

A group of people at a social gathering, possibly a bar or restaurant, holding drinks with lemons and mint. The background is blurred, showing other people and greenery.

ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT FÜR DEUTSCHLAND

CGA by NIQ, März 2024

CGA
Powered by NIQ

ZUSAMMENFASSUNG: ÜBERSICHT BESUCH UND ABSICHT

- Trotz einer Besuchsreduktion für Getränkefokussierte Besuche im letzten Monat, zeigen Konsumenten ein optimistischer Ausblick für die Besuchsfrequenz im April. Beruhend auf dieser Grundlage steigen die wöchentlichen Besucherzahlen im Vergleich zum Februar; Monatliche Besuche sind jedoch nach wie vor die beliebtesten bei deutschen Trinkern
- Die steigenden Lebenshaltungskosten haben die grösste Auswirkung auf die Verbraucher in Bezug auf den Rückgang der On Premise Besuche, was zur Einsicht führt, dass On Premise-Besuche für die Verbraucher inzwischen eher ein Genuss als ein integraler Bestandteil ihres Alltags sind
- Bier ist im März immer noch die am häufigsten konsumierte Kategorie für die Verbraucher und zeigt auch im April eine Wachstumsdynamik, wobei auch Heissgetränke bei den Verbrauchern immer beliebter werden
- Die Verbraucher bringen bei ihren Entscheidungen im On Premise Nachhaltigkeitsbewusstsein zum Ausdruck, wobei sie Getränke bevorzugen, die aus lokaler Produktion stammen und bei deren Herstellung weniger Emissionen anfallen
- Nachhaltigkeitsinitiativen in Verbindung mit erschwinglicheren Optionen werden die Verbraucher am stärksten zu mehr Wasserkonsumation locken
- Sprudelwasser weist die höchsten Konsumraten über alle Arten von Lokalen hinweg auf, wobei der Wasserkonsum insgesamt in Premium- und High-End-Lokalen höher ist. Die deutschen Konsumenten bevorzugen Mineralwasser in Flaschen, wobei mehr als die Hälfte der Befragten angibt, dass ihnen eine große Auswahl an Marken wichtig ist
- Die EM bietet eine grossartige Engagementgelegenheit, denn 47 % der Verbraucher geben an, dass sie das On Premise aus diesem speziellen Grund besuchen werden



MONATLICHER CONSUMER PULSE VON CGA

- Dieser monatliche On Premise Consumer Pulse Report soll das Konsumverhalten der Verbraucher und deren Schwankungen in der Zeit von Februar bis März 2024 in Deutschland erfassen.
- Diese Studie untersucht das On-Premise-Verhalten der Verbraucher im letzten Monat und testet die Besuchsabsicht für den kommenden Monat.
- In anderen Ländern ist dieser monatliche Check-in zu einem festen Bestandteil für Getränkelieferanten und andere Unternehmen geworden, die sich für den Kanal interessieren.
- Diese monatlichen Updates helfen Interessenten, nah an den Absichten und Verhaltensweisen der Verbraucher für unseren beliebten On-Premise-Kanal zu bleiben.
- Für diese März 2024 Ausgabe haben wir zwischen dem 22. März und dem 2. April 2024 1000 Verbraucher (im Alter von 18+) befragt. Diese Verbraucher waren in allen deutschen Regionen ansässig und müssen in der Regel innerhalb eines Zeitraums von 3 Monaten mindestens einmal On-Premise-Veranstaltungsorte besuchen.
- Dieser Bericht befasst sich mit aktuellen Themen wie Nachhaltigkeit, Wasserkonsum im Gastgewerbe und speziellem Fokus auf die Fussball Europameisterschaft 2024.

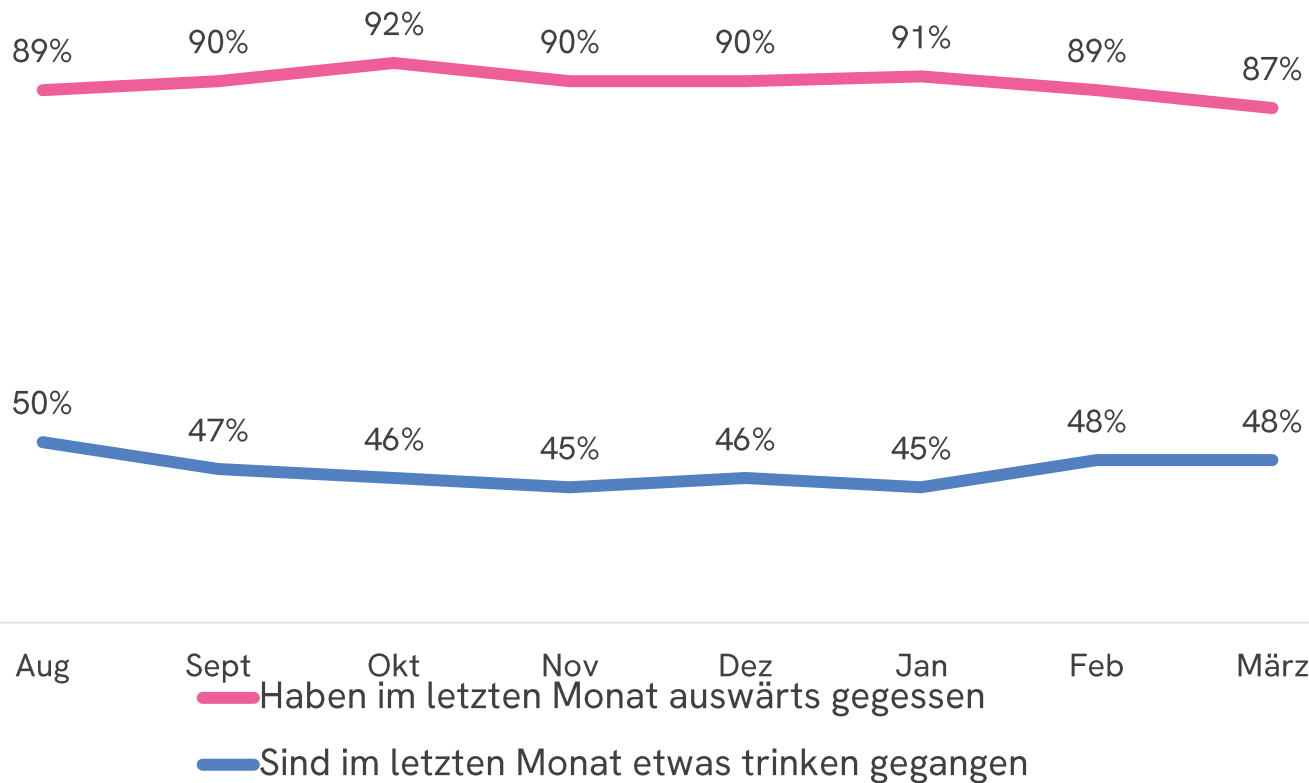


SCHLÜSSEL- METRIKEN / ON-PREMISE- BESUCHE

CGA
Powered by NIQ

ON-PREMISE-BESUCHE IM LETZTEN MONAT

Monatliche On Premise Besuche



94% haben in diesem Monat Gasgewerbe besucht
 -1pp vm Vergleich zu Februar

BESUCHSPLÄNE FÜR DEN NÄCHSTEN MONAT

87%

planen, im nächsten Monat auswärts essen zu gehen
-1pp im Vergleich zu Januar



52%

planen, im nächsten Monat auswärts trinken zu gehen
+1pp im Vergleich zu Januar



6% haben nicht vor, ein Gastgewerbe im nächsten Monat zu besuchen
+1pp im Vergleich zu Februar





