



Gastronomiebesuche 2010 Veränderungen gegenüber dem Krisenjahr 2009

Eine Studie von

SOPHIE KARMASIN. Market Intelligence GmbH

Februar/März 2009

Im Auftrag von



Untersuchungsdesign



Task

Die Untersuchung soll die Verhaltensveränderungen bei Gastronomiebesuchen von 2009 auf 2010 erheben.

Sind die Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise in der Gastronomie überwunden?

Methode

Österreichweite Online Befragung

Zielgruppe

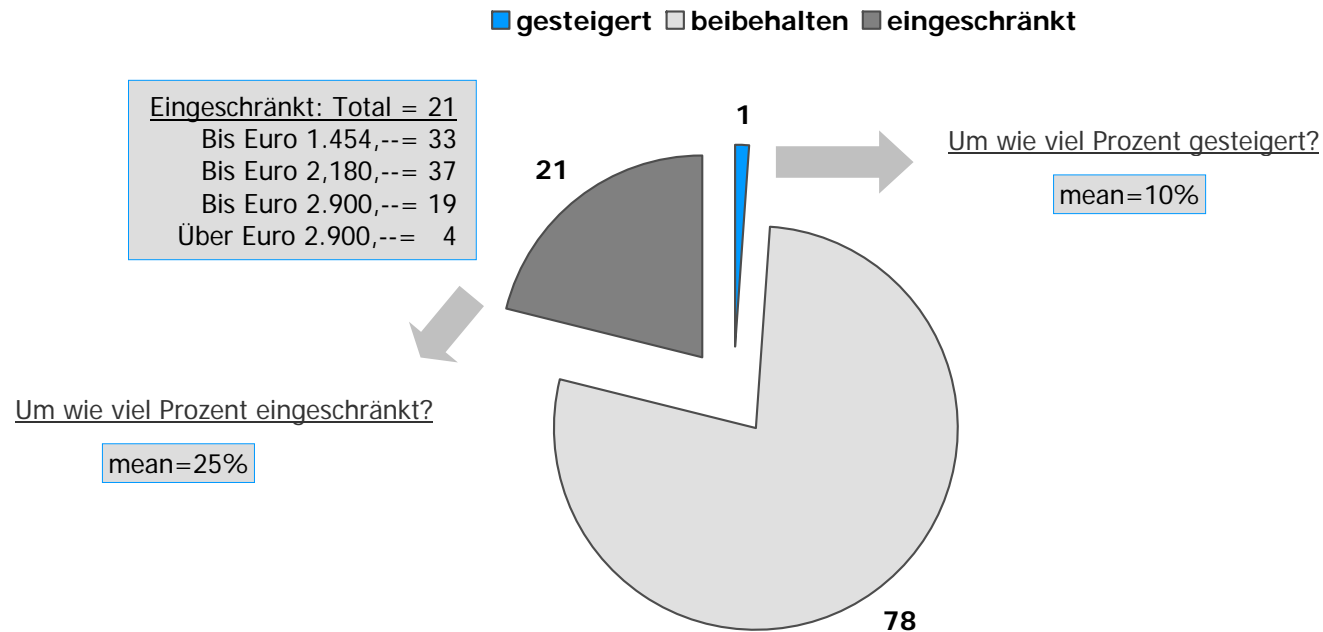
205 Personen,
die zumindest gelegentlich
auswärts essen gehen
Alter ab 18 Jahre
Alter, Geschlecht, Einkommen,
Bundesland gestreut

Statistik

	Basis	In Prozent
Total	205	100
GESCHLECHT		
Männer	93	45
Frauen	112	55
ALTER		
18 - 30 Jahre	48	23
31 - 50 Jahre	89	43
Über 50 Jahre	68	33
EINKOMMEN		
bis Euro 1.454,--	30	15
bis Euro 2.180,--	46	22
bis Euro 2.900,--	48	23
über Euro 2.900,--	53	26
BUNDESLAND		
Wien	33	16
NÖ, Bgld	29	14
Stmk, Ktn	56	27
OÖ, Sbg	53	26
Trl, Vbg	34	17
FREQUENZ RESTAURANT-, GASTHAUSBESUCHE		
mind. 1-2 Mal pro Woche	101	49
mind. 1 Mal in 3 Monaten	104	51

21% der Befragten haben die Frequenz ihrer Gastronomiebesuche wegen der Finanz- und Wirtschaftskrise 2009 eingeschränkt – 78% haben nichts an der Frequenz verändert

Gastronomiebesuche 2009 | Besuchshäufigkeit in Zusammenhang mit Finanz- und Wirtschaftskrise



%-Werte

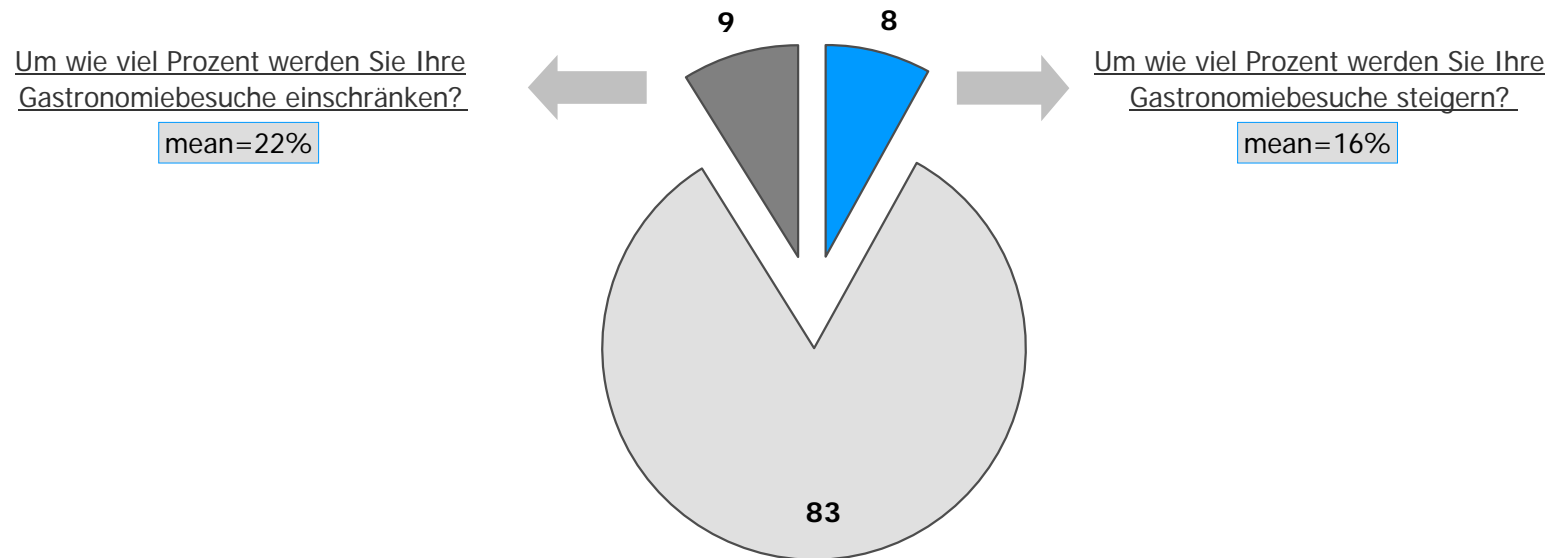
2. Haben Sie in Zusammenhang mit der Finanz- und Wirtschaftskrise Ihre Gastronomiebesuche letztes Jahr...

