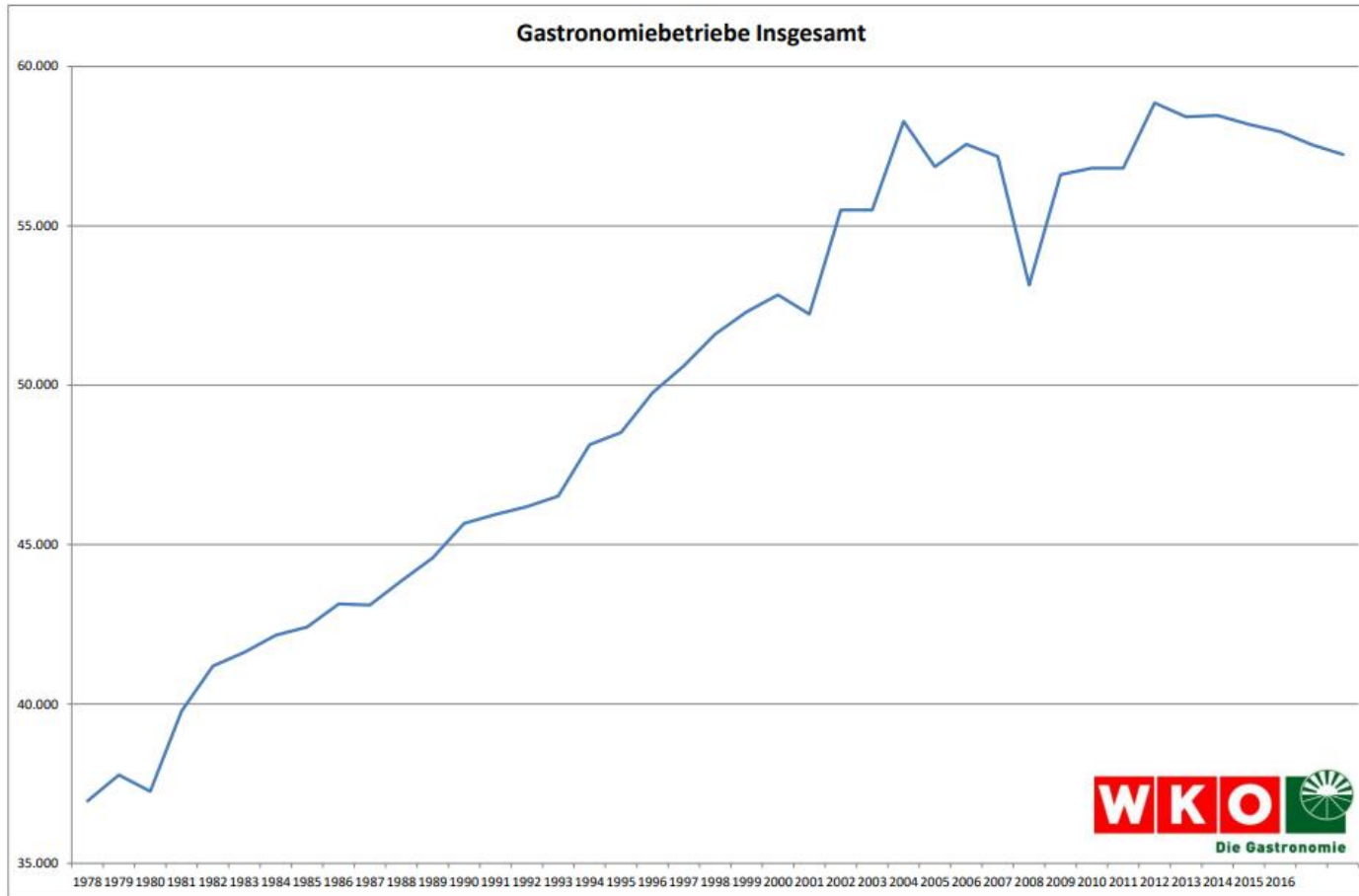


Zukunft des Gastgewerbes

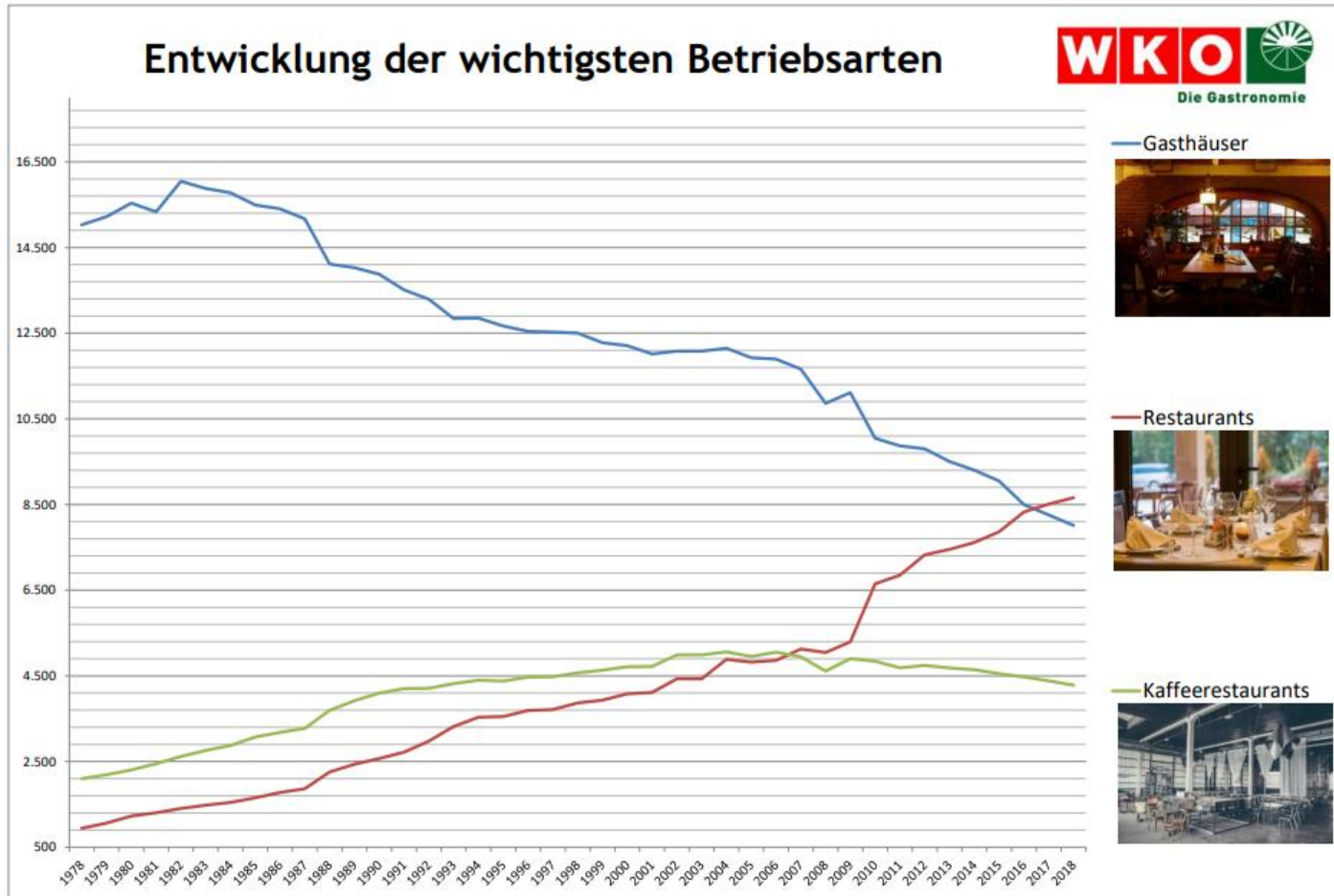
