



Lage der Gastronomie

Branchenumfrage Februar 2025

Inhalt

- I. Ausgangssituation und Methodik
- II. Merkmale der Teilnehmenden
- III. Wirtschaftliche Herausforderungen
- IV. Auswirkungen
- V. Planungssicherheit
- VI. Aufenthaltsqualität
- VII. Gastronomische Strahlkraft
- VIII. Marketing & Vertrieb
- IX. Fazit

Ausgangssituation

Die IHK Köln führte im Februar 2025 eine **Umfrage unter gastronomischen Betrieben** im Kammerbezirk der IHK Köln durch.

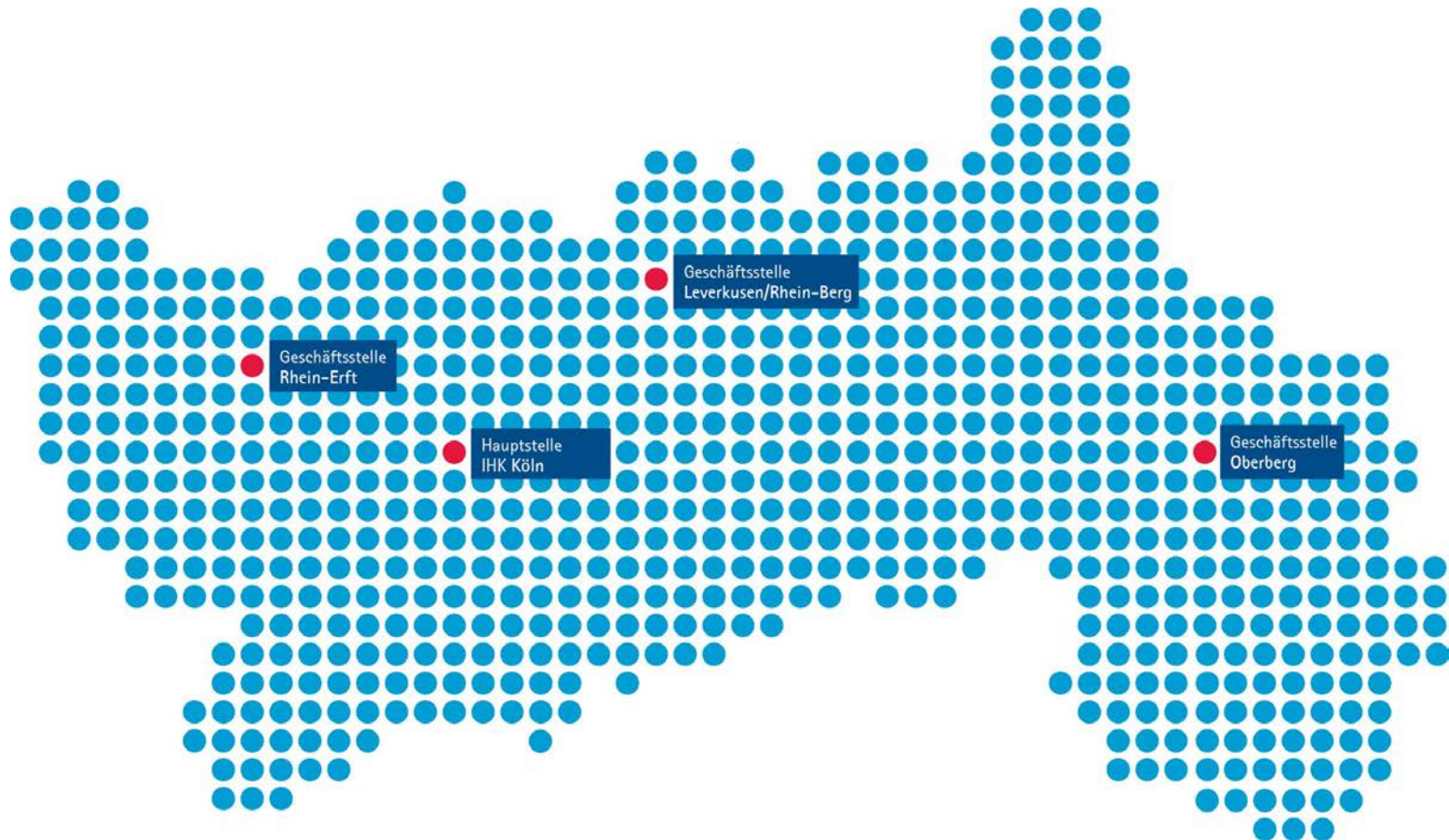
Der Schwerpunkt:

- die aktuellen wirtschaftlichen Herausforderungen und ihre Auswirkungen
- die Attraktivität des öffentlichen Raums
- die Strahlkraft der Gastronomie

Ebenso wurden Informationen zum digitalen Auftritt, dem Außer-Haus Geschäft, eingesetzten Lieferdiensten und bargeldloser Zahlung erfragt.



Ausgangssituation



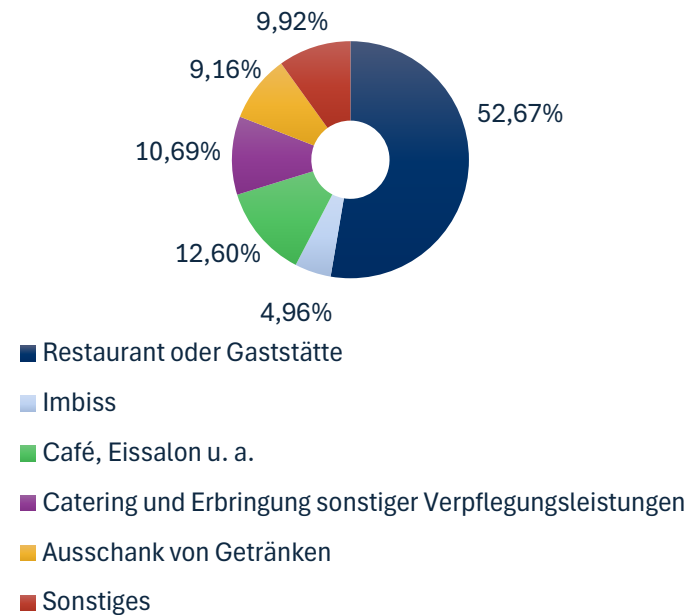
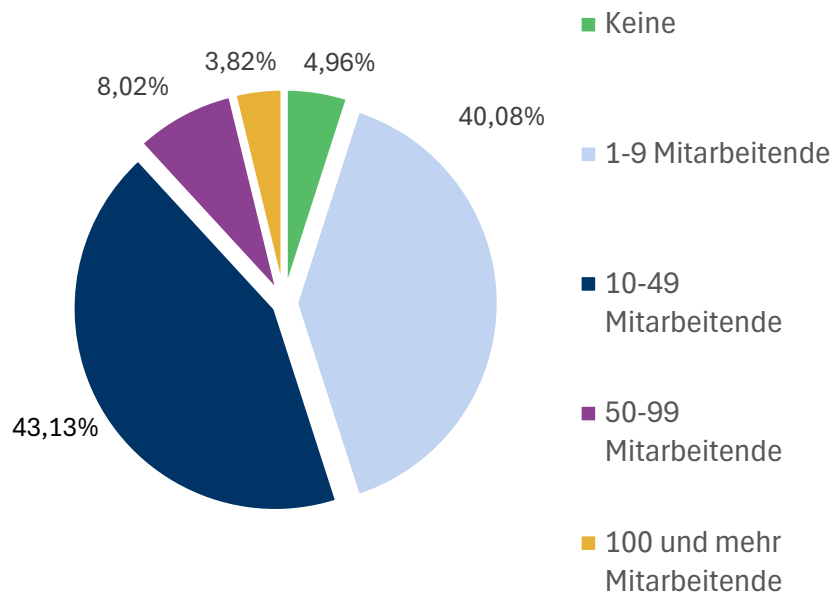
Methodik