n=205

Über 80% wollen ihr Verhalten in Bezug auf Gastronomiebesuche 2010 nicht verändern, der Abwärtstrend ist gestoppt

Geplante Gastronomiebesuche 2010 im Vergleich zu 2009

■ im Vergleich zu 2009 steigern □ gleich wie im Jahr 2009 beibehalten ■ im Vergleich zu 2009 einschränken



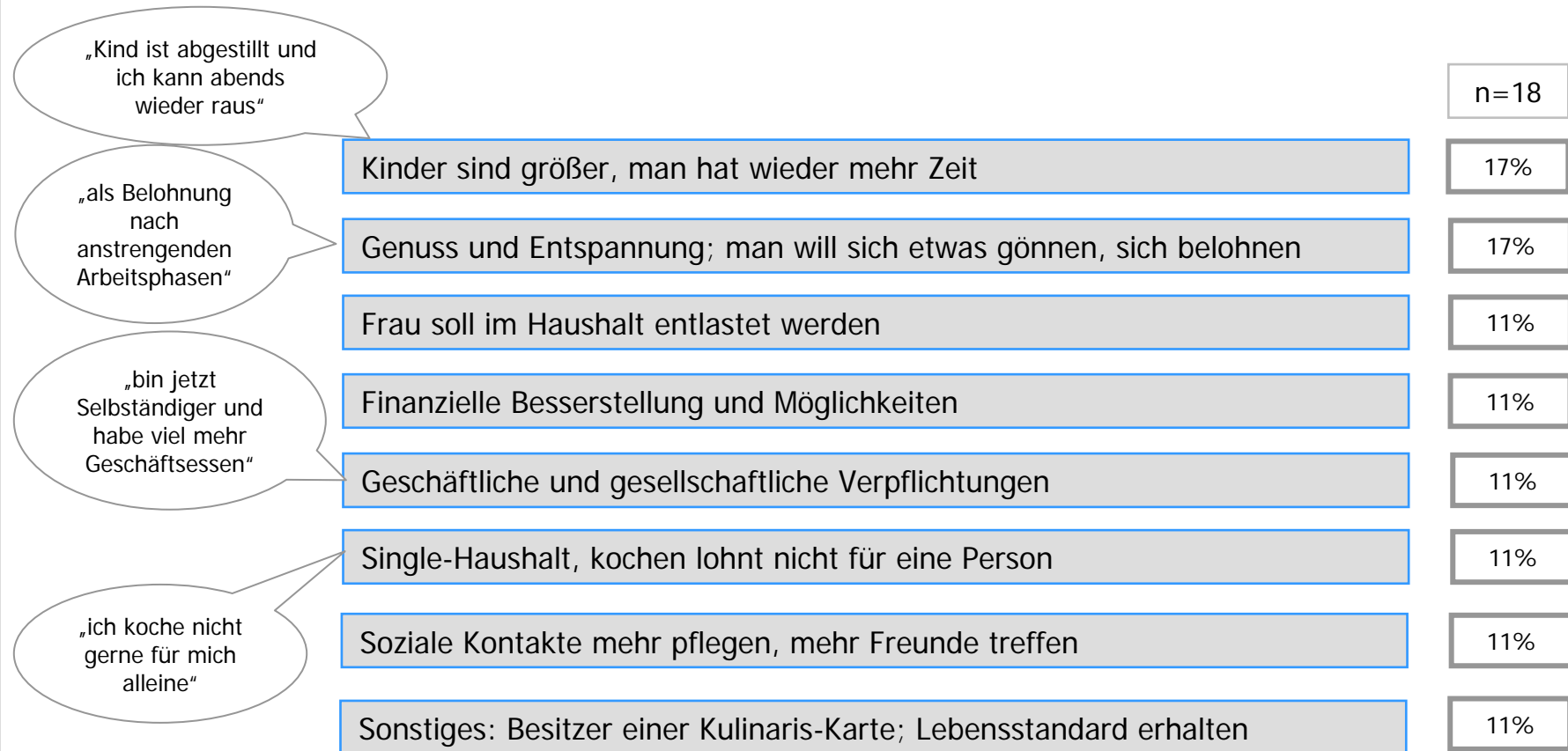
%-Werte

3. Und wie planen Sie für dieses Jahr Ihre Gastronomiebesuche?

