

Gastro- stimmungs- barometer 2024

**Zeit der großen Gastronomie-
Herausforderungen**

Inhalt

Kurz & knapp	3
01 Vergleich 2020 zu 2024: Andere Bedingungen, dennoch zunehmender Druck	5
02 Gastro-Inflation: Die Preise steigen und steigen und steigen...	8
03 Ein Blick in die Zukunft – oder lieber doch nicht?	11
04 Mehrwertsteuererhöhung: Die Kirsche auf der Sahnetorte der Herausforderungen	14
05 Fachkräfte dringend gesucht!	17
06 Vermehrte Probleme und dann kommen noch weniger Gäste	20
07 Können digitale Tools, Innovationen oder Social Media diesmal aus der Krise helfen?	22
08 Gastronom*innen sehen den Staat in der Pflicht	25
09 Fazit	27
Über orderbird	29

Kurz & knapp



Kurz und knapp

Große Herausforderungen: Gastronomie fordert mehr politische Unterstützung für die Branche

Gastro-Stimmung gedrückter als nach dem ersten Corona Lockdown

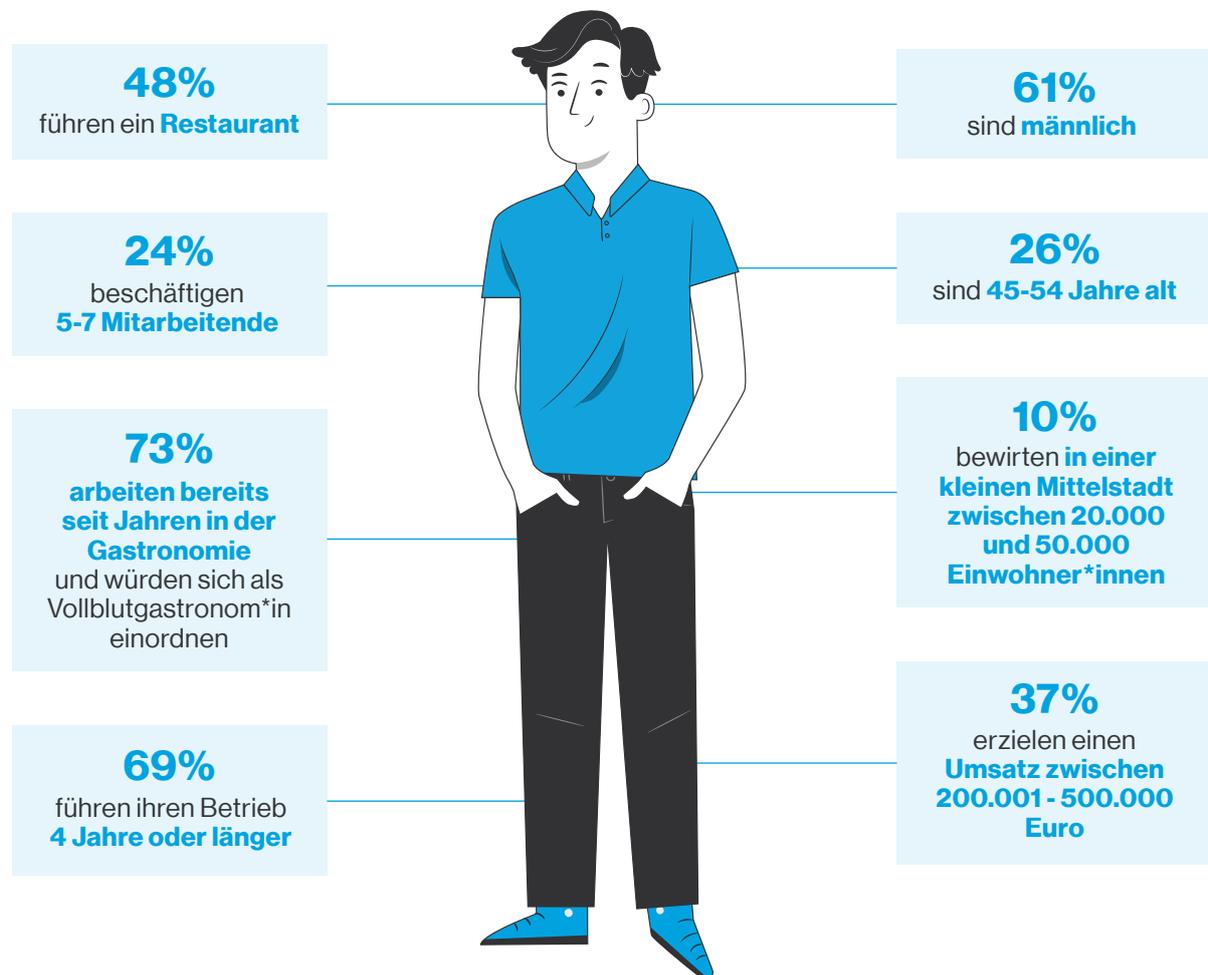
- **Das Gastro Stimmungsbarometer geht in die zweite Runde: Nach der ersten Erhebung im Jahr 2020 führt der Kassenanbieter orderbird erneut eine Umfrage unter deutschen Gastronom*innen zur aktuellen Branchenstimmung durch.**
- **Die Umfrage zeigt deutlich, dass die Gastronomiebranche mit erheblichen Herausforderungen konfrontiert ist, darunter Personalmangel, Inflation und die Erhöhung der Mehrwertsteuer.**
- **Die vorherrschende Stimmung ist aufgrund von Preissteigerungen, drohenden Betriebsschließungen und einem Rückgang der Gästezahlen tendenziell negativ.**
- **Anpassungen und Digitalisierung werden immer wichtiger: Viele Betriebe haben ihre Speisekarten reduziert, Preise erhöht und setzen auf digitale Zahlungsmethoden und eine Online-Präsenz, um sich am Markt zu behaupten.**
- **Lösungsansätze und Personalmanagement: Gastronom*innen sehen auch den Staat in der Pflicht und wünschen sich finanzielle Unterstützungsmaßnahmen sowie politische Entlastungen. Zuwanderung wird von vielen als Chance gesehen, um den Personalmangel zu bewältigen.**

