

Ein halbwegs erfreulicher Jahresabschluss mit privatem Konsum als Haupttreiber für Gesamtwirtschaft und Gastronomie.

Die ersten Zahlen zum wirtschaftlichen Gesamtbild für 2019 deuten erneut ein nur leichtes Wachstum an: demnach konnte das BIP mit +0,6 Prozent zwar stärker zulegen, als noch zuletzt erwartet, der Zuwachs lag aber dennoch deutlich unter dem Jahresschnitt der vorherigen fünf Jahre in Höhe von +2,0 Prozent. Vorreiter blieben dabei erneut der private Konsum sowie das Baugewerbe, wobei ersterer im vierten Quartal 2019 etwas an Dynamik einbüßen musste. Die Treiber des privaten Konsums wiederum waren die nach wie vor gute Situation auf dem Arbeitsmarkt sowie die deutlichen Steigerungen beim verfügbaren Einkommen. Hemmend wirkte sich auf die Gesamtwirtschaft dagegen die deutsche Industrieproduktion aus, die stark von der immer noch schwächelnden weltweiten Nachfrage abhing und auch durch die Brexit Situation noch unter Druck stand. Zudem stiegen die Preise in Deutschland im letzten Jahr weniger deutlich (ca. +1,4 Prozent) an als noch im Vorjahr (+1,8 Prozent), was primär den gefallen Benzinpreisen zu verdanken war. Der Ausblick für 2020 ist leicht optimistisch, vor allem bedingt durch manche weltpolitische Entspannung, verbesserte Geschäftserwartungen und nicht zuletzt durch die vorherrschenden positiven Rahmenbedingungen für einen starken privaten Konsum.

In der deutschen Gastronomie lassen die Analysen auf Basis des Konsumentenpanels CREST positive Entwicklungen auch im vierten Quartal 2019 erkennen: die Steigerungen der Besuchszahlen um über +1 Prozent bei gleichzeitig erhöhten Durchschnittsausgaben pro Person um mehr als +2 Prozent führten insgesamt zu einem Ausgabenzuwachs von fast +4 Prozent. Für alle Marktsegmente konnten dabei Zuwächse verzeichnet werden: am erfolgreichsten entwickelten sich die Besuche in der Schnellgastronomie (QSR): der Besuchstrend betrug hier rund +2 Prozent. Und mit einem Zuwachs von jeweils rund +1 Prozent gingen die Besuchszahlen in der Bediengastronomie (FSR), im Bereich Onsite (Arbeitsplatz- und Ausbildungsverpflegung) und auch in der Handelsgastronomie nach oben. Die oben erwähnte Steigerung der Durchschnittsausgaben pro Person um mehr als +2 Prozent über alle Segmente hinweg lag also über der allgemeinen Preissteigerungsrate in Deutschland im letzten Jahr. Diese Entwicklung spiegelt damit Mehrausgaben der Konsumenten wider, die nicht nur durch reine Preissteigerungen erfolgt sind, sondern zusätzlich aufgrund von mehr und/oder höherwertigeren verzehrten Produkten.

Im Detail rührten die größten Zuwächse im QSR-Bereich primär erneut aus einem deutlichen Plus bei asiatischen Schnellimbissen und Coffee Bars, aber auch mal wieder aus dem Bereich Fast Food Burger. Im Minus schlossen dagegen Fisch-Schnellrestaurants und Eisdielen. Das zweitstärkste Gastronomie-Plus wurde im Bereich

der Bediengastronomie gemessen und war erneut in erster Linie durch Zuwächse bei Steak-Häusern getrieben (nach wie vor auch bedingt durch den andauernden Burger Boom), gefolgt von der italienischer Küche. Auf der anderen Seite gab es aber auch Verluste zu verzeichnen, die auch hier primär aus dem Segment der Fisch-Restaurants stammten. Im Onsite Bereich konnte Besuchswachstum von Betriebskantinen erzielt werden, wohingegen Schul- und Universitätskantinen wiederum Rückgänge in den Gästezahlen erlitten. Und ebenfalls mit einem Zuwachs von rund +1 Prozent konnte der Bereich Handel aufwarten, weiterhin getrieben durch die gestiegene Zahl an Regalentnahmen in Supermärkten und trotz des fortlaufenden Rückgangs bei der klassischen Handelsgastronomie (Restaurantbetriebe innerhalb Kaufhäuser).

Darüber hinaus ergaben sich im vierten Quartal 2019 erneute Steigerungen zur Frühstückszeit – das Wachstum bezifferte sich hier auf über +4 Prozent, am stärksten getrieben aus den Segmenten Schnellgastronomie und Onsite. Darüber hinaus gingen die Besuchszahlen am Wochenende nach oben, was in erster Linie ebenfalls durch die Schnellgastronomie (QSR) getrieben war. Außerdem war in diesem Quartal der Verzehr vor Ort der hauptsächliche Besuchstreiber, während das Mitnahme-Geschäft insgesamt rückläufig war. Die Besuchsrückgänge beim Mitnahme-Geschäft wurden ausschließlich getrieben durch Verluste bei der Mitnahme von Speisen und Getränken an den Arbeitsplatz (während, wie gesehen, parallel Wachstum bei Betriebskantinen gemessen wurde). Und schließlich war das Familiengeschäft zwar weiterhin im Plus, noch höher fiel aber zuletzt das Wachstum bei den Besuchen ohne Kinder aus, die mit drei Vierteln auch für den Großteil der gesamten Gastronomiebesuche zeichneten.

Insgesamt ergab sich damit ein recht erfolgreiches Jahr in der deutschen Gastronomie: die Besuchszahlen konnten 2019 um genau +1 Prozent gesteigert werden, die Ausgaben legten sogar um fast +4 Prozent zu. Für das neue Jahr 2020 erwarten wir auf Basis unserer CREST Prognosen erneut Zuwächse in Höhe von +1 Prozent auf der Besuchsseite und +3 Prozent bei den Ausgaben in der deutschen Gastronomie.