

Historische Einbußen für die deutsche Wirtschaft und vor allem für die Gastronomie

Während im ersten Quartal 2020 der Einfluss der COVID-19 Krise auf die deutsche Wirtschaft nur in etwa auf den März begrenzt war, stand das zweite Quartal nun alleinig im Zeichen der Pandemie. Seit dem wirtschaftlichen Tiefpunkt im April konnte zwar eine langsame Erholung festgestellt werden, allerdings musste das BIP im zweiten Quartal ein Rückgang um rund -10 Prozent (im Vergleich zum Vorquartal) hinnehmen – dabei handelt es sich um den größten Rückgang seit Beginn der BIP-Berechnungen. Die Erholung steht also erst am Anfang und dürfte stark von dem Hochfahren der Industrieproduktion abhängen, die wiederum stark an die Auslandsnachfrage gekoppelt ist – und genau diese gestaltet sich durch das weltumspannende Ausmaß der Corona-Pandemie noch als sehr zögerlich. Der Binnenkonsum konnte sich dagegen durch die zunehmende Zahl geöffneter Geschäfte und Restaurants stärker erholen, was auch sich in steigenden Werten beim Consumer Confidence Indikator (Europäische Kommission) widerspiegelte: nach dem Tiefstand von -16 im April kletterte dieser im Juni wieder auf einen Wert von nur noch -11 (zum Vergleich: -3 im Februar 2020). Die Verbraucherpreise gingen im Juli zum ersten Mal seit mehreren Jahren leicht zurück, was primär der reduzierten Mehrwertsteuer geschuldet war und letztlich der weiteren Ankurbelung der Binnennachfrage dienen soll. Insgesamt wird für das Gesamtjahr 2020 in Deutschland ein Rückgang des BIP um ca. -5 bis -6 Prozent erwartet, wobei eine vollständigen Erholung der deutschen Wirtschaft nicht vor 2022 stattfinden dürfte.

Auch die deutsche Gastronomie ist in diesem Umfeld leider noch weit von einer vollständigen Erholung entfernt: die Zahlen des Konsumentenpanels CREST zeigen für das zweite Quartal 2020 deutliche Verluste in Höhe von -51 Prozent in Konsumentenausgaben und -47 Prozent in Besuchen an. Der April als erster vollständiger Monat im Lockdown trug dazu bereits mit Ausgabenreduktionen in Höhe von -67 Prozent bei, während sich das Minus im Juni als letzten Monat dieses Quartals zumindest auf -39 Prozent abschwächte. Ein Blick in die Segmente zeigt, dass vor allem der Onsite-Sektor (Arbeitsplatz- und Ausbildungsverpflegung) von starken Verlusten im zweiten Quartal betroffen war: die Ausgaben schrumpften hier um -67 Prozent, gleich gefolgt von der Bediengastronomie mit -64 Prozent. Deutlich weniger negativ konnten dagegen die Handels- und die Schnellgastronomie mit -37 Prozent bzw. -29 Prozent weniger Konsumentenausgaben abschneiden.

Ein tieferer Blick offenbart, dass innerhalb des OnSite-Bereichs Schul- und Universitätskantinen etwas stärkere Verluste hinzunehmen hatten als Arbeitsplatzkantinen. Die ebenfalls deutliche negative Entwicklung in der Bediengastronomie resultierte

überdurchschnittlich aus der Hotellerie und der deutschen Küche, während italienische Restaurants und Steak-Häuser (inkl. Restaurants mit Fokus auf Burger) zumindest leicht besser als der Schnitt performen konnten. Besonders deutlich fiel erwartungsgemäß auch das Minus bei klassischen Handelsrestaurants (innerhalb der Kaufhäuser) aus, die den gesamten Bereich der Handelsgastronomie nach unten zogen, wohingegen die Regalentnahme in Supermärkten (mit sofortigem Verzehr) eine der relativ besten Entwicklungen in der Krise erzielte. Und schließlich konnte sich innerhalb der Schnellgastronomie (QSR) erneut nur ein Segment überhaupt positiv entwickeln und zwar das der Lieferdienste. Weitere Treiber mit zumindest einem weniger starken Minus im Vergleich zum QSR-Schnitt waren Eisdielen und Schnellrestaurants mit Fokus auf Hühnchen. Überproportional im Minus waren dagegen Fisch-Schnellrestaurants, deutsche Imbisse und Coffee Bars.

