

Leseprobe

Gastronomiebetriebswirt (IST-Aufbauzertifikat)

Studienheft

Warenwirtschaftssysteme

Autor

Ralf Lenger

Ralf Lenger ist Diplom-Volkswirt und Diplom-Kaufmann. Neben seiner Tätigkeit bei Kentucky Fried Chicken Germany als Franchise Development Manager ist er Prüfungsausschussvorsitzender der IHK Düsseldorf. Im IST-Studieninstitut ist Herr Lenger seit vielen Jahren als Dozent und Fachautor tätig.

2. Warenwirtschaftskennzahlen

2. Warenwirtschaftskennzahlen

- 2.1 Ermittlung der Wareneinsatzkosten durch Inventur
- 2.2 Meldebestand
- 2.3 Lagerkennzahlensystem
- 2.4 Optimale Bestellmenge
- 2.5 ABC-Analyse

Kapitel 2



© 08/2013 – IST-Studieninstitut

2. Warenwirtschaftskennzahlen

Lernorientierung



In diesem Kapitel werden Ihnen Kenntnisse zu folgenden Themen vermittelt:

- ▶ Ermittlung des Ist-Warenverbrauchs nach der Inventurmethode und des Soll-Warenverbrauchs nach der retrograden Methode
- ▶ Bewertung der Verbrauchsmengen mit den Einkaufspreisen
- ▶ Ermittlung und Bedeutung des Meldebestands
- ▶ Ermittlung der Lagerkennzahlen: durchschnittlicher Lagerbestand, Lagerumschlagshäufigkeit, durchschnittliche Lagerdauer, durchschnittliche Lagerkosten, Kapitalbindung und Lagerzinssatz
- ▶ Bestimmung der optimalen Bestellmenge durch Minimierung des Gesamtaufwands aus Lager- und Bestellkosten
- ▶ Einteilung der Bezugswaren in wertabhängige Kategorien in der ABC-Analyse

2.1 Ermittlung der Wareneinsatzkosten durch Inventur

Inventurmethode Um die Wareneinsatzkosten zu bestimmen, müssen zunächst die Verbrauchsmengen ermittelt werden. Dazu bietet sich die Inventurmethode an, da die Daten der Inventur grundsätzlich auch schon für die Finanzbuchhaltung ermittelt werden müssen. Grundsätzlich lassen sich die Wareneinsatzkosten auch aus der Buchführung entnehmen. Nachteilig ist jedoch, dass diese Werte unter Umständen nicht monatlich abgegrenzt sind, weil die Daten der Buchführung sich auf das gesamte Wirtschaftsjahr beziehen. Zum Zwecke der Steuerung benötigt der Betrieb jedoch kurzfristig verfügbare, unterjährige Daten (i. d. R. monatlich, manchmal sogar wöchentliche oder tägliche Werte).

Während eine jährliche Inventur des gesamten Betriebsinventars gesetzlich vorschrieben ist (vgl. § 240 HGB), genügt für Zwecke der Wareneinsatzkostenermittlung eine monatliche Inventur, beschränkt auf den Warenbestand.

2. Warenwirtschaftskennzahlen

Um nun die Kosten des Wareneinsatzes zu ermitteln, werden zum Ende eines jeden Monats die tatsächlichen Warenbestände in einer Inventurliste erfasst. Dies geschieht dadurch, dass die Warenbestände gezählt, gemessen, gewogen und somit körperlich erfasst und diese Ergebnisse in ein sogenanntes Inventar übertragen werden.

Das Inventar ist eine Liste mit folgenden Spalten: Angabe des Artikels, gegebenenfalls Artikelnummer, Menge (in Stück, Kilogramm, Liter, Beutel ...), Einzelpreis, Gesamtwert

Die Artikel, die verwendet werden, ergeben sich aus den Rezepturen. Die Menge, die zum Zeitpunkt der Inventur vorhanden ist, ermittelt man durch das körperliche Erfassen der Artikel (wobei auch die angebrochenen Artikel in der Küche mit berücksichtigt werden müssen). Der Einzelpreis der Artikel ist den Rechnungen/Lieferscheinen der Lieferanten zu entnehmen. Der Gesamtwert der noch vorhandenen Waren errechnet sich aus der Multiplikation der Menge mit dem Einzelpreis.