Über die Befragten



Über die Befragten

So antworteten die Befragten im Durchschnitt:



Die Umfrage zeigt eine breite Beteiligung aus verschiedenen Gastronomiebereichen: Befragt wurden Betreibende von Restaurants (49 Prozent), Cafés (33 Prozent), Bars (18 Prozent) und sonstigen gastronomischen Betrieben (30 Prozent). Knapp zwei Drittel (60 Prozent) der Teilnehmenden beschäftigen maximal sieben Mitarbeitende. 61 Prozent der Gastronom*innen sind Männer und 34 Prozent Frauen. Der Großteil der Befragten ist zwischen 35 und 54 Jahre alt (56 Prozent). Knapp drei Viertel (73 Prozent) bezeichnen sich als Vollblutgastronom*innen, und gut zwei Drittel (69 Prozent) führen ihren Betrieb seit mindestens vier Jahren.

Vergleich 2020 zu 2024: Andere Bedingungen, dennoch zunehmender Druck



Vergleich 2020 zu 2024: Andere Bedingungen, dennoch zunehmender Druck

Berlin, 18. Juni 2024 — Die Gastronomiebranche steht weiterhin vor erheblichen Herausforderungen. Nach der ersten Durchführung des **Gastro Stimmungsbarometers 2020** präsentiert **orderbird** (www.orderbird.com), ein führender Anbieter für iPad-Kassensysteme in der Gastronomie, nun die Ergebnisse der zweiten Erhebung, welche Meinungen von Gastronom*innen zur aktuellen Situation in der Gastronomie und darüber hinaus untersucht.

Seit der ersten Umfrage im Jahr 2020 haben sich die Bedingungen in der Gastronomie deutlich verändert. Damals lag der Fokus vor allem auf den unmittelbaren Auswirkungen der Corona-Pandemie. Heute erweisen sich neben dem anhaltenden Personalmangel auch die weltweiten Konflikte und die resultierende Inflation sowie die Mehrwertsteueranhebung als massive Herausforderungen. Gleichzeitig verändert sich auch das Verhalten der Gäste. Die aktuelle Umfrage zeigt, dass die jüngsten Entwicklungen die Gastronomiebranche zunehmend unter Druck setzen, da sie weiteren schwerwiegenden Belastungen ausgesetzt ist.

