



DESTINATION FOOD-COURT

Fakten. Erfolgsfaktoren. Einblicke.



Marktplätze und Komfortzonen

Um **100%** 
ist die Zahl der Gastronomienutzer
in den letzten 10 Jahren angestiegen:
Food-Courts begeistern die Kunden.¹


24%

der Besucher bleiben eine Stunde
und länger im Food-Court, 90 % mindestens
eine Viertelstunde: **Food-Courts sind
beliebte Komfortzonen.**²

Die Verbindung von Gastronomie und Handel entspricht den menschlichen Grundbedürfnissen nach Austausch und Inspiration. Moderne Food-Courts bilden für Kunden heute beliebte Anziehungspunkte in Shopping-Centern für gemeinsames Verweilen. Die ECE verzeichnet in den letzten Jahren einen regelrechten Food-Court-Boom und unterstützt kompetent bei Entwicklung und Umsetzung unter Berücksichtigung von Mieterbedürfnissen und aktuellen Erfolgsfaktorenanalysen.


40%
Ca.

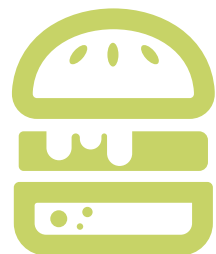
der Besucher wählen ihr Shopping-Center auch
nach dem dortigen kulinarischen Angebot aus:
Food-Courts sind Kundenmagneten.²

Über 20 Food-Courts

*„Food-Courts sind eminent wichtig
für den „Wohlfühlfaktor“
eines Shopping-Centers.
Kunden können hier gezielt
begeistert werden, wenn Angebot
und Atmosphäre stimmen.“*

JOANNA FISHER,
ECE, Managing Director Center Management

hat die ECE in Deutschland innerhalb der
letzten 11 Jahre eröffnet, die Hälfte davon
innerhalb der letzten drei Jahre.



Frequenzbringer und Synergienschaffer

Von erfolgreichen Food-Court-Konzepten profitieren nicht nur die Betreiber selbst, sondern auch die weiteren Mieter in den Centern, u. a. durch

- **Synergieeffekte.** Food-Courts stellen eine Aufwertung des Center-Angebots dar und fungieren oft als wichtiger Umsatztreiber.
- **Imagegewinn.** Als Locations mit hoher Aufenthaltsqualität schaffen Food-Courts ein hochattraktives Umfeld.
- **Neue Zielgruppen.** Attraktive Gastronomie zieht ein breites Zielgruppenspektrum an und bietet neue Möglichkeiten der Vermarktung.



**Beeindruckendes
Traffic-Plus:**
Etagen mit Food-Courts
weisen in Shopping-Centern
oft den höchsten Traffic auf.

Food-Court
Etage



Food-Court-Erfolgsrezepte made by ECE

Den einen Erfolgsfaktor gibt es nicht. Bei Konzeption und Planung eines Food-Courts müssen viele Rahmenbedingungen berücksichtigt und in ein stimmiges **centerindividuelles Gesamtkonzept** gebracht werden. Die ECE setzt dabei u. a. auf ein **Scoring-Modell**, das die entscheidenden Kriterien bewertet und eine wichtige Grundlage für die konkrete Potenzialanalyse darstellt.

EINZUGSGEBIET

Je höher der Anteil an Besuchern mit mehr als 30 Minuten Fahrtzeit, desto besser: Das Center wird dann verstärkt als kulinarischer Treffpunkt genutzt. Auch eine hohe Anzahl an Büros bzw. Arbeitsplätzen in der Umgebung ist förderlich.

MIETER-MIX

Entscheidend ist Vielfalt: Je abwechslungsreicher ein Food-Court ist, umso besser für alle Betreiber. Auch die Wettbewerbssituation ist entscheidend. Regionale Konzepte und große Systemanbieter ergänzen sich optimal.

ATMOSPHÄRE

Interieur, Geräuschpegel, Musikkonzept: Alles muss sensibel aufeinander abgestimmt sein, um dem Gast eine möglichst hohe Aufenthaltsqualität zu bieten. Wer sich wohlfühlt, der verweilt gern – und konsumiert entsprechend länger.

LAGE

Die Food-Courts in Shopping-Centern sollten schnell erreichbar und gut auffindbar sein sowie Besuchern angenehm weite Ausblicke bieten.

QUALITÄT

Für jedes Gastronomiekonzept gilt: Das Angebot muss stimmen. Qualität ist und bleibt eines der wichtigsten Erfolgskriterien. Auch auf Nachhaltigkeit wird auf Kundenseite verstärkt geachtet.

63%

der befragten Kunden legen Wert auf eine besondere architektonische Gestaltung.