n=205

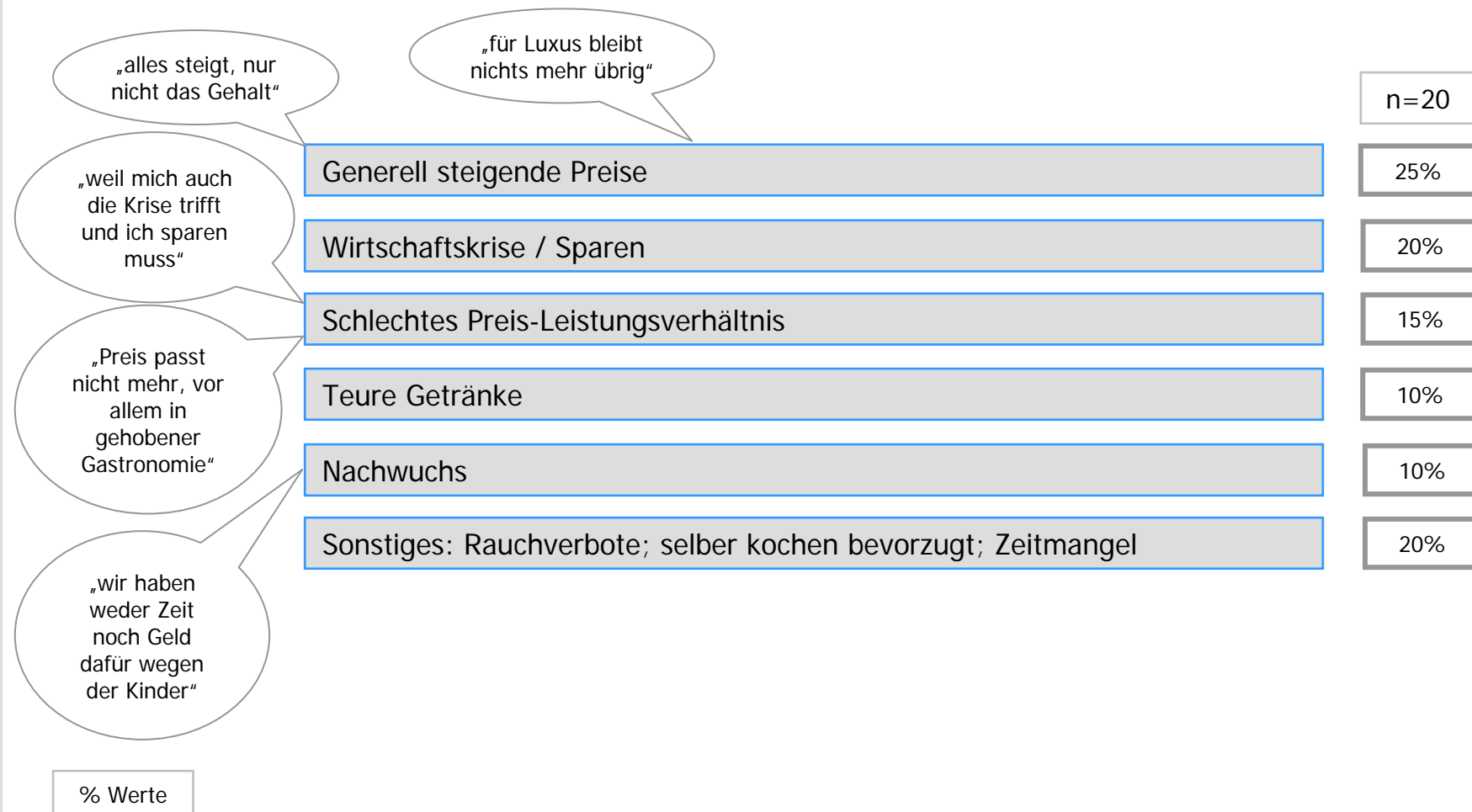
Einige der Befragten wollen sich 2010 mehr gönnen und sich öfter mal mit einem Restaurantbesuch belohnen

Gründe für die Steigerung der Gastronomiebesuche 2010



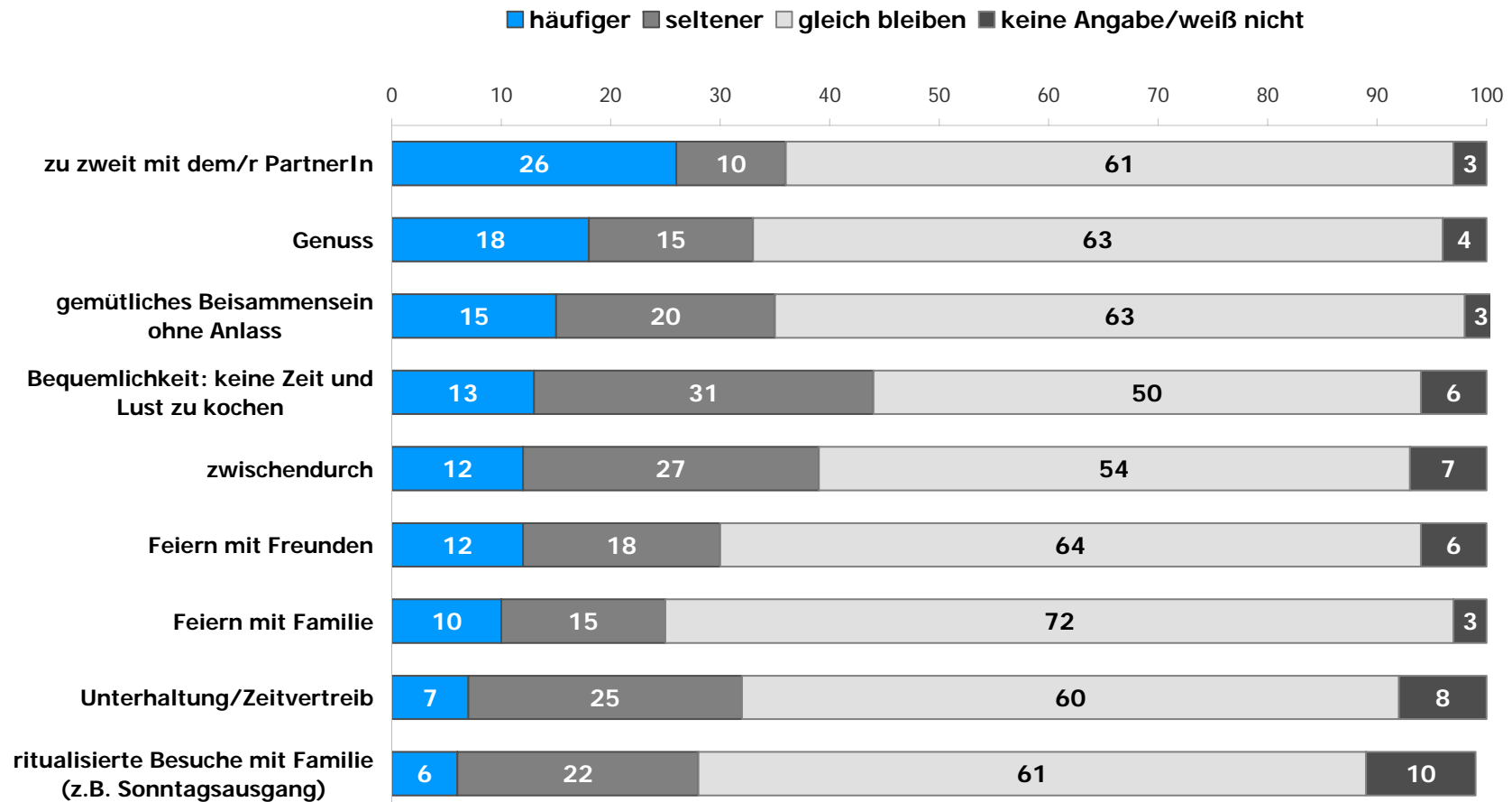
Man schränkt sich vor allem aufgrund der generell steigenden Preise, bei den Gastronomiebesuchen ein – vom Gehalt bleibt wenig für Luxus über

