

Besuchszuwächse in der deutschen Gastronomie – ein Spiegel der erfreulichen Wirtschaftslage

Das wirtschaftliche Gesamtbild in Deutschland ist auch weiterhin von Aufschwung und Optimismus geprägt. Die Steigerungen beim BIP konnten bislang vor allem in der ersten Jahreshälfte überzeugen, so dass aktuell ein Anstieg von +2 Prozent (preisbereinigt) für das Gesamtjahr erwartet wird, was dem größten Zuwachs seit sechs Jahren entsprechen würde. Treiber waren in erster Linie der private Konsum, mit Ausgabenzuwächsen in Höhe von +1,8 Prozent im laufenden Jahr (wenn auch hier die zweite Jahreshälfte mit leichten Rückgängen begann), die industrielle Produktion und schließlich der Export. Neben diesen „Hard Facts“ spiegeln aber auch die weichen Stimmungsindikatoren die erfreuliche Wirtschaftslage wider: weltweit wird zunehmend mit Wachstum gerechnet, der ifo Geschäftsklimaindex liegt deutlich über dem Schnitt der letzten Jahre und die Verbraucherstimmung tendiert in Deutschland wieder in Richtung langjähriger Spitzenwerte. Und darüber hinaus setzen sich die Superlative auch weiter in puncto Beschäftigungssituation fort, die sich auf einem Niveau wie zuletzt vor der Finanzkrise bewegt. Einschränkungen können lediglich bei der stärkeren Zunahme der Inflationsrate gesehen werden, die – wie beschrieben – bislang aber keine negativen Auswirkungen auf die Konsumlaune hatte.

Passend dazu können sich auch die Entwicklungen in der deutschen Gastronomie weiter sehen lassen: die Analysen auf Basis des Konsumentenpanels CREST zeigen für das dritte Quartal 2017 die stärksten Besuchszuwächse (mehr als +1 Prozent) seit geraumer Zeit auf. Die Durchschnittsausgaben pro Person erhöhten sich zudem um +2 Prozent, woraus insgesamt ein Ausgabenzuwachs von +3 Prozent resultierte. Für die einzelnen Marktsegmente ergaben sich dabei ganz unterschiedliche Trends: am erfolgreichsten konnten die Bereiche Handel und Onsite (Arbeitsplatz- und Ausbildungsverpflegung) die Gästezahlen erhöhen – das Wachstum betrug hier über +2 Prozent. Aber auch in der Schnellgastronomie (QSR) ging die Zahl der Besuche mit über +1 Prozent nach oben, während die Bediengastronomie (FSR) nur stabil blieb.

Die sehr positive Entwicklung beim Handel resultierte auch weiterhin rein aus den Regalentnahmen in Supermärkten, wohingegen die klassische Handels-Gastronomie (Restaurantbetriebe innerhalb Kaufhäuser) weiter Verluste hinnehmen musste. Innerhalb des Onsite-Bereichs verzeichneten sowohl Schul- und Universitätskantinen wie auch Betriebskantinen Zuwächse, erstere allerdings mit dem größeren Plus. Die fortgesetzten Steigerungsraten bei der deutschen Schnellgastronomie rührten dagegen in erster Linie wieder aus den Spezialisierungen auf Hähnchen und Sandwich/Bäckereien, gefolgt von Coffee Bars und Pizza/Italienisch. Dennoch gab es auch Besuchsrückgänge und zwar primär bei der griechischen wie auch der deutschen Schnellküche festzustellen. Der nur

stabile Besuchstrend in der Bediengastronomie reflektiert ein Wachstum bei Hotels und Restaurants mit türkischer Spezialisierung, aber auch Rückgänge bei Steak-Häusern und auch hier der griechischen Ethno-Küche.

Weitere Trends, die sich im dritten Quartal 2017 zeigten, waren vor allem anteilige Steigerungen zur Frühstücks- und Mittagszeit. Erstere resultierten vor allem aus den Segmenten Handel und Schnellgastronomie (QSR), während mittags neben QSR auch der Bereich Onsite überproportional zulegen konnte. Darüber hinaus gingen die Besuchszahlen primär am Wochenende nach oben, wobei hier die Bediengastronomie die größte Rolle spielte. Außerdem war das Vor-Ort-Geschäft der hauptsächliche Besuchstreiber, allerdings konnte die Mitnahme ebenfalls zulegen – vor allem durch gestiegene Mitnahmen nach Hause und an den Arbeitsplatz. Und schließlich setzte sich auch der Trend zu reduzierten Familienbesuche im aktuellen Quartal weiter fort.

Zusammenfassend scheint sich der Trend der vorherigen Quartale zu mehr und mehr Besuchen in der deutschen Gastronomie weiter fort zu setzen. Voraussichtlich werden sich die Gastronomen aller Segmente in diesem Jahr über ein Ausgabenwachstum freuen können, das nicht nur aus höheren Durchschnittsausgaben resultiert, sondern auch einem Plus an Gästen.