



Special Report

Der deutsche Markt für Systemgastronomie 2011

www.cbre.de

November 2011

Der deutsche Markt für Systemgastronomie 2011

von Sven Buchsteiner, Senior Consultant Retail Consulting & Research, Germany
 Peter Möhring, Consultant Retail Consulting & Research, Germany
 Silvia Bunthoff, Retail Consulting & Research, Germany

EINLEITUNG

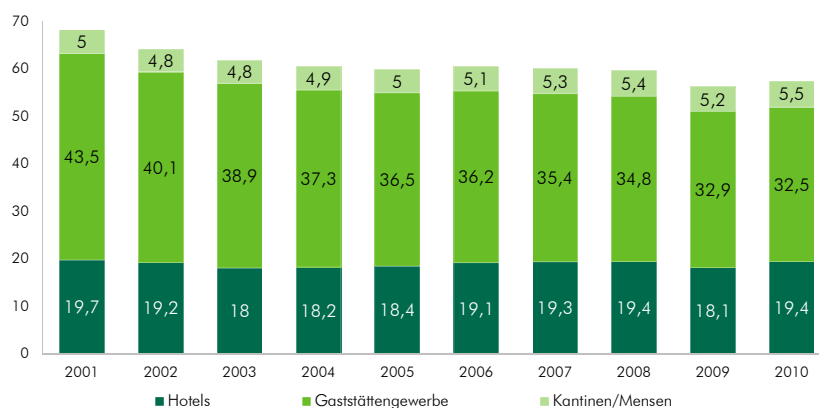
Der deutsche Markt für Systemgastronomie verzeichnet in den vergangenen Jahren eine positive Entwicklung. Das Filialnetz bei Systemgastronomen erstreckt sich häufig über zahlreiche Großstädte, mindestens aber über mehr als drei Filialen. Den Kunden wird dabei in jeder Filiale die gleiche Produktpalette geboten. Diese Vereinheitlichung zählt zu den Erfolgsfaktoren der Systemgastronomen. Neben bekannten internationalen Systemgastronomie-Ketten wie McDonald's, Subway, Kentucky Fried Chicken oder Starbucks kommen in den vergangenen Jahren regelmäßig neue Filialisten mit ihren innovativen Konzepten auf den deutschen Markt. Dabei wird der Wert in erster Linie auf nachhaltige Produkte gelegt, die auch als Well Food oder gehobenes Fast Food bezeichnet werden.

Erstmals analysiert CBRE den deutschen Systemgastronomiemarkt auf seine Expansionstätigkeit hin. Die Analyse basiert auf allen veröffentlichten Vermietungsabschlüssen/Meldungen* von Systemgastronomie-Konzepten zwischen den Jahren 2007 bis einschließlich Oktober 2011. Die Studie umfasst sowohl die klassischen Innenstadtlagen als auch Stadtteil- und Out of Town-Lagen und Shopping-Center**.

MARKTENTWICKLUNG

Die ersten Pioniere der Systemgastronomie in Deutschland waren bereits im Jahr 1955 die österreichische Kette Wienerwald sowie in den 1960er Jahren das deutsche Konzept Kochlöffel. In den vergangenen Jahren ist ein kontinuierlicher Anstieg des Anteils von Systemgastronomie-Vermietungen am Gesamtvermietungsmarkt in Deutschland zu beobachten, von 6 % 2007, jeweils 7 % 2008 und 2009, 8 % 2010 und 10 % von Januar bis Oktober 2011. Insgesamt wurden seit 2007 414 Vermietungstransaktionen seitens Systemgastronomiekonzepten gezählt. Der Anteil von Systemgastronomie-Filialen am gesamten Gastronomie-Vermietungsmarkt beträgt 70 %.

Umsatz im Gastgewerbe in Mrd. Euro (netto)



CBRE 2011

* Da nicht alle Vermietungen gemeldet werden, ist die tatsächliche Anzahl i.d.R. höher.

** Unter Shopping-Center werden hier zusammengefasst: Fachmarktzentren, Flughäfen, herkömmliche Shopping-Center und Nahversorgungszentren.

2010 wurden mit rund 673.000 Beschäftigten insgesamt 32,5 Mrd. € im gesamten Gaststättengewerbe umgesetzt. Insbesondere in den Krisenjahren konnten sich die Systemgastronomen positiv am Markt durchsetzen und als Wachstumsmotor des Gastronomiesektors etablieren. Hierzu tragen vor allem die professionelle Planung und die Durchsetzung des Markennamens durch die Präsenz in vielen Städten und einem einheitlichen Erscheinungsbild bei. Dies wird u. a. auf mit Franchise als Betriebsmodell erreicht. Durch diese klare Positionierung und Profilierung am Markt erreichen die Systemgastronomieunternehmen eine hohe Kundenbindungsquote.

