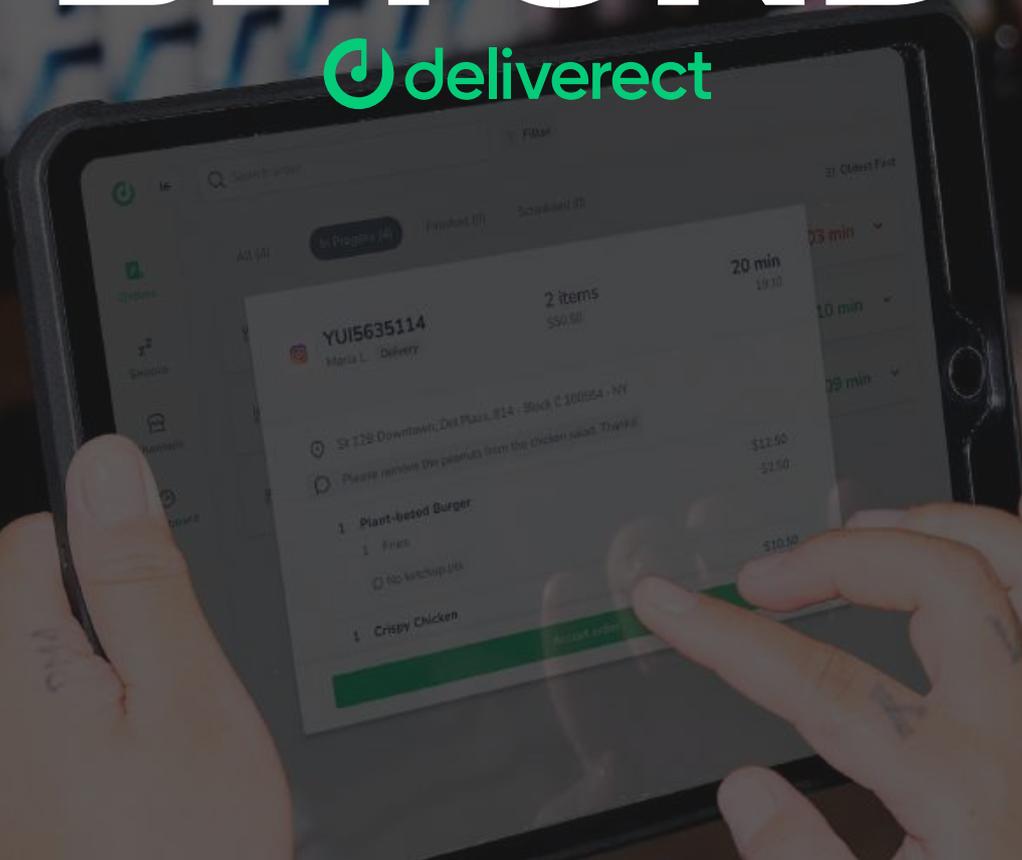


2025 AND BEYOND

 deliverect



**EXPERTENPROGNOSEN
FÜR DIE DYNAMISCHE ZUKUNFT
DER GASTRONOMIE**



NAVIGATION DURCH DIE NÄCHSTE ÄRA DER GASTRONOMIE



1

**NEUE TECHNOLOGIEBASIERTE GESCHÄFTSMODELLE:
WOHIN GEHT DIE BRANCHE?**

2

ANPASSUNG AN WERTORIENTIERTE VERBRAUCHER

3

**DYNAMISCHE PERSONALISIERUNG, KI UND DIE
ZUKUNFT DER ESSENERLEBNISSE**





Die Gastronomiebranche erlebt einen rasanten Wandel. Technologische Durchbrüche, Veränderungen im Verbraucherverhalten und die weit verbreitete Nutzung digitaler Tools verändern die Art und Weise, wie Unternehmen global arbeiten und mit Kunden interagieren.

Dieser Bericht bietet proaktiven Führungskräften, die sich in diesem Wandel zurechtfinden müssen, grundlegende Einblicke in die dynamische Landschaft der digitalen Bestell- und Restaurantverwaltung.

Die meisten Erkenntnisse dieses Berichts basieren auf dem halbjährlichen globalen Gipfel für digitale Bestellungen von Deliverect im September 2024. Auf diesem Gipfel tauschten mehr als 50 Branchenführer großer Marken ihre Strategien und Visionen für die Zukunft aus.