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

Änderung der Besuchshäufigkeit



15%

gehen häufiger
aus

-3pp im Vergleich
zu Februar

49%

gehen genauso
häufig aus

+2pp im Vergleich
zu Februar

36%

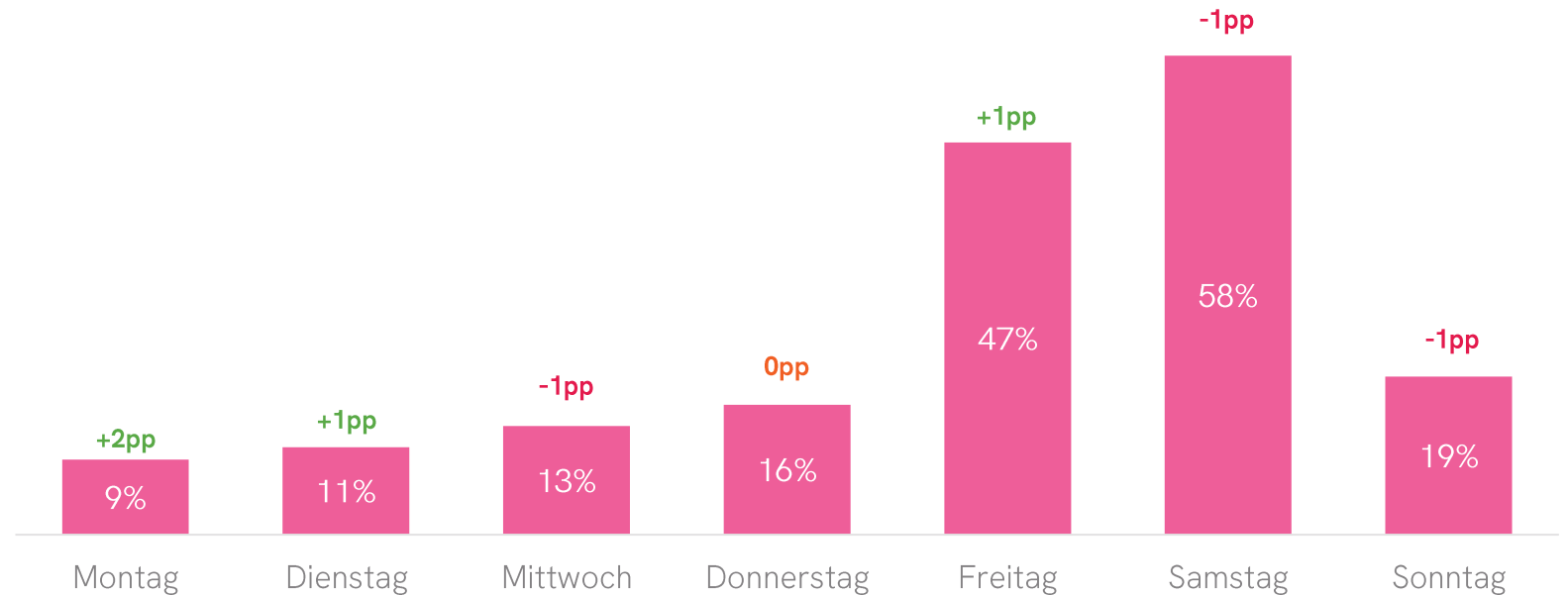
gehen
seltener aus

+1pp im Vergleich
zu Februar



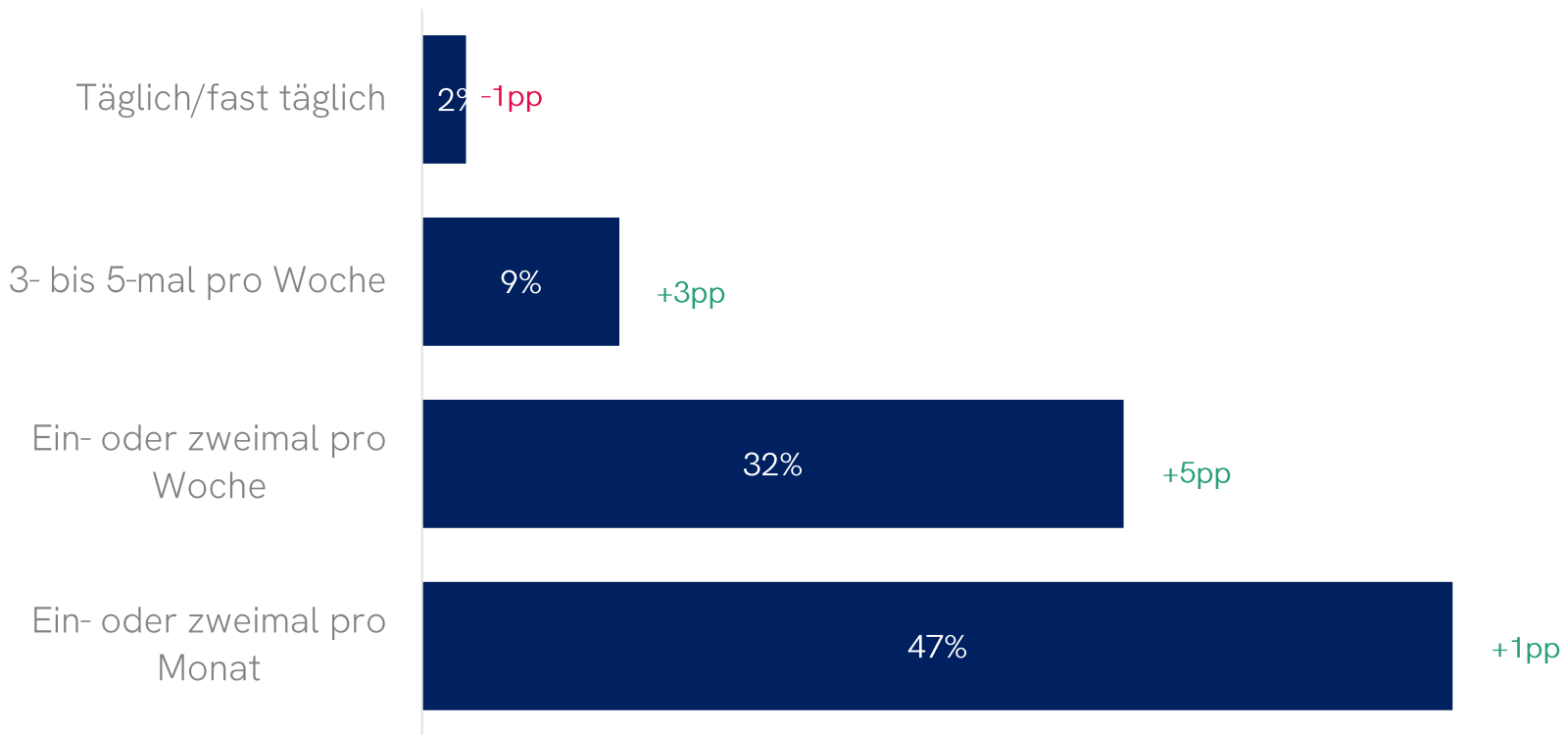
AN WELCHEM WOCHENTAG BZW. WELCHEN WOCHENTAGEN HABEN SIE IM LETZTEN MONAT EINE BAR, EIN RESTAURANT ODER EINEN ÄHNLICHEN ORT BESUCHT?

Wochentage, an denen das Gastgewerbe besucht wurde (im Vergleich zu Februar)



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

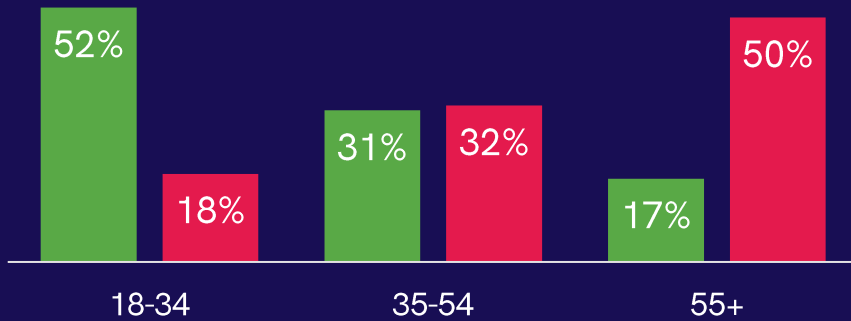
Besuchsgewohnheiten (im Vergleich zum letzten Monat)



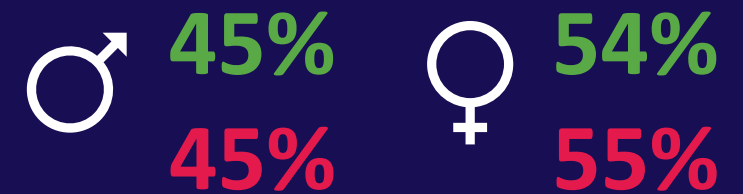
Diejenigen, die das Gastgewerbe häufiger als üblich besuchen, sind in der Regel jünger, wohnen eher im Stadtzentrum und haben ein höheres durchschnittliches Haushaltseinkommen als diejenigen, die es seltener besuchen

Gehen häufiger aus | Gehen seltener aus

Altersgruppen



Geschlecht



Wohnsitz



69% **46%**

Zentrum einer
Großstadt/Kleinstadt

31% **54%**

Ländliche Gegend/Vorstadt

Durchschnittliches
Haushaltseinkommen

€47,860

€36,961

Besucht das Gastgewerbe in der Regel ...