Durchführung der Inventur

Praxisbeispiel

Durch körperliche Erfassung wurde festgestellt, dass sich noch 21 kg Hähnchenbrustfilets im Tiefkühlhaus befinden. Laut Preisliste des Lieferanten kostet ein Kilo 5,60 Euro. Daraus ergibt sich ein Gesamtwert von 117,60 Euro (21 kg · 5,60 Euro/kg).



Hinweis zur Bewertung: Bei der kostenrechnerischen Ermittlung des Wareneinsatzes wird – genauso wie in der Finanzbuchhaltung – ausschließlich mit Nettogrößen, also ohne Mehrwertsteuer, gerechnet, da die Umsatzsteuer ein durchlaufender Posten und somit kein betrieblicher Güter- und Dienstleistungsverzehr darstellt. Daraus folgt, dass die Einzelpreise zur Inventarbewertung stets Nettopreise sein müssen.

Der Verbrauch nach der Inventurmethode lässt sich wie folgt ermitteln:

Anfangsbestand
+ Zugang (nachgewiesen durch Lieferscheine)
– Endbestand (ermittelt durch Inventur)
= (Ist-)Verbrauch

Verbrauchsermittlung nach der Inventurmethode



2. Warenwirtschaftskennzahlen

Mit dieser Methode hat man – eine monatliche Inventur vorausgesetzt – ein zeitnahes Steuerungsinstrument zur Hand, um den Wareneinsatz zu berechnen und auf mögliche Abweichungen vom Soll-Wert schnell reagieren zu können. Außergewöhnliche Bestandsveränderungen (wie Diebstahl, Schwund, Verderb usw.) können mit dieser Methode jedoch nicht ermittelt werden, weil sie direkt in den Verbrauch einfließen.

Retrograde Methode Um außergewöhnliche Bestandsveränderungen feststellen zu können, bietet sich die **retrograde Methode** an:

Dabei wird ausgehend von den fertigen und unfertigen Erzeugnissen zurückgerechnet, welche Waren in welchen Mengen in die Produktion des Erzeugnisses eingeflossen sein müssen. In der Gastronomie wird man dabei häufig auf Rezepturen zurückgreifen können, aus denen zu entnehmen ist, wie viele Zutaten mit welchem Mengenanteil zur Herstellung einer Speise benötigt wurden.

Der Soll-Verbrauch berechnet sich dann wie folgt:

$$\text{Soll-Verbrauch} = \text{Produzierte Stückzahl} \cdot \text{Soll-Verbrauchsmenge pro Stück}$$

Praxisbeispiel

Für die Produktion eines Gartensalats werden laut Rezeptur sechs Tomatenscheiben benötigt. Aus einer Tomate lassen sich vier Scheiben schneiden. Laut Monatsauswertung wurden in einem Betrieb 130 Salate im Monat Juni verkauft. Der Verbrauch an Tomaten errechnet sich dann wie folgt:

$$\begin{aligned} & (130 \text{ Salate} \cdot 6 \text{ Scheiben/Salat}): \\ & 4 \text{ Scheiben/Tomate} = 195 \text{ Tomaten} \end{aligned}$$

Bei der Soll-Verbrauchsmenge sind jedoch auch die Produktionsabfälle (wie Endstücke, Schnittabfall etc.) zu berücksichtigen, da sie bei ordnungsgemäßer Herstellung regulär anfallen. Die retrograde Methode lässt sich jedoch nur bei einfachen Produktionsabläufen einsetzen und liefert keine exakten Werte.