BRANCHENFÜHRENDE MARKEN AUF DEM GIPFEL



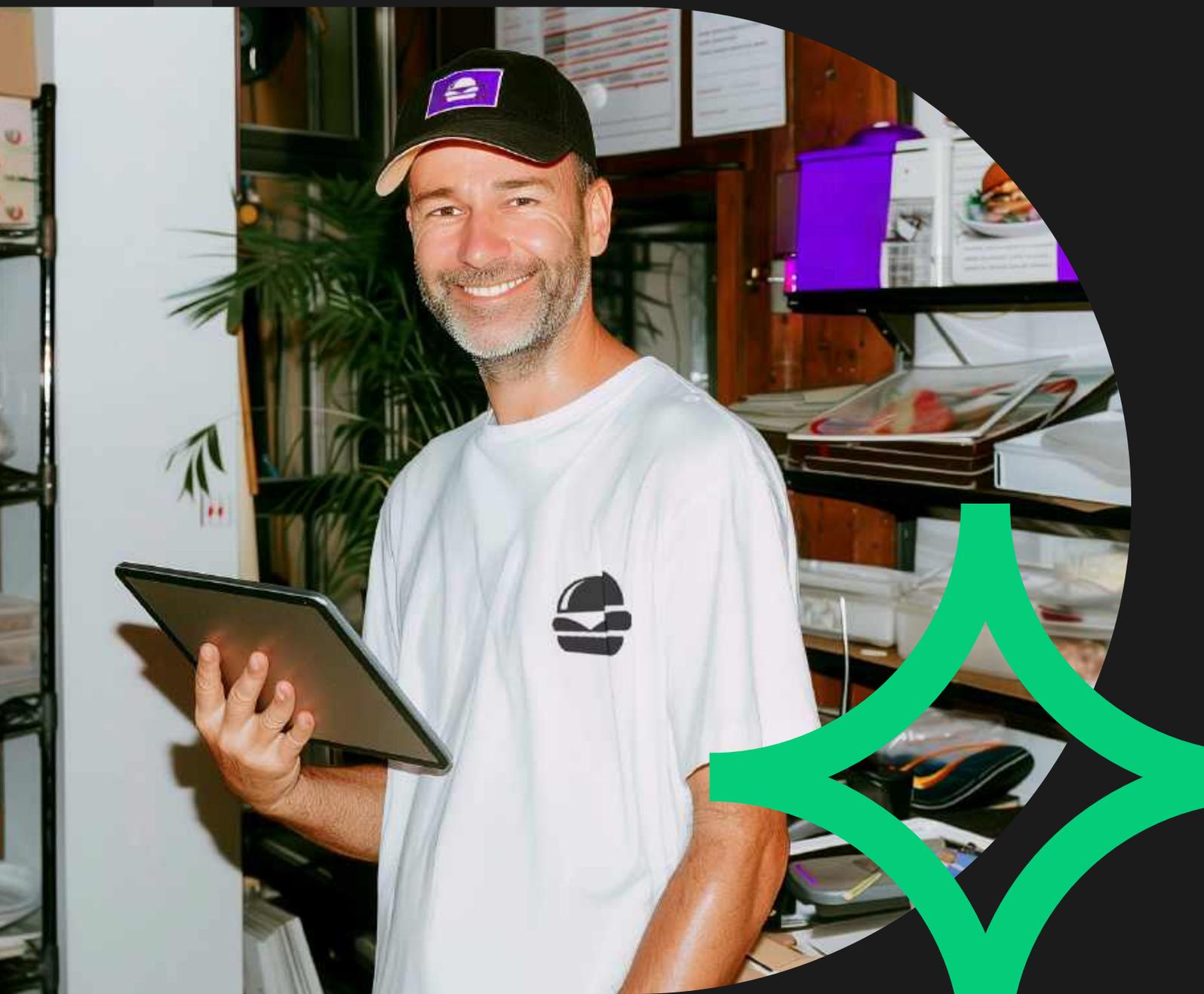
Diese branchenführenden Marken beobachten Trends nicht nur, sie setzen sie aktiv um. So können weitere Branchenführer beispielsweise vom Erfolg von Papa John's Optimierung der Betriebsabläufe durch digitale Lösungen lernen.

Der Bericht wird durch Daten von wichtigen Branchenverbänden wie der National Restaurant Association (NRA), dem Modern Restaurant Magazine, FSTEC 2024 und anderen untermauert, die einen umfassenden Überblick der Entwicklung der Branche bieten.

Dieser Bericht soll dir als Wegweiser in eine spannende Zukunft dienen. Mit den Erkenntnissen und Strategien, die du hier findest, kannst du die Herausforderungen und Chancen in der Gastronomiebranche im Jahr 2025 und darüber hinaus meistern.



NEUE TECHNOLOGIEBASIERTE GESCHÄFTSMODELLE: WOHIN GEHT DIE BRANCHE?





