

Gastronomie 2.0: Digitale Services sind bei Wirten und Gästen gefragt

- **METRO Gründerstudie 2015 ermittelt Nachfrage nach digitalen Tools und Services in der Hotel- und Gastronomiebranche**
- **Vor allem junge Erwachsene wünschen sich mehr digitale Services wie Platzreservierungen und Bezahlung per Mobiltelefon in Restaurants als auch Cafés**
- **Gründer nutzen Digitalisierung bisher überwiegend zur Imagebildung und Werbung**
- **Stimmung der deutschen Gastro-Gründer hat sich gegenüber Vorjahr noch weiter verbessert**

Düsseldorf, 17. November 2015 – Auswärts essen gehen? Schnell den Platz per App reserviert, Speisen und Getränke über die digitale Karte ausgewählt, und nach dem Mahl bequem per Mobiltelefon bezahlt. So könnte die Zukunft der Gastronomie aussehen, wenn es nach dem Willen vieler Verbraucher geht. Mit der METRO Gründerstudie 2015 in Zusammenarbeit mit GfK hat METRO die Gastronomie und Hotellerie als auch ihre Gäste unter die Lupe genommen. Die repräsentative Befragung zeigt: Digitale Werkzeuge gewinnen bei Wirten und ihren Gästen immer mehr an Bedeutung. Jeder vierte Deutsche kann sich vorstellen, seinen Platz im Restaurant per Internet oder App zu reservieren.

Gefragt ist auch das Bezahlen mit dem Mobiltelefon. Jeder fünfte Gast würde seine Rechnung gern per Handy begleichen, allerdings bieten erst 8 Prozent der Betriebe die Möglichkeit dazu. Wenn es um die Digitalisierung ihrer Betriebe geht, denken die Unternehmer vor allem an Websites, Facebook-Auftritte und Online-Bewertungsportale, so die METRO Gründerstudie 2015. Erklärtes Ziel: die eigene Bekanntheit steigern und neue Gäste anlocken. So sind beispielsweise 60 Prozent der Gewerbetreibenden in sozialen Netzwerken aktiv. 84 Prozent der Betriebe haben eigene Internetpräsenzen – die immerhin von

21 Prozent der Bevölkerung genutzt werden. Bereits die Mehrheit der Unternehmen setzt auf digitale Buchhaltung (60 Prozent) sowie auf digitale Kassensysteme (54 Prozent). 47 Prozent nutzen digitale Technologien, um ihre Warenbeschaffung zu erledigen. Sein Personalmanagement organisiert aber bisher nur jeder fünfte Betrieb mithilfe digitaler Technologien.

„Unsere Umfrage bestätigt, dass Gastronomen und Hotelbetreiber die Potenziale digitaler Lösungen mehr und mehr erkennen, auch wenn deren Nutzung noch recht moderat ausfällt. Gleichzeitig steigen das Interesse und der Bedarf an digitalen Lösungen bei den Kunden. Das ist eine gute Chance für Unternehmer, mit digitalen Angeboten die Gäste für sich zu gewinnen“, sagt Olaf Koch, Vorstandsvorsitzender der METRO AG. „Unsere Studie hat auch ergeben, dass der Mehrheit der Unternehmer vor allem die Zeit fehlt, um sich mit der Digitalisierung zu beschäftigen. Außerdem treiben sie Sorgen um den Datenschutz und die Investitionssicherheit um. Wir werden unsere Kunden künftig bei der Wahl der passenden digitalen Angebote maßgeblich unterstützen, um ihnen dabei zu helfen, noch erfolgreicher in ihrem täglichen Geschäft zu werden.“

