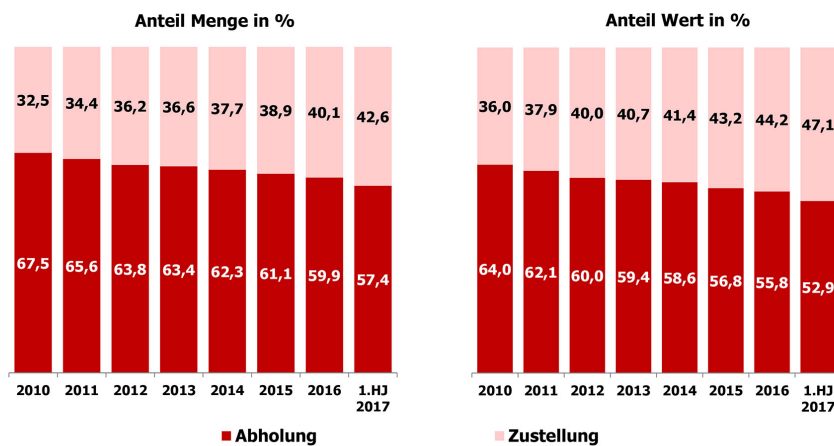


Ein attraktiver Partner

Der Ausbau des Geschäfts mit der Gastronomie ist ein Schlüssel für Mehrumsätze des Fleischergewerbes.

Vertriebsformen Fleisch inkl. Geflügel Einkäufe im Gastronomiegroßhandel



GASTRO
DATA
THE BESTE MARKTÜBERSICHT

Quelle: GastroData /AMA-Marketing



Galerie öffnen

4

Alle anzeigen

Wie aus den top-aktuellen Daten des Marktforschungsinstituts GastroData hervorgeht, die der Fleischerzeitung von der AMA Marketing dankenswerterweise zur Verfügung gestellt wurden, steigen die Einkäufe an Fleisch (inklusive Geflügel), die von den Kunden des Gastronomiegroßhandels getätigt werden, seit

Jahren kontinuierlich an: Von 130,9 Millionen Euro im Jahr 2011 auf 165,5 Millionen im Jahr 2016. Im ersten Halbjahr 2017 schafften die Fleisch- und Geflügel-Umsätze der Gastro-Großhändler immerhin ein Umsatzvolumen, das 22,7% also fast ein Viertel der Einzelhandelsumsätze von Supermärkten und Fleischfachgeschäften in dieser Warengruppe ausmacht (Quelle RollAMA).

Der Löwenanteil dieser b2b-Umsätze entfällt auf Kunden aus der Gastronomie und dem Großverbrauchersektor (Kantinen, Spitäler, Seniorenheime etc.). Noch überwiegt die Abholung in den C&C Märkten, aber der Anteil der Zustellung (Foodservice) erhöht sich laufend. Er kletterte von 37,9% im Jahr 2011 auf 44,2 % im Jahr 2016, während im gleichen Zeitraum das Umsatzgewicht der Abholung (Einkauf im C&C) von 62,1% auf 55,8% sank. Der Wertanteil der Zustellung liegt deutlich über dem Mengenanteil, das heißt, das Fleisch, das sich der Gastronomiebetrieb von seinem Großhändler frei Haus zustellen lässt, hat im Durchschnitt einen höheren Kilo-Preis, als das Fleisch, das im C&C-Markt gekauft wird. Dies hängt vermutlich damit zusammen, dass der Gastro-Zustellgroßhandel praktisch ausschließlich Gastronomie-Profis beliefert, während die Abholmärkte auch Zielgruppen bedienen, die nicht dem Gastronomiesektor zuzurechnen sind.

Mehr Umsatz mit Rind

Unterteilt man die Einkäufe im Gastro-Großhandel nach Fleischsorten, dann fällt auf, dass die Umsätze mit Rindfleisch in den letzten Jahren stärker gestiegen sind, als jene mit Schweinefleisch. Während die Erlöse aus dem Verkauf von Schweinernem in den letzten Jahren auf einem Niveau von rund 56 Millionen Euro stagnierten, stiegen sie beim Rindfleisch von 45 Mio (2013) auf 54 Mio (2016). Beim Geflügel stagnieren die Umsätze mit Putenfleisch, während das Hendl Jahr für Jahr deutlich zulegt.

