

A group of people at a social gathering, possibly a bar or restaurant, holding glasses of refreshing drinks. The drinks are garnished with lemons and mint. The background is slightly blurred, showing other people and indoor plants.

ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT FÜR Deutschland

CGA by NIQ, November 2023

CGA
Powered by NIQ

MONATLICHER CONSUMER PULSE VON CGA

- Der monatliche On Premise Consumer Pulse Report soll eine schnelle „Überprüfung“ des Marktes und der Verbraucher, die Bars und Restaurants in Deutschland besuchen, darstellen.
- Diese Studie untersucht das Verkaufsstellenverhalten im letzten Monat und prüft die Besuchsabsicht für den kommenden Monat.
- In anderen Ländern ist diese monatliche Überprüfung zu einem festen Bestandteil für Getränelieferanten und andere an diesem Markt interessierte Unternehmen geworden.
- Diese monatlichen Aktualisierungen helfen interessierten Parteien, die Absichten und das Verhalten der Verbraucher in unserem beliebten Verkaufsstellenmarkt genau zu beobachten.
- Für diese Ausgabe von November 2023 haben wir 1001 Verbraucher (ab 18 Jahren) zwischen dem 13. und 20. November befragt. Diese Verbraucher wurden in allen deutschen Regionen befragt und müssen in der Regel innerhalb von drei Monaten mindestens einmal ein Gastgewerbe besuchen
- Dieser Bericht highlighted aktuelle Themen inclusive Weihnachten, Weihnachtsmärkte, Kaffee und RTD's

SUMMARY: TOPLINE VISITATION & INTENTION

- On Promise-Besuche sind im Vergleich zum Oktober leicht zurückgegangen, wobei Besuche zum Essen relativ stabil geblieben sind und Besuche zum Trinken den allmählichen Rückgang fortsetzen, den wir in den vergangenen Monaten beobachtet haben..
- Allerdings planen die Verbraucher mit Blick auf die herannahende Festzeit, die Anzahl der Besuche zum Trinken zu erhöhen und die Anzahl der Besuche zum Essen zu reduzieren.
- Unabhängig von der demografischen Gruppe besuchen die Deutschen On Promise diesen Monat viel häufiger als im Durchschnitt und planen, im Dezember noch viel öfter auszugehen.
- Die steigenden Lebenshaltungskosten sind nach wie vor der Hauptgrund für die rückläufigen Besuche und die gestiegenen Ausgaben, obwohl diese Faktoren in diesem Monat im Vergleich zum Oktober weniger stark zum Tragen gekommen sind.
- Auch die Jahreszeit hat zu einem Rückgang der Besuche beigetragen, da die Verbraucher angesichts der nahenden Festzeit ihr Geld lieber für andere Dinge ausgeben.
- Die meisten Verbraucher (90 %) planen, On Promise während der Weihnachtszeit entweder zum Essen oder zum Trinken zu gehen, und da 42 % planen, im Inland Urlaub zu machen, werden Hotels ein wichtiger Kanal sein, auf den man sich im Dezember konzentrieren sollte.
- 92 % der Verbraucher planen, Weihnachtsmärkte zu besuchen, wobei traditionelle Weihnachtsgetränke die bevorzugte Option der Verbraucher sind.
- 34 % der Verbraucher besuchen On Promise wöchentlich zum Mittagessen, wobei sich die Besuche im Vergleich zum Vorjahr zu früheren Tageszeiten verschieben.



SCHLÜSSEL- METRIKEN / ON-PREMISE- BESUCHE



ON-PREMISE-BESUCHE IM LETZTEN MONAT



Aug Sept Okt Nov

- Ich war im letzten Monat auswärts essen
- Ich war im letzten Monat auswärts etwas trinken



96% haben in diesem Monat das Gastgewerbe besucht-
1pp vs Oktober

BESUCHSPLÄNE FÜR DEN NÄCHSTEN MONAT

88%

planen, im nächsten Monat auswärts essen zu gehen
-4pp vs Oktober



48%

planen, im nächsten Monat auswärts etwas trinken zu gehen
+2pp vs Oktober



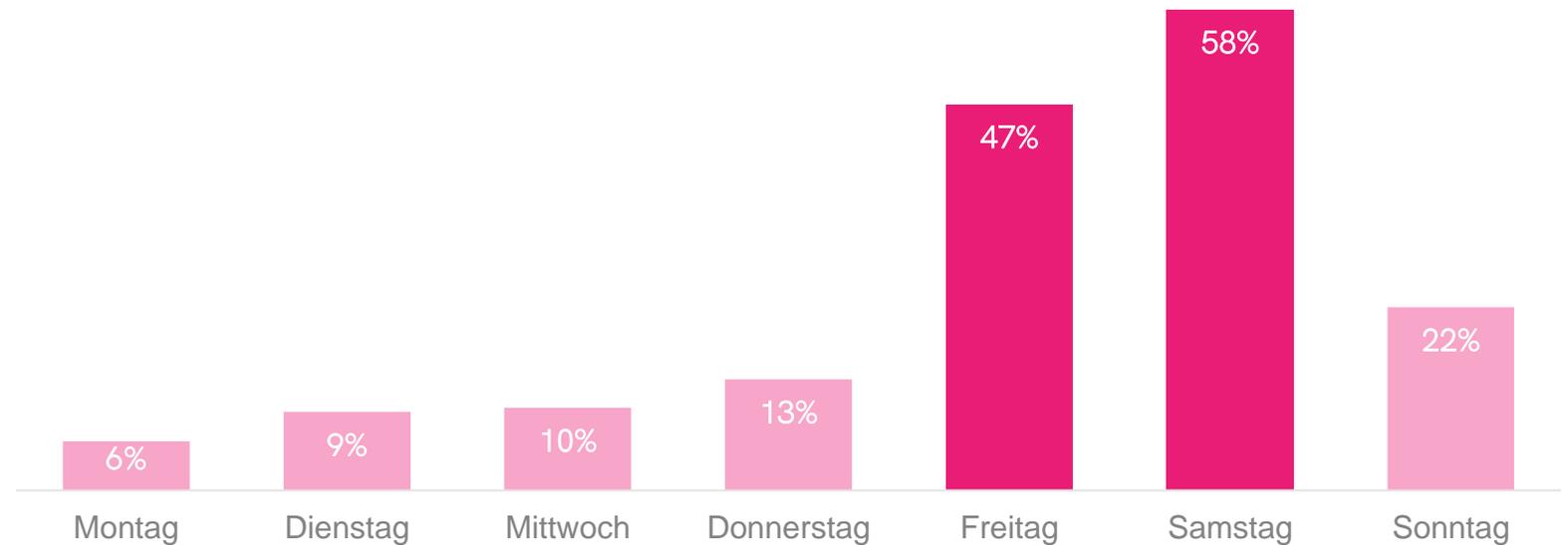
5% haben nicht vor, ein Gastgewerbe im nächsten Monat zu besuchen
+2pp vs Oktober





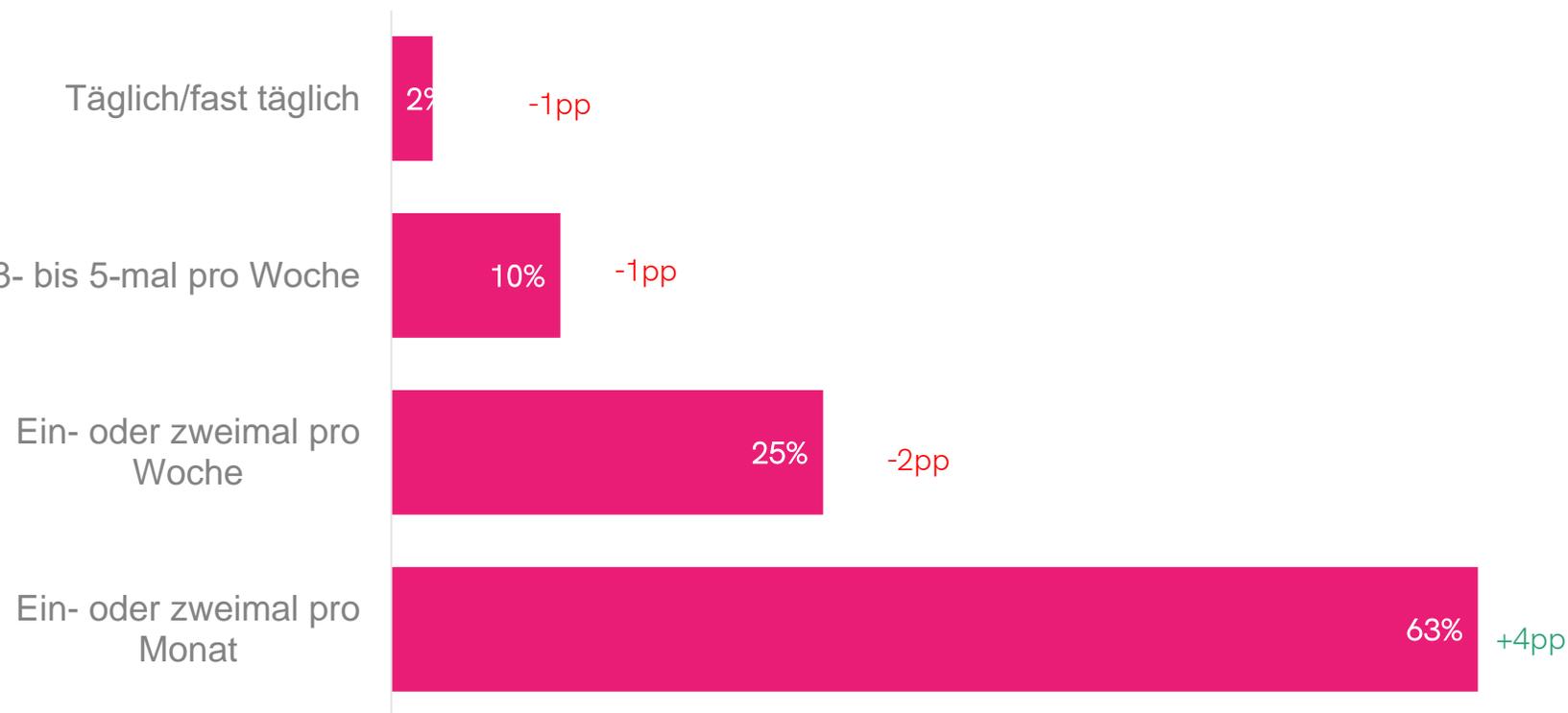
AN WELCHEM WOCHENTAG BZW. WELCHEN WOCHENTAGEN HABEN SIE IM LETZTEN MONAT EINE BAR, EIN RESTAURANT ODER EINEN ÄHNLICHEN ORT BESUCHT?

