

FOODSERVICE:

Foodservice har vækstpotentiale

Af Henrik Denman

hede@dbblad.dk

Foodservice er køkkener i institutioner, restauranter, kantiner, cafeer, udbringning mv., dvs. virksomheder og institutioner, der serverer mad. Det er et interessant marked for fødevarereproducenter, fordi det er et vækstmarked, da flere forbrugere i dag spiser mad uden for hjemmet, f.eks. i kantiner og på restauranter.

Konkurrencen på foodservicemarkedet er i dag hårdere end tidligere. Branchen præges af stadig større leverandører af fødevarer, hvoraf et stort antal i dag er internationale mærkevareleverandører, og der har i de seneste år været en stigende internationalisering af foodservicesektoren i Danmark, hvor samtlige store grossister nu domineres af udenlandske ejere.

Branchetal

Der findes mange forskellige tal for omsætningen i den danske foodservice sektor. En markedsanalyse fra Landbrug & Fødevarer fra maj 2014 opgør foodservicesektorens omsætning i 2012 til ca. 42 mia. kr.

Ser man på salget af madvarer til foodservice, nåede det ifølge Danmarks Statistik 18,4 mia. kr. i 2013, hvoraf økologiske varer udgjorde fem pct.. Det er lidt under niveauet for detailhandel, hvor økologiske varer udgør ca. otte pct. af omsætningen af alle varer.

Foodservicesektoren leverer mad til såvel offentlige som private virksomheder. Den offentlige sektor udgør lidt under en tredjedel af det samlede antal måltider, der leveres. Både det offentlige og det private foodservicemarked forventes af flere grunde at stige de kommende år. Andelen af ældre borgere stiger, flere og flere ansatte benytter kantineordninger, og udespisning udgør en stadig stigende andel af danskernes fødevarerforbrug.

Ifølge en undersøgelse fra 2014 fra Landbrug & Fødevarer er der generelt forskel på, hvor frit de enkelte beslutningstagere hos foodservicebranchens kunder kan vælge mellem leverandørerne på grund af centrale aftaler.

Det er typisk storkøkkener og sundhedssektoren, der er underlagt centrale aftaler. Blandt kantiner er det lidt under halvdelen.

Analysen viser, at det især er pris i forhold til kvalitetskrav samt leveringssikkerhed, som kunderne vælger leverandører ud fra. Desuden lægger beslutningstagerne vægt på, at leverandørerne er hurtige til at rette eventuelle fejl i leveringen og at bringe fødevarer ud dagligt.

Den frie del af markedet skiller sig ud ved i højere grad at efterspørge kvalitet frem for kvantitet og har f.eks. en særlig præference for at vælge ud fra sæsonens fødevarer, sporbarhed, fødevarerikkerhed, danske produkter og økologisk.

Stort potentiale

Fremtidsforsker Birthe Linddal Jeppesen forudser, at foodservicesektoren står foran en stor vækst, og at sektoren har et stort, uudnyttet potentiale. Travlhed præger de moderne forbrugere og familier, og i fremtiden ventes endnu flere at købe færdige måltider i stedet for selv at tilberede måltiderne hjemme fra bunden. Det er her foodservicesektorens store muligheder ligger, idet det for mange af fremtidens forbrugere er ligegyldigt, om maden kommer fra restaurant, kantine eller take-away, så længe maden er i orden, frisklavet, velsmagende og til at betale.

Madspild er i de seneste par år for alvor sat på dagsordenen i foodservicesektoren. Sektoren er blevet mere effektiv til at udnytte maden optimalt, og leverandørerne donerer i stigende grad overskudsudmad til sociale formål.

Den primære årsag til at bekæmpe madspild i foodservicesektoren er først og fremmest økonomi. Der er god økonomi i at udnytte ressourcerne så godt som muligt og lade så lidt som muligt gå til spilde.

Af det skønnede årlige madspild i Danmark på godt 716.000 ton tegner foodservicekunder som restauranter og storkøkkener sig for tilsammen ca. otte pct.

FOTO: MIKAEL HJULER



FOODSERVICEMARKEDET

Foodservicesektoren præges af fire betydende grossister.

DISTRIBUERET FOODSERVICE:

Dansk Cater
Catering Engros
Hørkram FoodService

CASH & CARRY:

Dagrofa S-Engros
Inco Cash & Carry

Tyske Metro lukkede sin danske forretning ved udgangen af 2014. Hertil kommer en stor underskov af små og mellemstore grossister, der typisk vælger at specialisere sig inden for f.eks. kød, frugt og grønt og vin. De fleste af de store dagligvareleverandører, der kendes fra dagligvarebranchen, har særskilte afdelinger, der servicerer foodservicesektoren.