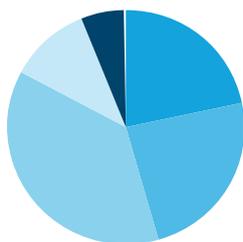
Was denken Gastronom*innen, wie sich die Branche verändern wird? Passen sie sich an die anhaltenden Veränderungen an? Und welche Erwartungen bestehen für die Zukunft? Das Gastro-Stimmungsbarometer möchte Erkenntnisse über die Auswirkungen der Herausforderungen liefern und Lösungsansätze finden.

Gastro-Inflation



Gastro-Inflation: Die Preise steigen und steigen und steigen...

Finanziell gesehen erwirtschaften 37 Prozent der Betriebe einen Umsatz zwischen 200.001 und 500.000 Euro, während 45 Prozent darunter und 17 Prozent über 500.000 Euro liegen. Restaurants erzielen dabei höhere Umsätze als Bars und Cafés. Tatsache ist, dass fast die Hälfte (47 Prozent) der Befragten ihre finanzielle Situation schlechter als vor vier Jahren bewertet, während ein Drittel (32 Prozent) eine Verbesserung sieht und fast ein Fünftel (19 Prozent) diese als gleich betrachtet.

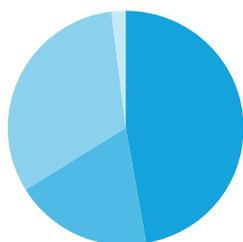


In welchem Bereich befindet sich Ihr jährlicher Umsatz?

- Bis 100.000 Euro (21%)
- 100.001 - 200.000 Euro (24%)
- 200.001 - 500.000 Euro (37%)
- 500.001 - 1 Mio. Euro (11%)
- Über 1 Million Euro (6%)

Da ist es kein Wunder, dass viele Gastronom*innen ihr Angebot anpassen, um wirtschaftlich zu bleiben: Eine Reduktion der Speisekarte (mit 38 Prozent) und Umstellung der Speisen auf weniger aufwändige Gerichte (mit 32 Prozent), gefolgt von der Ausweitung des Angebots auf Produkte mit höheren Gewinnmargen, wie beispielsweise Getränke (mit 27 Prozent) sind die häufigsten Maßnahmen.

Erschreckend, aufgrund der Umstände aber auch nicht überraschend ist, dass **87 Prozent der Gastronom*innen in den letzten Jahren die Preise erhöht haben**. Um Kosten zu reduzieren, wird größtenteils bei Instandhaltungen und Werbekosten (beide zu 33 Prozent) gespart.



Wie ist die finanzielle Situation Ihres Betriebs heute im Vergleich zu vor vier Jahren?

- Schlechter als vor 4 Jahren (47%)
- Besser als vor 4 Jahren (32%)
- Gleich wie vor 4 Jahren (18%)
- Ich weiß es nicht (2%)

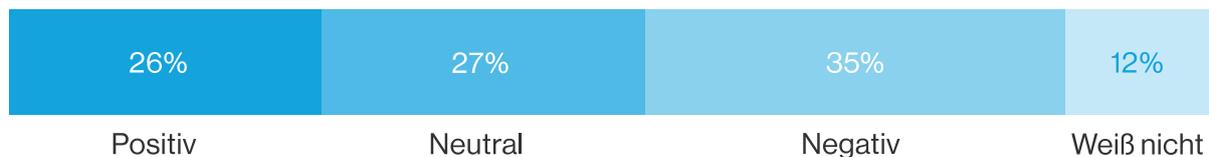
Ein Blick in die Zukunft – oder lieber doch nicht?



Ein Blick in die Zukunft – oder lieber doch nicht?

Es ist daher keine Überraschung, aber trotzdem alarmierend, dass **der Großteil der Befragten eher pessimistisch in die Zukunft der Gastronomie sieht**. Während die Gastronom*innen 2020 trotz der Schwierigkeiten durch Covid-19 überwiegend optimistisch in die Zukunft blickten, ist der Optimismus in der aktuellen Umfrage deutlich gedämpfter: Im Jahr 2020 blickte noch jede*r Vierte negativ in die Zukunft der Gastronomie, jetzt ist es schon mehr als jede*r Drittel (35 Prozent). Gleichzeitig hat sich der Anteil derjenigen, die positiv in die Zukunft sehen, von 62 Prozent auf ein Viertel (26 Prozent) mehr als halbiert.

