

Gastronomie-Besuche im Plus und Stimmung in der Wirtschaft weiter im Aufwind

„Verstärktes Wachstum“ scheint die treffende Beschreibung für die deutsche Wirtschaft im zweiten Quartal zu sein: Nach dem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts um +0,6 Prozent im ersten Quartal 2017 könnte sich dieser Trend noch verstärkt fortsetzen. Die Basis dafür liefert die ausgesprochen gute Stimmung in der Wirtschaft, abzulesen an einem historisch positiven ifo Geschäftsklimaindex. Der Schub kommt dabei allerdings weniger aus dem Außenhandel (trotz einer Erholung beim gesamten Welthandel), als vielmehr aus dem privaten Konsum. Die Verbraucherstimmung erklimmt dabei neue Höhen, die zuletzt vor dem Beginn der „Flüchtlingskrise“ erzielt wurden: der Consumer Confidence Indikator der Europäischen Kommission erzielte im Juni einen Wert von 5. Damit trotzte dieser den deutlich gestiegenen Verbraucherpreisen, die aktuell 1,6 Prozent über dem Vorjahresniveau lagen. Und schließlich zahlte mit der Erwerbstätigkeit noch ein weiterer Faktor positiv auf die wirtschaftliche Lage in Deutschland ein.

Wie entwickelt sich in diesem Umfeld nun die Gastronomie? Die Zahlen des Konsumentenpanels CREST zeigten für das zweite Quartal 2017 ebenfalls in eine positive Richtung. Der Außer-Haus-Markt wuchs mit knapp +1 Prozent an Besuchen und die Gäste gaben dabei +3 Prozent mehr pro Besuch aus. Diese beiden Faktoren ließen die Kassen der Gastronomen klingeln: annähernd +4 Prozent mehr Einnahmen im Vergleich zum Vorjahresquartal. Ein Blick in die Segmente verdeutlicht, dass die Bediengastronomie und die Schnellgastronomie im aktuellen Quartal auf gleichem Niveau wuchsen (+1 Prozent bei Besuchen). Nur stabil entwickelte sich der Bereich Handel und negativ ging diesmal für den Bereich Onsite (Arbeitsplatz- und Ausbildungsverpflegung) das Quartal zu Ende (-1 Prozent).

Im Bereich Schnellgastronomie (QSR) waren die Treiber der Besuchszuwächse in den Segmenten Hähnchen, Eisdielen und Pizza zu finden, im Minus blieben dagegen primär Fisch-Schnellrestaurants und deutsche Imbisse. In puncto Handel gab es auch weiterhin ein zweigeteiltes Bild: die klassischen Handels-Restaurants (innerhalb der Kaufhäuser) mussten Besuchseinbußen hinnehmen, die Regalentnahmen in Supermärkten mit sofortigem Verzehr hingegen konnten zulegen. Die Zuwächse in der Bediengastronomie wiederum wurden primär durch vegetarische Restaurants, der türkischen Küche sowie Freizeit- und Erlebnisrestaurants erzielt. Rückgänge waren andererseits vor allem in der Hotellerie festzustellen. Innerhalb des Onsite-Bereichs konnten sich zwar nach wie vor die Schul- und Universitätskantinen positiv entwickeln, aber der größere Teil der Betriebskantinen zog mit seinem negativen Besuchstrend das gesamte Segment ins Minus, was allerdings u.a. durch saisonale Verschiebungen bedingt war.

Die positive Besuchsentwicklung wurde weiterhin hauptsächlich durch Anstiege beim Frühstücksgeschäft bedingt – mit +6 Prozent Besuchswachstum war dieses deutlich über dem Durchschnitt im zweiten Quartal 2017. Die Schnellgastronomie war hier der Haupttreiber zu dieser Tageszeit. Darüber hinaus gingen die Besuchszahlen primär wochentags nach oben und hierbei spielten die Bedienrestaurants die größte Rolle. Während der Vor-Ort-Verzehr in Q2 zurückging, war das To Go Geschäft wieder deutlich im positiven Bereich, mit der Ausnahme der Mitnahmen an den Arbeitsplatz (ebenfalls ein Effekt der Ferienverschiebungen im Vergleich zum zweiten Quartal 2016). Und schließlich konnten sich nach wie vor die großen Systembetriebe erfreulich entwickeln, während unabhängige Betriebe erneut Gästeeinbußen zu beklagen hatten.

Starke Ausgabenzuwächse in allen Marktsegmenten der deutschen Gastronomie zeugen von einem erfolgreichen zweiten Quartal, zumal diese nicht nur durch Mehrausgaben pro Besuch sondern durch tatsächlich gestiegene Besuchszahlen entstanden sind. Damit setzt sich der positive Trend des ersten Quartals fort und lässt positive Steigerungsraten für das restliche Jahr 2017 erwarten.