

Erfolgreiches Jahr



Der Verkehrsgastronom casualfood schließt das Jahr 2018 mit einem Nettoumsatz von 57,3 Millionen Euro und erzielt damit eine Umsatzsteigerung von elf Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Gleich zwei neue Konzepte gingen im vergangenen Jahr an den Start: Brezel Lovers und Beans & Barley.

Das Brezel Lovers am Flughafen Frankfurt bietet Brezeln in allen denkbaren Varianten und für jeden Geschmack und Ernährungsstil. Im neuen Beans & Barley ? Crafted Coffee and Beer am Flughafen Berlin-Schönefeld dreht sich alles um Craft Beer und Kaffee-Spezialitäten. Beide Konzepte wurden laut casualfood hervorragend von den Gästen angenommen und erfreuen sich großer Beliebtheit. Darüber hinaus öffneten am Flughafen Frankfurt das vierte italo-amerikanische Deli Goodman & Filippo sowie ein Hermann?s Restaurant mit großem Angebot rund um die Wurst.

Mehrfach ausgezeichnet

Für die innovativen Ideen und sein hohes Engagement wurde casualfood mehrfach ausgezeichnet. Im März erhielt das Unternehmen von der dfv Mediengruppe den Hamburger Foodservice Preis für erfolgreiche Konzepte als nationaler Gewinner. Das Magazin Convenience Shop wählte das Quicker?s am Bahnhof Hamburg Altona zum ?Shop des Jahres `18? in der Kategorie Bahnhöfe/Flughäfen. Im November setzte man in der Studie ?Deutschlands Beste? von Focus Money und Deutschland Test mit 100 Punkten die Benchmark als beste Verkehrsgastronomie. Zwei weitere Auszeichnungen folgten erst kürzlich: Beim Mystery Check am Flughafen Frankfurt platzierten sich drei casualfood Stores unter den besten fünf Konzepten (ohne Ranking). Und am Flughafen Düsseldorf

erzielte das Quicker?s den ersten Platz beim Mystery Shopping 2018. Beide Untersuchungen wurden von externen Dienstleistern im Auftrag der Flughäfen durchgeführt.

Für 2019 steht ein Relaunch der Quicker?s Stores in Frankfurt auf dem Programm. Alle weiteren und auch neue Stores werden sukzessive in einen neuen Look gebracht, der bestehende und neue Elemente zusammenführt. Die Konzepte erfüllen die wachsenden Bedürfnisse der Mitarbeiter, Passagiere und Pendler in Bezug auf ?Organic Convenience? und ?One Stop Shopping?. Darüber hinaus baut casualfood die Kooperation mit der Deutschen Bahn aus und eröffnet neun neue DB Service Stores.