Gründerstimmung steigt weiter

Die Deutschen lieben ihre Gastronomen: Jeder zweite Bundesbürger besucht regelmäßig eines der knapp 75.000 Restaurants des Landes. Insgesamt arbeiten über 400.000 Beschäftigte in der Branche. Eine gute Grundlage für die Studie, die wie im Vorjahr auch 2015 die Ziele, Motivationen und Einstellungen der Gewerbetreibenden untersucht. „Die Stimmung im Hotel- und Gastronomiegewerbe hat sich im Vergleich zu 2014 noch einmal verbessert“, so Olaf Koch. „Unsere METRO Gründerstudie zeigt: 80 Prozent der Selbstständigen sind zufrieden mit ihrer Situation.“ Besonders begeistert sind die Cateringunternehmen mit einem Wert von 88 Prozent, wohingegen lediglich 70 Prozent der Imbissbetreiber sagten, sie seien glücklich. Wesentlich beeinflusst

METRO AG

Konzernkommunikation
Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf

Telefon +49 (0) 211 68 86-42 52
Telefax +49 (0) 211 68 86-20 01

www.metrogroup.de
presse@metro.de

wird die Zufriedenheit vor allem durch die wirtschaftliche Lage der Betriebe – und deren Größe: Neun von zehn Unternehmern, die einen Jahresumsatz von mehr als 500.000 Euro erzielen, bezeichnen sich selbst als zufrieden.

Eine wichtige Rolle für die Zufriedenheit spielt dabei die Rolle als eigener Chef: Nahezu alle Gründer (95 Prozent) bewerten positiv, dass sie ein hohes Maß an Verantwortung übernehmen können. Die kreative Arbeit und Gestaltungsfreiräume sind für acht von zehn Unternehmern weitere positive Aspekte ihrer Selbstständigkeit. Damit dürfte für die Mehrheit der Gewerbetreibenden in der Gastronomie- und Hotelbranche die Erwartungen in Erfüllung gegangen sein: Mit 81 Prozent ist der Wunsch nach Unabhängigkeit der wichtigste Treiber, um den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. Im Vergleich zum Vorjahr ein leichter Rückgang um 6 Prozentpunkte.

Sorgenkind Fachpersonal

Um 8 Prozentpunkte verschärft hat sich im Vergleich zum Vorjahr (79 Prozent) die Sorge, geeignetes Personal zu finden. Restaurants bewerten den Fachkräftemangel mit 93 Prozent als besonders kritisch. Darüber hinaus merken noch mehr Unternehmer als im Vorjahr bürokratische Hürden und gewerbliche Vorschriften als belastend an – ein Anstieg von 70 auf 79 Prozent. Vor allem das Hotelgewerbe leidet unter der Bürokratie (87 Prozent).

Über die METRO Gründerstudie 2015

Bereits zum zweiten Mal nach 2014 hat GfK im Auftrag von METRO Unternehmer aus der Gastronomie und dem Hotelgewerbe zu ihren Einstellungen, Motivationen, Herausforderungen und dem Grad der Digitalisierung ihrer Betriebe befragt. Insgesamt wurden 350 Personen im September 2015 anonym telefonisch interviewt. Parallel dazu hat GfK im gleichen Zeitraum eine repräsentative Befragung deutscher Verbraucher

(Stichprobenumfang: ca. 1.000 Personen) zu Erwartungen und Nutzungsverhalten digitaler Angebote in der Gastronomie und im Hotelgewerbe durchgeführt. Die METRO Gründerstudie 2015 kann unter www.metro-gruenderstudie.de abgerufen werden.

Die METRO GROUP zählt zu den bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen. Sie erzielte im Geschäftsjahr 2014/15 einen Umsatz von rund 59 Mrd. €. Das Unternehmen ist in 30 Ländern an mehr als 2.000 Standorten tätig und beschäftigt rund 230.000 Mitarbeiter. Die Leistungsfähigkeit der METRO GROUP basiert auf der Stärke ihrer Vertriebsmarken, die selbständig am Markt agieren: METRO/MAKRO Cash & Carry - international führend im Selbstbedienungsgroßhandel, Media Markt und Saturn - europäischer Marktführer im Bereich Elektrofachmärkte, und Real SB-Warenhäuser. Mehr Informationen unter www.metrogroup.de