Wochentage, an denen das Gastgewerbe besucht wurde



WIE HÄUFIG HABEN SIE IM LETZTEN MONAT BARS, RESTAURANTS UND ÄHNLICHE ORTE BESUCHT?

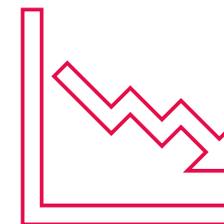
Besuchsgewohnheiten (im Vergleich zu Oktober)





INWIEWEIT UNTERSCHIEDET SICH IHR DERZEITIGES VERHALTEN DAVON, WIE HÄUFIG SIE ÜBLICHERWEISE AUSGEHEN?

Änderung der Besuchshäufigkeit



18%

gehen
häufiger aus

-1pp vs Oktober

42%

gehen
genauso häufig
aus

-1pp vs Oktober

40%

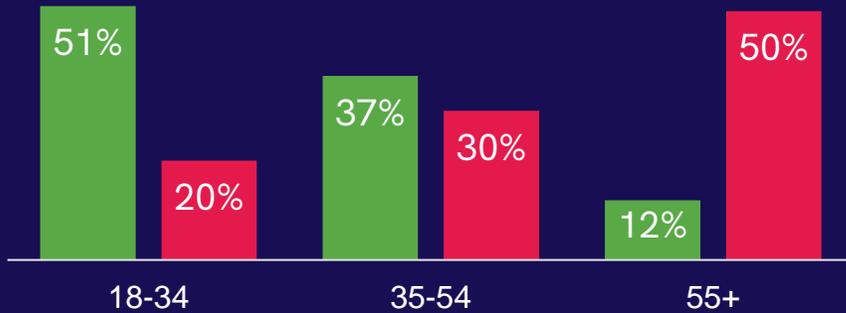
gehen
seltener aus

+2pp vs Oktober

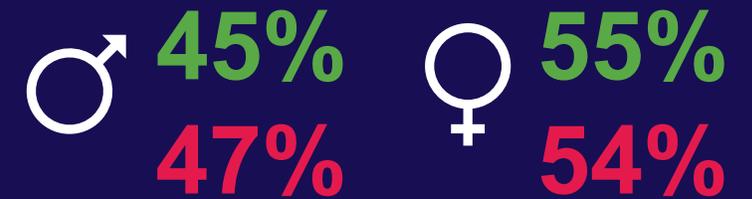
Diejenigen, die das Gastgewerbe häufiger als üblich besuchen, sind in der Regel jünger, wohnen eher im Stadtzentrum und haben ein höheres durchschnittliches Haushaltseinkommen als diejenigen, die es seltener besuchen, und sind in der Regel stärker mit dem Gastgewerbe verbunden

Gehen häufiger aus | Gehen seltener aus

Altersgruppen



Geschlecht



Wohnsitz



61% **43%**
Stadt/Kleinstadt

39% **57%**

Ländliche Gegend/Vorstadt

Durchschnittliches Haushaltseinkommen

€46,611

€40,761

Besucht die Verkaufsstelle in der Regel ...

Mindestens einmal pro Woche **70%** **17%**

40%

Der Gen Z gehen diesen Monat häufiger aus

+22pp gegenüber dem Durchschnittsverbraucher

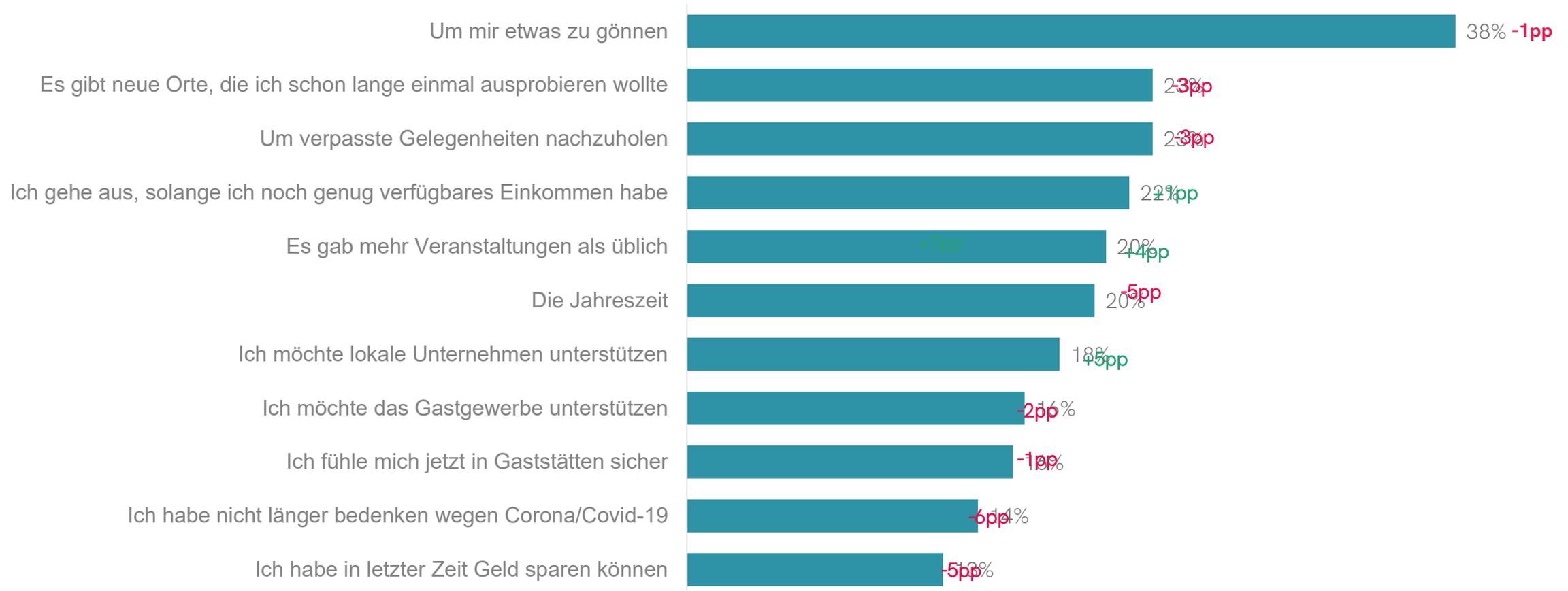
42%

Der Gen Z geben diesen Monat insgesamt mehr aus

+16pp gegenüber dem Durchschnittsverbraucher

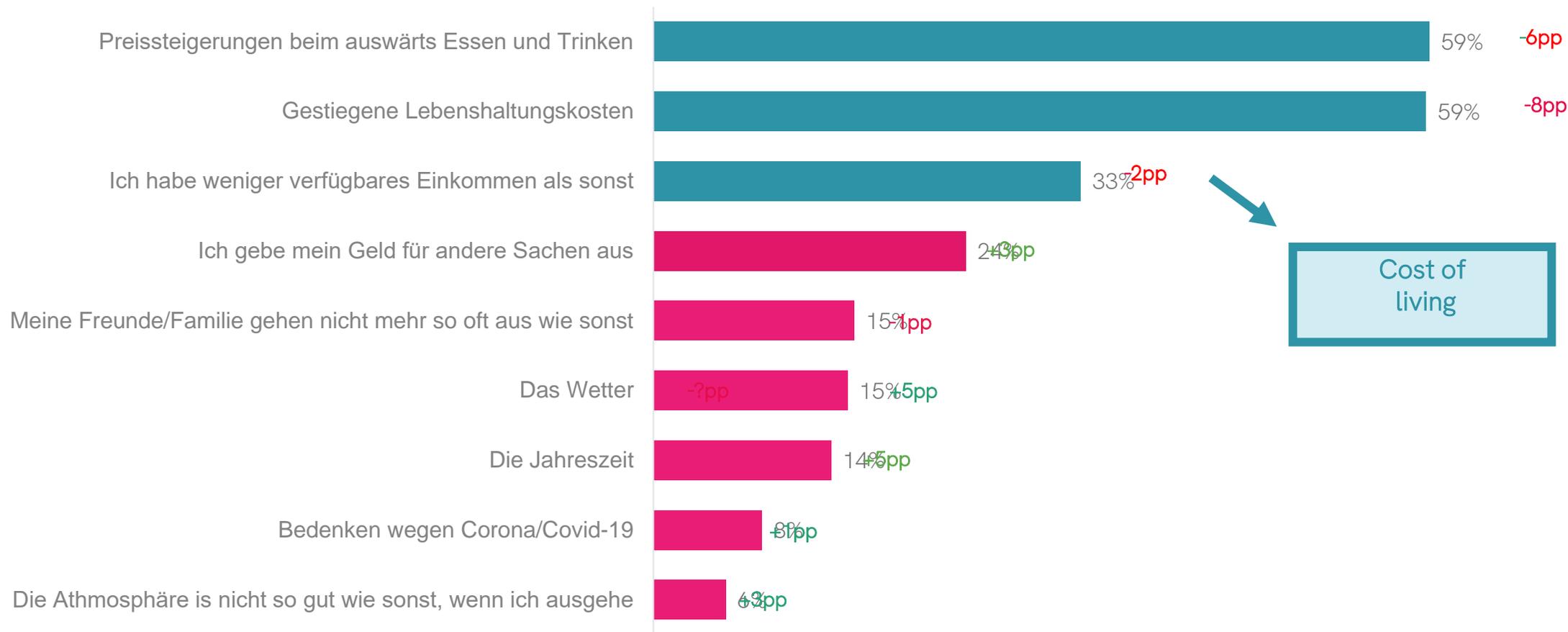
SIE HABEN ANGEGEBEN, DASS SIE ZURZEIT HÄUFIGER AUSGEHEN ALS SONST. WORAN LIEGT DAS?

