

Pressekontakt **RegioPlan Consulting GmbH**
 Mag. Alexandra Popescu
 Theobaldgasse 8, A-1060 Wien
 T: +43 1 586 04 53-18, M: +43 699 1 586 04 22
 a.popescu@regioplan.at, www.regioplan.eu

Datum 9. Oktober 2013

Presseaussendung **SCHNELL, FRISCH UND GESUND –
 SYSTEMGASTRONOMIE IN ÖSTERREICH!**

Trend **Hochwertiges Fast-Food dominiert die Systemgastronomie!**

Rund 1,3 Milliarden Euro setzen Systemgastronomen in Österreich um, was einem Wachstum von rund 22% seit 2008 entspricht. Rund die Hälfte davon entfällt auf den Fast-Food-Sektor. Ausschlaggebend für diese starke Bedeutung der Fast-Food-Gastronomie ist McDonald`s, der mit seinen mehr als 180 Standorten den Systemgastronomiemarkt in Österreich klar dominiert. „Gerade am Beispiel McDonald`s lassen sich einige der aktuell wichtigsten Gastronomietrends ablesen“, erklärt Mag. Hanna Bomba-Wilhelmi, Geschäftsführerin von RegioPlan Consulting. „Fast-Food war gestern, heute geht es um Frische und Regionalität, Nachhaltigkeit und Gesundheit sowie um ein hochwertiges Ambiente mit Aufenthaltsqualität.“

Trend **Essen bei Ikea – der Handel braucht die Gastronomie!**

Mit einem Marktanteil von 21% ist auch die sogenannte Handelsgastronomie in Österreich von Bedeutung. Das sind SB-Restaurants oder Gastronomieecken beispielsweise in Möbelhäusern und großen Lebensmittelmärkten. „Dem stationären Einzelhandel wird immer mehr Erlebnis, Atmosphäre und Aufenthaltsqualität abverlangt, weil der reine Versorgungscharakter durch das Internet erfüllt wird“, erklärt Bomba-Wilhelmi. „Die Kombination von Handel mit guten und dem Zeitgeist angepassten Gastronomiekonzepten ist dabei sehr wichtig.“

Trend **Mittagsgeschäft im urbanen Bereich steigt!**

Um satte +39% sind die durchschnittlichen Konsumausgaben der österreichischen Haushalte seit 2000 bis heute für den Bereich Verzehr

außer Haus gestiegen. Die durchschnittliche Haushaltsgröße beträgt 2,3 Personen. Von den insgesamt 2.170 Euro, die wir aktuell dafür aufwenden, werden rund 78% während unserer Freizeit ausgegeben. Überdurchschnittliche Steigerungen können im Bereich der Ausgaben für Essen am Arbeitsplatz (+40%) und während der Hort- und Schulzeit (+42%) registriert werden. „Diese Zahlen belegen, warum immer mehr Angebote für Mittagessen insbesondere im urbanen Raum zu finden sind“, so Bomba-Wilhelmi.

❖ Schnell, frisch und gesund!

Das Essen außer Haus hat Hochkonjunktur – insbesondere in den Städten. So sind die durchschnittlichen Konsumausgaben der Haushalte in urbanen Gegenden in Österreich um fast fünf Mal höher als die im ländlichen Bereich. Der immer höhere Anteil an arbeitenden Menschen – insbesondere Frauen – der langsam aber kontinuierlich ansteigende Wohlstand sowie die große Bedeutung der Freizeit- und Erlebniskultur in unserem Teil der Welt schaffen auch eine starke Nachfrage nach neuen Gastronomieangeboten.

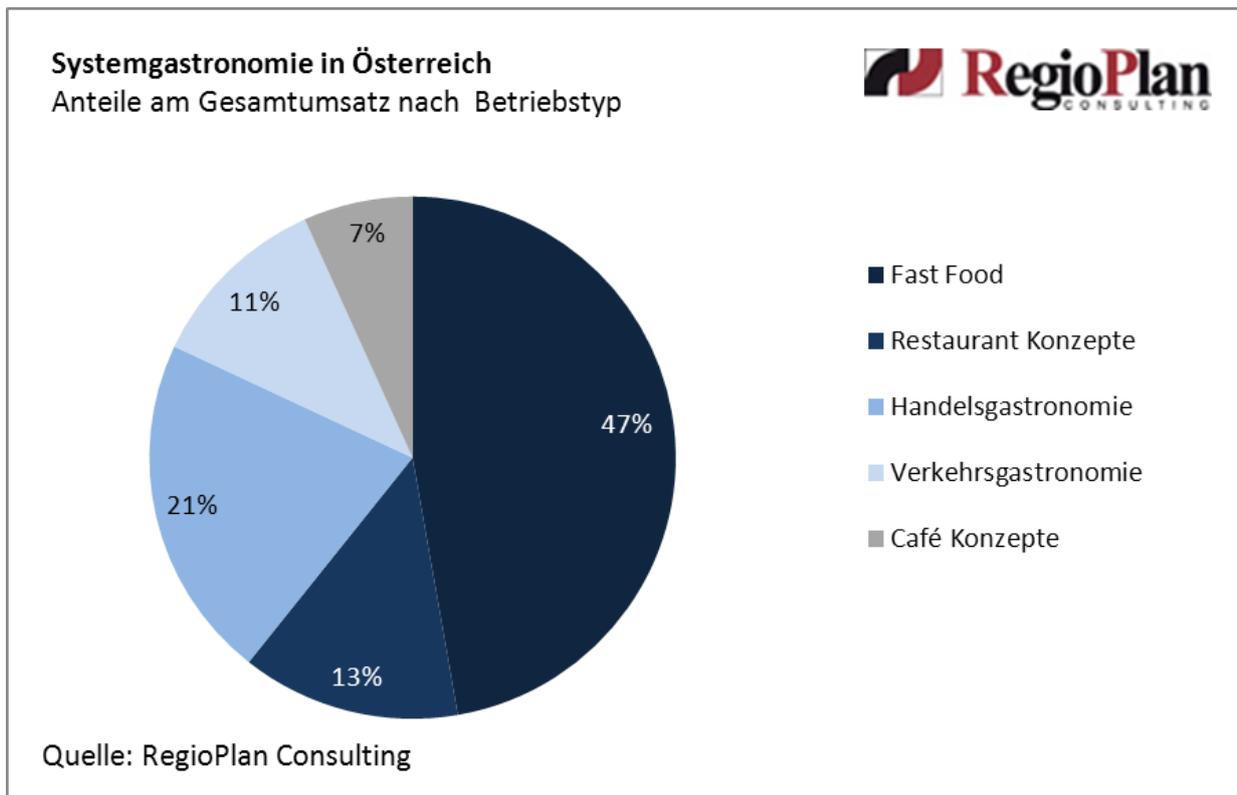
Von den rund 1,3 Milliarden Euro, die Systemgastronomen hierzulande umsetzen, ist es rund die Hälfte, die auf Konten der Fast-Food-Anbieter geht. Eine klare Dominanz hat dabei McDonald`s, der mit seinen mehr als 180 Standorten deutlicher Marktführer sowohl vom Umsatz als auch von der Anzahl seiner Filialen her ist. Im Standortranking folgen nach McDonald`s die Merkur (rund 60) und Interspar (über 50), die Lutz und Mömax (mehr als 40) Restaurants sowie die Kette Schnitzlhaus (mehr als 40).

