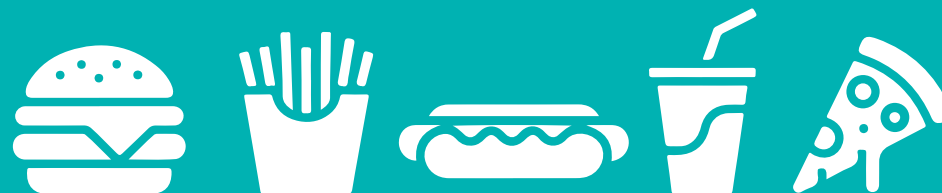


EHl-STUDIE

Handelsgastronomie in Deutschland 2026

EHl



EHI Initiative Handelsgastronomie

Das EHI Retail Institute hat die Initiative Handelsgastronomie im Jahr 2017 ins Leben gerufen, um dem deutschsprachigen Handel eine neutrale Plattform mit umfassenden Informationen zum Thema Handelsgastronomie bereitzustellen.

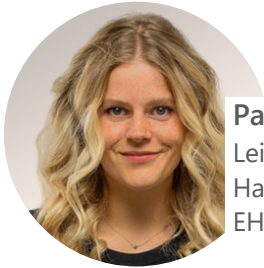
Insbesondere der Wissenstransfer über Studien, Whitepaper, Leitfäden und der Austausch in Arbeitskreisen, auf Storetouren und beim Handelsgastronomie Forum zählen zu den zentralen Aufgaben der Initiative. **www.handelsgastronomie.de**

Wir bedanken uns für die freundliche Unterstützung bei den Partnern der Initiative Handelsgastronomie 2026:



EH I Liebe Leserinnen und Leser,

die Handelsgastronomie in Deutschland blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück: 2025 steigerten die Händler ihren Gastronomieumsatz gegenüber dem Vorjahr um 7,1 Prozent auf insgesamt 13,29 Mrd. Euro. Das ist eines der zentralen Ergebnisse der vorliegenden EHI-Studie „Handelsgastronomie in Deutschland 2026“, die wichtige Einblicke in die aktuelle Marktentwicklung aus Sicht der Händler gibt.



Paulina Ullrich
Leiterin Forschungsbereich
Handelsgastronomie
EHI Retail Institute



Olaf Hohmann
Mitglied der Geschäftsleitung
EHI Retail Institute

Auch für das laufende Jahr zeigen sich die befragten Gastronomieverantwortlichen optimistisch. Sie erwarten im Durchschnitt eine Umsatzsteigerung von 4,3 Prozent. Damit könnte der Bruttoumsatz der Handelsgastronomie 2026 auf rund 13,86 Mrd. Euro anwachsen.

Handelsgastronomie ist längst weit mehr als ein ergänzendes Versorgungsangebot. Mit ihrer Vielfalt an Konzepten und Speisen schafft sie besondere Einkaufserlebnisse, begeistert Kundinnen und Kunden und verleiht den Handelsstandorten zusätzliche Attraktivität. Sie ist heute ein strategisches Instrument, um Frequenz zu steigern, neue Kundinnen und Kunden zu gewinnen, bestehende langfristig zu binden und sich im Wettbewerb klar zu profilieren.

Gleichzeitig steht die Branche weiterhin vor anspruchsvollen Aufgaben. Steigende Lohn- und Personalkosten sowie der anhaltende Druck,

wirtschaftlich zu arbeiten, verlangen den Unternehmen viel ab. Umso wichtiger sind innovative Konzepte, effiziente Prozesse und ein genaues Verständnis für die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden.

Für die Studie hat das EHI Retail Institute 29 Händler mit insgesamt 6.084 Filialen im Rahmen einer Online-Befragung befragt. Unser herzlicher Dank gilt allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern sowie allen, die mit ihrem Engagement und ihrer Expertise zum Gelingen dieser Studie beigetragen haben.

Wir wünschen Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre und freuen uns auf den weiteren Informations- und Erfahrungsaustausch.



