



# Auf klare Konzepte bauen

OC&C Systemgastronomie-Index 2019



**OC&C**  
Strategy consultants

uncommon sense

# Der OC&C Systemgastronomie-Index

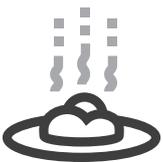
## Auf klare Konzepte bauen

Wer hat nicht gerne mehr: mehr Umsatz, mehr Restaurants, mehr Essen, mehr Auswahl? Allerdings zeigt der OC&C Systemgastronomie-Index auf, dass die Gastronomie das Wesentliche nicht vergessen sollte - Gästen ist vor allem Qualität und das Gesamterlebnis wichtig, und das Angebot der größten Quickserviceketten wird durchaus kritisch gesehen.

Die deutsche Systemgastronomie bietet aber weiterhin starkes Wachstumspotential, vor allem für Restaurantketten und Quickservice-Konzepte, die das Kundenbedürfnis nach frischem und gesünderem Essen bedienen. Beide sind in Deutschland im internationalen Vergleich noch selten anzutreffen, werden von den Kunden aber sehr positiv bewertet.

Die OC&C Studie zur deutschen Systemgastronomie hat 4.800 Konsumenten zu ihrer Nutzung und Meinung von Restaurant- und Quickservice-Ketten befragt. Es ergeben sich klare Trends und Erkenntnisse, wie Marken in der Gastronomie Kunden für sich gewinnen können.

Die deutsche Systemgastronomie  
bietet starkes Wachstumspotential



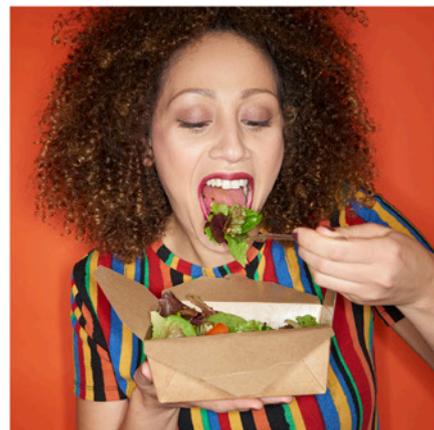
### RESTAURANTKETTEN

Restaurantketten - oder auch Full Service Restaurants - bieten Bedienung und typischerweise eine längere Verweildauer.



### QUICKSERVICE

Die Quickservice-Systemgastronomie besteht aus Fast Food und Food-to-go Konzepten, und zeichnet sich durch die Abgabe von Bestellungen am Schalter aus.

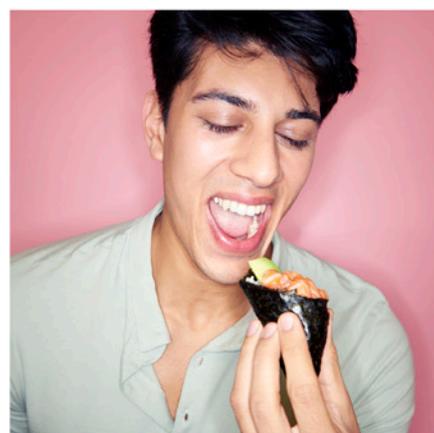


#### 04 Die Champions der deutschen Systemgastronomie

Erfahren Sie, welche Marken der Systemgastronomie ihre Gäste wirklich überzeugen.

#### 06 Trends im deutschen Markt

Restaurantketten sind in Deutschland im Kommen, aber die amerikanischen Fast-Food-Giganten schneiden bei Kundenbewertungen eher schlecht ab.



#### 10 Drei Erfolgskonzepte können überzeugen

Es gibt nicht nur ein Erfolgskonzept, sondern die Champions können ihre Kunden auf unterschiedliche Arten überzeugen. Wir stellen Ihnen die drei erfolgreichen Konzepte vor.

#### 16 Die Formel zum Erfolg

Wie bringt man seine Marke an die Spitze? Wir haben analysiert, welche Eigenschaften unsere Champions gemeinsam haben und wie sie es in die Top-Ränge schaffen.



# Die Champions der deutschen Systemgastronomie

---

Wir gratulieren den OC&C Systemgastronomie-Index Champions 2019 – den beliebtesten Systemgastronomie-Marken des Landes. Hier stellen wir Ihnen nun die Spitzenakteure in den Kategorien Restaurantketten und Quickservice sowie die Gewinner der einzelnen Bewertungskriterien vor, und erklären, was sie zu Champions macht. Eine Übersicht aller Marken finden Sie auf Seite 18.



## Beste Restaurantkette **Block House**

Die Restaurantkette im amerikanischen Steakhouse-Stil begeistert Kunden durch ausgezeichnete Qualität sowie freundlichen Service und konnte somit die Top-Platzierung in der Kategorie Restaurants erreichen.



## 2. Platz - **L'Osteria**



## 3. Platz - **Hans im Glück**



## Beste Quickservicekette **Nordsee**

Kunden von Nordsee spricht die große Auswahl und große Portionen sowie der schnelle und die freundliche Service an. Zudem bewerten Kunden die Qualität positiv.