2. Warenwirtschaftskennzahlen

Außergewöhnlicher Verbrauch (wie z. B. Schwund) lässt sich als Differenz zwischen dem Verbrauchswert der Inventurmethode (Ist-Verbrauch) und dem Soll-Verbrauch der retrograden Methode feststellen.

$$\begin{array}{l} \text{Ist-Verbrauch (gemäß Inventurmethode)} \\ - \text{Soll-Verbrauch (gemäß retrograder Methode)} \\ \hline = \text{außergewöhnlicher Verbrauch} \end{array}$$

Von den Verbrauchsmengen zu den Kosten kommt man nun, indem man die Mengen mit den Anschaffungspreisen multipliziert.

$$\begin{array}{l} \text{Wareneinsatzkosten} = \\ \text{Verbrauchsmenge} \cdot \text{Anschaffungspreis/Stück} \end{array}$$

Wareneinsatzkosten

Die moderne Technik unterstützt zwar das körperliche Erfassen der Waren, z. B. mittels Strichcodeerfassung durch Scanner, aber in den meisten Betrieben in der Gastronomie erfolgt die Inventur noch weitgehend manuell.

Die regelmäßige, vor allem häufige und damit zeitnahe Inventur ist jedoch eine Grundvoraussetzung für das Funktionieren eines Warenwirtschaftssystems. Die Soll-Werte der automatischen Lagerkartei müssen ständig mit den Ist-Werten der Inventur abgeglichen werden, damit das System leistungsfähig bleibt.

Die Inventur ist in der Praxis der zeitaufwendigste Teil der Informationsbeschaffung für das Warenwirtschaftssystem, weshalb häufig kleine und mittlere Betriebe auf den Einsatz von Warenwirtschaftssystemen verzichten. Betriebe großer systemgastronomischer Ketten hingegen führen Inventuren besonders häufig eingesetzter Waren sogar täglich durch.



Studienheft

Cateringmanagement

Autor

Wolf-Dieter Block

1. Formen des Caterings

1. Formen des Caterings

- 1.1 Die Form des Care-Caterings
- 1.2 Business- und Industriebatering
- 1.3 KiTa-, Schulen- und Universitäts-Catering
- 1.4 Kongress- und Eventcatering
- 1.5 Verkehrscatering
- 1.6 Sonstiges Catering
- 1.7 Marktübersicht

Kapitel 1



© 05/2013 – IST-Studieninstitut

1. Formen des Caterings

Lernorientierung



In diesem Kapitel erfahren Sie:

- ▶ welche Zielgruppen den verschiedenen Formen des Caterings zuzuordnen sind
- ▶ welche Merkmale diese Zielgruppen auszeichnen
- ▶ welche unterschiedlichen Formen des Caterings je nach Zielgruppe eingesetzt werden

Definition Das englische Wort „**Catering**“ hat laut Oxford-Duden auf deutsch zwei Bedeutungen: einmal einfach „Gastronomie“ und zum anderen „Lieferung von Speisen und Getränken“.

Früher wurde eher der Begriff „Partyservice“ verwendet, erst in den 1970er- und 1980er-Jahren wurde immer mehr vom „Catering“ gesprochen. Heute vereint der Begriff sowohl den Partyservice als auch und immer mehr alle möglichen Formen der gastronomischen Versorgung außer Haus sowie besondere Miet-/Pachtformen der Gemeinschaftsverpflegung. Catering wird auch häufig mit dem Wort „Auftragsgastronomie“ gleichgesetzt.

„Unter Catering wird die Versorgung mit Speisen und Getränken verstanden, die mit zahlreichen Einzeldienstleistungen und betriebswirtschaftlichen Funktionen verbunden ist. Dazu zählen der Einkauf von Waren, die Lagerung, die Vor- und Zubereitung, die Verteilung und die Entsorgung. [...] Catering ist eine komplexe dienstleistungsorientierte Aufgabe, die im Auftrag einer natürlichen oder juristischen Person bzw. Körperschaft für eine fest umrissene Gruppe von Menschen an einem bestimmten Ort zu vorbestimmter Zeit mit einem zwischen Auftraggeber und Dienstleister vereinbarten Angebot erfüllt wird.“ (KRIEGESMANN 2007, S. 13)

1. Formen des Caterings

1.1 Die Form des Care-Caterings

Care (= Betreuung, Fürsorge) hat nachfolgende Zielgruppen im Visier:

