# SMARTE VERPFLEGUNG IN MODERNEN ARBEITSWELTEN

PROF. DR. JENS WETTERAU

Health on Top 2019

Königswinter, den 08.05.2019

# Gliederung



- Ausgangssituation
- Sich ändernde Arbeitswelten
- Sich änderndes Essverhalten
- Betriebsgastronomie: Make-or-buy
- Smarte Verpflegungskonzepte am Arbeitsplatz
- Herausforderungen und Aussichten
- Schlussbemerkung
- Quellenverzeichnis - Auszug

# Ausgangssituation (1)



## Gestiegene Nachfrage nach betr. Verpflegungsangeboten:

- Zunahme an Singlehaushalten
- Steigerung der Frauenerwerbsquote
- Anstieg der Unternehmen mit Vor-Ort-Verpflegungsangeboten
- Abnahme hauswirtschaftlicher Grundkompetenzen (inkl. mangelndem Interesse)
- Hedonismus als Prinzip
- Faktor Zeit als immer wichtigere knappe Ressource
- Räumliche Distanz zwischen Arbeits- und Wohnort
    - Ca. 60% aller Arbeitnehmer (davon etwa 2/3 per PKW) pendeln zum Arbeitsplatz; im Schnitt beträgt die Pendelstrecke 17km

# Ausgangssituation (2)



## 3 Merkmale prägen das betr. Verpflegungsmanagement:

- **Sozialer Anspruch unter Berücksichtigung des vorliegenden Preis- und Kostenrahmens** (Versorgungsauftrag und Gesundheitsanspruch sowie Auseinandersetzung mit Art und Umfang der Subventionierung)
- **Intensive Gastbindung**, teilweise über Jahre oder Jahrzehnte
- **Hohe Prozesskompetenz** im Rahmen der Organisation der Verpflegung von täglich hunderten bis zu mehreren tausenden Gästen. Dies bedarf einer umfangreichen Professionalisierung der Betriebsabläufe

**Quelle: Hochschule Niederrhein (Hrsg.) 2015, Band 1, S. 7 f.**

# Ausgangssituation (3)



**Spezifische Gästeanforderungen:**

- Gastronomisch vielfältiges und möglichst preisgünstiges Angebot (Wunsch nach diversen Menülinien, Aktionen etc.)
- Großer Spannungsbogen zwischen von jeher bewährten Gerichten (bspw. Currywurst mit Pommes Frites) und neuen Trends (bspw. vegane Gerichte)

**Quelle: Hochschule Niederrhein (Hrsg.) 2015, Band 1, S. 9**

# Ausgangssituation (4)



## Top-5 in der Betriebsverpflegung

1. Schnitzel mit Pommes Frites
2. Currywurst mit Pommes Frites
3. Pasta-Gerichte, Spaghetti Bolognese oder Napoli
4. Frikadelle bzw. Burger
5. Thüringer oder Nürnberger Würstchen mit Kartoffelbrei

# Ausgangssituation (5)



- **Ca. 40%** der Arbeitnehmer **bemängeln das Essens-angebot** in ihren Betrieben
- **1/3** gibt an**,** sich **ungesund** am Arbeitsplatz **zu ernähren**
- **Jeder Zweite** behauptet, es stehen **nicht genügend Pausenzeiten** zur Verfügung, um zu essen
    - Studien belegen zudem, dass von **30 Minuten Pausenzeit real oftmals nur 20 Minuten (also 2/3 der Pausenzeit)** wahrgenommen werden

**Quellen: Techniker Krankenkasse (Hrsg.) 2017; Groll 2016**

# Ausgangssituation (6)



- **2/3 der Männer** und die **Hälfte der Frauen** im Alter zwischen 30 und 55 Jahren sind **übergewichtig**
- Etwa **70%** der deutschen **berufstätigen Männer** sind **übergewichtig**; **jeder Vierte** ist sogar **adipös**
- **1/3 bis 2/3 der Gesundheitsausgaben** werden durch **ernährungs(mit-)bedingte Krankheiten** verursacht
- **Ernährungsbedingte Krankheiten** könnten im Jahr 2025 zum **„number one health problem global“** werden

**Quelle: Techniker Krankenkasse (Hrsg.) 2017**

# Sich ändernde Arbeitswelten (1)



- Demographischer Wandel und Fachkräftemangel
- Automatisierung und Rationalisierung
- Digitalisierung und Arbeit 4.0
- Mobilität und Flexibilisierung
- Work-Life-Balance und Individualisierung
- Bedeutung und Bedeutsamkeit des tertiären Sektors

# Sich ändernde Arbeitswelten (2)



Selbst dort, wo heute noch produziert wird, sind **körperliche Arbeitsbelastung und Arbeitsaktivität geringer** als vor einigen Jahren. Jemand, der seinen **Job im Büro**, **am Schreibtisch** oder bei der **Verwaltung von Maschinen** ausübt, muss seine **Ernährung anpassen**, da sich der **Kalorienbedarf reduziert** hat.

