



## **INTERNORGA GV-BAROMETER 2015**

**DAS INNOVATIONS- UND INVESTITIONSKLIMA IN DER GEMEINSCHAFTSVERPFLEGUNG**

Hamburg Messe und Congress GmbH, Januar 2015

# Inhalt

	Seite
Anlage und Durchführung der Untersuchung	2
1 Anschaffungen und Investitionen	3
2 Investitionsbudget und Investitionsklima	8
3 Interesse der GV-Betriebe an neuen Produkten der Nahrungs- und Genussmittelindustrie	11
4 Generelle Trends im GV-Bereich	19
5 Ausbildungsplätze im GV-Bereich	24

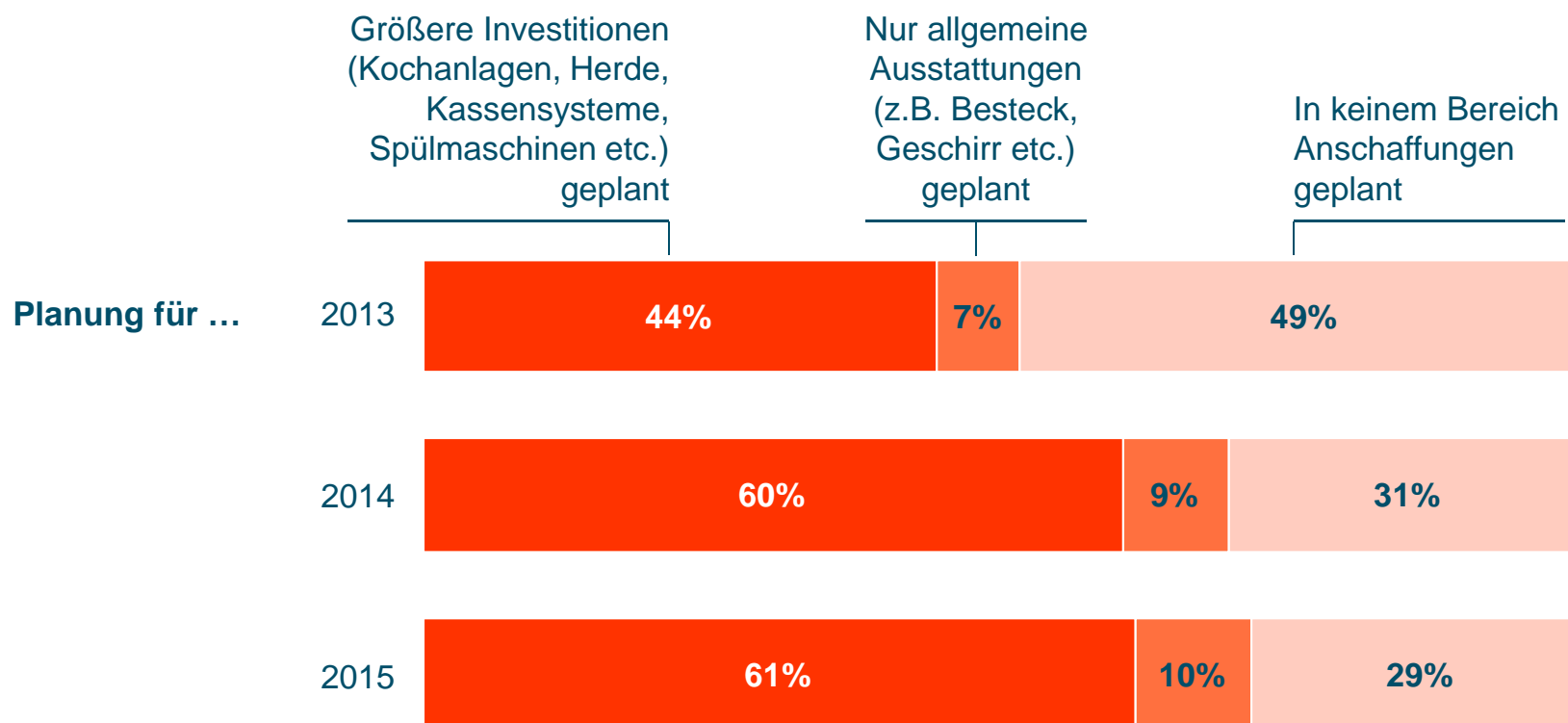
# Anlage und Durchführung der Untersuchung

<b>Grundgesamtheit:</b>	Größere GV-Betriebe, die das warme Essen selbst zubereiten (Betriebsrestaurants: 500 und mehr warme Essen; Anstalten: 300 und mehr warme Essen)		
<b>Zielpersonen:</b>	Entscheidungsträger für den Verpflegungsbereich (d.h. in der Regel der Küchenleiter)		
<b>Erhebungsverfahren:</b>	telefonische Befragung		
<b>Erhebungszeitraum:</b>	20. bis 29. Oktober 2014		
<b>Stichprobe:</b>	309 Interviews		
	davon:	Betriebsrestaurants	149
		Krankenhaus/Sanatorium/Reha-Klinik	85
		Altenheim/Seniorenheim	75
<b>Projektleitung:</b>	Prof. Dr. Wolfgang Irrgang, München		

# 1 ANSCHAFFUNGEN UND INVESTITIONEN

# Die grundsätzliche Investitionsneigung der GV-Betriebe ist im Vergleich zum Vorjahr auf hohem Niveau konstant geblieben.

## GV-Betriebe insgesamt:

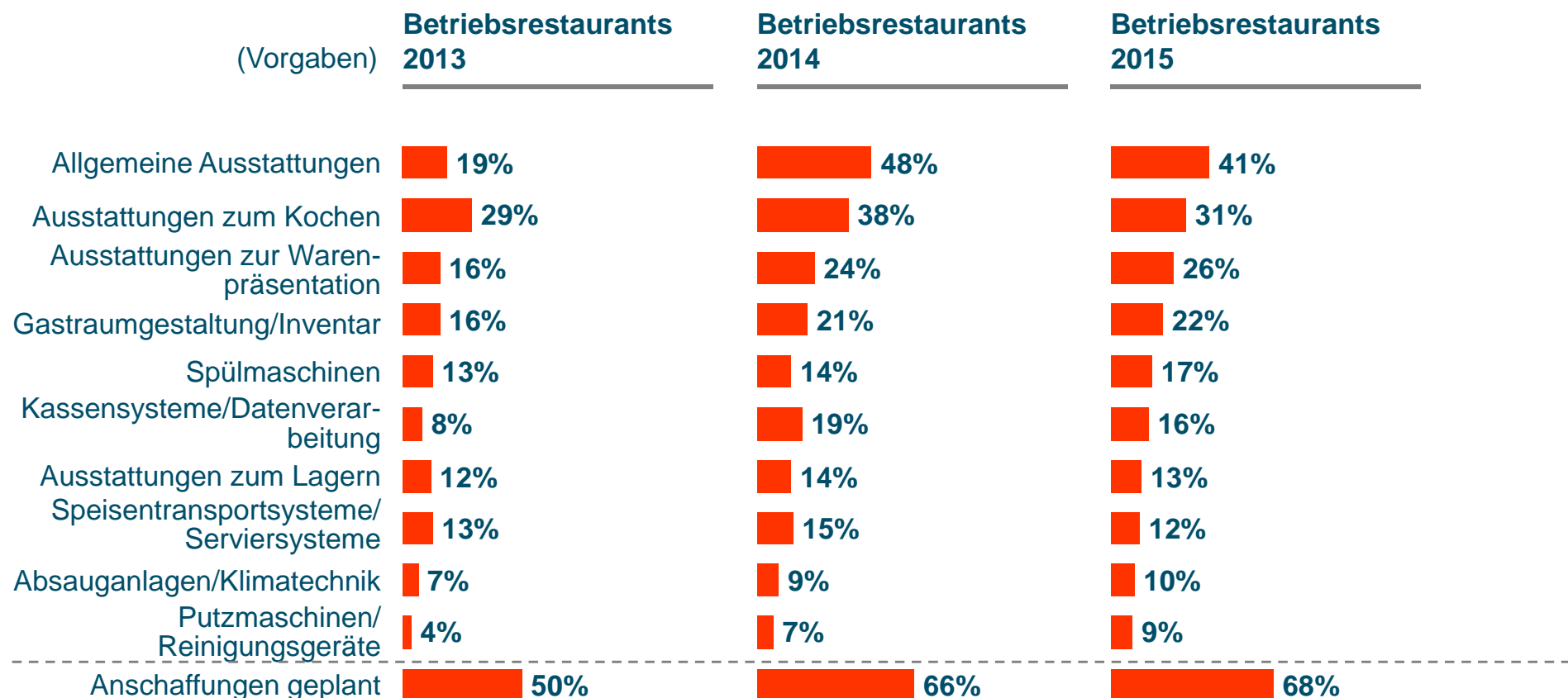


Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 309

Fr. 1: In welchem der folgenden Bereiche planen Sie für das Jahr 2015 Anschaffungen?

# Die Betriebsrestaurants planen, das hohe Investitionsniveau des Vorjahres zu halten. Nur in einigen Teilbereichen soll weniger investiert werden.