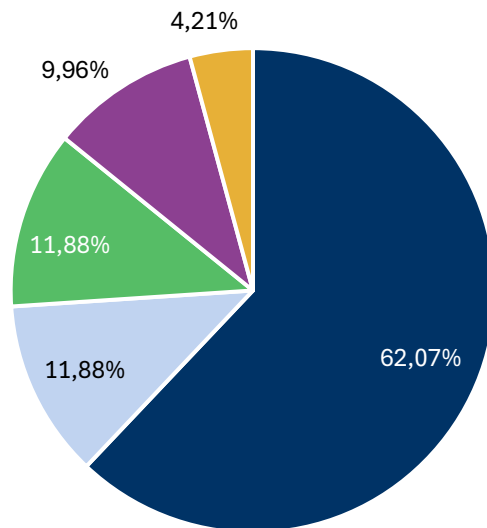
- digitaler Fragebogen (per Link erreichbar)
- Fragetypen: Auswahlen (einfach und mehrfach), Skalen, Maßzahlen, offene und geschlossene Fragen
- Versand an ca. 3.500 Mitgliedsunternehmen mit Gastronomie als Hauptmerkmal und im Kammerbezirk der IHK Köln
- 328 Rückmeldungen, davon...
 - 71 aus der Kölner Innenstadt
 - 91 aus den Veedeln
 - 99 aus Rhein-Erft, Leverkusen/Rhein-Berg, Oberberg
 - 67 ohne Standortangabe

Betriebsstruktur

Die Mehrzahl der teilnehmenden Betriebe hat zwischen einem und 49 Mitarbeitenden. Es handelt sich um Restaurants oder Gaststätten.

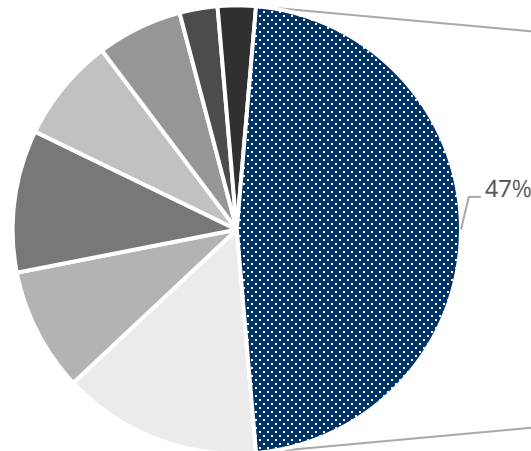


Standort

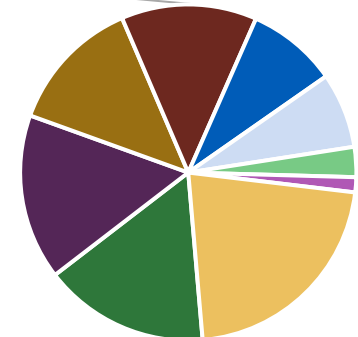


- Köln
- Rhein-Erft-Kreis
- Rheinisch-Bergischer Kreis
- Oberbergischer Kreis
- Leverkusen

Köln-Innenstadt



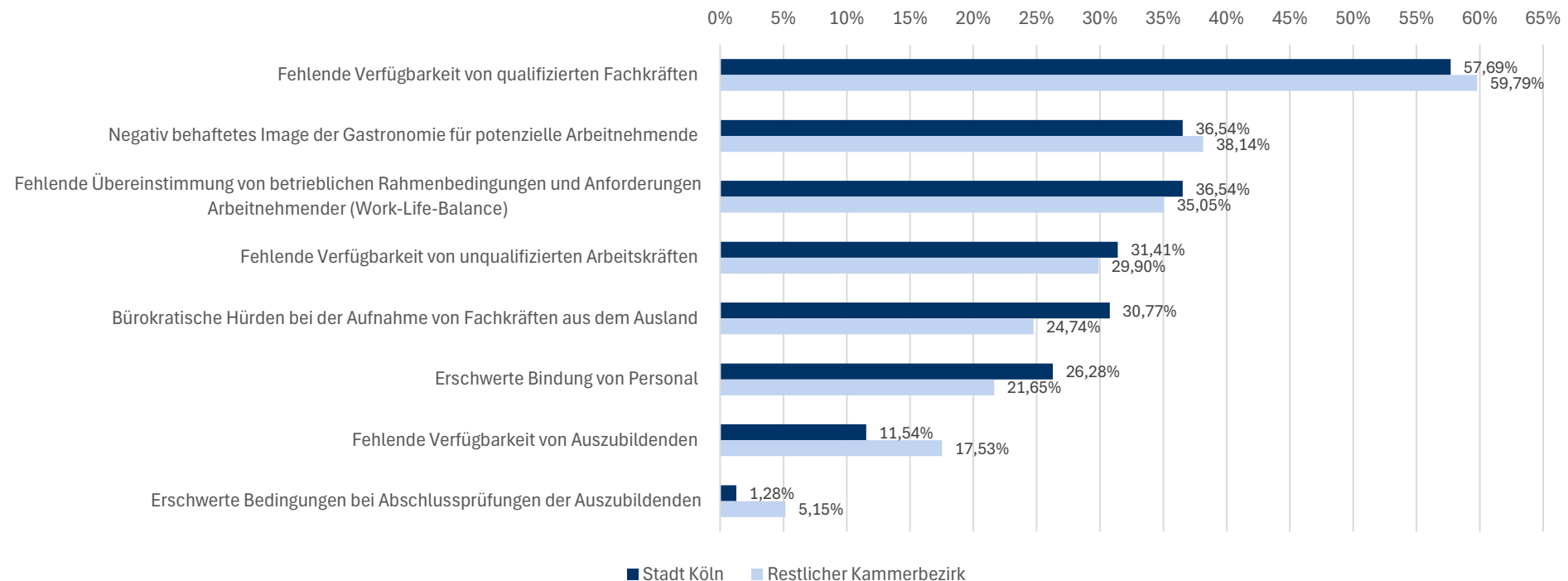
Veedel



- Altstadt
- Südstadt
- Neustadt
- Friesenviertel
- sonstige
- Kwartier Latäng
- Deutz
- Belgisches Viertel
- Severinsviertel