## 2. Platz - **Gosch**



## 3. Platz - **dean & david**

## Die Gewinner der einzelnen Bewertungskriterien:



### Gewinner „Qualität des Angebots“ - Block House

Block House ist bei den Kunden für qualitativ hochwertiges Fleisch und frische Gerichte bekannt. Um bei der entscheidenden Zutat der meisten Gerichte, dem Fleisch, eine gleichbleibend hohe Qualität garantieren zu können, wird sogar eine eigene Fleischerei betrieben.



### Gewinner „Auswahl auf der Karte“ - Vapiano

Nicht nur eine Vielzahl an frisch zubereitete Pizza- und Pasta-Variationen stehen bei Vapiano zur Auswahl, sondern auch Suppen, Salate, Risotto und Antipasti sind auf der Karte. Durch das Frontcooking von Pasta und Salaten können Zutaten nach Geschmack angepasst werden.



### Gewinner „Atmosphäre“ - Hans im Glück

Birkenstämmen prägen das Erscheinungsbild der Hans im Glück-Filialen; in Kombination mit grüner Dekoration wird die Frische und Natürlichkeit der Gerichte der Restaurantkette unterstrichen, sodass Kunden auch beim Burger Essen ein Gefühl von gesundem Genuss haben.



### Gewinner „Freundliche Mitarbeiter“ - Block House

Stets lächelnde Mitarbeiter, denen bereits Kleinigkeiten auffallen sowie handgeschriebene Nachrichten auf den Rechnungen sind nur einige der Details, wodurch der Service von Block House besticht.



### Gewinner „Spaß“ - Sausalitos

Menschen die auf Tischen tanzen - nicht ausgeschlossen bei Sausalitos. Die erfrischenden Cocktails und die tolle Atmosphäre laden Kunden gerade am Wochenende zu viel Spaß ein.



### Gewinner „Große Portionen“ - L'Osteria

Kein Kunde verlässt ein L'Osteria Restaurant hungrig - mit Pizza, die über den Tellerrand hinausragt und die sogar mit zwei verschiedenen Belägen verfügbar ist, überzeugt L'Osteria seine Kunden.



### Gewinner „Preis- Leistungsverhältnis“ - L'Osteria

Die Portionen bei L'Osteria sind zwar groß, der Preis hingegen ähnlich zu Wettbewerbern. In Kombination mit der hohen Qualität macht dies L'Osteria zum Gewinner im Kriterium Preis- Leistungsverhältnis.

# Trends im deutschen Markt

## Restaurantketten im Kommen

Viele Jahre war in Deutschland der Begriff Systemgastronomie gleichbedeutend mit Fast Food, und auch heute noch sind Firmen wie McDonalds und Burger King mit Abstand die größten Anbieter.

Der deutsche Restaurantmarkt, außerhalb des Quickservice-Bereichs, steckt im internationalen Vergleich noch in den Kinderschuhen, allerdings zeigt die starke Kundenbewertung der bestehenden Ketten das Wachstumspotential auf; 7 der 10 am besten bewerteten Marken in der Systemgastronomie sind Restaurantketten.

Quickservice-Angebote sind dagegen abgeschlagen, nur Nordsee, Gosch und dean & david schaffen es in die Top 10, wobei Gosch sowohl mit Quickservice als auch Restaurants im deutschen Markt unterwegs ist.

Dies zeichnet sich auch außerhalb der Top 10 fort, deutsche Gäste sehen die meisten Quickserviceketten durchaus kritisch. Die durchschnittliche Gesamtbewertung ist bei Restaurantketten fast 7 Punkte höher als bei Quickservice; dieser Unterschied ist doppelt so stark ausgeprägt wie in anderen Ländern.

Nur bei Preis und Geschwindigkeit können Quickservice-Angebote punkten; selbst bei Auswahl und Portionsgröße müssen sie sich den Restaurantketten geschlagen geben. Die am besten bewerteten Quickserviceketten wie Nordsee, Gosch und dean & david überzeugen Kunden dagegen vor allem durch ein besseres Essensangebot; alle drei haben Qualitätsratings von 77 bis 79 und befinden sich damit im Bereich der Restaurants (Ø 78) und stark über dem Durchschnitt im Quickservice Bereich. Und auch bei der Auswahl können zumindest Nordsee und dean & david punkten.

### RESTAURANTS MACHEN DEN GROSSTEIL DER TOP10 DER SYSTEMGASTRONOMIE AUS

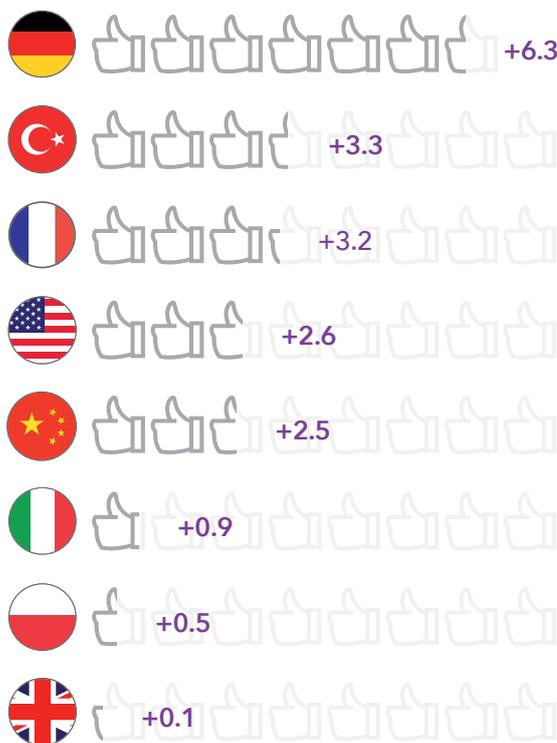
1	 <b>BLOCK HOUSE</b>	82	 Restaurantkette
2	 <b>L'OSTERIA</b> PIZZA E PASTA	79	 Restaurantkette
3	 <b>hans im glück</b> BURGERGRILL BAR	79	 Restaurantkette
4	 <b>NORDSEE</b>	78	 Quickservice
5	 <b>Peter Pane</b> BURGERGRILL BAR	77	 Restaurantkette
6	 <b>MAREDO</b>	77	 Restaurantkette
7	 <b>GOSCH</b>	77	 Quickservice
8	 <b>dean &amp; david</b> fresh to eat	76	 Quickservice
9	 <b>VAPIANO</b>	76	 Restaurantkette
10	 <b>Pizza Hut</b>	73	 Restaurantkette