Mit den Jahren hat sich auch das Bedürfnis der Konsumenten verändert. Während vor allem in den 1980er und 1990er Jahren Fast Food-Konzepte in nahezu jeder Stadt über 100.000 Einwohner eröffnet haben, kommen die Gastronomen heutzutage den Kundenwünschen durch neue, innovative Produkte entgegen und definieren das Konzept des Fast Foods neu. Geboten wird heutzutage gehobenes Fast Food in Form von Sushi, Suppen- und Salatbars, Bagel-, Smoothie- oder Coffee-Shops.

Diese Konzepte entsprechen dem aktuellen Verlangen der Konsumenten nach so genanntem Well-Food: Produkte, die gut für Körper und Wohlbefinden sind und die Kategorie des Bio-Foods nochmal auf eine höhere, durch den Kunden als nachhaltig empfundene, Ebene heben.

Oft werden die Produkte durch Front Cooking vor den eigenen Augen frisch zubereitet, denn der zunehmend aufgeklärte Kunde fordert nach zahlreichen Lebensmittelskandalen in der Vergangenheit die vollständige Information über die Zusammensetzung und Herstellung seines Gerichts. Einhergehend mit dem zunehmenden Bedürfnis nach vollständiger Information ist eine stetige Zunahme des Verlangens nach Convenience Food und dem „Außer-Haus-Essen“ zu beobachten. Diese Systemgastronomie-Konzepte passen zu dem allgemeinen Wandel hin zu veränderten und flexibleren Lebens- und Arbeitsentwürfen der Bevölkerung und den geänderten Ernährungsgewohnheiten.

Am Morgen ein Coffee to go, mittags ein „Take-away“-Sandwich, am Nachmittag ein Smoothie und abends der Besuch im Restaurant; besonders Berufstätige profitieren von den zahlreichen Convenience-Konzepten.

Neben zahlreichen bekannten internationalen Konzepten, hauptsächlich Fast Food- oder Coffee Shop-Anbieter aus den USA, expandieren in den vergangenen Jahren zunehmend erfolgreiche regionale und nationale Systemgastronomie-Konzepte auf dem deutschen Markt. Als Erfolgsbeispiel wäre hier Vapiano zu nennen, die von Bonn aus über Deutschland bis in das internationale Ausland innerhalb weniger Jahre expandierten. Die erfolgreichsten 30 Systemgastronomie-Konzepte in Deutschland gemessen am Umsatz sind in der nachstehenden Tabelle festgehalten.

Top-30 Unternehmen des deutschen Systemgastronomie-Marktes 2010

Rang	Unternehmen	Vertriebskonzept	Umsatz in Mio. €	Zahl der Betriebe	Davon Franchise Betriebe
1	McDonald's Deutschland Inc.	McDonald's, McCafé	3.017	1.386	1.136
2	Burger King GmbH	Burger King	750	706	613
3	LSG Lufthansa Service Holding AG 2)	LSG	685	19	0
4	Autobahn Tank & Rast Holding GmbH 3)	T & R Raststätten	595	390	385
5	Nordsee Holding GmbH 4)	Nordsee	297	344	47
6	Subway GmbH	Subway	200	703	703
7	SSP Deutschland GmbH4)	Bahnhof/Straße: Gastro & Handel	184	294	0
8	Ikea Deutschland GmbH & Co. KG4)	Ikea-Gastronomie	175	46	0
9	Aral AG	Petit Bistro	173,2	1.069	1.068
10	YUM! Restaurants Int. Ltd. & Co. KG	Pizza Hut, KFC	156,9	137	116
11	Edeka	Metzger-/Bäcker-Imbiss: Schäfer's, K&U usw.	142	2.500	0
12	Karstadt	Karstadt, Le Buffet	139	87	0
13	Metro	Dinea, Metro C&C	130	121	0
14	Block Gruppe	Block House, Elysée-Gastro, Jim Block etc.	114	43	0
15	Marché Int./Mövenpick	Marché, Mövenpick	112,9	29	3
16	Gate Gourmet Int. Zürich Airport 2)	Gate Gourmet, LTC	105	11	0
17	Vapiano SE	Vapiano	103,5	41	31
18	Starbucks Coffee Deutschland GmbH	Starbucks	100	144	1
19	Shell Deutschland Oil GmbH	Shell Café-Backshops/Autohöfe	99,9	1.110	1.110
20	Kuffler Gruppe	Spatenhaus, Mangostin, Käfer's, Weinzelt u.a.	98,1	38	17
21	Maredo Restaurants Holding GmbH	Maredo	97,9	56	0
22	Joeys Pizza Service GmbH	Joeys Pizza Service	94,2	173	171
23	Stockheim GmbH & Co KG	Flughafen-, Bahnhof-, Messe-Restaurants	86,6	25	4
24	DB Fernverkehr AG	Zugcatering	86,5	401	0
25	Feinkost Käfer GmbH & Co. KG	Käfer Partyservice, Käfer Gastronomie	85	11	2
26	Kamps GmbH	Kamps Backstuben u.a.	80	700	650
27	Hallo Pizza GmbH	Hallo Pizza	77,3	174	173
28	Esso Deutschland GmbH	On the Run, Snack&Shop	69,7	480	180
29	Le CroBag GmbH & Co. KG	Le CroBag	68,3	117	85
30	Europa-Park Mack KG	Freizeitpark-Gastronomie	65	46	0