Personalsituation

Fehlende qualifizierte Fachkräfte sind die größte Herausforderung bezogen auf die Personalsituation in der Gastronomie. (Mehrfachnennungen möglich)

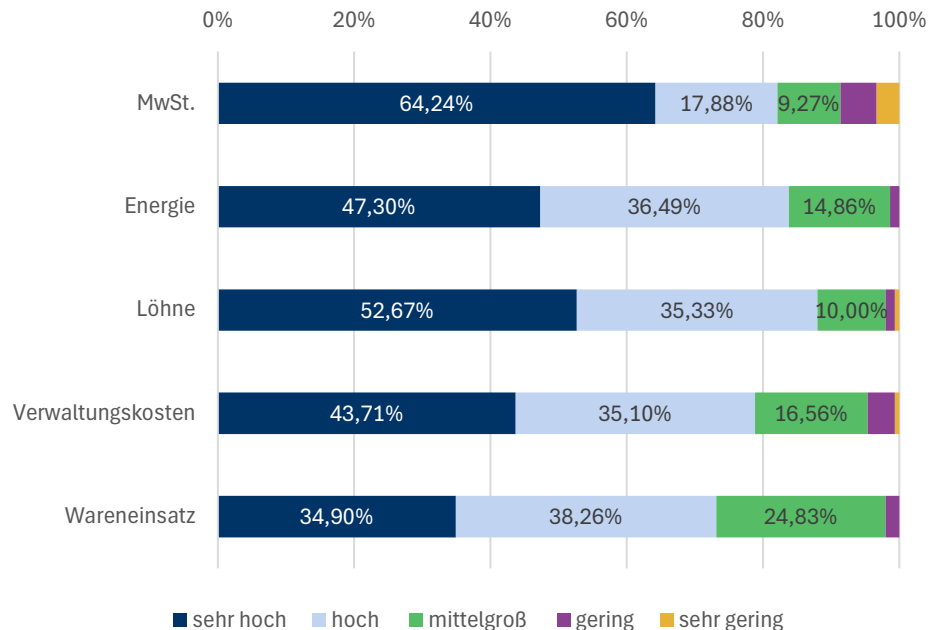


Kostensituation

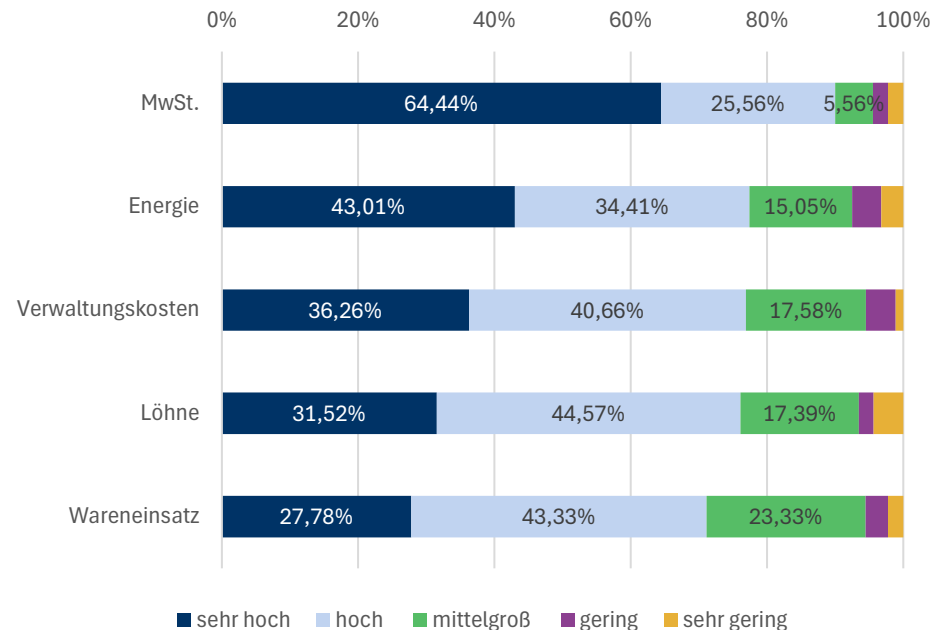
Die aktuelle Mehrwertsteuer (19 %), Energiekosten, Lohnkosten und Verwaltungskosten belasten die Gastronomie derzeit am stärksten.

(Mehrfachnennungen möglich)