Gründe für häufigeres Ausgehen als gewöhnlich (im Vergleich zum Vormonat)



SIE HABEN ANGEGEBEN, DASS SIE ZURZEIT SELTENER AUSGEHEN ALS SONST. WORAN LIEGT DAS?

Gründe für selteneres Ausgehen als gewöhnlich (im Vergleich zum Vormonat)

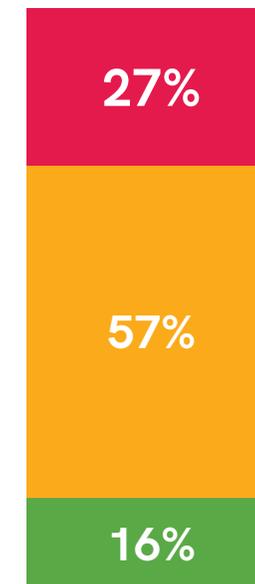




WIE HÄUFIG HABEN SIE VOR, IM NÄCHSTEN MONAT BARS, RESTAURANTS ODER ANDERE ÄHNLICHE ORTE ZU BESUCHEN?

Häufigkeit der geplanten Besuche von Bars, Restaurants oder anderen ähnlichen Orten

- Seltener
- Gleich häufig
- Häufiger

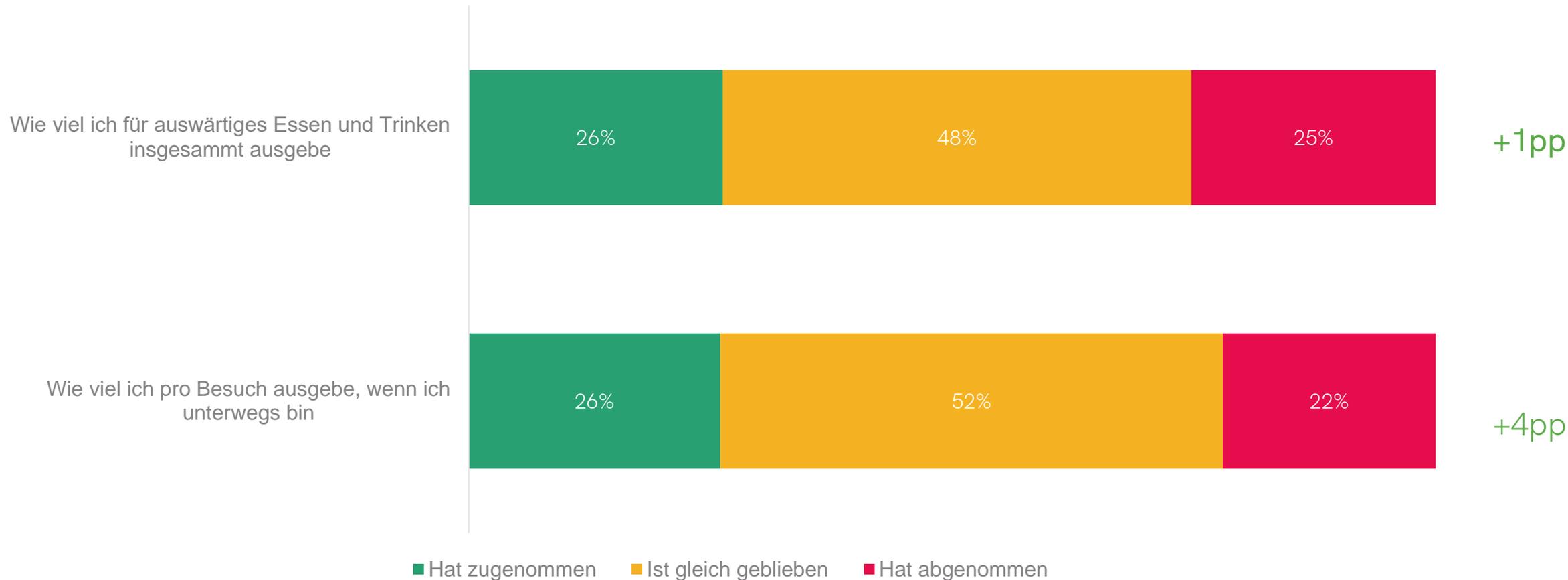


+21pp für Gen Z

HABEN SIE IHR VERHALTEN IN BARS, RESTAURANTS UND AN ÄHNLICHEN ORTEN IM LETZTEN MONAT IM VERGLEICH ZU ÜBLICHERWEISE IN EINER DER FOLGENDEN HINSICHTEN VERÄNDERT?

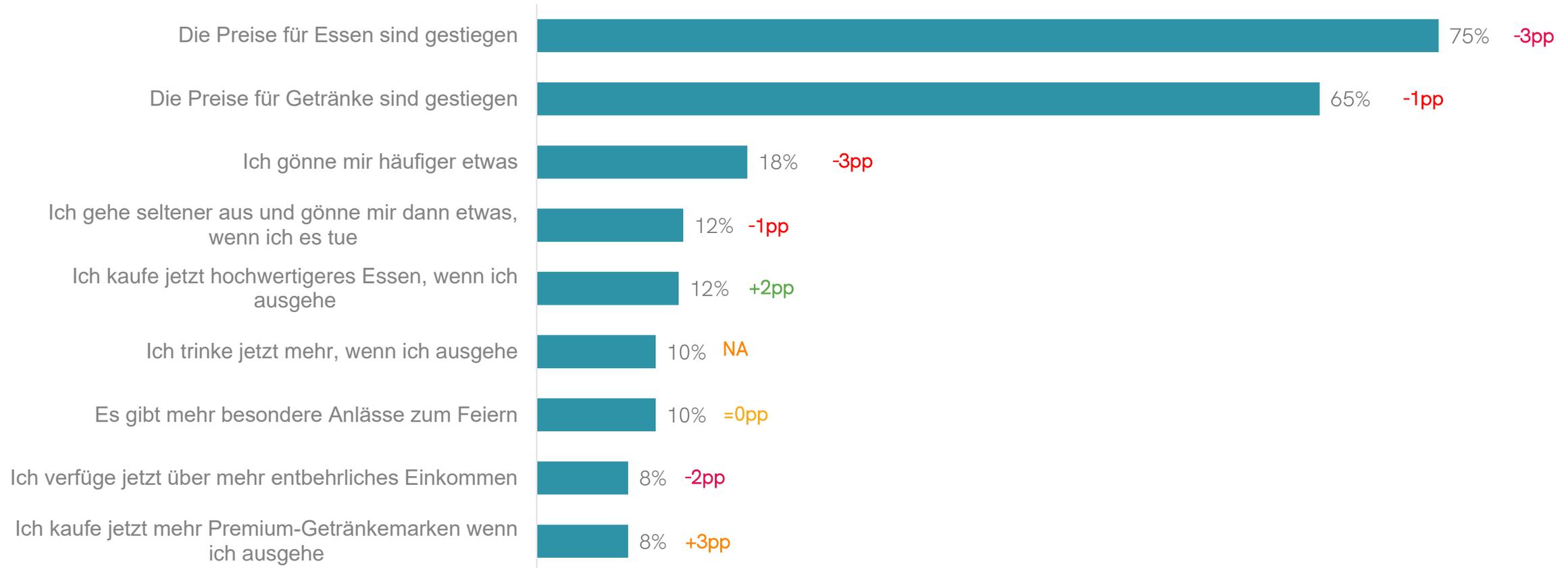
Änderung der Verhaltensweisen im Gastgewerbe