## Vergleich geplante Investitionen 2013/2014/2015

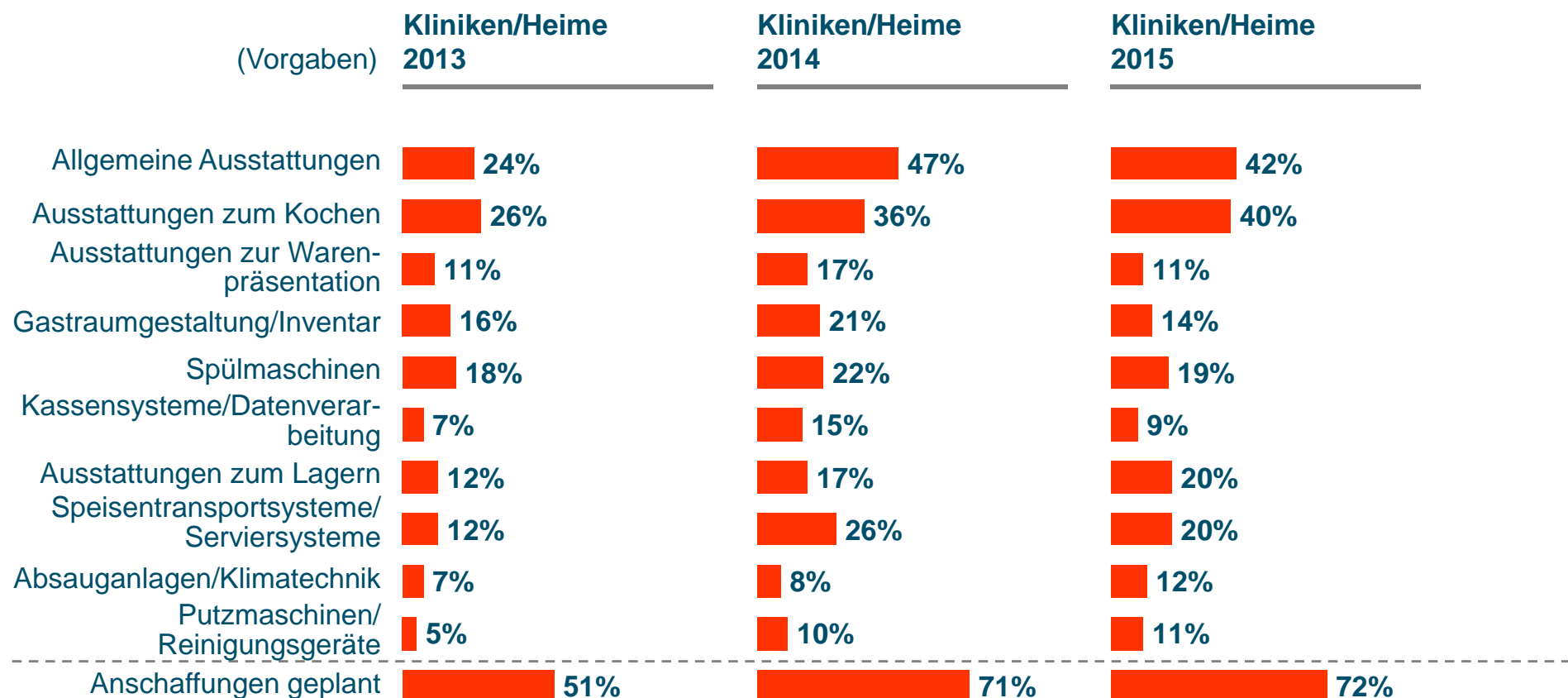


Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 149

Fr. 1: In welchem der folgenden Bereiche planen Sie für das Jahr 2015 Anschaffungen?

# Der Anteil der Kliniken- und Heimküchen, die für 2015 Investitionen planen, liegt auf dem hohen Niveau des Vorjahres. Auch hier wird nur in einigen Bereichen weniger investiert.

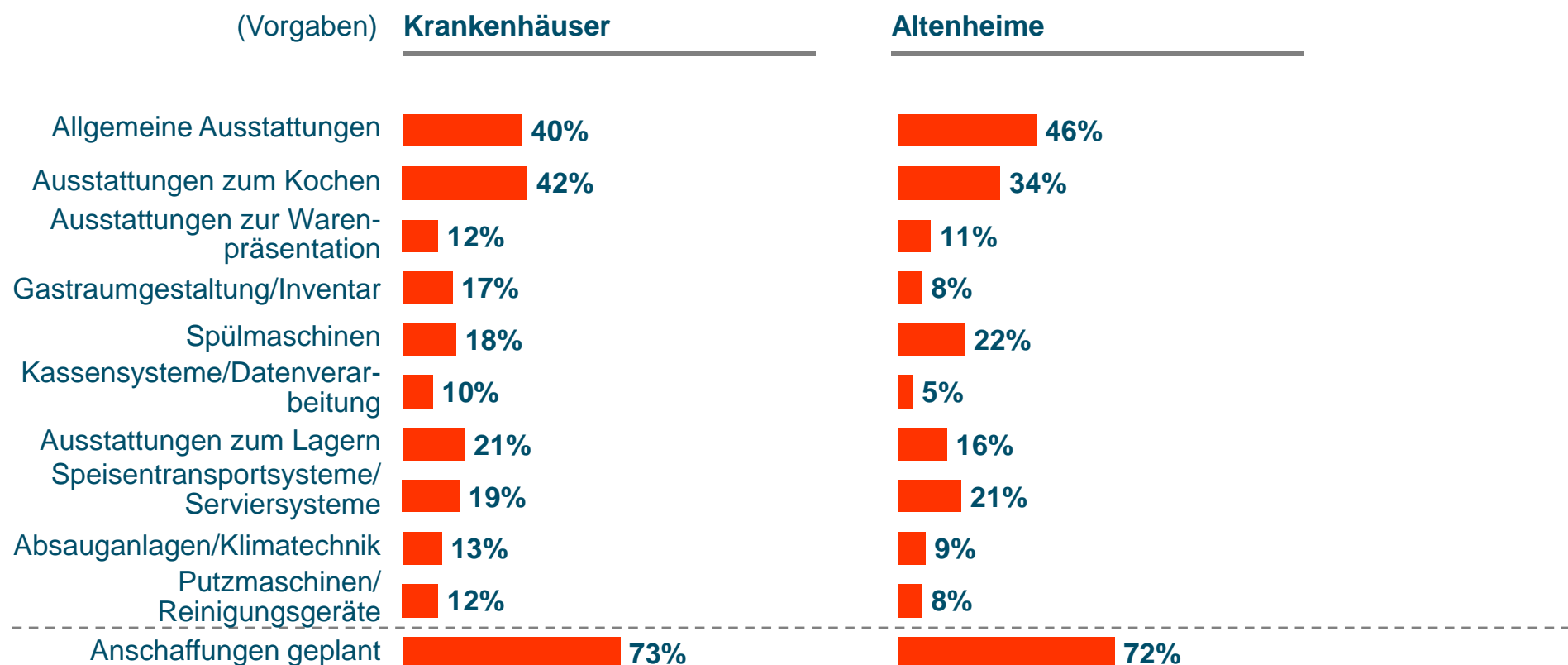
## Vergleich geplante Investitionen 2013/2014/2015



Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 160

Fr. 1: In welchem der folgenden Bereiche planen Sie für das Jahr 2015 Anschaffungen?

## Bei separater Betrachtung der Krankenhäuser und Altenheime werden einige Unterschiede in der Investitionsplanung sichtbar.



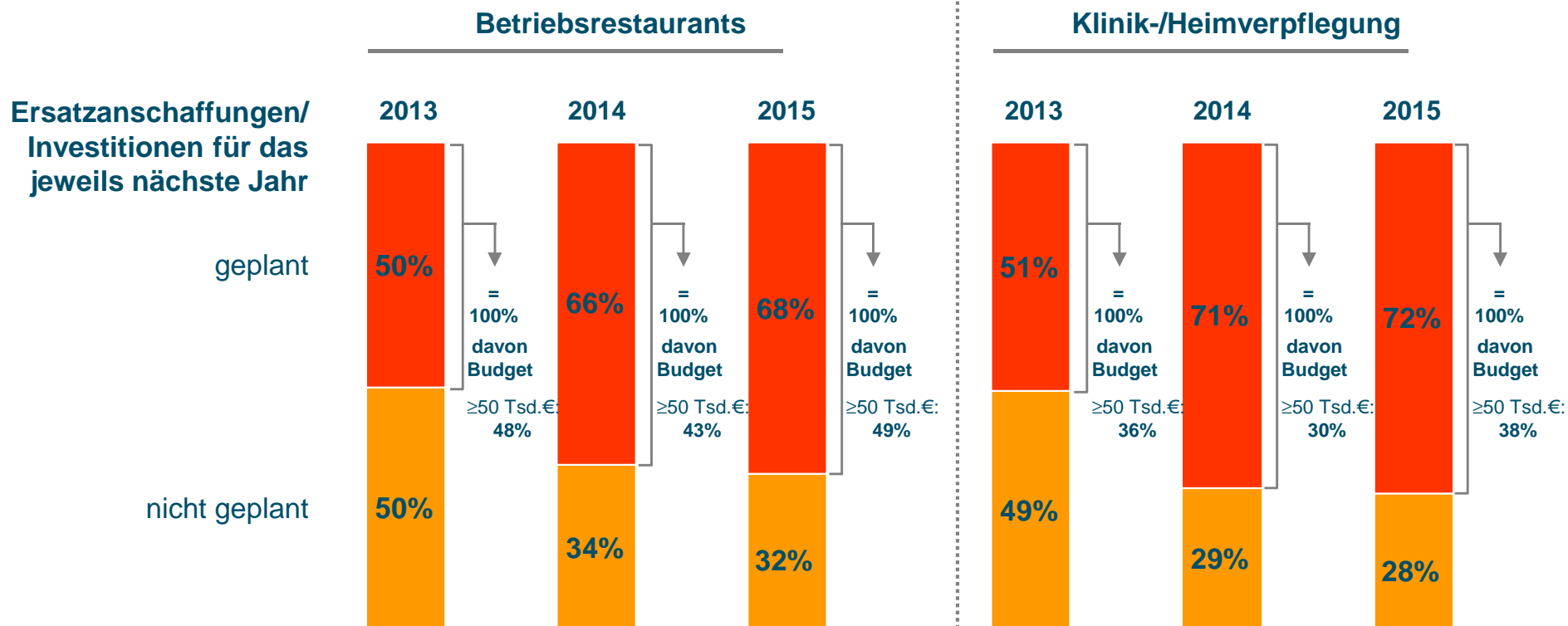
Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 160

