

Die Wirtschaft floriert und gibt auch der Partyservice- und Catering-Branche weiteren Auftrieb. So ergab die letzte Mitgliederbefragung des Party Service Bundes Deutschland, dass die Geschäfte erfreulich laufen und die Aussichten als „positiv und vielversprechend“ bezeichnet werden.



Das Spektrum für Partyservice ist breit. Es reicht von der einfachen Lieferung belegter Brötchen bis zu der Ausrichtung großer Events.

Hohe Spanne

Es gibt kaum verlässliche Zahlen zum Partyservice, weil sowohl im Fleischereigewerbe als auch in der Gastronomie, wo Partyserviceaktivitäten oftmals nicht zum Kerngeschäft gehören, in der Regel keine betriebswirtschaftlichen Abgrenzungen vorgenommen beziehungsweise Statistiken geführt werden. Die Erlöse aus diesen Geschäften fließen in der Regel in den Gesamtumsatz hinein und werden nicht gesondert erfasst. Hinzu kommt, dass viele Betriebe neben den Partyservice-Aktivitäten auch in der Schulverpflegung oder beispielsweise im Care-Bereich aktiv sind.

Trotz der fehlenden Statistiken lässt sich konstatieren, dass das Geschäft mit Partyservice weiter wächst. Nach der wirtschaftlichen Konsolidierung der Bundesrepublik ab 2010 habe sich ein ständiges Anwachsen der Eventbereitschaft auch im gewerblichen Bereich abgezeichnet, sagt Wolfgang Finken, Bundesgeschäftsführer des Branchenverbands Party Service Bund. „Firmen und Institutionen hinterlegten in ihren Jahresbudgets wieder erhebliche Summen für diesen Bereich. Bis heute ist diese Investitionsbereitschaft im privaten und ebenso im gewerblichen Bereich ständig gestie-

gen“, führt er aus und unterstreicht seine Einschätzung mit den Ergebnisse der alljährlich stattfindenden stichpunktartigen Befragung seiner Mitgliedsbetriebe. Auch die Zahlen des Deutschen Fleischer-Verbandes, die jedes Jahr im Geschäftsbericht veröffentlicht werden, zeigen deutlich, dass der Partyservice als Absatzweg für Fleischer-Fachgeschäfte nicht nur stetig an Bedeutung gewinnt, sondern dass er hinter den Thekenverkauf mittlerweile auf dem zweiten Rang liegt.

Breites Spektrum

Angesicht des Wachstums überrascht es nicht, dass neben den auf Partyservice und Catering spezialisierten auch andere Unternehmen an dem lukrativen Geschäft mit hoher Spanne partizipieren wollen. Übergreifend kann man sagen, dass alle Betriebe, in denen gekocht wird, mehr oder weniger auch im Partyservice aktiv sind. Das Spektrum für private Veranstaltungen und Firmenevents reicht von der einfachen Lieferung belegter Brötchen bis zu der Ausrichtung großer Events. Hinzu kommen relativ neue Unternehmensbereiche – zum Beispiel die Einbindung von Foodtrucks und mobilen Küchen.

Auffallend ist, dass erfolgreiche Partyservicebetriebe sich in erster Linie auf die Mund-zu-Mund-Propaganda verlassen und nur wenig in klassische Werbung investieren. Das hängt wahrscheinlich damit zusammen, dass dieses Geschäft vor allem von den persönlichen und unmittelbaren Kontakten zu den Kunden und von Vertrauen lebt.

Im Lebensmitteleinzelhandel, in den gastronomische Konzepte immer mehr Einzug halten, ist der Partyservice ebenfalls auf dem Vormarsch. Vor allen die selbstständige Edeka- und Rewe-Kaufleute haben erkannt, dass es sinnvoll sein kann, auf ein zusätzliches Standbein im professionellen Partyservice zu setzen. Allerdings ist man sich nahezu einig, dass man nur Erfolg haben kann, wenn das Geschäft nicht halbherzig betrieben, Synergieeffekte genutzt und alle Dienstleistungen angeboten werden, die der Markt erfordert. Dabei sollte man jedoch seine Mitarbeiter und deren Bedürfnisse im Auge behalten. Es ist bezeichnend, dass sowohl Rewe Schäfer als Edeka Nowak – trotz ihres unterschiedlichen Geschäftsansatzes – auf geregelte Arbeitszeiten und den freien Sonntag Wert legen.