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3	Ziele, Frequenzen und Verweildauer	21	Anhang	44
Management Summary	5	Hauptmotive für ein gastronomisches Angebot	22	Abbildungs-/Tabellenverzeichnis	44
Kernergebnisse	6	Konsumzeiten in der Handelsgastronomie	23	Impressum	45
		Verweildauer in der Handelsgastronomie	24		
Datenerhebung und Methodik	8	Flächen und Beschaffung	25		
Methodik der Händlerbefragung	9	Aktuelle und zukünftige Flächenverteilung für			
Befragungsübersicht: beteiligte Handelsunternehmen	10	Gastronomie	26		
Marktabgrenzung Handelsgastronomie	11	Einkauf der Produkte für die Handelsgastronomie	27		
Aktuelle Rahmenbedingungen	12	Erfolgsfaktoren und Herausforderungen	28		
NIM-Konsumklima von Juli 2024 bis Juni 2026 und		Erfolgsfaktoren für die Handelsgastronomie	29		
Prognose für Juli 2026	13	Herausforderungen der Handelsgastronomie	30		
Preisunterschiede Handelsgastronomie vs. übriger					
Out-of-Home-Markt	14	Produktangebot	31		
Preisentwicklung von Wurst/Currywurst in der		Meistverkaufte Speisen und Getränke	32		
Handelsgastronomie und im übrigen		Durchschnittsbon	33		
Out-of-Home-Markt	15				
Wahrgenommenes Ausgabeverhalten der Generationen	16	Zukunft der Handelsgastronomie	34		
		Wachstumstreiber in den nächsten drei Jahren	35		
Markt Handelsgastronomie	17	Wachstumstreiber im Ready-to-Eat-Sortiment	36		
Umsatzentwicklung der Handelsgastronomie		(Food-)Trends in den nächsten drei Jahren	37		
2017 – 2025 und Prognose für 2026					
Verteilung des Handelsgastronomie-Umsatzes auf	18	Bedeutung von Ernährungsformen in den nächsten	39		
einzelne Branchen		zwei Jahren			
Verteilung der handelsgastronomisch relevanten	19	Investitionsfelder in den nächsten zwei Jahren	40		
Standorte in Deutschland auf einzelne Branchen	20	Fazit	42		



Ein Großteil der in der Studie **abgebildeten Grafiken** ist in unserer Online-Statistik-Datenbank **handelsdaten.de** verfügbar und kann heruntergeladen werden.

Datenerhebung und Methodik

Die befragten Handelsunternehmen ...

58,6 Mrd. Euro



... erwirtschafteten 2025 in Deutschland einen Bruttoumsatz von 58,6 Mrd. Euro und ...

6.084



... betrieben 6.084 Filialen mit einem handelsgastronomischen Angebot.

Methodik der Händlerbefragung

Als Grundlage für die Inhalte der Studie dienen die Ergebnisse einer online durchgeführten Befragung von Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern sowie Gastronomieverantwortlichen aus Handelsunternehmen und von Shopping-Center-Betreibern. Ergänzt werden diese durch statistische Daten des EHI, Daten Dritter sowie Informationen aus der Datenbank handelsdaten.de. Ziel der Befragung war es, einen Überblick über die aktuellen Entwicklungen, Trends und Herausforderungen in der Handelsgastronomie aus Sicht der Händler zu gewinnen.

Die Online-Befragung wurde vom 30. März bis zum 30. Juni 2026 durchgeführt. Dazu wurden potenzielle Teilnehmerinnen und Teilnehmer per E-Mail angeschrieben. Die Befragung war anonym und umfasste insgesamt 23 Fragen zu betriebswirtschaftlichen Kennzahlen sowie zu operativen und strategischen Themen. Die Teilnehmenden konnten die Fragen auf zwei Arten beantworten: durch die Auswahl vorgegebener Antwortmöglichkeiten oder durch die Eingabe

individueller Antworten. Die Auswertung der Daten erfolgte anonymisiert.

An der Befragung beteiligten sich 29 Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger sowie Gastronomieverantwortliche aus Handelsunternehmen und von Shopping-Center-Betreibern. Sie repräsentieren insgesamt 6.084 Filialen bzw. Standorte. Die befragten deutschen Handelsunternehmen und Shopping-Center-Betreiber erwirtschafteten 2025 einen Bruttoumsatz von rund 58,6 Mrd. Euro.

