


# Convenience auf der Spur. Die Analyse.

HOCH  
GENUSS'19

Simone Müller-Staubli

 Schatz AG, Luzern



18. – 19. März 2019

Gipfeltreffen für Gastronomie und Genusshandwerk

1

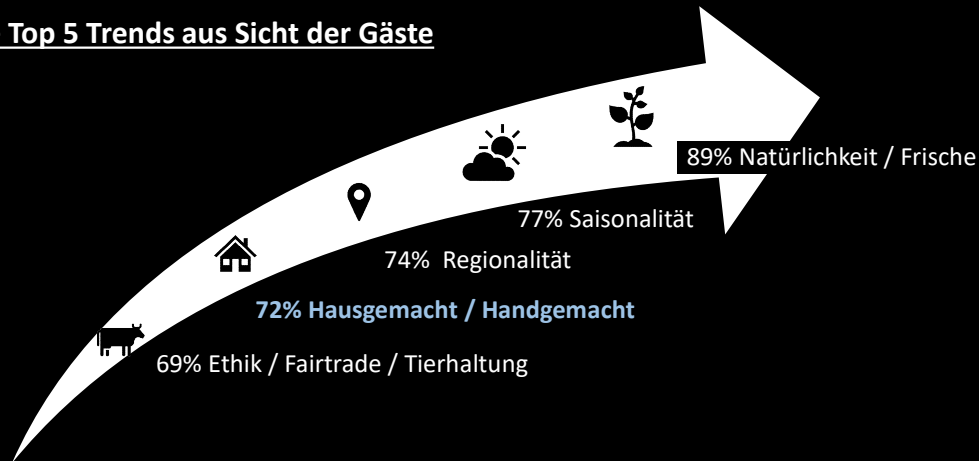
**Schatz**

# Convenience auf der Spur. Die Analyse.

© Schatz AG / Simone Müller-Staubli / 18. März 2019 / Kartause Ittingen

# Trend hin zu Natürlichkeit & Frische

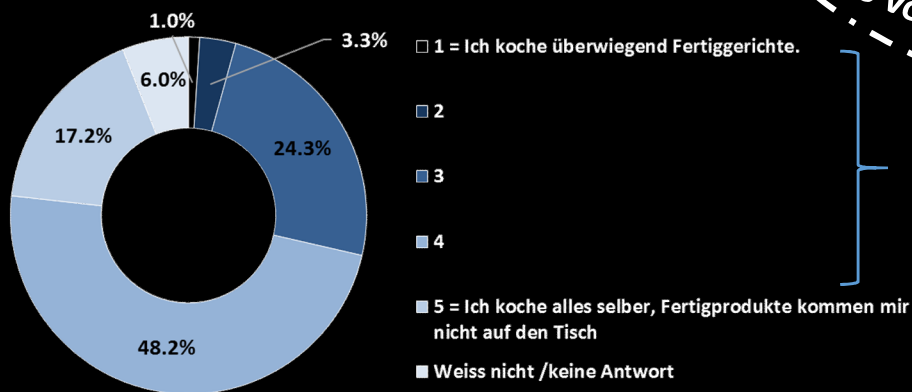
## Die Top 5 Trends aus Sicht der Gäste



Quelle: SFSF (2018, S. 38)

# Zuhause ist Convenience erlaubt

## Verwendung von Fertiggerichten

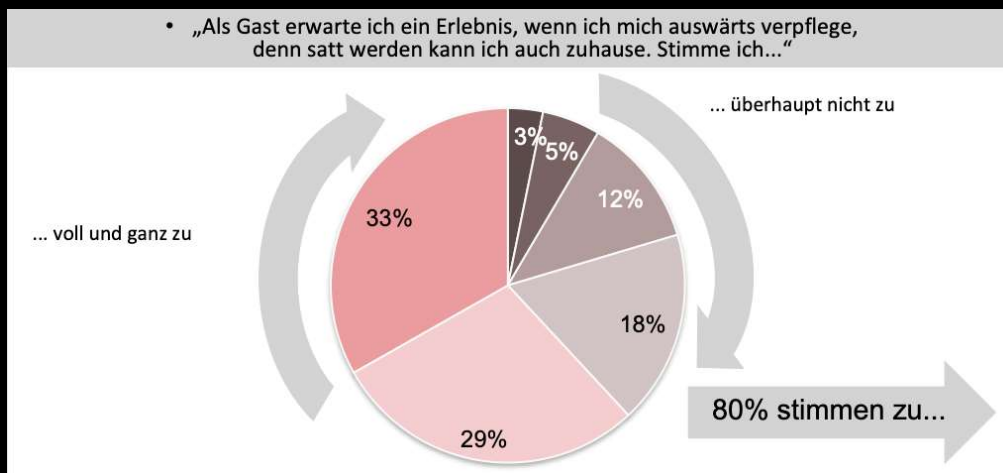


Quelle: GastroSuisse (Studie „Hausgemacht“, Branchenspiegel 2019)