Mindestens einmal wöchentlich **66%** **18%**

Mindestens einmal pro Monat **91%** **68%**

31%

Der Gen Z gehen diesen Monat häufiger aus

+20pp gegenüber dem Durchschnittsverbraucher

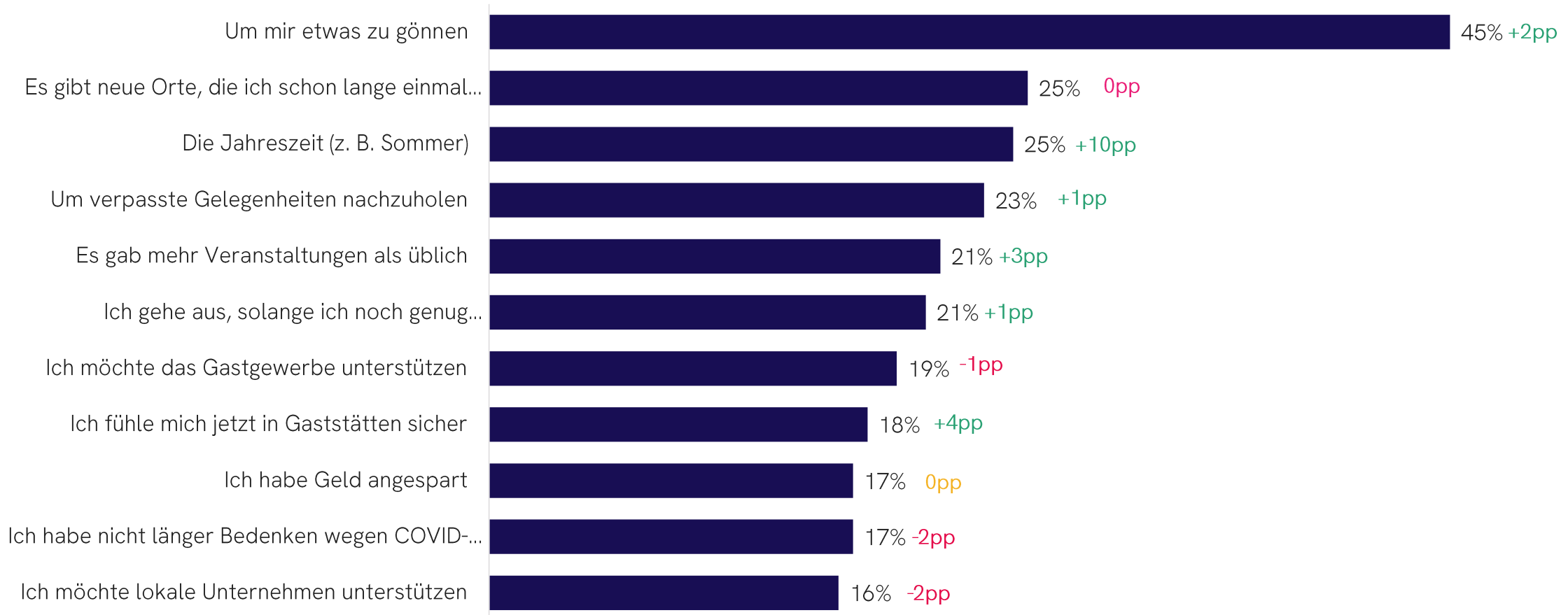
32%

Der Gen Z geben diesen Monat insgesamt mehr aus

+2pp gegenüber dem Durchschnittsverbraucher

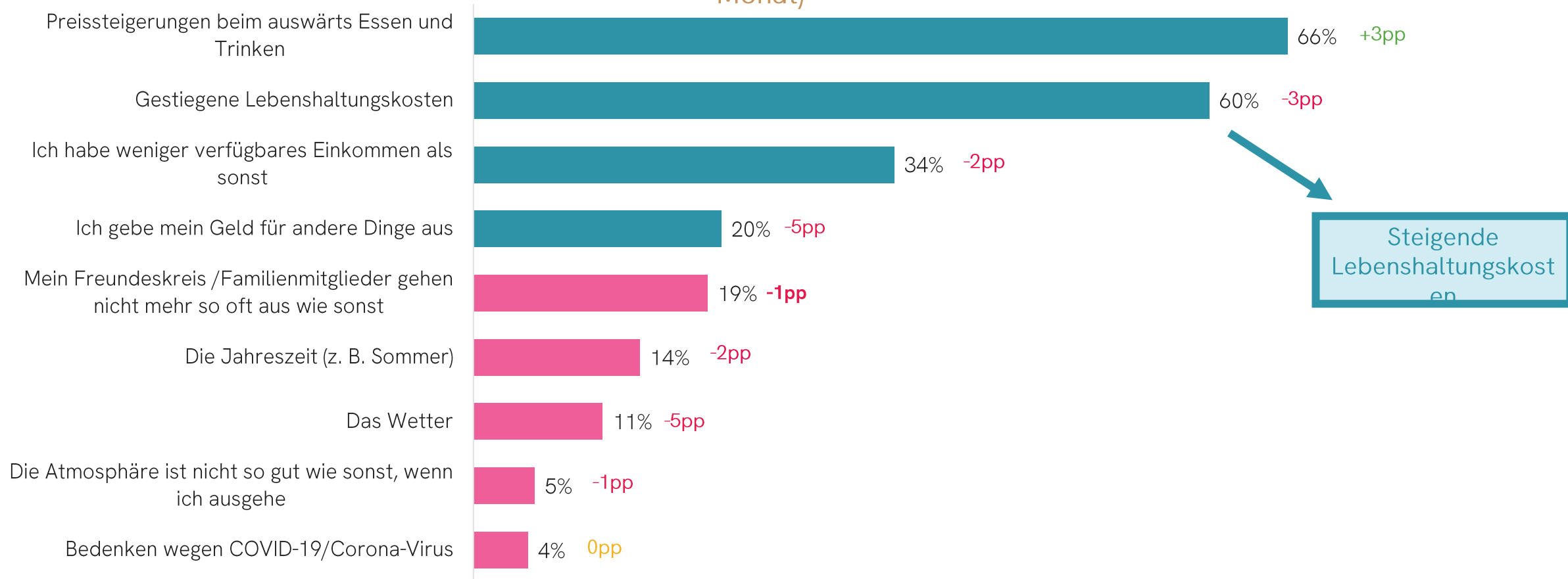
SIE HABEN ANGEGEBEN, DASS SIE ZURZEIT HÄUFIGER AUSGEHEN ALS SONST. WORAN LIEGT DAS?

Gründe für häufigeres Ausgehen in das Gastgewerbe als gewöhnlich (im Vergleich zu Februar)