Gründe für die Einschränkung der Gastronomiebesuche 2010



2010 plant man häufiger mit dem Partner und des Genusses wegen einen Gastronomiebesuch – Bequemlichkeit und Zeitvertreib werden 2010 seltener als Anlass zum Besuch eines Restaurants dienen

Häufigkeit Gastronomiebesuche | Anlässe



4. Welche Anlässe zum Besuch von Gastronomieangeboten werden bei Ihnen persönlich im Vergleich zu 2009 im Jahr 2010 häufiger bzw. seltener werden?

%-Werte

n=205

Vor allem jüngere, männliche Befragte mit höherem Einkommen stellen den Genuss beim Restaurantbesuch 2010 häufiger in den Vordergrund

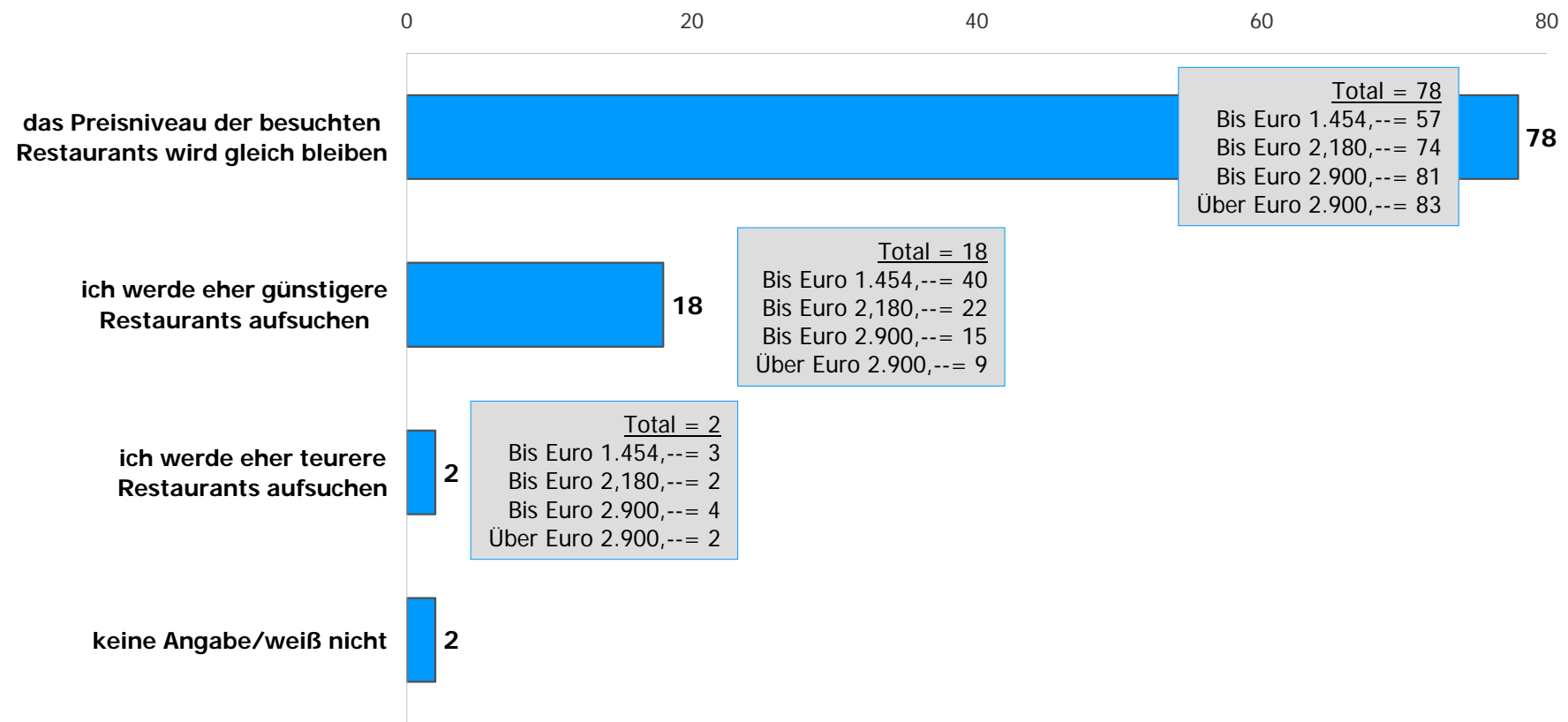
Häufigkeit Gastronomiebesuche | Anlässe - HÄUFIGER

% - Werte	n =	zu zweit mit dem bzw. der Partnerin	
		Genuss	
Total	205	18	26
GESCHLECHT			
Männer	93	23	26
Frauen	112	14	26
ALTER			
18 - 30 Jahre	48	29	31
31 - 50 Jahre	89	18	33
Über 50 Jahre	68	10	13
EINKOMMEN			
bis Euro 1.454,--	30	17	27
bis Euro 2.180,--	46	13	24
bis Euro 2.900,--	48	19	33
über Euro 2.900,--	53	25	25
BUNDESLAND			
Wien	33	30	30
NÖ, Bgld	29	17	10
Stmk, Ktn	56	16	20
OÖ, Sbg	53	13	26
Trl, Vbg	34	18	44
FREQUENZ RESTAURANT-, GASTHAUSBESUCHE			
mind. 1-2 Mal pro Woche	101	23	25
mind. 1 Mal in 3 Monaten	104	79	60

4. Welche Anlässe zum Besuch von Gastronomieangeboten werden bei Ihnen persönlich im Vergleich zu 2009 im Jahr 2010 häufiger bzw. seltener werden?

