

Foodservice Deutschland Außer-Haus-Markt Trends, Q2 2019

Insgesamt betrachtet stagniert die konjunkturelle Lage in Deutschland momentan. Dennoch zeichneten sich im deutschen Foodservice-Markt eindrucksvolle Entwicklungen im zweiten Quartal ab. **Daher nun eine genauere Analyse auf Basis unserer CREST® Konsumentendaten für das zweite Quartal 2019.**

Die Besuche verzeichneten ein Wachstum um +1%, die Durchschnittsausgaben pro Gast stiegen sogar um +3%.



Die erfolgreichsten Segmente waren **Full-Service-Restaurants (FSR) und der Handel**, welche ihre Besucherzahlen jeweils um +2% steigern konnten.

Vor allem **Steak-Häuser und vegetarische Konzepte** konnten in Q2 ein beträchtliches Wachstum verbuchen.



Diese positive Entwicklung der Steak-Häuser steht auch in Verbindung mit dem nach wie vor anhaltenden Burger-Boom in Deutschland.



Einen entscheidenden positiven Beitrag im Handel leistete der **Selbstbedienungsbereich in LEH/Supermärkten/Discountern** mit einer Zunahme von +3%.

Ebenfalls sehr positiv: das To-Go-Segment mit insgesamt +1% Wachstum.

Die treibende Kraft hier waren die Mitnahme nach Hause (+9%) sowie die Mitnahme zur Arbeit (+3%).



Produkte zur Mitnahme nach Hause waren morgens und nachmittags am stärksten.



Produkte zur Mitnahme an den Arbeitsplatz nahmen besonders mittags und abends zu.

Die Daten des Konsumentenpanels CREST zeigen das ganze Bild: auch in einer Wirtschaft, die Anzeichen einer Abschwächung erkennen lässt, erfährt der Foodservice-Markt weiterhin positive Impulse.

Quelle: npdgroup deutschland GmbH / CREST®, Q2 2019

Für weitere Informationen zum deutschen Außer-Haus-Markt kontaktieren Sie uns bitte unter +49 911 8918 0 oder per Email an andreas.lauszat@npdgroup.com.