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

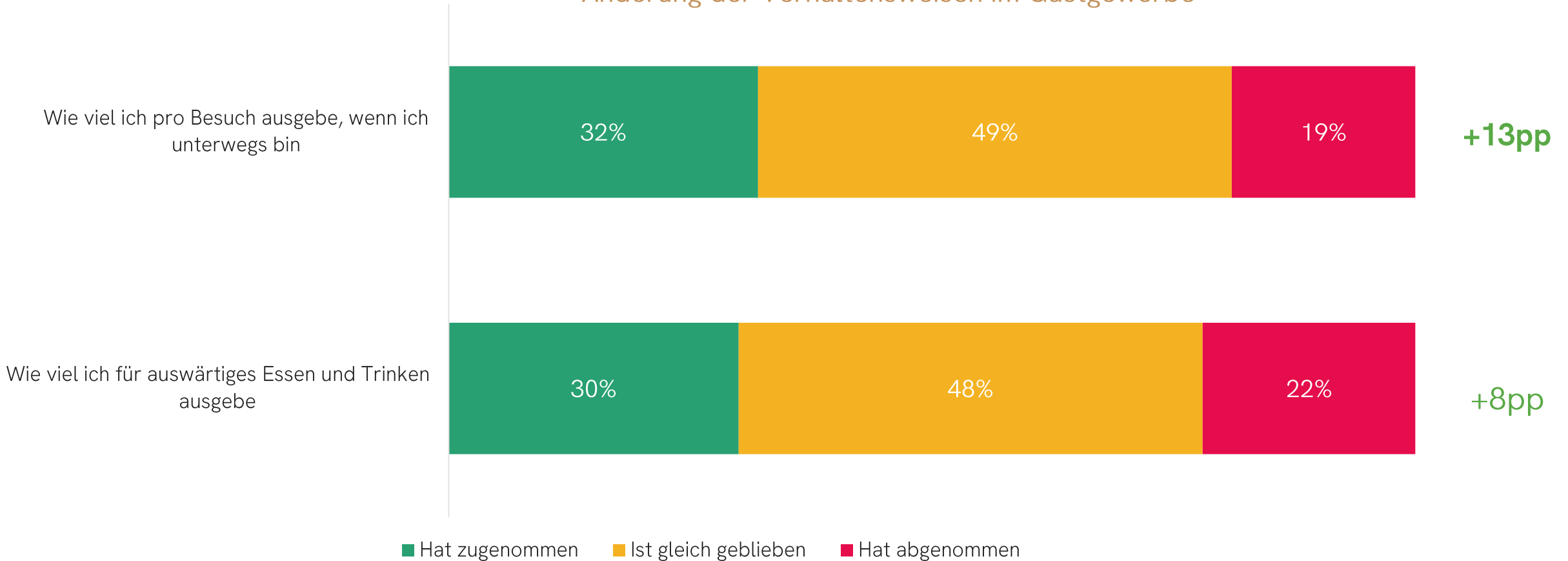
Gründe für selteneres Ausgehen in das Gastgewerbe als gewöhnlich (im Vergleich zum letzten Monat)



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

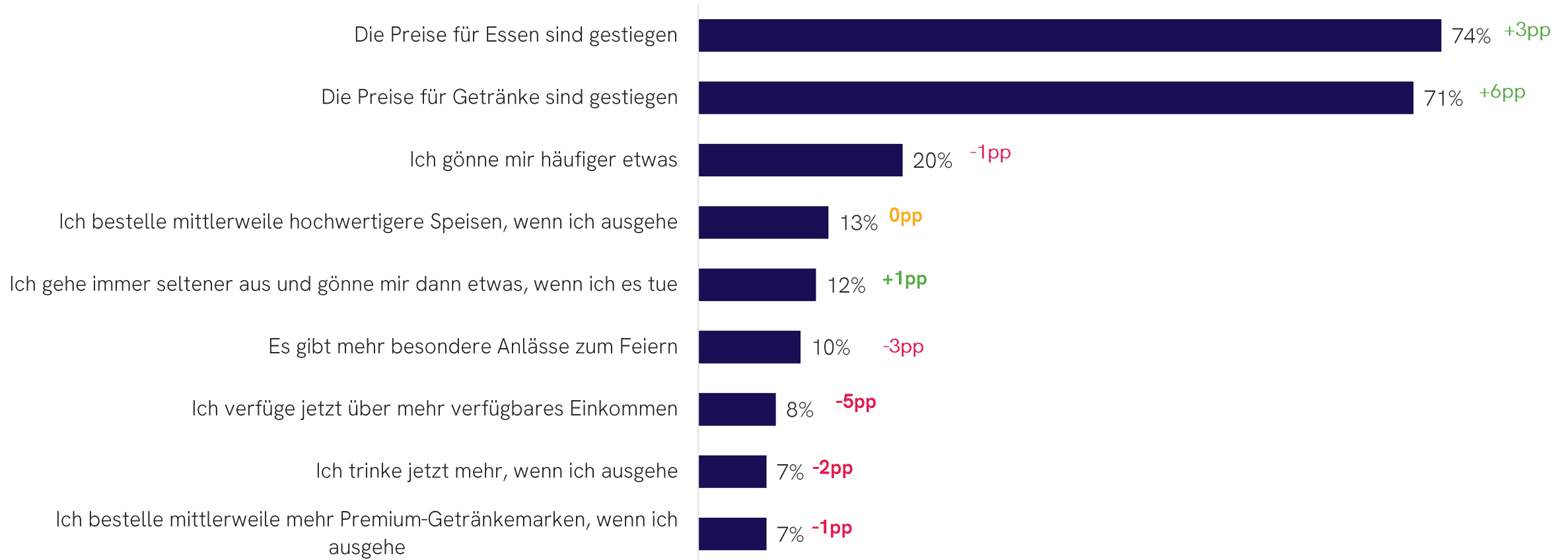
NETTO-
Änderung

Änderung der Verhaltensweisen im Gastgewerbe



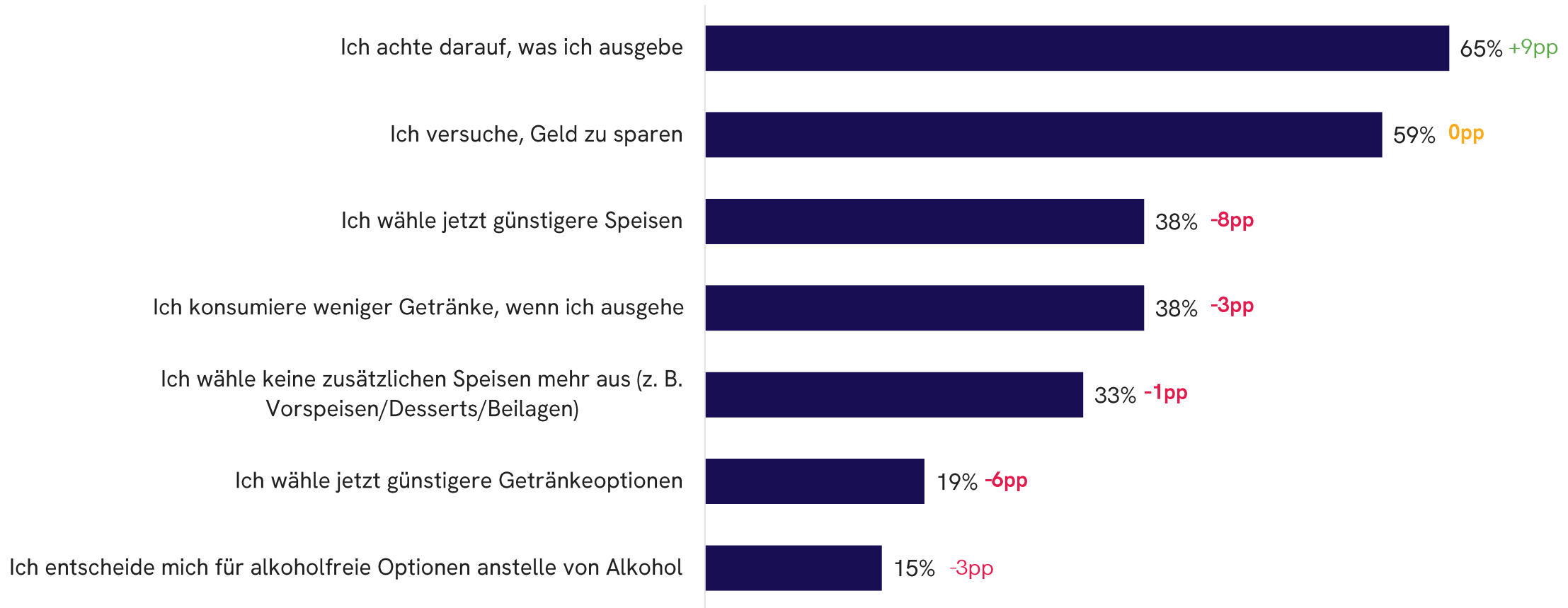
WELCHER DER FOLGENDEN SIND GEGEBENENFALLS GRÜNDE DAFÜR, WESHALB SIE JETZT MEHR GELD PRO BESUCH AUSGEBEN, WENN SIE BARS, RESTAURANTS UND ÄHNLICHE ORTE BESUCHEN?