Quelle: Dehoga 2011

CBRE 2011

Umsatzgewinner 2010 waren in erster Linie McDonald's und Vapiano. Auch Bäckereien wie die Kamps GmbH (Rang 26) oder Le CroBag GmbH (Rang 29) konnten in den vergangenen Jahren erfolgreich an die gute Performance etablierter Coffee Shops wie bspw. Starbucks anknüpfen und bieten zusätzlich zu den Backartikeln auch Kaffeespezialitäten mit Sitzmöglichkeiten zum Verweilen an. Ein dichtes Filialnetz, auch an Verkehrsknotenpunkten wie Bahnhöfen hilft bei der zunehmenden Transformation vom Verkaufsraum zum Convenience-Café. Ein Großteil der Top-30 Unternehmen der Systemgastronomie arbeitet fast ausschließlich mit dem Franchise-System, eine Zusammenarbeit aus der sowohl Franchisenehmer wie auch Franchisegeber profitieren können.

Die folgende Graphik zeigt das Expansionsverhalten von nationalen und internationalen Systemgastronomie-Konzepten in Deutschland im Zeitraum von Januar 2008 bis einschließlich Oktober 2011. Enthalten

sind alle veröffentlichten Neueröffnungen von Systemgastronomie-Konzepten auf dem deutschen Markt. Die tatsächliche Zahl an Neueröffnungen kann dementsprechend höher liegen, da nicht alle Eröffnungen oder Mietvertragsabschlüsse öffentlich kommuniziert wurden.

Top 20 Systemgastronomie-Konzepte in Deutschland seit 2008								
Rang	Mieter bis Okt. 2011	Deals	Mieter 2010	Deals	Mieter 2009	Deals	Mieter 2008	Deals
1	Starbucks	9	McDonald's	9	McDonald's	10	Starbucks	10
2	Dulce Chocolate & Ice Cream	7	Subway	7	Subway	8	Vapiano	5
3	Vapiano	6	Coa	6	Starbucks	6	MyIndigo	4
4	McDonald's	5	Dulce Chocolate & Ice Cream	5	Vapiano	6	Burger King	3
5	Dean & David	4	Vapiano	5	Hooters of America	5	chacha-positive eating	3
6	Immergrün	4	Burger King	4	Le Pain Quotidien	5	Subway	3
7	Langnese Happiness Station	4	L'Osteria	4	Burger King	4	Thang Long	3
8	Maredo	4	Café del Sol	3	Kentucky Fried Chicken	4	Kentucky Fried Chicken	2
9	Schnitzelhuber	4	Hooters of America	3	Campus Suite	3	Kochlöffel	2
10	Scoom	4	Sausalitos	3	Chiquita Fruit Bar	3	Sausalitos	2
11	Alex	3	Starbucks	3	Coa	3	Testa Rossa caffèbar	2
12	Bubble-Tea-Shop	3	Hard Rock Café	2	Café del Sol	2	Maredo	1
13	Call a Pizza	3	LE CROBAG	2	Cucina	2	McDonald's	1
14	Kaimug	3	MoschMosch	2	LE CROBAG	2	Mongo's	1
15	Mundfein Pizzawerkstatt	3	Puro Gusto	1	Segafredo Zanetti	2	Mövenpick	1
16	Subway	3	Schlemmerland	1	Schnitzelhuber	1	Nespresso	1
17	bento box	2	Smiley's Pizza Lieferservice	1	Schwan Restaurant	1	Sandwicher (Fastgoodfood)	1
18	Burger King	2	Supasalad	1	Supergut Gastro	1	Segafredo Zanetti	1
19	Coa	2	Sushi Circle	1	Sushi-Factory	1	Sushi-Factory	1
20	Frozen Yo-ghurt	2	Swiss Break	1	Swiss Break	1	Villa Culinaria	1