# Welche Erwartungen haben Gäste an den Besuch in der Gastronomie?

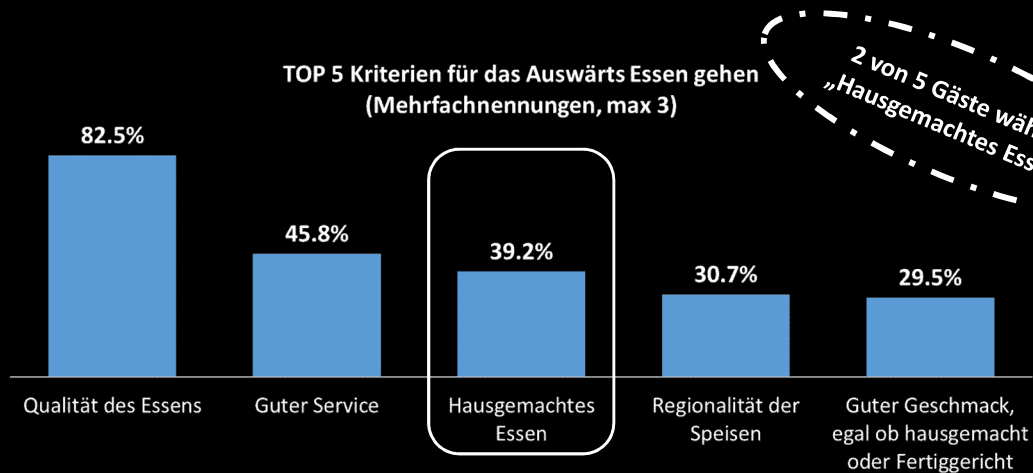
## Sie wollen mehr als nur „satt werden“...

- „Als Gast erwarte ich ein Erlebnis, wenn ich mich auswärts verpflege, denn satt werden kann ich auch zuhause. Stimme ich...“



Quelle: SFSF (2018)

## Qualität ist DAS Auswahlkriterium wenn Gäste „Auswärts-Essen“ gehen

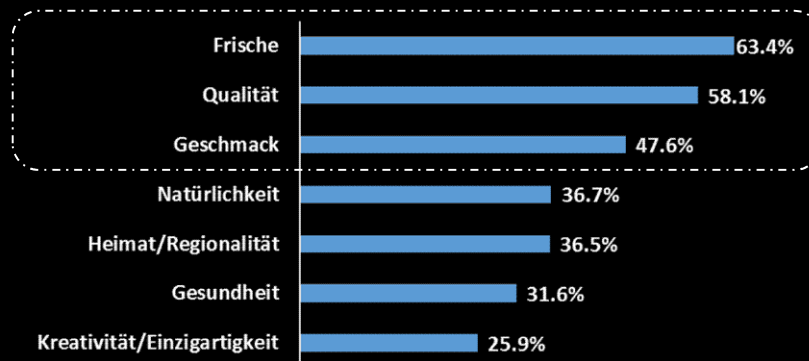


Quelle: GastroSuisse (Studie „Hausgemacht“, Branchenspiegel 2019)

## Aber was bedeutet «Hausgemachtes Essen»?

# «Hausgemacht» bietet einen spürbaren Mehrwert...

Welche Eigenschaften verbinden Sie mit hausgemachter Küche? (Top 7, 2018)



Quelle: GastroSuisse (Studie „Hausgemacht“, Branchenspiegel 2019)

## ... und beeinflusst die Entscheidung des Gastes – Vermarktungspotential inklusive!



Änderung der Besuchsabsicht



Zahlungsbereitschaft «Hausgemacht»

ja eventuell  
ja sicher



Quelle: GastroSuisse (Studie „Hausgemacht“, Branchenspiegel 2019)

