



Nicht nur Gulaschkanone und belegte Brötchen

Die Essgewohnheiten in Deutschland werden immer anspruchsvoller. Das ist nicht die einzige Herausforderung, der sich die Cateringbranche derzeit stellen muss.

Gegessen wird immer. So ist es auch kein Wunder, dass die Branche der Caterer und „Erbringer sonstiger Verpflegungsdienstleistungen“ im Jahr 2016 laut Angaben des Statistischen Bundesamtes erneut gewachsen ist, und zwar um 1,3 Prozent real. Caterer und sonstige Verpflegungsdienstleister hatten einen Anteil von zehn Prozent am gesamten Umsatz des Gastgewerbes in Höhe von 80,9 Milliarden Euro netto, also knapp 8,3 Milliarden Euro, das hat der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga) unter anderem anhand der

Umsatzsteuerstatistik 2015 errechnet. Der Branchenverband Dehoga unterteilt die Cateringbranche in fünf unterschiedliche Bereiche, je nach Einsatzort. Er unterscheidet zwischen der Verpflegung der Mitarbeiter in Unternehmen (dem so genannten Business-Bereich), der Verpflegung in Kliniken und Krankenhäusern, in Bildungseinrichtungen wie Schulen sowie in Seniorenheimen und bei Events. Die 30 größten Contract Caterer haben 2014 insgesamt knapp 3 Milliarden Euro an Umsatz generiert. Mit knapp 1,6 Milliarden Euro wurde 2014 mehr als jeder zweite Umsatz-Euro im Businessmarkt, also in Betriebsrestaurants, erwirtschaftet. 18,7 Prozent der restlichen Umsätze und damit fast 552 Millionen Euro stammten aus dem Bereich Kliniken und Krankenhäuser. Auf Platz drei, mit Umsätzen von nicht ganz 380 Millionen Euro, folgt die Verpflegung in Seniorenheimen. Etwas weniger als 287 Millionen Euro und 138 Millionen Euro tragen jeweils sonstige Märkte wie die Stadion-, Event-, und Zoogastronomie beziehungsweise die Verpflegung in Schulen und Mensen/Kitas zum Umsatz der 30 größten Caterer der Branche bei. Die Angaben zu den 30 größten Contract Caterern hat die Fachzeitschrift gypraxis für die aktuelle Dehoga-Catering-Broschüre erhoben.



Wolfgang Finken, Geschäftsführer des Party Service Bund Deutschland e.V.

Catering zeichnet sich laut Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin/Geschäftsführung der Fachabteilung Catering des Dehoga Bundesverbands, durch kulinarische und logistische Kompetenz aus: Innerhalb kürzester Zeit muss eine Vielzahl von Menschen mit Speisen und Getränken verköstigt werden. Wolfgang Finken, Geschäftsführer des Party Service Bund Deutschland e.V., schätzt, dass es 30.000 Firmen in Deutschland gibt, die sich auf den Bereich Party Service und Catering spezialisiert haben: „Ein Drittel dieser Unternehmen stammt aus der Hotellerie und Gastronomie, ein weiteres Drittel aus der Fleischerei und ein Drittel sind reine Caterer, deren vornehmliche Dienstleistung aus Party Service und Catering besteht“. In Deutschland gibt es derzeit laut Finken knapp 3.000 professionelle Komplettcaterer, die neben den Speisen und Getränken beispielsweise auch für die Künstlervermittlung und das Mobiliar bis hin zum Zelt zuständig sind.

Die meisten Caterer sind breit aufgestellt

Die Übergänge zwischen den einzelnen Bereichen der Branche sind fließend. „Die meisten Party-Service-Unternehmen betreiben neben dem klassischen Catering für Veranstaltungen auch noch andere Dienstleistungen, unter anderem für Betriebsrestaurants und Mensen“, erklärt Finken. Eines haben die meisten Cateringsegmente gemeinsam: Die Gäste in Betriebsrestaurants, Mensen oder auch in Schulen und Kindergärten sind laut Hartges sehr preissensibel. Hier stünden die Caterer vor der Herausforderung, ein „besonders attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis



sicherzustellen“. Das größte Wachstum aller fünf Bereiche hatte 2014 laut Dehoga der Bereich der sonstigen Märkte, also die Stadion-, Event- oder Zoogastronomie, mit einem Umsatzplus von 7,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. „Ein Grund dafür ist die zahlungskräftige Altersgruppe 50+, die auch bereits für Mahlzeiten ab zwei Personen einen Cateringservice beauftragt“, erklärt Party-Service-Experte Finken. Der klassische Party-Service-Anbieter sei ein familiengeführtes Unternehmen mit zehn festangestellten Mitarbeitern und mehreren freiberuflich Beschäftigten. „Der Firmenchef betreut typische Veranstaltungen wie Hochzeiten mit knapp 100 Gästen vor Ort auch noch selbst“, so Finken. Es gibt laut Finken auch ein paar deutsche Caterer wie Käfer aus München, die international im Einsatz sind. Obwohl Caterer immer mehr in Social Media investieren und gute Internetseiten betreiben, würden die Betriebe in erster Linie von Mund-zu-Mund-Propaganda leben. „Eine Besonderheit der Cateringbranche ist, dass sie nicht im Internet abbildbar ist“, sagt Finken. Es gebe zwar mittlerweile Plattformen, die Caterer vermitteln, aber da das Geschäftsmodell stark auf Vertrauen beruht, ist es notwendig, dass sich Auftragnehmer und Kunde vorab persönlich kennenlernen. Das könnten ano-

nyme Plattformen im Internet nicht leisten, so Finken weiter.

Herausforderungen der Branche

Eine der größten Herausforderungen für die Branche ist neben des starken Wettbewerbs weiterhin der Nachwuchs- und Personalmangel, der sich Hartges zufolge „durch die Jahr für Jahr steigende Studierneigung und den demografischen Wandel erhöhe“. Darüber hinaus bereite das starre Arbeitszeitgesetz Unternehmen Schwierigkeiten. Insbesondere für Eventcaterer sei es häufig schwer, mit der gesetzlich erlaubten Höchstarbeitszeit von täglich acht Stunden, in Ausnahmefällen bis maximal zehn Stunden zurechtzukommen. „Hier fordern die Caterer mehr Flexibilität im Sinne der Gäste, Unternehmer wie Mitarbeiter“, so Hartges. Dringenden Handlungsbedarf sehe die Branche außerdem beim Thema Mehrwertsteuer. Caterer und Restaurants unterliegen für ihr Speisen- und Serviceangebot dem regulären Mehrwertsteuersatz von 19 Prozent, im Gegensatz zu reinen Lieferdiensten mit einem reduzierten Steuersatz von sieben Prozent. Der Verband setzt sich Hartges zufolge für eine steuerliche Gleichbehandlung aller Speisen ein.

Hinzu kommt, dass Catering-Kunden immer anspruchsvoller werden. Darauf stellen sich die Caterer ein. „Ob vegetarische Gerichte oder vegane Gerichte – Caterer greifen Trends auf und berücksichtigen die sich verändernden Gästewünsche in ihrem Sortiment“, sagt Hartges. Immer mehr Caterer bieten laut Finken mittlerweile auch Burger und Streetfood an und verwenden regionale Spezialitäten. Doch auch wenn in den Betriebsrestaurants mit Salatbars und Gemüseangeboten der Nachfrage nach frischer und vitaminreicher Kost entsprochen würde, „ist die Currywurst weiterhin auf der Beliebtheitskala ganz oben“, sagt Hartges. Seit Jahren werde das klassische Fingerfood bei Firmenevents bestellt, so Finken. Und für den Großteil der Veranstaltungen werde auch weiterhin das klassische Buffet unter anderem mit italienischen Vorspeisen, drei Sorten Fleisch und mehreren Varianten von Kartoffeln und Dessert gebucht. Ein Caterer im Bereich Party Service muss Finken zufolge immer auch ein Organisationstalent sein: „Einmal musste sich ein Kollege darum kümmern, dass für alle 120 Gäste einer Feiargesellschaft zu Mitternacht jeweils eine Zahnbürste mit Zahnpasta zur Verfügung stand“. Barbara Bocks | redaktion@niederrhein-manager.de ■

#ZAMMELN!
 VOM STANDORT WILlich IST ES NUR EIN KATZENSPRUNG ZUM DÜSSELDORFER FLUGHAFEN.
 AUSSERDEM ERWARTEN SIE ATTRAKTIVE GEWERBESTEUERHEBESATZE UND ADMINISTRATIVE LÖSUNGEN
 AUS EINEM GUSS. FOLGEN SIE UNS AUF: @GEWERBEWILlich.DE