Gastwirtetag 2019

Franz Perner/Hans Lackner

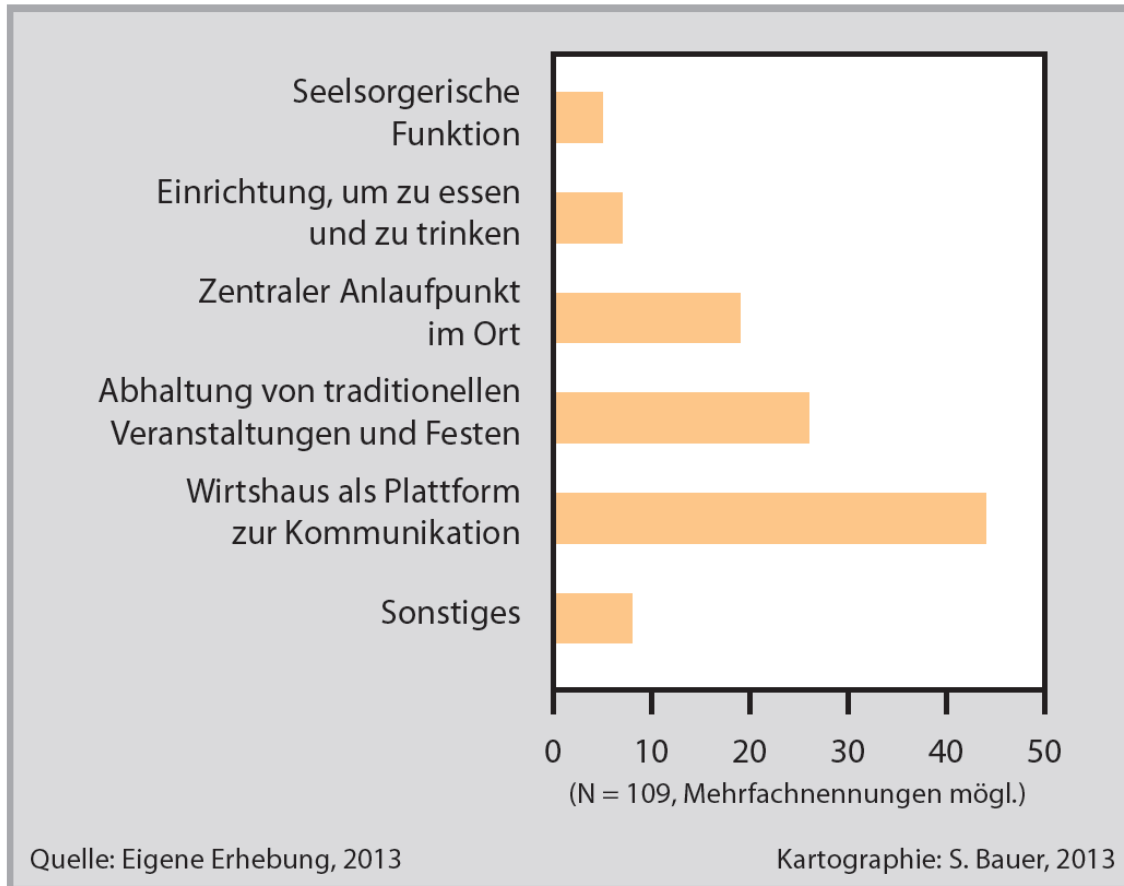
Entwicklung Mitglieder Gastronomie



Entwicklung Mitglieder Gastronomie



Stellenwert von Wirtshäusern im ländlichen Raum?

