

„Der Konsument in der Handelsgastronomie 2019“

Milliarden mit Sandwiches & Co

Dienstag, 04.06.2019

Der schnelle Snack für zwischendurch oder auch die gesetzte Sterneküche – viele deutsche Händler bieten ihren Kunden auch kulinarische Services. Handelsgastronomie ist zum konzeptionellen Bestandteil vieler Einkaufsstätten geworden, denn Kunden möchten nicht mit knurrendem Magen durch die Geschäfte bummeln. Und auch der gestresste Büromensch findet ein passendes Angebot für seine Mittagspause. **Das EHI stellt in seiner Verbraucherbefragung in Kooperation mit GfK fest, dass sich Handelsgastronomie etabliert hat und prognostiziert für 2019 einen Gesamtumsatz von 10 Mrd. Euro.**

Der Umsatz steigert sich von 9,29 Mrd. Euro in 2017 um rund 4% pro Jahr auf prognostizierte 10 Mrd. Euro in diesem Jahr. „Wenn Konsumenten frische, verzehrfertige Speisen im Handel kaufen, geben Sie dafür durchschnittlich ca. 22 Euro im Monat aus“, so Olaf Hohmann, Geschäftsleitung und Handelsgastronomie-Experte beim EHI. Fast jeder zweite Kunde der Handelsgastronomie kauft bei der Gelegenheit auch andere Artikel im Handel vor Ort ein.

Empfehlung oder Zufall

Von neuen gastronomischen Angeboten erfahren die Kunden zu 65% durch Empfehlungen von Freunden, Familie und Kollegen. Print-Werbung über Flyer, Werbebeilagen, Handzettel oder Zeitungen und Zeitschriften ist eine ebenso häufige Informationsquelle, die besonders die ab 40-Jährigen nutzen. Zufälliges Entdecken im Vorbeigehen spielt in fast allen Altersklassen eine große Rolle (57%). Über soziale Medien (20%) und andere Online-Kanäle (18%) informieren sich eher jüngere Kunden (bis 39 Jahre), aber insgesamt deutlich weniger.

To Go oder vor Ort

Über 60% der Handelsgastronomie-Kunden nutzen die gastronomischen Angebote von Möbelhäusern. Fast die Hälfte (49%) verzehrt die gekauften Speisen an Ort und Stelle. In Einkaufszentren ist die Gruppe der Hungrigen mit 68% noch etwas größer, aber nur ein knappes Drittel isst die Speisen vor Ort. Zwar gibt es im Supermarkt mit 69% die größte Gruppe der Handelsgastronomie-Kunden, aber dort sind die Kunden am wenigsten animiert, die Speisen auch im Geschäft zu sich zu nehmen. Nur acht Prozent gehören im Supermarkt zu den Vor-Ort-Verzehrern.

Kurzer Snack oder langer Lunch

Für ihre kulinarische Pause hält sich rund ein Viertel der Kunden über 20 Minuten im Handel auf. Weitere 42% nimmt sich hierfür bis zu 20 Minuten Zeit und nur bei 15% nimmt die Essenspause bis zu 10 Minuten in Anspruch. In der Handelsgastronomie sind 36% der Kunden rundum zufrieden. Allerdings bemängeln insgesamt zwei Drittel unterschiedliche Aspekte. So stören sich rund 30% der Kunden am Lärmpegel, unfreundlichen Mitarbeitern und mangelnder Sauberkeit. Jeweils rund ein Viertel kritisiert die Atmosphäre oder die Qualität der Speisen.

Döner oder DIY-Food

Zwar kennen Kunden trendige Gerichte wie Bowls, Smoothies oder DIY-Food, hauptsächlich verzehrt wird aber immer noch Altbekanntes wie kalte, belegte Brötchen, Sandwiches oder Wraps (36%). Den zweiten Platz im Ranking der beliebtesten Gerichte nehmen Döner/Pide (32%) ein, gefolgt von Wurst/Currywurst (26%). Die nächsten fünf Plätze belegen Salate, Kuchen, warme belegte Brötchen, Pizza/Pasta oder Hähnchen mit jeweils knapp unter 20%.

Milliarden mit Sandwiches & Co

Links

- [EHI](#)
- [GfK](#)