

Essen auf Rädern: eine komplexe Dienstleistung

Damit das lange Leben in der Häuslichkeit gelingt, braucht es zuverlässige Versorgungsstrukturen. Dazu zählt nicht zuletzt die Speiserversorgung. Worauf müssen sich die Anbieter von Mahlzeitendiensten künftig einstellen? Welche Vorgaben gibt es? Wer sind die Kund:innen und was wünschen sie sich?

Text: Hans-Georg Fraune



Die Selbstständigkeit von Senior:innen zu erhalten ist das erklärte Ziel der Politik und entspricht dem Wunsch der Menschen. Der Großteil der Hochbetagten möchte auch in Zukunft in den eigenen vier Wänden leben und möglichst nicht in ein Senioren- oder Pflegeheim wechseln. Das haben auch die Studienergebnisse „Was, wo und wie Senioren morgen essen möchten“ des Instituts für Biomedizin des Alterns der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU), gefördert durch

die Karl-Düsterberg-Stiftung, im Mai 2018 gezeigt. Gerade in Zeiten von Covid-19 kommt dem mehr als 50 Jahre alten Geschäftsmodell Essen auf Rädern von Wohlfahrtsorganisationen, Pflegediensten oder privaten Anbietern eine noch höhere Bedeutung zu. Das Verlangen – gerade der älteren Menschen und der Menschen aus Risiko-Gruppen –, zuhause zu bleiben und trotzdem gut versorgt zu sein, wirkt sich stark auf die Nachfrage von Essen auf Rädern-Angeboten aus. Ein weiterer Aspekt ist die Urbanisierung. Schon heute

leben immer weniger Familien über Generationen hinweg unter einem Dach. Junge Leute ziehen in die Stadt, die Landbevölkerung wird überaltern. Der Bedarf nach (Pflege-) Dienstleistungen wird gerade im ländlichen Raum steigen. Hinzu kommt, dass es aufgrund der demografischen Entwicklung künftig mehr hochbetagte Menschen in Deutschland geben wird. Es ist daher zu erwarten, dass die Nachfrage nach Essen auf Rädern-Dienstleistungen auch in Zukunft weiter steigen wird.

Veränderte Rahmenbedingungen

Allerdings wirken sich veränderte Rahmenbedingungen auf die Wirtschaftlichkeit der Anbieter aus – zum Beispiel die Einführung und stufenweise Erhöhung des Mindestlohns oder der Wegfall der Umsatzsteuerbefreiung für Wohlfahrtsverbände. Hinzu kommt, dass sich heute die Mahlzeitendienste der rapide fortschreitenden Digitalisierung

Alexa, bitte bestelle für mich Essen auf Rädern!

und weiteren anspruchsvollen Herausforderungen stellen müssen: Verschiedene Vermarktungsmaßnahmen, steigende Qualitätsansprüche der Kund:innen, Tourenoptimierung oder die Ausweitung des Liefergebiets.

Womit müssen sich Anbieter von Essen auf Rädern heute beschäftigen, um das Potenzial der Dienstleistung in Zukunft ausschöpfen zu können? Wer sind die Kund:innen? Was wünschen sich die Kund:innen?

„Alexa, bitte bestelle für mich Essen auf Rädern“

Digitale Assistenz-Systeme werden bei der Bestellung an Bedeutung gewinnen. So einfach wie möglich sollte die Bestellung für die Essen auf Rädern-Kund:innen sein. Greifen heute die Hochbetagten immer noch gerne täglich zum Telefon, werden es in Zukunft die digitalen Assistenz-Systeme sein, die die Bestellung aufnehmen. Vor allem für Angehörige ist die Möglichkeit, online Mittagessen für ihre Eltern zu bestellen, inzwischen schon fast selbstverständlich.

Übrigens bedarf es auch einer zeitgemäßen Abrechnung. Wer sein Essen online bestellt, erwartet sichere Bezahlmethoden wie Paypal & Co.