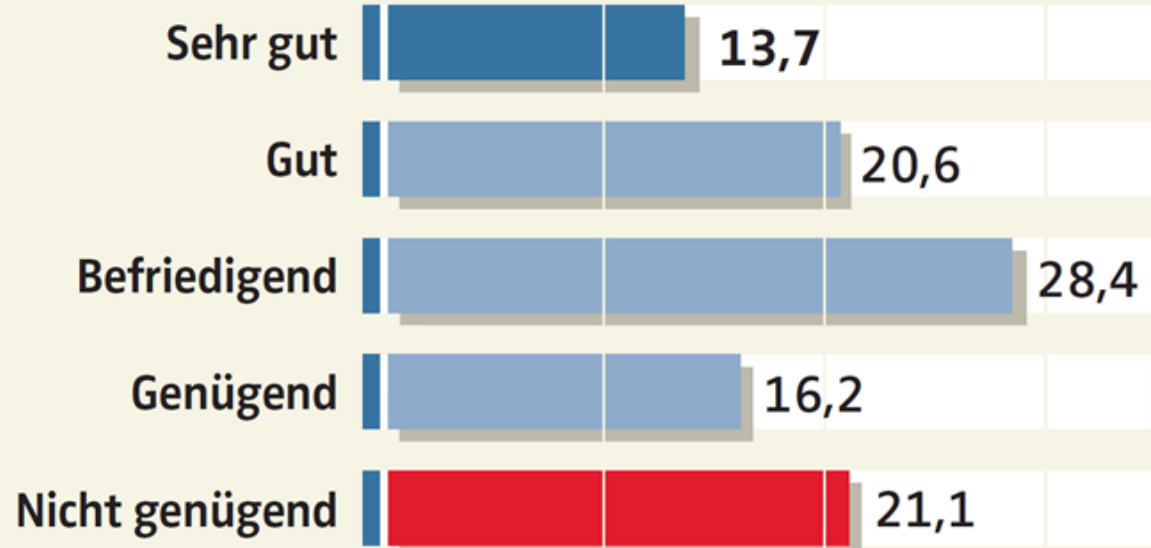


Zukunftsaussicht

Zukunftsaussicht

In der Studie wurden die Gastromomen unter anderem danach befragt, wie sie die Situation für den Fortbestand ihres Landgasthauses einschätzen.

Angaben in Prozent



OÖNGrafik

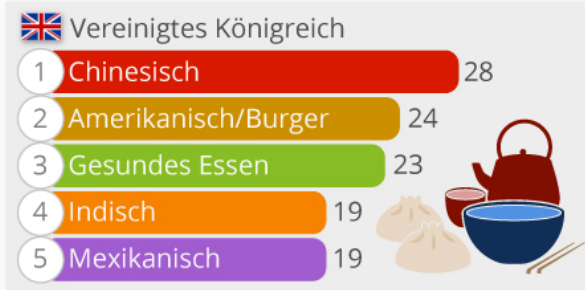
Gründe für negative Entwicklung

- Geänderte Marktverhältnisse
- Kundenverhalten
- Wirtschaftliche Situation
- Bürokratie
- Nachfolge
- Arbeitskräfte

Zukunftsaussicht

Welches Essen in Europa im Trend liegt

Von welchen Gerichten Bürger ausgewählter Länder gerne mehr im Angebot hätten (in %)



5.218 Befragte in Frankreich, Deutschland Spanien und dem Vereinigten Königreich im März 2017
Jeweils die top fünf Antworten von insgesamt 18 Kategorien

Quelle: Dalia Research



Zukunftsaussicht

Fleischverzicht ist weiblich und jung

Vegetarier und Veganer in Österreich nach soziodemografischen Merkmalen

Anteil an allen Vegetariern und Veganern

♂ Männer 23,4%

76,6% Frauen ♀

60 bis 69 Jahre
6,9%

50 bis 59 Jahre
15,1%

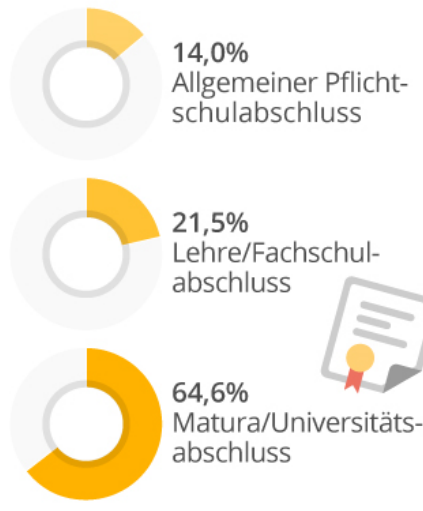
40 bis 49 Jahre
17,4%



14 bis 19 Jahre
13,8%

20 bis 29 Jahre
28,9%

30 bis 39 Jahre
17,8%



Die Angaben basieren auf der Zusammensetzung eines Umfragesamples, für das aus einer größeren Grundgesamtheit (web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren) 522 Vegetarier und Veganer zufällig ausgewählt wurden. Die Umfrage wurde vom 27. April bis 9. Mai 2017 durchgeführt.