NETTO-
Änderung



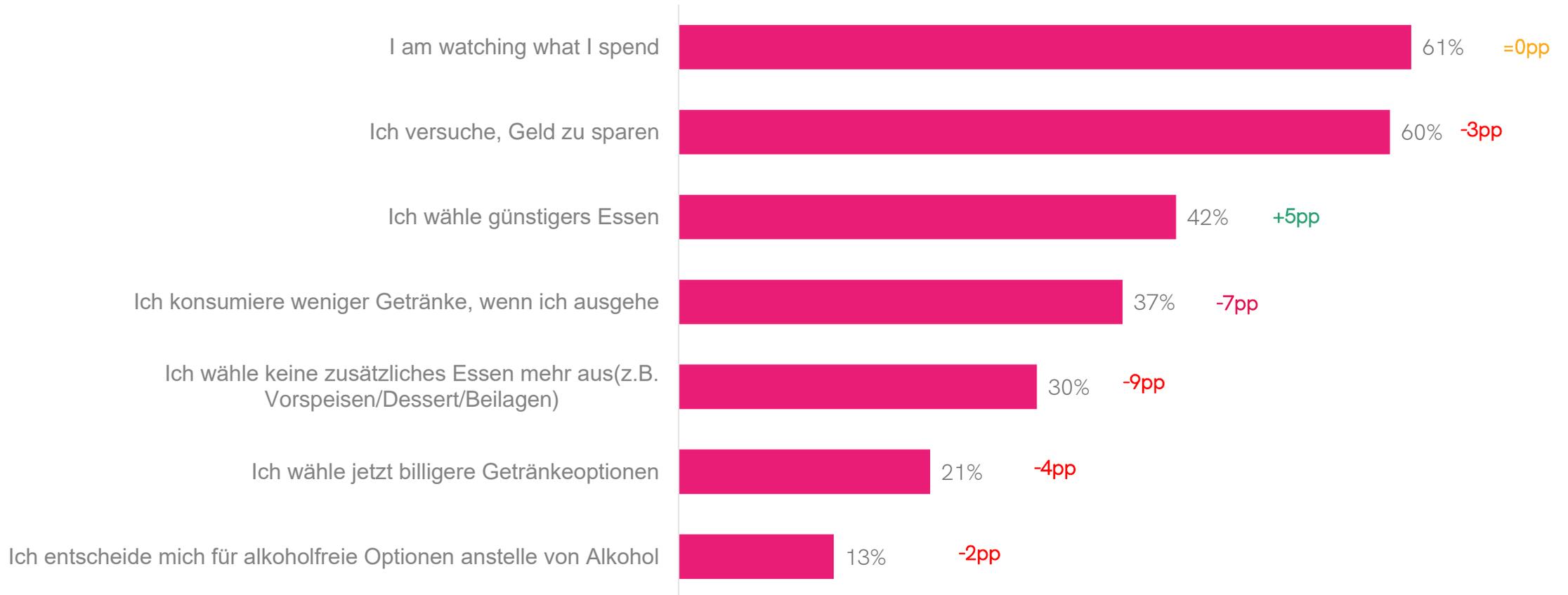
WELCHER DER FOLGENDEN SIND GEGEBENENFALLS GRÜNDE DAFÜR, WESHALB SIE JETZT MEHR GELD PRO BESUCH AUSGEBEN, WENN SIE BARS, RESTAURANTS UND ÄHNLICHE ORTE BESUCHEN?

Gründe für höhere Ausgaben pro Besuch (im Vergleich zu Vormonat)



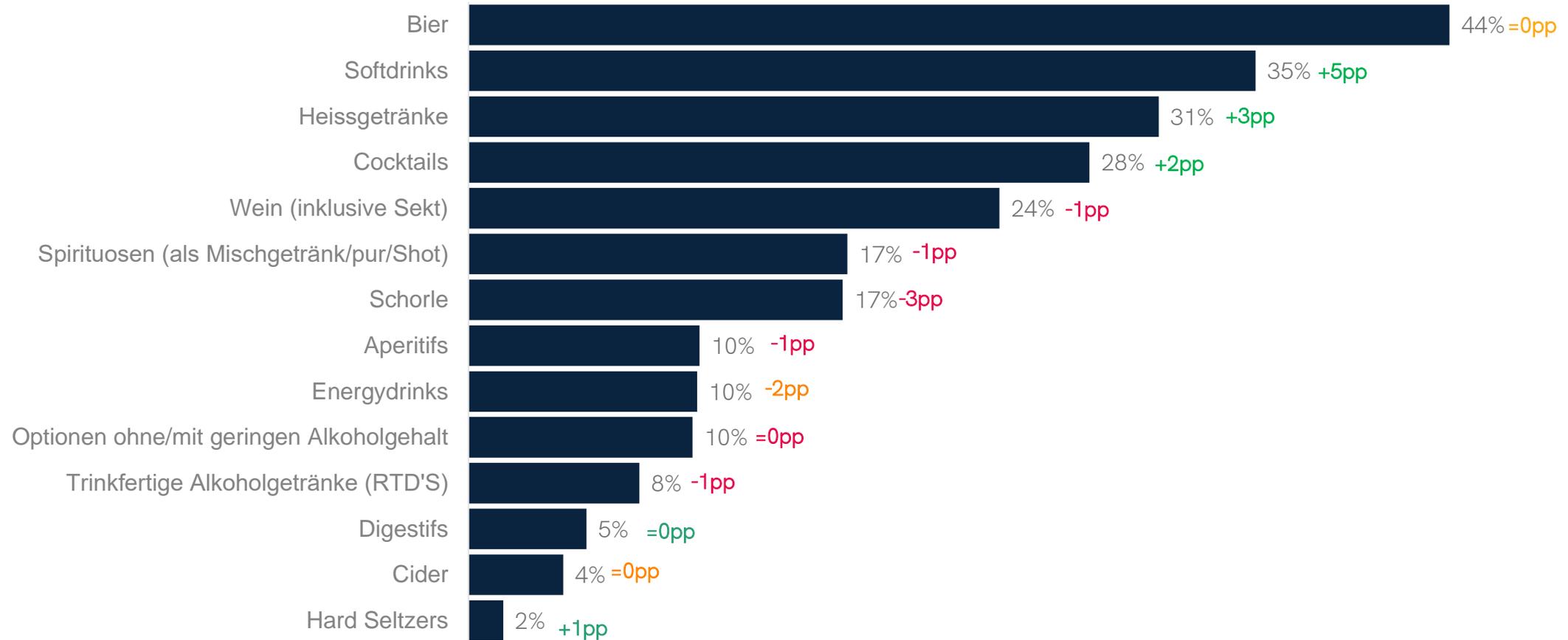
WELCHER DER FOLGENDEN SIND GEGEBENENFALLS GRÜNDE DAFÜR, WESHALB SIE JETZT WENIGER GELD PRO BESUCH AUSGEBEN, WENN SIE BARS, RESTAURANTS UND ÄHNLICHE ORTE BESUCHEN?

Gründe für geringere Ausgaben pro Besuch (im Vergleich zum Vormonat)



WELCHE DER FOLGENDEN GERÄNKTEARTEN HABEN SIE IM LETZTEN MONAT IN BARS, RESTAURANTS UND AN ÄHNLICHEN ORTEN GETRUNKEN?

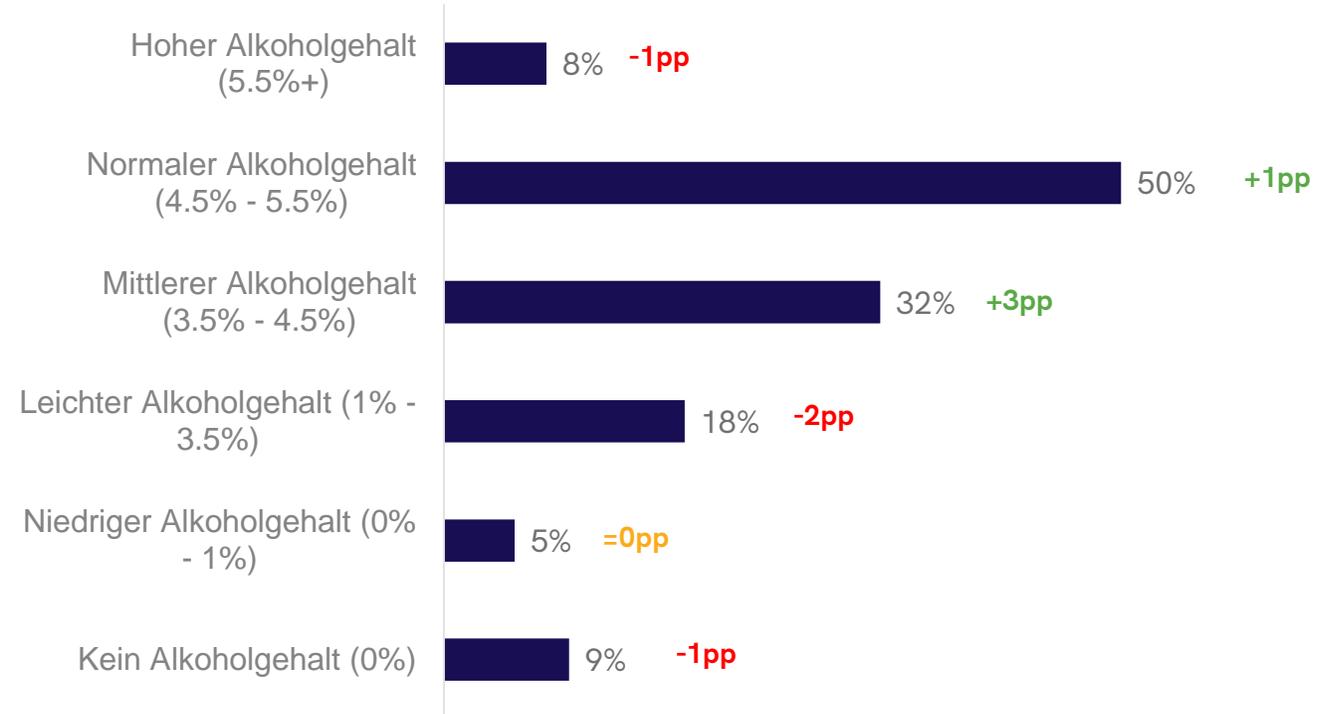
Getränkewahl derjenigen, die im letzten Monat das Gastgewerbe besucht haben (im Vergleich zum Vormonat)