Stadt Köln



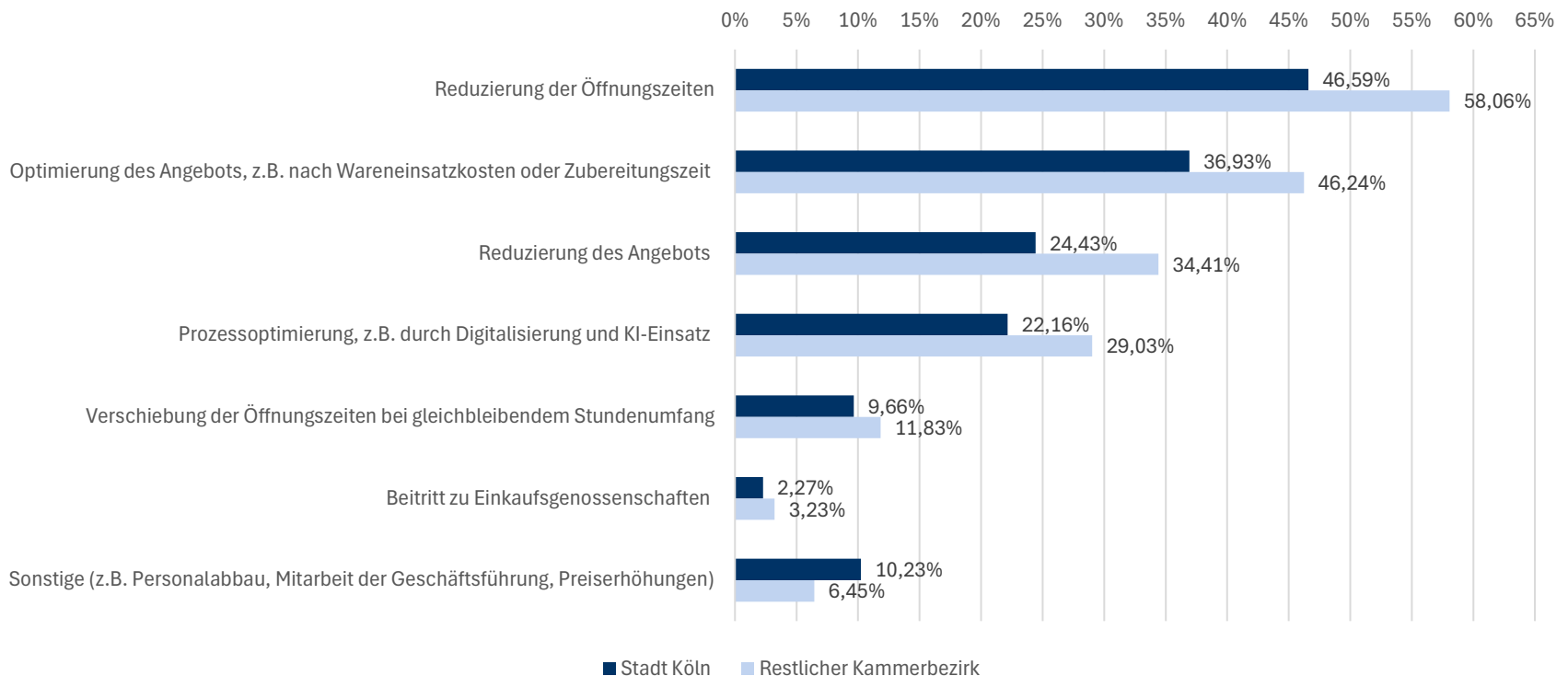
Restlicher Kammerbezirk



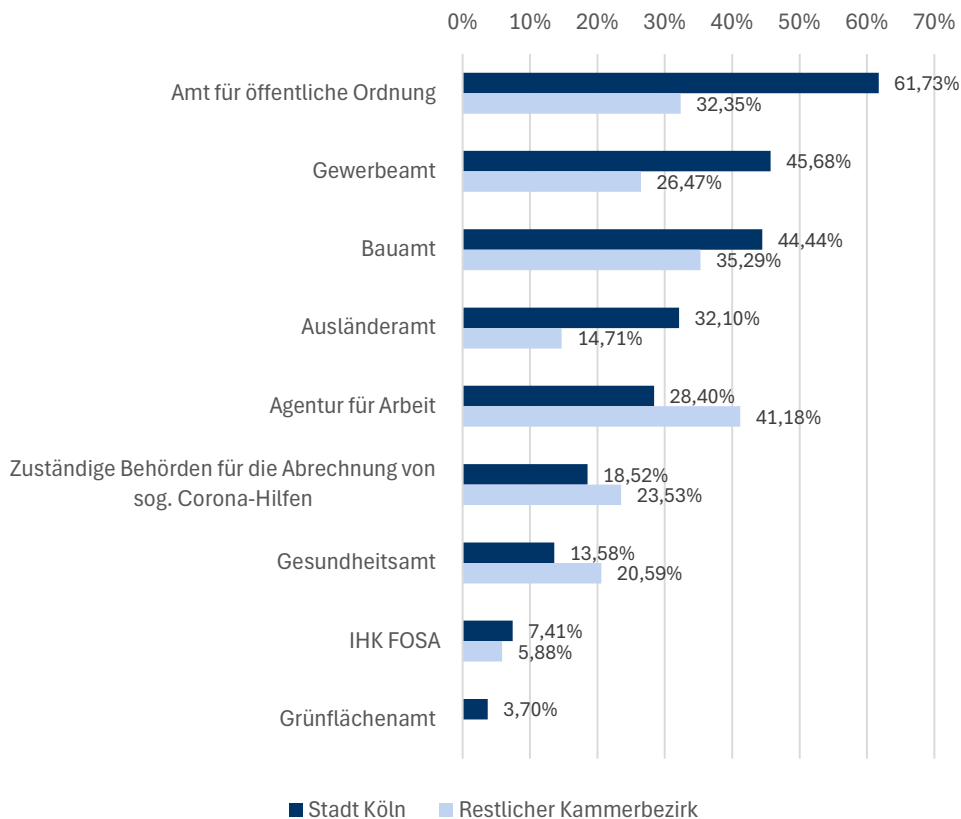
Versuche der Kompensation

Reduzierte Öffnungszeiten als Folge der wirtschaftlichen Herausforderungen

(Mehrfachnennungen möglich)



Verbesserung der Zusammenarbeit mit Behörden



Die Zusammenarbeit mit dem

**Amt für öffentliche Ordnung
(Stadt Köln)**

und

der **Agentur für Arbeit
(restlicher Kammerbezirk)**

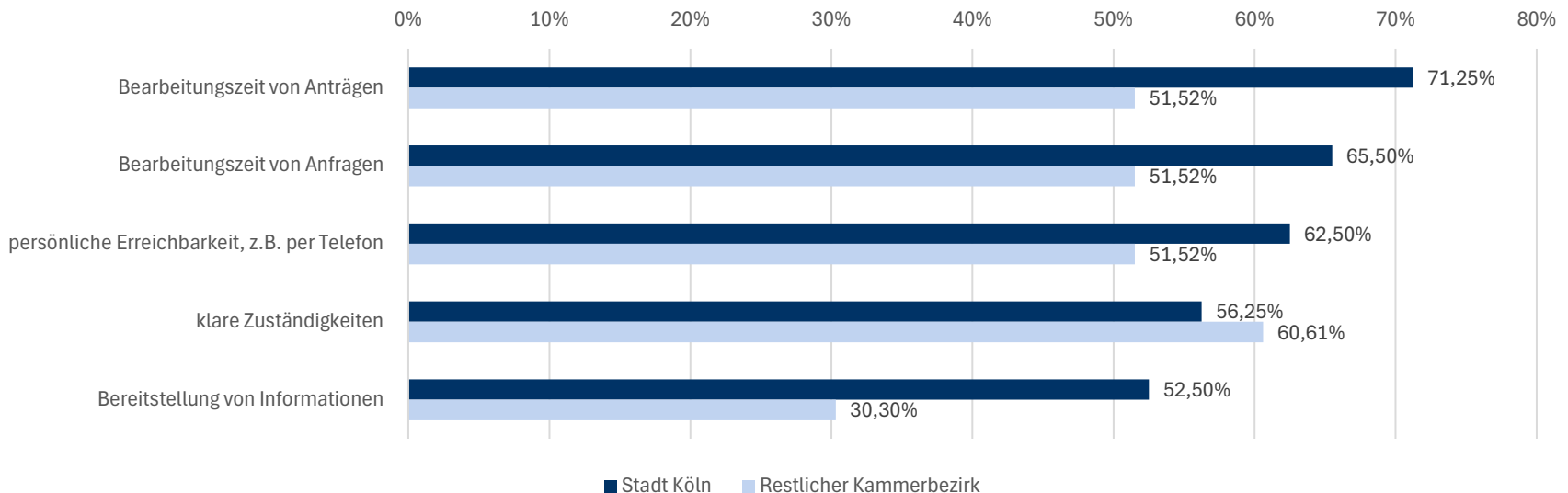
hat Optimierungspotenzial, das
ggf. zur Reduzierung von Kosten
für Verwaltungsaufgaben
beitragen kann.

