

Der Preis verliert als wichtigstes Einkaufskriterium an Gewicht. Frische lautet stattdessen das neue Zauberwort. Doch nicht nur dafür zahlt der Gast heute gerne mehr, wie eine exklusive Umfrage mit 300 Profis aus GV und Gastronomie zeigt.



Gast **honoriert** Mehrwerte

Geiz ist geil war gestern. Heute schauen Gemeinschafts- und Profigastronomen zunächst auf Qualität und Frische beim Einkauf ihrer Produkte, gefolgt von den Kriterien „Nachhaltig“ und „Clean Label“. Erst der zweite Blick fällt bei der

Mehrheit der Entscheider auf den Preis. Dies zeigt eine exklusive Umfrage von *gv-praxis* und *food-service*, bei der 300 Entscheider ihr Votum zu Einkaufsverhalten und Gastkommunikation abgaben. Was überrascht: Lebensmittel ohne „Make-

up“ – kurzum ohne Zusatzstoffe wie künstliche Aromen und Farbstoffe – avancieren zur begehrten Ware, für die jeder vierte Einkäufer auch bereit ist, mehr zu zahlen. Gleichzeitig prägt der Nachhaltigkeitsgedanke immer stärker das Einkaufsverhalten – insbesondere in der Gemeinschaftsgastronomie. Hier schaut jeder Zweite, ob die Ware „grüne“ Pluspunkte verspricht. Insgesamt wächst der Anspruch an den Handel. Die Einkäufer erwarten heute eine aufrichtige und faire Partnerschaft. Ebenso gefragt

Gäste lieben Front-Cooking

Für welche Produkte/Menüs sind die Gäste am ehesten bereit, mehr zu zahlen?

	%
Front-Cooking	59,9
Fleisch aus artgerechter Haltung	46,3
Menüs mit regionalen Zutaten	46,3
Bio-Gericht	41,2
Fisch aus nachhaltigem Fang	35,6
Produkte aus fairem Handel	26,6
Gesunde Speisen	26,0
Vegane Speisen	24,9
Vegetarische Speisen	16,9
Gericht vom Sterne Koch	13,6

