5 %) oder Wurstaufschnitt (+6 %). Laut Destatis ergibt sich für den sogenannten GV-Warenmix eine gemittelte Preissteigerung von 5 Prozent. Die reale Teuerungsrate für Kunden von Pro Care Management lag bei rund 3 Prozent.

Dafür wurden alle über die PCM-Plattform real gekauften Artikel von über 3.000 Häusern der Gemeinschaftsverpflegung (Betriebsrestaurants, Caterer, Krankenhäuser, Seniorenheime, Schulen, Kitas) ausgewertet. Für 2023 entspricht dies einem Einkaufsvolumen von rund 300 Mio.



Besuchen Sie uns

INTERGASTRA 2024

03.–07. Februar

INTERNORGA 2024

08.–12. März

SERVICE- & REINIGUNGSROBOTER

zur Unterstützung Ihrer Mitarbeiter

Maßgeschneiderte Konzepte für Hotels, Gastronomie, Lager und Lebensmitteleinzelhandel



www.giobotics.de



Euro, im Zeitraum von 2021 bis 2023 gar eine Milliarde Euro. Ein Unterschied liegt allerdings bei der Gewichtung unterschiedlicher Warengruppen, denn während Destatis etwa den Anteil der Molkereiprodukte auf rund 9 Prozent taxiert, sind es in der PCM-Auswertung 22 Prozent. Dennoch ergibt sich ein klares Bild für den festgestellten Preisanstieg der Lebensmittel. Dieser Effekt war 2021 und 2022 besonders groß. Über drei Jahre hat sich der Einkauf für Verbraucher im GV Markt laut Destatis um 32 Prozent verteuert. „Im PCM-Portfolio haben wir in diesem Zeitraum eine realisierte Teuerung von 19 Prozent beobachtet. Es ist allerdings davon auszugehen, das sich diese Lücke mittel-fristig verkleinern wird“, ist Scheefer überzeugt.

Ausblick: Pro Care Management kalkuliert basierend auf den Beobachtungen der Vergangenheit, dass auch 2024 äußere Einflüsse die Preisgestaltung bestimmen werden und nennt Indikatoren wie die geopolitische Situation, zum Beispiel durch Huthi-Rebellen im Roten Meer. Dadurch wird der Suezkanal als eine der wichtigsten Adern des Welthandels gefährdet. Routen großer Reedereien fallen derzeit aus oder müssen Umwege von über 6000 km über Afrika nehmen, was letztlich zu Lieferverzögerungen, steigenden Frachtkosten und Mehrkosten der Produkte führen wird. Das Ende der Energiepreisbremse, die gestiegene CO₂-Steuer und erhöhte Mautkosten seien zudem preistreibende Indikatoren, die Hersteller in der Kalkulation einbinden würden. Besonders Getränke seien betroffen, da dort die Transportkosten 5,2 Prozent der Gesamtproduktkosten ausmachen.

Steigender Mindestlohn, steigende Betriebskosten sowie der Ausbau des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz für Betriebe ab 1.000 Mitarbeiter bewertet der Einkaufsspezialist ebenfalls als Risikoindikator. Auch Strategien zur Reduzierung des CO₂-Fußabdruck, Ernährungssicherheit, sowie Tier- und Umweltschutz rücken immer mehr in den Fokus. „Qualität hat ihren Preis. Produkte verursachen bei ihrer Herstellung Umweltschäden, die auch eingepreist werden müssen“, sagt Scheefer. Zu erwarten sei außerdem, dass Fleisch, Wurst, Süß- und Backwaren sowie die Getränkeversorgung auf einem hohen Preisniveau verharren. Zudem verschärft der Klimawandel die Situation der Warengruppe Obst und Gemüse und sorgt für ungewisse Planbarkeit und Verfügbarkeit der Rohware.

„Durch wöchentliche Verhandlungen mit den Lieferpartnern haben wir einen aktuellen Blick auf die Lage und können durch das von PCM gebündelte hohe Einkaufsvolumen gute Rahmenbedingungen erzielen“, sagt Scheefer. Die saisonale Beschaffung von frischen, regionalen und preiswerten Produkten sei daher eine effektive Methode zur Kostenkontrolle. Auch ein Beschaffungsplan, der saisonale Schwankungen in Angebot und Preis berücksichtigt, potenzielle, preisstabile Alternativen identifiziert sowie eine konkrete Menüplanung dienen der Planungssicherheit und Risikominimierung. Grundsätzlich aber zeigen die beiden Erhebungen von Pro Care Management, dass es für Betriebe der Gemeinschaftsgastronomie unerlässlich ist, den Markt im Blick zu haben, unermüdlich mit den Lieferanten zu verhandeln und Alternativpreise zu kennen. Denn der Wert der Preise ist mindestens genauso wichtig wie die Qualität der Ware.

CHRISTIAN FUNK



Optima
CULINARY PERFORMANCE

**Für jede Anwendung
die optimale Lösung**

Unsere Optima Frittier-Produkte



www.walter-rau.de



**Let's talk about
Omas Küche**

FRISENKRONE®
Aus Liebe zum Fisch

Was heute als Soulfood bezeichnet wird, war früher das Wohlfühl-Essen bei Oma. Klassisch leckere Gerichte mit Matjes und Hering waren ein fester Bestandteil auf unseren Küchentischen.

Friesenkrone-Produkte eignen sich hervorragend für hochwertige Klassiker, die sowohl nach traditionellem Rezept als auch neu und modern interpretiert werden können.

- ▶ **HERING IST GESUND**
Enthält wichtige Omega-3-Fettsäuren.
- ▶ **GERINGER CO₂-FUSSABDRUCK**
Benötigt kaum Energie bis zur Rohware.
- ▶ **REGIONAL UND LECKER**
Traditionsprodukt aus heimischen Meeren.
- ▶ **HERING IST NACHHALTIG**
Schonende Fangmethoden, Quotenregelung.

www.friesenkrone.de  




MOWI®

**NORWEGISCHE
PERFEKTION**

de.mowisupreme.com