Man kann diese Zahlen auch so interpretieren: Bei Schweine-

und Putenfleisch dämpft der Preiswettbewerb die Verkaufserlöse des Gastro-Großhandels, bei Rind- und Hühnerfleisch zeigen Qualit tsprogramme (wie zum Beispiel Premiumrind oder Bio-Hendl) umsatzsteigernde Wirkung.

Der Aufwärtstrend im Fleischgesch ft des Gastro-Großhandels erhält seine Impulse nicht nur von der Nachfrageseite (steigender Außer-Haus-Verzehr, Expansion der Fastfood-Ketten) sondern ebenso von der Angebotsseite. Seit einigen Jahren unternehmen große und mittlere Gastronomie-Großhändler massive Anstrengungen, sich als Profis bei der Frischfleisch-Belieferung der Gastronomie einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen , sagt Mag. Sabine Fl cklmpfler , im AMA Marketing für den Gastronomie-Bereich zuständig.

Profilierung mit Fleisch

Firmen wie Kastner, Kr swang oder AGM forcieren in Zusammenarbeit mit regionalen Erzeugergemeinschaften Fleisch-Qualit tsprogramme, die speziell auf die Bedürfnisse der Wirtshäuser, Haubenrestaurants und Fastfood-Ketten zugeschnitten sind. Von den beiden großen Playern hat Transgourmet schon in der Pfeiffer- era auf eine Rundumbetreuung der Gastronomie gesetzt, über die aktuelle Fleisch-Strategie der Coop-Schweiz-Tochter und Bell-Schwester berichtet die Fleischerzeitung in der kommenden Ausgabe. Zusätzliche Spannung erfährt dieser Wettbewerb durch die jüngsten Fleisch-Initiativen des C&C-Marktführers Metro, Details dazu liefert unser Interview mit Thomas Rudelt, dem neuen Einkaufschef von Metro Österreich auf der gegenüberliegenden Seite. Fachleute reden von einer Qualitäts-Aufholjagd des Düsseldorfer Handelsriesen, denn in früheren Jahren machten die Metro Märkte vor allem mit scharf kalkulierten Fleisch-Aktionspreisen von sich reden.

Gemeinsamer Nenner der Marketingaktivitäten aller Gastro-Großhändler ist das forcierte Angebot von herkunftszertifiziertem Premiumfleisch. Beworben werden der

Tafelspitz, das Schweinskotelett und das Grillhenderl mit Heimatschein sowohl durch Herstellermarken von Erzeugergemeinschaften (z.B. Gustino Strohschwein) als auch durch Premium-Handelsmarken (z.B. Krøswang, Gourmetfein, Metro Regional Optimal). Insgesamt unterwerfen sich zurzeit 60 Fleisch-Markenprogramme der AMA-Zertifizierung und der damit verbundenen, laufenden Kontrolle. Nicht alle diese Marken dürfen das AMA Gütesiegel tragen, weil dieses neben der Herkunftsgarantie noch andere Qualitätskriterien umfasst.

Dieser Zwei-Klassen-Gesellschaft bei der Ware begegnet man auch bei der AMA-Zertifizierung der Gaststätten. Ein Wirtshaus, das sich mit dem AMA Gastro-Siegel schmückt, muss nicht zwingend seinen Gästen AMA Gütesiegel-Fleisch servieren, sehr wohl aber muss das Fleisch von Tieren stammen, die in Österreich zur Welt kamen, gemästet und geschlachtet wurden.

Bekenntnis zu Qualität

Die enge Zusammenarbeit zwischen Fleischerhandwerk und Gastronomie hat in Österreich eine lange Tradition. Gasthof und Fleischhauerei, Familienunternehmen, die dieses Firmenschild vorweisen, erfreuen sich noch heute bei Kulinarik-Feinspitzen großer Beliebtheit. In der modernen, arbeitsteiligen Wirtschaft, wo als Absender von Qualitätsversprechen nicht mehr ausschließlich ein renommiertes Familienunternehmen sondern ebenso eine gepflegte Qualitäts- und Herkunftsmarke beim anspruchsvollen Gast punkten kann, macht es Sinn, wenn man sich als Fleischhauer mit den oben genannten Markenprogrammen der Gastro-Großhändler verschränkt. Hand in Hand halten Craft Meat und Craft Beer in der gehobenen Gastronomie Einzug. Und das Bekenntnis zur regional geprägten Premiumqualität ist die Klammer, die Landwirte, Fleischhauer, Gastro-Großhändler und Gastronomie verbindet.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at