Quelle: CBRE GmbH 2011

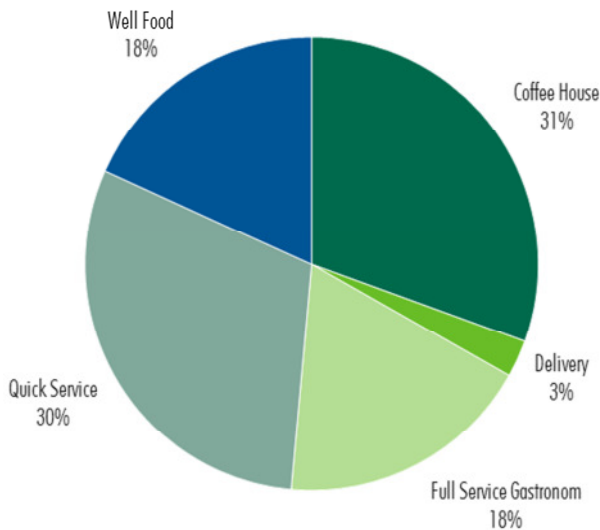
Die aktivsten Player im Vermietungsgeschehen sind seit Jahren McDonald's und Starbucks, beide aus den USA. Aber auch regionale und nationale Systemgastronomie-Konzepte erobern in den vergangenen Jahren

den deutschen Markt, wie bspw. Vapiano (Bonn), Dean&David (Enchilada) oder Dulce Chocolate & Ice Cream (Frankfurt). Vor allem die neu expandierenden deutschen Unternehmen kommen mit innovativen Gastronomiekonzepten auf den deutschen Markt. So kann der Kunde bei Vapiano live zuschauen wie sein Essen an der Theke zubereitet wird und es von dort aus direkt mit an den Tisch nehmen. Bei Dulce Chocolate & Ice Cream wird der Fokus auf die Verwendung von hochwertig qualitativen Produkten gelegt, sowohl bei der Eis- wie auch bei der Schokoladen- und Pralinenherstellung.

MARKTSEGMENTE

Die Systemgastronomie-Konzepte umfassen verschiedene Marktsegmente. Die nachstehende Graphik veranschaulicht die Systemgastronomie-Vermietungen unterteilt nach Marktsegmenten von Quick Service über Well Food, Coffee House, Full Service-Gastronomie und Delivery-Konzepten.

Vermietungen nach Marktsegmenten seit 2008



Quelle: CBRE GmbH 2011

Besonders expansiv in den vergangenen Jahren sind Konzepte der Marktsegmente Coffee House (31 %) und Quick Service (30 %). Der Kategorie Coffee House sind Konzepte wie Starbucks, Coffee Fellows, Dulce Chocolate & Ice Cream, Nespresso oder Bagel Brothers zuzuordnen. Mit oft hochpreisigen, teilweise innovativen Produkten (Kaffee-, Bäckerei- und Eisspezialitäten), verbunden mit einem gewissen Gemütlichkeitsfaktor versuchen die Coffee Houses ihren Konsumenten, ein öffentliches Wohnzimmer mit WLAN-Anschluss zu bieten. Ein anderes Konzept verfolgt bspw. Nespresso, die ihre Filialen als „Nespresso-Boutiquen“ bezeichnen. Mit Standorten in oder in der Nähe von Luxuslagen deutscher Großstädte verzeichnet das Unternehmen große Steigerungsraten in den vergangenen Jahren.

Zu dem Marktsegment Quick Service zählen Systemgastronomie-Ketten wie McDonald’s, Vapiano, Subway, Burger King oder Gosch Sylt. Diese Konzepte bieten den Kunden einen schnellen Selbstbedienungs-Service

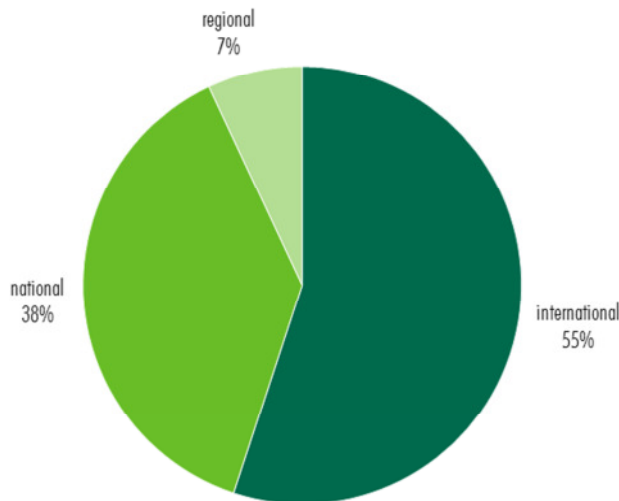
ohne Tischbedienung. Der Kunde bestellt an der Theke sein Menü und nimmt es von dort aus an seinen Tisch mit. Tischbedienungen gibt es bei Quick Service Konzepten nicht. Sie zählen auch weiterhin zu den expansivsten Konzepten in der Gruppe.