Fr. 1: In welchem der folgenden Bereiche planen Sie für das Jahr 2015 Anschaffungen?



## 2 INVESTITIONSBUDGET UND INVESTITIONSKLIMA

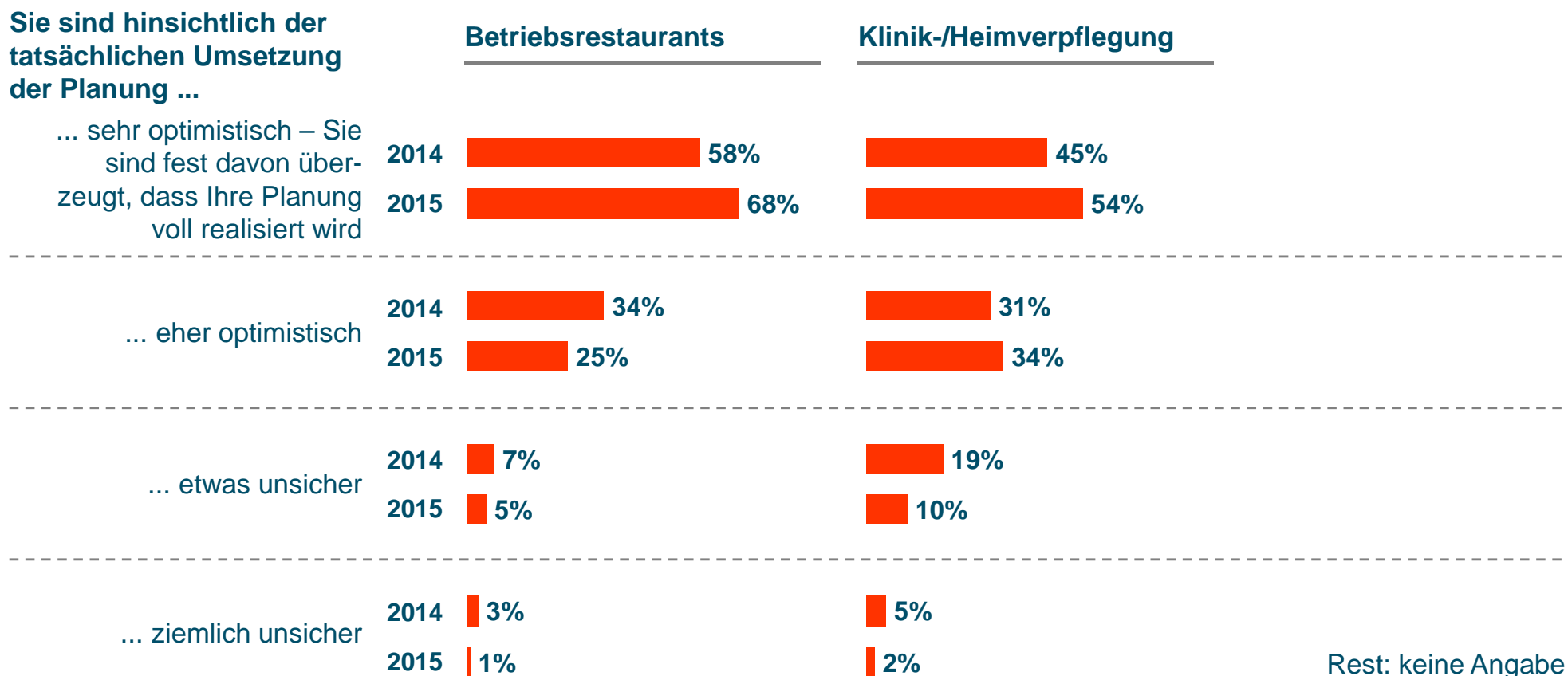
# GV-Betriebe planen für 2015 ein deutlich größeres Investitionsvolumen als 2014 und 2013.



Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 309

Fr. 3: Welches Budget wird Ihnen für Ihren Betrieb an Ihrem Standort im Jahr 2015 für Anschaffungen in diesem Bereich insgesamt zur Verfügung stehen?

Im Vergleich zum Vorjahr zeigen sich die Betriebsrestaurants und die Großküchen der Kliniken/Heime mehrheitlich sehr optimistisch, das hohe geplante Investitionsvolumen für 2015 tatsächlich zu realisieren.



Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, die für 2015 Anschaffungen planen, n = 309

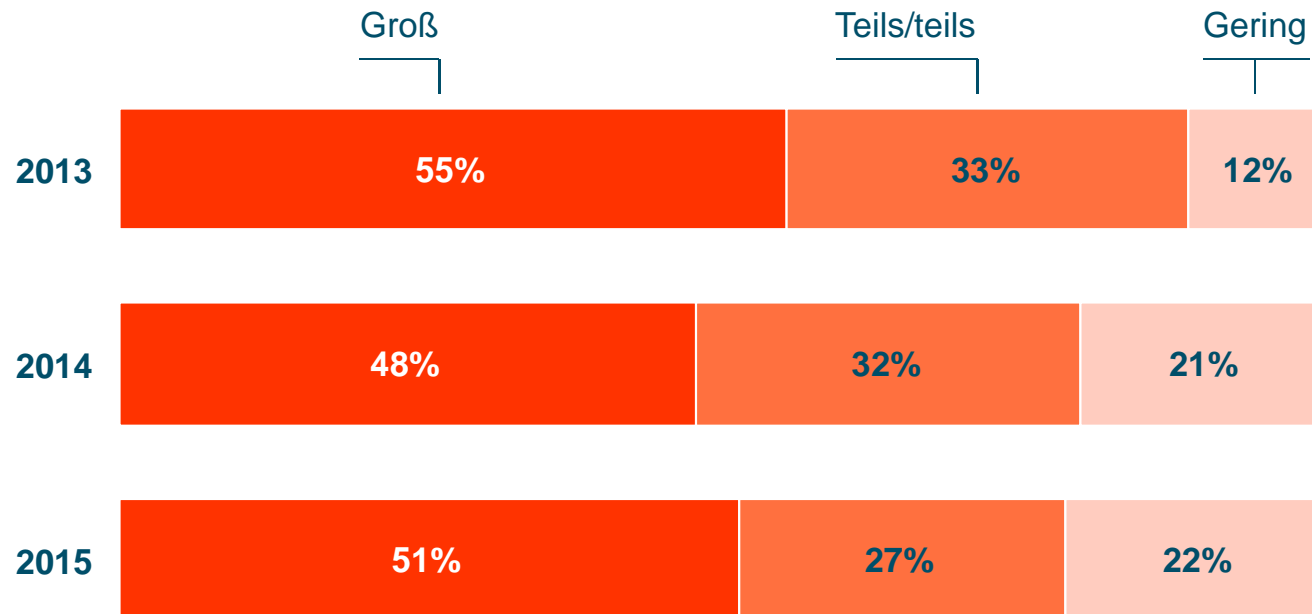
Fr. 4: Planungen einerseits und die tatsächliche Umsetzung bzw. Realisierung andererseits fallen ja mitunter auseinander. Wie ist das eigentlich bei Ihnen: Wie optimistisch sind Sie, dass die Planungen für 2015 auch tatsächlich umgesetzt werden?

### **3 INTERESSE DER GV-BETRIEBE AN NEUEN PRODUKTEN DER NAHRUNGS- UND GENUSSMITTELINDUSTRIE**

Unverändert hat ca. die Hälfte der GV-Betriebe ein großes Interesse an neuen Produkten.