NEUE TECHNOLOGIEBASIERTE GESCHÄFTSMODELLE: WOHIN GEHT DIE BRANCHE?

Mit der fortschreitenden technologischen Entwicklung beschleunigt sich auch der Wandel in der Branche der Essenslieferung. Innovative Geschäftsmodelle, schnelle Franchise-Expansionen und branchenübergreifende Kooperationen verändern die Art und Weise, wie Marken agieren, skalieren und mit Verbrauchern in Kontakt treten.

Lass uns die Schlüsselbereiche dieser Entwicklung und die sich daraus ergebenden Chancen für Unternehmen weltweit untersuchen.

FRANCHISE-WACHSTUM DURCH TECHNOLOGIE

Die weltweite Franchise-Expansion boomt und Technologie ist der Schlüssel für eine erfolgreiche Skalierung. Digitale Tools – von POS-Systemen über Selbstbestellsysteme bis hin zu Lieferplattformen – ermöglichen es Franchisenehmern, die Markenkonsistenz zu wahren und sich gleichzeitig an die einzigartigen Bedürfnisse lokaler Märkte anzupassen.

Wie auf dem diesjährigen Global Digital Ordering Summit hervorgehoben wurde, können Marken durch technologiegestützte Franchise-Expansionen ihre Abläufe optimieren und gleichzeitig die Qualität aufrechterhalten und für jeden Standort personalisierte Erlebnisse bieten.



“Angeht all der neuen Technologien – neue Bestellplattformen, neue DSPs, Online-Bestellungen, Kioske und vieles mehr – brauchen wir eine standardisierte Plattform, um all diese Technologien an einem Ort zu vereinen.“

**FIVE
GUYS**

MOHAMMAD SAMHA

CHIEF TECHNOLOGY OFFICER
FIVE GUYS



BRANCHENÜBERGREIFENDE ZUSAMMENARBEIT

Die Grenzen zwischen Einzelhandel, Lebensmittelgeschäften und Restaurants verschwimmen, was neue Wachstumschancen eröffnet. Lieferplattformen expandieren in diese Bereiche, wodurch Marken neue Zielgruppen erreichen und zusätzliche Einnahmequellen erschließen können.

Schnellrestaurants nutzen Partnerschaften mit Einzelhandelsmarken und entwickeln gemeinsame Werbeaktionen, die Kunden anziehen und die Loyalität stärken.

Diese Kooperationen verändern Kundenerwartungen, da Verbraucher auf einer Plattform vielfältige Produkte und Dienstleistungen finden, was den Komfort steigert.



TECHNISCH BEDINGTER WETTBEWERB AUS DEN BEREICHEN LEBENSMITTEL UND READY-TO-EAT (RTE)

Einzelhändler setzen zunehmend auf Technologie, um im Bereich der Essenslieferung wettbewerbsfähig zu bleiben. Dies stellt traditionelle Schnellrestaurants vor Herausforderungen, bietet aber auch Möglichkeiten für Partnerschaften.

Insbesondere RTE-Lösungen sind auf dem Vormarsch, da Lebensmittelgeschäfte und Convenience-Marken mit Lieferplattformen zusammenarbeiten, um schnelle und hochwertige Optionen anzubieten.



Große Supermärkte im Vereinigten Königreich und in den USA bieten über Lieferplattformen Essenspakete und verzehrfertige Gerichte an, um in diesem Bereich wettbewerbsfähig zu bleiben.

Dieser Wandel zwingt traditionelle Restaurants dazu, innovativ zu sein, den Kundenkomfort zu verbessern und neue Wege zu erkunden, um den wechselnden Erwartungen gerecht zu werden.



Globale Expansion trifft auf lokale Flexibilität

Weltbekannte Marken stehen vor der Herausforderung, ein nahtloses Erlebnis über alle Märkte hinweg zu bieten und dabei lokale Unterschiede zu berücksichtigen. **Fortschrittliche Technologie-Ökosysteme helfen Marken dabei, dieses Gleichgewicht zu halten, und ermöglichen es Franchise-Unternehmen**, Standards einzuhalten und gleichzeitig ihre Dienstleistungen zu lokalen Präferenzen anzupassen.

Technologie ermöglicht diese Anpassungsfähigkeit, indem sie Echtzeitdaten und Tools bereitstellt, um lokale Praktiken mit globalen Markenwerten in Einklang zu bringen.



