



## Megatrend Take-Away – Stolperfallen und Chancen.

*Take-away ist das Gebot der Stunde. Aber zahlreiche Gastronomen haben damit aufgehört. Wo liegen die Gefahren, wo die Chancen eines zusätzlichen Take-Away-Angebots? Und wie lässt sich ein solches rentabel gestalten?*

Der Trend hin zu immer kleineren Haushalten prägt die Art, wie wir essen. 1- bis 2-Personenhaushalte, in der werktags nicht mehr gekocht wird, nehmen laut Foodreport\* bis ins Jahr 2035 auf über 80% zu, Lieferdienste boomen. Corona hat diesem Trend zusätzlich Schub verlieht. Homeoffice nimmt zu. Kunden möchten an Werktagen nicht mehr selbst kochen, sich aber trotzdem schnell, gesund, abwechslungsreich und lokal verpflegen.

Allzu schnell aber wird ein zusätzliches warmes Take-Away-Angebot zur Qualitäts- und Rentabilitäts-Falle. Warum eigentlich?

- Das Essen bleibt nicht lange heiss
- Die Qualität der warmen Speisen nimmt rapide ab
- Nährstoffe gehen bei langen Warmhaltezeiten verloren
- Food waste und Fehlverkäufe aufgrund schwieriger Planung
- Ineffiziente Produktion, höhere Waren- und Produktionskosten
- Fehlende Rentabilität als Resultat

Eine kalte Linie würde die oben beschriebenen Probleme lösen, stellt jedoch Gastronomen vor neue Herausforderungen:

- Kochen nach Rezept
- Know how und Umsetzung der Deklaration
- Herkömmliche Prozesse liefern unbefriedigende Resultate
- Fehlende Infrastruktur
- Aufbereitung beim Endverbraucher für ein maximales Erlebnis

Für ein Take-Away-Angebot als Ergänzung zum klassischen Restaurantbetrieb spricht ziemlich viel:

- Kein zusätzliches Servicepersonal
- Keine Tische besetzt (Raumangebot!)
- Keine Tischwäsche/Table top
- Keine klassischen «Öffnungszeiten»
- Mehrumsatz (mit wenig Mehraufwand)
- Fördert Image, Bekanntheit > neue Gäste

So ist «Cool to go» entstanden: ein modulares Startpaket für Take-away und Delivery mit System – entwickelt von Hugentobler in Kooperation mit GastroPerspektiv. Es umgeht die Probleme der warmen Linie und nutzt die zahlreichen Vorteile der kalten Linie. Damit generieren Sie sofort erfolgreich Zusatz-Umsätze.



*Pizza oder doch lieber Kebab?*

*Liebe Leserin, lieber Leser*

Ich komme vom Business-Lunch: Pizza! Wie freue ich mich, wieder in einem Gasthof oder Restaurant kulinarisch verwöhnt zu werden.

Viele von Ihnen haben während des ersten Lockdowns auf «Take-away» gesetzt. Es war quasi der einzige Hoffnungsschimmer. Sie investiert, probiert, über Nacht ein Angebot zum Boden herausgestampft.

Die schlechte Nachricht: die meisten sind gescheitert. Zu aufwändig, zu unrentabel, zu unsicher der Einkauf, zu hoch der Food waste.

Die gute Nachricht: Take-away und Delivery werden bleiben und deutlich zulegen. Davon bin ich überzeugt, wie auch Szenenkennerin Hanni Rützler (Zukunftsinstitut) oder zahlreiche europäische Fachmagazine.

Wir tun also gut daran, uns mit der Thematik auseinanderzusetzen, denn: das neue Restaurant ist auch daheim. In diesem Sinn wünsche Ich Ihnen einen «coolen» Kopf und jede Menge Pioniergeist. Das braucht's in Zeiten wie diesen. Gerne begleiten wir Sie auf diesem Weg.

Herzlich  
Ihr Reto Hugentobler  
Inhaber

**«Ich will ein Take-Away-Angebot, das rentiert und begeistert!»**

[www.cool-to-go.ch](http://www.cool-to-go.ch)

\* FoodReport 2020, Hanni Rützler, Zukunftsinstitut



[www.cool-to-go.ch](http://www.cool-to-go.ch)