(Mehrfachnennungen möglich)

Bereiche mit Optimierungspotenzial

Die Gastronomie in der Stadt Köln benötigt vor allem eine Verbesserung der Bearbeitungszeit von Anträgen.

Die Gastronomie im restlichen Kammerbezirk benötigt klare Zuständigkeiten der Behörden. (Mehrfachnennungen möglich)

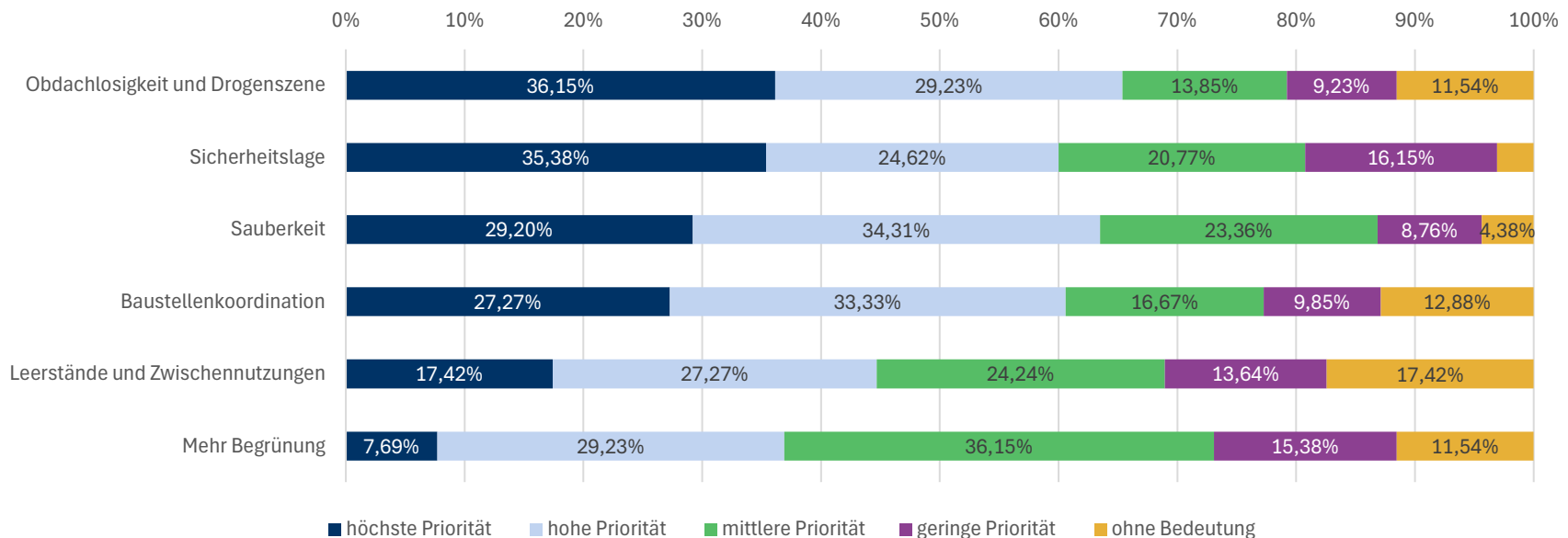


Handlungsbedarf im öffentlichen Raum | Stadt Köln

Ähnlich wie der Handel sieht die Gastronomie Handlungsbedarf im öffentlichen Raum.

Fokus in der Stadt Köln: Obdachlosigkeit und Drogenszene (Mehrfachnennungen möglich)

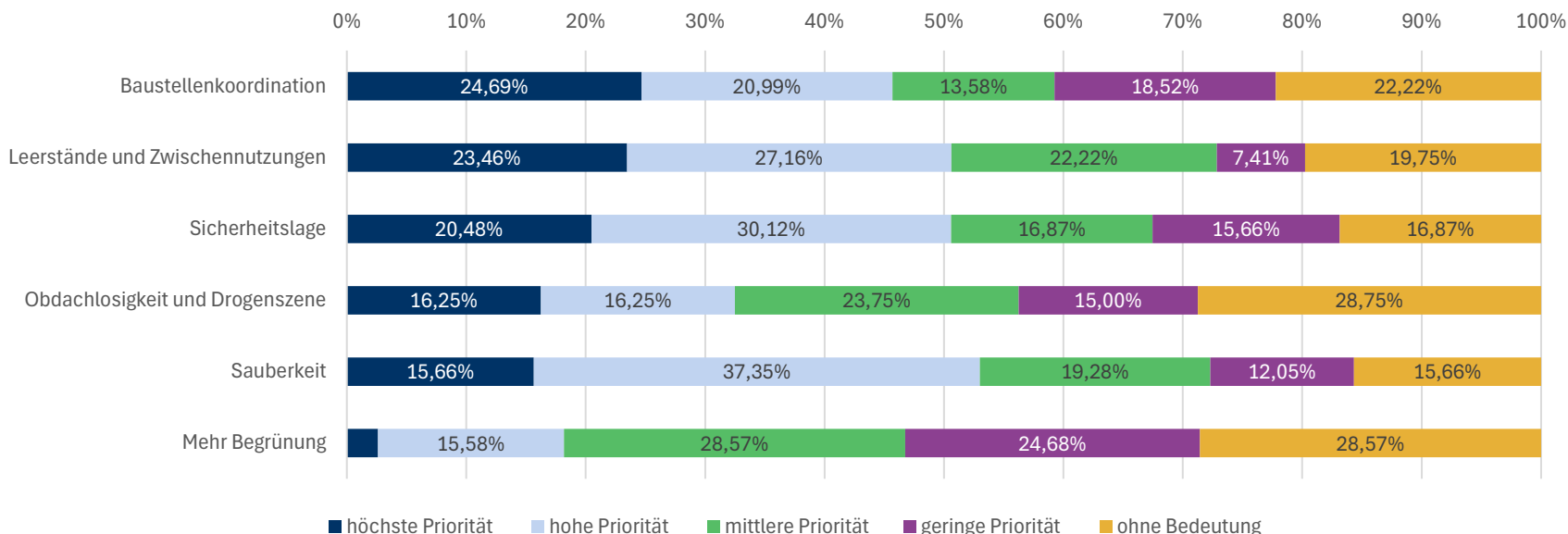
“... Das Erscheinungsbild der Stadt ist mittlerweile komplett ungepflegt. Überall sind Graffiti, Vandalismus, Müll, Unkraut/Wildwuchs etc. zu sehen ...“



