

# **EHI Retail Institute**

## **Handelsgastronomie zwischen Erholung und Herausforderungen**

Mittwoch, 31.08.2022

Die Handelsgastronomie hat unter den Restriktionen der Covid-19-Pandemie stark gelitten, ist aber seit Auslaufen der Einschränkungen auf einem guten Weg, sich zu erholen. Die Händler erwarten in diesem Jahr im Durchschnitt nur noch ein Umsatzminus von etwa zehn Prozent gegenüber 2019, so eines der Ergebnisse der EHI-Studie „Handelsgastronomie in Deutschland 2022“. „Nach zwei schwierigen Jahren befindet sich die Handelsgastronomie in Deutschland wieder im Aufschwung. Viele Gastronomie-Verantwortliche im Handel haben mit Konzeptanpassungen und neuen Ideen die Pandemie-Situation verhältnismäßig gut gemeistert. Allerdings kommen mit steigenden Energie- und Rohstoffpreisen sowie dem bestehenden Personalmangel neue Herausforderungen auf die Gastronomie im Handel zu“, erklärt Olaf Hohmann, Leiter Forschungsbereich Handelsgastronomie beim EHI.

### **Gesamtumsatz wächst wieder**

Die Umsatzzahlen in der Handelsgastronomie lassen einen deutlichen Aufwärtstrend erkennen, auch wenn die EHI-Prognose für 2022 nicht an das Vor-Corona-Jahr 2019 herankommt. Wurde im ersten Pandemie-Jahr 2020 noch ein Umsatz von 7,55 Mrd. Euro und damit 2,45 Mrd. Euro weniger als 2019 erzielt, erreichte der Umsatz im Jahr 2021 mit 7,72 Mrd. Euro ein leichtes Plus. Für 2022 sind die befragten Händler optimistisch gestimmt und rechnen mit einem Gesamtumsatz für die Handelsgastronomie von knapp neun Mrd. Euro.

In 84 Prozent der Filialen haben die Händler ihre Food-Konzepte überdacht und an die Pandemie-Situation sowie das veränderte Konsumverhalten angepasst. Dazu gehören neben der Vereinfachung der Speisen, der Ausbau der Take-away- und Convenience-To-go-Angebote, ein stärkerer Fokus auf Kombi-Gerichte, ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis bei den Angeboten und die Berücksichtigung von Trendspeisen. Dass die Kundschaft zuletzt verstärkt Speisen zur Mitnahme und To-go-Convenience gekauft hat und weniger vor Ort die höherpreisigen Restaurant- und Café-Angebote nutzte, zeigt sich auch beim Durchschnittsbon. Dieser liegt bei 4,92 Euro für Einkäufe in der Handelsgastronomie.

### **Branche fürchtet steigende Energie- und Rohstoffpreise**

Die Erfolgsfaktoren in der Handelsgastronomie liegen den Händlern zufolge in den Bereichen Kundenorientierung, Prozessoptimierung und Produktqualität. Die Lage (82 Prozent), das gute Preis-Leistungs-Verhältnis (77 Prozent) sowie qualitativ hochwertige Zutaten, frische Produkte und die Nähe zur Kundschaft (je 68 Prozent) versprechen ihrer Ansicht nach den größten Erfolg. Allerdings steht die Branche weiterhin vor großen Herausforderungen. Steigende Energie- und Rohstoffpreise (77 bzw. 68 Prozent) stellen die größten Hürden dar. Sie tauchen vor dem Hintergrund der aktuellen Kriegssituation erstmalig im Ranking auf.

### **Ziele verschieben sich**

Standen die Ziele Umsatzsteigerung und Gewinnerhöhung vor zwei Jahren noch ganz oben im Ranking, wollen die Händler in der aktuellen Situation mit ihrem gastronomischen Angebot vor allem die Frequenz in ihren Filialen steigern, Kundinnen und Kunden gewinnen und an sich binden (je 67 Prozent). Wer eine Gastronomie betreibt, verbindet damit auch den Zweck, sich vom Wettbewerb zu differenzieren. Gleichzeitig sollen Handel und Gastronomie als ganzheitliches Konzept funktionieren und zur Imagesteigerung sowie einer erhöhten Verweildauer der Kundschaft beitragen, sagen je 43 Prozent der Befragten.

Damit das gelingt, sollte die Kontrolle über Food-Konzept, Qualität, Sauberkeit, Service, Wertschöpfung und das eingesetzte Personal beim Handel liegen. In 72 Prozent der Filialen wird die Gastronomie deshalb auch in Eigenregie geführt. Die Planungen im Lebensmitteleinzelhandel gehen noch weiter. Die Händler sehen für ihre Branche in der Gastronomie die Chance, Lebensmittelkompetenz zu zeigen und dadurch auch ein positives Image für ihre Handelsstandorte zu erreichen. 27,3 Prozent der Lebensmitteleinzelhändler wollen in Zukunft auf der Fläche mehr Eigenregie, lediglich 18,2 Prozent streben stärker gastronomische Fremdleistungen an.

Weitere Ergebnisse der Studie werden im Rahmen des EHI Handelsgastronomie Kongress am 21. und 22. September 2022 in Frankfurt vorgestellt.

## **Handelsgastronomie zwischen Erholung und Herausforderungen**