Quelle: gv-praxis/food-service, Mehrfachnennungen möglich, n = 182

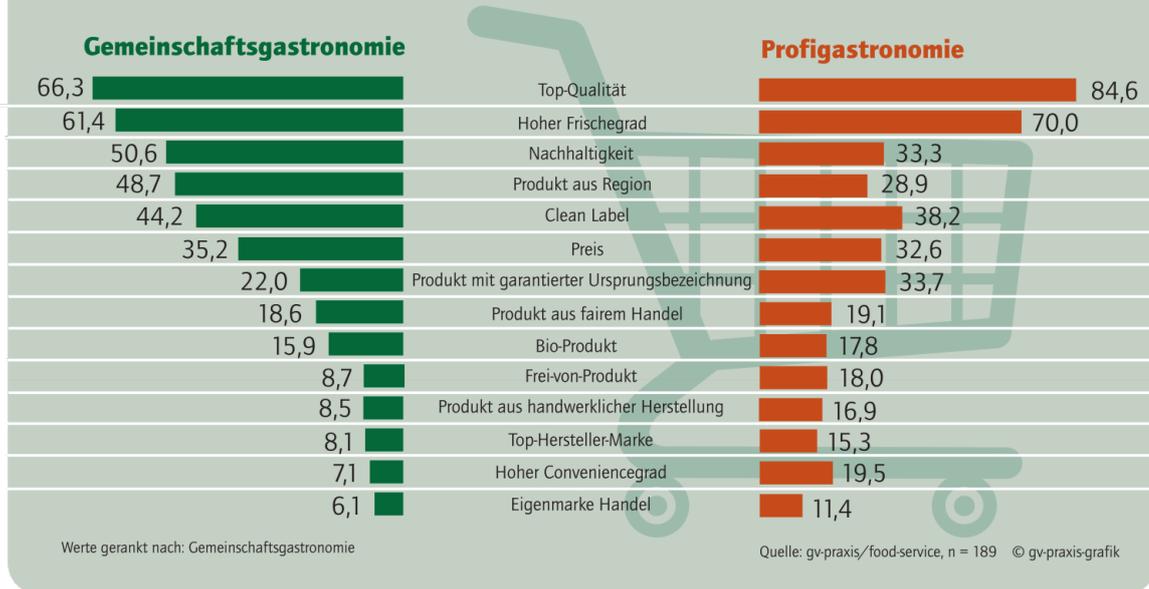
© gv-praxis-grafik

Der Anspruch an den Handel wächst.

sind ehrliche Produkte zu fairen Preisen, die Bauern und Herstellern ein gerechtes Einkommen garantieren. Keine Selbstverständlichkeit bei den Dumpingpreisen in Deutschland. Ein Systemgastronom merkt dazu kritisch an: „Bei nachhaltigen Lebensmitteln mit Mehrwerten wie Bio, fair und regional sollte der Handel mit niedrigeren Gewinnen zufriede-

Der Preis dominiert nicht mehr den Einkauf

Welches Einkaufskriterium ist Ihnen sehr wichtig?



Die ersten fünf Kriterien sind den Gastro-Profis beim Einkauf nicht nur wichtig, sie sind ebenso bereit, für die Attribute Top-Qualität, Frische, Nachhaltigkeit, Regional und Clean Label mehr zu zahlen.

den sein und die geringere Marge nicht ausschließlich an den Endverkäufer abwälzen.“ Schließlich haben Fleisch aus artgerechter Haltung und Paprika aus Bio-Anbau ihren Preis, den der Gastronom nur zu einem gewissen Grad an den Gast weitergeben kann, wie die Umfrage zeigt. Bei einem Aufschlag von 25 Prozent ist bei den meisten Gästen allerspätestens die finanzielle Schmerzgrenze erreicht. Der Großteil der Restaurant-

besucher honoriert ein höherwertiges Angebot mit einem Aufpreis von maximal 10 Prozent, beobachten rund 45 Prozent der Befragten. Vor allem für frisch zubereitete Menüs greift der Gast gerne tiefer in die Tasche, wie die Umfrage zeigt (siehe Grafik). Erst danach folgen Mehrwert-Faktoren wie „Regional“ oder „Fleisch aus artgerechter Tierhaltung“. Positiv: Der Gast honoriert immer häufiger eine nachhaltige und transparente Ein-

kaufspolitik und schaut nicht mehr allein auf Schnitzelgröße und Preis. Gleichzeitig fragen die Kunden im Vergleich zu 2010 vermehrt nach, woher Steak und Salat auf dem Teller eigentlich stammen. Zwei Drittel der Entscheider informieren ihre Gäste wohl auch deshalb über Lieferanten

Persönliches Gespräch mit Gast wichtig.

und Hersteller. Während Profigastronomen dafür neben persönlichem Gespräch und Homepage Social-Media-Plattformen wie Facebook nutzen, setzen die Kollegen in Betriebsrestaurants, Kliniken und Mensen auf den klassischen Aushang im Speiseraum, gefolgt vom persönlichen Gespräch und Intranet. Neben Herkunft gewinnt das Thema Gesundheit an Gewicht: Zwei Drittel der Gastroprofis glauben, dass sich mit einem betont gesunden Angebot mehr Umsatz machen lässt. Doch was heißt beim Gast gesund? Ein hoher Frischegrad sei hier das Nonplusultra, gefolgt von Kriterien wie Veggie, ohne Gentechnik und Zusatzstoffe, so die Meinung der Befragten. Frische – so viel steht fest – ist heute die Basis für mehr Wertschätzung auf dem Teller. *Claudia Zilz*

Herkunft der Produkte

Interessieren sich heute mehr Gäste für die Herkunft der Produkte im Vergleich zu 2010?