## DEUTSCHE SEHEN GROSSE DIFFERENZ ZWISCHEN RESTAURANTKETTEN UND QUICKSERVICE

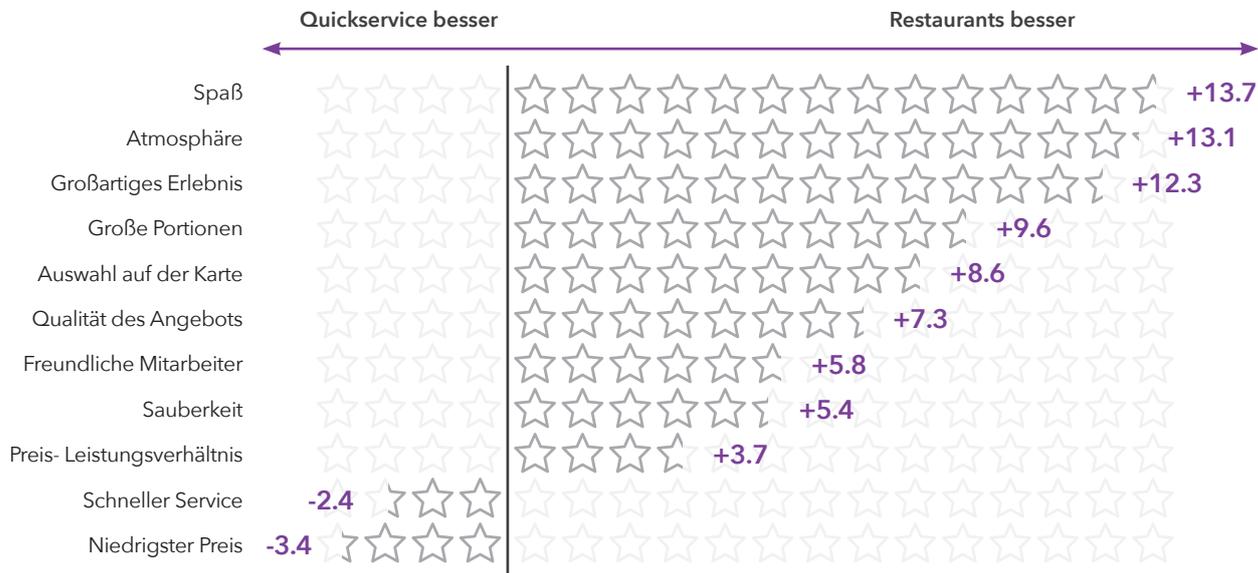
Differenz in der durchschnittlichen Gesamtbewertung Restaurantketten ggü. Quickservice nach Land

