

# EXKURSION



Ein Blick auf die aktuellen Gastro-Data-Zahlen zeigt, dass das Großhandels-Volumen weitaus mehr zulegen konnte als jenes des LEH und dass sich immer mehr Gastronomen die Ware zustellen lassen.

Autor: WILLY ZWERGER

## Das Zustellservice boomt

**W**ährend der heimische Lebensmittel Einzelhandel dank jährlicher Strukturdaten und zuletzt auch aufgrund der konkurrenzgetriebenen Selbstauskünfte seit Jahren ziemlich gut durchleuchtet ist, weiß man über den Gastronomie-Markt herzlich wenig. Erst als Mag. Helmut Obergantschnig 2006 mit Gastro-Data begann, diesen Markt professionell zu durchleuchten, konnten auch auf diesem Gebiet etliche Schleier gelichtet werden. Grundlage dafür sind die Großhandels-Scannerdaten, diese werden monatlich ausgewertet und finden im GastroPanel ihren Niederschlag – nicht zuletzt die Basis für viele strategische Entscheidungen der Markenartikelindustrie und des Gastronomie-Großhandels. Firmengründer Obergantschnig: „Die Gastro-Data GmbH versteht sich als hochspezialisiertes Dienstleistungsunternehmen für den Großhandel und die Industrie. Wir pflegen enge Kontakte zu allen Marktteilnehmern und kennen deren Wünsche sehr genau. Flexibler als andere gehen wir auf alle Kundenanforderungen ein.“

### HANDELSMARKEN SCHON 9,7 %

Es ist daher hochinteressant, die Entwicklung des Gastronomie-Marktes

in Österreich genauer zu betrachten. So betrug zum Beispiel der Verkaufsumsatz im Jahr 2012 15,75 Milliarden Euro, was gegenüber dem Jahr davor ein Plus von 2,9 Prozent bedeutet. Der Wareneinsatz, also die Summe aller Warenflüsse ohne Investitionsgüter (=Einkaufswert), kam 2012 auf 4,55 Milliarden Euro – ein Plus von immerhin 4,6 Prozent. Dazu Helmut Obergantschnig: „Die höhere Zunahme als die Umsatzsteigerung ist unter anderem auch darauf zurückzuführen, dass es bei einer Reihe von Lebensmitteln und Gebrauchsartikeln oftmals enorme Preiserhöhungen gab, und zwar quer durch alle Sortimentsbereiche.“

Ebenfalls nicht wegzuarargumentieren ist auch in der Gastronomie der verstärkte Umstieg von Markenartikeln auf Handelsmarken. So stieg deren Anteil von 9 Prozent im Jahr 2011 auf 9,7 Prozent im Jahr 2012, was sich logischerweise überaus dämpfend auf die Erhöhungen beim Wareneinsatz auswirkte.

### ALLES AUS EINER HAND

Der Umsatz des Vollsortiments-Großhandels (inkl. C+C-Märkte) betrug 2012 1,7 Milliarden Euro, wahrlich kein uninteressantes Plus von 7,9 Prozent gegenüber dem Jahr davor. Was auch

Obergantschnig freut: „Denn der Großhandel ist der eigentliche Gewinner der aktuellen Marktentwicklungen.“

Die Gründe dafür liegen auf der Hand, sind jedoch keineswegs selbstverständlich. Denn neben Umsatzzuwächsen durch generelle Preissteigerungen profitiert der Großhandel vor allem durch Umsatzverschiebungen von Direktanbietern wie Herstellern, Distributoren, Fachgroßhändlern usw. hin zum Vollsortiments-Großhändler, also zum Komplettanbieter. Obergantschnig erklärt: „Dieser Trend zur weiteren Einkaufskonzentration resultiert daraus, dass die Gastronomie jene Synergien auszunutzen versteht, die durch Konzentration auf weniger Lieferanten entstehen, da sich zum Beispiel Bestellung, Anlieferung, Fakturierung, Reklamationen auf

### GASTRONOMIE VS. LEH Umsatz aller in Ö gekauften LM

2009	
Gastronomie	LEH
21,5 %	78,5 %
2012	
Gastronomie	LEH
22,4 %	77,6 %

Quellen: Nielsen, Gastro-Data