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



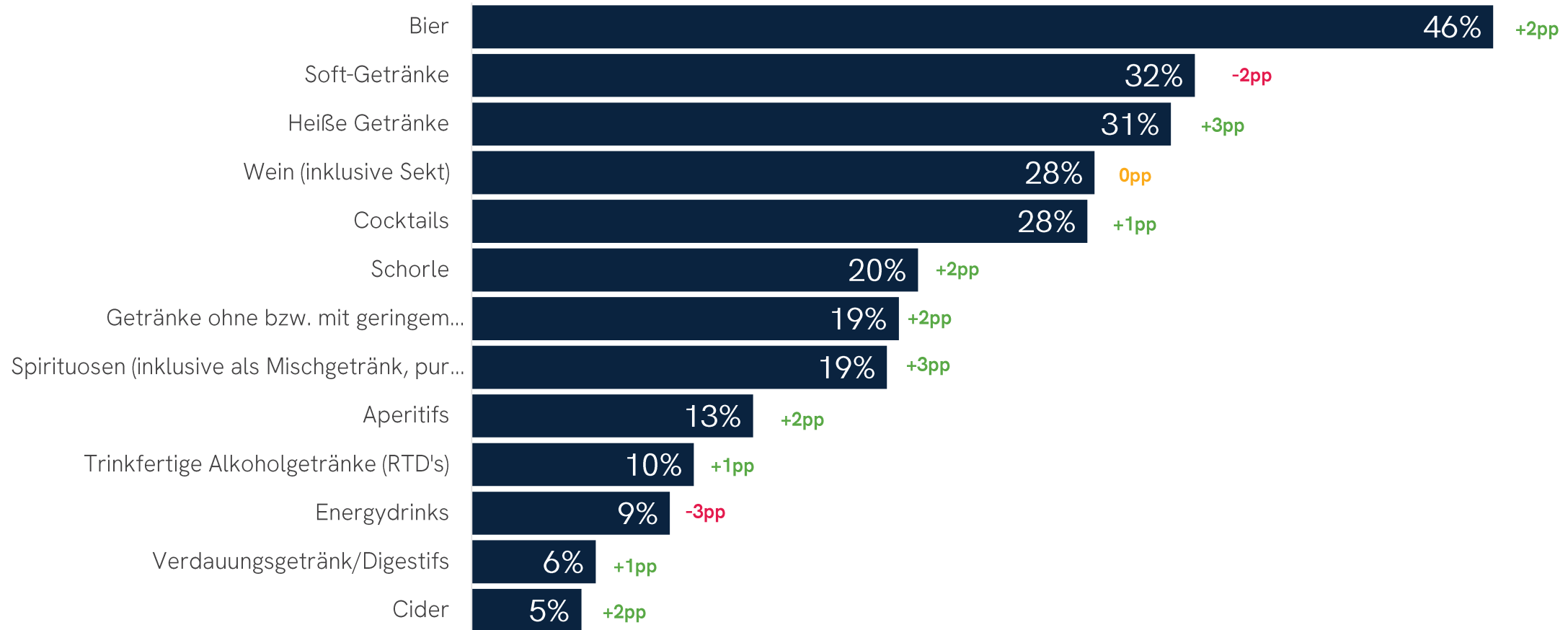
WELCHER DER FOLGENDEN SIND GEGEBENENFALLS GRÜNDE DAFÜR, WESHALB SIE JETZT WENIGER GELD PRO BESUCH AUSGEBEN, WENN SIE BARS, RESTAURANTS UND ÄHNLICHE ORTE BESUCHEN?

Gründe für geringere Ausgaben pro Besuch (im Vergleich zu Februar)



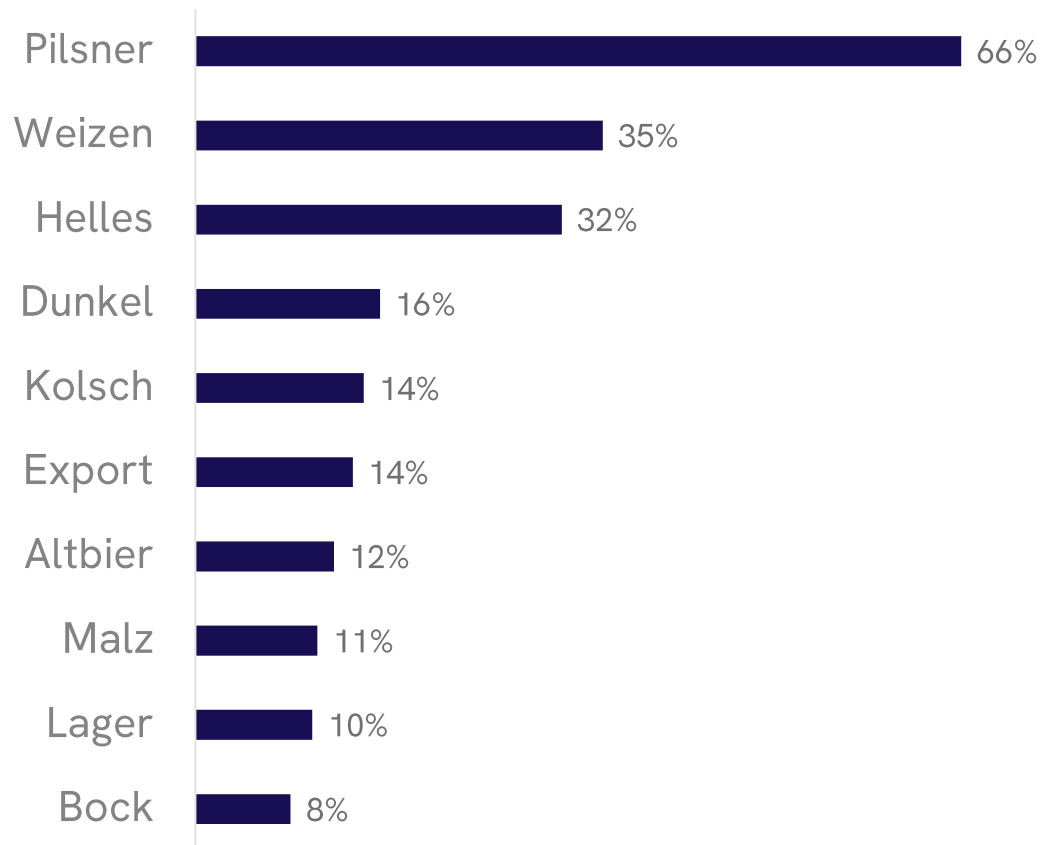
WELCHE DER FOLGENDEN GETRÄNKE HABEN SIE IM LETZTEN MONAT IN BARS, RESTAURANTS ODER AN ÄHNLICHEN ORTEN ZU SICH GENOMMEN? WÄHLEN SIE BITTE ALLE ZUTREFFENDEN ANTWORTMÖGLICHKEITEN AUS

Getränkewahl derjenigen, die im letzten Monat das Gastgewerbe besucht haben (im Vergleich zu Februar)