Gäste finden Restaurants besser

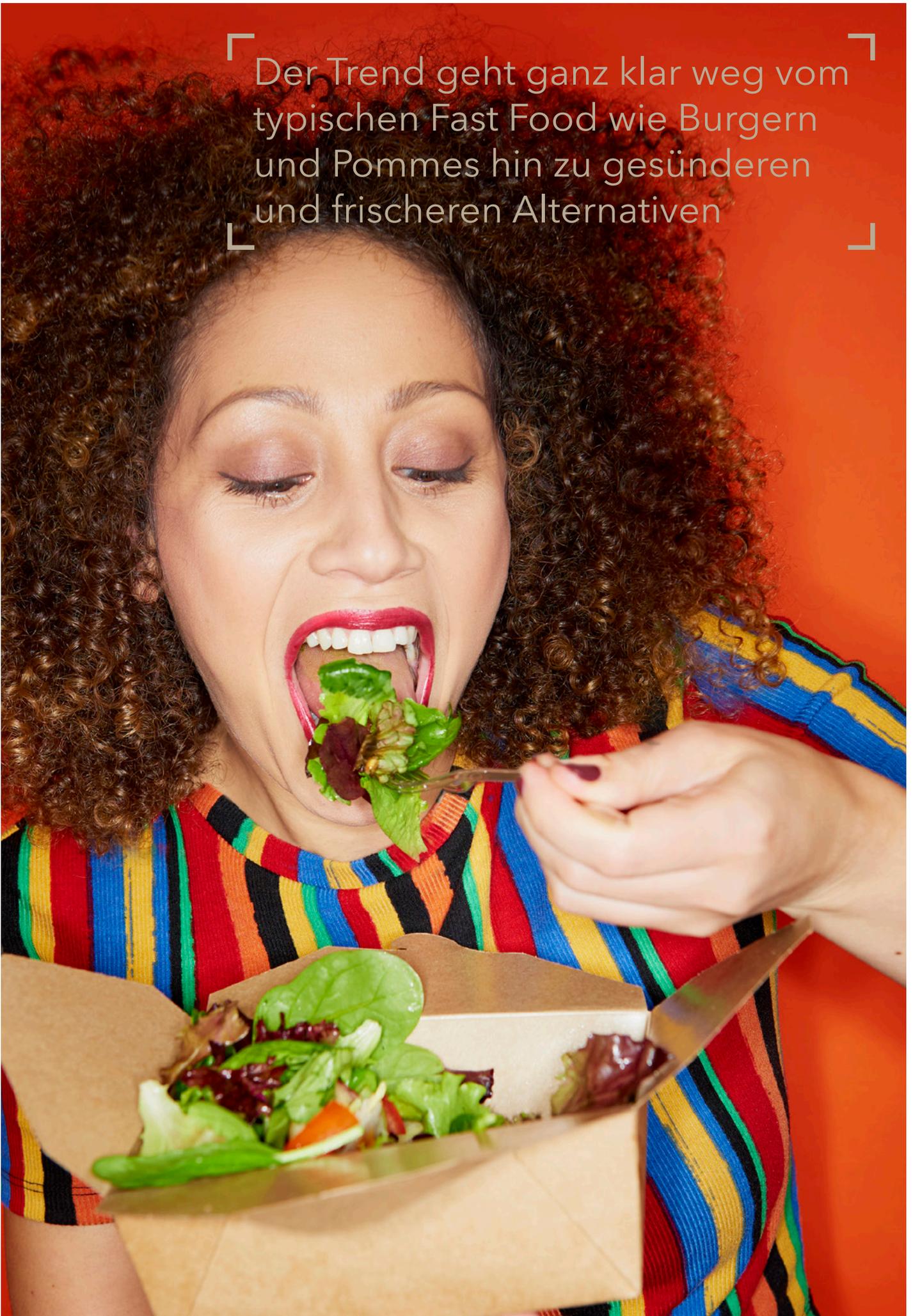


## RESTAURANTS GEWINNEN BEI FAST ALLEN KRITERIEN

Differenz in der Bewertung von Restaurantketten ggü. Quickservice nach Kriterien



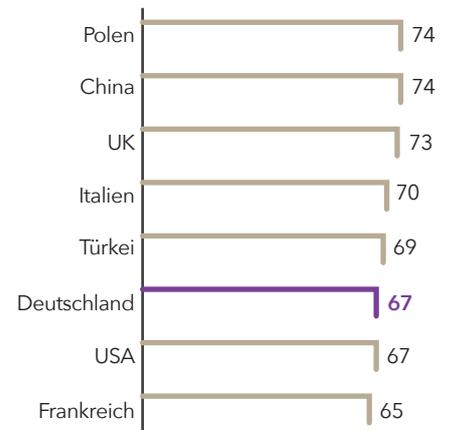
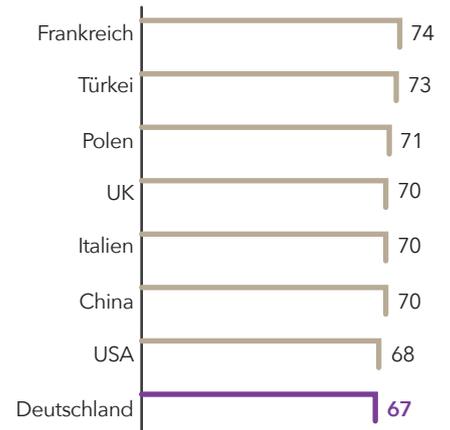
Der Trend geht ganz klar weg vom typischen Fast Food wie Burgern und Pommes hin zu gesünderen und frischeren Alternativen





## DEUTSCHE BEWERTEN GLOBALE QUICKSERVICE - MARKEN GRUNDSÄTZLICH SCHLECHTER ALS ANDERE NATIONEN

Gesamtbewertung - der Globalen Quickservice - Ketten

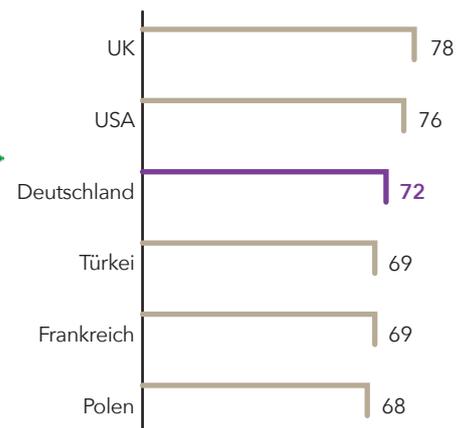
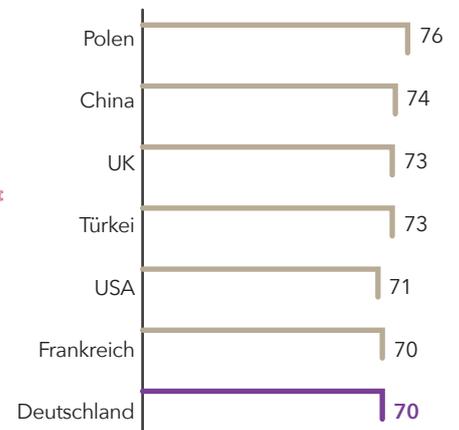


## Schlechte Karten für amerikanische Fast-Food - Ketten

Die großen amerikanischen Quickservice-Ketten haben es in Deutschland schwer - sie werden bei den Bewertungen regelrecht abgestraft, und gerade im internationalen Vergleich schneiden die Ketten in Deutschland teilweise deutlich schlechter ab als in anderen Nationen. Der Trend geht ganz klar weg vom typischen Fast Food wie Burgern und Pommes hin zu gesünderen und frischeren Alternativen.