Jeweils 18 % aller Vermietungen seitens Systemgastronomen sind den Marktsegmenten Well Food und Full Service Gastronomen zuzuordnen. Zu Well Food Konzepten zählen vor allem asiatische Konzepte wie Sushi-Circle, MoschMosch, Coa sowie Juice- oder Smoothie-Bars wie Chiquita Fruit Bar oder Frozen Yoghurt und Salat- oder Suppenkonzepte wie Dean&David oder Immergrün. Die Well Food Konzepte verbindet die Gemeinsamkeit, dass versucht wird mit gesunden, nachhaltigen Lebensmitteln, den Konsumenten Produkte zu bieten, die sowohl für Körper und Wohlbefinden gut sind. Zu Full-Service Gastronomen zählen Restaurant-Filialen mit Tischbedienung wie Maredo, Hooters of America, Block House oder Sausalitos. Mit 3 % am Gesamtvermietungsmarkt sind Delivery-Konzepte (Lieferservice-Ketten) vertreten, wie bspw. Joey's Pizza oder Mundfein Pizzawerkstatt. Gerade dieser Markt ist weiterhin sehr frequentiert und wird eher durch italienische Pizzalieferanten bestimmt.

HERKUNFT DER SYSTEMGASTRONOMEN

Neue erfolgreiche Gastronomie-Konzepte kommen längst nicht mehr nur aus den USA oder aus dem sonstigen Ausland. Die Zeiten von Burger, Pommes & Co. scheinen langsam eine relative Marktsättigung erreicht und sich nun auf einem erfolgreichen Niveau etabliert zu haben. Seit Jahren gehört McDonald's zu den Marktführern der Systemgastronomen auf dem deutschen Markt, nicht zuletzt wegen des nahezu flächendeckenden Filialnetzes. Seit einigen Jahren expandieren auch zunehmend neue nationale Systemgastronomie-Ketten, wie die nachstehende Graphik veranschaulicht.

Herkunft der Systemgastronomen



Quelle: CBRE GmbH 2011

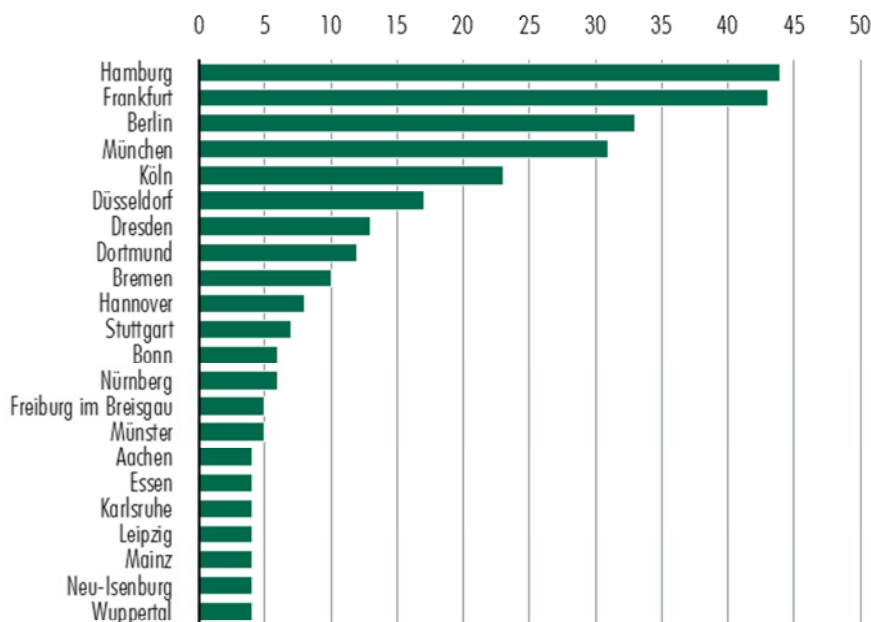
Bei 55 % der veröffentlichten Systemgastronomie-Vermietungen handelt es sich um internationale Konzepte. Die Marktentwicklung der vergangenen Jahre hat gezeigt, dass internationale Unternehmen heutzutage