Die Befragung wurde branchenübergreifend durchgeführt (siehe Abb. 1). Die Zusammensetzung der befragten Unternehmen war hinsichtlich ihrer Sortimente, Standorte und Größe heterogen. Die Teilnehmerstruktur wird jedoch deutlich von großen Filialunternehmen geprägt. Die Stichprobe bildet somit zwar einen relevanten Teil des Gesamtmarktes ab, erhebt in dieser Hinsicht jedoch keinen Anspruch auf Repräsentativität.

Zur Vereinfachung wird in der Studie im Folgenden der Begriff „Handelsunternehmen“ verwendet. Er umfasst sowohl Handelsunternehmen als auch Betreiber von Shopping-Centern mit einem gastronomischen Angebot.

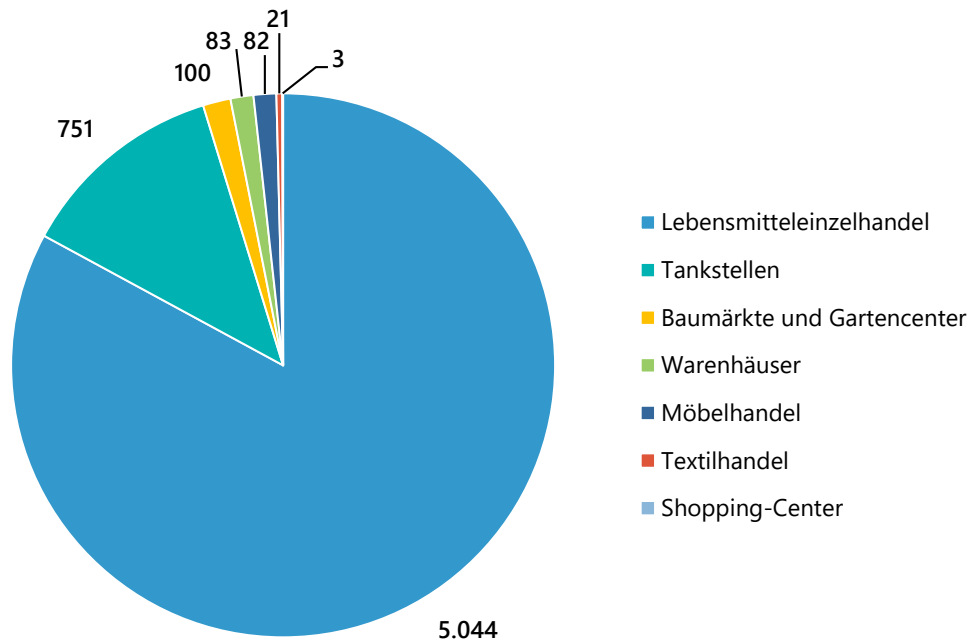
Die Antworten der Handelsunternehmen wurden auf zwei unterschiedliche Arten gewichtet: Bezog sich die jeweilige Fragestellung auf die Verkaufsstellen, wurden die Antworten entsprechend der Anzahl der Filialen gewichtet. Betraf die Fragestellung strategische oder zukunftsorientierte Themen, wurden die Antworten nach der Anzahl der Handelsunternehmen gewichtet.

Da nicht alle Unternehmen sämtliche Fragen beantworteten und nicht von allen Unternehmen Angaben zur Filialanzahl vorliegen, kann die zugrunde liegende Fallzahl je Frage variieren. Die Ergebnisse basieren daher jeweils auf den tatsächlich vorliegenden Antworten. Auch bei einer gleich großen Anzahl ausgewiesener Unternehmen können sich unterschiedliche Filialzahlen ergeben, da nicht für alle Unternehmen Angaben zur Filialanzahl verfügbar sind.

Befragungsübersicht: beteiligte Handelsunternehmen

Anzahl Filialen der beteiligten Handelsunternehmen nach Branche (Abb. 1)