Die Burger-Giganten McDonald's und Burger King schneiden insbesondere in Hinsicht auf Qualität der Speisen schlecht ab, welches das wichtigste Kriterium bei der Wahl eines Foodservices ist. Auch die Preise der amerikanischen Fast-Food Ketten bleiben hinter den Erwartungen der Kunden zurück. Sogar bei der Schnelligkeit des Services enttäuscht Burger King im Vergleich mit Wettbewerbern; McDonald's kann sich auch durch die Einführung von Terminals zur Bestellung weiter vorne positionieren.

Für Subway und auch KFC sieht es in Deutschland besser aus. KFC liegt im Vergleich zu anderen Quickservice-Ketten in Deutschland im Mittelfeld, schneidet aber auch nur bei den Kriterien Spaß und Größe der Portionen überdurchschnittlich ab. Nur Subway kann bei den Deutschen ganz klar punkten. Durch frische Zutaten und die Zubereitung der Speisen vor den Augen wird dem Kunden eine höhere Qualität suggeriert, die sich auch in den Bewertungen widerspiegelt.



# Drei Erfolgskonzepte können überzeugen

Die OC&C Studie zur Systemgastronomie zeigt, dass im deutschen Markt drei unterschiedliche Konzepte beim Kunden gut ankommen und überzeugen können. Diese Erfolgskonzepte werden von verschiedenen, führenden Foodservice - Marken genutzt und können zu einer hohen Gesamtbewertung führen. Nicht nur in Deutschland lassen sich diese 3 Erfolgskonzepte ausmachen, sondern auch in anderen Ländern sind ähnliche Tendenzen zu erkennen.



## Deutsche Beispiele

**NORDSEE** 

  
dean & david  
fresh to eat

**GOSCH**

## Konzept: Schnell & Frisch

Führende Quickservice-Marken überzeugen typischerweise bei Qualität der Speisen und bei Schnelligkeit und Freundlichkeit des Service. Dies sind genau die Kriterien bei welchen die amerikanischen Fast-Food-Giganten nicht mithalten können.

Kunden haben bei diesen Marken durch Essenszubereitung im Sichtfeld des Gastes ein starkes Gefühl von Frische. Auch haben die Kunden dadurch häufig die Option, ihre Speisenauswahl zu personalisieren, das heißt bestimmte Zutaten dazu zu bestellen oder auch weg zu lassen. Dean & David erreicht dies zum Beispiel durch eine offene Theke, in der Kunden die frischen Zutaten der Salate sehen und Zusammenstellung ihrer Speisen individuell ändern können (s. Fallstudie).

## Globales Beispiel

**SUBWAY** 

Das angebotene Essen ist zwar nicht immer durchweg gesund, aber bietet zumindest ausreichend gesunde Optionen auf der Karte. Dies macht es für Kunden wesentlich attraktiver, regelmäßig wieder zu kommen.

Der Service ist schnell, aber trotzdem persönlicher als bei anderen Quickservice-Ketten. Dies wird auch durch die vermehrte Interaktion mit dem Kunden bei der Zusammenstellung der Speisen betont.





dean & david  
fresh to eat

dean & david bietet frisches und gesundes Fast Food – dies macht dean & david zu einer der erfolgreichsten Marken in der Kategorie Quickservice.



## FALLSTUDIE

### QUALITÄT DES ANGEBOTS

dean & david ist für seine gesunden Speisen bekannt – und bietet Fast Food, bei dem sich Kunden nach dem Essen nicht schuldig fühlen. Der Slogan "fresh to eat" zeigt den Fokus der Kette – frisches und hochwertiges Essen.

### ATMOSPHERE

Das warme und lichtdurchflutete Design schafft eine angenehme Atmosphäre, welche Kunden einen besseren Aufenthalt verspricht als andere Quickservice-Ketten. Auch eine offene Theke ist Teil der meisten dean & david Standorte – die Gäste können dadurch nicht nur bei der Zubereitung der Speisen zuschauen, die Theken mit den vielen gesunden Zutaten im Sichtfeld des Gastes unterstützen auch das Image des gesunden Fast Foods und erlauben eine Individualisierung der Gerichte.

### AUSWAHL AUF DER KARTE

Frisch und gesund sind auch die Hauptmerkmale der Karte – mit einer Vielzahl an Salaten und Bowls, die individuell für den Kunden angepasst werden. Aber auch eine Auswahl an Suppen und Curries sind für Kunden mit dem Verlangen nach warmen Essen im Angebot.