ANPASSUNG AN WERTORIENTIERTE VERBRAUCHER



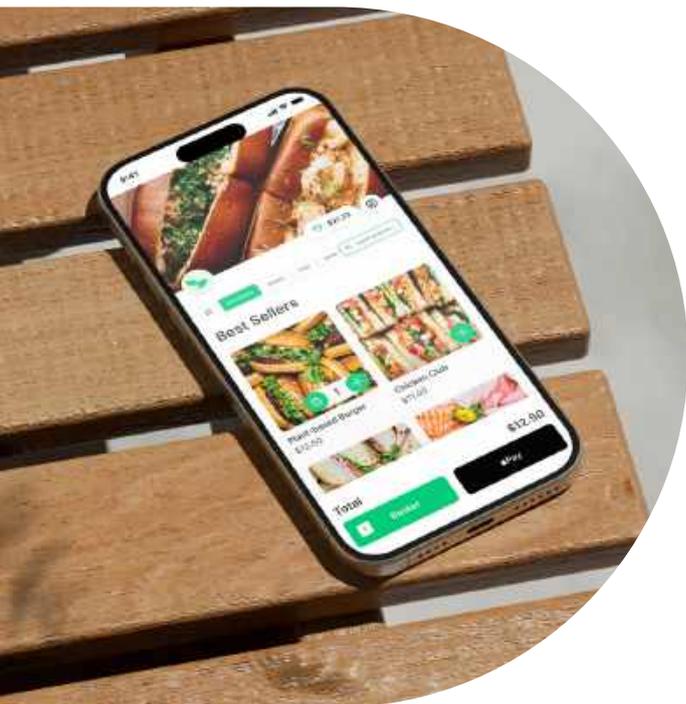
ANPASSUNG AN WERTORIENTIERTE VERBRAUCHER

Clevere Marken reagieren auf die sich wandelnden Erwartungen preisbewusster, erlebnisorientierter Gäste. Hier sind die wichtigsten Trends, welche die Branche verändern.

PREIS-LEISTUNGS- VERHÄLTNIS NEU DEFINIERT

In der heutigen Wirtschaftslage hat sich das Konzept des Wertes weiterentwickelt. Anstatt nach dem billigsten Angebot zu suchen, suchen die Verbraucher nach einem Wert, der Qualität und Erfahrung zu einem fairen Preis umfasst.

Dies ist eine Abkehr von einem Wettlauf um die niedrigsten Preise. Es zeigt, dass die gesamte Branche erkannt hat, dass ein Wettbewerbsvorteil mehr als nur einen Preisverfall erfordert.



HÖHERE ERWARTUNGEN MIT WERTORIENTIERTEN SPEISEKARTEN ERFÜLLEN

In Zeiten hoher Inflation erwarten Verbraucher weiterhin hochwertige Erlebnisse und außergewöhnlichen Service. Restaurantbetreiber müssen Speisekarten anbieten, die sowohl erschwinglich als auch qualitativ hochwertig sind.

Die Herausforderung besteht darin, Angebote zu entwickeln, die dem Wunsch der Kunden nach einem günstigen Preis entsprechen, ohne dabei Kompromisse bei der Qualität oder der Attraktivität des Essens einzugehen.



“Nächstes Jahr erwarte ich einen harten Wettbewerb. Die Gäste werden mehr erwarten, auch wenn die Budgets knapp sind. Sie werden weiterhin gute Erlebnisse, hohe Qualität und pünktliche Lieferung verlangen.“



PETER PORLING

HEAD OF DIGITAL GUEST EXPERIENCE
MAX BURGERS



Dies unterstreicht einen allgemeinen Trend, bei dem Restaurants sowohl über den Preis als auch über die Kundenerfahrung konkurrieren.

STEIGENDE NACHFRAGE NACH BÜROBESTELLUNGEN

Da Mitarbeitende nach der Pandemie in Büros zurückkehren, ist die Nachfrage nach bequemen Mahlzeiten während der Arbeitszeit stark gestiegen. Der **Feeding the Workplace Report 2024** der [National Restaurant Show](#) zeigt, dass die Zahl der täglichen und wöchentlichen Mahlzeiten für Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahr um **32 %** gestiegen ist.

Dieser Trend ist eine große Chance für Foodservice-Anbieter: Wenn sie die Menschen im Büro für sich gewinnen können, bedeutet das ein höheres Bestellvolumen und ein stabileres Mittagsgeschäft. Bei der Essensbestellung im Büro geht es nicht nur um die Lieferung von Mahlzeiten – es geht darum, ein integraler Bestandteil des Arbeitsplatzes zu werden, der Zuverlässigkeit, Vielfalt und Komfort bietet.