WELCHE DER FOLGENDEN BIERARTEN HABEN SIE IM LETZTEN MONAT IN BARS, RESTAURANTS UND AN ÄHNLICHEN ORTEN GETRUNKEN? WÄHLEN SIE BITTE ALLE ZUTREFFENDEN ANTWORTEN AUS

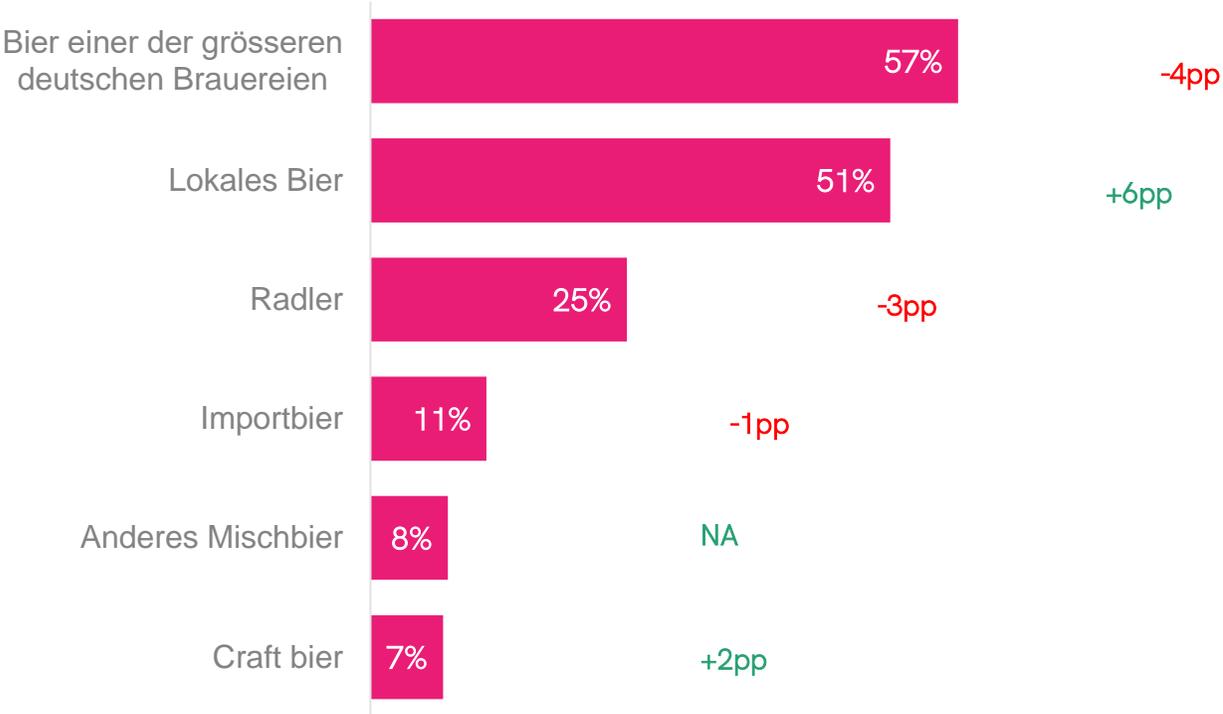
Stärke des Biers, das die Verbraucher im letzten Monat getrunken haben (im Vergleich zum Durchschnitt des letzten Monats)





WELCHE DER FOLGENDEN BIERSORTEN HABEN SIE IM LETZTEN MONAT IN BARS, RESTAURANTS UND AN ÄHNLICHEN ORTEN GETRUNKEN?

Biersorten, die die Verbraucher im letzten Monat getrunken haben (im Vergleich zum letzten Monat)

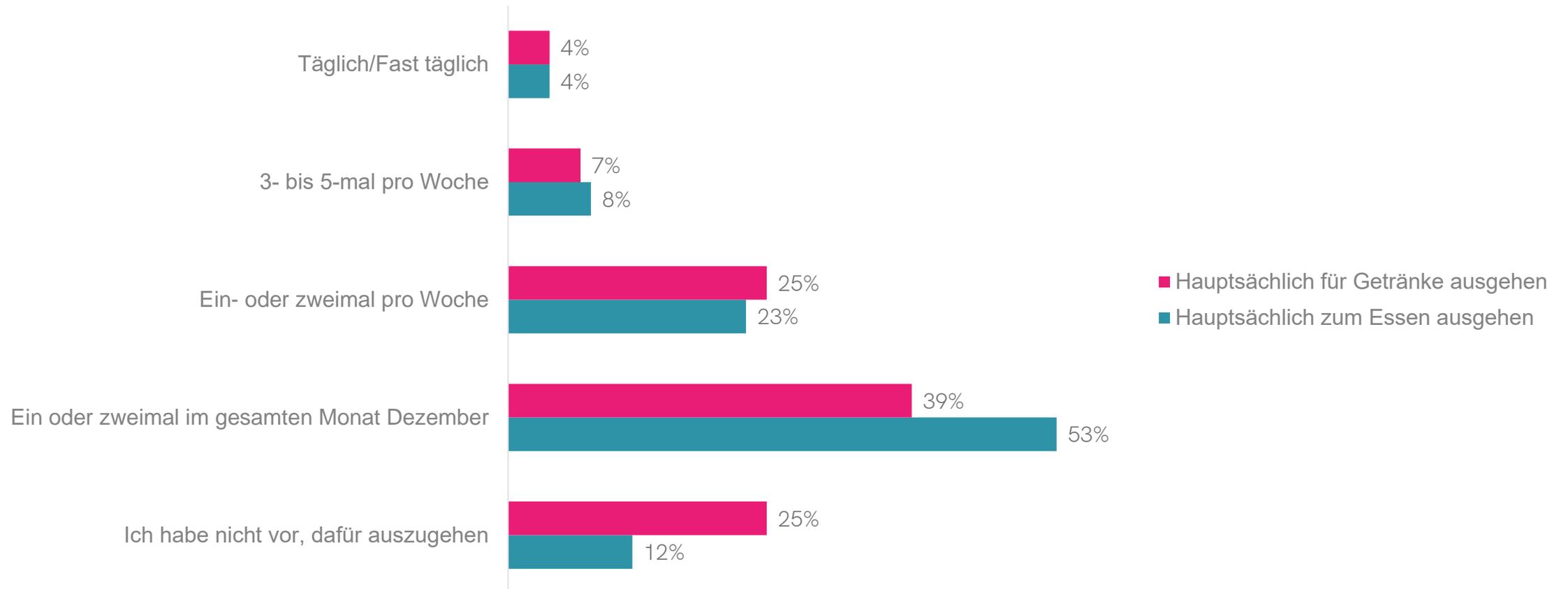


Aktuelle Themen - Weihnachten



WIE OFT PLANEN SIE, IN DER WEIHNACHTSZEIT (IM GESAMTEN MONAT DEZEMBER) KNEIPEN, BARS, RESTAURANTS ODER ÄHNLICHE EINRICHTUNGEN ZU BESUCHEN?

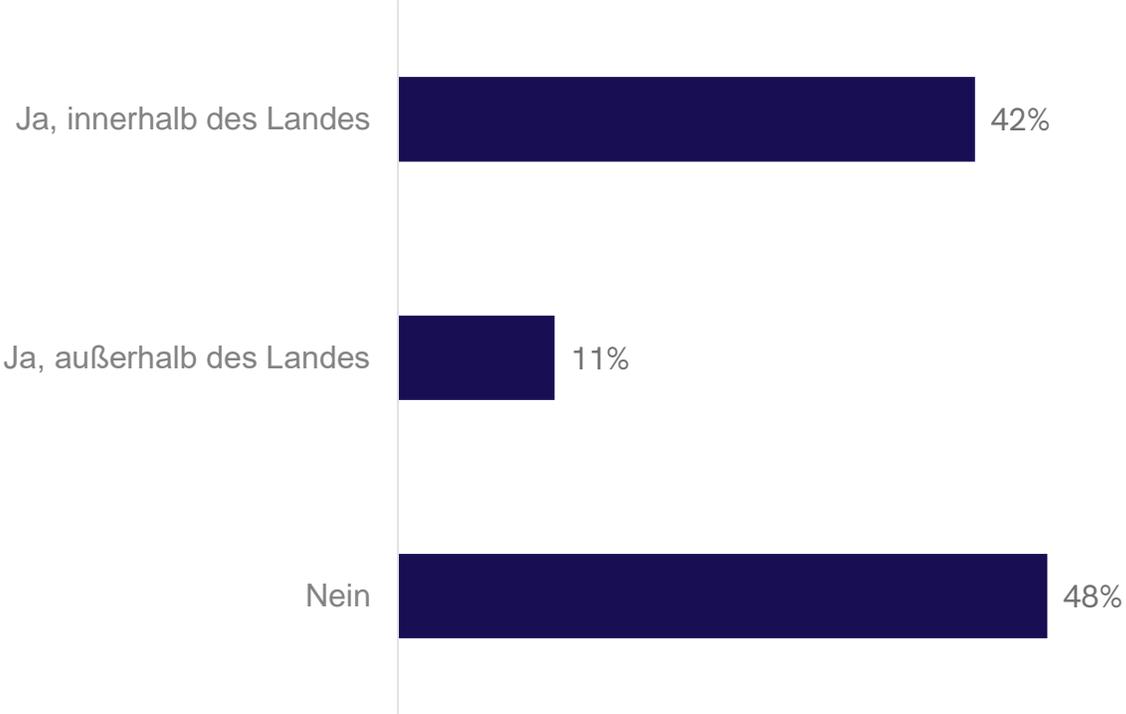
Besuchshäufigkeit während der Weihnachtszeit