nicht immer an den Erfolg ihres Heimatmarktes anknüpfen können, so zum Beispiel die US-amerikanische Burgerkette Hooters of America, die teilweise Filialen in Deutschland wieder schließen musste. Ähnliches gilt auch für die australische Coffee-Shop-Kette Gloria Jean's oder Planet Hollywood. Gerade bei Franchise-Modellen hängt die Etablierung eines Filialnetzes stark von der Professionalität der Franchise-Nehmer sowie einer nachhaltigen Expansionsstrategie des Franchise-Gebers ab.

38 % aller gemeldeten Systemgastronomie-Vermietungen sind nationale Player, wie bspw. coa, Vapiano, Chiquita Fruit Bar, Café del Sol, Dean&David, Dulce Chocolate & Ice Cream oder Immergrün. Bei 7 % der Vermietungen handelt es sich um regionale Konzepte, die sich häufig zunächst auf die Expansion in einer Metropolregion konzentrieren und nach erfolgreicher Etablierung auch deutschlandweit expandieren, wie z.B. das Frankfurter MoschMosch Gastrokonzept (Japanische Nudelbar), das Hamburger Coffee-Shop Konzept „Campus Suite“ sowie „aran Brotgenuss & Kaffeekult“ aus Rosenheim.

WO WIRD ERÖFFNET?

Eröffnungen nach Städten



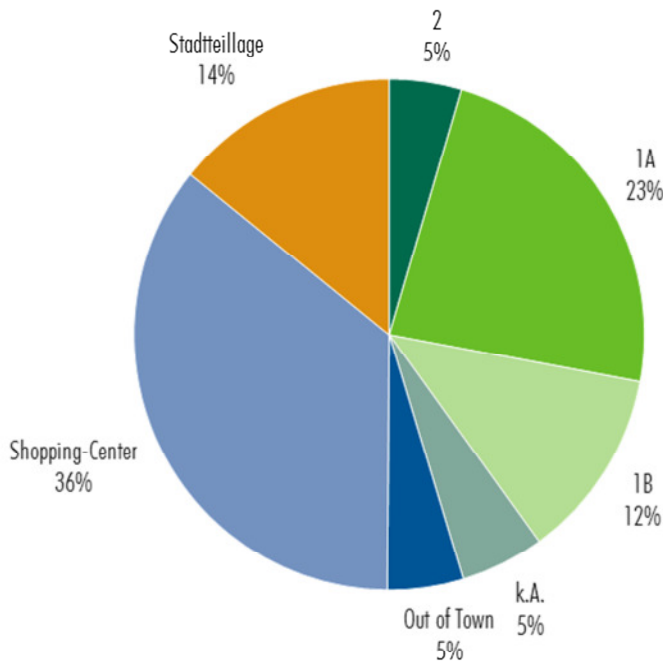
Quelle: CBRE GmbH 2011

Anhand der insgesamt 414 seit Januar 2008 registrierten Vermietungstransaktionen ist zu erkennen, dass es die Systemgastronomie-Konzepte, egal ob national oder international, in erster Linie in die deutschen Großstädte mit über 500.000 Einwohnern zieht. Spitzenreiter ist Hamburg mit 44 gemeldeten Vermietungen, gefolgt von Frankfurt mit 43, Berlin mit 33, München mit 31 und Köln mit 23 Vermietungen. Die deutschen Großstädte überzeugen vor allem durch die hohe Passantenfrequenz, zur Mittagszeit mit Büroange-

stellten und nach Feierabend mit der Stadtbevölkerung oder den Einpendlern und Tagestouristen aus umliegenden Regionen, die es in die City zieht.

Nach den Großstädten mit mehr als 500.000 Einwohner expandieren die Systemgastronomen in erster Linie in deutsche Studentenstädte, besonders beliebt in den vergangenen Jahren waren Bonn, Nürnberg, Freiburg, Münster, Aachen, Karlsruhe und Mainz. Gerade bei Studenten sind neu auf den Markt tretende Gastronomie-Konzepte beliebt, innovative Produkte werden gerne ausprobiert und schneller angenommen als in vergleichbaren Städten ohne große Universitäten.

