

SUMMARY
CATERING MARKT
DEUTSCHLAND 2018
SEGMENT BUSINESS & INDUSTRIES

Jörg Schröter
www.gastrokon.de

GASTR **kon** UNTERNEHMENSKONSULTATION

Inhalt

2

- Markt Allgemein
- Markt im Detail
- TOP Player/Wettbewerb

Markt Allgemein

3

Die Betriebsgastronomie rückt weiterhin zunehmend in den Fokus unserer Gesellschaft. Soziodemographische Veränderungen forcieren in der Branche VIER zentrale Themen:

- Sozialer Anspruch
- Intensive Gastbindung
- Prozess Kompetenz
- Kulinarik, Kulinarik ...

Markt Allgemein

4

□ Sozialer Anspruch

Eine Erhöhung der Verkaufspreise lässt sich, verbunden mit einer Qualitätsoffensive im Produkt und im Service, immer besser durchsetzen. Dennoch unterliegt die Branche nach wie vor einer hohen Preissensibilität beim Gast. Grund dafür ist die nach wie vor fehlende Akzeptanz der Gäste zu „marktüblichen Bons“ in der Kantine.

Generell gilt, dass bei steigenden Prime Costs (Wareneinsatz und Personalkosten), diese nicht vollumfänglich über die Verkaufspreise weitergegeben werden können. Entstehender Kostendruck führt zu Verhandlungen im Zuschuss und/oder zu Verlusten im Deckungsbeitrag.

Markt Allgemein

5

□ Intensive Gastbindung

Attraktive und zeitgemäße Konzepte sind mittlerweile ein must-have. Der klassische Mittagesser stirbt aus. Immer mehr Trends werden aus der „High Street Gastronomie“ in das Tagesangebot integriert. Flexibilität des Dienstleisters ist hier gefordert.

Kooperationen mit bekannten Food Marken und Investitionsbereitschaft in moderne Kochtechnik und Service Tools (IT) erweitern das Dienstleistungsangebot des Caterers.

Aufbau von Vertrauen in Produktqualität und in moderne, digitale Gastkommunikation schafft Stabilität in den Umsätzen und sichert die Wirtschaftlichkeit.

Markt Allgemein

6

□ Prozess Kompetenz

Sicherheit ist ein maßgeblicher Faktor aus Sicht des Kunden. Standardisierte und zertifizierte Prozesse werden vom Markt quasi vorausgesetzt.

Die gesamte Wertschöpfungskette, von der Beschaffung, der Produktion, dem Verkauf bis zur Entsorgung, bedarf der Professionalisierung in den Prozessabläufen.

Unterstützt werden diese durch moderne IT Systeme. Transparenz und Messbarkeit führt zur Stärkung von Managementkompetenzen und sichert ein positives Unternehmensimage im Markt.

Markt Allgemein

7

□ Kulinarik, Kulinarik ...

Unsere Ernährung gewinnt im öffentlichen Bewusstsein mehr und mehr an Bedeutung. Das Streben nach Genuss, Gesundheit und Fitness ist dabei die wichtigste Antriebskraft des Verbrauchers.

Der Markt fordert den Wettbewerb um die besten Konzepte. Der Kunde (Vertragspartner) sieht den Dienstleister als Impulsgeber. Betriebsgastronomie ist heute ein wesentlicher Bestandteil der Arbeitgeber Attraktivität. Dienstleister die hierzu Antworten finden, bietet sich ein Wachstumsmarkt.

Markt im Detail

8

- Umsatzvolumen Markt ca. 4,3 Mrd. Euro
- Anzahl Betriebe ca. 13.800

Die Outsourcing Quote in Deutschland liegt bei durchschnittlich bis 40 bis 45%. Im europäischen Vergleich ist dies eher als niedrig anzusehen (UK, Holland >70%).

Verantwortlich dafür sind primär die gesetzlich verankerten Mitbestimmungsrechte der Arbeitnehmervertretungen, die MwSt. Thematik (keine Abzugsfähigkeit als Vorsteuer) und im allgemeinen, die Tradition – Verpflegung als ureigene soziale Leistung des AG an den AN zu sehen.

