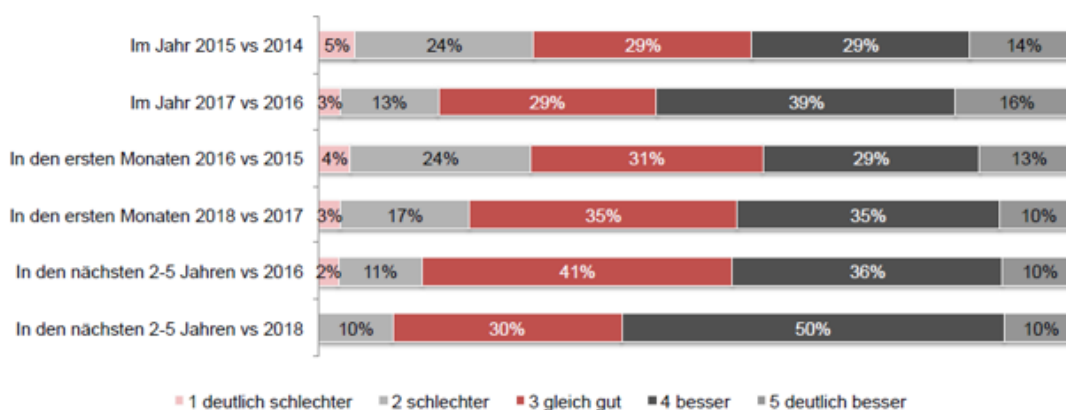


ZUSAMMENZUG DER STUDIE «FOOD SERVICE SCHWEIZ 2018»

Für die aktuelle, zweite Ausgabe der Exklusiv-Studie „Food Service Schweiz 2018“ wurden insgesamt rund 2'000 Interviews geführt mit den verschiedenen Akteuren entlang der Wertschöpfungskette, namentlich mit Unternehmensvertretern aus der Industrie, aus dem (Gross-)Handel, aus der Gastronomie bzw. von Grossverbrauchern bis hin zum Gast/Besucher mit seinen konkreten Wünschen und Bedürfnissen.

Aus der Studie geht hervor, dass sich das vergangene Geschäftsjahr 2017 insgesamt (wieder) positiv(er) zeigte und zahlreiche Unternehmen die Umsätze stager bzw. die Umsatzbudgets erreichen oder gar übertreffen konnten.