Vor allem Befragte mit einem niedrigen Haushaltsnettoeinkommen werden günstigere Restaurants besuchen – Besserverdiener verändern ihr Verhalten nicht (81% bis 83%)

Veränderung der Auswahl des Restaurants nach Preisniveau im Vergleich zu 2009



SOPHIE KARMASIN. Market Intelligence GmbH

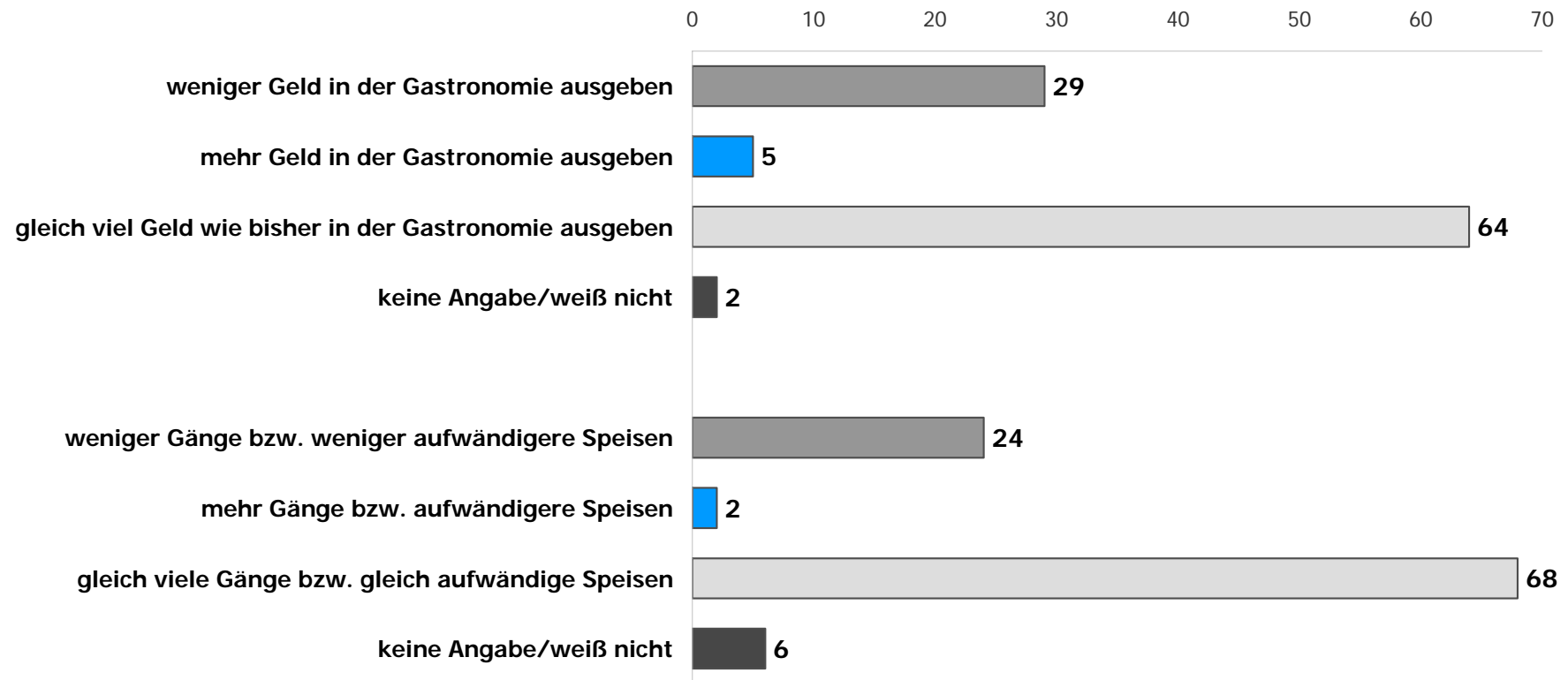
%-Werte

5. Inwiefern wird sich 2010 die Auswahl der Restaurants in Bezug auf das Preisniveau im Vergleich zu 2009 verändern?

n=205

Die Mehrheit wird 2010 ihre Ausgaben für Restaurantbesuche nicht einschränken oder steigern – auch die Anzahl der Gänge bleibt mehrheitlich unverändert – Tendenz aber zu geringeren Ausgaben