Messen, Qualität und Trends

- 01** Mit „#apetito goes digital“ fand im Frühjahr die erste eigene virtuelle Messe des Unternehmens apetito statt. Das Unternehmen ist auch auf der Messe ALTENPFLEGE vertreten. Diese findet in diesem Jahr ebenfalls rein digital vom 6. bis 8. Juli statt auf altenpflege-messe.de
- 02** Aktualisierte Qualitätsstandards der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) sind ab sofort auch als gedruckte Broschüren bestellbar, darunter auch für Senioreneinrichtungen inklusive „Essen auf Rädern“. dge.de
- 03** Aktuelle Ernährungstrends, die zurzeit in aller Munde sind, werden hier vorgestellt: apetito.de/magazin/2018/06/ernaehrungstrends

Angebot abgestimmt auf gesundheitliche Faktoren

Wer sich die Essen auf Rädern-Kund:innen anschaut, stellt schnell fest, dass wir es mit einer heterogenen Gruppe zu tun haben. Gerade im Vergleich zu anderen Altersgruppen spielen in der Gruppe der 75- bis 85-Jährigen verschiedene Faktoren eine Rolle bei der Auswahl des Mittagessens. Sowohl das Geschlecht als auch der gesundheitliche und funktionelle Zustand sowie Bildungsstand, finanzielle Ressourcen und Wohnbedingungen kommen zum Tragen.

Gefragt ist vor allem eine Menüvielfalt, abgestimmt auf den Geschmack der Senior:innen, der sich mit Blick in die Zukunft ändern wird. Ist es heute noch das klassische Gericht mit Hauptkomponenten in Form von Fleisch, Sättigungs- und Gemüsebeilage, so werden künftig auch immer mehr beispielsweise vegetarische Komplettgerichte nachgefragt.

Ebenso wichtig ist aber auch das Angebot an speziellen Menüs für besondere Ernährungssituationen, wie pürierte Gerichte für Menschen, die unter Kau- und Schluckbeschwerden leiden. Vor allem spielt mit zunehmendem Alter auch die potenzielle Gefahr der Mangelernährung eine Rolle.

Als wichtiger Indikator gilt Frailty (Gebrechlichkeit). So betrifft Sarkopenie etwa 20 Prozent aller Frauen und Männer im siebten Lebensjahrzehnt und die Hälfte der über 75-Jährigen. Eine ausgewogene, eiweißhaltige Ernährung in Kombination mit Bewegung kann Frailty entgegenwirken. Sie trägt erheblich zur gesundheitlichen Prävention bei und verkürzt zudem die Genesungsdauer bei Erkrankungen.

Nicht zuletzt müssen aber alle Menüangebote größtmögliche Produktsicherheit und hohe hygienische Standards aufweisen. So verfügen Anbieter von Essen auf Rädern-Dienstleistungen idealerweise über ein Qualitätsmanagement-System.

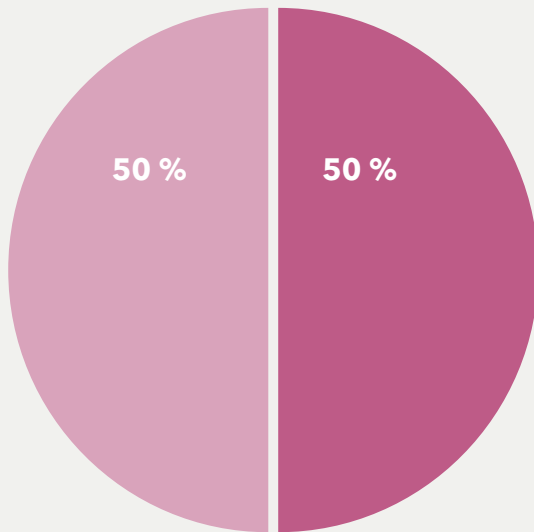
Gesetzliche Vorgaben und der Wunsch nach Sicherheit

Wer eine Essen auf Rädern-Dienstleistung anbietet, der weiß, wie vielschichtig und komplex gerade die Logistik

Senior:innen | Wie sieht der durchschnittliche Tischgast aus?