ECE Kundenbefragung 2015
zur Food-Court-Nutzung, n = 2.598



ZUFRIEDENHEITSBRINGER

Diese Punkte sind unverzichtbar für den Food-Court-Erfolg:¹

- Faires Preis-Leistungs-Verhältnis
- Wenig Wartezeit
- Ausreichendes Platzangebot
- Freundlichkeit und Sauberkeit
- Angebot „Bargeldloses Bezahlen“

¹ ECE Kundenbefragung 2015 zur Food-Court-Nutzung, n = 2.598, Faktorenanalyse der Einflussfaktoren auf die Gesamtzufriedenheit



17 Mio.

Besucher pro Jahr in allen Food-Courts – drei Mal so viele wie auf dem Oktoberfest



12.000 qm

Gesamtmietfläche aller Food-Courts – entspricht ca. 61 Tennisplätzen



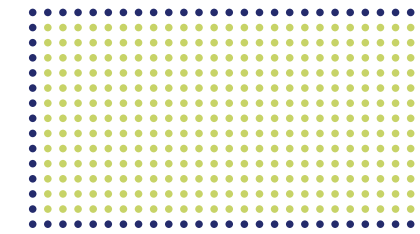
2/3

Lunch-Nutzung¹ in Food-Courts



400

Sitzplätze pro Food-Court



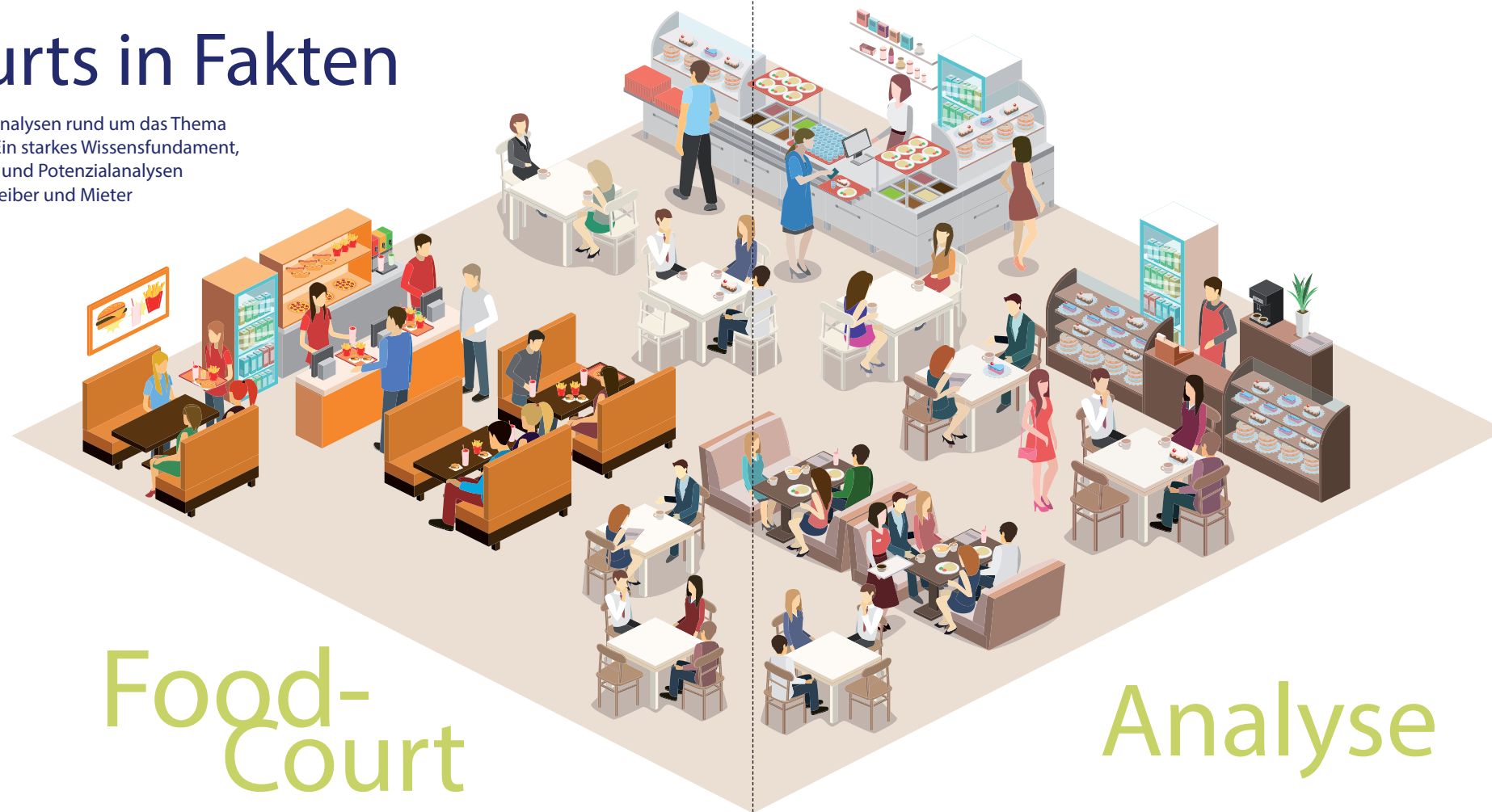
50%

der Food-Court Besucher sind unter 30 Jahre¹



ECE Food-Courts in Fakten

Die ECE hat in den letzten Jahren eine Vielzahl von Analysen rund um das Thema „Gastronomie in Shopping-Centern“ durchgeführt. Ein starkes Wissensfundament, das zusätzlich um centerindividuelle Betrachtungen und Potenzialanalysen ergänzt wird. Alles mit dem Ziel, für Food-Court Betreiber und Mieter nachhaltig erfolgreiche Konzepte zu realisieren.