Lage-Präferenzen der Systemgastronomen

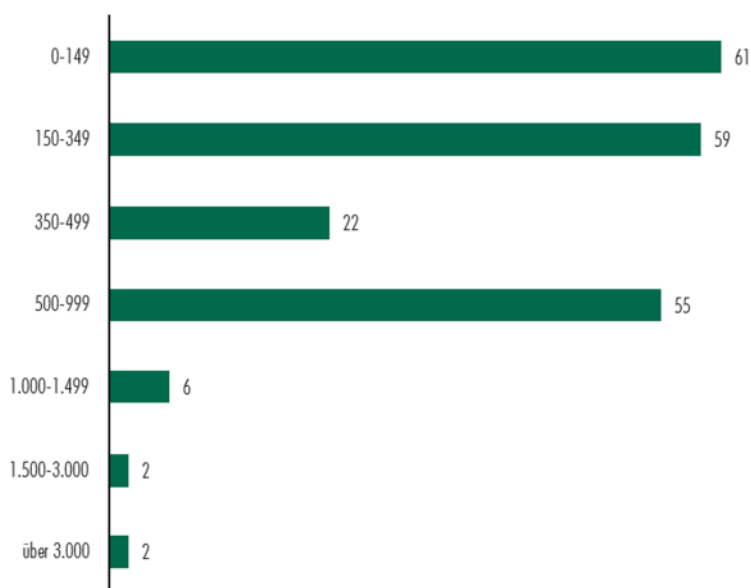


Quelle: CBRE GmbH 2011

Die Wahl der Lage fällt bei 36 % der Systemgastronomie-Filialen auf deutsche Shopping-Center. Eine Expansion über diese Lage bietet sich an, da Shopping-Center häufig einen großen Food-Bereich (der so genannte „Food Court“) mit Mietflächen für viele Quick Service-Konzepte anbieten. 23 % der Vermietungen wurden in städtischen 1A-Lagen registriert, weitere 14 % in Stadteillagen und 12 % in 1B-Lagen. Vor allem die Stadtteil- und 1B-Lagen sind bei Systemgastronomie-Konzepten sehr beliebt. Insbesondere in Großstädten sind diese Lagen gut frequentiert, bei deutlich geringeren Mietpreisen im Vergleich zur Hauptfrequenzlage. Kaum eine Rolle bei den Vermietungstransaktionen im Systemgastronomie-Bereich spielen 2er- und Out-of-Town-Lagen. Mitunter sind es genehmigungsrechtliche Hürden, die als Begründung hierfür dienen, da in einigen Gemeinden Systemgastronomie in nicht integrierten Lagen nicht erwünscht ist.

WIEVIEL VERKAUFSFLÄCHE WIRD ANGEMietet?

Anzahl an Vermietungen nach Verkaufsfläche (Größenklassen in m²)



Quelle: CBRE GmbH 2011

Die Vermietungen nach Verkaufsfläche zeigen einen klaren Schwerpunkt bei kleinen bis mittelgroßen Verkaufsflächen im Bereich unter 1.000 m². 61 der insgesamt 207 mit Verkaufsfläche kommunizierten Vermietungsmeldungen im Systemgastronomie-Bereich sind im Flächensegment bis 149 m² zu registrieren, 59 im Bereich 150 bis 349 m². Vor allem in den Top-Lagen der Großstädte sowie in Shopping-Centern stehen meist nur kleine Flächen für die Konzepte zur Verfügung. Im Bereich über 1.000 m² Verkaufsfläche wurden lediglich zehn Vermietungen in knapp vier Jahren veröffentlicht.

AUSBLICK

Der Markt für Systemgastronomen ist noch längst nicht gesättigt, dementsprechend stehen die Zeichen für eine positive zukünftige Entwicklung dieses Einzelhandels- und Freizeitsegmentes gut. Die Konzepte werden von den Konsumenten angenommen, auch zukünftig wird in Systemgastronomie-Filialen mehr umgesetzt als in herkömmlichen Restaurants. Der Strukturwandel im deutschen Gaststättengewerbe setzt sich weiter fort. Dabei wird auch in Zukunft von Seiten der Systemgastronomen der Fokus auf regionale, saisonale und frische Küche gelegt werden, verbunden mit weiterhin innovativen Konzepten. Zudem müssen die Systemgastronomen auch zukünftig eine hohe Transparenz bezüglich der Herkunft und Herstellung ihrer Produkte bieten.