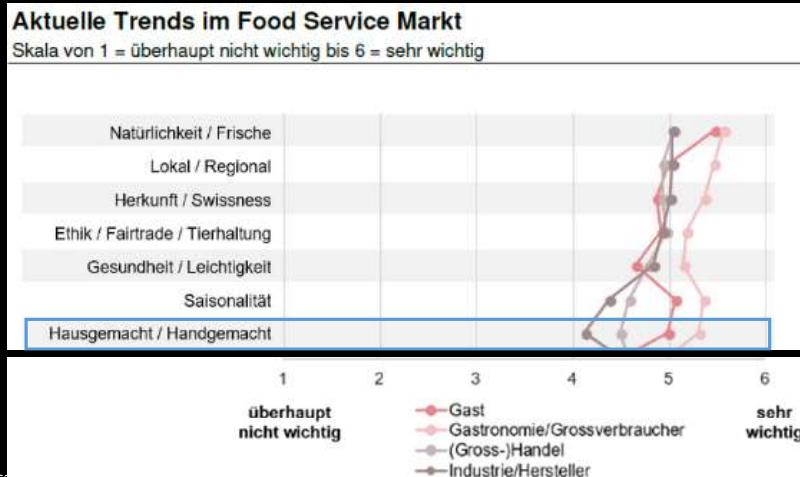
# Inwiefern entsprechen die Gastronomen den Bedürfnissen der Gäste?

## «Hausgemacht» ist aus Sicht der Gastronomie omnipräsent

- **94.4%** der Gastronomiebetriebe bieten *hausgemachte Speisen* an
- **2 von 3 Betriebe** bereiten mehr als **75% der Speisen frisch** zu.
- **«Hausgemacht» Anteil > 90%** bei: Reis-, Fisch-, Fleischgerichte, Pizza, Früchte, Gemüse, Suppen, Salat

Quelle: GastroSuisse (Studie „Hausgemacht“, Branchenspiegel 2019)

# Die Gastronomie hat die Bedeutung von «Hausgemacht» erkannt



Quelle: SFSF (2018, S. 162)

# Die Gastronomie definiert den Begriff «Hausgemacht» strenger als der Gast...

20%



x 2



38%

reicht „vorwiegend selbstproduziert“  
als Gütekriterium für „Hausgemacht“ aus .

Quelle: GastroSuisse (Studie „Hausgemacht“, Branchenspiegel 2019)

## ... und misst gleichzeitig Convenience eine hohe Wichtigkeit bei

*2/3 der Gastronomen* attestieren Convenience Produkten:

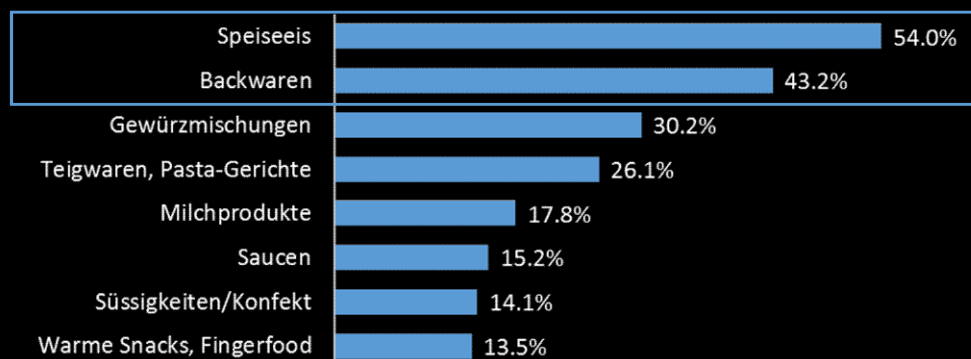
- (sehr) grosse Bedeutung
- zweit wichtigstes Produkt -/ Marktsegment
- steigende Wichtigkeit in der Zukunft

Quelle: SFSF (2018, S. 162)



## Die Kategorie entscheidet über den Einsatz von Convenience Produkten

Anteil der Fertigprodukte (2018)

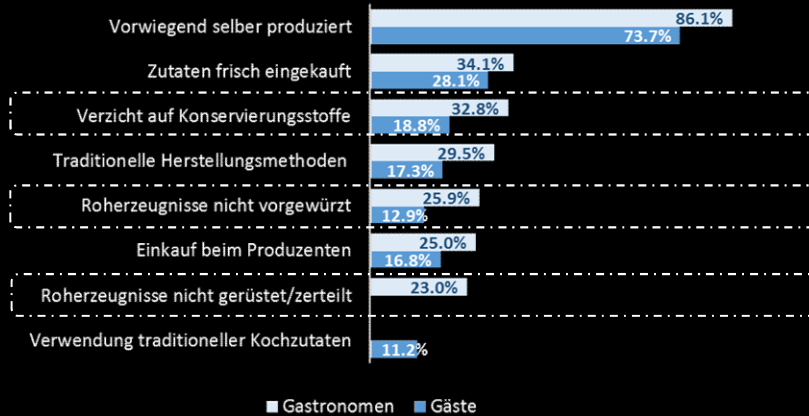


Quelle: GastroSuisse (Studie „Hausgemacht“, Branchenspiegel 2019)