Wie stehen Sie der Zukunft der Gastronomiebranche gegenüber?

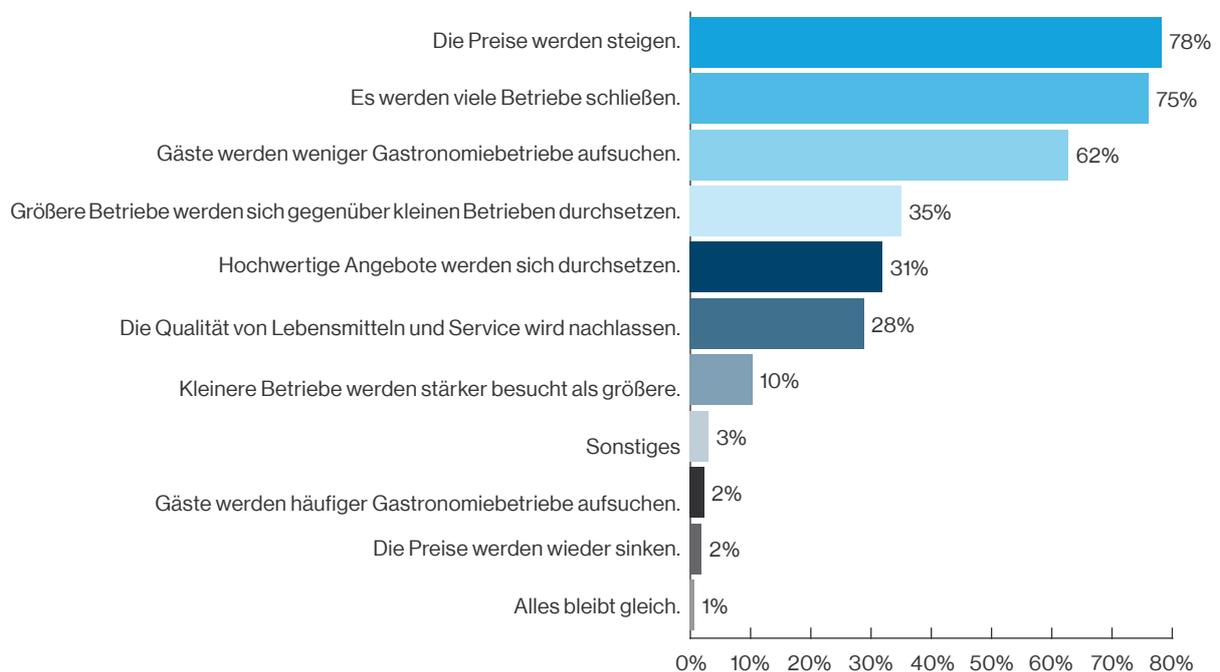


Steigende Kosten sehen Gastronom*innen generell als größte Herausforderung. Sei es fürs Personal (74 Prozent), für Lebensmittel (71 Prozent) oder Betriebskosten (69 Prozent). Weitere Herausforderungen sind für 62 Prozent Personalmangel und für mehr als die Hälfte der Befragten (57 Prozent) ausbleibende Gäste.

Doch was wird die Zukunft bringen? Laut Umfrage gehen die befragten Gastronom*innen davon aus, dass sich die Branche insofern verändern wird, als dass für 78 Prozent die Preise weiter steigen, für 75 Prozent sogar Betriebe schließen und für 62 Prozent Gäste weniger gastronomische Einrichtungen besuchen werden.

Ein Blick in die Zukunft – oder lieber doch nicht?

Wie wird sich die Branche langfristig durch die aktuellen weltweiten Geschehnisse verändern (Mehrfachnennung möglich)?

