

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. The foreground shows several hands holding glasses filled with clear liquid, ice, lemons, and mint leaves. The overall atmosphere is social and relaxed.

ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT FÜR DEUTSCHLAND

CGA by NIQ, April 2024

ZUSAMMENFASSUNG: ÜBERSICHT BESUCH UND ABSICHT

- Die Besuchsrate der Verbraucher und die Ausgabenrate im On-Premise-Bereich sind im Vergleich zum Vormonat gestiegen. Dies ist auf das bessere Wetter sowie auf das höhere verfügbare Einkommen der Verbraucher zurückzuführen.
- Diejenigen, die das On Premise häufiger besuchen und mehr ausgeben, werden durch das bessere Wetter angetrieben, dies hat zu einer Zunahme von 8pp geführt, sowie zum Kauf von mehr Premium-Getränken und ein höheres verfügbares Budget als im letzten Monat.
- Im Vergleich zum Vorjahr ist Aperol die Kategorie, die am meisten im Trend liegt, gefolgt von alkoholfreiem und lokalem Bier. Auf der anderen Seite sind Champagner und Kräuterliköre die Kategorien, die am wenigsten im Trend liegen. Wenn es um Cocktails geht, ist Aperol Spritz in diesem Jahr der Cocktail, der am meisten im Trend liegt, gefolgt von Little Wild Berry und Mojito.
- Im April essen und trinken die Verbraucher häufiger drinnen (68 %) als auf Terrassen (46 %). Im Laufe des Sommers planen die Verbraucher, ihren Konsum von Bier, Schrole und Cocktails zu erhöhen und gleichzeitig ihren Konsum von Kaffee, Tee und Whisky zu verringern.
- Über 74 % der Verbraucher planen, die Olympischen Spiele in Paris zu verfolgen, und 20 % planen diese im On Premise zu sehen. Die beliebteste Sportart bei den Olympischen Spielen ist mit grossem Abstand Fussball, mit 30pp Vorsprung vor der zweitbeliebtesten Sportart Boxen.



MONATLICHER CONSUMER PULSE VON CGA

- Dieser monatliche On Premise Consumer Pulse Report soll das Konsumverhalten der Verbraucher und deren Schwankungen in der Zeit von März bis April 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 Getränelieferanten 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 **April 2024** Ausgabe haben wir zwischen dem 19. April und dem 2. Mai 2024 1007 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 **Veränderungen der Getränketrends 2023 vs 2024**, **Veränderungen im saisonalen Konsum** sowie die **Olympischen Spiele in Paris**.

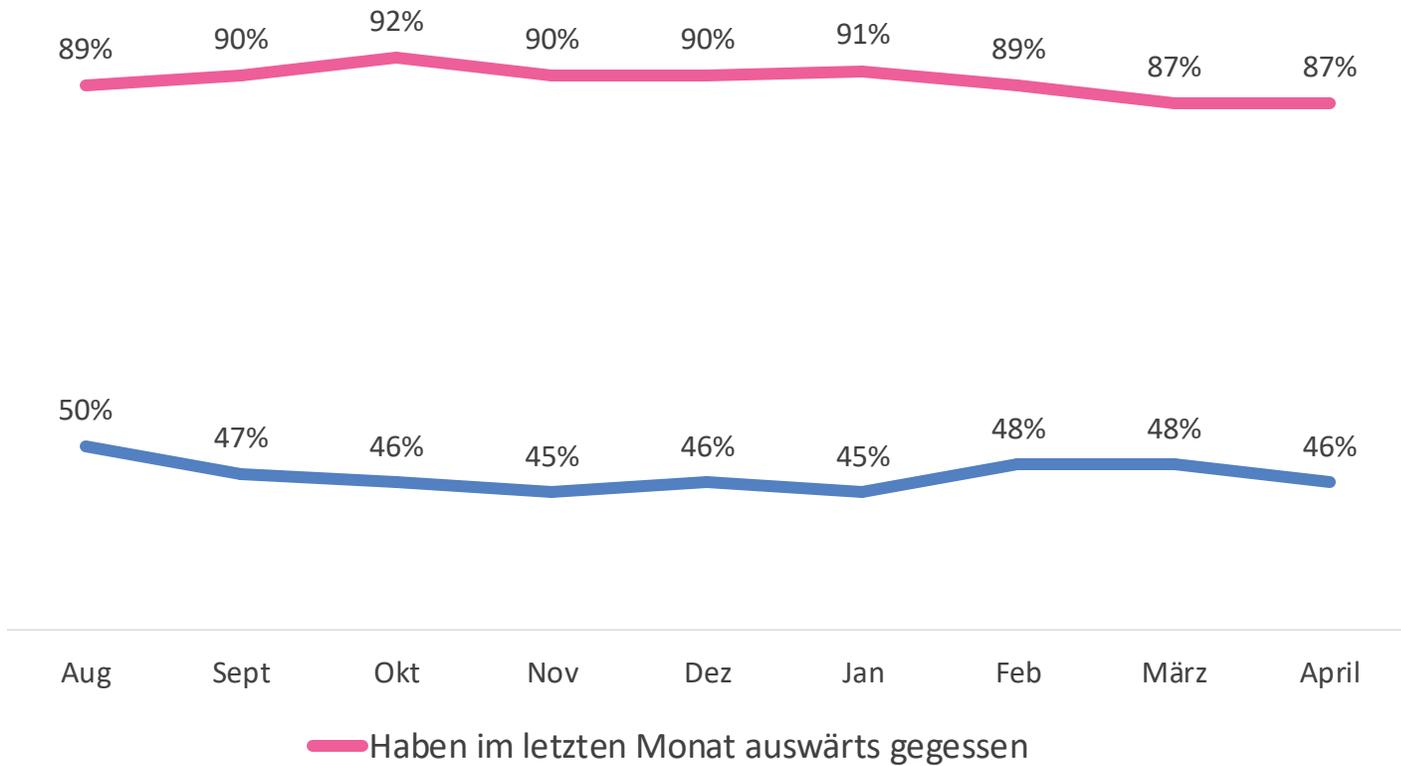


SCHLÜSSEL- METRIKEN / ON-PREMISE- BESUCHE

CGA
Powered by NIQ

ON-PREMISE-BESUCHE IM LETZTEN MONAT

Monatliche On Premise Besuche



93% haben in diesem Monat Gasgewerbe besucht.
-1pp im Vergleich zu März

BESUCHSPLÄNE FÜR DEN NÄCHSTEN MONAT

87%

planen, im nächsten Monat auswärts essen zu gehen
=0pp im Vergleich zu März



53%

planen, im nächsten Monat auswärts trinken zu gehen
=0pp im Vergleich zu März



AUSBLICK



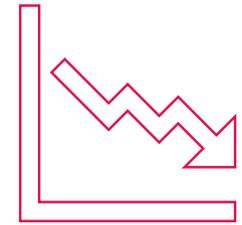
5% haben nicht vor, ein Gastgewerbe im nächsten Monat zu besuchen
-1pp im Vergleich zu März