Grafik 1

Entscheidungsträger:innen für EaR



■ Senior:innen
■ Angehörige und Multiplikator:innen



2/3 weiblich



83 Jahre



Verweildauer von 1,5 Jahren



5 x die Woche



3 Mahlzeiten pro Tag



- Kostformen
- Allergene
- traditionell
- saisonale, regionale Rezepturen
- z.T. spezielle Ernährung notwendig (Dysphagie, Mangelernährung etc.)

ist. Auf der einen Seite müssen gesetzliche Vorgaben wie Standzeiten und Anliefertemperatur eingehalten werden. Auf der anderen Seite ist es zwingend notwendig, Touren zu optimieren, um die Auslieferung möglichst wirtschaftlich zu gestalten. Je größer die Liefergebiete, desto schwieriger kann es sein, die gesetzlichen Vorgaben einzuhalten.

Es ist elementar wichtig, dass alle Schritte – von der Zubereitung bis hin zur Lieferung der Gerichte – aufeinander abstimmt sind. Der Wunsch nach einer digitalen Anlieferungsankündigung und -bestätigung – analog zum klassischen Onlinehandel – wird sich in den nächsten drei bis sechs Jahren noch verstärken. Gerade digitale Telematik-Tools können den Angehörigen ein hohes Maß an Sicherheit vermitteln. Übrigens sollten Essen auf Rädern-Dienste auch über Notfall-Konzepte verfügen, die genau definieren, was zu tun ist, wenn der Kunde zum Beispiel die Haustür nicht öffnet oder nach Hilfe ruft.

Wichtig ist die tägliche Anlieferung des Mittagessens für viele Senior:innen. Denn diese Anlieferung ist häufig – neben dem Pflegedienst – der einzige soziale Kontakt, den sie am Tag haben. Für die Angehörigen bietet dies eine Sicherheit, dass täglich jemand nach dem Rechten schaut.

Ohne Vermarktung geht es nicht

Erfahrungsgemäß nutzen Senior:innen durchschnittlich 18 Monate den Essen auf Rädern-Service. Haben vor Jahren die Kund:innen noch im Telefonbuch oder in den Gelben Seiten gesucht, findet der Informationsprozess

inzwischen digital im Internet statt. Bewertungsportale, der Austausch über Social Media sowie die Erfahrungen „anderer“ werden recherchiert. Die Diskussionen über Essen werden bisweilen emotional geführt, denn eigentlich kann wirklich jeder mitreden, dafür braucht man vermeintlich kein Experte zu sein.

Der Mahlzeitendienst



Grafik 2

Senior:innen nutzen durchschnittlich 18 Monate den Essen auf Rädern-Service.

Nicht nur die Angehörige, sondern auch die Kund:innen selbst werden in Zukunft noch mehr Multichannel unterwegs sein – die Vermarktungsmaßnahme gilt es genau darauf abzustimmen. Offline-Maßnahmen, wie klassische Anzeigen, werden mehr und mehr durch Online-Kampagnen, wie AdWords-Kampagnen oder Content-Marketing-Maßnahmen, ergänzt. Idealweise gibt es Experten, die sich um diese Aufgaben hausintern kümmern und auch das zeitlich nicht zu unterschätzende Community Management im Blick haben.

Wer auch in Zukunft den Essen auf Rädern-Service erfolgreich und wirtschaftlich anbieten möchte, muss die Logistikprozesse beherrschen sowie in umfangreiche Digitalisierungs- und maßgeschneiderte Optimierungsmaßnahmen investieren. Auch ist es möglich, die arbeitsintensiven Prozessschritte an einen Partner auszugliedern. ◀



Hans-Georg Fraune

Nationaler Verkaufsleiter apetito AG
hans-georg.fraune@apetito.de