

**GASTRONOMIERANKING  
DEUTSCHLAND 2018**

**Herausgeber:**

TREUGAST International Institute of  
Applied Hospitality Sciences  
TREUGAST Unternehmensberatungsgesellschaft mbH  
Member of TREUGAST Solutions Group  
Bavariaring 29, 80336 München

Institutsleitung / Management  
Moritz Dietl  
Michael Lidl

**Autoren:**

Michael Lidl, Master Business Administration in Unternehmensführung, Bachelor of  
Arts in Hotel- und Gastronomiemanagement, Geschäftsführender Partner  
TREUGAST Solutions Group

Alexander Schick, Master of Science in International Hotel & Tourism Management, Bachelor of  
Science in Betriebswirtschaftslehre, Tourismuskaufmann, Junior Consultant, TREUGAST  
München

Jan Hendrik Kob, Bachelor of Arts Business Administration and International Hotelmanagement,  
Koch, Junior Consultant, TREUGAST München

**Schutzgebühr:**

Die Schutzgebühr für die vorliegende Studie beträgt € 290,-  
(zuzüglich 7,0 % Mehrwertsteuer).

1. Auflage 2019

© by TREUGAST International Institute of Applied Hospitality Sciences

ISBN: 978-3-945767-06-1

Das Gastronomieranking Deutschland 2018 einschließlich all seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede  
Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des  
Treugast International Institute of Applied Hospitality Sciences oder einer mit ihr unmittelbar verbundenen Gesellschaft.  
Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung  
und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

## VORWORT DES HERAUSGEBERS

---

Die Erfolgsgeschichte der Systemgastronomie setzt sich weiterhin ungebremst fort und ist nach wie vor treibender Wachstumsmotor für die gesamte Gastronomie-Branche. Stetig wachsende Umsatzzahlen und ein auch angebotsseitig kontinuierliches Wachstum bestätigen die Zukunftsfähigkeit des Modells Systemgastronomie. Eine in der Konsequenz entstehende Frage für die ganze Branche ist, inwieweit auch die klassische Gastronomie von der Vorreiterrolle der Systemgastronomie lernen und profitieren kann. Hierzu ist es als allererstes wichtig zu erkennen, was die entscheidenden Erfolgsfaktoren der Systemgastronomie in Deutschland sind. Um dieser Frage auf den Grund zu gehen, reicht es nicht aus, einen Blick auf die Branche als Ganzes zu werfen. Das Rezept für den Erfolg der Branche liegt in den spezifischen Eigenarten jedes einzelnen Konzeptes.

Einer der wichtigsten Umstände in der Systemgastronomie ist ein hohes Trendbewusstsein und ein damit verbundenes dynamisches Marktumfeld. Nur wer am Puls der Zeit bleibt und gesellschaftliche Veränderungen erkennt, kann dauerhaft erfolgreich sein. Die nur leicht steigenden respektive stagnierenden Umsätze der systemgastronomischen Urgesteine wie McDonalds und Burger King bestätigen diese Erkenntnis. Zu lange hat man die Augen vor dem langsam entstandenen Qualitäts- und Gesundheitsbewusstsein verschlossen. Auch konnte die Strategie der Kostenführerschaft nicht weiter ausgebaut werden, so dass die Preispolitik keinesfalls konkurrenzlos günstig am Markt positioniert ist. Folglich gewinnt das Schärfen eines klaren Profils zunehmend an Bedeutung bei der Betrachtung der einzelnen Konzepte. Die sogenannten „Allround-Anbieter“ verlieren immer mehr an Boden, während sich hochspezialisierte Anbieter in Marktnischen einnisten oder diese sogar kreieren und somit der zunehmenden Marktsättigung trotzen.

Die steigenden Anforderungen der Branche machen nachhaltige, stabile und attraktive Konzepte notwendig. Zum dritten Mal gibt das TREUGAST Gastronomieranking einen fundierten Überblick über die Leistungsfähigkeit der bedeutendsten Systemgastronomiekonzepte am deutschen Markt. Im Mittelpunkt steht die Belastbarkeit und Zukunftsfähigkeit der einzelnen Systeme. Das TREUGAST Gastronomieranking hebt Stärken und Schwächen hervor und dient somit Investoren und Projektentwicklern als verlässliche Vorprüfinformation für die Auswahl des richtigen Konzeptes bzw. der richtigen Marke, letztlich des richtigen Geschäftspartners.