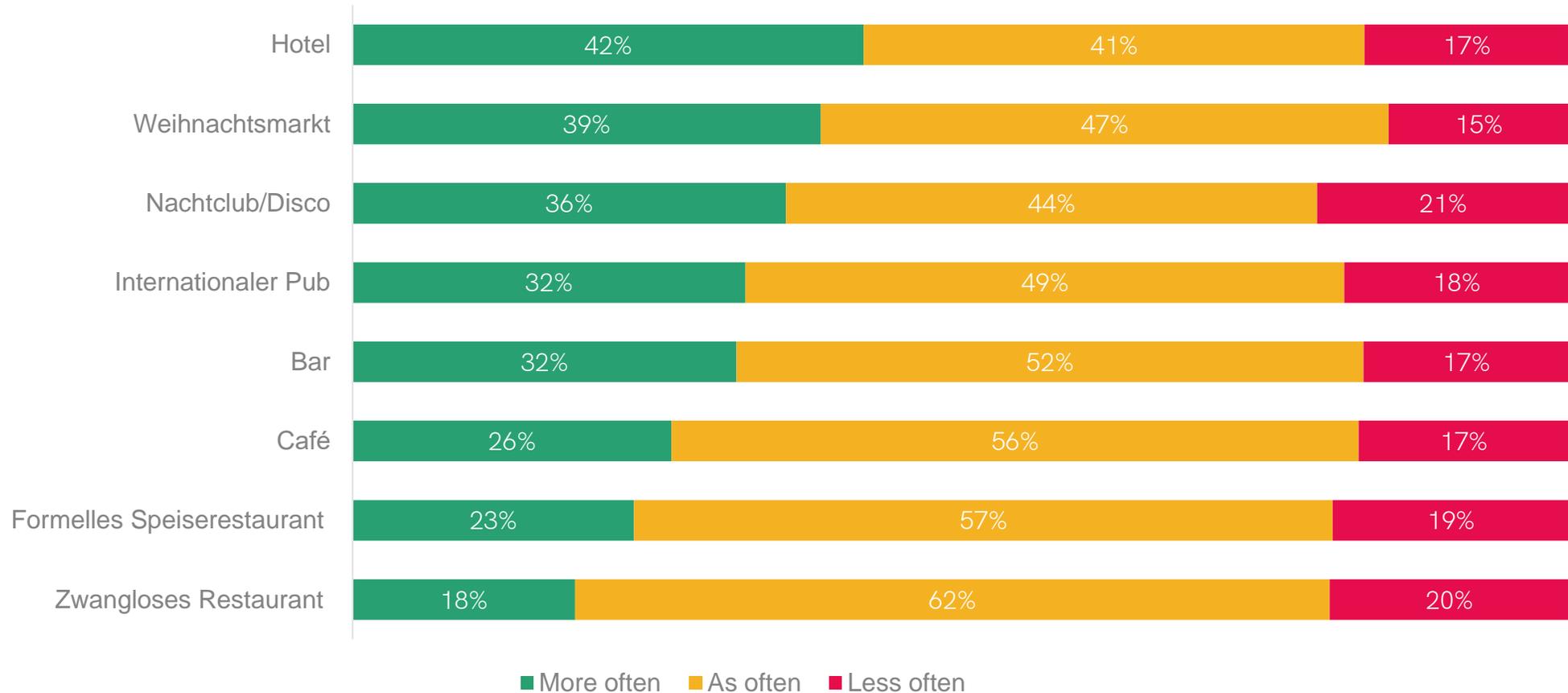
PLANEN SIE IM DEZEMBER EINE WEIHNACHTSPAUSE EINZULEGEN?

Konsumenten die eine Weihnachtspause einlegen



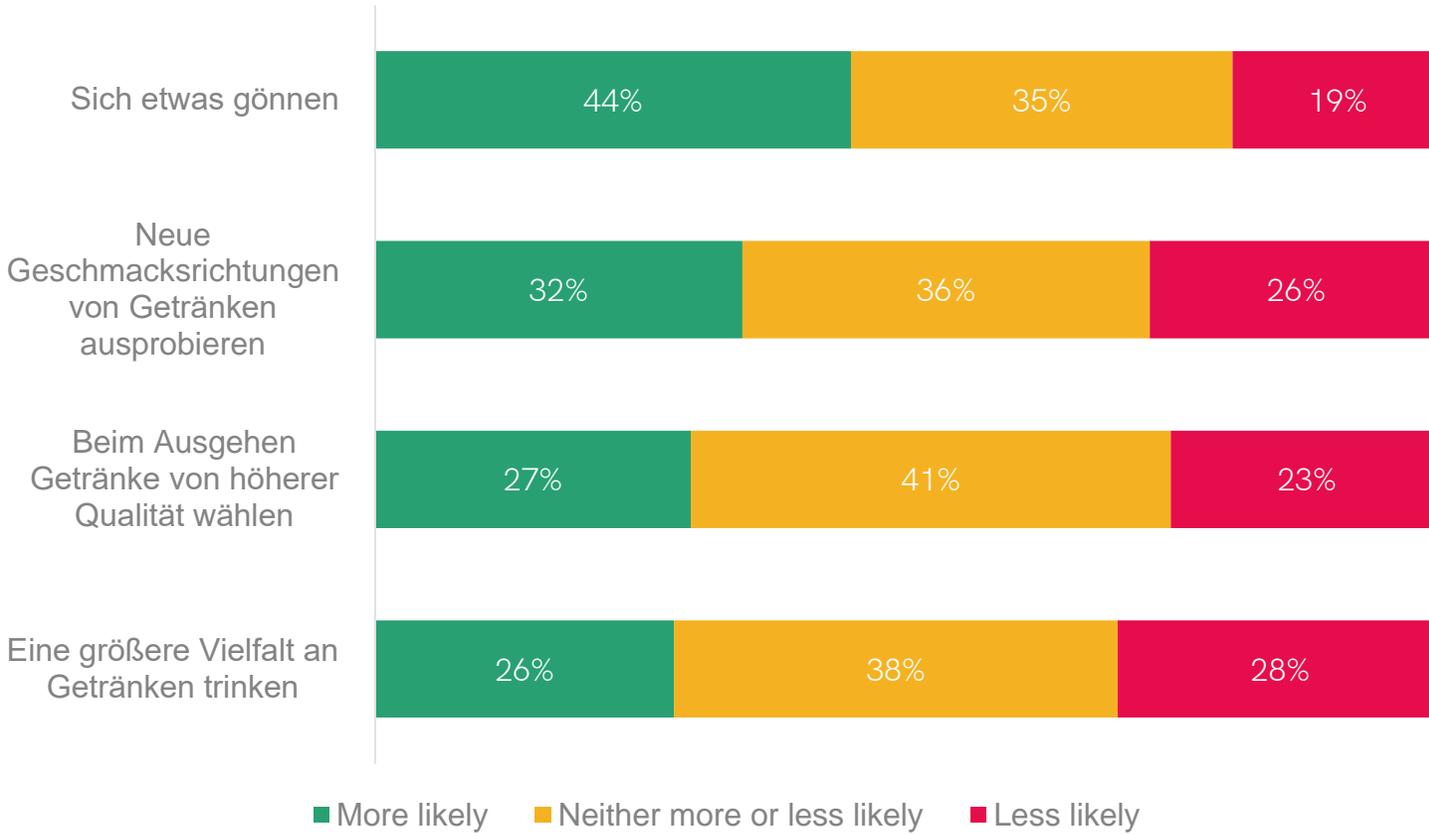
WIE OFT WERDEN SIE DIESE ORTE WÄHREND DER WEIHNACHTSZEIT (IM GESAMTEN MONAT DEZEMBER) BESUCHEN, VERGLICHEN MIT DER HÄUFIGKEIT, MIT DER SIE SIE NORMALERWEISE BESUCHEN?

Besuchshäufigkeit



IST ES IM VERGLEICH ZUM VORJAHR WAHRSCHEINLICHER ODER UNWAHRSCHEINLICHER, DASS SIE WÄHREND DER WEIHNACHTSZEIT (IM GESAMTEN MONAT DEZEMBER) BESUCHEN EINE DER FOLGENDEN OPTIONEN WÄHLEN?