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

Änderung der Besuchshäufigkeit



17%

gehen häufiger
aus

+2pp im Vergleich
zu März

48%

gehen genauso
häufig aus

-1pp im Vergleich
zu März

35%

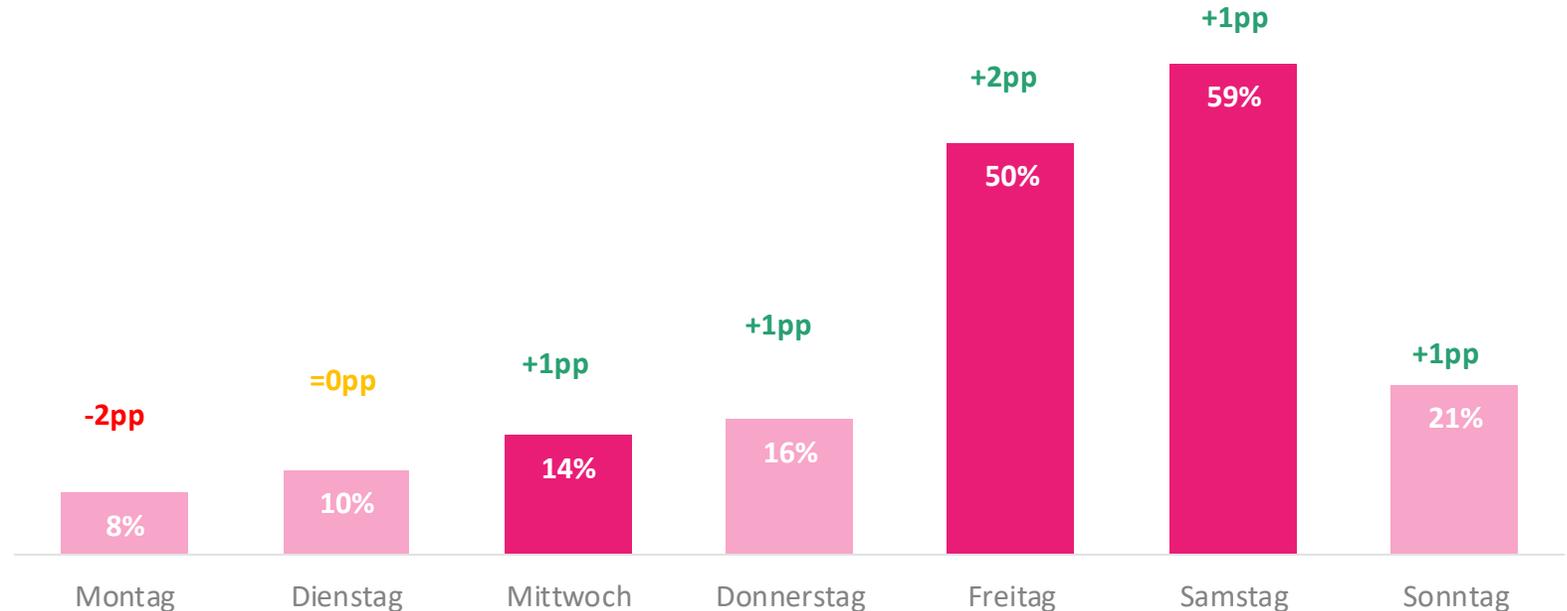
gehen seltener
aus

-1pp im Vergleich
zu März



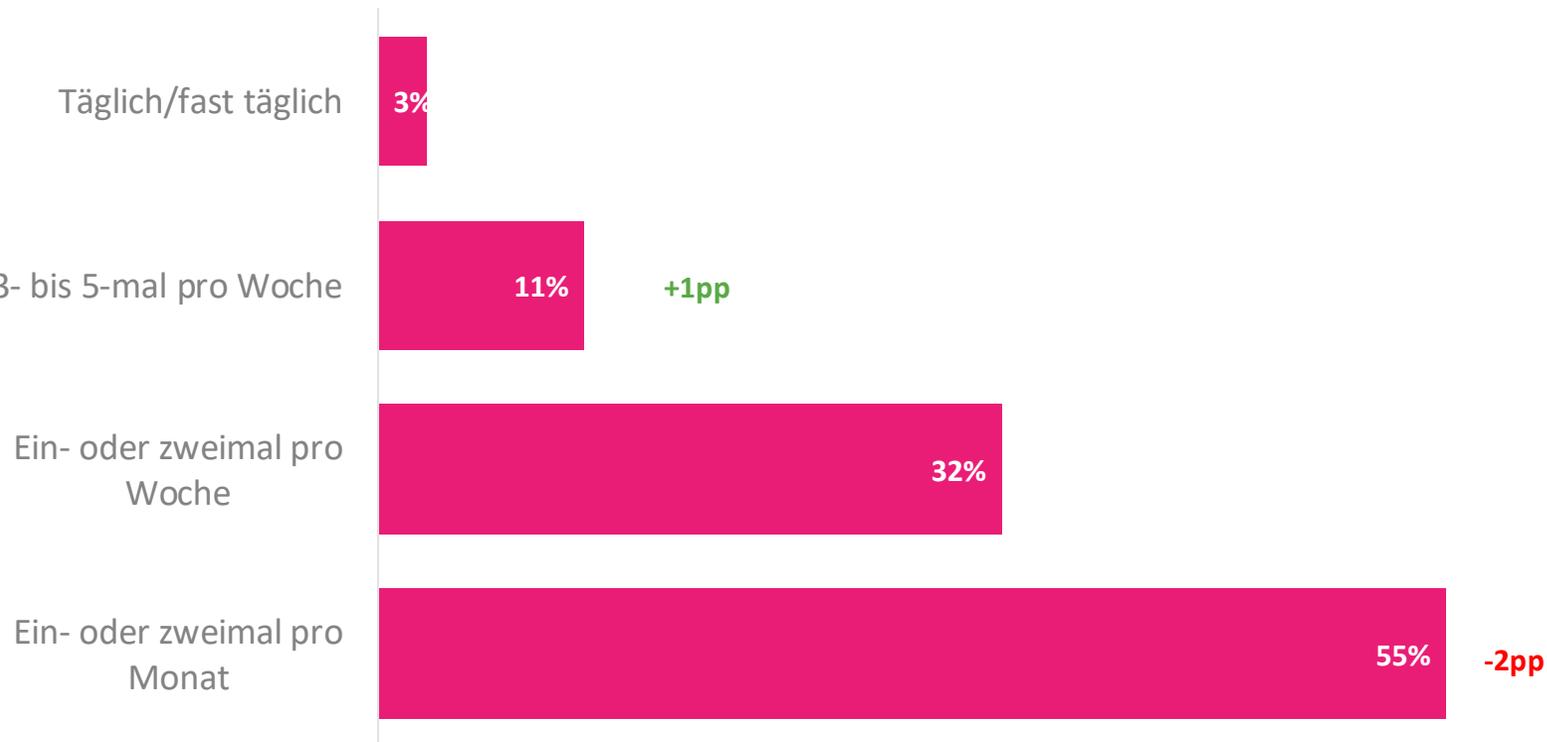
AN WELCHEM WOCHENTAG BZW. WELCHEN WOCHENTAGEN HABEN SIE IM LETZTEN MONAT EINE BAR, EIN RESTAURANT ODER EINEN ÄHNLICHEN ORT BESUCHT?

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



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

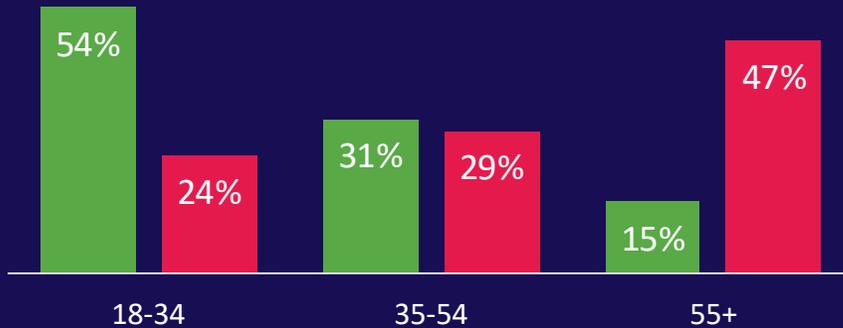
Besuchsgewohnheiten (im Vergleich zum letzten Monat)



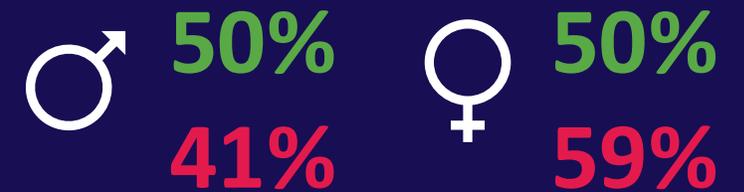
Diejenigen, die das Gastgewerbe häufiger als üblich besuchen, sind in der Regel jünger, wohnen eher im Stadtzentrum und haben ein höheres durchschnittliches Haushaltseinkommen als diejenigen, die es seltener besuchen

Gehen häufiger aus | Gehen seltener aus

Altersgruppen



Geschlecht



Wohnsitz



58% **38%**
Zentrum einer Großstadt/Kleinstadt

42% **62%**

Ländliche Gegend/Vorstadt

Durchschnittliches Haushaltseinkommen

€49,205

€41,157

Besucht das Gastgewerbe in der Regel ...