Verhaltensveränderungen in der Gastronomie 2010 im Vergleich zu 2009



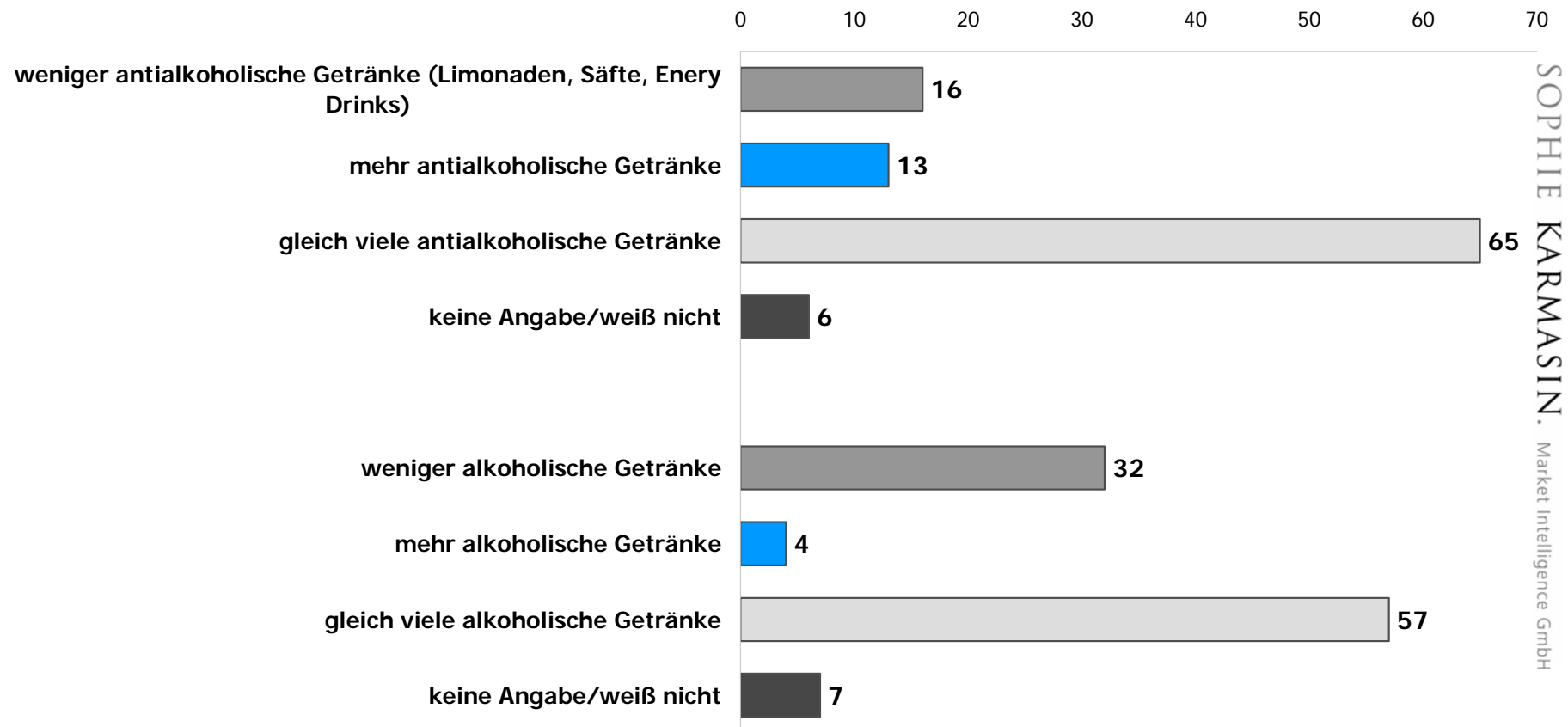
%-Werte

6. Inwiefern wird sich 2010 Ihr Verhalten in der Gastronomie im Vergleich zu 2009 verändern?

n=205

Der Konsum von antialkoholischen ist mehrheitlich gleichbleibend – knapp ein Drittel möchte 2010 weniger alkoholische Getränke konsumieren als 2009