Gesamtbewertung **76/100**



## Deutsche Beispiele



## Globales Beispiel



## Konzept: Einfach gut und doch ein bisschen anders

Restaurantketten mit hohem Unterhaltungswert, die auch bei weiteren Erlebnisfaktoren wie Atmosphäre führend sind, kommen in Deutschland besonders gut an.

Typischerweise sind diese auf bestimmte Speisen spezialisiert, wie zum Beispiel Hans im Glück oder Peter Pane auf Burger (s. Fallstudie). So können diese Ketten durch die variable Kombination von einigen wenigen Zutaten zum einen ihren Kunden eine breite Auswahl bieten, zum anderen aber bieten sich durch die limitierte Anzahl an Zutaten auch operative Vorteile.

Eine geringere Anzahl an Zutaten vereinfacht die Aufgaben des Teams und ermöglicht gleichzeitig eine hohe Konsistenz sowie Qualität des Angebots. Das vorteilhafte Betriebsmodell hilft darüber hinaus bei der Verbesserung der Margen, der Auslastung der Restaurants und der einfachen Skalierung. Darüber hinaus macht dies das Angebot für den wachsenden Takeaway-Markt attraktiv.

Restaurantketten mit diesem Konzept sind oft preiswert, aber nicht unbedingt führend beim Preis, stattdessen wird mehr Wert auf Atmosphäre und ein stimmiges Konzept gelegt. Dazu gehört auch ein freundlicher, aber nicht aufdringlicher Service.





Hans im Glück wertet das Gästerlebnis rund um den Burger auf, indem es an vielen Stellen ein bisschen mehr bietet – das fängt beim Design an, und hört beim Service auf.

**ATMOSPHERE**

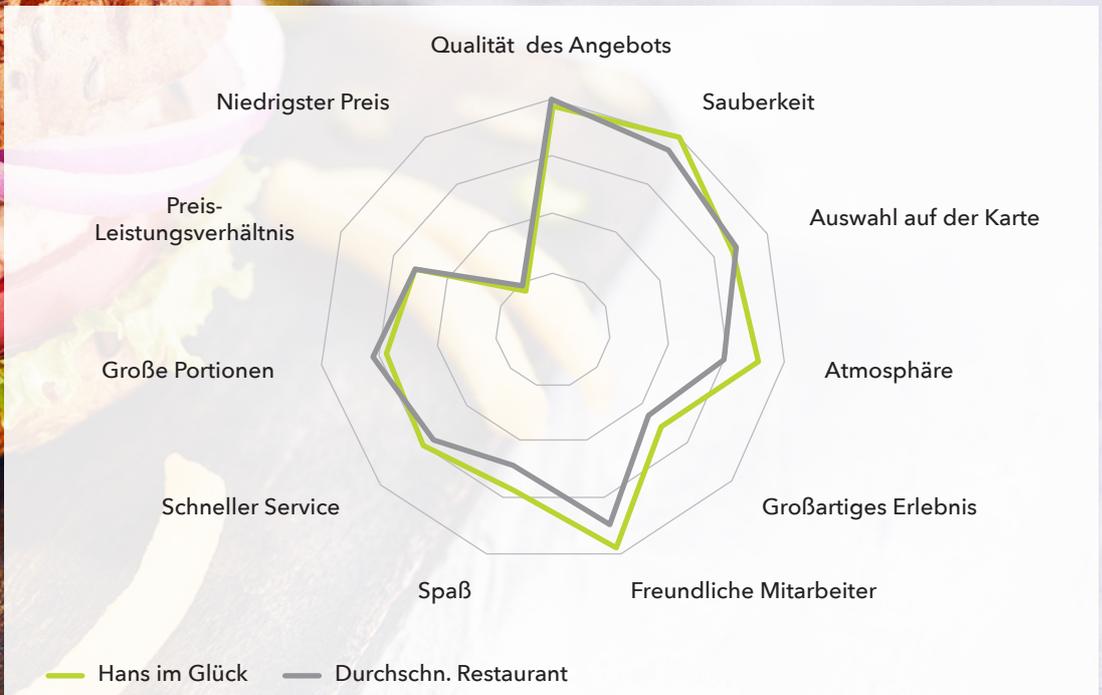
Hans im Glück legt viel Wert auf das Design der Restaurants, um eine einzigartige Atmosphäre zu schaffen. Bäume in den Restaurants schaffen selbst beim Burger-Essen eine „Frisch und Gesund“ Atmosphäre.

**FREUNDLICHE MITARBEITER**

Service mit einem Lächeln - Kunden empfinden den Service als sehr freundlich. Freundlicher Service ist auch Teil der Unternehmenskultur – die Mitarbeiter werden als „Glücklichmacher“ bezeichnet, da ihr Fokus auf der Zufriedenheit der Kunden liegen soll.

**SPAß**

Es wurde nicht nur ein berühmtes Märchen als Namensgeber gewählt, das Thema Mittelalter setzt sich auch bei den Namen der Gerichte fort. Eine große Auswahl an leckeren und einzigartigen Cocktails sorgt auch nach dem Essen für Spaß.



Gesamtbewertung **78/100**



## Deutsche Beispiele



## Konzept: Erschwingliche Qualität

Restaurants, die gutes Essen für alle zugänglich machen, können im OC&C Systemgastronomie-Index Top-Ränge erreichen. Restaurants wie Block House und L'Osteria bieten höchste Qualität zu annehmbaren Preisen und können damit die Kunden in Deutschland überzeugen.