Handlungsbedarf im öffentlichen Raum | Restlicher Kammerbezirk

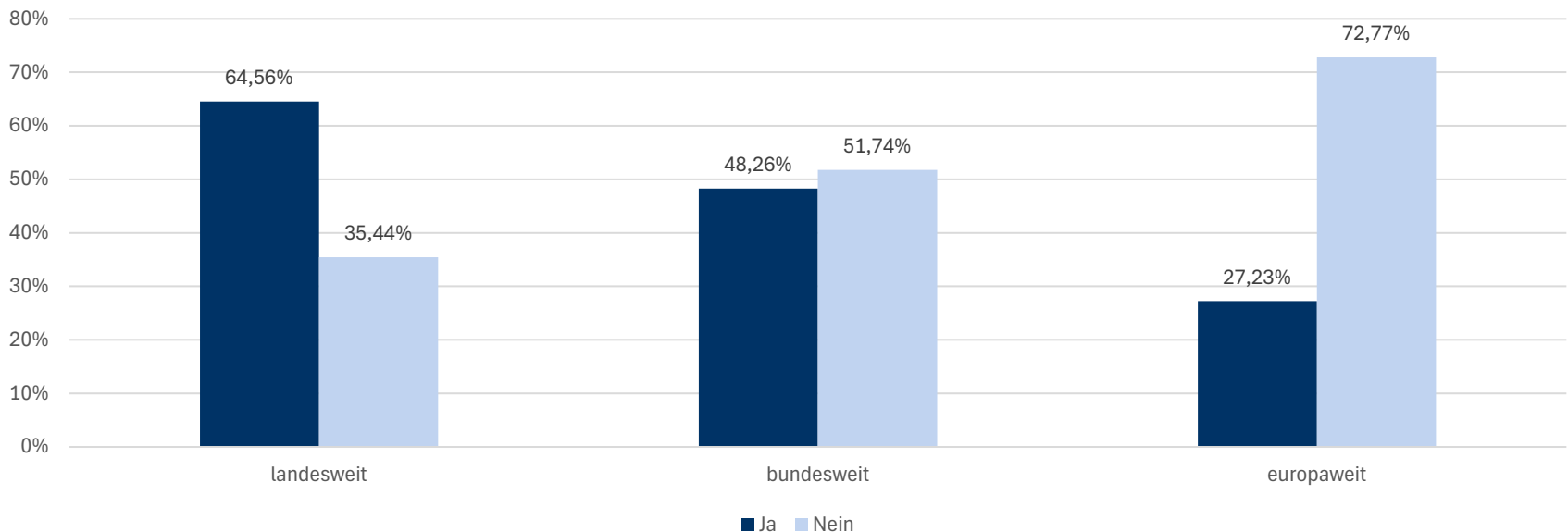
Fokus im restlichen Kammerbezirk: Baustellenkoordination sowie Leerstände

(Mehrfachnennungen möglich)

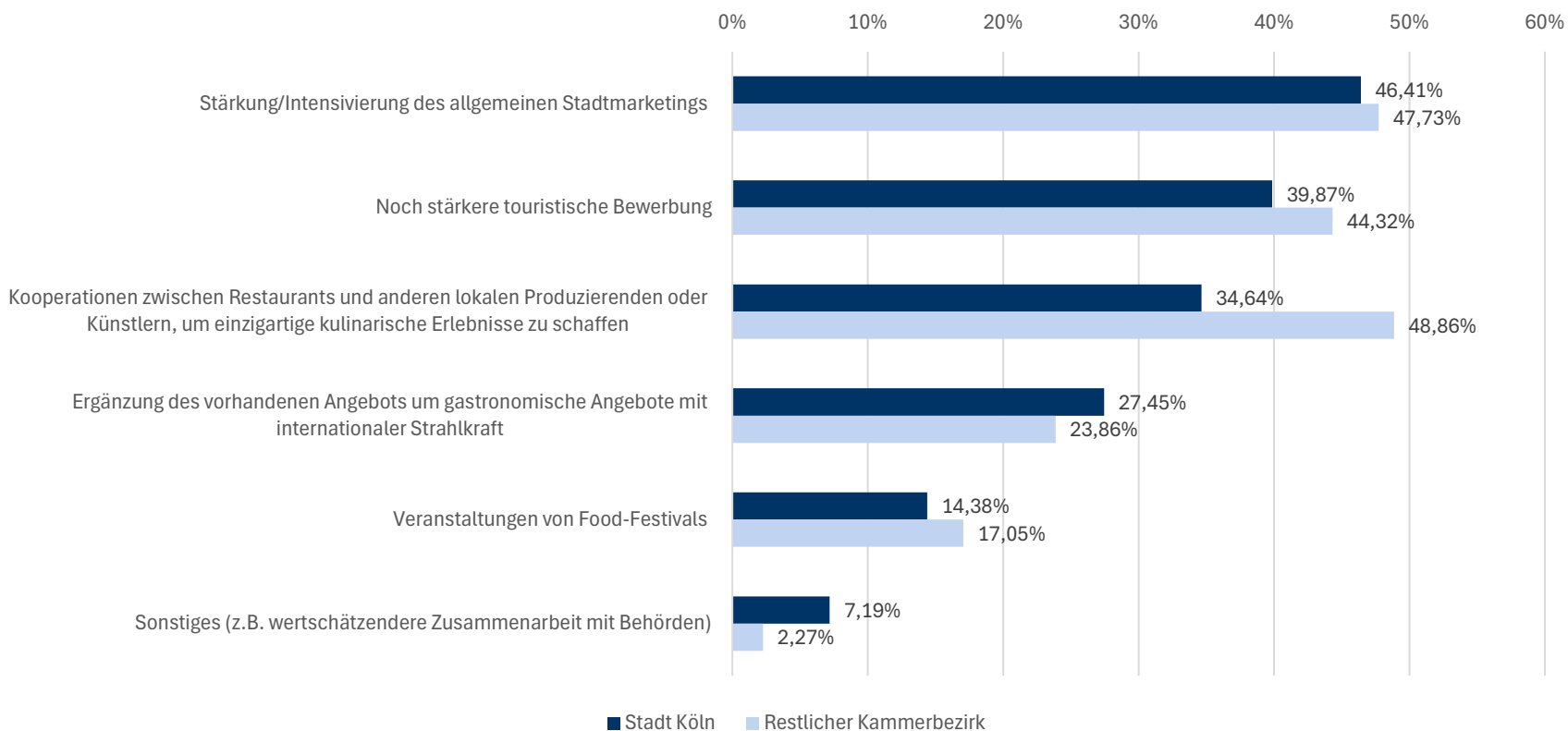


Sichtbarkeit des Kölner Gastro-Angebots

Trotz seiner großen Vielfalt ist die Strahlkraft der Gastronomie im Kammerbezirk Köln auf die Landesebene beschränkt. (Mehrfachnennungen möglich)



Möglichkeiten zur Erhöhung der Sichtbarkeit



Stimmen aus der Gastronomie

„...Marketing und Platzierung gastronomische Vielfalt auf internationalen Events in der entsprechenden Ausrichtung...“

„... stärkere Bewerbung der Regionalität und der kulinarischen Besonderheiten...“