Verhaltensveränderungen in der Gastronomie 2010 im Vergleich zu 2009



SOPHIE KARMA SIN. Market Intelligence GmbH

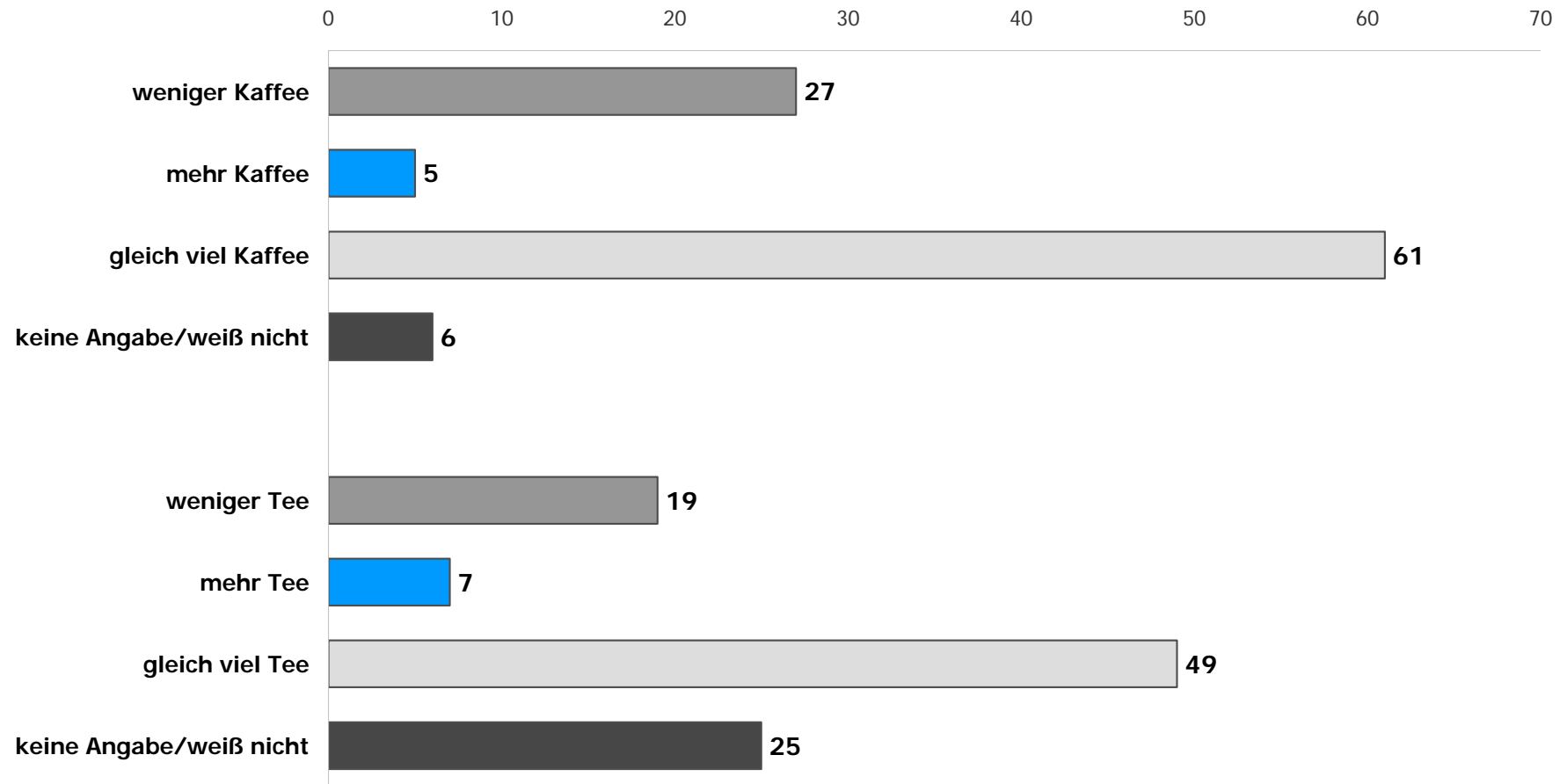
%-Werte

6. Inwiefern wird sich 2010 Ihr Verhalten in der Gastronomie im Vergleich zu 2009 verändern?

n=205

Kaffee- und Teekonsum wird 2010 eher eingeschränkt

Verhaltensveränderungen in der Gastronomie 2010 im Vergleich zu 2009



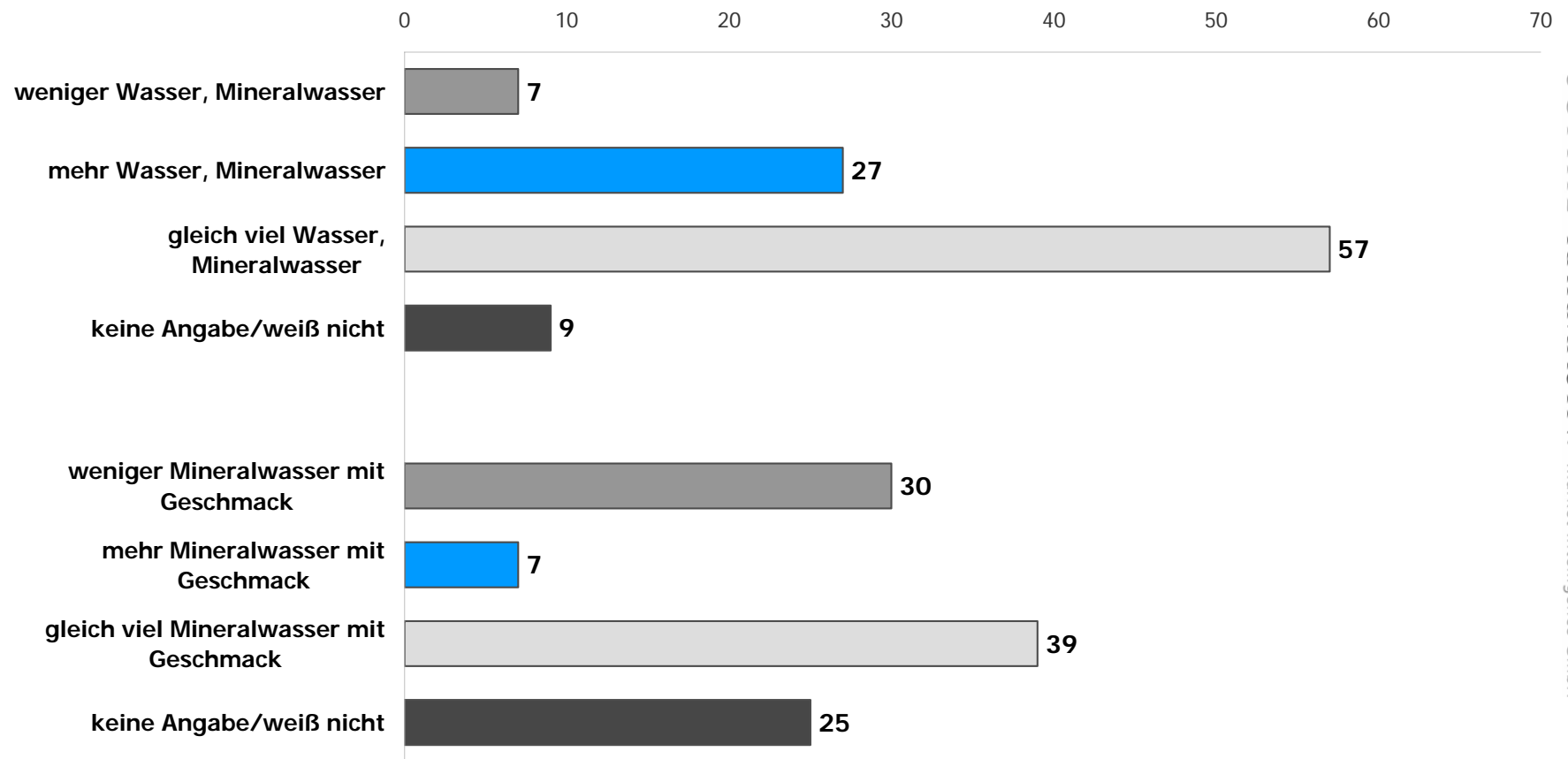
%-Werte

6. Inwiefern wird sich 2010 Ihr Verhalten in der Gastronomie im Vergleich zu 2009 verändern?

n=205

Wasser/Mineralwasser wollen die Befragten 2010 vermehrt konsumieren – Mineralwasser mit Geschmack wird eher eingeschränkt

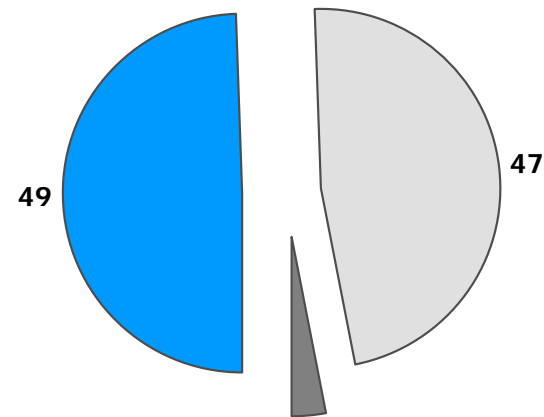
Verhaltensveränderungen in der Gastronomie 2010 im Vergleich zu 2009



Knapp die Hälfte der Befragten erwartet das Angebot von Mineralwasser mit Geschmack in gastronomischen Betrieben

