Zurück zum Menü

Nach steilen Rückgängen wird die US-Lebensmittelindustrie bis 2023 wieder auf das Niveau vor der Pandemie zurückkehren

30.07.2020 - Die neuesten Untersuchungen von Mintel, dem Experten für Verbraucherwünsche und -gründe, zeigen, dass nach mehreren Jahren des Wachstums erwartet wird, dass die Foodservice-Industrie von 2019-2020 um bis zu 30% zurückgehen wird, nachdem landesweite Speiseverbote/-einschränkungen, Restaurantschließungen, Arbeitsplatzverluste und ein geringeres Verbrauchervertrauen zu verzeichnen waren. Mit Blick auf die Zukunft **sagt Mintel** jedoch **voraus, dass die Gesamtmarktverkäufe bis 2023 wieder das Niveau vor der Pandemie erreichen werden**, wobei Restaurants mit eingeschränktem Service (LSR), einschließlich Fastfood- und Fast-Casual-Restaurants, sich schneller erholen und einen deutlich größeren Anteil des Marktes ausmachen werden.

Photo by Piotr Miazga on Unsplash

Während der Umsatzrückgang sowohl bei den Schnellrestaurants als auch bei den Restaurants mit vollem Service (FSR) zu spüren sein wird, wird der Großteil dieser Rückgänge auf das FSR-Segment zurückzuführen sein, das am stärksten von pandemiebedingten Schließungen und Beschränkungen betroffen ist. Für das Jahr 2020 wird für die FSRs ein Rückgang von 39-42% prognostiziert, während für die LSRs ein Rückgang von 13-18% erwartet wird.

sagte Amanda Topper, stellvertretende Direktorin des Foodservice:

"Vor dem COVID-19 waren die Umsätze im Gaststättengewerbe höher als die Ausgaben für Lebensmittel zu Hause, neue Restaurants eröffneten in rasantem Tempo, und die Betreiber sahen sich durch einen Arbeitskräftemangel vor die Herausforderung gestellt, Arbeitskräfte zu finden und zu halten. In wenigen Wochen stellte die globale Pandemie die Branche auf den Kopf und erzwang eine völlige Neuausrichtung. Die LSRs gleichen steilere Rückgänge aus und konzentrieren sich auf den Wert. Sie waren von Natur aus operativ besser vorbereitet, da sie über eine etablierte Antriebskraft, Lieferoptionen und niedrigere Preispunkte verfügten. Vor der Pan-

© LUMITOS AG

demie getätigte Investitionen in Technologien außerhalb des Betriebsgeländes, einschließlich mobiler Bestellmöglichkeiten, haben die LSR-Betreiber auch in die Lage versetzt, den Sturm besser zu überstehen.

"Einschränkungen bei der Verpflegung werden den Schwerpunkt kurz- und mittelfristig (Ende 2020) auf Optionen außerhalb der Räumlichkeiten verlagern. Kurzfristig werden Drive-Thru-, Mitnahme- und Lieferoptionen dazu beitragen, Umsatzrückgänge abzumildern. Langfristig (in 1 bis 2 Jahren) werden weitere Investitionen in die Gastronomie außerhalb des Lokals dazu beitragen, den Umsatz zu steigern, aber die Gastronomie wird auch in einer Rezession weiterhin gefordert sein, da die Verbraucher ihre diskretionären Einkäufe einschränken".

Lebensmittelsicherheit, Hygiene und Wert sind oberste Prioritäten

Laut Mintel freuen sich zwei von fünf Verbrauchern (40 %)* darauf, in ein Restaurant zu gehen, sobald die Maßnahmen zur sozialen Distanzierung gelockert werden, doch gibt es immer noch Bedenken, dies zu tun. Die Verbraucher werden von den Betreibern verlangen, dass sie Sicherheit und Hygiene weiterhin ernst nehmen, da 42%** der Gäste von Restaurants etwas über Lebensmittelsicherheit und Hygiene erfahren möchten. In der Zwischenzeit wird der Wert für sparsame Esser im Vordergrund stehen, da 68%** der US-Gäste sagen, dass sie ständig auf der Suche nach guten Restaurantangeboten sind.