“ Wir verzeichnen einen deutlichen Anstieg der Bestellungen für Mittagessen im Büro. Es geht nicht nur darum, die Belegschaft zu verpflegen. Es geht darum, bequeme, zeitnahe und schmackhafte Essenslösungen anzubieten. ”



TOM SMITH

OPERATIONS DIRECTOR
PIZZA PILGRIMS UK

“ Große Catering-Aufträge und White-Label-Lieferlösungen sind unsere Zukunft. Catering-Aufträge sind größer, haben einen höheren durchschnittlichen Auftragswert und sind für uns rentabler. ”



NATALIA SALGADO

HEAD OF DELIVERY
JOE & THE JUICE

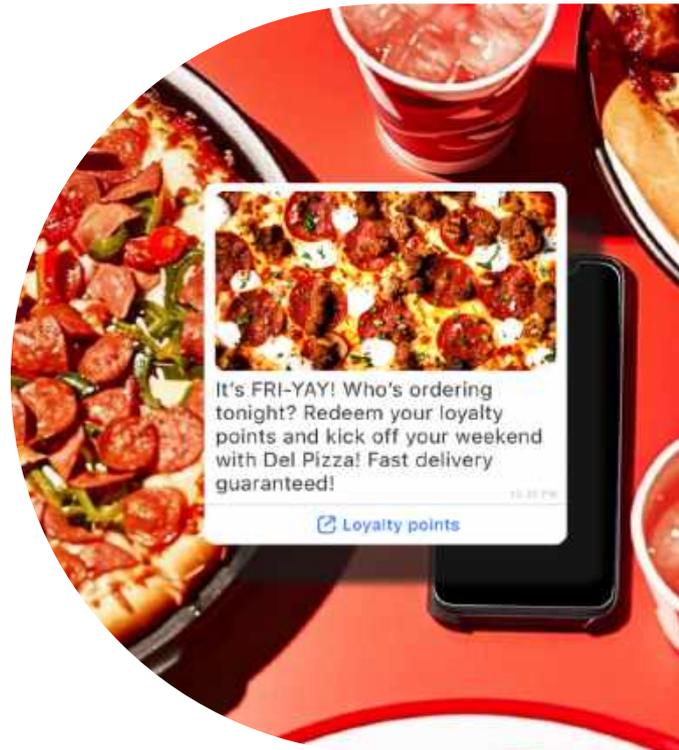


LOYALTÄT MIT VORTEILEN: EINE NEUE ÄRA DER WIEDEREINGLIEDERUNG

Im Bereich der Treueprogramme hat sich ein Sinneswandel vollzogen. Die Zeiten, in denen wir uns mit dem bloßen Sammeln von Punkten zufrieden gaben, sind vorbei. Die Verbraucher von heute erwarten greifbare Vorteile wie Rabatte, exklusive Menüpunkte und Überraschungsvorteile.

Diese Entwicklung bei den Kundenerwartungen hat zum Erfolg kostenloser Treueprogramme geführt. Ein Beispiel hierfür sind große Marken wie McDonalds und Starbucks, bei denen die Belohnung für das Engagement sofort erfolgt.

Das [Modern Restaurant Magazine](#) stellte fest: „Stammgäste sind das Lebenselixier eines jeden Restaurants, und genau hier können Mitgliedschaften diese Besuche effektiver fördern als nur Treueprogramme.“



Betreiber sind daher gezwungen, ihre Treueprogramme zu überdenken und sich auf die Schaffung sinnvoller Interaktionen zu konzentrieren, die dafür sorgen, dass Kunden nicht nur wegen des Essens, sondern auch wegen des Erlebnisses und der Vorteile ihrer Treue wiederkommen.



NACHFRAGE NACH GEHOBENEN QSR- ERLEBNISSEN

Wirtschaftlicher Druck und sich ändernde Vorlieben haben dazu geführt, dass sich viele Verbraucher für Schnellrestaurants (QSRs) statt für Restaurants mit Bedienung entscheiden. Allerdings führt dieser Wandel nicht zu geringeren Erwartungen.

Die Verbraucher verlangen nach wie vor hochwertige Speisen, schnellen Service und ein angenehmes Essenserlebnis, auch in einer schnelllebigen Umgebung. Dieser Trend zwingt die Schnellrestaurants dazu, sich zu verbessern, um diesen steigenden Erwartungen gerecht zu werden. Dabei dürfen sie jedoch nicht auf die Schnelligkeit und Bequemlichkeit verzichten, die diese Kategorie ausmachen.