Mindestens einmal wöchentlich **80%** **22%**

Mindestens einmal pro Monat **20%** **78%**

38%

Der Gen Z gehen diesen Monat häufiger aus

+21pp gegenüber dem Durchschnittsverbraucher

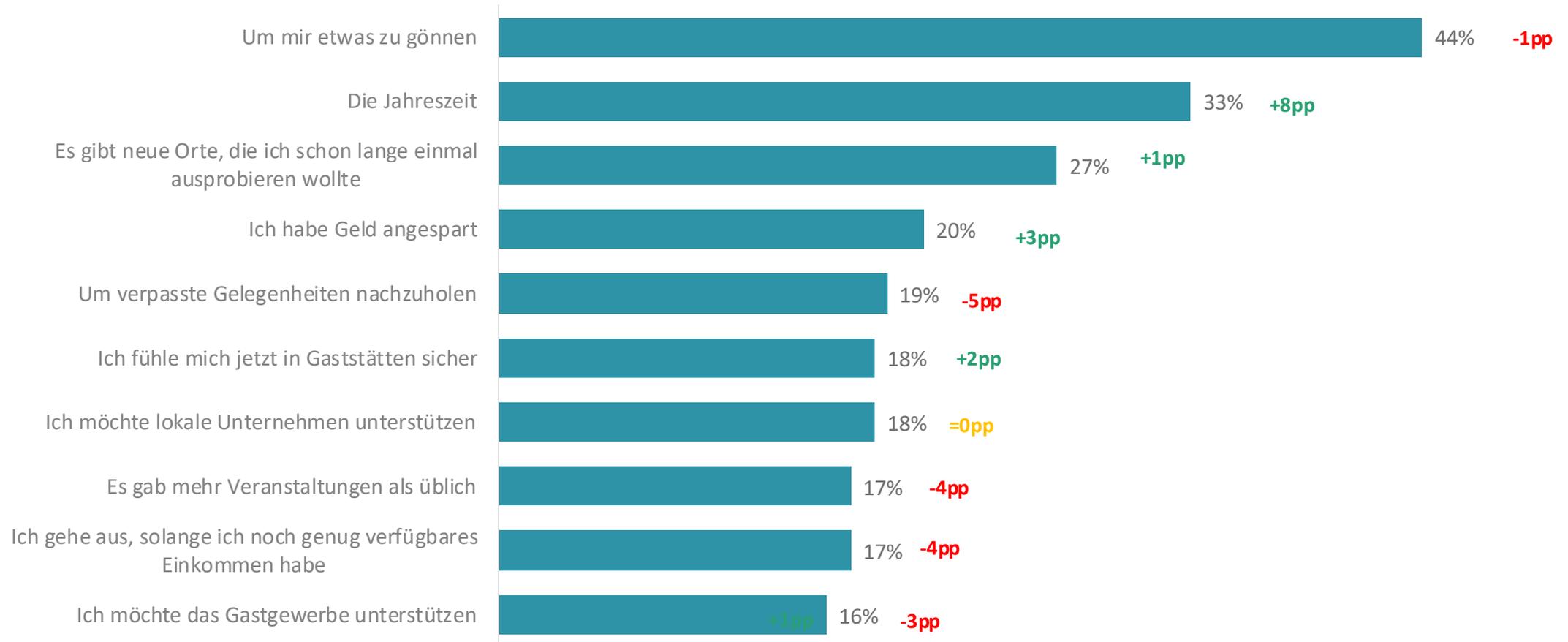
34%

Der Gen Z geben diesen Monat insgesamt mehr aus

+5pp gegenüber dem Durchschnittsverbraucher

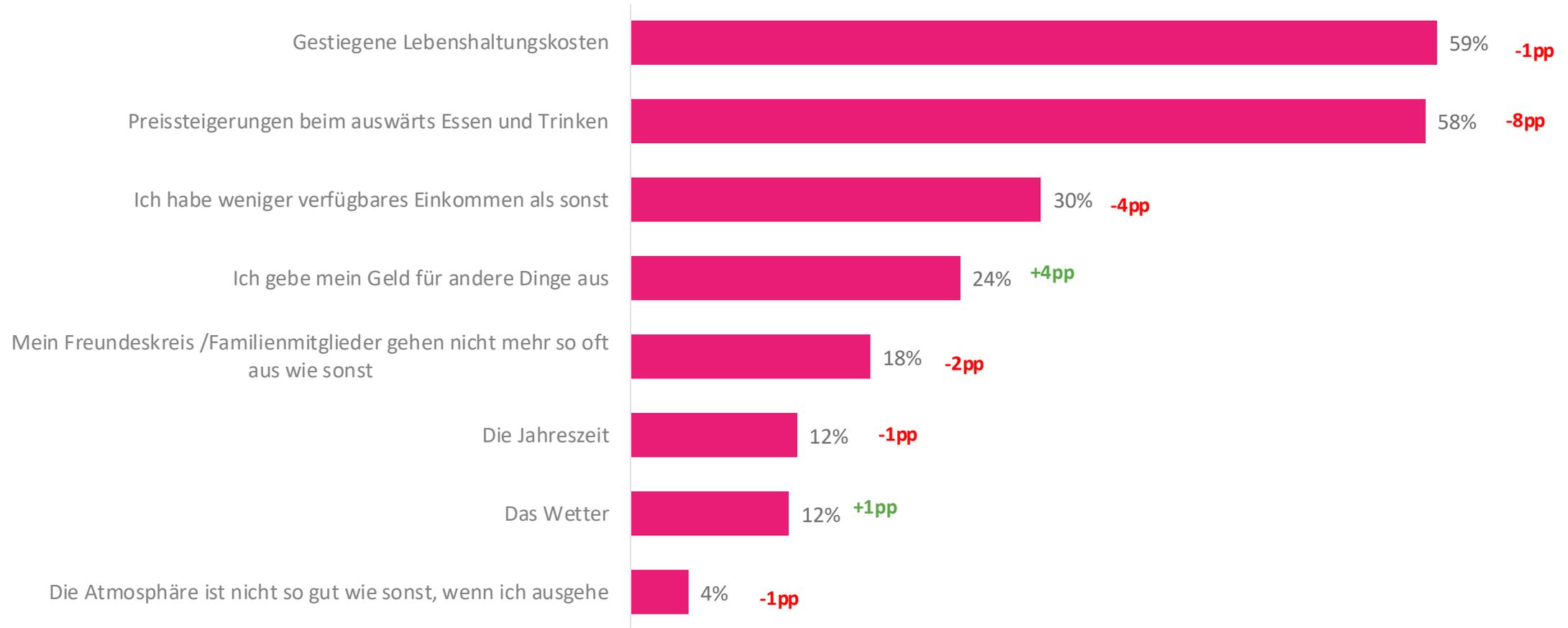
SIE HABEN ANGEGEBEN, DASS SIE ZURZEIT HÄUFIGER AUSGEHEN ALS SONST. WORAN LIEGT DAS?

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



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

Gründe für selteneres Ausgehen in das Gastgewerbe als gewöhnlich (im Vergleich zu März)

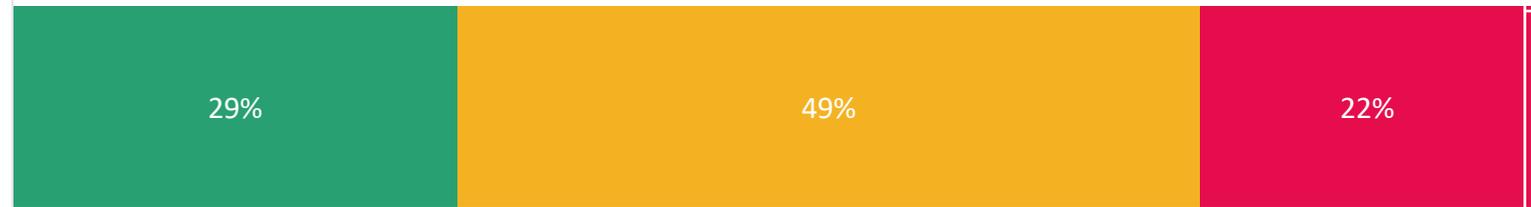


HABEN SIE IHR VERHALTEN IN BARS, RESTAURANTS UND AN ÄHNLICHEN ORTEN IM LETZTEN MONAT IM VERGLEICH ZU ÜBLICHERWEISE IN EINER DER FOLGENDEN HINSICHTEN VERÄNDERT?