"Selbst wenn die Speisesäle auf staatlicher Basis wieder geöffnet werden, werden die Verbraucher wahrscheinlich Bedenken haben, auswärts zu speisen, und ihre Budgets dafür begrenzt sein. Erhöhte Sicherheits- und Hygienepraktiken und wertbasierte Werbeaktionen werden entscheidend sein, um das Vertrauen der Verbraucher zu gewinnen und die Gäste zurückzugewinnen.

"Während Lebensmittelsicherheit und Hygiene vor COVID-19 wichtige Schwerpunktbereiche waren, hat der Ausbruch diese Praktiken in den Vordergrund gerückt, und Wege zu ihrer kontinuierlichen Verbesserung werden entscheidend sein, um voranzukommen. Mehr noch, die Transparenz über diese Maßnahmen wird den Betreibern helfen, die Gäste wieder willkommen zu heißen, ob vor Ort oder außerhalb. Visuelle Hinweise, die detaillierte Sanitärprogramme demonstrieren, werden unerlässlich sein", fährt Topper fort.

Off-Premise wird eine größere Rolle spielen

Schon vor der Pandemie interessierte sich ein beträchtlicher Prozentsatz (22%)*** der Verbraucher für Geisterrestaurants - Restaurants ohne physischen Speiseplatz - und jetzt haben diese Konzepte noch größere Bedeutung. Bordsteinaufsteller und begehbare Fenster sind ebenfalls gut positioniert, um die Bedenken hinsichtlich Lebensmittelsicherheit und Kontamination zu zerstreuen. Fast vier von 10 (37%)**** Fast-Food-Restaurants sind an begehbaren Fenstern in Fast-Food-Restaurants interessiert, und über ein Viertel (27%)**** der Fast-Food-Restaurants sind an einem sicheren Abholschrank

© LUMITOS AG

für ihr Essen interessiert (wo sie einen Code eingeben, sich dann das Essen schnappen und gehen).

"Während sich die Pandemie ausbreitete, wurden die Maßnahmen, die die Industrie zur Aufrechterhaltung eines sicheren Geschäftsbetriebs ergriffen hatte, rasch umgesetzt: Verlagerung des Betriebs auf bargeldlose Zahlung, kontaktlose Lieferung, Abholung am Bordstein und begehbare Fenster. Eine effektive Kommunikation dieser Veränderungen auf digitalen Kanälen war entscheidend, um die Gäste zu erreichen. Die Gäste werden auch weiterhin mit Vorsicht bestellen, sowohl was ihre Gesundheit als auch ihre Finanzen betrifft. Die Förderung von Mitnahme- und Lieferoptionen bietet einen weiteren Mittelweg, auf dem sich Betreiber und Verbraucher treffen können, vor allem für diejenigen, die sich nach dem Erlebnis einer Restaurantmahlzeit zu kontrollierten Kosten (z.B. kein Trinkgeld, teure Getränke) in der Sicherheit ihres eigenen Heims sehnen", so Topper abschließend.

—

*2.000 Internet-Nutzer ab 18 Jahren, 28. Mai - 4. Juni 2020, Mintels globaler COVID-19-Tracker - US

** Laut Mintel-Berichten US, Restaurant Marketing Strategies, Juni 2020

***Nach Mintel-Berichten US, Dining out in 2020, Dez 2019

**** Laut Mintel-Berichten US, Quick-Service-Restaurants, April 2020

Medieninterviews mit Amanda Topper, stellvertretende Direktorin, Foodservice, USA, sind auf Anfrage bei der Mintel-Pressestelle erhältlich.

© LUMITOS AG