Verhalten während der Weihnachtszeit





92%

der Konsumenten
planen
Weihnachtsmärkte zu
besuchen

+6pp for Gen Z

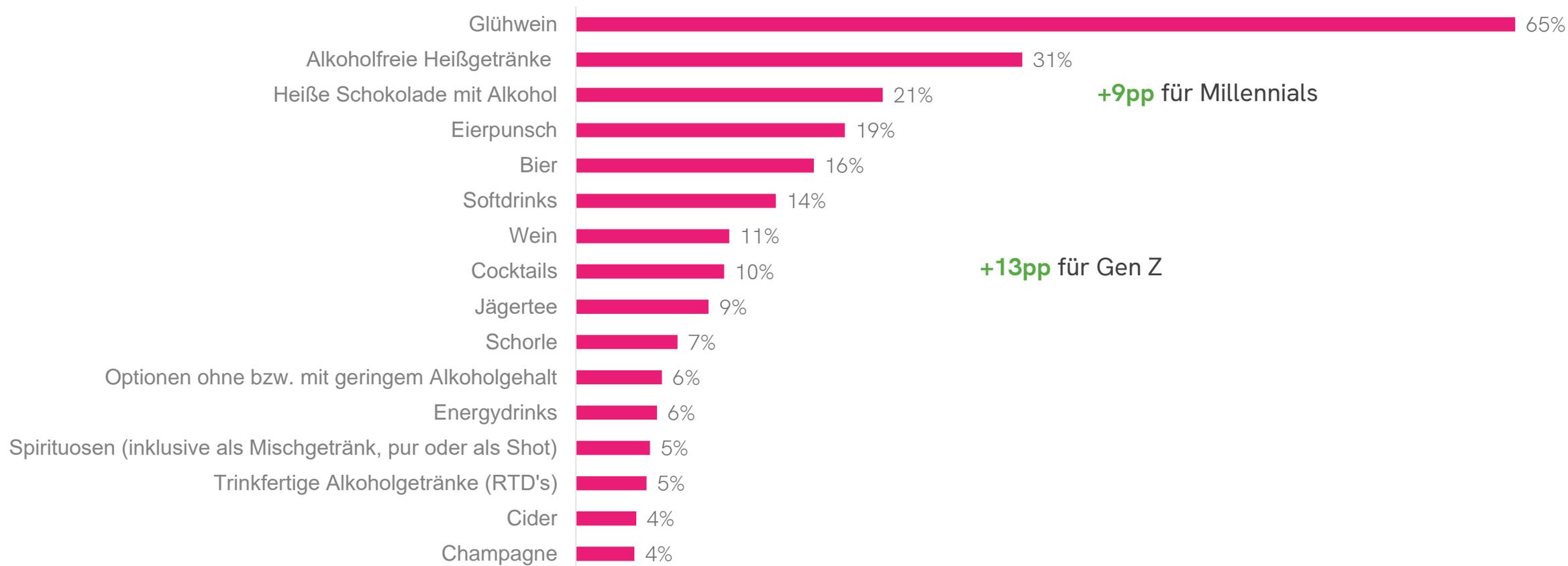


SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT NOVEMBER 2023 - SAMPLE: 704

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

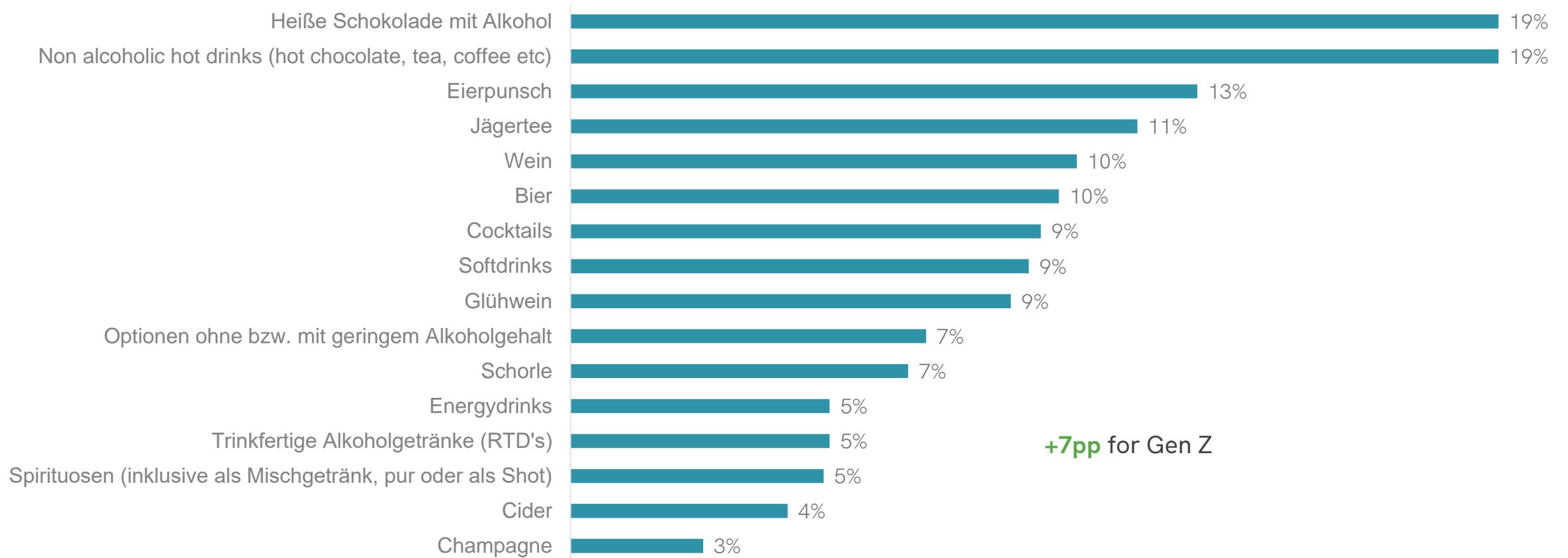
WELCHE DER FOLGENDEN GETRÄNKE WÜRDEN SIE TYPISCHERWEISE AUF DEM WEIHNACHTSMARKT TRINKEN?

Typische Getränkewahl



WÜRDEN SIE EINES DER FOLGENDEN GETRÄNKE AUF DEM WEIHNACHTSMARKT TRINKEN, WENN ES DORT ERHÄTLICH WÄHRE?