**GV-Betriebe insgesamt:**

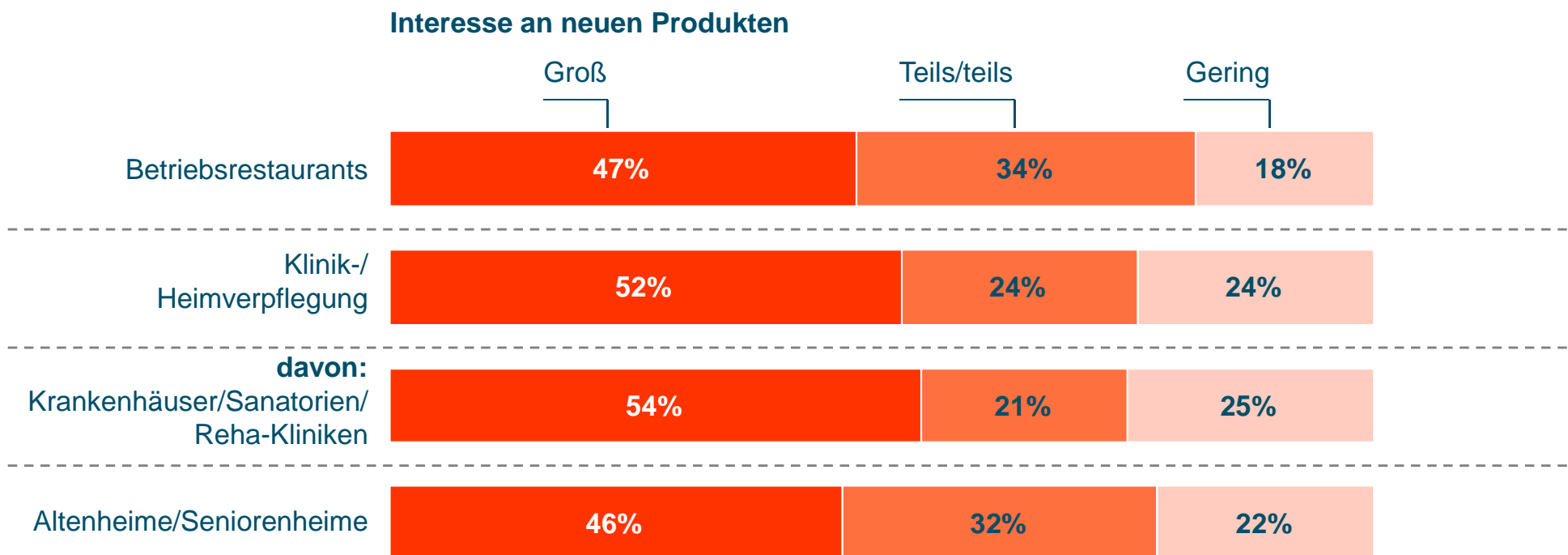
**Interesse an neuen Produkten**



Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 309

Fr. 7: Die Nahrungs- und Genussmittelindustrie bringt regelmäßig neue innovative Produkte auf den Markt (z.B. neue Convenience-Produkte, neue Geschmacksrichtungen vorhandener Produkte etc.). Wie groß ist Ihr Interesse, derartige neue Produkte aus dem Lebensmittelbereich auszuprobieren, also dahingehend zu testen, ob sie für Ihren Betrieb in Frage kommen?

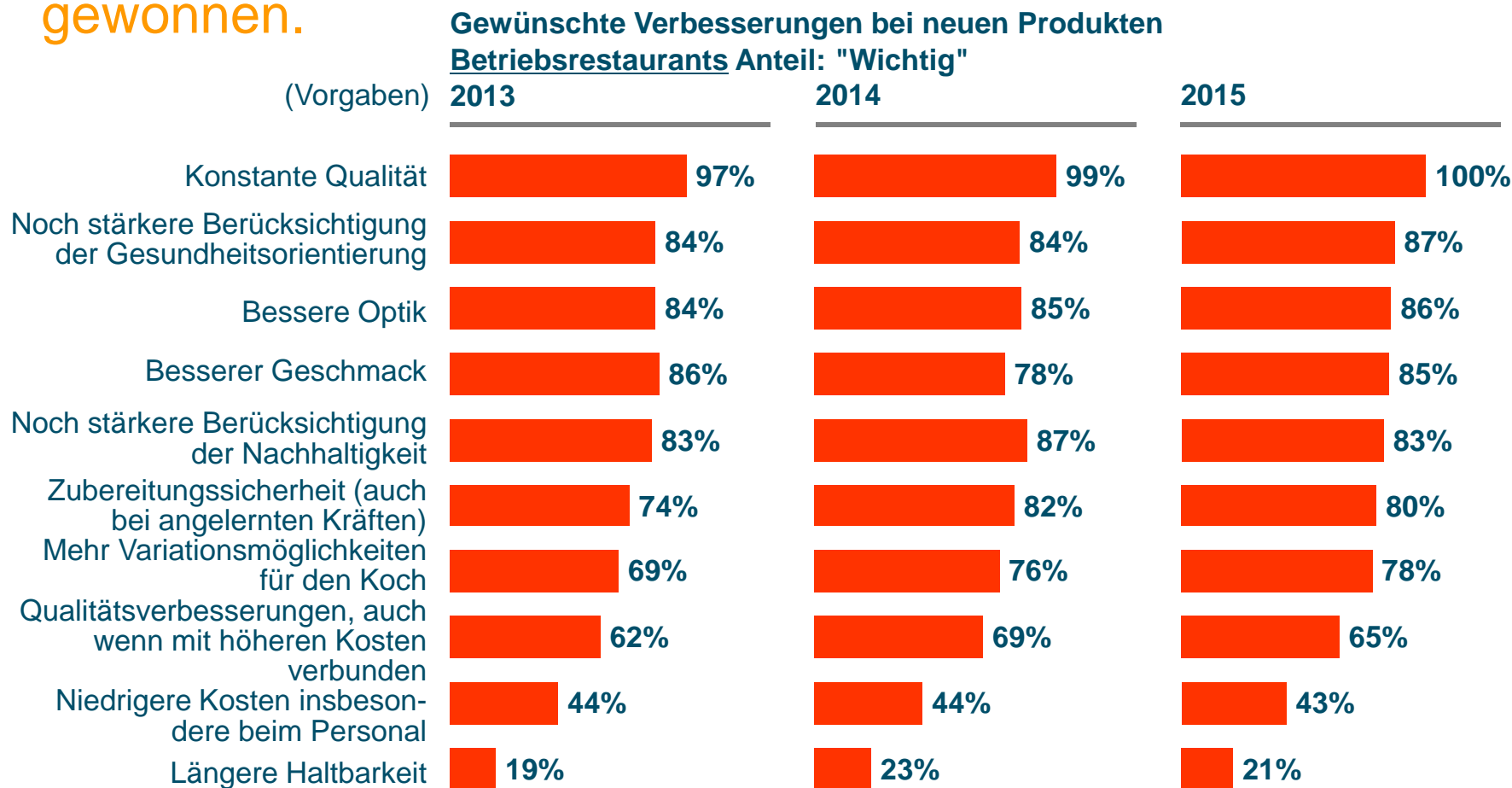
## Das Interesse an neuen Produkten ist – wie im Vorjahr – bei Krankenhäusern am höchsten.



Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 309

Fr. 7: Die Nahrungs- und Genussmittelindustrie bringt regelmäßig neue innovative Produkte auf den Markt (z.B. neue Convenience-Produkte, neue Geschmacksrichtungen vorhandener Produkte etc.). Wie groß ist Ihr Interesse, derartige neue Produkte aus dem Lebensmittelbereich auszuprobieren, also dahingehend zu testen, ob sie für Ihren Betrieb in Frage kommen?