# «Hausgemacht» und «Convenience» schliessen sich gegenseitig nicht aus

Was Gastronomen / Gäste unter Hausgemacht verstehen  
(Top 7, 2018)

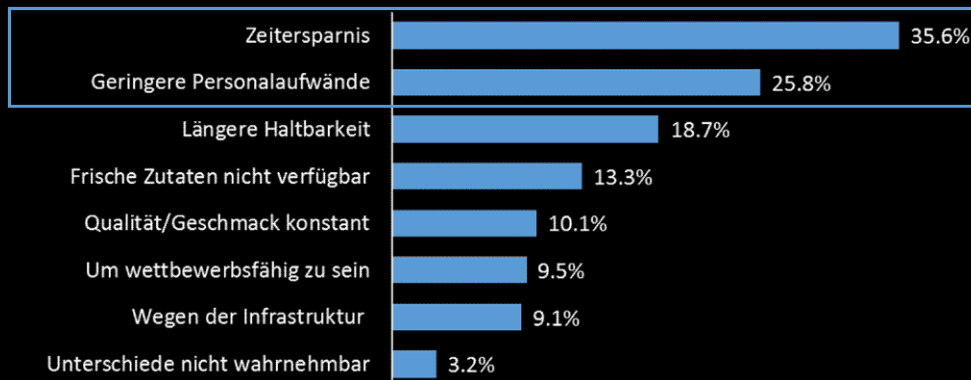


Quelle: GastroSuisse (Studie „Hausgemacht“, Branchenspiegel 2019)

## Welche Chancen und Herausforderungen ergeben sich daraus?

# Convenience Produkte beeinflussen die Wirtschaftlichkeit

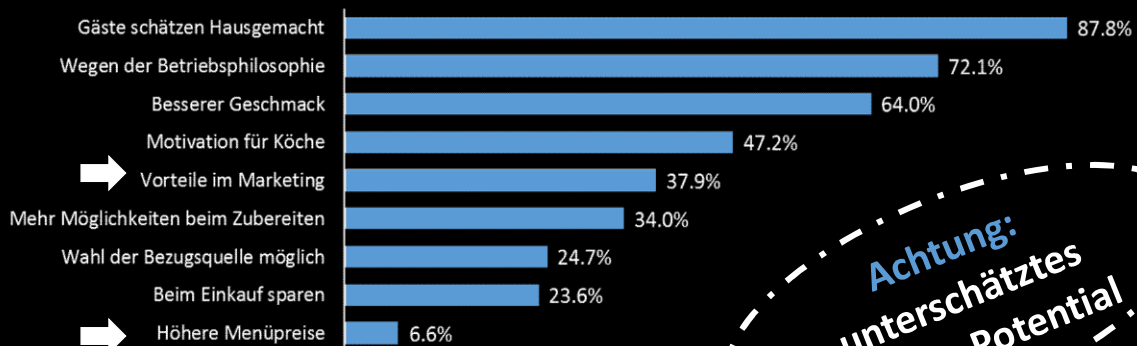
Weshalb Betriebe Convenience Produkte einsetzen (Top 8, 2018)



Quelle: GastroSuisse (Studie „Hausgemacht“, Branchenspiegel 2019)

# Hausgemacht transportiert Qualität und macht mehr Freude

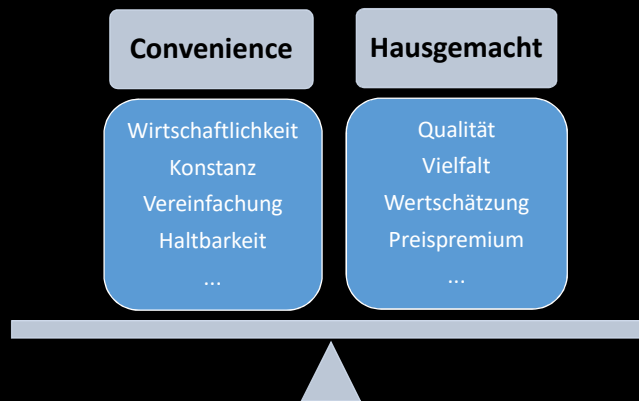
Motivation für Hausgemachte Küche (2018)