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

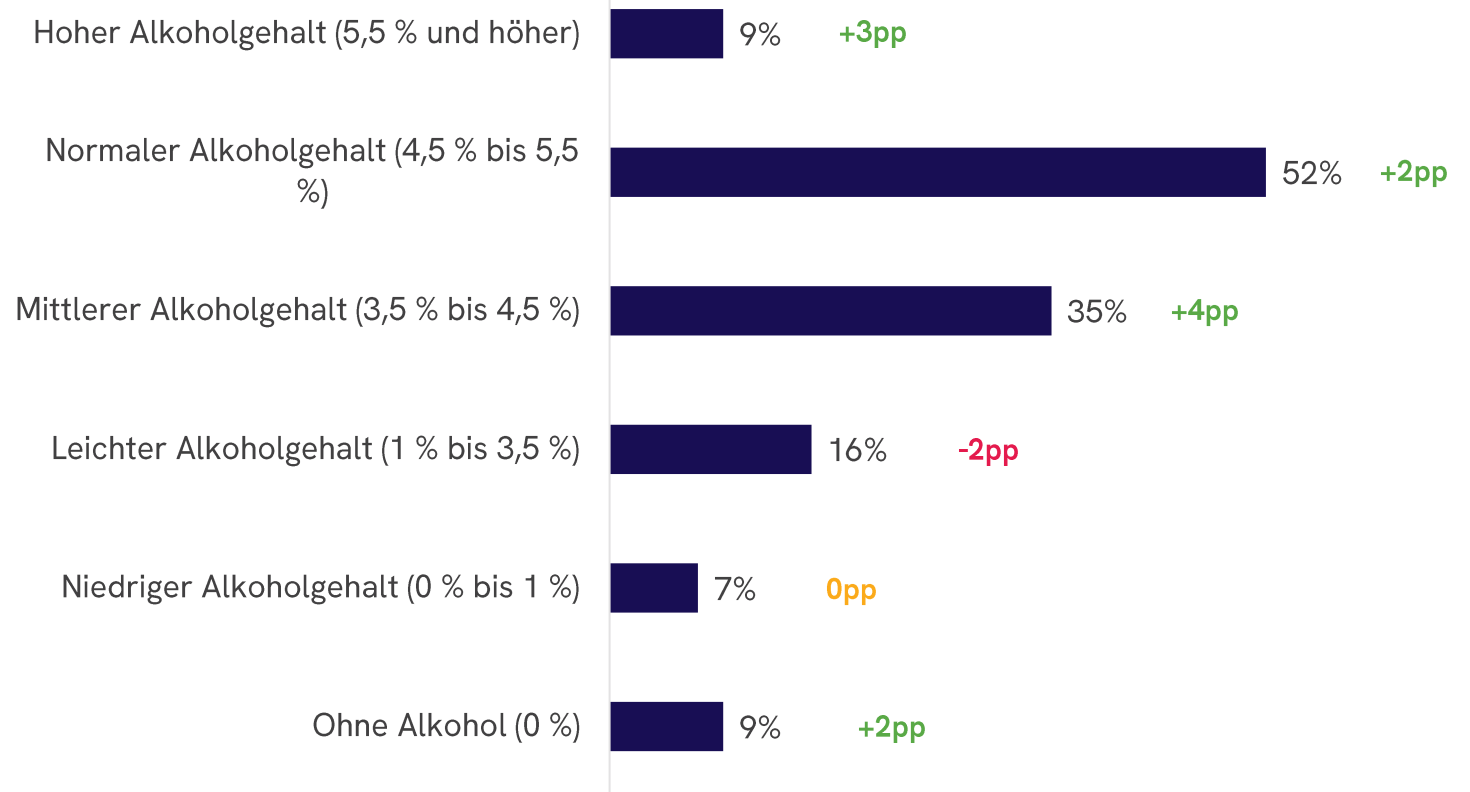
Biersorten, das die Verbraucher im letzten Monat getrunken haben





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

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

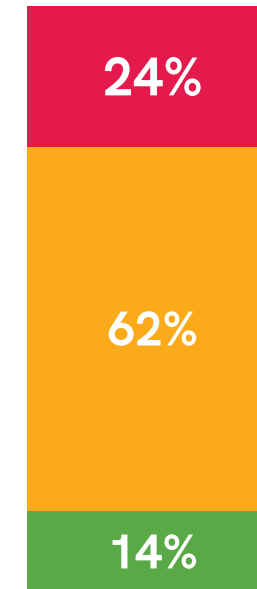




WIE HÄUFIG HABEN SIE VOR, IM NÄCHSTEN MONAT BARS, RESTAURANTS ODER ANDERE ÄHNLICHE ORTE ZU BESUCHEN?

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

- Seltener
- Gleich häufig
- Häufiger



+21pp für Gen Z

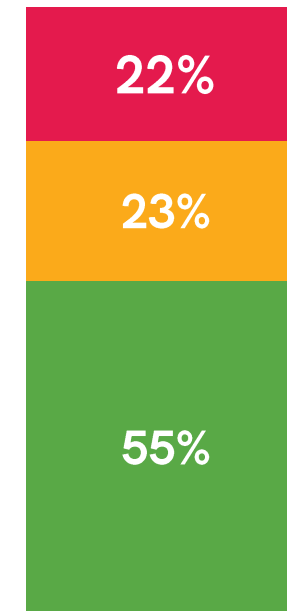
Neues Segment: Lieferservice





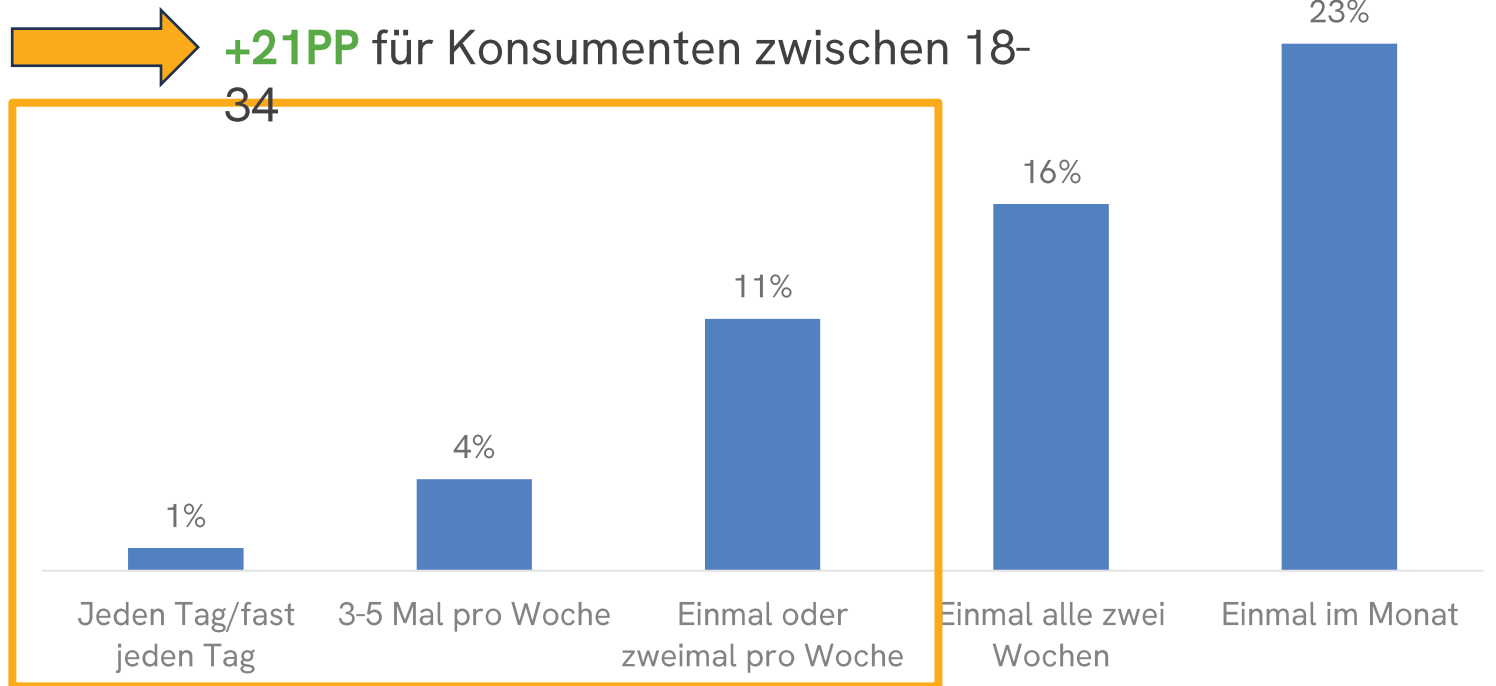
HABEN SIE IM LETZTEN MONAT BEI EINEM LIEFERSERVICE BESTELLT (Z. B. UBEREATS, DELIVEROO)?

- Ich bestelle nie bei einem Lieferservice
- Ich habe diesen Monat bei keinem Lieferservice bestellt
- Ich habe diesen Monat bei einem Lieferservice bestellt





WIE OFT HABEN SIE IM LETZTEN MONAT BEI EINEM LIEFERSERVICE BESTELT (Z. B. UBEREATS, DELIVEROO)?



**SIE HABEN ANGEGEBEN, DASS SIE IM LETZTEN MONAT
BEI EINEM LIEFERSERVICE BESTELT HABEN. WIE VIEL
GEBEN SIE NORMALERWEISE JEDEN MONAT DAFÜR AUS?**

59€

Durchschnittliche Ausgaben für
Lieferservice pro Monat für alle
Verbrauchermonth for all consumers

	Consumers aged 18-34	Consumers aged 35-54	Consumers aged Ages: 55+
Durchschnittliche Ausgaben für Lieferservice pro Monat	64€	63€	43€



Aktuelle Themen – Nachhaltigkeit





Welche der folgenden Eigenschaften sind Ihnen bei den Produkten, die Sie in Bars, Restaurants und ähnlichen Einrichtungen kaufen, wichtig?