**Quelle: Hochschule Niederrhein (Hrsg.) 2015, Band 1, S. 259**

# Sich änderndes Essverhalten (1)



## So essen Konsumenten an Werktagen:

- ∅ 4,1 Essmomente
  - davon ∅ 2,7 echte Hauptmahlzeiten
  - und ∅ 1,4 Kleinigkeiten / Häppchen / Snacks
- Eine (warme) Hauptmahlzeit essen:
  - 57% mittags, 46% abends und 13% nachmittags
- 32% nehmen mind. 5-mal pro Tag etwas zu Essen zu sich

**Quelle: chefs!, Ausgabe 1/2019, S. 73**

# Sich änderndes Essverhalten (2)



## Ernährungsgewohnheiten:

- 71% essen täglich Obst und Gemüse
- 64% nehmen täglich Milchprodukte zu sich
- 28% verzehren täglich Fleisch- und Wurstwaren
- 6% ernähren sich vegetarisch oder vegan

## Nahrungsmittel - Einkaufskriterien:

- Einfache Zubereitung: 48%
- Energiezufuhr: 36%
- Preis: 32%

**Quelle: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (Hrsg.) 2019**

# Sich änderndes Essverhalten (3)



## Megatrends:

- **Globalisierung vs. Regionalisierung** (Ständige Verfügbarkeit von Lebensmitteln vs. Ressourcenschonung)
- **Healthy Living** (Bewusst gesund - weit über Ernährung hinaus)
- **New Work** (Veränderung der Arbeitswelt)
- **Individualisierung** (Premium und Genuss)
- **Neo-Ökologie** (Nachhaltigkeit und Verantwortungsbewusstsein)
- **Konnektivität** (Transparenz und Netzwerke)

# Sich änderndes Essverhalten (4)



## Wie und was essen wir im Jahr 2030?

Szenario 1: Ressourcenschonende Ernährung und Werteorientierung

Szenario 2: Ernährung zur Selbstoptimierung und Leistungsorientierung

Szenario 3: Reflektierter Genuss und Eigenverantwortung

Szenario 4: Gemeinschaftliches Essen als Erlebnis und Entstrukturierung

Szenario 5: Einfaches Sattwerden in einem virtuellen Umfeld

**Quelle: Nestlé Deutschland (Hrsg.) 2015**

# Betriebsgastronomie: Make-or-buy (1)



## Betriebsgastronomie:

### Größter und innovativster Mengenmarkt in der GG

- Umsatzvolumen von ca. 15 Mrd. Euro (inkl. Subventionen)
- Durchschnittsbon von ca. 3,70 Euro
- Eigenregieanteil: 60 %
- Fremdregieanteil (Outsourcing): 40 %

**Quelle: Hochschule Niederrhein (Hrsg.) 2015, Band 1, S. 12 f.**

# Betriebsgastronomie: Make-or-buy (2)



## Einflussfaktoren auf Make-or-buy:

- Betriebsgröße und Mitarbeiteranzahl
- Standort und Lage des Betriebs
- Räumliche Gegebenheiten, Infrastruktur und Logistik
- Arbeitsorte und Schichtsysteme
- Arbeits- und Pausenzeiten
- Küchenausstattung und -ausrüstung
- Personelle Ressourcen
- Qualitäts- und Budgetaspekte

**Quelle: Wetterau / Schade / Fladung 2005, S. 81 ff.**

# Smarte Verpflegungskonzepte am Arbeitsplatz (1)



## Digitale Großküche / Küche 4.0:

- Multifunktionale Küchengeräte
- Mit dem Internet verbundene sowie untereinander vernetzte und miteinander kommunizierende Küchengeräte
- Cloudbasierte Kassensysteme
- EDV-basierte Warenwirtschaftssysteme

**Quelle: Verpflegungsmanagement, Ausgabe 3/2019, S. 42**

# Smarte Verpflegungskonzepte am Arbeitsplatz (2)



## Büfett 4.0:

- Mobile Büfettmodule / Büfettwagen
- Induktionstechnik zum Warmhalten als Tabletop-, Einbau- bzw. Unterbauvarianten
- Optisch geschmackvolle Kühlmodule mit vorportionierten Snacks und Salaten (in Gläschen, Förmchen und Schälchen präsentiert)