Markt im Detail

9

□ TOP 33 Caterer im Markt

- Umsatzvolumen 1,96 Mrd. Euro
- Anzahl Verträge 3.180
- Vertragswert im Durchschnitt ca. 0,6 Mio. Euro
- Bon Restaurant im Durchschnitt 4,20 Euro brutto
- Marktwachstum 4,6%
- TOP 3 Caterer
 - 1. EUREST, Eschborn 503 Mio. p.a.
 - 2. Aramark, Neu Isenburg 396 Mio. p.a.
 - 3. Sodexo, Rüsselsheim 151 Mio. p.a.

Markt im Detail

10

- TOP 36 Eigenregie im Markt
 - ▣ Umsatzvolumen 0,78 Mrd. Euro *
 - ▣ Anzahl Betriebe 614
 - ▣ Vertragswert im Durchschnitt 1,28 Mio. Euro
 - ▣ Bon Restaurant im Durchschnitt 4,21 Euro brutto
 - ▣ Top 3 Eigenregie
 - Daimler Stuttgart 103,0 Mio. p.a.
 - Volkswagen Wolfsburg 99,5 Mio. p.a.
 - BMW München 63,8 Mio. p.a.

* ohne Zuschüsse

Markt im Detail

11

- Trends
 - Regionalität und Nachhaltigkeit
 - Food Kooperationen mit High Street Brands
 - Digitalisierung (Service und Kommunikation)
 - Gesundes Catering als integraler Bestandteil BGM
 - Food Konzepte für neue Arbeitswelten
 - M&A Projekte innerhalb der Branche

TOP Player/Wettbewerb

12

□ Eurest Deutschland GmbH (Mitarbeiter 14.500 – all in)

Anspruch	Umsetzung
Image/Qualitätsversprechen	Innovative Food-Lösungen – zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis; Betriebsgastronomie für den Mittelstand; Essen auf Restaurantniveau
Geschäftsfelder	Ausschließlich Gastronomie im B+I Segment: Betriebsrestaurant; Executive Dining; Konferenzservice; Automaten; Eventmanagement
Brands/Marken Kooperationen	Segmentierung Eurest Corporate und Eurest Regional; Shop2Go; Dallucci; Vitalien Balance; Coa Asian Food; dean&david;
Marktposition	#1; Wachstum 2018: +3,5%; Zielgruppe: Konzerne, Mittelstand, Kleinunternehmen; Stärken: Prozesse, Food Kooperationen, Finanzkraft

TOP Player/Wettbewerb

13

□ Aramark Holdings GmbH & Co. KG (Mitarbeiter 9.400)

Anspruch	Umsetzung
Image/Qualitätsversprechen	Immer einen Schritt Voraus; Weiter gedacht. Besser gemacht; Teams-der Chef kocht; Appetit auf gute Ideen & Konzepte
Geschäftsfelder	Ausschließlich Gastronomie in den Segmenten: Betriebsgastronomie; Gesundheitswesen; Sport&Events; Refreshment Service
Brands/Marken Kooperationen	DIE SNACKEREI; V-LIKE; Earth Week; Well fit; frisch, frischer foodboost; Lavazza für Cafeteria und Automaten
Marktposition	#2; Wachstum 2018: +3,4%; Zielgruppe: Konzerne, Mittelstand; Stärken: Kulinarik, operatives Marketing, Finanzkraft

TOP Player/Wettbewerb

14

□ Sodexo Services GmbH (Mitarbeiter 10.500 – all in)

Anspruch	Umsetzung
Image/Qualitätsversprechen	Catering - frische Ideen und begeisterte Erlebnisse; Catering des guten Geschmacks; Jeden Tag in einem neuen Lieblingsrestaurant
Geschäftsfelder	On site Services (infrastrukturelles und technisches FM): Betriebsgastronomie; Gesundheitswesen, Schulen
Brands/Marken Kooperationen	Keine detaillierten Informationen – Catering eine Leistung unter vielen ...; Kochschule École Culinaire
Marktposition	#3; Wachstum 2018: +2,9%; Zielgruppe: Konzerne, Mittelstand; Stärken: Unternehmen im Umbruch – auf dem Weg, verlorenes Vertrauen im Markt zurückzugewinnen

VIELEN DANK

QUELLEN: DEHOGA, FOOD SERVICE, GV PRAXIS, RESEARCH ON THE INTERNET GASTROKON

Jörg Schröter
www.gastrokon.de

GASTR **kon** UNTERNEHMENSKONSULTATION