

ERNÄHRUNG, GENUSS, GESUNDHEIT

5. Dezember 2007, dbb-forum berlin

Burkart Schmid

Chefredakteur gv-praxis

Mit neuen Konzepten in die Zukunft

In der deutschen Gemeinschaftsverpflegung verschmelzen die Segmente Business, Care und Education stärker denn je ineinander. Unternehmensküchen beliefern Schulen, Krankenhausküchen beliefern Altenheime. Und in jedem Krankenhaus gibt es bekanntermaßen auch eine Mitarbeiterverpflegung und Besucherrestaurants. Selbst Systemer entwickeln eine Vorliebe für den GV- Markt: Eine Sandwich-Kette hat ihr erstes Krankenhaus-Restaurant in Deutschland eröffnet und eine Pizza-Kette ist Franchisegeber eines Chemieunternehmens. Mit anderen Worten: Die Branchenstruktur und die Großküchenlandschaft befinden sich in einem rasanten Umbruch – quer durch alle Märkte. Das Signal steht auf Veränderung und Dynamik. Das Zauberwort auf diesem Weg: konsequente Gastorientierung. Es verwundert deshalb nicht, wenn die größte Managementaufgabe lautet: Verkauf und Marketing stärker als je zuvor weiter zu entwickeln, um Spielraum für Preisakzeptanz zu erzielen.

Generell hat die Branche längst begriffen, dass es eine unternehmerische Marschrichtung gibt. Der Systematisierungsgrad wird sich weiter erhöhen. Entscheidend ist die intelligente Kombination von Technik- und Food-Innovationen zu standardisierten Prozessen. Das ‚Do it yourself‘ in der Großküche nimmt weiter ab – die Einbindung von Lieferanten oder Kooperationspartnern bis hin zur Profi-Gastronomie wird zunehmend selbstverständlicher. Dabei gewinnt das Moment Marke an Bedeutung, denn es kommuniziert Bekanntheit, Vertrauen und Emotion. Wir müssen uns ebenfalls daran gewöhnen, mit immer weniger Personal auszukommen. Daran knüpft sich häufig die Notwendigkeit, Dienstleistungen einzukaufen. Mehrwert für den Gast ist wichtig, um damit das jeweilige Sozialpreisniveau zu verlassen. Generell gilt: Hochgradig gastorientiert zu denken und zu handeln ist das Gebot der Stunde, um im harten Wettbewerb zu bestehen.

Wachstumspfade für Verpflegungsanbieter gibt es reichlich: Der Ausbau der Krankenhäuser zu modernen Gesundheitszentren schreitet unaufhaltsam voran. Künftig werden Medizin und Lifestyle ineinanderfließen. Gesundheit ist

eine Ressource, die keine Sättigung erfährt, das macht sie ökonomisch so bedeutsam. Der Trend zu Wellfood hat auch die Großküchen erreicht.

Experten erwarten zukünftig ein großes Investitionsvolumen bei Alten- und Pflegeheimen, denn die Zahl der alten Menschen und Pflegebedürftigen in Deutschland steigt rapide. Bis 2020 wird ein Investitionsvolumen von über 20 Milliarden Euro allein für neue Pflegeplätze prognostiziert. Entsprechend anspruchsvoll sind die Anforderungen an das Küchenmanagement, die Ernährungsangebote neu zu gestalten.

Die Veränderungsbewegungen der Gemeinschaftsverpflegung in zehn Thesen:

1. Unternehmerisches Denken und Handeln

Im Wettbewerb um Gäste, Patienten und Kunden kommt dem unternehmerischen Denken und Handeln in der Gemeinschaftsverpflegung heute eine Schlüsselstellung zu.

2. Strukturwandel

Der Strukturwandel in unserer Branche ist offensichtlich. Verpflegung verliert ihren Wert als soziale Dienstleistung und erhält immer mehr eine kommerzielle Ausrichtung. Dies gelingt am besten, wenn wir unsere Produkte, Konzepte und Marken zielgruppengerecht positionieren und positiv kommunizieren.

3. Ökonomisierung der Zeit

Die Ökonomisierung der Zeit verändert auch unsere Aufgaben, will heißen: Kürzere Verweildauern in der Firma oder in der Klinik bedingen neue Mahlzeitenraster und eine andere Angebotspolitik (Simultanesser, Tagespatienten). Die klassische Mittagsverpflegung verliert zugunsten anderer Angebote an Bedeutung.

4. Gesundheit und Genuss

Millionen Menschen wollen etwas für ihre Gesundheit tun – auch in unserer Branche sind die Offerten dafür längst noch nicht überall entwickelt. Wir müssen diesen Bedarf ernst nehmen und aus dem einstigen Widerspruch Gesundheit und Genuss ein erfolgreiches Duo machen.

5. Wirtschaftlichkeit

Immer mehr Küchen steigern ihre Wirtschaftlichkeit durch Lieferungen und übernehmen damit die Verpflegungskompetenz für Dritte. Fortschreitende Zentralisierung führt zu einer Abschmelzung kleiner Betriebe.

6. Qualität

Auf Dauer lässt sich in Sachen Ernährung, sprich Essen und Trinken, kein Wettbewerb zu Lasten der Qualität führen. Nur wer auf konstante Qualität Wert legt, hat langfristig ein unverwechselbares Profil und wird im Markt bestehen können.

7. Verzahnung

Die Verzahnung mit der Lebensmittelindustrie steigt im gleichen Maße, wie der Abbau von handwerklicher Kochkompetenz voranschreitet. Frische, Geschmack und Ess-Erlebnis sind die kaufentscheidenden Argumente bei der Gästenachfrage.

8. Logistik

Logistik wird in den nächsten Jahren zum Schlüssel für Effizienz. Intern: Je zentraler sich die Branche aufstellt, um so wichtiger werden intelligente Verteil- und Produktionssysteme, die den hohen Ansprüchen der Konsumenten vor Ort genügen müssen. Extern: Der Handel übernimmt immer mehr Brokerfunktion.

9. Gästebindung

Hohe Gästebindung ist eines der charakterisierenden Merkmale und gleichzeitig die zentrale Herausforderung dieses Wirtschaftszweiges. Professionelle Betriebsverpflegung versteht sich als Stammgästegeschäft im besten Sinne des Wortes. Dabei stellen Aktionen und Verkaufskonzepte Bindungswert dar.

10. Mannschaftssport

Gemeinschaftsverpflegung ist und bleibt ein Mannschaftssport. Ohne motivierte, leistungsbereite und freundliche Mitarbeiter ist Erfolg nicht machbar. Hohe Flexibilität und Engagement sind dabei zwei unverzichtbare Spielmacher.