- ältere Menschen
- pflegebedürftige Menschen
- kranke Menschen
- Menschen, deren körperlicher Zustand einer besonderen Erholung bedarf (Reha)

Auch wenn es so aussieht, als dass hier reine Krankenhauskantinen gemeint sind, ist dies nur *eine* Ausführungsform. Es sind ebenso Altersheime, Erholungsheime, Kindererholungsheime, Kurhotels usw. gemeint. Gerade der Markt der Regeneration (Wiederherstellung) boomt. Immer mehr Hotelbetriebe spezialisieren sich darauf, vor allem in Kurbädern. Betreiben diese Hotels die Verpflegung nicht selbst, wird sie an ein Cateringunternehmen abgegeben. Der Begriff „Outsourcing“ wird hier gerne verwendet.

Merkmale der Zielgruppen

Jede Zielgruppe definiert sich durch bestimmte Merkmale bzw. Kriterien, d. h., der Caterer muss erkennen, welche Bedürfnisse die Zielgruppe hat und welche Umstände zu berücksichtigen sind, um eine Versorgung kundengerecht zu gewährleisten. Aus den Besonderheiten bei der Unterbringung, bei der Ernährung, im sozialen und psychischen Bereich und den Besonderheiten in der allgemeinen Versorgung des sanitären oder medizinischen Bereichs ergeben sich die verschiedensten Angebote und Aufgaben für den Caterer.

Bei den Zielgruppen ältere und pflegebedürftige Menschen gibt es die verschiedenen Möglichkeiten der Unterbringung. Dies können Seniorenheime mit Apartments sein, wobei die Betreuung in unterschiedlicher Intensität stattfinden kann. Es kann nur *eine* Ansprechperson geben, die zuständig für kleine Hilfen im Alltag ist, oder mehrere Personen, die sich um alle Belange wie Zimmerreinigung, Pflege und Gesundheit kümmern. Versorgen sich die Bewohner noch weitgehend selbst, ist zu unterscheiden, ob sie sich in einer eigenen Küche selbst bekochen oder Gemeinschaftsküchen beanspruchen. Bei der eigenen Küche ist es Aufgabe des Caterers, die Personen mit entsprechenden Lebensmitteln zu versorgen, also einen Lieferservice aufrechtzuhalten. Ob nun unbehandelte oder teilvorgefertigte Produkte angeliefert werden oder gar servierfertige Produkte, wird sich am Grad der Selbstständigkeit des Kundenkreises entscheiden. Des Weiteren wird der Caterer eventuell Speisenpläne erstellen, um durch sein Know-how eine gesunde Ernährung zu gewährleisten.

Besonderheiten der Unterbringung



1. Formen des Caterings

Besonderheiten der Ernährung

Leben die Personen in speziellen Apartmenthäusern (betreutes Wohnen), kann eine Gemeinschaftsverpflegung erfolgen. Der Caterer kann im Hause produzieren oder anliefern. Ob nun der Service im Speisesaal oder auf dem Zimmer erfolgt, wird sich durch das Konzept des betreuten Wohnens entscheiden oder dadurch, dass keine weitgehende Selbstversorgung mehr möglich ist. Sogar ein First-Class-Hotelservice mit individuellen Essenszeiten, täglich frischem Obst, Zeitungsservice, Video-, Fax- oder Computerservice wird bereits von großen Caterern angeboten.

Die Besonderheiten der Ernährung werden die Produktion und die Angebotspalette stark beeinflussen. Bei der Möglichkeit, alle allgemein üblichen Produkte verwenden zu dürfen, wird die Angebotspalette wenig eingeschränkt, da auf internationale Produkte zurückgegriffen werden kann, wenn im eigenen Land gerade nicht Saison ist. So bietet der internationale Handel bei Obst und Gemüse mehr Möglichkeiten für Speisenangebote, als dies saisonal im heimischen Anbau möglich ist; man denke an Waldbeeren zu Weihnachten oder an die große Vielfalt von Salaten zu jeder Jahreszeit.