Änderung der Verhaltensweisen im Gastgewerbe

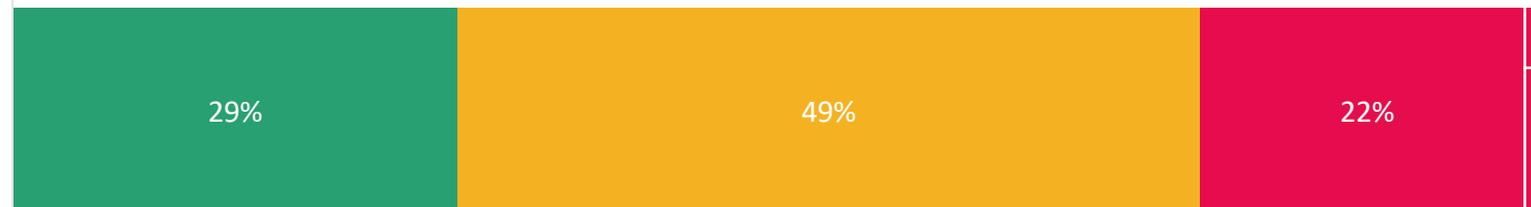
NETTO-
Änderung

Wie viel ich pro Besuch ausbebe, wenn ich unterwegs bin



+7pp

Wie viel ich für auswärtiges Essen und Trinken ausbebe

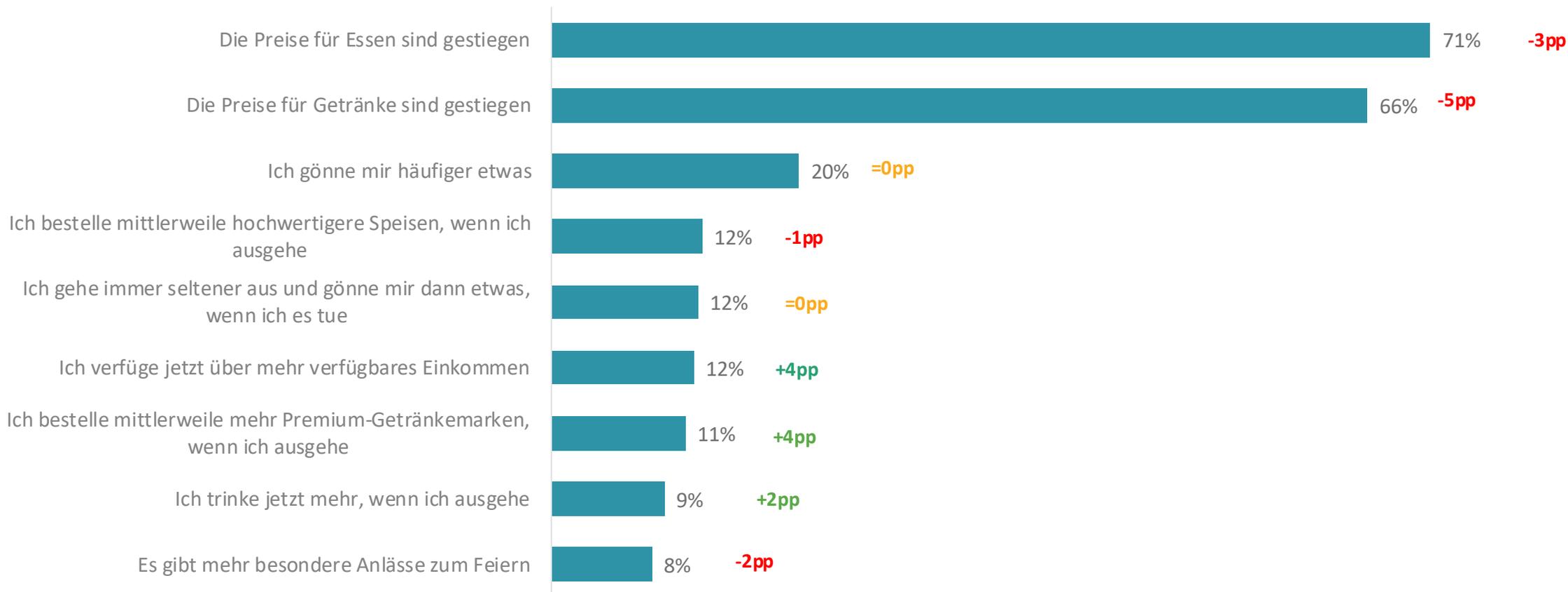


+7pp

■ Hat zugenommen ■ Ist gleich geblieben ■ Hat abgenommen

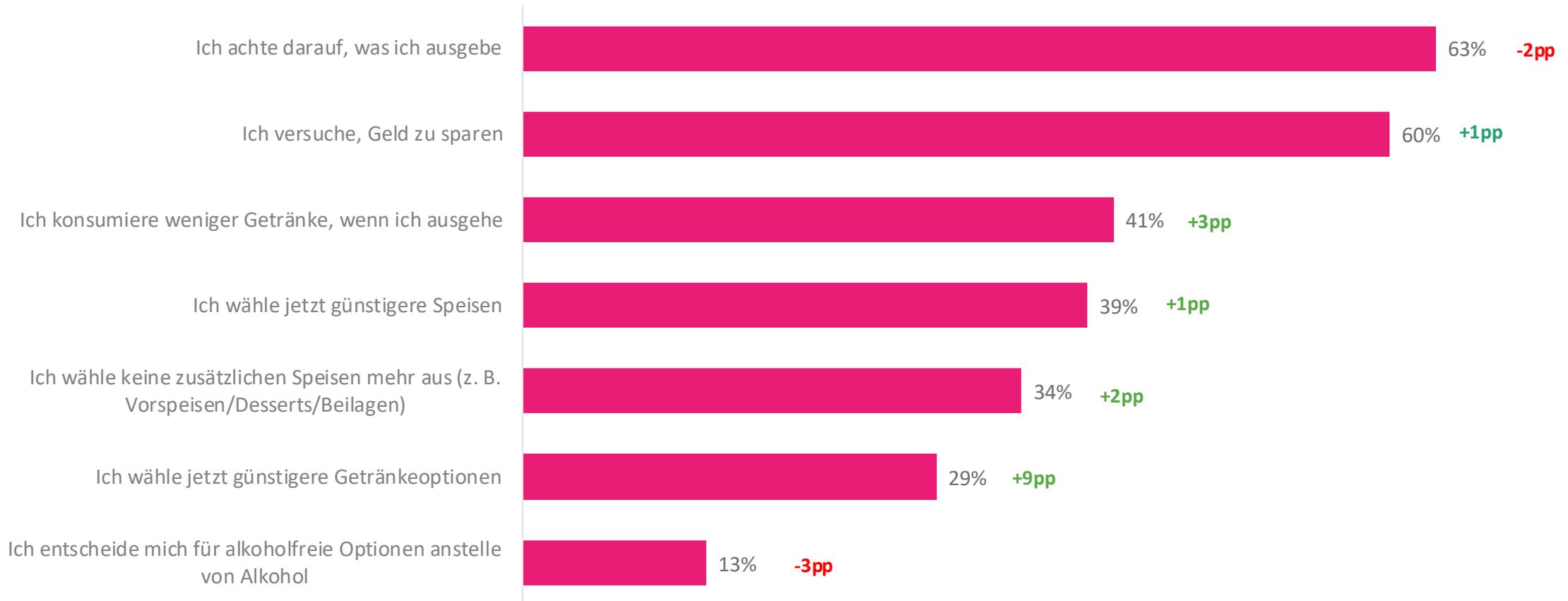
WELCHER DER FOLGENDEN SIND GEGEBENENFALLS GRÜNDE DAFÜR, WESHALB SIE JETZT MEHR GELD PRO BESUCH AUSGEBEN, WENN SIE BARS, RESTAURANTS UND ÄHNLICHE ORTE BESUCHEN?