So bietet Block House seinen Kunden Steaks der Spitzenklasse, wofür Kunden auch bereit sind, einen höheren Preis zu bezahlen. Auch ist die Atmosphäre und das Erlebnis authentisch und suggeriert Frische der Speisen - sei es die offene Steak-Küche und die stimmige Einrichtung bei Block House oder der prominente Pizzeria bei L'Osteria.

## Globales Beispiel



Eine strategische Zusammenstellung der Karte und die Nutzung von Mittagsmenüs oder Aktionen sind wichtig, um den Einstiegspunkt niedrig zu halten. So kann auch sichergestellt werden, dass die margenstarken Produkte förderlich positioniert und Zutaten ideal eingesetzt werden.





Kunden schätzen die großen Portionen und das hervorragenden Preis-Leistungsverhältnis von L'Osteria. Auch bei der Qualität der angebotenen italienischen Spezialitäten weiß L'Osteria zu überzeugen.

### GROSSE PORTIONEN

L'Osteria ist bekannt für große Portionen - Pizza, die über den Tellerand hinausragt, ist ein charakteristisches Merkmal von L'Osteria. Zwei unterschiedlich belegte Hälften erlauben es zwei Pizzen kombiniert zu einer zu erhalten (oder zu teilen).

### PREIS-LEISTUNGSVERHÄLTNIS

Gutes Preis- Leistungsverhältnis wird durch die großen Portionen geschaffen. Preise der Pizzen und anderer Gerichte sind jedoch ähnlich zu denen der Wettbewerber. Außerdem gibt es ein Kinder-Menü, wodurch L'Osteria auch für Familien erschwinglich wird.

### QUALITÄT DES ANGEBOTS

L'Osteria bietet hohe Qualität der Speisen. Die Kette hat sogar eine eigene Nudel-Manufaktur, um dies zu garantieren. Original italienische Zutaten unterstützen das Gefühl von hoher Qualität, das Kunden bei L'Osteria haben.



Gesamtbewertung **79/100**

# Die Formel zum Erfolg

---

Unabhängig von Konzepten und Zielsegmenten lassen sich 5 klare Erkenntnisse aus der OC&C Studie zu Systemgastronomie erkennen, die eine Gastronomiekette beachten muss, um erfolgreich zu sein.



## HABE DIE BASICS IM GRIFF

Qualitativ hochwertiges Essen und Trinken sind das wichtigste Kriterium bei der Auswahl eines Restaurants oder Quickservices und somit absolut essentiell. Keine der Top 10 Marken schneidet in diesem Kriterium unterhalb des Durchschnitts ab. Auch Sauberkeit ist unheimlich wichtig – es besteht ein starker Zusammenhang zwischen einer hohen Gesamtbewertung und der Bewertung von Sauberkeit.



## BIETE EIN ANGENEHMES ERLEBNIS

Die Gewinner ragen bei Atmosphäre und freundlichem Service heraus. Ein schlüssiges Konzept und engagierte Teams, die sich mit der Marke identifizieren sind hierzu wichtig. Kunden wird somit ein angenehmes Erlebnis geboten und sie verlassen die Marken mit einem guten Gefühl. Das bringt Kunden natürlich auch dazu, öfters wiederzukommen.



## HABE EIN KLARES PROFIL

Gäste wollen keinen „One-Stop-Shop“ mehr – sie wollen etwas Besonderes. Die besten Marken haben ein einzigartiges Angebot bei dem das Design, die Geräusche und der Geruch bereits verraten, was man erwarten kann und wo man ist. Sie können sich durch klare Merkmale deutlich klar von der Konkurrenz absetzen.



## ENTWICKLE EIN ANGEBOT MIT ANZIEHUNGSKRAFT FÜR ALLE GENERATIONEN

Es ist unmöglich, allen alles zu bieten. Die Gewinner haben aber eine breite Anziehungskraft auf verschiedene Generationen. Natürlich spricht teureres Steak eher ältere Generationen an, aber auch hier können gezielte Mittagsangebote und Kinderkarten jüngere Generationen und Familien anziehen. Auch weil diese die Kundschaft von Morgen sind.



## UNTERSTÜTZE DEIN ANGEBOT DURCH EIN VORTEILHAFTES BETRIEBSMODELL

Auch das perfekte Angebot ist nur mit einem gut durchdachten Betriebsmodell mit operativen oder kostenbezogenen Vorteilen skalierbar. Die besten Marken liefern verlässlich hervorragende Erlebnisse unabhängig von der Anzahl an Restaurants. Dies ist besonders gut mit einem Fokus auf bestimmte Gerichte bzw. Zutaten zu erreichen, welche hohe Margen bieten und effizient zuzubereiten sind.

# Nächste Schritte: Ihre OC&C Systemgastronomie-Index - Checkliste

---

Diese Publikation zeigt Ihnen lediglich eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse des OC&C Systemgastronomie-Index.

Für jedes der untersuchten Unternehmen liegen vielfach detailliertere Daten vor, mit denen es möglich ist, die individuellen Herausforderungen der Unternehmen transparent herauszustellen:

- Welches sind die Stärken und Schwächen Ihres Angebots?
- Wo besteht Handlungsbedarf? Wo findet sich weiteres Potential?
- Wie ändert sich das Verhalten ihrer Gäste, und welche Anforderung stellt das an Sie?
- Wie können/müssen Sie die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Formates weiter stärken?
- Und welche Hebel sind hierfür zu adressieren?