Food-Court

Analyse

ca. Jahresumsatz pro Food-Court entspricht dem eines Textil-Filialisten mit einer Fläche ab 1.500 m²



Ergebnisse aus der ECE Kundenbefragung 2016 (n=62.970):

Rund 80 % der Kunden besuchen den Food-Court zumindest gelegentlich.

Food-Court Besucher verbringen im Schnitt rund 50 % mehr Zeit im Shopping-Center und sind auch zufriedener mit dem dortigen Angebot.

Darüber hinaus gilt: Je häufiger Food-Courts besucht werden, desto höher ist auch die Zufriedenheit mit dem Center!

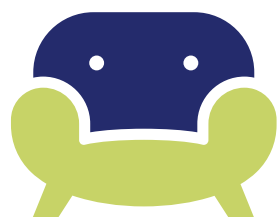


> 200

Food-Court Mieter allein in Deutschland

8.000

Insgesamt Sitzplätze in allen Food-Courts – 6 x der größte Kinosaal Deutschlands



43%

aller Food-Court Betreiber sind Einzelmieter – Individualität zählt



2.200

Essen pro Tag in Food-Courts



6malige

Platznutzung pro Tag in Food-Courts



2/3

der Kunden bewerten ECE Food-Courts mit sehr gut oder gut²



Quelle:
1 ECE Kundenbefragung 2015 zur Food-Court-Nutzung, n=2.598
2 ECE Kundenbefragung 2016 (n=62.970)



First-Class-Gastronomie: „Foodtopia“ in der MyZeil in Frankfurt

Mit „Foodtopia“ entsteht in der Frankfurter MyZeil eine ganz eigene kulinarische Erlebniswelt, kein klassischer Food-Court. 15 individuelle Konzepte mit lokalen, nationalen und internationalen Anbietern werden ab 2018 das gastronomische Angebot in Shopping-Centern hier völlig neu definieren. „Foodtopia“ wird eine inspirierende Destination für die Sinne: mit Angeboten für das Croissant am Morgen, ein „Quick Lunch“ am Mittag, ein 3-Gänge-Menü am Abend und einen Drink mit Blick auf die Frankfurter Skyline. Drei Außenterrassen und ein Kino runden das spektakuläre Gesamtangebot in Zukunft ab, das Besuchern von 8 Uhr morgens bis 2 Uhr nachts zur Verfügung stehen wird.

Panorama mit Flair: „FoodSky“ in der Europa Passage Hamburg

Wer künftig den kulinarischen Charme der Städte Paris, London, Madrid und Stockholm genießen möchte, muss dafür nicht mehr in diese Städte reisen. Es genügt ein Besuch der neuen Food-Etage in der Europa Passage Hamburg. 15 Counter und 5 Restaurants bilden ein abwechslungsreiches Ensemble über den Dächern der Hansestadt. Die Sitzbereiche greifen jeweils das Flair europäischer Metropolen auf, während der Blick weit über die Alster schweift. Ein Genuss, den Besucher auch sonntags und zu erweiterten Öffnungszeiten erleben können.





Detaillierte Analysen als Wissensfundament

Die ECE will strategische Entscheidungen stets auf einer fundierten Wissensbasis treffen und führt deshalb regelmäßig zielgenaue Befragungen und Studien durch. Ein weiteres Beispiel hierfür ist Deutschlands größte Shopper-Typen-Analyse, die als Ergebnis 8 präzise definierte Shopper-Typen generierte und damit wichtige Erkenntnisse für künftige, centerindividuelle Erfolgsstrategien lieferte.

Entdecken Sie weitere ECE eigene Publikationen:
<http://www.ece.de/mediathek/publikationen>



Die ECE unterstützt bei Entwicklung und Umsetzung

Als großer Food-Court Betreiber in Europa bietet die ECE sowohl in Planungs- als auch in Realisierungsphasen kompetente und partnerschaftliche Unterstützung. Die individuellen Mieterbedürfnisse stehen stets im Vordergrund – und der gemeinsame Erfolg bleibt das erklärte Ziel.

Bei Interesse oder Fragen zu Food-Court-Konzeptionen steht das Technische Key Account Management unter Tel. 040 60606 – 7608 oder shop@ece.de gern zur Verfügung

IMPRESSUM
 ECE Projektmanagement
 G.m.b.H. & Co. KG
 Heegbarg 30
 22391 Hamburg

Telefon: 040 60606 – 0
 Fax: 040 60606 – 6230
 E-Mail: info@ece.de

Geschäftsführung:
 Alexander Otto (Vors.)
 Joanna Fisher
 Robert Heinemann
 Henrie W. Kötter
 Markus Lentzler
 Dr. Andreas Mattner
 Claudia Plath
 Klaus Striebich