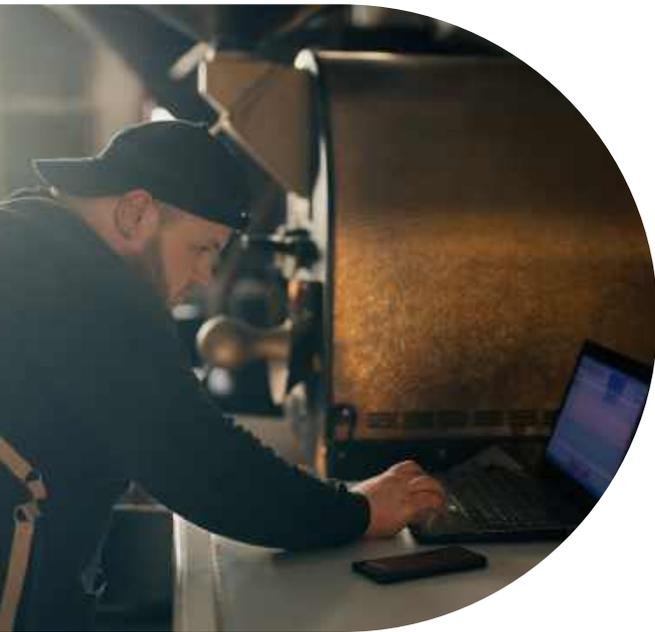
DYNAMISCHE PERSONALISIERUNG, KI UND DIE ZUKUNFT DER ESSENERLEBNISSE





DYNAMISCHE PERSONALISIERUNG, KI UND DIE ZUKUNFT DER ESSENERLEBNISSE

Geschwindigkeit und Bequemlichkeit sind für moderne Gäste zu einer Selbstverständlichkeit geworden. Um sich jedoch wirklich von der Konkurrenz abzuheben, müssen Restaurants jede Interaktion zu einem personalisierten, bedeutungsvollen Erlebnis machen. In einem überfüllten Markt ist die Hyper-Personalisierung – angetrieben durch Daten und KI – der neue Standard, der dafür sorgt, dass Kunden wiederkommen. **Es geht nicht mehr nur um die Einführung von KI. Es geht darum, KI zu optimieren, um tiefere, effektivere Kundeninteraktionen zu schaffen, die über eine oberflächliche Personalisierung hinausgehen.**



DATENGESTEUERTE HYPERPERSONALISIERUNG

Die Restaurantgäste von heute erwarten maßgeschneiderte Erlebnisse, bei denen ihre Vorlieben antizipiert werden. Durch die Nutzung von Datenanalysen können Unternehmen die Wünsche ihrer Kunden vorhersagen, bevor diese geäußert werden.

Dies könnte bedeuten, Artikel auf der Grundlage früherer Einkäufe vorzuschlagen, individuelle Werbeaktionen anzubieten oder das Speiseerlebnis in Echtzeit basierend auf bestehenden Kundendaten anzupassen.



“Kunden erwarten mehr Loyalität, Rabatte, Vergünstigungen und spannende neue Angebote auf der Speisekarte. Sie wollen mehr von uns, ohne zwangsläufig mehr bezahlen zu wollen.”