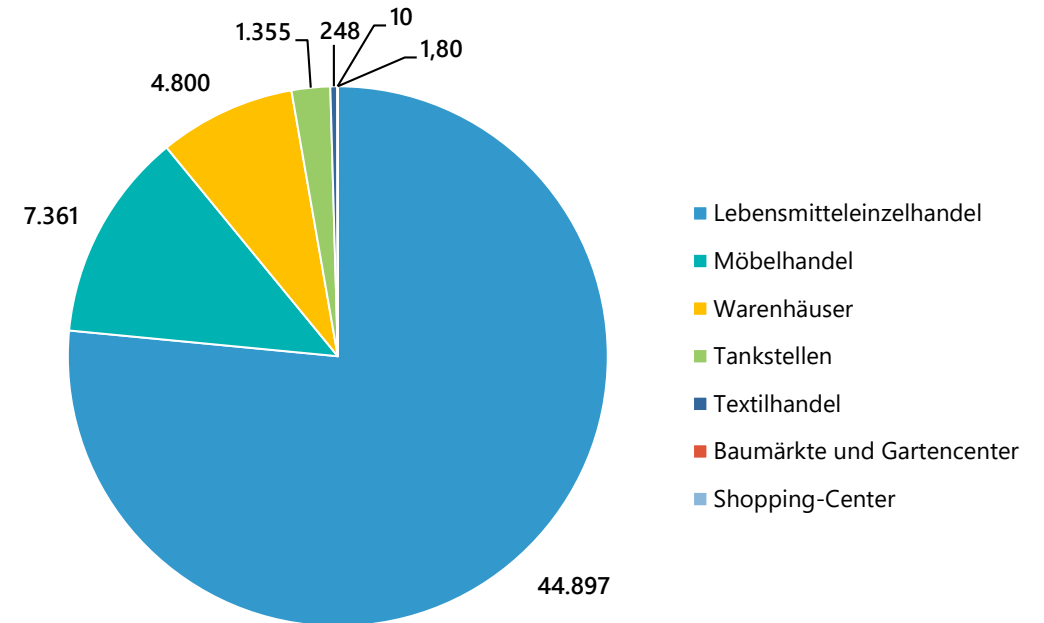
Gesamt: 6.084 Filialen
Angaben in absoluten Zahlen



n = 29 Handelsunternehmen/6.084 Filialen.
Quelle: EHI

Bruttoumsatz beteiligter Handelsunternehmen nach Branchen (Abb. 2)

Gesamt: 58.673 Mio. Euro
In Mio. Euro



n = 29 Handelsunternehmen/6.084 Filialen.
Quelle: EHI

Marktabgrenzung Handelsgastronomie

Formate und Betriebstypen in der Handelsgastronomie (Tab. 1)

Vorkassenzone	Fastfood-Service	Convenience/ Ready-to-eat	Freeflow	Bedienung + Service
Bäckerei	Quick-Service	Convenience- Angebot im Regal	Restaurant	Restaurant
Café	Snacking	DIY-Food	Frontcooking	Deli
Imbiss	Heiße Theke	Salatbar	Foodcourt/ Foodhub (Shopping- Center)	Bar
Reiner Verzehrereich	Foodtruck (Parkplatz)			Café
	Take-away			Lieferservice



Definition Handelsgastronomie

Handelsgastronomie ist das kontinuierliche Angebot von gastronomischer Leistung sowie von Getränken und verzehrfertig zubereiteten Speisen, die im direkten oder konzeptionellen Zusammenhang mit Handelsaktivitäten stehen.