## TREUGAST Gastronomieranking 2018

Ranking der bedeutendsten Systemgastronomiegesellschaften in Deutschland

### INHALT

<u>WER WURDE UNTERSUCHT?</u>	<u>6</u>
<u>DIE KRITERIEN</u>	<u>7</u>
<u>DIE KRITERIENGRUPPEN IM ÜBERBLICK</u>	<u>9</u>
<u>DIE ERGEBNISMATRIX</u>	<u>10</u>
<u>DIE PERFORMANCE-RATINGS IM ÜBERBLICK</u>	<u>12</u>
<u>DIE BEWERTETEN GASTRONOMIEGESELLSCHAFTEN IM ÜBERBLICK</u>	<u>14</u>
<u>DIE PERFORMANCE-RATINGS IM EINZELNEN</u>	<u>16</u>
<u>UNTERNEHMENSPROFIL TREUGAST SOLUTIONS GROUP</u>	<u>102</u>

## WER WURDE UNTERSUCHT?

---

Zur Unterscheidung der einzelnen Marktteilnehmer am deutschen Gastronomiemarkt wurden zunächst prinzipielle Überlegungen zur Aufteilung innerhalb gleichartiger strategischer Gruppen von TREUGAST definiert. Hierbei wurden die einzelnen Betriebe unterschieden nach ihrem Status als alleinstehendes bzw. integriertes Konzept oder Caterer, ihrem Point of Sale (POS: inhouse / delivery) sowie der grundlegenden Ausrichtung als Individual- oder Systemgastronomie.

Bei der Erstellung des Rankings wurden im Rahmen der Vergleichbarkeit nur Konzepte / Marken berücksichtigt, welche sich durch überwiegend alleinstehende, ganzheitliche Betriebe der Systemgastronomie auszeichnen und dabei ihren Fokus auf ein Inhouse-POS legen sowie vorwiegend ein Franchise-Modell anbieten.

Daraus folgen als Gegenstand des vorliegenden Gastronomierankings, in Deutschland tätige nationale wie internationale Gesellschaften für ganzheitliche Gastronomiekonzepte mit Multiplikationsplänen, oder einer außerordentlichen Eignung dazu. Somit wurden neben den bekannten, führenden Systemgastronomiekonzepten in Deutschland auch Konzepte bewertet, die trotz ihrer jungen Marke, ihres bisher lokal bis regionalen Fokus oder fehlender Investitionssummen noch keine wirtschaftlich vergleichbare Marktrelevanz erzielen konnten.

Im diesjährigen Ranking wurden erneut auch sogenannte Newcomer-Konzepte bewertet. Diese sind allesamt durch eine sehr hohe Trendgerechtigkeit sowie innovative Konzept- / Produktausrichtung gekennzeichnet. Aufgrund fehlender, typischer Strukturen von systemgastronomischen Betrieben erfolgte eine rein qualitative Bewertung außerhalb des zugrunde gelegten Kriterienkatalogs.

Nicht bewertet wurden hingegen gastronomische Konzepte, die sich als Teil einer größeren Konzeption verstehen (Autobahnraststätte, Freizeitpark etc.), deren Kerngeschäft in einem anderen Bereich liegt (Backshop, Einzelhandel etc.), deren POS überwiegend beim Kunden stattfindet (Lieferservice, Caterer etc.) oder deren Verkaufsstrukturen ohne Gastraum konzipiert sind (Steh-Imbiss, Süßwaren-Verkaufstheke etc.).

**DIE KRITERIENGRUPPEN IM ÜBERBLICK**

<b>Kriterium</b>	<b>Einzelbewertung</b>	<b>Gewichtungsfaktor</b>	<b>Bewertung</b>
	<b>E</b>	<b>GF</b>	<b>B = E x GF</b>
<b>Marke</b>			
Bekanntheit			
Markenimage			
Markenentwicklung			
Markenportfolio			
<b>Standort</b>			
Makrolage			
Mikrolage			
Marktdurchdringung			
Expansion			
<b>Angebot</b>			
Angebotskonzept / Spanne			
Produktqualität			
Produktpräsentation			
Flexibilität / Saisonalität			
Preis / Leistung			
<b>Trendgerechtigkeit</b>			
Lifestyle-Kompatibilität			
Regionalität (Nachhaltigkeit)			
Anpassungsfähigkeit			
Innovation			
Authentizität			
Transparenz			
Nachhaltigkeit			
<b>Außenauftritt</b>			
Gestaltung und Funktionalität			
Wiedererkennungswert			
Corporate Design			
<b>Menschen</b>			
Know-How (Kette)			
Personalentwicklung			
Corporate Behavior			
<b>Corporate Partnership</b>			
Vertragskonditionen			
Partnership			
Investorrelations			
<b>Gesamtergebnis</b>			