## Deutschlands größte Systemgastronomie – Marken

Rank	Marke	Kategorie	Gesamtwertung (aus 100)
1	Blockhouse	Restaurantkette	82
2	L'Osteria	Restaurantkette	79
3	Hans im Glück	Restaurantkette	78
4	Nordsee	Quickservice	78
5	Peter Pane	Restaurantkette	77
6	Maredo	Restaurantkette	77
7	Gosch	Quickservice	76
8	dean & david	Quickservice	76
9	Vapiano	Restaurantkette	76
10	Pizza Hut	Restaurantkette	73
11	Sausalitos	Restaurantkette	73
12	Subway	Quickservice	72
13	Kochlöffel	Quickservice	70
14	Domino's	Quickservice	70
15	Ditsch	Quickservice	70
16	KFC	Quickservice	70
17	Kamps	Quickservice	69
18	Backwerk	Quickservice	69
19	Wiener Feinbäckerei Heberer	Quickservice	69
20	Le Crobag	Quickservice	68
21	McDonalds	Quickservice	67
22	Burger King	Quickservice	67
23	K&U (Backkultur)	Quickservice	67

### HINTERGRUND ZUM OC&C SYSTEMGASTRONOMIE-INDEX

Der OC&C Systemgastronomie-Index ist ein Teil des Fundex, einer bedeutenden internationalen Verbrauchenumfrage, in der wir Kunden gefragt haben: „Wie war's?“ – denn wir wollten wissen, wie sie die wichtigsten Hospitality- und Freizeitmarken hinsichtlich verschiedener Gesichtspunkte wirklich einschätzen.

Hierzu wurden 40.000 Verbraucher weltweit unter anderem nach ihrer Einstellung und Wahrnehmung zu den führenden Systemgastronomie-Marken befragt. Unsere Ergebnisse zeigen auf, welche Systemgastronomie – Marken nach Einschätzung ihrer Gäste überzeugende Erlebnisse bieten und was genau sie zu ihren Favoriten macht.

Es ist gar nicht so einfach, ein großartiges Erlebnis für Gäste zu bieten, denn jeder definiert dies auf eine andere Art. Hier kann uns glücklicherweise der OC&C Systemgastronomie – Index helfen. Er verdeutlicht, warum Gäste einige Marken hoch einstufen und andere nicht; welche Elemente für sie ein Muss sind; und was „großartiger Service“ wirklich bedeutet. So können Marken ihre Aktivitäten und Investitionen auf die wichtigen Bereiche konzentrieren, um für ihre Gäste insgesamt bessere Ergebnisse zu erzielen.

In diesem Bericht stellen wir Ihnen lediglich einen kleinen Ausschnitt unserer Daten vor. Wenn Sie mehr erfahren möchten, nehmen Sie gerne Kontakt mit uns auf.



---

## DIE AUTOREN

### Jan Bergmann

Jan Bergmann ist Associate Partner in OC&C's Consumer Team und der Autor des deutschen Fundex. Jan arbeitet mit Kunden aus verschiedenen Branchen, mit großer Erfahrung unter anderem im Bezug auf Restaurants, Unterhaltung und Hotellerie. Nicht nur auf professioneller Ebene, sondern auch in seiner Freizeit findet man Jan entweder beim Testen von neuen Restaurants oder beim Grillen mit Freunden.

### David Foster

David Foster ist Associate Partner in unserem Hospitality & Leisure Team und Erfinder des OC&C Fundex. Seine Branchenschwerpunkte sind Restaurants und Bars, Ferienparks und Unterhaltung. Als ehemaliger Gaststättenbetreiber kennt er sich mit Spaß aus (sagt er), und um seiner Entdeckungslust zu fröhnen, hat er sich für 2019 vorgenommen, jede Woche mindestens eine neue Bar oder ein neues Restaurant zu besuchen.

## ÜBER OC&C STRATEGY CONSULTANTS

OC&C Strategy Consultants entwickelt in enger Zusammenarbeit mit seinen Klienten innovative und umsetzbare Lösungen für anspruchsvolle strategische Fragestellungen. OC&C ist in Europa, Nord- und Südamerika sowie Asien präsent.

OC&C arbeitet international mit namhaften Unternehmen und Investoren zusammen, die sowohl in etablierten als auch in neuen, schnell wachsenden Märkten eine Führungsrolle behaupten oder anstreben.

In Deutschland konzentriert sich OC&C vom Standort München aus auf die Branchen Handel, Konsumgüter, Touristik & Freizeitgewerbe, Medien und Telekommunikation, sowie auf das Private Equity-Geschäft.

Weitere Informationen über OC&C Strategy Consultants finden Sie unter:

[www.occstrategy.de](http://www.occstrategy.de)

## STANDORTE

Belo Horizonte

Boston

Hong Kong

Istanbul

London

Mailand

München

New York

Paris

São Paulo

Shanghai

Warschau

## IHRE ANSPRECHPARTNER

Jan Bergmann, Associate Partner  
[jan.bergmann@occstrategy.com](mailto:jan.bergmann@occstrategy.com)

David Foster, Associate Partner  
[david.foster@occstrategy.com](mailto:david.foster@occstrategy.com)



**OC&C**  
Strategy consultants