Wie konnten vor diesem Hintergrund deutlicher Ausgaben- und Besuchsverluste nun einzelne Dimensionen wie Tageszeiten, Wochentage, das Mitnahme- und das Familiengeschäft abschneiden? Die Tageszeit mit dem relativ besten Ergebnis (also den geringsten anteiligen Verlusten) im zweiten Quartal 2020 war das Abendgeschäft, primär durch die Schnellgastronomie (und hier primär durch Lieferdienste) getrieben. Darüber hinaus gab es kaum Unterschiede beim Vergleich Wochenende und dem Geschäft während der Woche. Ganz anders sah das Bild dagegen beim Vergleich Vor-Ort-Verzehr und Mitnahme aus: war der Verzehr vor Ort natürlich deutlich eingebrochen, fiel das Minus bei der Mitnahme mit einem nur leicht zweistelligen Wert noch sehr moderat aus. Und schließlich ebenfalls über dem Schnitt konnte das Familiengeschäft und auch die Systemgastronomie im zweiten Quartal performen.

In allen europäischen Ländern wurden in den letzten Wochen die staatlichen Restriktionen weiter reduziert, also auch die Restriktionen im Gaststättengewerbe gelockert, um das Essen draußen und drinnen vor Ort zuzulassen und mehr Möglichkeiten zum Mitnehmen zu bieten. Dies bedeutet zwar mehr Gästezahlen für die Branche, aber all dies geschieht immer noch mit einer Reihe verschiedener Sicherheits-, Hygiene- und Abstandsmaßnahmen.

Prinzipiell halten die staatlichen Beschränkungen die Verbraucher also nicht mehr davon ab, in die Gastronomie zurückzukehren. Vielmehr stellt sich die Frage, ob die Verbraucher die Restaurants benötigen, um sich zu ernähren. Wenn zum Beispiel die Mehrheit der Menschen an ihren Arbeitsplatz zurückkehrt bzw. die Schüler nach den Ferien wieder zur Schule gehen, dann werden sie auf dem Weg dorthin sicherlich wieder ein Sandwich zum Mittagessen oder einen Kaffee und ein Croissant kaufen. Aber je mehr Zeit die

Verbraucher zu Hause und nicht in der Schule, bei der Arbeit oder auf Reisen verbringen, desto weniger werden sie Restaurants wirklich benötigen.

Vier Schlüsselbereiche werden die Größe und Form unserer Industrie beeinflussen und sich auf die künftige Größe und Form der Gastronomie-Branche auswirken:

Die weitere wirtschaftliche Entwicklung: die Szenarien reichen von einem eventuellen Anstieg der Arbeitslosenquoten bis hin zum Niveau des verfügbaren Einkommens. Je weniger Menschen einen Arbeitsplatz haben, desto seltener befinden sie sich in Arbeitssituationen, in denen sie ihre Arbeitsplatzkantinen, Verkaufsautomaten oder Kaffeebars benutzen müssen. Und bei sinkendem verfügbarem Einkommen – was zu erwarten ist – könnte der zusätzliche Restaurantbesuch eines der ersten Dinge sein, auf die die Menschen verzichten werden.

Die Kapazität der Restaurants: die ersten freien Restaurants und Kettenbetriebe haben bereits Konkurs angemeldet, einige Geschäfte sind immer noch geschlossen, andere arbeiten mit reduzierten Öffnungszeiten und Speisekarten und einige bieten nur noch bestimmte Arten von Dienstleistungen an. Die Kapazitäten werden stark durch die notwendigen Vorschriften beeinflusst werden.

Die Einstellung der Konsumenten: in unseren Studien zur Verbraucherstimmung haben wir festgestellt, dass die Menschen nach wie vor sehr vorsichtig sind. In ganz Europa sagten uns etwa zwei Drittel der Verbraucher, dass sie selbst bei geöffneten Restaurants eher verhalten wiederkehren werden. Darüber hinaus ist die Frage, ob die Sicherheits-Vorschriften eingehalten werden, ein weiterer wichtiger Aspekt, der darüber entscheidet, ob die Verbraucher überhaupt in Erwägung ziehen, auszugehen. Das allgemeine Verbrauchervertrauen wird auch ein Schlüssel für die Ausgaben der Verbraucher sein und weniger für das Sparen.

Die Veränderungen im Arbeitsleben: mehr Arbeit von zu Hause aus, weniger Geschäftsreisen, mehr Individualverkehr statt öffentlicher Verkehrsmittel, mehr virtuelle Schule und Universität von zu Hause aus – all das wird den Bedarf an fertig präparierten Speisen und Getränken zum sofortigen Verzehr beeinflussen. Darüber hinaus wird das zunehmende "Homing", mehr Zeit in privaten statt in öffentlichen Räumen sowie weniger Urlaubsreisen ebenfalls Auswirkungen auf die Gastronomie-Branche haben.

Für weitere Analysen und Berechnungen von Szenarios fragen Sie uns bitte nach den neuesten CREST Recovery Packages.