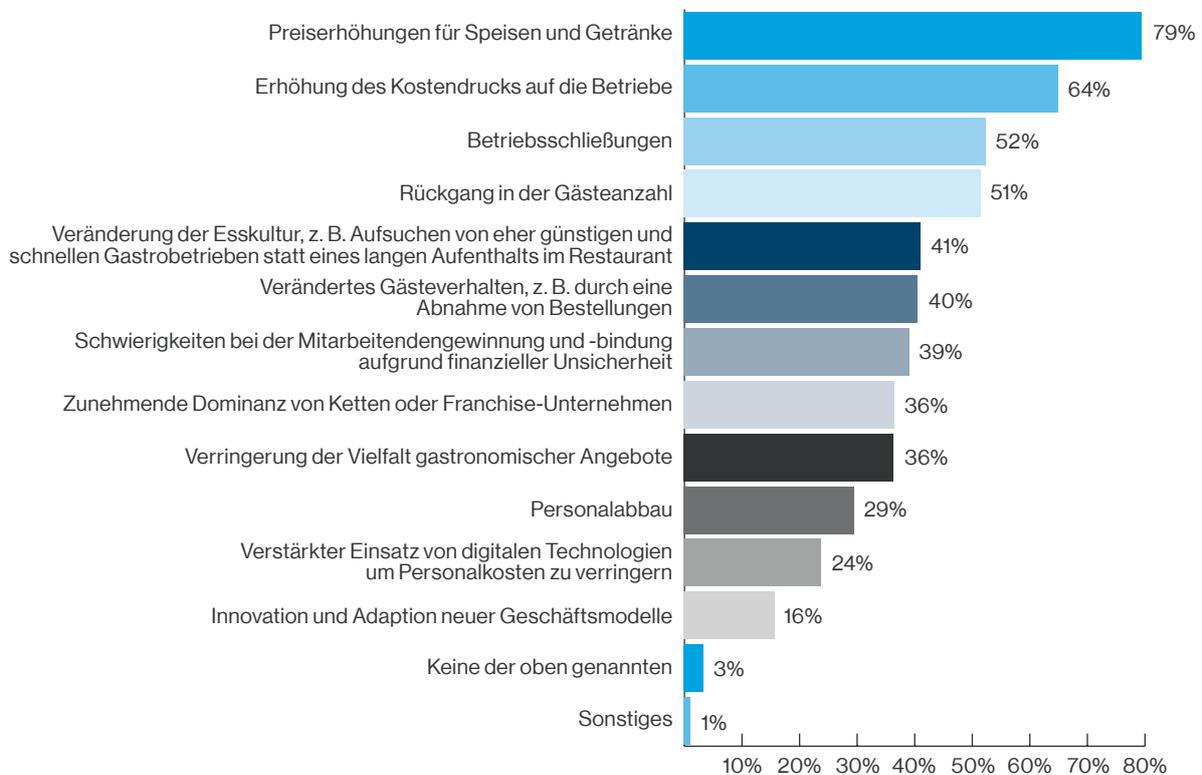


Mehrwert- steuererhöhung: Die Kirsche auf der Sahnetorte der Herausforderungen

Mehrwertsteuererhöhung: Die Kirsche auf der Sahnetorte der Herausforderungen

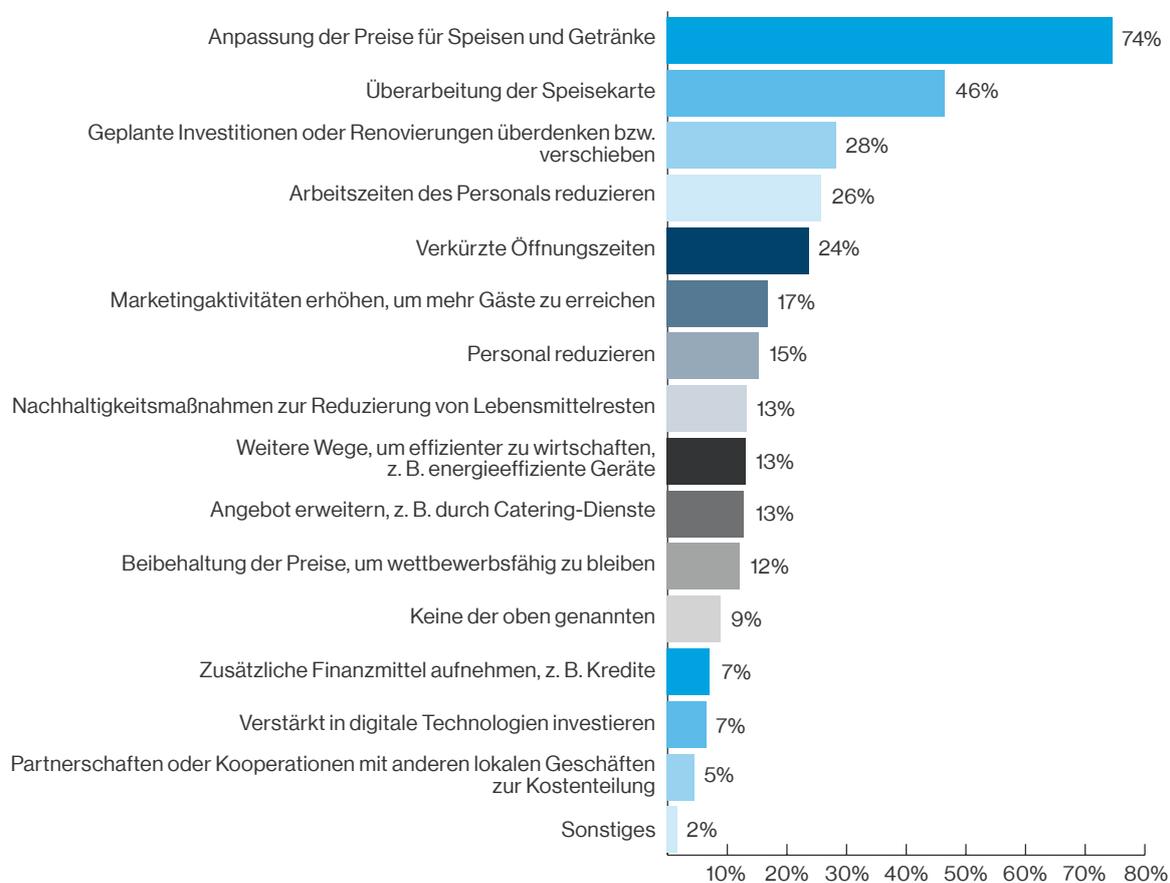
Die Mehrwertsteuererhöhung zu Jahresbeginn trägt ebenfalls zu einer negativen Stimmung bei: Im Vergleich zu 2020, als die Mehrheit der Gastronom*innen die politische Unterstützung als ausreichend bewertete und optimistisch in die Zukunft blickte, sind heute 65 Prozent der Befragten der Meinung, dass die Mehrwertsteuererhöhung den Kostendruck auf die Betriebe erhöht. Erwartet werden sogar Betriebsschließungen (52 Prozent) sowie ein Rückgang der Gästeanzahl (51 Prozent). Zudem leiden dieses Mal auch die Gäste darunter: Ausgelöst durch die Mehrwertsteueranpassung erwarten 79 Prozent der Gastrom*innen Preiserhöhungen und knapp zwei Drittel (74 Prozent) haben ihre Preise bereits