Umsatzentwicklung der Unternehmung – Anteile in %

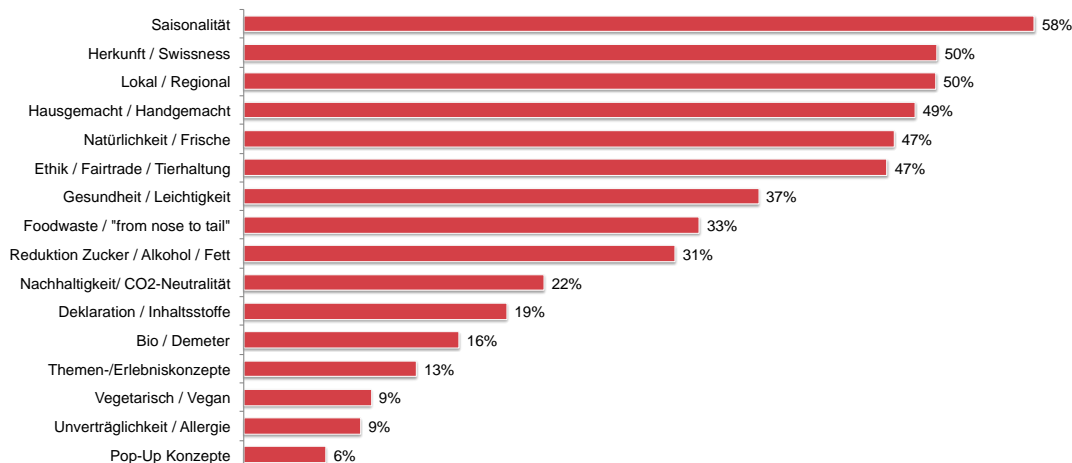


Doch nicht alle Marktteilnehmer konnten vom positiven Trend profitieren und gerade auf Seiten der Produzenten/Hersteller verlief das Jahr oftmals nicht den Erwartungen entsprechend. Alles in allem sieht die Branche inkl. der Industrie optimistisch in die Zukunft und der gute Start ins 2018 kann gemäss den Experten in den kommenden Monaten weitergezogen werden. Um das optimistische Zukunftsbild in die Tat umzusetzen, planen die Marktakteure verschiedene Massnahmen und versuchen stets, das Angebot an die Wünsche und Bedürfnisse der Gäste anzupassen.

Und die Gäste honorieren dieses Bestreben, indem sie bereit sind, für spezifische Angebote und Services (etwas) tiefer ins Portemonnaie zu greifen.

Gegenwärtig beschäftigt sich die Branche einerseits mit aktuellen Trends, wie Natürlichkeit/Frische, Herkunft/Regionalität, Ethik/Fairtrade oder Gesundheit/Leichtigkeit und andererseits stellt sie sich den Herausforderungen, welche die Digitalisierung mit sich bringt. Beide Schwerpunkte fordert die Akteure entlang der Wertschöpfungskette stark und setzt eine enge Zusammenarbeit voraus. Die Gäste zeigen derweil eine hohe Erwartungshaltung an die Leistungserbringung der Akteure und fordern beispielsweise eine hohe Qualität der Angebote und Services sowie eine umfassende Transparenz bezüglich Herkunft und Herstellung der Nahrungsmittel.

Wichtigkeit von Themen und Services aus der Sicht des Gastes – Anteile in %



Vor dem Hintergrund, dass die Gäste bei der Informationsbeschaffung häufiger auch auf unabhängige Medien, wie Social Media oder Bewertungsportale, zurückgreifen, gewinnt die vollumfängliche Zufriedenstellung der Gäste an Bedeutung. Die Studie bringt unter anderem die folgenden Erkenntnisse hervor:

Digitalisierung im Spannungsfeld mit Lokalität und Regionalität

- Online-Kommunikationsinstrumente, welche in der Interaktion zwischen dem Gast und dem Gastronomen inzwischen häufiger eingesetzt werden als die Offline-Kommunikation, werden gezielt für bestimmte Bedürfnisse eingesetzt (z.B. Ideensuche, Informationen zum Angebot, etc.).
- Die Digitalisierung fordert die Akteure entlang der Wertschöpfungskette und bietet gleichzeitig Potenzial für eine effizientere Gestaltung der Prozesse. Beispielsweise möchte die Branche die digitalen Möglichkeiten dazu nutzen, umfassende Produktinformationen (z.B. Allergenen-Deklarationen oder Herkunftsnachweise) den Marktakteuren zur Verfügung zu stellen.
- Regionalität ist ein Bedürfnis, aber kein Differenzierungsmerkmal und auch eine Frage der Perspektive. Jedoch sind alle Gäste bereit mehr auszugeben, wenn die Produkte aus der Region stammen – unabhängig ihres Einkommens, Alters oder Geschlechts.
- Eine regionale Produktbeschaffung stellt die Branche vor neue Herausforderungen und fordert die Akteure zum Beispiel bei der Bereitstellung einer garantierten Menge, der Kosten der Produkte sowie der Preisgestaltung.
- Die Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette kann/soll weiter gestärkt werden. Denn die Zufriedenheit mit wichtigen Kooperationsfeldern zwischen (Gross-)Handel und Industrie erweist sich als ungenügend – dies speziell in Bezug auf den Informationsaustausch und gemeinsamen Online-Kommunikationsmassnahmen.

Diese Ergebnisse und noch viele mehr stammen aus der Exklusiv-Studie „Food Service Schweiz 2018“ und wurden im Rahmen des Swiss Food Service Forums 2018 am 21. Juni 2018 vorgestellt.