Zwar konnte in den vergangenen Jahren eine zunehmende Technisierung innerhalb der Systemgastronomie-Filialen beobachtet werden, wie bspw. die Bestellung mittels einer Chipkarte, jedoch hat besonders ein Beispiel aus der Vergangenheit gezeigt, dass die Technik nicht alle Vorgänge im Restaurant ersetzen kann. So musste das deutsche Systemgastronomie-Konzept Holyfields lediglich ein Jahr nach Eröffnung seiner Filialen in Berlin und Frankfurt wieder schließen. Holyfields hatte das Selbstbedienungskonzept von Vapiano & Co. nochmals weiterentwickelt und die Kunden an Computerterminals ihr Essen bestellen lassen, so dass

keine Zeit für das Warten in der Schlange verschwendet wurde. Dieses neue Konzept wurde von den Kunden jedoch nicht dauerhaft angenommen.

Auch wenn die Mittagspause befristet ist, möchte der Kunde dennoch den Kontakt zum Personal haben, sei es zur Bedienung oder Küchenpersonal direkt am Tresen in Form von Front Cooking. Dementsprechend versuchen viele neue Gastronomie-Konzepte, ihren Kunden ein zweites Wohnzimmer zu bieten. Trotz der Schnelligkeit im Alltag wird auch in Zukunft eine gewisse Wohlfühlatmosphäre in den Filialen vorhanden sein müssen um den Konsumenten dauerhaft an sich zu binden. Daraus werden sich aber auch neue Flächenanforderungen ergeben, was sich auf Ladenbau und Flächenbedarf auswirken wird. Ähnlich wie im Bereich des Modeeinzelhandels transportieren die Restaurants, gerade im Full Service, Well Food- und Coffee-Shop-Bereich, durch ihren Ladenbau eine Produktphilosophie. Der Bedarf an Repräsentationsflächen wird daher zukünftig noch weiter steigen.

Zukünftig werden auch weitere Einzelhandelsbranchen versuchen, an den Erfolg klassischer Systemgastronomien anzuknüpfen. Erste Anzeichen dafür sind schon heute bei Supermarktketten zu beobachten, wie bspw. das neue Konzept „Rewe to go“. Mit dem Anbieten von Convenience Produkten versucht Rewe in den meist kleinflächigen City-Filialen an den Erfolg der etablierten Systemgastronomien anzuknüpfen. Einen ähnlichen Weg möchte die niederländische Ahold-Gruppe gehen, die mit ihrem „Ah to go“-Konzept ihren Markteintritt für 2012 angekündigt hat.

Auch ist eine stärkere Verbreitung von Bäckerei-Filialen mit dem zusätzlichen Angebot von Kaffeespezialitäten und Sitzmöglichkeiten die zum Verweilen einladen in Zukunft zu erwarten. Zudem hat Starbucks, ganz nach dem Vorbild von McDonald's und Burger King, vor kurzem die Eröffnung von so genannten „Drive-Thru“-Filialen ab April 2012 angekündigt.

Für die bestehenden Systemgastronomien bleibt es auch in Zukunft unerlässlich, ihre Expansion weiterhin zu intensivieren und ihre Systeme kontinuierlich zu verbessern. Dies beinhaltet auch internationale Trends in der Systemgastronomie ausfindig zu machen, wie bspw. die momentane Welle an Eröffnungen von Bubble Tea und Frozen Yoghurt Shops zeigt. Beides sind sehr erfolgreiche Konzepte aus Asien und den USA, die mit einer guten Marketingstrategie erfolgreich dauerhaft auf dem deutschen Markt etabliert werden können.

Für weitere Informationen:



RETAIL

Sven Buchsteiner

Senior Consultant, Retail Services
Consulting & Research
CBRE

Bockenheimer Landstrasse 24
60323 Frankfurt am Main

t: +49 69 17 00 77-662

e: sven.buchsteiner@cbre.com



RETAIL

Peter Möhring

Consultant, Retail Services
Consulting & Research
CBRE

Bockenheimer Landstrasse 24
60323 Frankfurt am Main

t: +49 69 17 00 77-618

e: peter.moehring@cbre.com

DISCLAIMER 2011 CBRE GmbH

Die hierin enthaltenen Informationen stammen aus Quellen, die für zuverlässig erachtet werden. Wir zweifeln nicht an ihrer Richtigkeit, haben sie jedoch nicht überprüft. Wir übernehmen dafür keine Gewähr und geben weder eine Garantie ab noch machen wir Zusicherungen. Es obliegt Ihnen, ihre Richtigkeit und Vollständigkeit unabhängig zu bestätigen. Alle in Ansatz gebrachten Prognosen, Stellungnahmen, Annahmen oder Abschätzungen dienen ausschließlich als Beispiele und stellen weder die aktuelle noch die künftige Marktentwicklung dar. Diese Informationen sind ausschließlich zum Gebrauch durch die Kunden von CBRE bestimmt und dürfen nicht ohne die vorherige schriftliche Zustimmung von CBRE vervielfältigt werden.