DANIEL SOILE

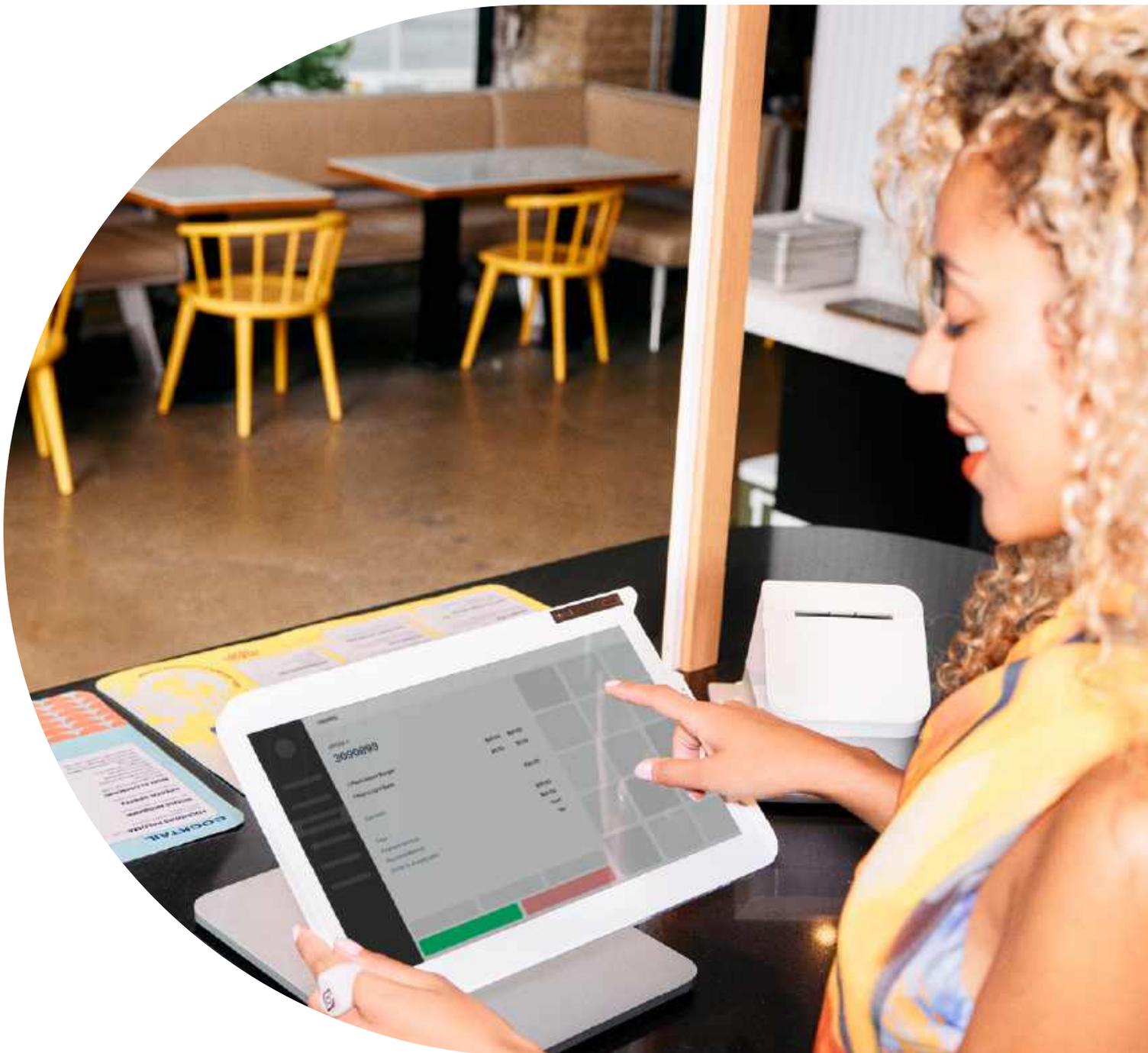
HEAD OF DELIVERY
BOPARAN RESTAURANT GROUP



NAHTLOSE OMNICHANNEL-ERLEBNISSE

Ein Omnichannel-Ansatz stellt sicher, dass jede Interaktion mit deiner Marke nahtlos und konsistent ist, egal ob über eine App, einen Kiosk oder persönlich. Diese Strategie ist entscheidend für die Aufrechterhaltung eines starken, einheitlichen Kundenerlebnisses.

Ob bei der Bestellung per Telefon oder im Gespräch mit einem Chatbot – die Servicequalität und Personalisierung sollten einheitlich sein. **Die neueste Restaurant-Management-Software und KI-Tools ermöglichen die Bereitstellung echter Omnichannel-Erlebnisse in großem Maßstab und mit einem angemessenen Budget.**



KI IN DER GASTRONOMIE: DIE KUNDENERFAHRUNG NEU GESTALTEN





KI IN DER GASTRONOMIE: DIE KUNDENERFAHRUNG NEU GESTALTEN

Die Gastronomiebranche steht vor einem transformativen Sprung, der durch immer ausgefeiltere KI-Tools vorangetrieben wird. Von personalisiertem Essen bis hin zu vorausschauenden Interaktionen – KI wird die Art und Weise, wie Restaurants mit Kunden in Kontakt treten, neu gestalten.



Im [neuesten Bericht von Gartner](#) heißt es: „Bis 2025 wird KI 50 % aller Kundeninteraktionen in Restaurants verwalten, was zu einem schnelleren Service und einer höheren Kundenzufriedenheit führt.“

Das Potenzial liegt auf der Hand: KI wird den Service verbessern, Abläufe optimieren und das Essenserlebnis steigern.

REVOLUTIONIERUNG DER KUNDENINTERAKTION DURCH KI

VERBESSERTE KUNDENERFAHRUNG



Mit KI-gestützten Speisekarten, personalisierten Empfehlungen und dynamischer Preisgestaltung wird die Kundenerfahrung einzigartig maßgeschneidert. Stell dir Speisekarten vor, die sich an persönliche Vorlieben und frühere Bestellungen anpassen und so ein kulinarisches Erlebnis schaffen, das sich anfühlt, als wäre es speziell für jeden Gast zusammengestellt worden.



INTELLIGENTE ECHTZEIT-EMPFEHLUNGEN

KI kann auf der Grundlage von Kundendaten Artikel basierend auf Stimmung, Tageszeit oder Wetter vorschlagen und so relevantere und ansprechendere Empfehlungen abgeben.