Quelle: GastroSuisse (Studie „Hausgemacht“, Branchenspiegel 2019)

**Achtung:**  
unterschätztes  
Umsatz-Potential

# Convenience & Hausgemacht – im Balanceakt zum Geschäftserfolg



Quelle: GastroSuisse (Studie „Hausgemacht“, Branchenspiegel 2019)

## Am Praxisbeispiel:

**Wenn  
„hausgemachte Convenience“  
zum Konzept wird**

Rössli hüt

\* Bei uns geht's ans Eingemachte \*







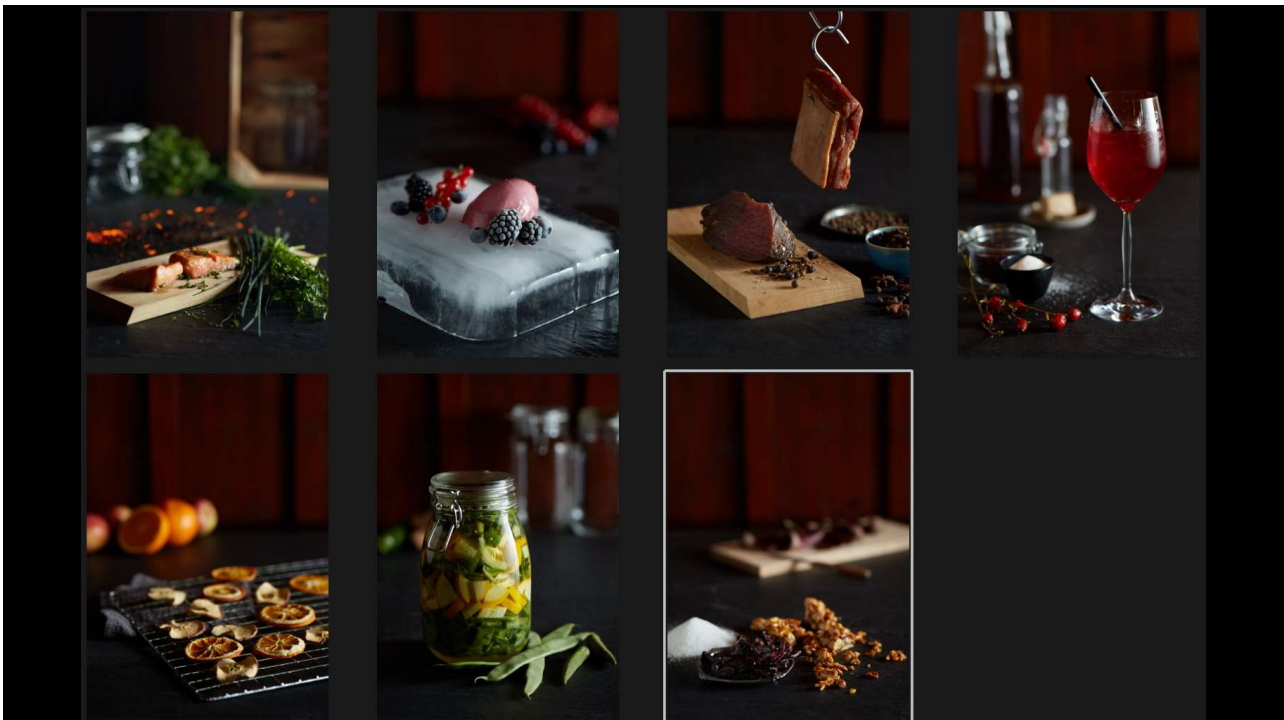
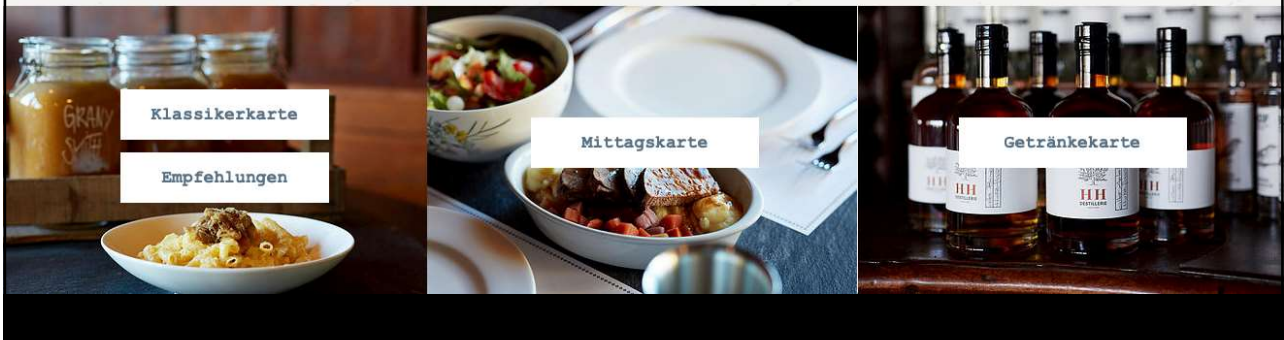
# Wie bewegen wir die Gäste dazu, zu uns auf's Land zu kommen?