## DIE ERGEBNISMATRIX

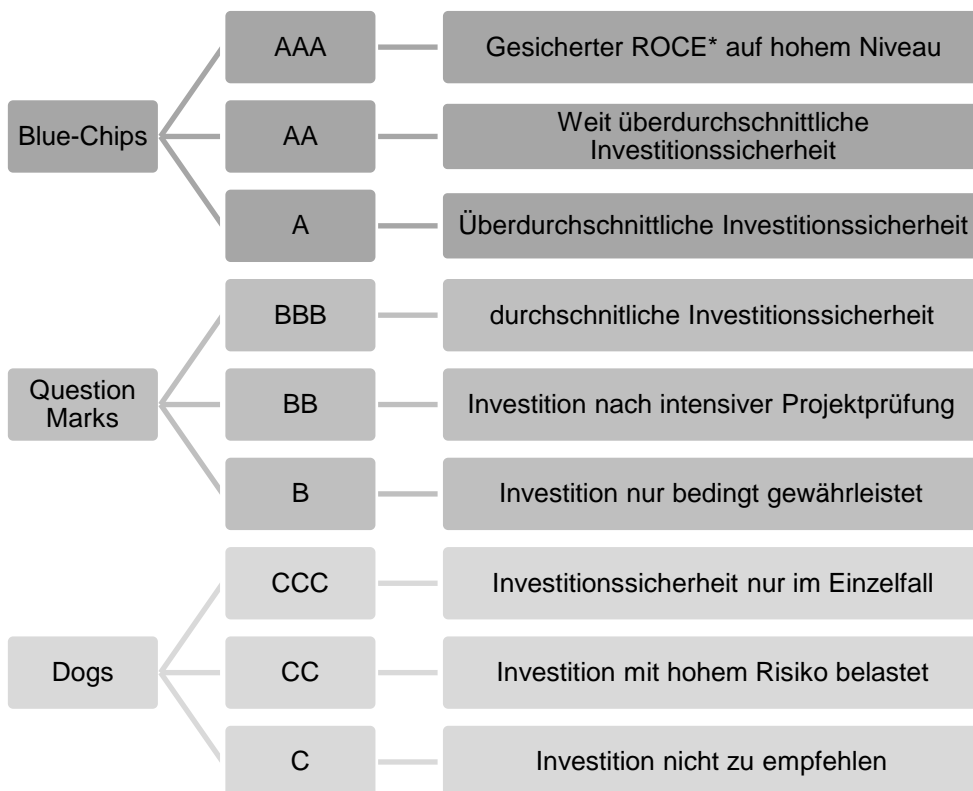
---

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung sollen den Entscheidern für Investitionen und Finanzierungen sowie bei der Auswahl des passenden Gastronomiekonzeptes als zusätzliches Beurteilungskriterium dienen und somit vor allem einen

- › praxisorientierten und einen
- › entscheidungsunterstützenden

Nutzen generieren.

Somit war die praktikabelste Darstellung die Zusammenfassung in Form eines »Gradmessers« oder einer »Note« für die Gesamtheit der vorgestellten Beurteilungsdimensionen. Als Einteilung wurde nach amerikanischem Vorbild eine Nomenklatur von AAA bis C (d. h. nach neun Stufen) gewählt. Die schlechteste »Performance-Bewertung« nach den vorgestellten Kriterien erhält die mit nur einem C bewertete Gesellschaft, die beste Einstufung entspricht AAA (»Triple A«). Zur entsprechenden Umrechnung wurde folgender Schlüssel verwendet:



\*ROCE (Return on Capital Employed, Rendite für das innerhalb einer Periode eingesetzte Kapital)

## DIE BEWERTETEN GASTRONOMIEGESELLSCHAFTEN IM ÜBERBLICK

(in alphabetischer Reihenfolge)

Alex	S. 16
Aposto	S. 18
Asiagourmet	S. 20
Balzac Coffee	S. 22
Block House	S. 24
Burger King	S. 26
Burgerhouse	S. 28
Cafe & Bar Celona	S. 30
Cafe Del Sol	S. 32
Café Extrablatt	S. 34
Ciao Bella	S. 36
Coa	S. 38
Coffee Fellows	S. 40
Dean & David	S. 42
Dunkin' Donuts	S. 44
Enchilada	S. 46
Gosch	S. 48
Hans im Glück	S. 50
Immergrün	S. 52
Jim Block	S. 54
Kentucky Fried Chicken	S. 56
Kochlöffel	S. 58
L'Osteria	S. 60
Marché	S. 62
Maredo	S. 64
McDonald's	S. 66
MoschMosch	S. 68
Mr. Chicken	S. 70
Nordsee	S. 72
Pano – Brot & Kaffee	S. 74
Pizza Hut	S. 76
San Francisco Coffee Company	S. 78
Sausalitos	S. 80
Schweinske	S. 82



Starbucks	S. 84
Subway	S. 86
Sushi Circle	S. 88
Vapiano	S. 90
Wienerwald	S. 92
Wonder Waffel	S. 94
Woyton	S. 96

### **Newcomer**

Beets & Roots	S. 98
Pret a Manger	S. 99
The ASH	S. 100
What's Beef	S. 101