KI-GESTÜTZTE CHATBOTS

KI-Chatbots bieten rund um die Uhr sofortigen Support, beantworten Fragen und bearbeiten Bestellungen effizient, selbst zu Stoßzeiten.



DIE ZUKUNFT DER KI IN DER GASTRONOMIE

AUGMENTED-REALITY- SPEISEKARTEN

Stell dir interaktive AR-Speisekarten vor, die es den Gästen ermöglichen, Gerichte vor der Bestellung zu visualisieren, Nährwertangaben einzusehen oder sogar virtuelle Verkostungen zu erleben. Diese immersive Technologie würde Speisekarten zum Leben erwecken und die Entscheidungsfindung und das Engagement verbessern.



PERSONALISIERTE ERNÄHRUNGS- UND DIÄTEMPFEHLUNGEN

KI könnte Gesundheitsdaten und Ernährungspräferenzen analysieren und Menüvorschläge auf die Ernährungsbedürfnisse oder Lebensgewohnheiten zuschneiden.

TRANSPARENZ BEI DER NACHHALTIGEN BESCHAFFUNG

KI wird es den Gästen ermöglichen, fundierte Entscheidungen zu treffen, indem sie Echtzeitdaten über die Beschaffung, Verarbeitung und ethische Praktiken von Zutaten in der gesamten Lieferkette bereitstellt. Gäste können Mahlzeiten auf der Grundlage ihrer Werte auswählen und so zu einer transparenteren, nachhaltigeren Esskultur beitragen.





20
25

VORBEREITUNG AUF 2025 UND DARÜBER HINAUS

Die Gastronomiebranche befindet sich in einem entscheidenden Moment, angetrieben durch technologische Fortschritte und sich ändernde Verbraucherbedürfnisse.



IN DIESEM BERICHT UNTERSUCHTE TRENDS



1

Globale Expansion mit lokaler Relevanz

Wenn Franchiseunternehmen in neue Regionen expandieren, können sie dank der Technologie auf lokale Vorlieben und Erwartungen eingehen und gleichzeitig eine gleichbleibende globale Qualität gewährleisten.

2

Branchenübergreifende Zusammenarbeit

Restaurants finden neue Wachstumspfade im Lebensmittel- und Einzelhandelssektor, indem sie auf verzehrfertige Lösungen setzen.

3

Verändertes Verbraucherverhalten mit wertorientierten Angeboten erfüllen

Für Verbraucher hat der Wert weiterhin höchste Priorität, da sie über den Preis hinaus auf Faktoren wie Qualität, Bequemlichkeit, konkrete Treueprämien und ein gehobenes Speiseerlebnis achten.

4

Hyperpersonalisierung und KI-Transformation

Von dynamischen Speisekarten bis hin zu vorausschauender Personalisierung und nahtlosen Omnichannel-Erlebnissen – die KI steht erst am Anfang der Revolutionierung der Kundeninteraktion.



VORBEREITUNG AUF 2025 UND DARÜBER HINAUS

2025

Mit Blick auf 2025 und darüber hinaus müssen Unternehmen agil und zukunftsorientiert bleiben. Die Nutzung der neuesten Technologien, die Erkundung neuer Geschäftsmodelle und die Förderung branchenübergreifender Kooperationen sind wesentliche Taktiken, um in einer sich schnell entwickelnden Branche wettbewerbsfähig zu bleiben.



2024 war ein entscheidendes Jahr für die Technologie im Gastronomiesektor und bereitete den Weg für schnelles Wachstum und Wandel. Betreiber auf der ganzen Welt betrachten Technologie nicht mehr nur als Werkzeug, sondern als Grundlage für unmittelbaren Erfolg und nachhaltiges Wachstum. Mit Blick auf 2025 und darüber hinaus wird der Schwerpunkt darauf liegen, all diese Innovationen nahtlos zusammenzuführen, um kohärente, effiziente Systeme zu schaffen. Bei Deliverect haben wir uns zum Ziel gesetzt, ein zuverlässiger Partner zu sein, der Betrieben dabei hilft, die wesentlichen Probleme zu identifizieren, die Einführung von Technologie zu vereinfachen und die Lösungen, auf die sie sich verlassen, voll auszuschöpfen.



ZHONG XU

CEO & CO FOUNDER
DELIVERECT

2025 AND
BEYOND
deliverect

Nimm an der Diskussion teil, während wir die sich entwickelnde Dynamik der digitalen Bestellung und des Food-Service-Managements im Jahr 2025 erkunden.

ABONNIERE UNSEREN NEWSLETTER, UM ÜBER DIE NEUESTEN TRENDS IN DER LEBENSMITTELINDUSTRIE INFORMIERT ZU WERDEN



deliverect

▶ @ in f