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



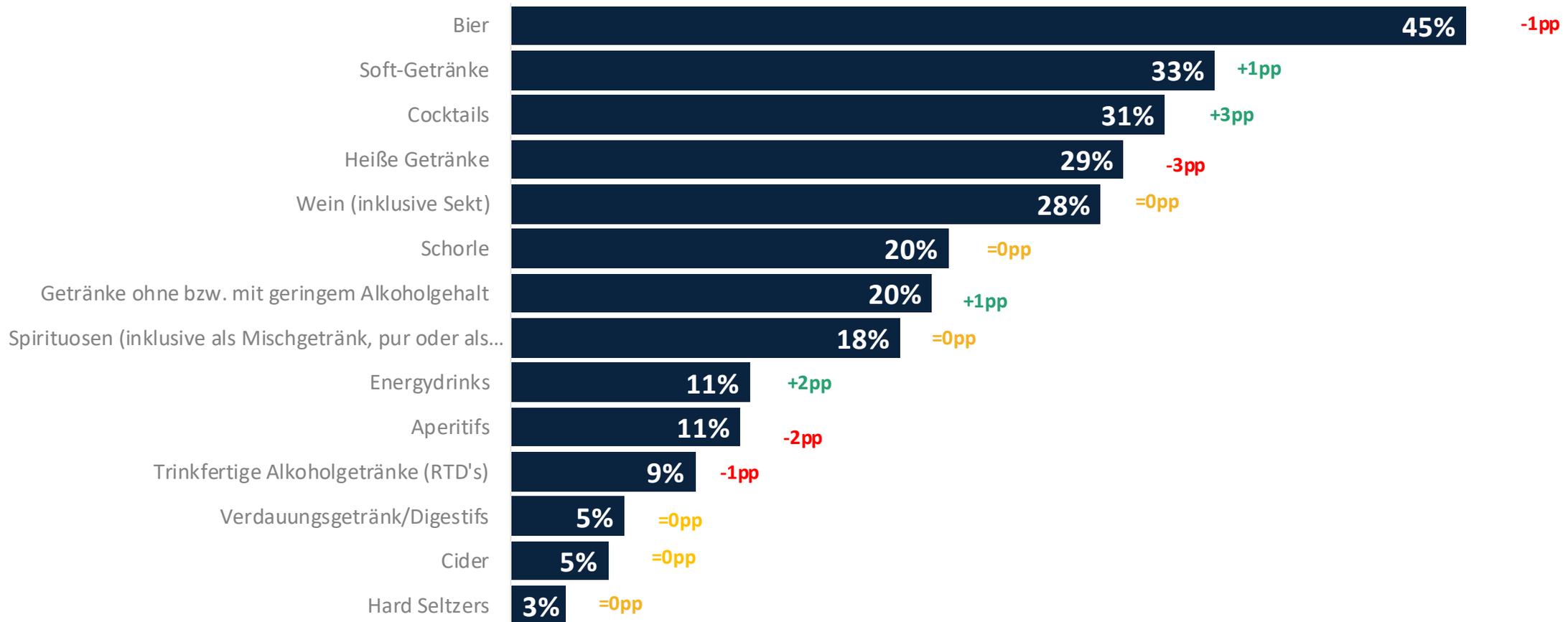
WELCHER DER FOLGENDEN SIND GEGEBENENFALLS GRÜNDE DAFÜR, WESHALB SIE JETZT WENIGER GELD PRO BESUCH AUSGEBEN, WENN SIE BARS, RESTAURANTS UND ÄHNLICHE ORTE BESUCHEN?

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



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 März)

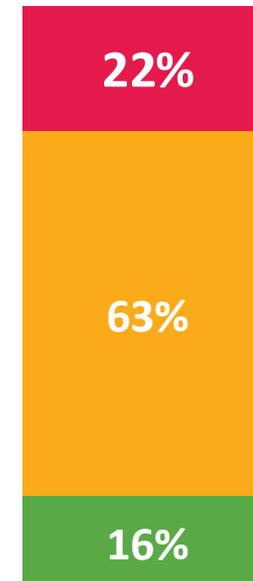




WIE HÄUFIG HABEN SIE VOR, IM NÄCHSTEN MONAT BARS, RESTAURANTS ODER ANDERE ÄHNLICHE ORTE ZU BESUCHEN?

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

- Seltener
- Gleich häufig
- Häufiger



+22pp für Gen Z

55%

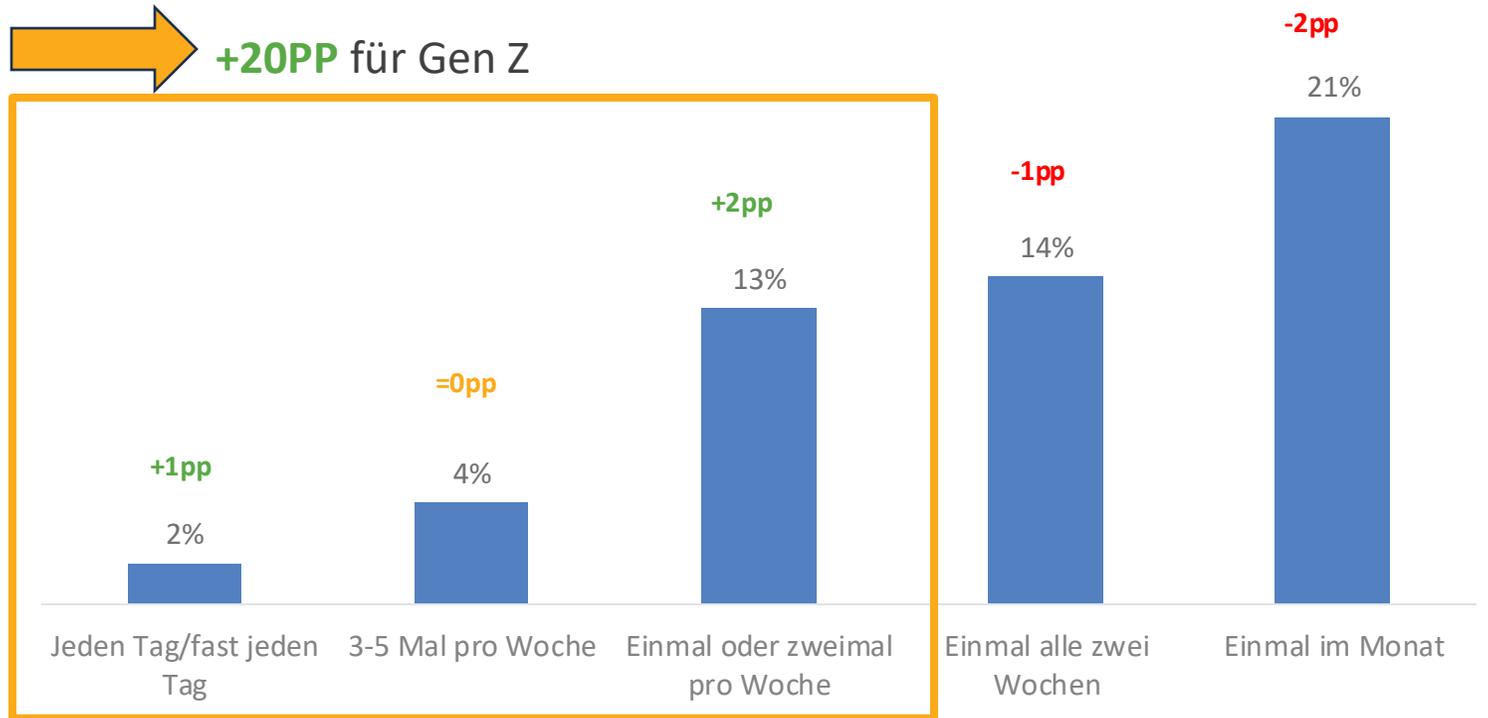
haben diesen Monat bei
einem Lieferservice
bestellt

=OPP im Vergleich zu März

21% haben diesen Monat bei keinem
Lieferservice bestellt
24% bestellen nie bei
einem Lieferservice



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?

63€

Durchschnittliche Ausgaben
für Lieferservice pro Monat
für alle Verbraucher

	Konsumenten zwischen 18-34	Konsumenten zwischen 35-54	Konsumenten über 55
Durchschnittliche Ausgaben für Lieferservice pro Monat	71€	64€	48€



Aktuelle Themen: Veränderungen der Getränketrends



WELCHE DER FOLGENDEN GETRÄNKEKATEGORIEN LIEGEN IHRER MEINUNG NACH MEHR/WENIGER IM TREND (VERGLEICH VORJAHR VS IN DIESEM JAHR)?