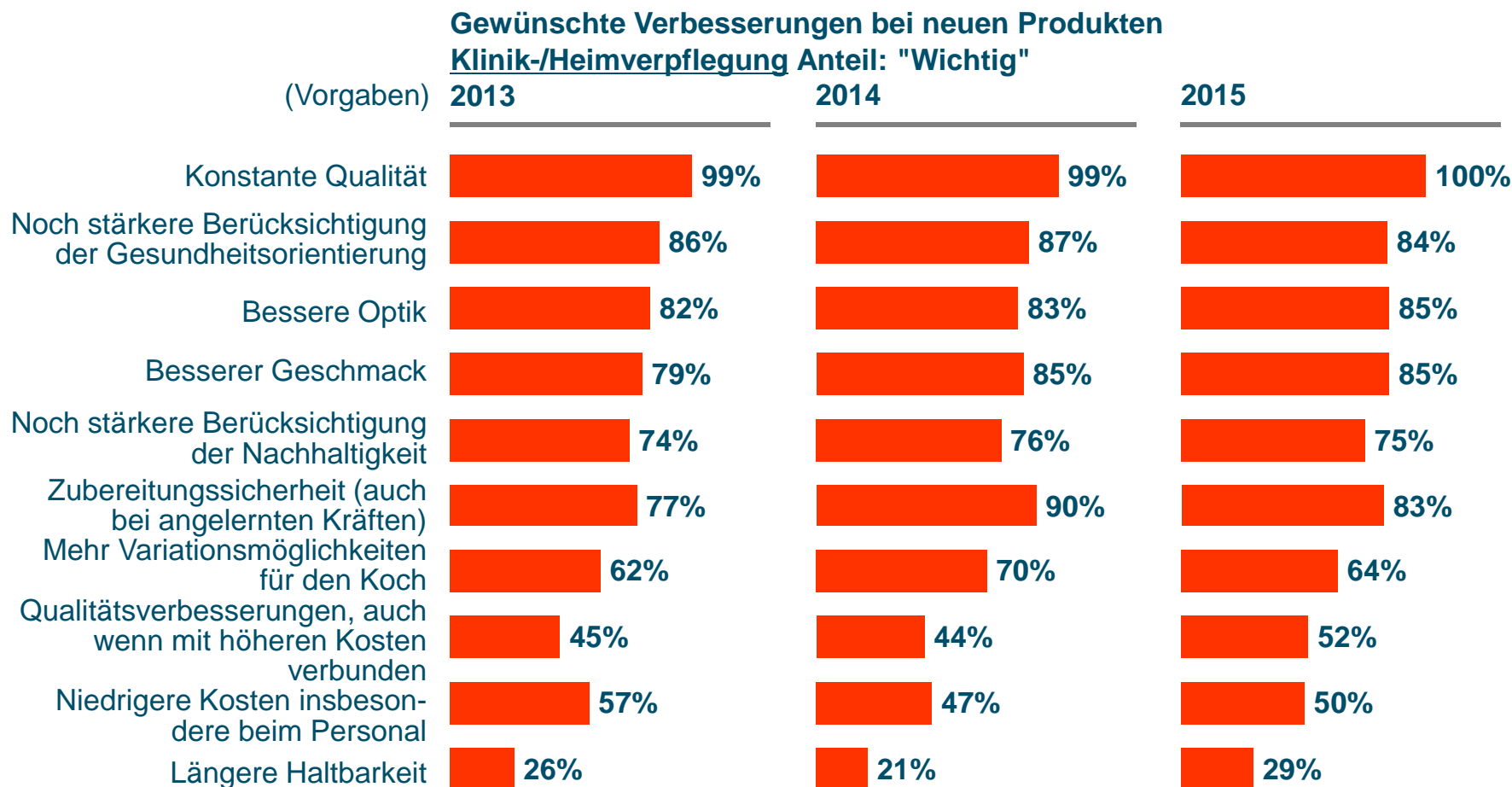
Betriebsrestaurants erwarten von neuen Produkten vor allem konstante Qualität, stärkere Gesundheitsorientierung und bessere Optik. Der "bessere Geschmack" hat zum Vorjahr an Bedeutung gewonnen.



Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 149

Fr. 8: Auf welchen Gebieten sollen neue Produkte der Nahrungs- und Genussmittelindustrie Verbesserungen bringen? Sagen Sie mir bitte, für wie wichtig Sie folgende Ansatzpunkte halten. (Skala: 1 = wichtig, 3 = nicht so wichtig)

Konstantere Qualität neuer Produkte ist bei der Klinik-/Heimver-  
 pflegung von höchster Priorität. An Bedeutung gewonnen haben  
 Qualitätsverbesserungen auch zu höheren Kosten und Haltbarkeit.

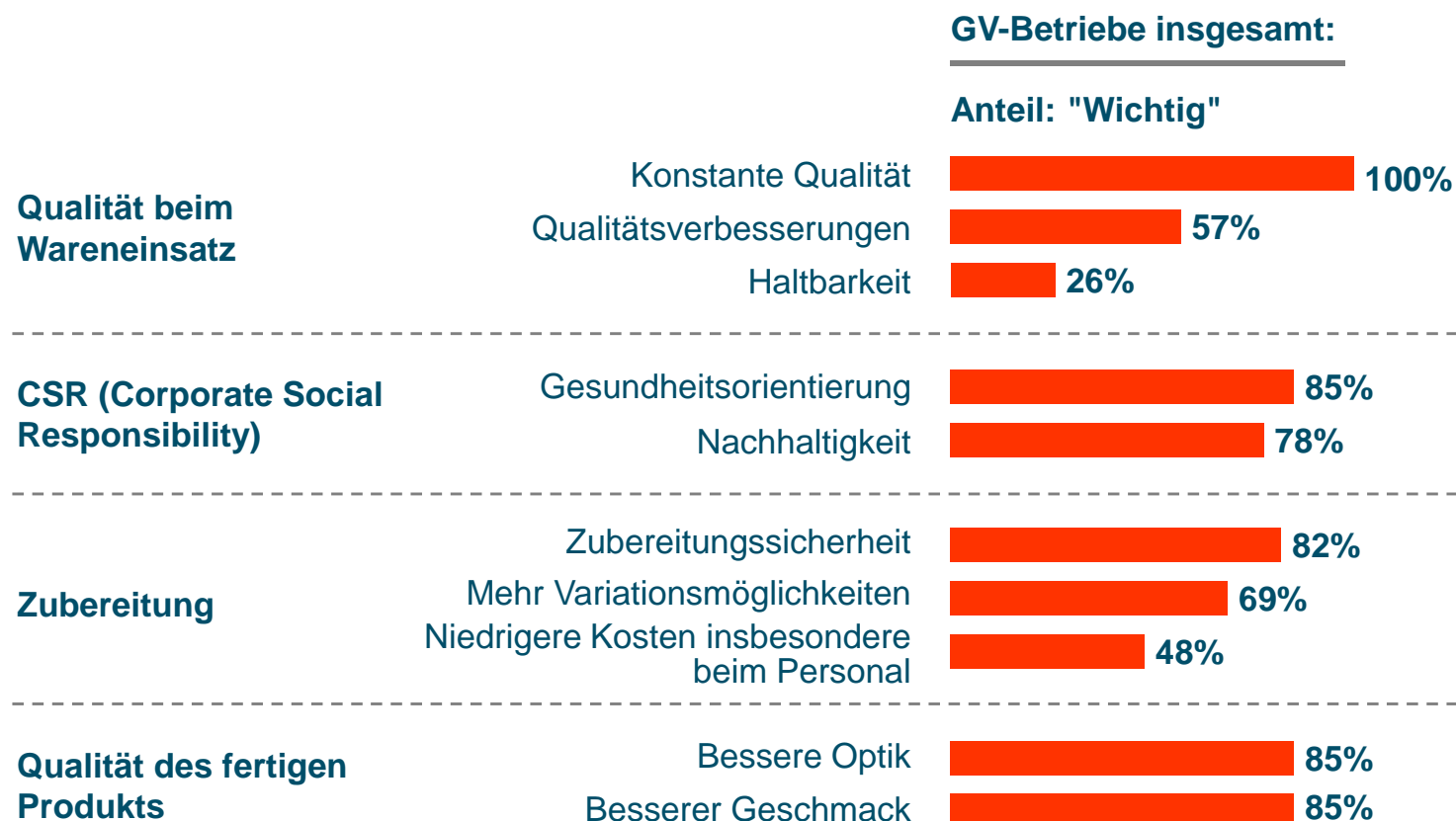


Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 160

Fr. 8: Auf welchen Gebieten sollen neue Produkte der Nahrungs- und Genussmittelindustrie Verbesserungen bringen? Sagen Sie mir bitte, für wie wichtig Sie folgende Ansatzpunkte halten. (Skala: 1 = wichtig, 3 = nicht so wichtig)



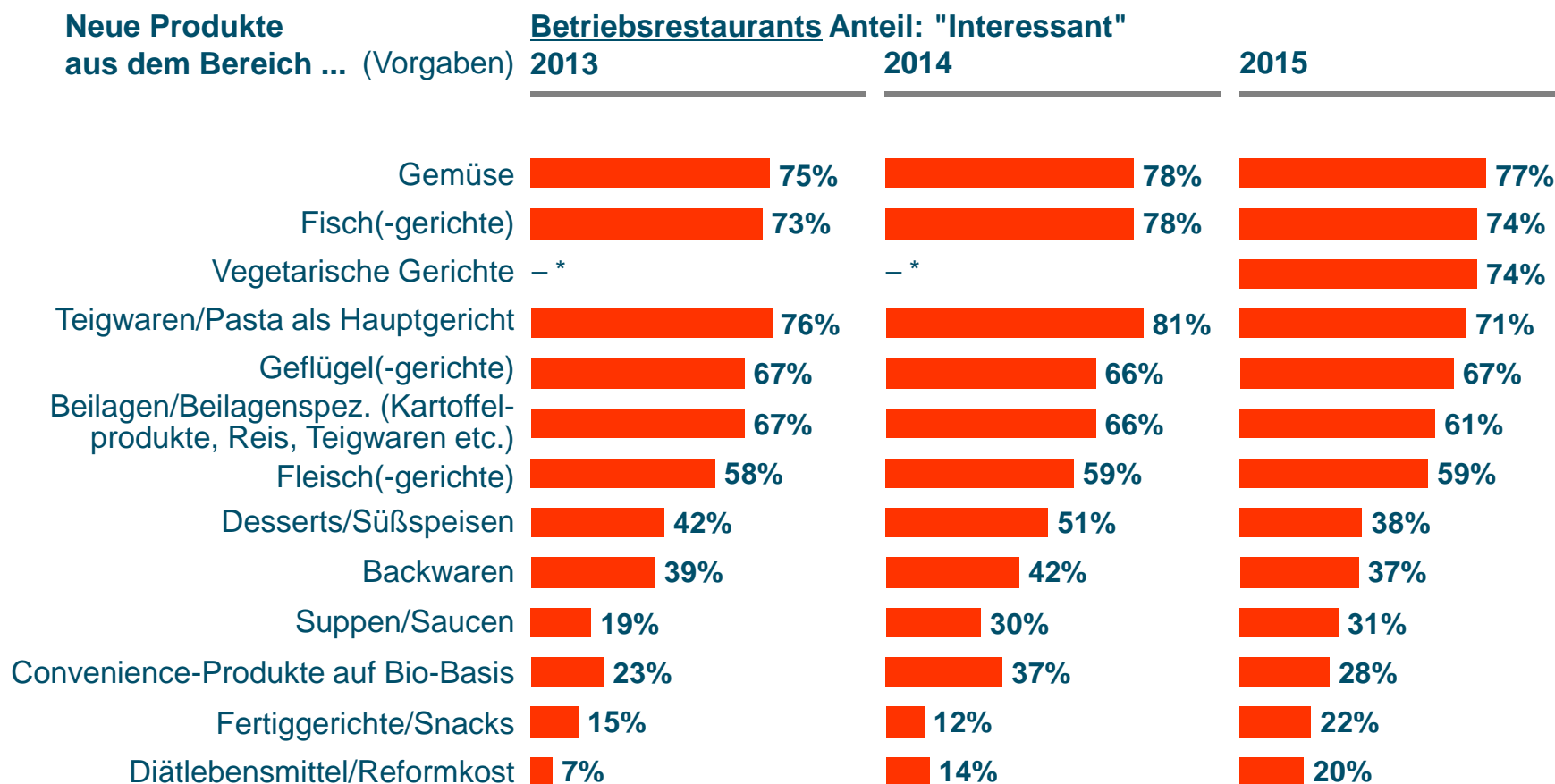
Neue Produkte müssen sich bei allen Anforderungsdimensionen (Qualität beim Wareneinsatz, CSR, Optimierung der Zubereitung, Qualität des fertigen Produkts) profilieren.



Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 309

Fr. 8: Auf welchen Gebieten sollen neue Produkte der Nahrungs- und Genussmittelindustrie Verbesserungen bringen? Sagen Sie mir bitte, für wie wichtig Sie folgende Ansatzpunkte halten. (Skala: 1 = wichtig, 3 = nicht so wichtig)

Betriebsrestaurants haben großes Interesse an neuen Gemüse-, Fisch- und vegetarischen Gerichten. Deutlich gestiegen ist das Interesse an Fertiggerichten/Snacks, gesunken bei Desserts und Teigwaren.

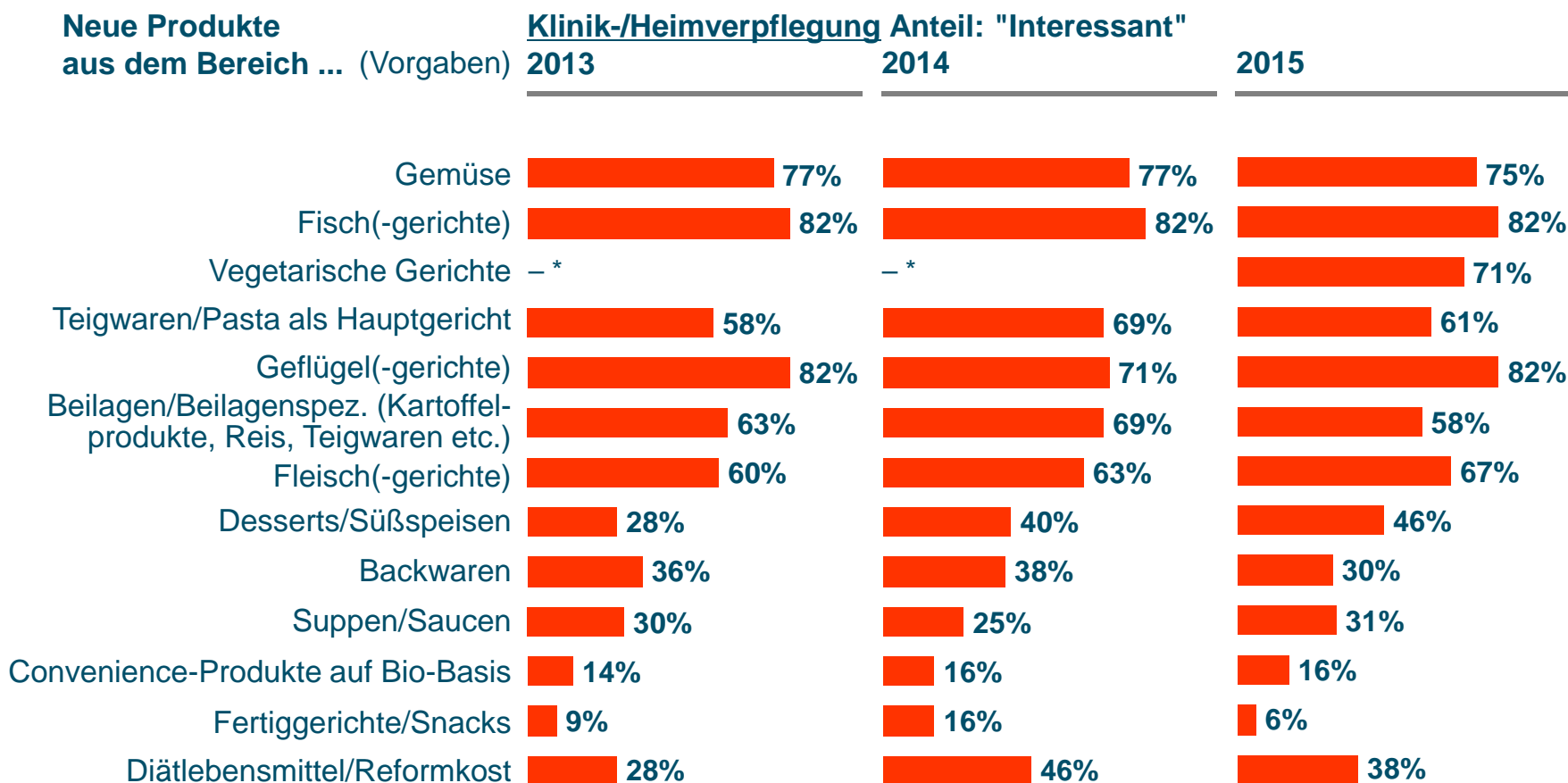


Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 149

\* Nicht erhoben

Fr. 9: Welche Art von neuen Produkten interessieren Sie für den Wareneinsatz besonders? Bitte sagen Sie mir zu jedem der folgenden Bereich, wie interessant neue Produkte aus diesem Bereich für Sie grundsätzlich sind (unabhängig ob als Tiefkühl-, Kühl- oder als Trockenprodukte). (Skala: 1 = interessant, 3 = nicht so interessant)

# Kliniken/Heimen haben höchstes Interesse an Fisch- und Geflügelgerichten. Deutlich gestiegen ist das Interesse an neuen Desserts.



Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 160

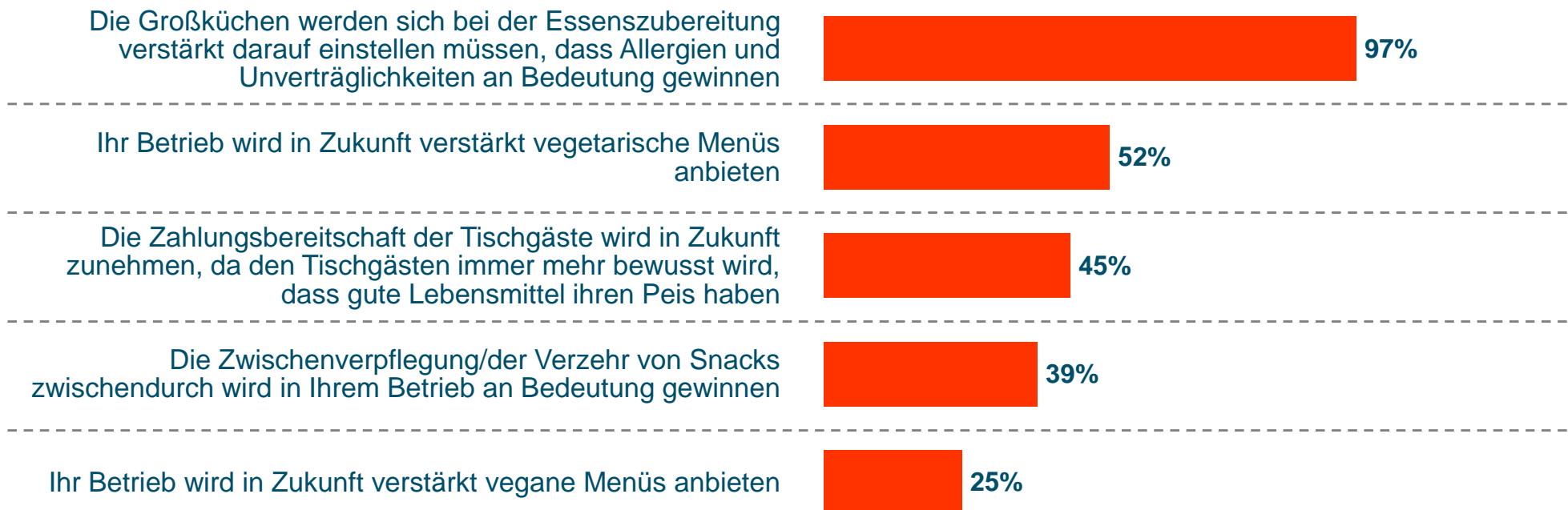
\* Nicht erhoben

Fr. 9: Welche Art von neuen Produkten interessieren Sie für den Wareneinsatz besonders? Bitte sagen Sie mir zu jedem der folgenden Bereich, wie interessant neue Produkte aus diesem Bereich für Sie grundsätzlich sind (unabhängig ob als Tiefkühl-, Kühl- oder als Trockenprodukte). (Skala: 1 = interessant, 3 = nicht so interessant)

## 4 TRENDS IM GV-BEREICH

Eine für den GV-Bereich besonders wichtige Entwicklung wird in der zunehmenden Bedeutung von Allergien und Unverträglichkeiten gesehen.