Markt Handelsgastronomie



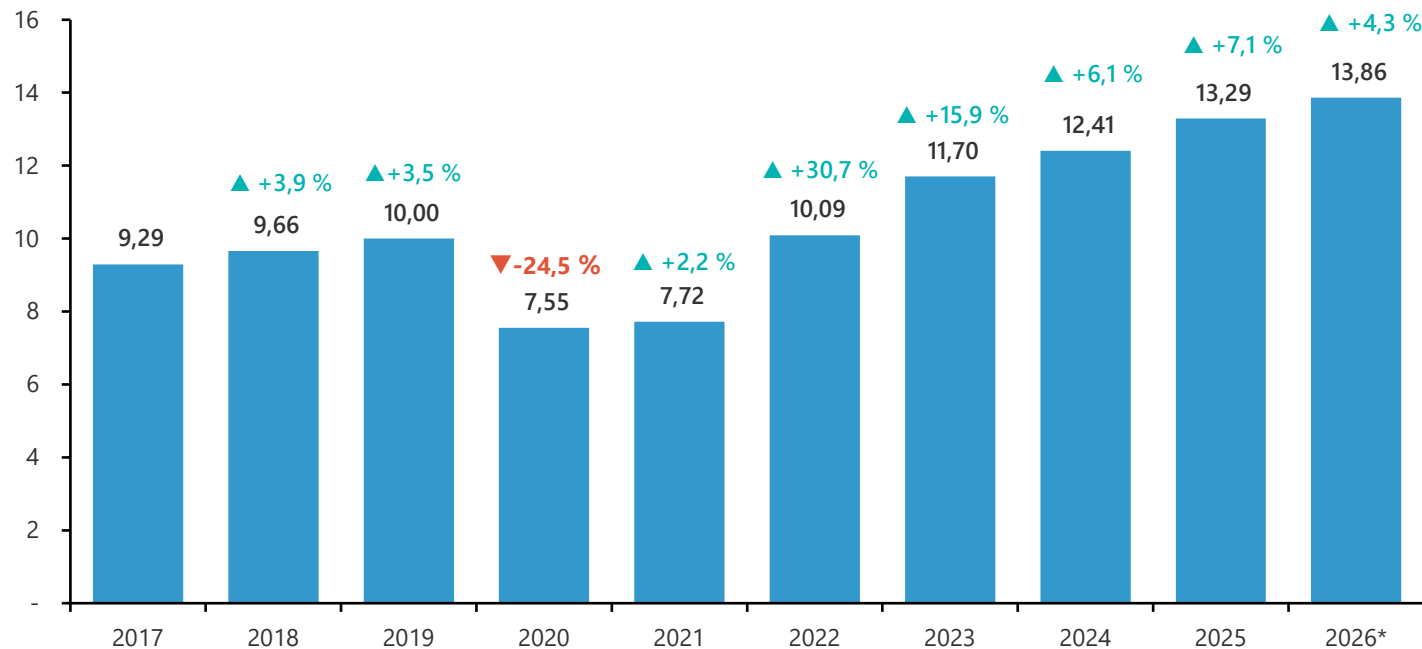
+7,1 Prozent

... war die Umsatzsteigerung der
Handelsgastronomie in Deutschland im Jahr 2025
im Vergleich zum Vorjahr.

Umsatzentwicklung der Handelsgastronomie 2017 – 2025 und Prognose für 2026

Bruttoumsatz der Handelsgastronomie in Deutschland in den Jahren 2017 bis 2025 und Prognose für 2026 (Abb. 6)

In Mrd. Euro



- Umsatzsteigerung 2024 zu 2025: 7,1 Prozent
- Händler erwarteten für 2025 ein Umsatzwachstum von 4,1 %. Tatsächlich fiel das Wachstum um 3,0 Prozentpunkte höher aus.
- Die Handelsgastronomie profitiert von einer Verschiebung der Konsumanlässe, der Professionalisierung sowie der Ausweitung der Angebote im Bereich To-Go- und Snack.
- Der Trading-Down-Effekt unterstützt weiterhin die Nachfrage, da die Konsumentenden auf preisgünstigere Angebote zurückgreifen.
- Für das Jahr 2026 prognostizieren die Händler ein eher durchschnittliches Umsatzwachstum: 4,3 Prozent.

Die Zahlen beziehen sich auf EHI-interne Datenerhebungen, Expertenschätzungen und hochgerechnete Angaben von befragten Handelsunternehmen für die Jahre 2017 bis 2025.

* Prognose für 2026

Quelle: EHI

Anhang

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 01	Anzahl Filialen der beteiligten Handelsunternehmen nach Branche	10
Abbildung 02	Bruttoumsatz beteiligter Handelsunternehmen nach Branchen	10
Abbildung 03	Monatliche Entwicklung Konsumklima von Juli 2024 bis Juni 2026 und Prognose für Juli 2026	13
Abbildung 04	Durchschnittlicher Preis von Wurst/Currywurst in den ersten Halbjahren 2022-2026	15
Abbildung 05	Wahrgenommenes Ausgabeverhalten unterschiedlicher Generationen	16
Abbildung 06	Bruttoumsatz der Handelsgastronomie in Deutschland in den Jahren 2017 bis 2025 und Prognose für 2026	18
Abbildung 07	Umsatzanteil einzelner Branchen innerhalb der relevanten Handelsgastronomie in Deutschland für das Jahr 2025	19
Abbildung 08	Anzahl der Standorte einzelner Branchen innerhalb der relevanten Handelsgastronomie 2025	20
Abbildung 09	Ziele der Händler, die mit Handelsgastronomie verfolgt werden	22
Abbildung 10	Umsatzanteile der Tageszeiten in der Handelsgastronomie	23
Abbildung 11	Umsatzanteil „Snack zwischendurch**“ in der Handelsgastronomie	23
Abbildung 12	Verweildauer der Kundschaft in der Handelsgastronomie bei Vor-Ort-Verzehr	24
Abbildung 13	Verteilung der Flächenanteile in der Handelsgastronomie für Eigenregie und Fremdleistung (Vermietung, Verpachtung)	26