Getränkewahl wenn erhältlich



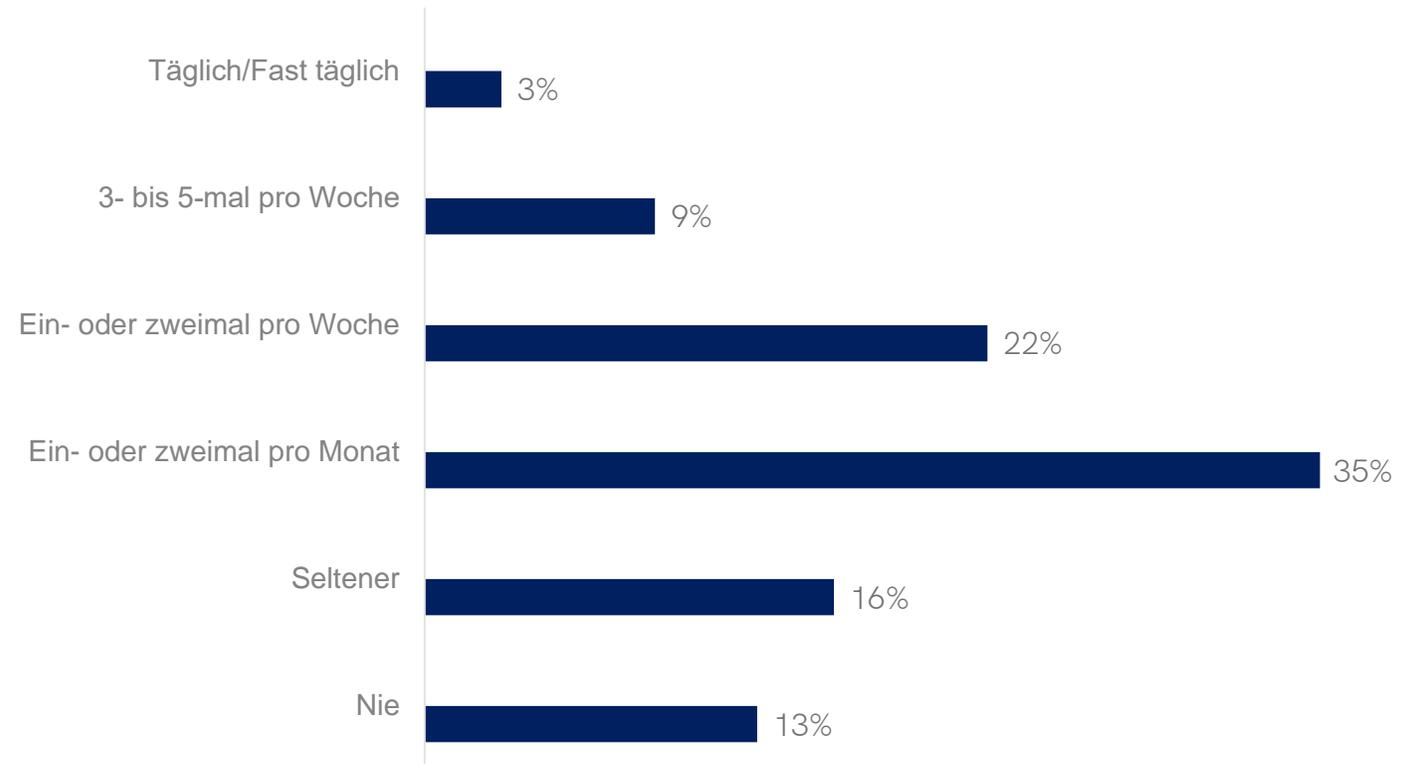
Aktuelle Themen - Kaffee



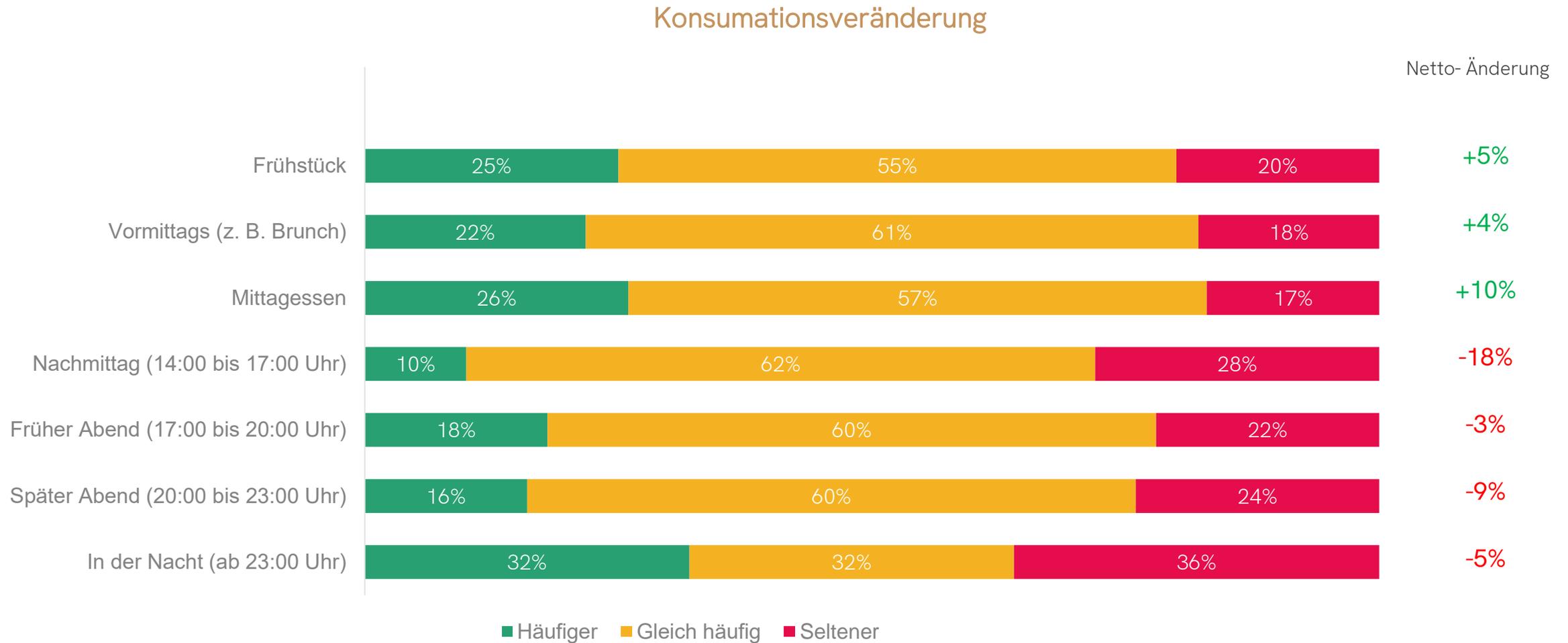


WIE HÄUFIG HABEN SIE IN DEN LETZTEN 3 MONATEN IN BARS, RESTAURANTS UND AN ÄHNLICHEN ORTEN KAFFEE GETRUNKEN?

Konsumationshäufigkeit



BESTELLEN SIE IM VERGLEICH ZUM VORJAHR MEHR ODER WENIGER KAFFEE ZU DEN FOLGENDEN TAGESZEITEN?





Der Durchschnittsverbraucher
ist bereit

€ 3.84

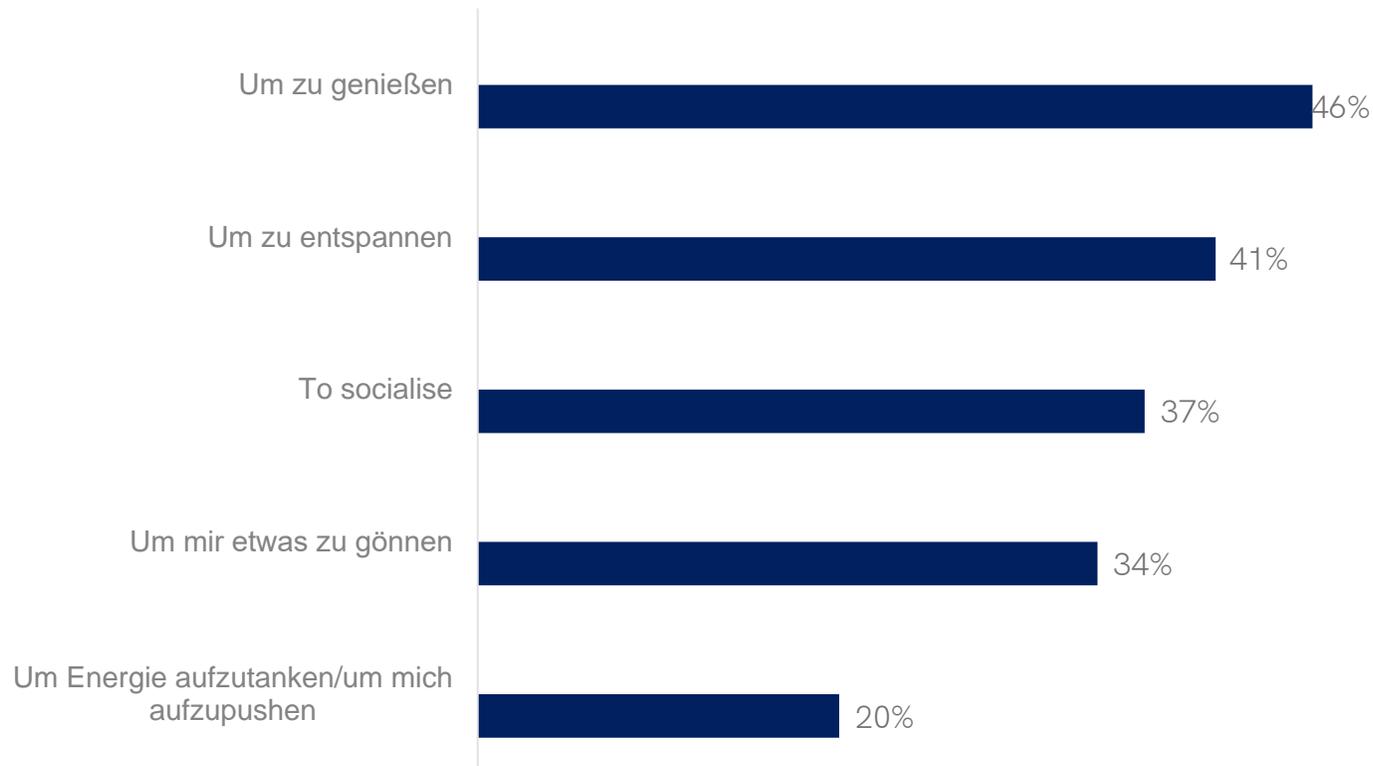
Für einen Kaffee auszugeben

+€1.21 vs Italien

+€0.72 vs Frankreich

WARUM TRINKEN SIE KAFFEE, WENN SIE IN BARS, RESTAURANTS ODER ÄHNLICHEN ORTEN UNTERWEGS SIND?

Gründe für die Getränkewahl



Aktuelle Themen- Ready to Drink Alkohol





TRINKEN SIE TRINKFERTIGEN ALKOHOL (RTD'S) WENN SIE IN BARS, RESTAURANTS ODER ÄHNLICHEN ORTEN UNTERWEGS SIND?

Konsumation von RTDs



28%

Trinken RTD's im Gastgewerbe



22%

trinken RTD's zu Hause aber nicht im Gastgewerbe



50%

Trinken keine RTD's

Want to know more about how global trends are currently impacting the German On Premise?



Global REACH Presentations

At CGA, May marks the release of our annual Global On Premise insights report – REACH.

Alongside the usual look at On Premise visitation, trending categories and venue choice factors, this year's report looks the topical issues affecting the industry such as sustainability, the cost of living crisis, social media and advocacy, education and others.

If you'd like to enquire about a presentation for you and your team, please get in touch via the contact information on the next slide.



Regional REACH reports

Following on from our annual Global REACH report will be our regional REACH reports aiming to explore more closely the nuances by market dependent on global location.

For the German On Premise this will be in the form of a dedicated European report.

Get in touch to discuss the available options.



OPUS Lite

If you'd like something a little closer to home, 2023 see's the launch of our OPUS Lite package, which provides market level insights on those trends impacting the On Premise globally.

Flexible options are available to suit your teams needs, whether that be through a ready made insight report or full access to the data set.

Get in touch to find out more.

Want to know more about the German On Premise?



OPUS Select

If you'd like to investigate a more specific topic more tailored to you and your business, 2023 sees the launch of the OPUS Select package. This provides market level insights focussing on specific topics from...

- Channel/ Occasion deep dive
 - Category overview
 - Hot topic
 - Custom Business Case
- Demographic deep dive
 - And more!

Get in touch to find out more.

OPUS Core

OPUS Core subscription allows you to delve into the details of consumer behaviour in the On Premise, from granular detail about each channel, occasion and drink category, as well as identifying how key trends are impacting the industry.

Get in touch to find out more.

Contact Us

To learn more or to speak to a member of the team,
please feel free to get in touch:



BILAL KADDOURI

CLIENT SOLUTIONS
DIRECTOR

Bilal.Kaddouri@nielseniq.com



MIRIAM STIRNIMANN

CLIENT SUCCESS & INSIGHT
MANAGER

Miriam.Stirnimann@nielseniq.com



BETH LARMER

SENIOR CONSUMER
RESEARCH EXECUTIVE

Beth.larmer@nielseniq.com