Änderungen in dem Kategorie-Trend



Trendier Kategorien vs Vorjahr Top 5

	Aperol	+9%
	Bier ohne bzw. mit geringem Alkoholgehalt	+9%
	Locales Bier	+8%
	Kaffee	+7%
	Trinkfertige Alkoholgetränke (RTD's)	+7%

Kategorien weniger im Trend vs Vorjahr Top 5

	Kräuterlikör	-9%
	Champagner	-8%
	Wodka	-7%
	Tequila	-5%
	Sahnelikör	-5%

WELCHE DER FOLGENDEN COCKTAILS LIEGEN IHRER MEINUNG NACH MEHR/WENIGER IM TREND (VERGLEICH VORJAHR VS IN DIESEM JAHR)?



Veränderungen des Cocktails-Trend



Trendier Cocktails vs Vorjahr Top 5

	Aperol Spritz	+20%
	Little Wild Berry	+13%
	Mojito	+7%
	Limoncello Spritz	+7%
	Cosmopolitan	+3%

Cocktails weniger im Trend vs Vorjahr Top 5

	Zombie	-7%
	White Russian	-5%
	Mimosa	-5%
	Singapore Sling	-4%
	Bloody Mary	-4%

Aktuelle Themen: Saisonverhalten



WO SITZEN SIE NORMALERWEISE, WENN SIE IN DIESEM MONAT VERANSTALTUNGSORTE WIE BARS, CAFÉS ODER RESTAURANTS BESUCHEN?

Draussen oder Terrasse 46%



Drinnen 68%



WELCHE DIESER GETRÄNKE MÖCHTEN SIE IM FRÜHLING/SOMMER MEHR/WENIGER TRINKEN?

Kategorien die im Frühling/Sommer mehr
getrunken werden
Top 5



Bier

20%



Schorle

13%



Cocktails

10%

Kategorien die im Frühling/Sommer weniger
getrunken werden
Top 5



Tee

15%



Kaffee

13%



Whiskey

12%

PLANEN SIE, IM FRÜHLING/SOMMERN DEN ALKOHOLGEGHALT IN DEN GETRÄNKEKATEGORIEN, DIE SIE NORMALERWEISE BESTELLEN, ZU ÄNDERN?

Änderungen der ABV-Präferenz im Sommer

Kategorien, in denen Verbraucher im Sommer meist einen **höheren Alkoholgehalt** bevorzugen

Top 3



Cider

8%



Trinkfertige
Alkoholgetränke
(RTD's)

7%



Spirituosen

4%

Kategorien, in denen Verbraucher im Sommer meist einen **niedrigeren Alkoholgehalt** bevorzugen

Top 3



Schorle

22%



Cocktails ohne
bzw. mit geringem
Alkoholgehalt

12%

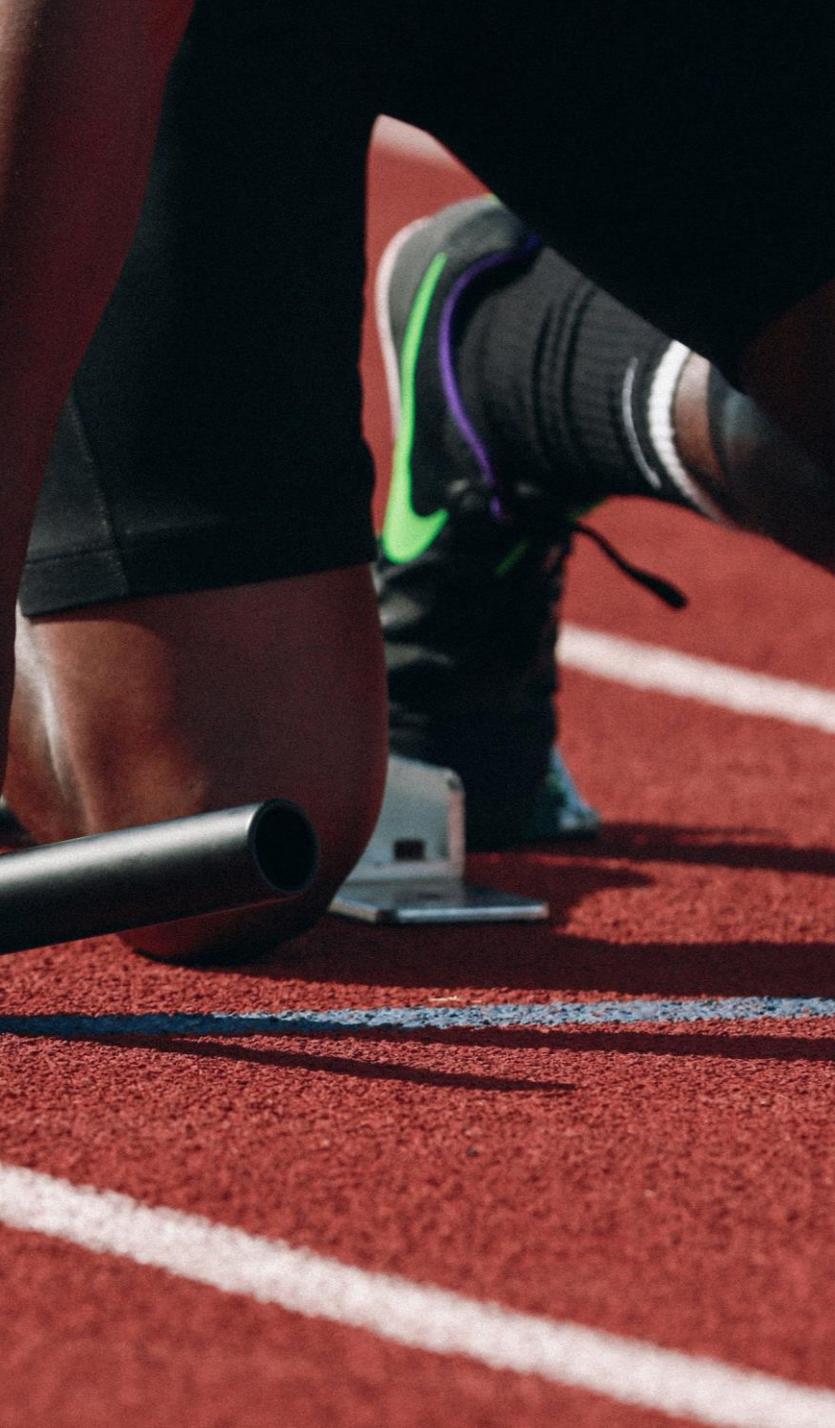


Wein

8%

Aktuelle Themen: Olympische Spiele in Paris





IN DIESEM JAHR WERDEN DIE OLYMPISCHEN SPIELE VOM 26. JULI BIS 11. AUGUST IN PARIS AUSGETRAGEN, PLANEN SIE, SIE ANZUSEHEN?