„... Ein eigenes Foodfestival analog Food Zürich indem ausgewählte Gastronomien teilnehmen können....“

„...die Stadt braucht weitere "Magneten", wie z.B. Karneval...“

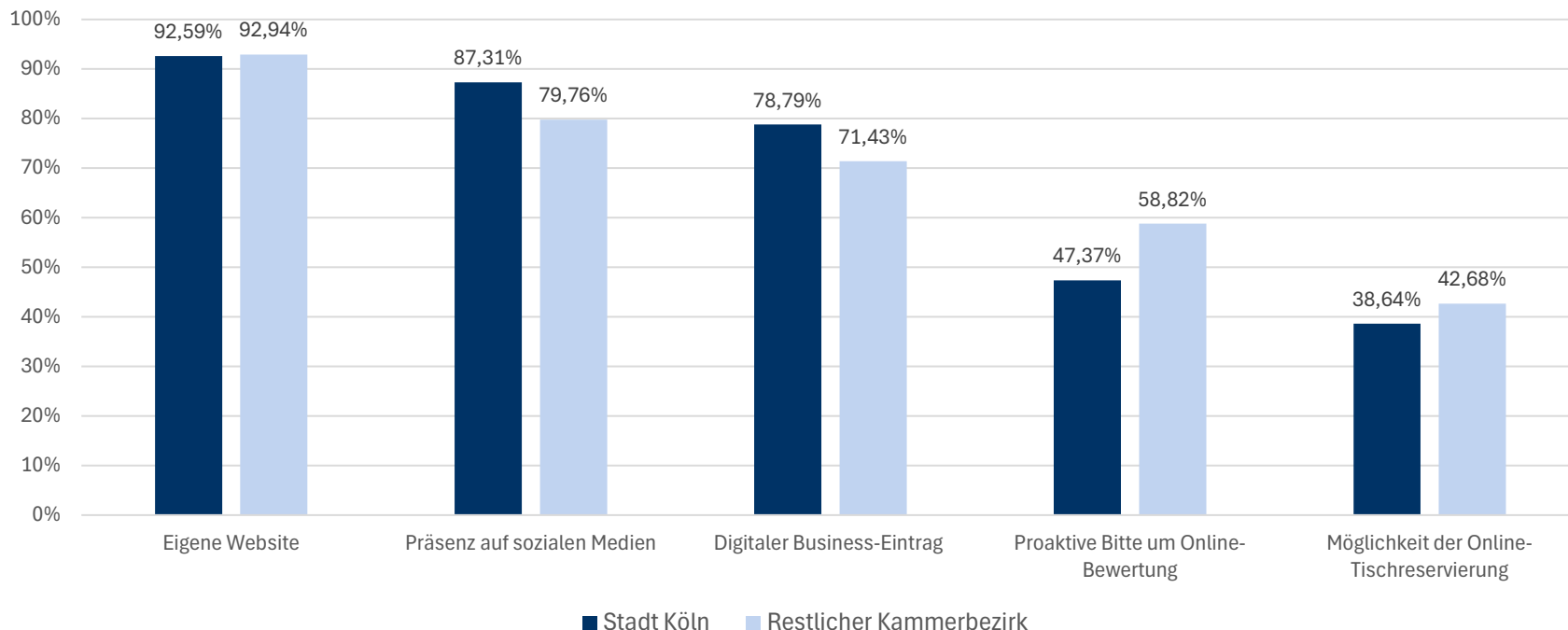
„... Attraktivitätssteigerung bei Kölnmesse & Kongress, Lanxessarena u. diversen Eventlocations. Standortwechsel u. zukunftssichere der Musicalhall sowie der Köln Oper...“

Digitaler Auftritt

Die Gastronomie nutzt verschiedene Möglichkeiten einer digitalen Präsenz.

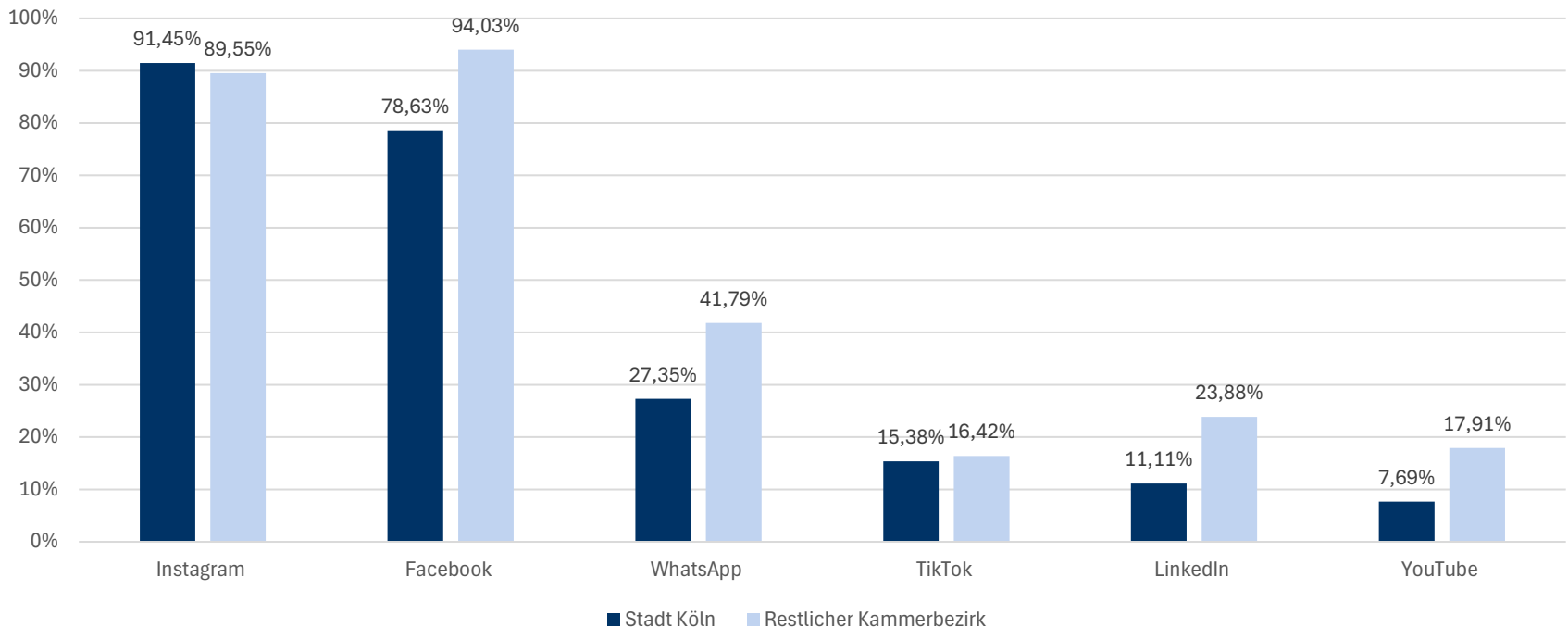
Online-Bewertungen und Online-Tischreservierungen sind im restlichen Kammerbezirk stärker ausgeprägt als in Köln.