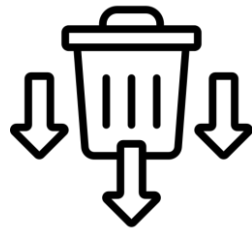


WAS SIND FÜR SIE DIE WICHTIGSTEN FAKTOREN WENN ES UM NACHHALTIGKEIT UND ETHISCHE VERHALTENSWEISEN GEHT?



41%

Lokale
Produktion



38%

Geringe
Umwelt
verschmutzun
g



37%

Recycling



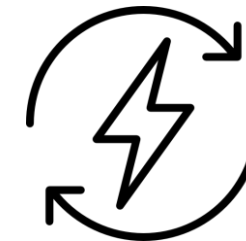
28%

Ethisches
Sourcing



24%

Auf
traditionelle
Art hergestellt



23%

Erneuerbare
Energien



14%

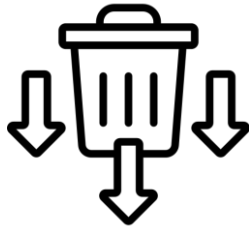
Unterstützung
von
Wohltätigkeits-
organisatione
n

FÜR WELCHE DER FOLGENDEN NACHHALTIGKEITSAKTOREN WÄREN SIE BEREIT, BEI EINEM PRODUKT, DAS SIE IN EINER BAR, EINEM RESTAURANT ODER AN EINEM ÄHNLICHEN ORT KAUFEN, MEHR ZU BEZAHLEN?



36%

Lokale
Produktion



26%

Geringe
Umwelt
verschmutzun
g



25%

Recycling



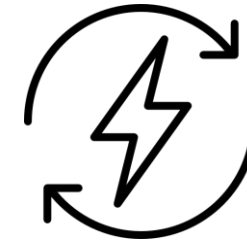
21%

Ethisches
Sourcing



20%

Auf
traditionelle
Art hergestellt



18%

Erneuerbare
Energien




17%


Unterstützung
von
Wohltätigkeits-
organisations
n


Aktuelle Themen: Wasser Konsumation im On-Premise



WELCHE ART VON WASSER BESTELLEN SIE IN DEN FOLGENDEN, VON IHNEN BESUCHTEN RESTAURANTS?

Still 

 Sprudelnd 

 Beides 

 Ich bestelle kein Wasser

	Still	Sprudelnd	Beides	Ich bestelle kein Wasser
High-End / Premium Lokaltäten	29%	39%	22%	10%
Low-end / preiswerte Lokaltäten	23%	41%	15%	20%



**WIE WICHTIG IST ES, IN BARS, RESTAURANTS ODER
ÄHNLICHEN EINRICHTUNGEN EINE AUSWAHL AN WASSER
IN FLASCHEN (VERSCHIEDENE MARKEN) ZUR VERFÜGUNG
ZU HABEN?**

55%

Wichtig

30%

Weder wichtig
noch
unwichtig

15%

Unwichtig

Sie HABEN ERWÄHNT, DASS SIE WASSER BESTELLEN. WELCHE ART VON WASSER BESTELLEN SIE IN DEN FOLGENDEN RESTAURANTS, DIE SIE BESUCHEN?

Wasser in Flaschen



Karaffe



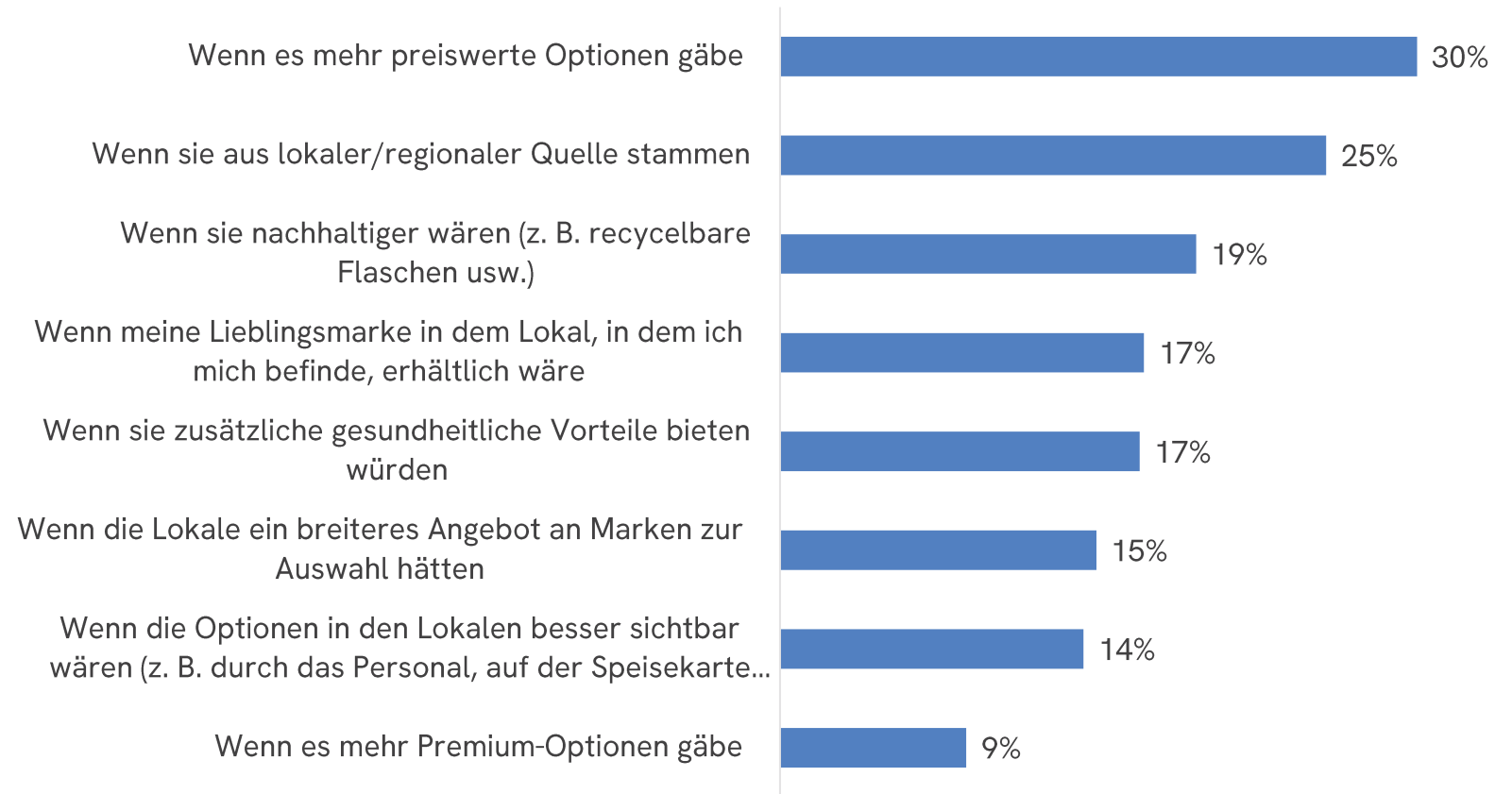
	Wasser in Flaschen	Karaffe
High-End / Premium Lokaltäten	91%	20%
Low-end / preiswerte Lokaltäten	87%	22%



WAS, WENN ÜBERHAUPT, WÜRDEN SIE DAZU ERMUTIGEN, MEHR WASSER IN FLASCHEN ZU BESTELLEN, WENN SIE IN BARS, RESTAURANTS ODER ANDEREN ÄHNLICHEN EINRICHTUNGEN UNTERWEGS SIND?

28%

Der Konsumenten sagen nichts würde mich ermutigen, mehr Wasser in Flaschen zu bestellen, wenn ich ausgehe



Aktuelle Themen

- Fussball Europa- meisterschaft in Deutschland





HABEN SIE VOR SICH DIE FUSSBALL EUROPAMEISTERSCHAFT DIE DIESES JAHR IN DEUTSCHLAND STATTFINDET ANZUSEHEN?