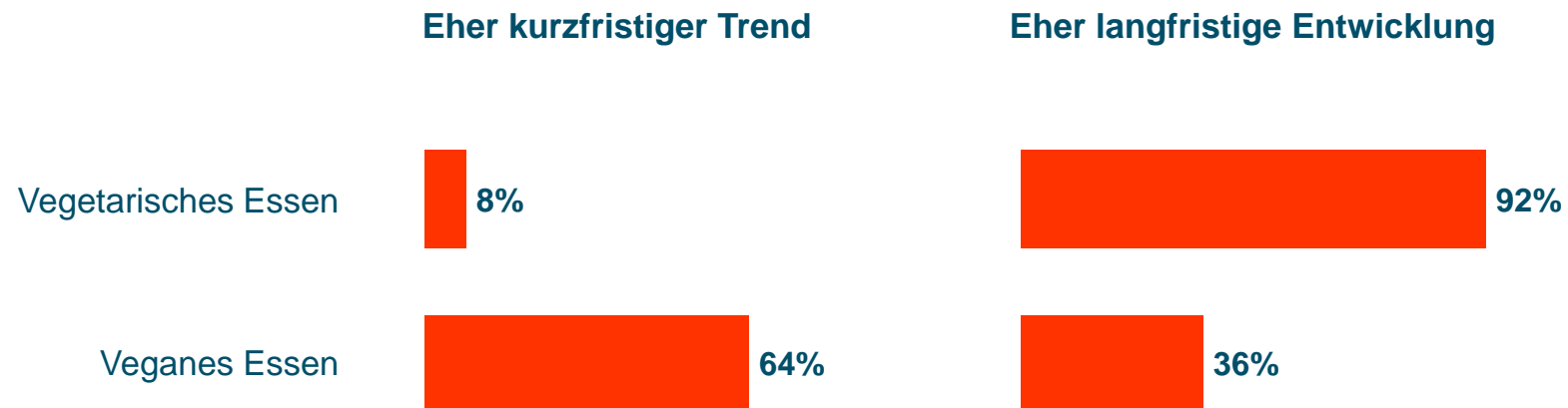
Anteil: "Zustimmung"



Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 309

Fr. 11: Bitte sagen Sie mir zu jedem der folgenden Trends im Bereich der Großverbraucher/Großküchen, ob Sie ihm zustimmen oder nicht zustimmen.

Veganes Essen sehen die GV-Betriebe eher als kurzfristigen Trend, vegetarisches Essen aber als langfristige Entwicklung.



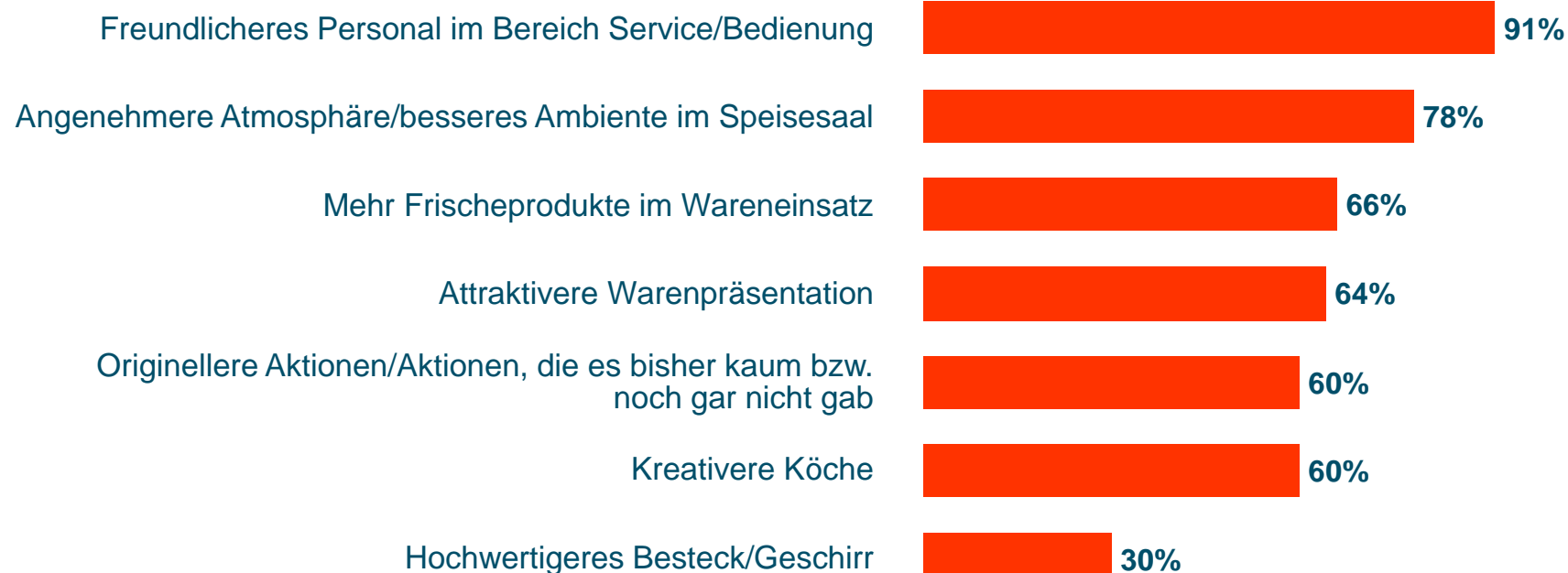
Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 309

Fr. 12a/b: Was würden Sie sagen: Ist vegetarisches/veganes Essen eher ein kurzfristiger Trend oder eher eine langfristige Entwicklung bedingt durch das besondere Essverhalten der jüngeren Generation, das diese auch in Zukunft beibehalten wird?

# Insbesondere freundlicheres Personal und eine angenehmere Atmosphäre im Speisesaal werden als Ansatzpunkte für ein höheres Wohlbefinden gesehen.

Ansatzpunkte, um bei den Tischgästen für eine größere emotionale Akzeptanz bzw. für mehr Freude zu sorgen

Anteil: "Sehr geeignet"

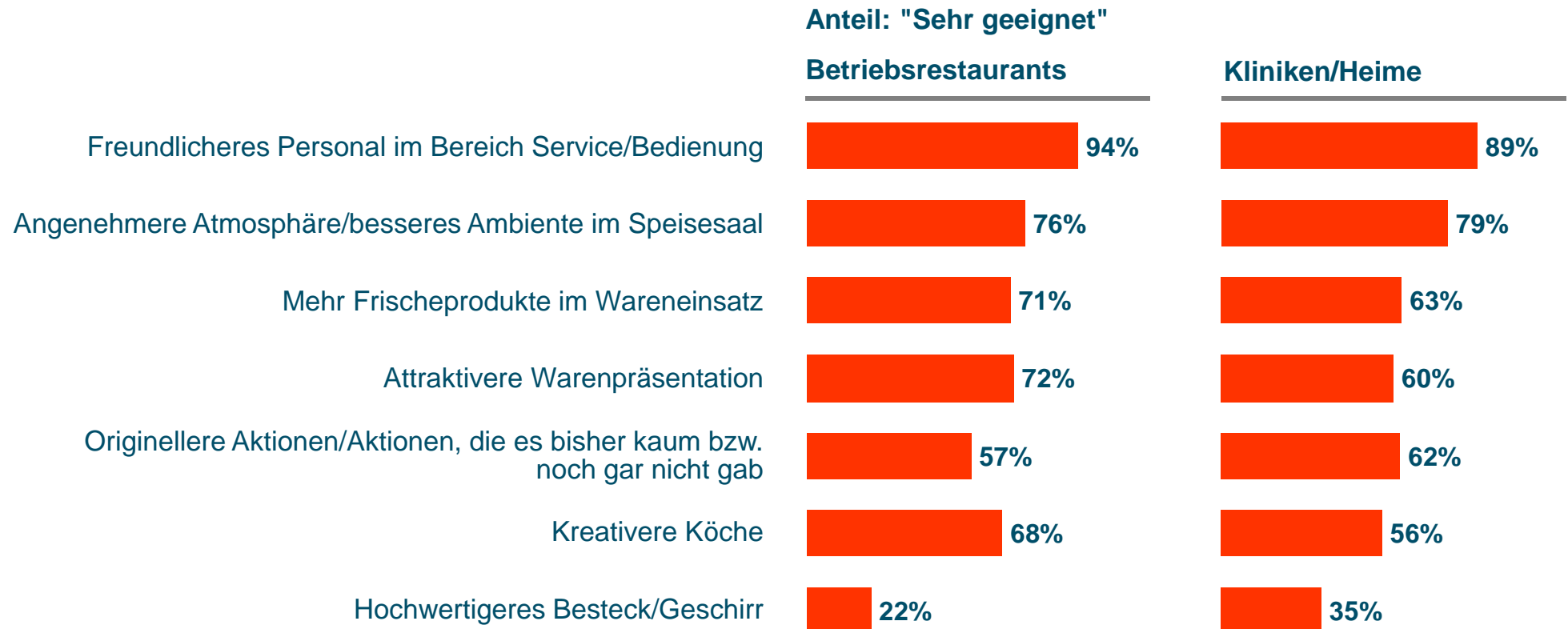


Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 309

Fr. 13: Wie geeignet sind die folgenden Punkte, um bei den Tischgästen für eine größere emotionale Akzeptanz bzw. für mehr Freude zu sorgen?  
(Vorgaben: Sehr geeignet, geeignet, ungeeignet)