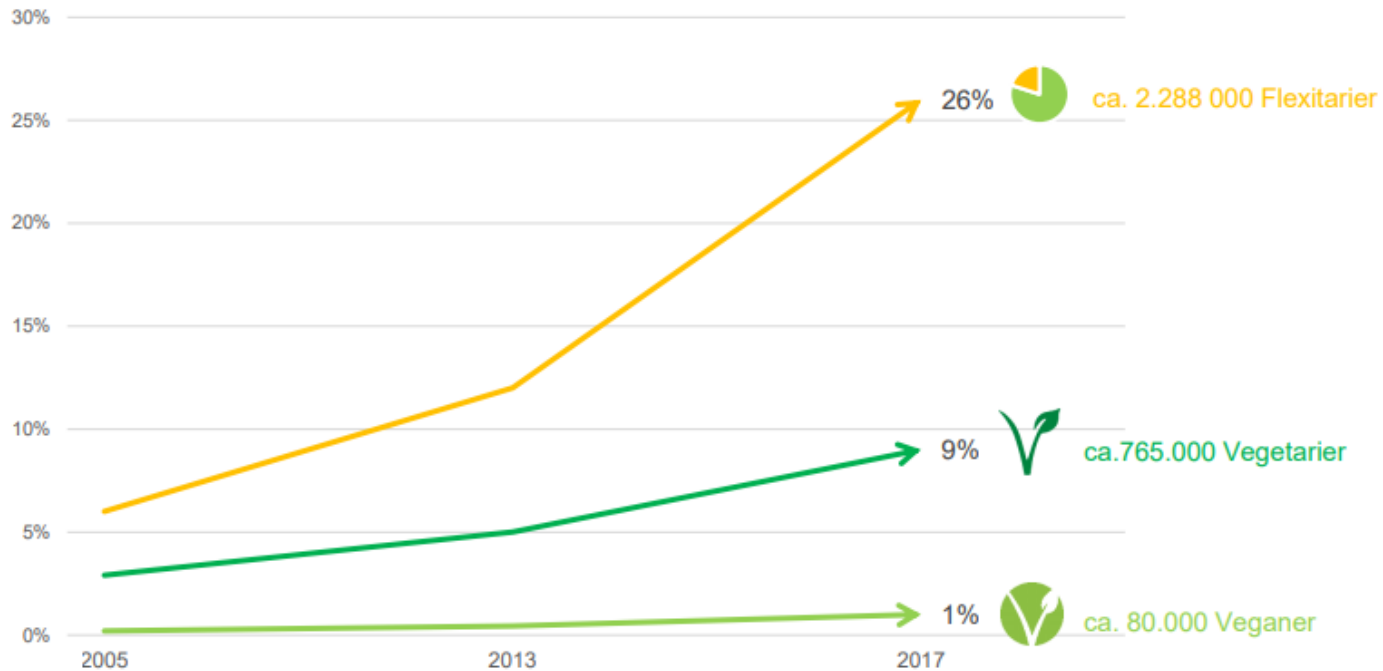
Quelle: Marketagent

CC BY ND
@Statista_com

statista

WIR
SCHAUEN AUF ÖSTERREICH
WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER BURGENLAND

Zukunftsaussicht



Ernährungstrends (Nestle Studie)

- **Gesundheit im Focus**
 - nachhaltige und gesunde Ernährung wichtig
 - Menschen kennen ihre Bedürfnisse immer besser
 - Personalisierte Produkte
 - Technische Vernetzung
- **Leistungsfähigkeit durch Ernährung**
 - Leistungssteigernde Produkte
 - Schnell zubereitet
 - Fertiggerichte, Snacks, Powerriegel mit hoher Qualität
- **Küche als Ort der Versorgung**
 - Eher geliefert als gekocht
 - Gemeinschaftserlebnis eher auswärts