Top Systemgastronomen in Österreich
nach der Anzahl ihrer Standorte

Marktteilnehmer	Anzahl der Standorte 2012
Mc Donalds	184
Merkur Restaurant	60
Interspar Restaurant	53
Lutz/Mömax	45
Schnitzlhaus	43

Quelle: RegioPlan Consulting

„Die Attribute Frische, Regionalität, Nachhaltigkeit und Gesundheit gepaart mit einem hochwertigen Ambiente sind für eine erfolgreiche Systemgastronomie von heute entscheidend“, fasst Bomba-Wilhelmi die Trends zusammen. Schreiben die Konsumenten einer Gastronomiemarke diese Attribute zu, dann sind sie auch bereit, mehr Geld zu bezahlen – ob es sich um einen Kaffee bei McDonald`s oder Starbucks, um einen frisch gepressten Orangensaft bei freshii oder um einen Salat bei Vapiano handelt.



❖ **Gastronomie wird für den Handel immer wichtiger!**

Angesichts der Konkurrenz aus dem Onlinebereich muss sich der stationäre Einzelhandel zusätzliche Argumente einfallen lassen, warum der Konsument noch seine Geschäfte aufsuchen sollte. Allein, um die ausgestellte Ware zu begutachten und sie zu kaufen, reicht nicht mehr aus – außer wenn man ein Produkt dringend braucht. Die Betonung des sozialen und Erlebnischarakters könnte eines dieser Argumente sein, warum wir gerne in ein stationäres Geschäft gehen. Dabei kommt der Gastronomie eine immer wichtigere Rolle zu, denn diese kann die Verweildauer in einem Geschäft oder Shopping Center erhöhen. „Gute Gastronomiekonzepte, die diese Verweildauer erhöhen können, achten dabei auf Genuss, Austausch und Erlebnis“, betont Bomba-Wilhelmi. So verwundert es nicht, dass die Gastronomie in etablierten Möbelhäusern und Supermärkten einen Marktanteil von 21% am gesamten Systemgastronomiemarkt erreichen. Ebenso steigt die Bedeutung der Gastronomieflächen in Einkaufszentren.

❖ **Nachfrage nach Mittagsgeschäft steigt!**

Von den rund 2.170 Euro, die durchschnittlich ein Haushalt im Jahr für den Verzehr außer Haus ausgibt, entfällt der größte Anteil auf Essen und Trinken in der Freizeit (78%). Allerdings steigt insbesondere die Bedeutung des Mittagsgeschäftes gerade im urbanen Bereich – ob für Kinder oder

Erwachsene. Dabei stechen die Steigerungen hervor, die für Essensausgaben während der Schul- und Hortzeit im Handel getätigt werden (+68%). Darauf reagiert der klassische Lebensmittelhandel auch mit eigenen Convenience-Konzepten, wie der Billa Box oder Food in the City von Spar. Auf kleineren Flächen als im üblichen Supermarkt werden in diesen Geschäften Snacks angeboten, die gleich verzehrt werden können – ob im Geschäft in den eigens dafür eingerichteten Gastronomieecken, unterwegs oder am Arbeits- oder Schulplatz. Diese Konzepte sind meistens im urbanen Bereich zu finden. „Dies ermöglicht auch eine Nachverdichtung und damit eine bessere Marktabschöpfung für den Lebensmittelhandel“, kommentiert die Geschäftsführerin des Handelsberaters RegioPlan diese Entwicklungen.

RegioPlan Consulting zählt zu den führenden Beratern für Handels- und Handelsimmobilienthemen in Europa. Wir beantworten Fragen rund um das Thema Point-of-Sale. RegioPlan ist seit 30 Jahren am europäischen Markt tätig und arbeitet für international tätige Kunden aus dem Einzelhandel, der Immobilienwirtschaft, dem Dienstleistungs- und Finanzierungssektor.