**Quelle: chefs!, Ausgabe 3/2019, S. 122-128**

# Smarte Verpflegungskonzepte am Arbeitsplatz (3)



## Vending-Automaten und High-Tech-Kühlschränke:

- Ca. 400.000 Verpflegungs- und Getränkeautomaten im betrieblichen Bereich
- „Eating around the clock“ mit Snacks und To-go-Mahlzeiten sowie Heiß- und Kaltgetränken
- Mit integrierten (immer häufiger bargeldlosen) Bezahlsystemen

**Quelle: Hochschule Niederrhein (Hrsg.) 2015, Band 2, S. 485 ff.**

# Smarte Verpflegungskonzepte am Arbeitsplatz (4)



## Modernes Catering:

- Insb. Contract-Caterer mit High- und Premium-Convenience-Produkten
- Allgemeiner Trend: Regionale Caterer
  - Voraussetzung: Spezialisierung auf Regionalität und Premiumqualität
- Aktueller Trend: Catering aus dem Supermarkt
  - In LM-Märkten bis zu 80% der Umsätze in der Mittagszeit
  - Neben Vor-Ort-Angeboten auch immer häufiger Lieferservices

**Quellen: Hochschule Niederrhein (Hrsg.) 2015, Band 1, S. 13 f.; Catering inside, Ausgabe 4/2018, S. 21-24**

# Smarte Verpflegungskonzepte am Arbeitsplatz (5)



## Innovative Lieferservices:

- Neue Geschäftsmodelle zur Lieferung von (nahezu) verzehrfertigen Gerichten an den Arbeitsplatz
  - teils Start-up-Unternehmen
  - teils zuvor in erster Linie stationäre Restaurants / Restaurantketten

# Herausforderungen und Aussichten (1)



**Grundsätzliche Herausforderungen:**

- Geringes / stagnierendes Besucherwachstum
- Anstieg der Outsourcingquoten
- Reduzierung von Subventionen
- Steigerung / Anstieg der Abgabepreise
- Konkurrenzsituation mit externen Gastronomiebetrieben
- Gesundheits- und leistungserhaltende Angebote
- Frische, Nachhaltigkeit und Regionalität der Produkte

**Quelle: Hochschule Niederrhein (Hrsg.) 2015, Band 1, S. 19 ff.**

# Herausforderungen und Aussichten (2)



**Spezifische Aussichten:**

- ↑ Snacks und Zwischenmahlzeiten
- ↑ To-go-, Take-away- und Add-on-Angebote
- ↑ Algen, In-Vitro-Fleisch, Insekten-Burger und Co.
- ↑ Front-cooking als Qualitätsmerkmal und Frischekompetenz
- ↑ Vending und Lieferservices an den Arbeitsplatz
- ↑ (Eigen-)Marken und Apps
- ↑ Wohlfühlatmosphäre (bei limitiertem Zeitfaktor → Zeitdruck)

**Quelle: Hochschule Niederrhein (Hrsg.) 2015, Band 1, S. 19 ff.**

# Schlussbemerkung



**„Wer nicht genießt, wird ungenießbar.“**

Johann Christoph Friedrich Schiller (1759-1805)

Deutscher Dichter und Philosoph

# Quellenverzeichnis - Auszug




- **Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft - BMEL (Hrsg.):** Der BMEL-Ernährungsreport 2019 - Deutschland, wie es isst
- **Groll, Tina:** Butterstulle und App-Bestellung, in: Die Zeit [online], 2016-08-24
- **Hochschule Niederrhein (Hrsg.):** Handbuch der Gemeinschaftsgastronomie - Anforderungen, Umsetzungsprobleme, Lösungskonzepte, Band 1, 1. Auflage, Berlin 2015 (sowie die dort angegebenen Primärliteraturquellen)
- **Nestlé Deutschland (Hrsg.):** Nestlé-Zukunftsstudie - Wie i(s)st Deutschland 2030?, Frankfurt am Main 2015
- **Techniker Krankenkasse - TK (Hrsg.):** TK-Ernährungsstudie 2017 - Iss was, Deutschland
- **Wetterau, Jens; Schade, Margit; Fladung, Ulrich:** Erfolgsfaktor Qualitäts-management in Küchen, Frankfurt am Main 2005 (sowie die dort angegebenen Primärliteraturquellen)

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Foto: © Ralf Meyer