# Das Konzept...

*Auf den Tisch kommt nur, was sich über  
Generationen bewiesen hat!*





## ... und spannende Perspektiven!

Neue Saisonalität

Differenzierung

Ersparnis über Warenkosten

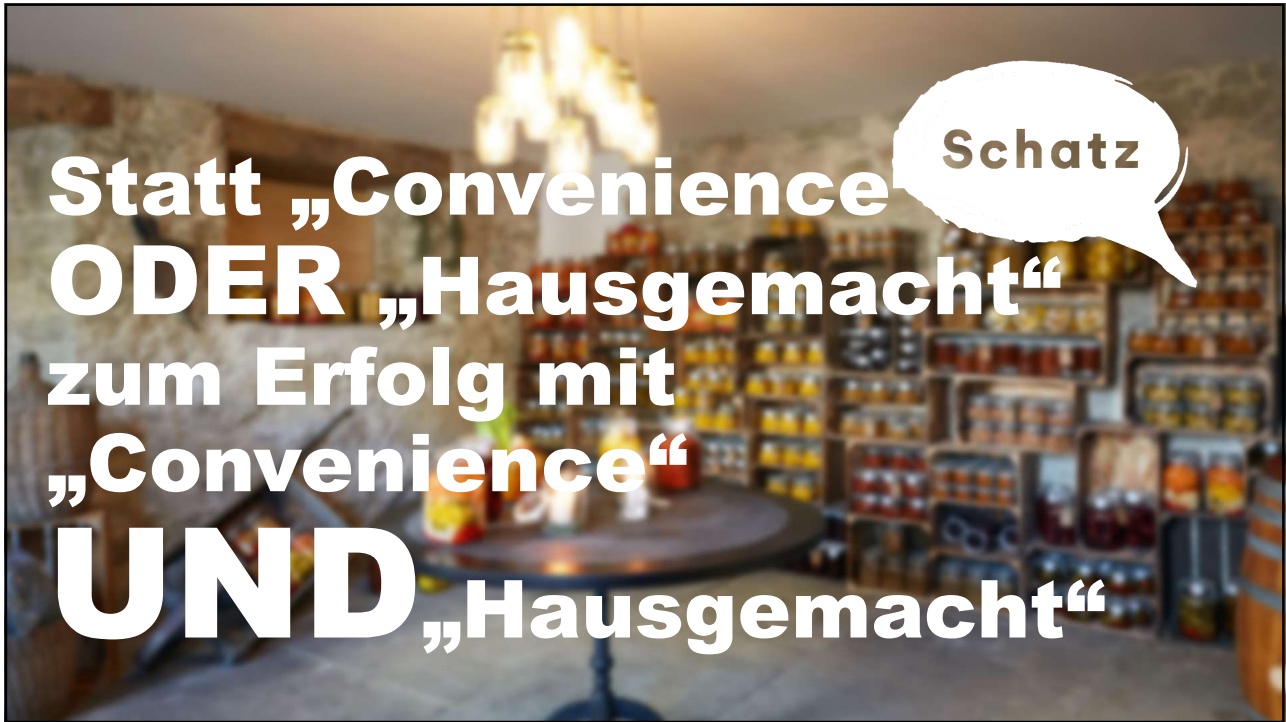
Qualität / Geschmack

Nachhaltigkeit

Mitarbeiter-Ressourcen

**Schatz**





Convenience auf der Spur.  
Die Analyse.

HOCH  
GENUSS'19

Simone Müller-Staubli

Schatz AG, Luzern

18. – 19. März 2019      Gipfeltreffen für Gastronomie und Genusshandwerk      34