74%

Ja

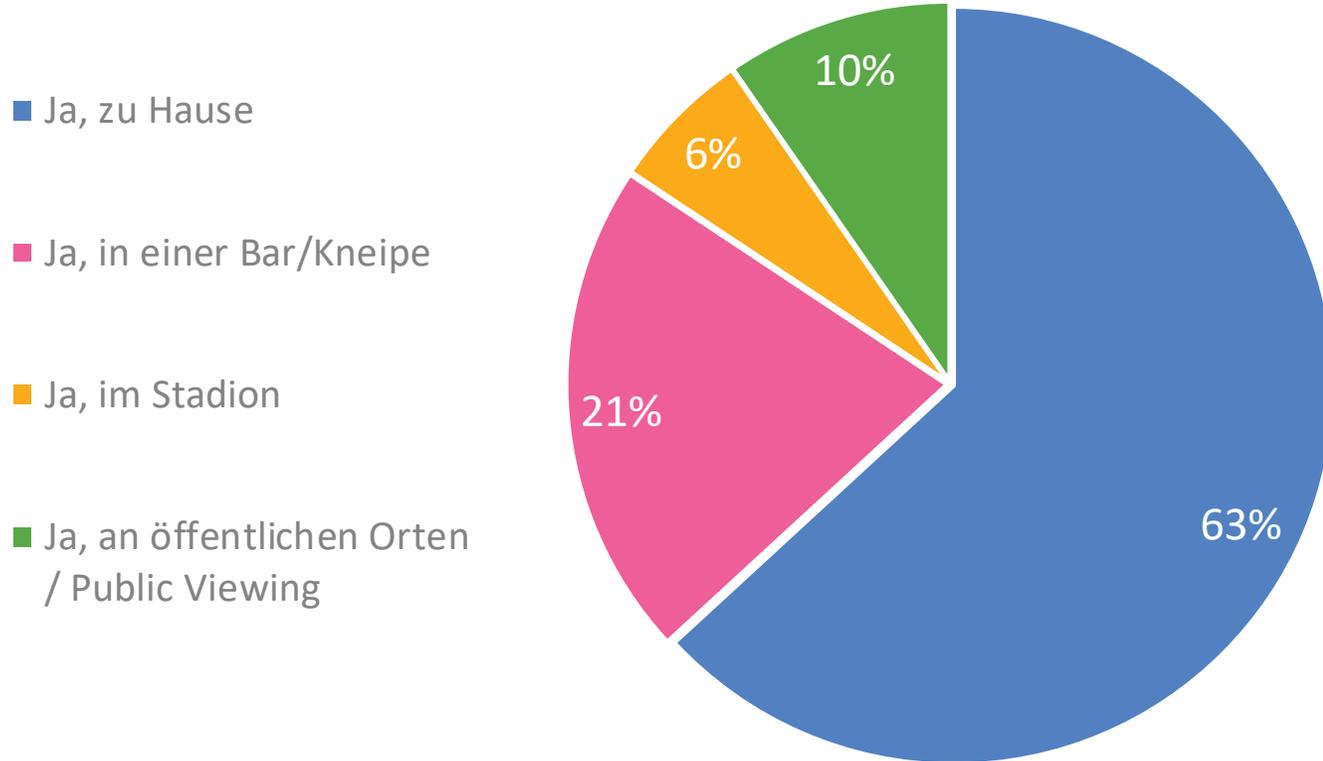
12%

Ich habe noch
nicht
entschieden

23%

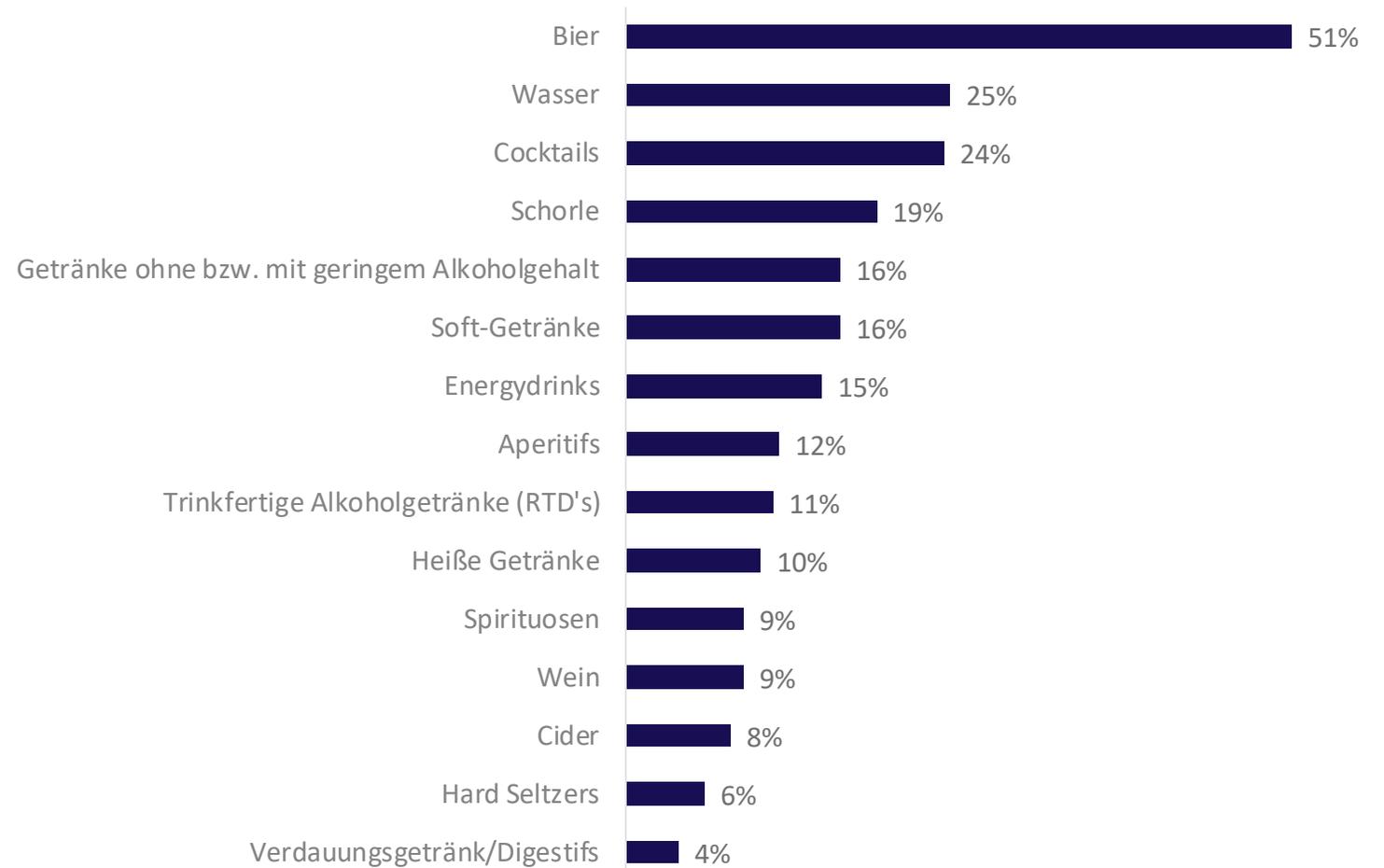
Nein

PLANEN SIE, DIE OLYMPISCHEN SPIELE IN PARIS AN EINEM DER FOLGENDEN ORTE ZU SEHEN?