Mineralwasser mit Geschmack in der Gastronomie

■ ja ■ nein ■ keine Angabe/weiß nicht



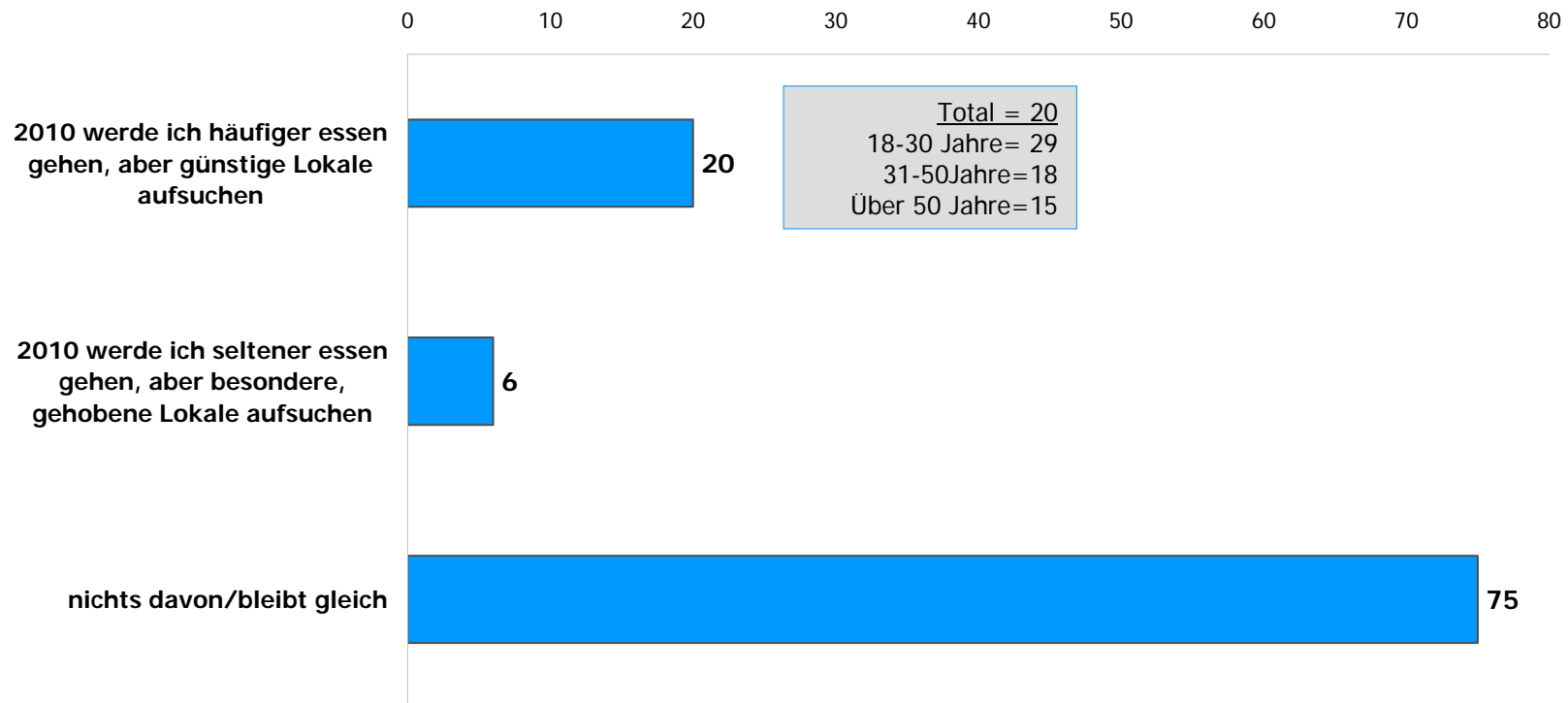
%-Werte

7. Wenn Sie nun an Mineralwasser mit Geschmack, also z.B. an Vöslauer Balance denken:
Erwarten Sie sich, dass dieses in der Gastronomie angeboten wird?

n=205

Ein Fünftel der Befragten will 2010 häufiger essen gehen, dafür aber preisgünstigere Lokale aufsuchen – Drei Viertel werden keine Veränderungen in Bezug auf Häufigkeit der Besuche und Niveau der Lokale vornehmen

Trends Häufigkeit und Niveau Gastronomiebesuche 2010



%-Werte

8. Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?

n=205

Fazit

Die Talfahrt der Gastronomie ist 2010 beendet

2009 haben noch 21% der Befragten die Frequenz ihrer Gastronomiebesuche verringert, 2010 planen 83% der Befragten keine Einschränkungen im Vergleich zu 2009.



**Keine weitere Verschlechterung gegenüber 2009
2010 bleibt stabil**

Eingeschränkt werden 2010 weiterhin Besuchsanlässe aus Zeitvertreib oder Bequemlichkeit

Einzelne Besuchsanlässe lassen auf einen Aufwärtstrend schließen:

Genuss und Erholung, und Anlässe zu zweit steigen gegenüber 2009, beim Besuch eines gastronomischen Betriebes vor allem in der Gruppe der jüngeren, männlichen Befragten mit einem hohen Einkommen (über € 2.900,--).

Ein **Aufwärtstrend** lässt sich auch beim Konsum von **Wasser und Mineralwasser** erkennen - ganz im Gegensatz zu **anderen Getränken** (vor allem Alkohol, Kaffee), wo **geringere Ausgaben** beabsichtigt sind.

Insgesamt zeigt sich auch eine **Tendenz zu preiswerten Lokalen und Restaurants** und Menüs mit weniger Gängen.



**Immerhin 20% wollen 2010 häufiger essen gehen,
dafür aber günstiger**

Empfehlung

Als Reaktion auf die Anlässe **Genuss und Besuche zu zweit**, die man 2010 häufiger für einen Restaurantbesuch nutzen möchte, sollte man diese Anlässe herausfordern und inszenieren (z.B.: 2 Personen-Angebote mit einer gemäßigten Gänge-Anzahl, Genuss-Abende, After-work-offers etc.)

Insgesamt sollte vor allem das **Getränkeangebot** an den Wunsch bei häufigeren Besuchen weniger auszugeben **angepasst werden** – die **Bereitschaft mehr Wasser und Mineralwasser** zu konsumieren, könnte durch Inklusiv-Angebote unterstützt werden.

Insgesamt sollte vor allem das **Getränkeangebot**, aber auch das Speiseangebot an den Wunsch bei häufigeren Besuchen weniger auszugeben, **angepasst werden**.



Angebote für Stammkunden, 2er-Gruppen und Genussmenschen, die die beabsichtigte höhere Besuchsfrequenz mit preisgünstigen Angeboten fördern, sind **2010 eine Chance** für die Gastronomie.