70%

Ja

15%

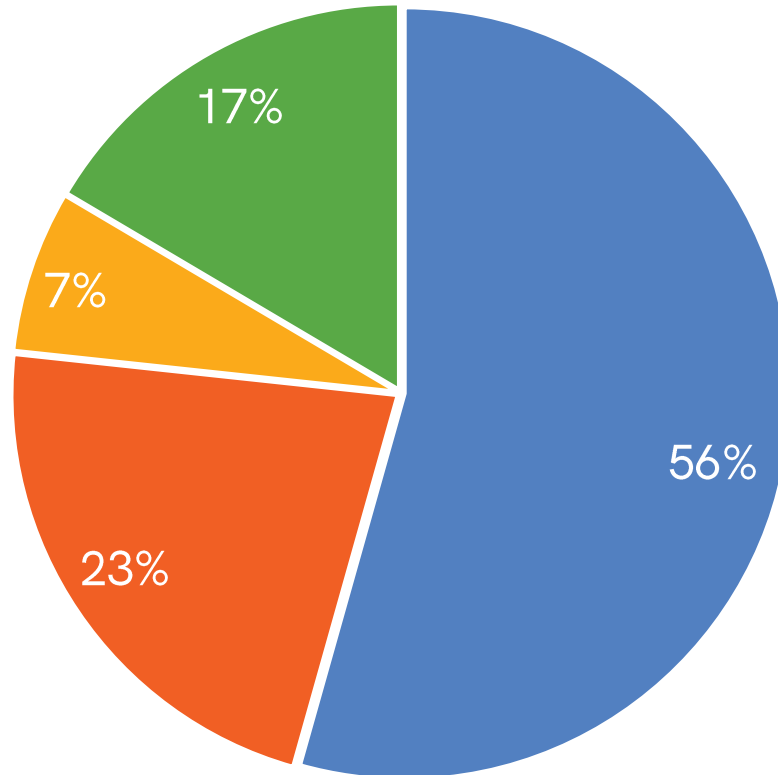
Ich habe mich
noch nicht
entschieden

7%

Nein

HABEN SIE VOR, SICH DIE SPIELE AN EINEM DER FOLGENDEN ORTE ANZUSEHEN?

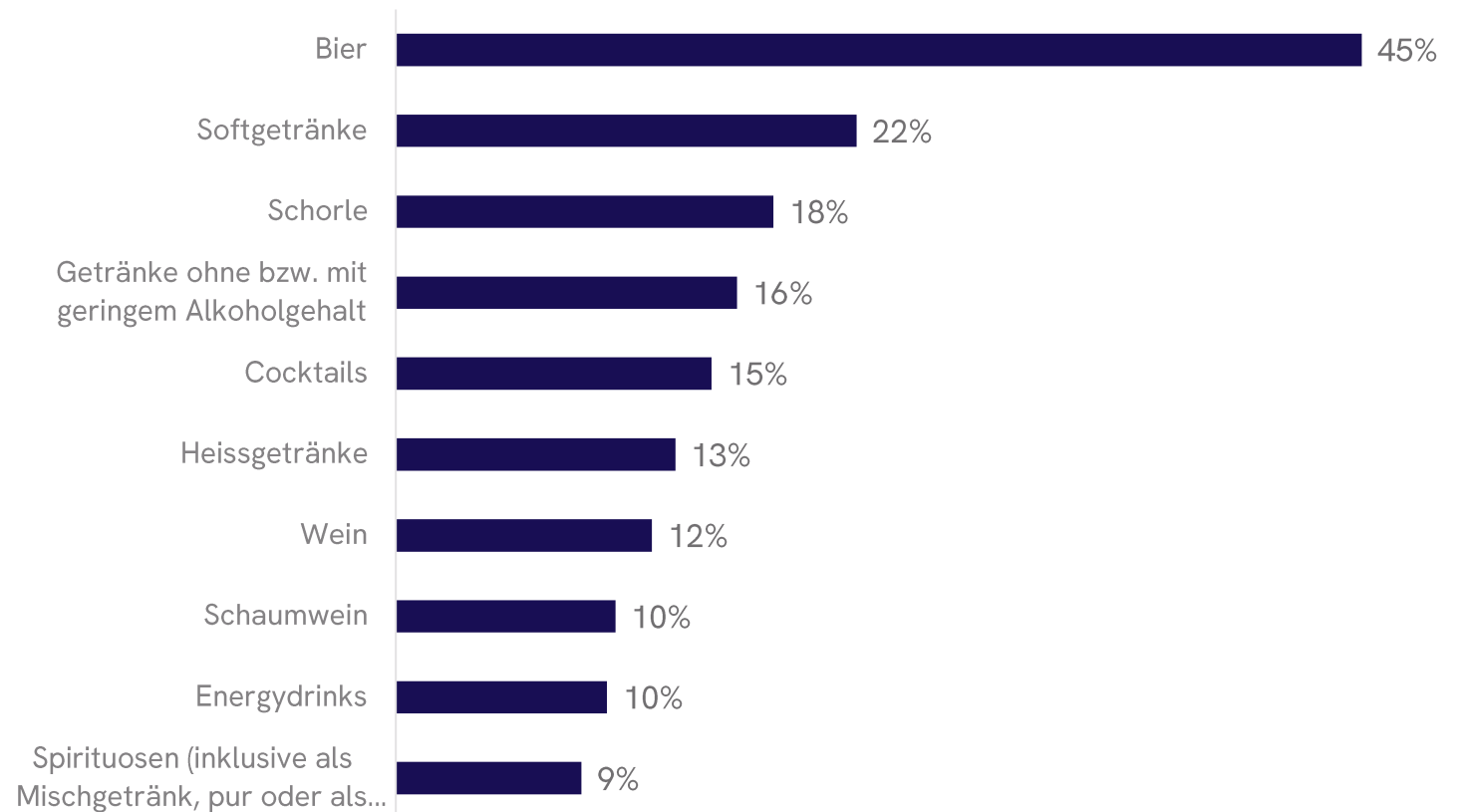
- Ja, zu Hause
- Ja in einer Bar/Kneipe
- Ja im Stadion
- Ja auf öffentlichen Plätzen (Public Viewing)



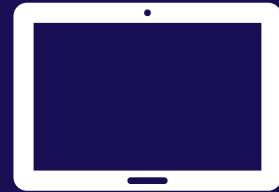


WAS WERDEN SIE TRINKEN, WENN SIE DIE EURO2024 IN BARS, RESTAURANTS ODER ÄHNLICHEN EINRICHTUNGEN VERFOLGEN?

Top 10 der Getränke, die Verbraucher bei der Europameisterschaft trinken würden



Optimieren Sie Ihre On Premise Channel-Strategie mit CGA's On Premise User Survey



Identifizieren, welche Kanäle mit digitaler Werbung und Dienstleistungen angesprochen werden sollen



Verstehen Sie die wichtigsten Faktoren, die die Getränkewahl in den wichtigsten Onn Premise Kanälen beeinflussen



Erstellen Sie Verkaufsstorys für Ihre Marken, um den Händlern die Vorteile Ihrer Marken zu demonstrieren



OPUS

Global Bartender Report

Marktspezifische Einblicke basierend auf einer robusten Stichprobe von 150 Barkeepern pro Land

- Verstehen Sie die Marktnuancen und die Bedürfnisse von Fachleuten des Gastgewerbes auf Marktebene, indem Sie den länderspezifischen Bartender Report kaufen
- Berichte auf Marktebene sind für alle in der Studie berücksichtigten Länder verfügbar und bieten einen umfassenden Einblick in die Akquisition von Fachleuten, die Förderung der Interessenvertretung und die Trends, die sich auf bestimmte Länder auswirken

Was Sie erhalten

- *Ein ausführlicher Bericht mit Erkenntnissen und Empfehlungen auf Marktebene, der es Ihnen ermöglicht, Beziehungen zu dieser wichtigen Zielgruppe aufzubauen, in der jeweiligen Landessprache*
- *Eine virtuelle Präsentation der Ergebnisse, vorgetragen von CGA-Experten*

Investment

 UK - \$17,748	 USA - \$22,185	 France - \$16,417
 South Korea - \$17,526	 Italy - \$16,417	 Mexico - \$19,523
 Germany - \$19,967	 Australia - \$17,525	 Canada - \$17,748
 Spain - \$16,417		



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.

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

[Click here](#) to receive latest and exclusive insights from Germany On Premise directly to your inbox



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.