Abbildung 14	Bezugsquellen der Lebensmittel für die Handelsgastronomie	27
Abbildung 15	Die größten Erfolgsfaktoren in der Handelsgastronomie	29
Abbildung 16	Aktuelle Herausforderungen der Handelsgastronomie	30
Abbildung 17	Höhe des Durchschnittsbons für Einkäufe in der Handelsgastronomie	33
Abbildung 18	Aktivitäten, Geschäftsbereiche, Sortimente, die in den nächsten drei Jahren für Wachstum sorgen	35
Abbildung 19	Bedeutung verschiedener Ernährungsformen in den nächsten zwei Jahren	39
Abbildung 20	Investitionsbereitschaft der Händler in den Bereichen „Einrichtung“ und „Technik/Produktion“	40
Abbildung 21	Investitionsbereitschaft der Händler in den Bereichen „Digitalisierung“ und „Sonstiges“	41

Tabellenverzeichnis

Tabelle 01	Formate und Betriebstypen in der Handelsgastronomie	11
Tabelle 02	Preisvergleich ausgewählter Hauptgerichte und herzhafter Snacks im Out-of-Home-Markt (OOH-Markt)	14
Tabelle 03	Top 10 der aktuell meistverkauften Speisen in der Handelsgastronomie	32
Tabelle 04	Top 5 der aktuell meistverkauften Getränke in der Handelsgastronomie	32

**Verlag:**

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55
50672 Köln
Tel. +49 221 57993-0
Fax +49 221 57993-45
info@ehi.org
www.ehi.org

Herausgeber:

EHI Retail Institute e. V.

Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Ulrich Spaan

Autor:

Olaf Hohmann, hohmann@ehi.org
Paulina Ullrich, ullrich@ehi.org

Layout:

EHI Retail Institute GmbH

Copyright © 2026

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Haftungsausschluss:

Das EHI Retail Institute versucht mit größtmöglicher Sorgfalt, in der vorliegenden Studie richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Das EHI Retail Institute übernimmt daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig aufgenommen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

Bestellmöglichkeiten:

Tel. +49 221 57993-43
vertrieb@ehi.org
www.ehi.org/wissen/publikationen/

ISBN: 978-3-87257-646-0

Preis: 465,00 € netto, zzgl. gesetzlicher MwSt.
EHI-Mitglieder erhalten die Studie im Rahmen ihrer Mitgliedschaft kostenfrei.

Bildrechte:

Mukti/www.stock.adobe.com

Ihr Kontakt

**Olaf Hohmann**

Mitglied der Geschäftsleitung
EHI Retail Institute
Tel. +49 221 57993-699
hohmann@ehi.org

**Paulina Ullrich**

Leiterin Forschungsbereich
Handelsgastronomie
EHI Retail Institute
Tel. +49 221 57993-692
ullrich@ehi.org



EHI-KONGRESS

EHI Handelsgastronomie Forum

Jährliche Veranstaltung mit branchenübergreifenden Best-Practice-Beispielen, Trendthemen, Marktdaten und vielen Gelegenheiten zum persönlichen Austausch.



EHI-STUDIE

Die Zukunft der Handelsgastronomie 2035+

Die Studie zeigt neun plausible Zukunftsszenarien für die Handelsgastronomie und bietet damit Orientierung, Entscheidungsgrundlagen sowie praktische Werkzeuge für die Branche.



EHI-STORETOUR

Storetour Handelsgastronomie

Einmal im Jahr treffen sich Händler und Gastronomiebetreibende zu einer Storetour in ausgesuchten Metropolen, um die neuesten internationalen Trends, Food-Konzepte und Innovationen zu erleben.

Mehr Infos unter: www.ehi.org