7 Thesen - Zukunft der Gastronomie

(Internorga Studie)

1. Die Digitalisierung schafft komplett neue Wettbewerbsverhältnisse

- Reservierung, Bestellung, Bezahlung digital
- Kommunikation über digitale Medien
- Take away, Lieferservice - Viele Vertriebskanäle
- Gastroangebote nicht nur von Gastronomen - Handel



- Digitale Kommunikation mit den Gästen
- Digitale Prozesse einführen
- Verschieden Vertriebskanäle ansprechen
- Suchmaschinenoptimiert

7 Thesen - Zukunft der Gastronomie

(Internorga Studie)

2. Mensch wird immer bequemer -Convenience

- Steigende Ansprüche an Convenience Produkte
- Convenience Essen wird zu Komfort Essen
- Schnell, gut, frisch und bequem
- Angebot - Handel, Gastro, Automaten
- Transparenz und Informationen notwendig
- Convenience macht nicht glücklich - Komfort gewonnen - kein Vergnügen



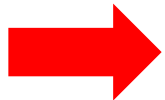
- Gastroangebot muss sich vom Convenience Angebot abheben

7 Thesen - Zukunft der Gastronomie

(Internorga Studie)

3. Essen zu Hause gewinnt an Bedeutung

- Home Entertainment - Home Shopping - Home Office - **Home Eating**
- Qualität der Angebote steigt (neue Technologien)
- Lieferdienste werden genutzt



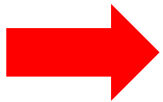
- Restaurantbesuch muss sich abheben

7 Thesen - Zukunft der Gastronomie

(Internorga Studie)

4. Social Food schlägt Geschmack - Menschen werden wichtiger

- Hunger und Geschmack nicht einzige Kaufentscheidung
- Soziale Aspekte werden wichtiger
- Essen wird zum Life-Style, Status Symbole, Image
- Ambiente, Stil, Erlebnis gewinnt an Bedeutung



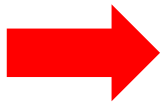
- Restaurant wird Ort des sozialen Austausches

7 Thesen - Zukunft der Gastronomie

(Internorga Studie)

5. Essen wird internationaler - Migration Food

- Migration beeinflusst Esskultur
- Afrikanisches/Asiatisches Essen wird zunehmen



- Kulturspezifische Ansprache der Gäste
- Trends einfließen lassen

7 Thesen - Zukunft der Gastronomie

(Internorga Studie)

6. Spannungsfeld High-Tech versus Bio Romantik

- High-Tech Technologie nimmt stärker zu
- Große Auswahl an personalisierten Produkten
- Kunden wollen nachhaltig, biologisch und gesundes Essen
- Essen der Zukunft ist schnell wie Fast Food und hochwertig wie bio



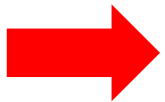
- Verbindung von High-Tech und Bio Romantik

7 Thesen - Zukunft der Gastronomie

(Internorga Studie)

7. Menschen statt anonyme Marken

- Direkter Austausch mit Gästen wird immer wichtiger
- Produzenten (Bauern) spielen starke Rolle
- Gesichter und Geschichten gewinnen an Bedeutung



- Mitarbeiter, Servicepersonal, Koch und Eigentümer in den Mittelpunkt stellen

Schlussfolgerungen

- Digitale Herausforderungen annehmen und technische Möglichkeiten nutzen
- Mehrere Vertriebskanäle in Betracht ziehen
- Essenstrends in das Gastronomieangebot einbauen
- Den Gästen Ambiente und Erlebnis bieten
- Das Angebot muss soziale Bedürfnisse befriedigen – Kommunikation, Status, Image, Life-Style
- Individualisierung im Angebot – Gästewünsche als Chance sehen
- Gastroteam in den Mittelpunkt stellen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.