(Mehrfachnennungen möglich)



Social-Media-Präsenz

Instagram und Facebook sind die führenden Social-Media-Kanäle in der Gastronomie. (Mehrfachnennungen möglich)



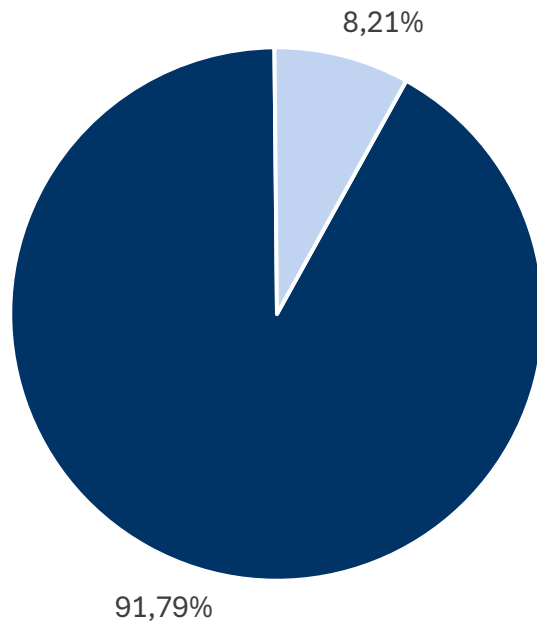
Lieferdienste & Kooperationen



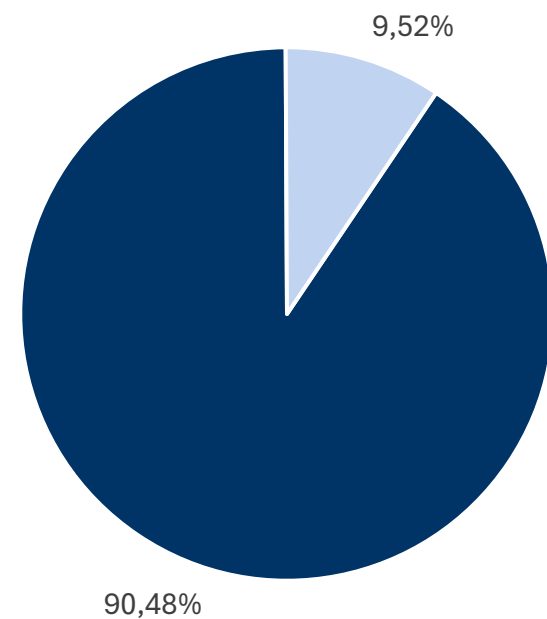
- 16 % der gastronomischen Betriebe nutzen Lieferdienste
- Uber Eats, Wolt und Lieferando sind nahezu gleich stark vertreten
- 7 % arbeiten mit Kooperationspartnern und -partnerinnen zusammen, darunter Too Good to Go, Gemeinschaftsverpflegung, lokaler LEH, Catering, Neo Taste

Möglichkeit der bargeldlosen Zahlung

Stadt Köln

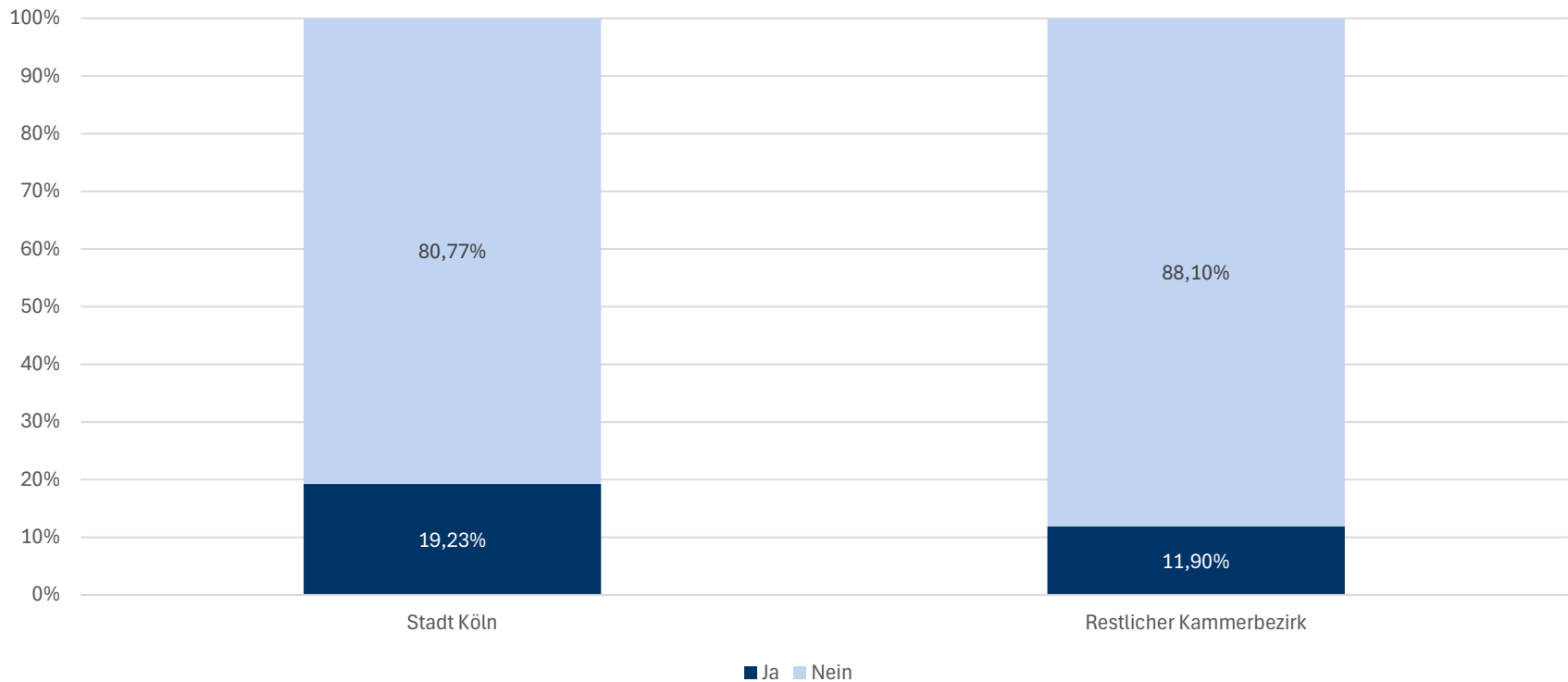


Restlicher Kammerbezirk



■ Ja ■ Nein

Mindestumsatz für bargeldlose Zahlung erforderlich?



Anke Greiling

Tourismus und Gastgewerbe

anke.greiling@koeln.ihk.de Tel. 0221-16401576