Betriebsrestaurants sehen mehr Ansatzpunkte für die Steigerung des Wohlbefindens der Tischgäste als Kliniken/Heime. Deutliche Unterschiede liegen in der Verwendung von Frischeprodukten, einer attraktiveren Warenpräsentation und hochwertigerem Besteck/Geschirr.

Ansatzpunkte, um bei den Tischgästen für eine größere emotionale Akzeptanz bzw. für mehr Freude zu sorgen



Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 309

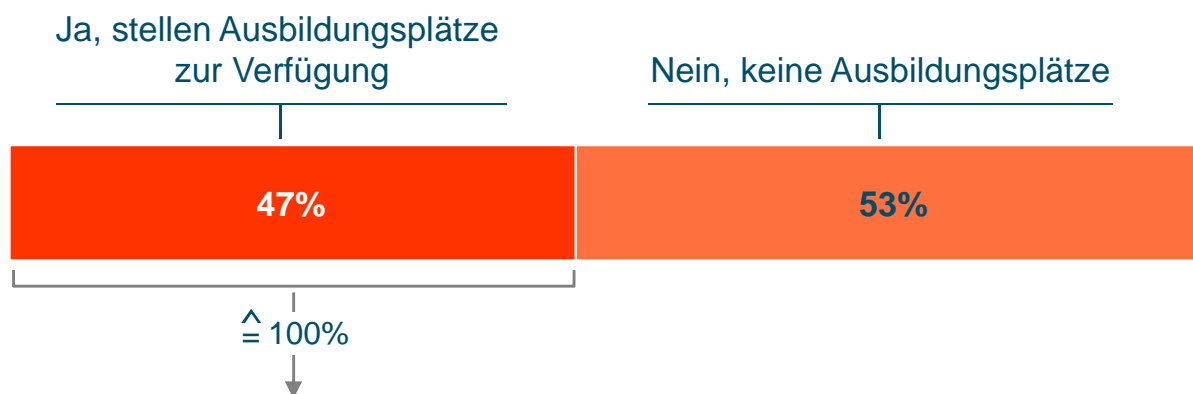
Fr. 13: Wie geeignet sind die folgenden Punkte, um bei den Tischgästen für eine größere emotionale Akzeptanz bzw. für mehr Freude zu sorgen?  
(Vorgaben: Sehr geeignet, geeignet, ungeeignet)



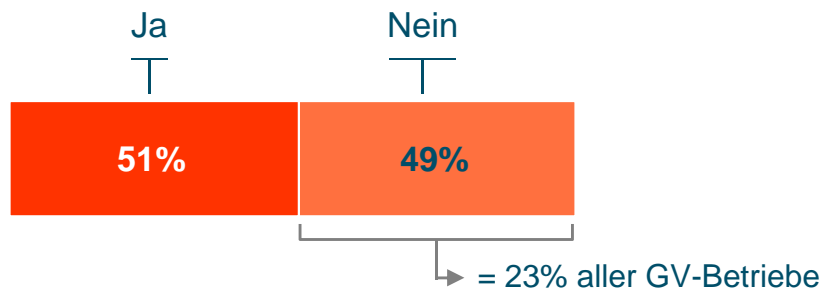
# 5 AUSBILDUNGSPLÄTZE IM GV-BEREICH

Ca. die Hälfte der GV-Betriebe stellte 2014 Ausbildungsplätze zur Verfügung. Nur die Hälfte dieser Betriebe konnte alle Plätze besetzen.

Werden im Küchenbereich grundsätzlich Ausbildungsplätze zur Verfügung gestellt?



Konnten alle Ausbildungsplätze besetzt werden?

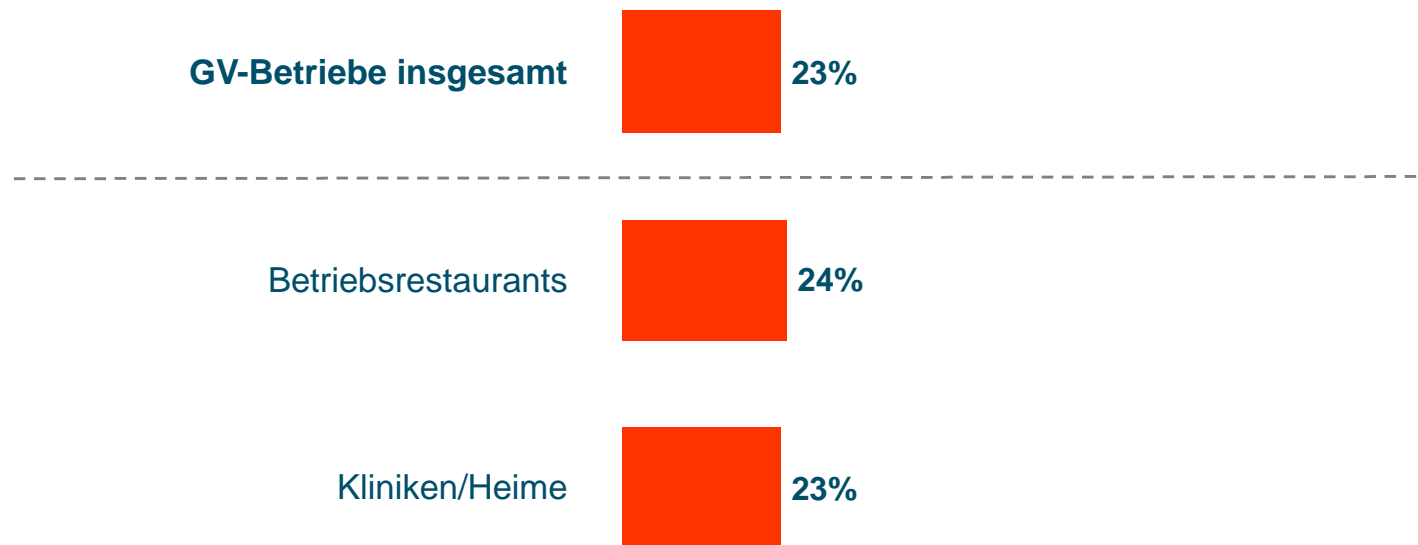


Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 309

Fr. 14a/b: Stellt Ihr Betrieb im Küchenbereich grundsätzlich Ausbildungsplätze zur Verfügung? Konnten Sie in diesem Jahr alle Ausbildungsplätze so besetzen, wie Sie sich das vorgestellt hatten? Gab es genügend qualifizierte Bewerber?

# Das Problem, zur Verfügung gestellte Ausbildungsplätze nicht vollständig besetzen zu können, findet sich in beiden Segmenten des GV-Bereichs.

**Es werden im Küchenbereich grundsätzlich Ausbildungsplätze zur Verfügung gestellt und diese konnten nicht vollständig besetzt werden**



Basis: Entscheidungsträger im GV-Bereich, n = 309

Fr. 14a/b: Stellt Ihr Betrieb im Küchenbereich grundsätzlich Ausbildungsplätze zur Verfügung? Konnten Sie in diesem Jahr alle Ausbildungsplätze so besetzen, wie Sie sich das vorgestellt hatten? Gab es genügend qualifizierte Bewerber?

Wenn die GV-Betriebe nicht alle Ausbildungsplätze besetzen können, wird dies von den GV-Betrieben i.d.R. derzeit nicht als Problem angesehen: man ist nicht auf Azubis angewiesen.


**Konsequenzen für die Großküchen, die nicht genügend Bewerber für die zur Verfügung gestellten Ausbildungsplätze bekommen haben (Spontanäußerungen)**

Keine Konsequenzen/  
nicht auf Azubis angewiesen  63%

**Konsequenzen und zwar:**

(Absehbarer) Fachkräftemangel  11%

Personalknappheit (allgemein)  8%

Immer schwieriger,  
geeignete Bewerber zu finden  5%

Intensivere Suche, öfter inserieren  5%

Basis: Entscheidungsträger in Betrieben, die Ausbildungsplätze zur Verfügung stellen, diese aber nicht (vollständig) besetzen konnten, n = 71

Fr. 14c: Welche Konsequenzen hat das für Ihren Betrieb?

**VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!**