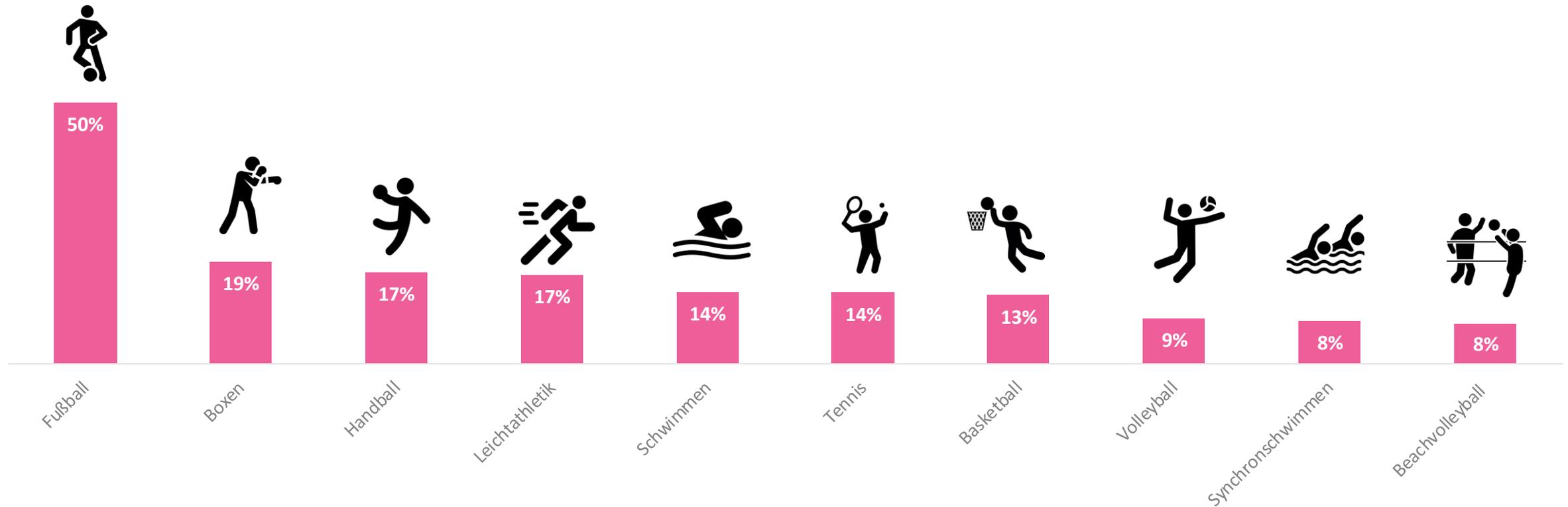




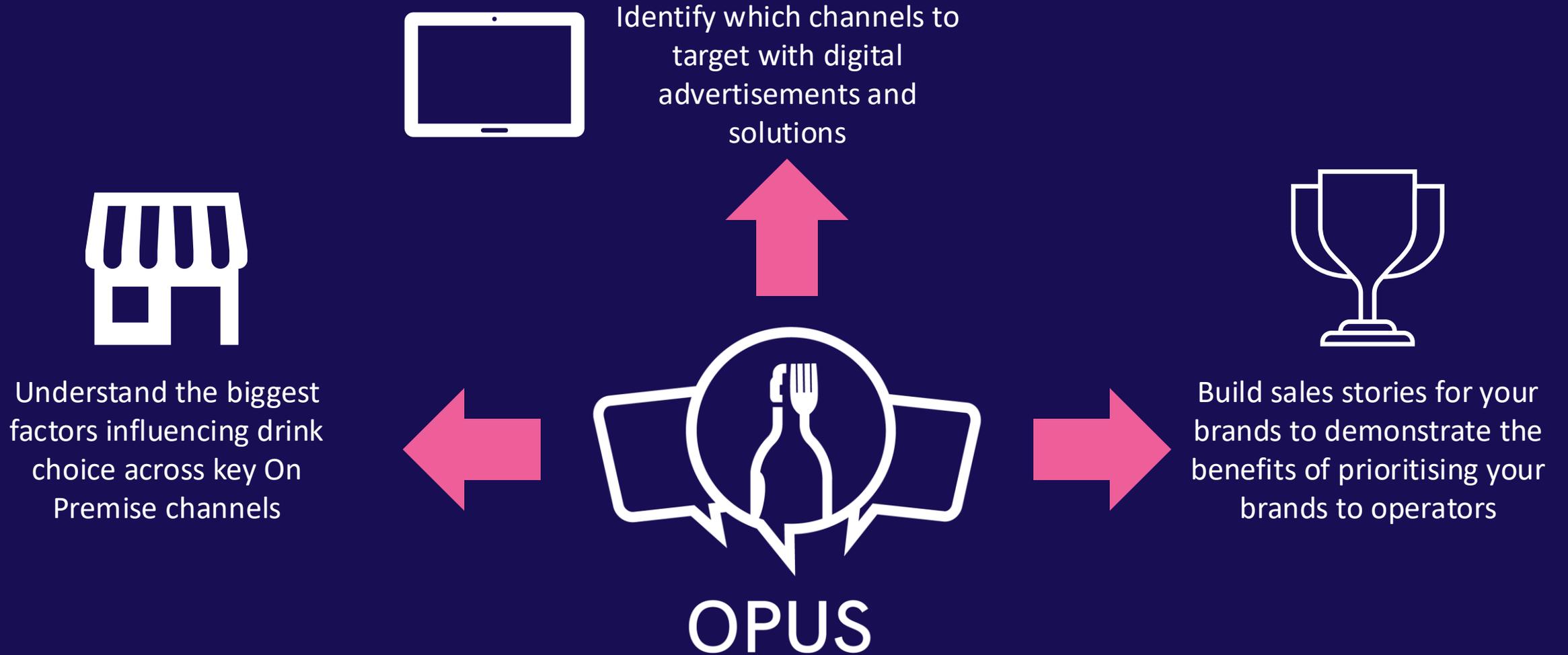
WAS HABEN SIE VOR, ZU TRINKEN, WENN SIE DIE OLYMPISCHEN SPIELE IN BARS, RESTAURANTS ODER ANDEREN ÄHNLICHEN ORTEN ANSCHAUEN?



WELCHE DER FOLGENDEN SPORTARTEN WÜRDEN SIE SICH MÖGLICHERWEISE IN PUBS, BARS ODER ÄHNLICHEN ORTEN ANSEHEN?



Optimise your On Premise channel strategy with CGA's On Premise User Survey



Global Bartender Reports

Market-specific insights based on a robust sample of 150 bartenders per country

- Understand the market nuances and the needs of hospitality professionals at a market level by purchasing country-specific Bartender Report
- Market-level reports are available for all countries included in the study and provide a rich insight into how to win with hospitality professionals, how to drive advocacy and the trends impacting specific countries

What you will receive

- *An in-depth report providing market level findings and recommendations allowing you to build relationships with this crucial audience, delivered in local language*
- *A virtual presentation of findings, delivered by CGA experts*

Investment

 UK - \$17,748

 South Korea - \$17,526

 Germany - \$19,967

 Spain - \$16,417

 USA - \$22,185

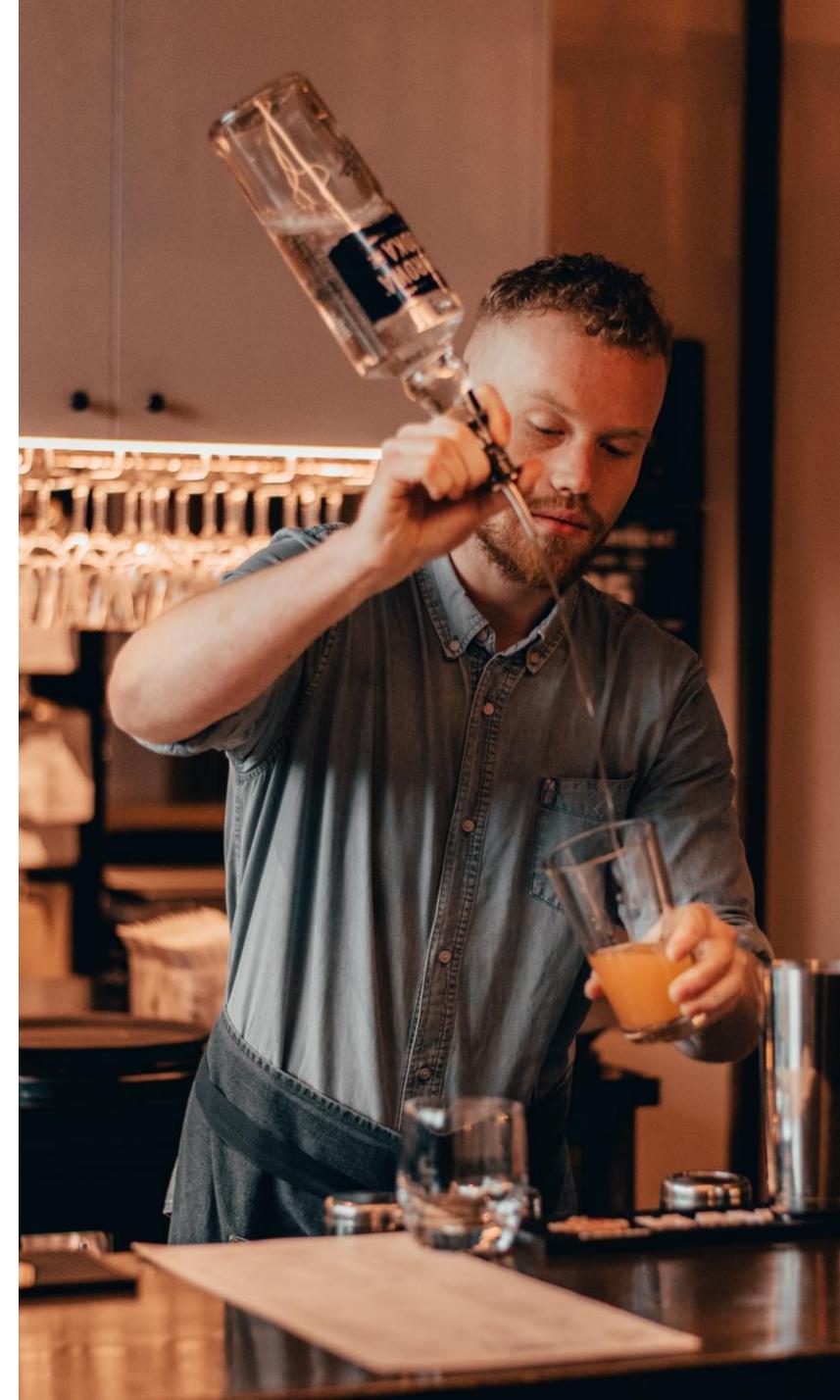
 Italy - \$16,417

 Australia - \$17,525

 France - \$16,417

 Mexico - \$19,523

 Canada - \$17,748



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.