Müssen Produkte aus ökologischem Anbau verwendet werden, wird die Angebotspalette schon etwas eingeschränkter sein, da man stärker an die Saison der inländischen Produkte gebunden ist. Nicht jede Auslandsware ist aus biologischem Anbau zu erhalten – zumindest nicht zu einem vernünftigen Preis. Auch heimische Produkte aus artgerechter Tierhaltung sind nicht täglich in allen Variationen oder wünschenswerter Menge erhältlich und somit wird die Angebotspalette auch dahingehend eingeschränkt. Ökologischer Anbau oder artgerechte Tierhaltung grenzen sich eben vom Intensivanbau oder von der Massentierhaltung u. Ä. durch Mengenbegrenzungen ab.

Sind Produkte für besondere Ernährungsformen (Diät) vorgeschrieben, wird die Angebotspalette noch enger, da diese Produkte z. T. teuer sind oder sich nicht jedes Gericht damit herstellen lässt. Hierunter fallen z. B. Backprodukte aus glutenarmem Maismehl oder Buchweizen oder Reis für Personen mit Klebereiweißunverträglichkeit (Zöliakie).

Sind Produkte mit besonderen Anreicherungen von Spurenelementen, Mineralien und Vitaminen, sogenannte makrobiotische Lebensmittel, zu verwenden, ist dies beim Speisenangebot durch Rezepturänderungen oder bei Menüzusammenstellungen zu berücksichtigen. Zum Beispiel müsste beim Menü die Süßspeise „Crepe mit Eis gefüllt“ durch „Crepe mit Joghurtcreme gefüllt“ ausgetauscht werden, da es noch kein makrobiotisches Eis, wohl aber makrobiotischen Joghurt gibt.

Über Produktionsverfahren und Ernährungsformen wird in den nächsten Kapiteln mehr zu lesen sein.

1. Formen des Caterings

Die Besonderheiten im sozialen und psychischen Bereich sowie die Besonderheiten der allgemeinen Versorgung im sanitären oder medizinischen Bereich wirken sich auf die Logistik und die Anrichteweise aus. Die Essensausgabe kann durch Personal oder in Selbstbedienung erfolgen. Es können besonderes Geschirr, wie eine Schnabeltasse, unzerbrechliches Geschirr oder stumpfe, ungefährliche Messer nötig sein.

Bei der Zielgruppe „kranke Menschen und Reha“ werden die Menschen naturgemäß meist in Kliniken oder Erholungsheimen untergebracht. Die Verpflegung kann als Saalservice oder Zimmerservice erfolgen. Die Ernährung kann aus verschiedenen Diätformen oder besonderen Kostformen, wie z. B. Ayurveda, bestehen. Auch hier muss der Caterer seine Angebote und Aufgaben entsprechend anpassen. Um diese Aufgaben erfüllen zu können, ist meist besonders geschultes Personal, wie z. B. Diätköche oder Diätassistentinnen, nötig. Auf einige Diätformen wird später eingegangen.

Des Weiteren sind folgende Trends und Entwicklungen im Marktsegment des Care-Caterings zu beachten und zu berücksichtigen:

Die Sparmaßnahmen der Sozialversicherungsträger werden weiterhin zunehmen. Davon sind sowohl Kliniken als auch Senioreneinrichtungen maßgeblich betroffen. Die Finanzierung von Heil- und Pflegemaßnahmen durch die gesetzliche Pflegeversicherung wird zunehmend unsicherer. Kliniken konzentrieren sich vermehrt auf ihre Kernkompetenzen, sodass hier mit zunehmender Tendenz Verpflegungsdienstleistungen vom Outsourcing betroffen sein werden. Des Weiteren sorgt sowohl der medizinische Fortschritt als auch der Kostendruck der Kliniken für eine zunehmend kürzere Verweildauer der Patienten in stationärer Behandlung.

Bezüglich der Senioreneinrichtungen ist aufgrund der demografischen Entwicklung – die Lebenserwartung steigt stetig weiter an – mit einem Wachstumsmarkt zu rechnen, zumal die Kaufkraft der Senioren bisher stetig gestiegen ist.