



Premiere in der Gemeinschaftsverpflegung: Compass Group Deutschland setzt mit erster nationaler Retail Roadshow neue Maßstäbe

Eschborn, August 2026 – Eine bundesweite Retail-Roadshow – in dieser Form ein Novum in der Gemeinschaftsverpflegung – hat die Compass Group Deutschland innerhalb von drei Monaten erstmals an insgesamt sieben Standorten umgesetzt. Mehr als 300 Mitarbeitende aus allen Sektoren nahmen teil.

Retail ist für die Compass Group ein strategisches Wachstumsfeld

„Retail wird in der Gemeinschaftsverpflegung noch immer unterschätzt. Mit der Roadshow wollten wir zeigen, welches Potenzial in einem professionell gesteuerten Retail-Angebot steckt und haben dafür ein Format geschaffen, das es in unserer Branche in dieser Form bislang nicht gegeben hat. Schon kleine Veränderungen bei Sortiment, Platzierung oder Vermarktung können Umsatz und Gästezufriedenheit spürbar steigern. Besonders wertvoll war dabei der direkte Austausch mit unseren Industriepartnern, aus dem viele praxisnahe Impulse für unsere Betriebe entstanden sind“, sagt Diane Klemm, Head of Retail Compass Group Deutschland.

Im Mittelpunkt der Roadshow steht ein einheitlicher Ansatz entlang der vier Retail-Dimensionen Product, Price, Place und Promotion – von Angebot und Preis über Vertrieb bis hin zur Vermarktung.

Für die Umsetzung hat die Compass Group ein starkes Partnernetzwerk gebündelt. Mit dabei waren The Coca-Cola Company, Red Bull, Mars, ARYZTA, Franke Coffee Systems, Culligan, Market Grounds, Langnese und TEEKANNE. Ihre Fachvorträge griffen die Retail-Strategie der Compass Group auf und lieferten praxisnahe Impulse aus den jeweiligen Warengruppen. Eine begleitende Hausmesse machte Produkte, Innovationen und POS-Materialien direkt erlebbar und schuf Raum für den fachlichen Austausch mit den Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern der Industrie.

Wie groß der Hebel im Alltag sein kann, zeigten konkrete Beispiele aus den Betrieben. In einem Fall ließ sich der Süßwarenumsatz durch eine optimierte Platzierung und den gezielten Einsatz von Impulsregalen um bis zu 70 Prozent steigern. Ergänzend stellte die Compass Group ihr eigens entwickeltes Planogramm-Tool vor. Es unterstützt die Betriebe bei einer zielgruppengerechten Sortimentsauswahl und der richtigen Platzierung und schafft eine einheitliche Grundlage für die Verkaufsflächen.

„Mit der Retail Roadshow ist es gelungen, ein Thema, das für unser Geschäft zunehmend an Bedeutung gewinnt, standortübergreifend in die Organisation zu tragen. Das Format verbindet strategische Ausrichtung, operative Umsetzung und die enge Zusammenarbeit mit unseren Partnern. Es zeigt, welchen Stellenwert Retail künftig für eine erfolgreiche Gemeinschaftsverpflegung einnehmen kann“, so Alexander Breuckelmann, COO Compass Group Deutschland.



Neben den wirtschaftlichen Effekten zählte vor allem der persönliche Austausch zwischen Betrieben und Industriepartnern zu den wichtigsten Ergebnissen der Roadshow. Er hat ein gemeinsames Verständnis für die Herausforderungen im operativen Alltag geschaffen und die Zusammenarbeit spürbar vertieft.

Auch die Industriepartner ziehen ein positives Fazit. Der direkte Kontakt zu den Betrieben, das Verständnis für den Alltag vor Ort und die Verzahnung mit der Retail-Strategie der Compass Group werden als wesentlicher Gewinn beschrieben.

„Der persönliche Austausch mit den Betriebsleitungen hat eindrücklich gezeigt, wie eng die strategische Ausrichtung von Compass und Coca-Cola miteinander verzahnt ist. Das ist eine hervorragende Grundlage, um mit den bei der Roadshow vermittelten Konzepten gemeinsam noch erfolgreicher Umsatzpotenziale zu heben“, so Carsten Bache, Zentraler Key Account Manager Coca Cola Europacific Partners.

„Als teilnehmender Lieferant loben wir das Format der Retail Roadshow für seine hervorragenden Networking-Möglichkeiten und den unkomplizierten, persönlichen Draht zu den Entscheidern vor Ort. Diese Form schafft ein optimales Fundament, um gemeinsame Wachstumsfelder im oft vernachlässigten Bereich Retail aufzuzeigen und direkt nachhaltig zu besprechen“, sagt Kathrin Blum, Channel Development Manager Workplace Mars Wrigley Europe & Central Eurasia.

Die Erkenntnisse fließen in die strategische Planung für das kommende Geschäftsjahr ein. Ziel ist es, die Betriebe künftig noch gezielter auf ihrem Weg zu mehr Retail Excellence zu begleiten und die Roadshow als Aktivierungsformat weiterzuentwickeln. Als erste in der Branche hat die Compass Group Deutschland gezeigt, welches Potenzial in einem strukturierten Retail-Format steckt.

Über die Compass Group Deutschland

Die Compass Group Deutschland ist Marktführer der Gemeinschaftsgastronomie und Anbieter von Servicedienstleistungen. Sie ist Teil der weltweit größten Lebensmitteldienstleistungsgruppe Compass Group PLC mit Sitz in Chertsey, UK. Die Compass Group Deutschland beschäftigt bundesweit rund 13.500 Mitarbeitende aus über 127 Nationen. Unter dem Markendach agieren die Gesellschaften EUREST, Food Affairs, leonardi, HOFMANNs, Medirest, Kanne Café, Levy und Plural.
www.compass-group.de

Pressekontakt:

Darja Zschockelt

Head of External Communications

E-Mail: darja.zschockelt@compass-group.de

Tel: +49 162 346 60 64

Compass Group Deutschland GmbH

Helfmann-Park 2 65760 Eschborn

www.compass-group.de