angehoben. Neben Anpassungen der Preise haben 46 Prozent der Gastronom*innen die Speisekarte überarbeitet und 28 Prozent geplante Innovationen verschoben.

Welche Folgen sehen Sie in der Gastronomiebranche in Bezug auf die Mehrwertsteuererhöhung (Mehrfachnennung möglich)?



Mehrwertsteuererhöhung: Die Kirsche auf der Sahnetorte der Herausforderungen

Haben Sie bereits Maßnahmen ergriffen, um auf die Mehrwertsteueranhebung seit Januar 2024 zu reagieren (Mehrfachnennungen möglich)?

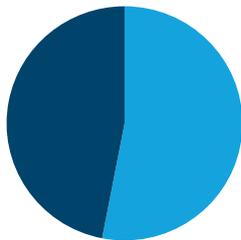


Fachkräfte dringend gesucht!



Fachkräfte dringend gesucht!

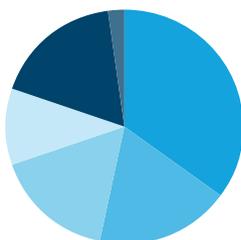
Die Ergebnisse des Gastro Stimmungsbarometers 2024 zeigen, dass die Gastronomiebranche stets, wenn nicht sogar noch weiteren erheblichen Belastungen ausgesetzt ist: Personalmangel bleibt eine zentrale Herausforderung, ähnlich wie im Jahr 2020. Über die Hälfte der befragten Gastronom*innen sind davon betroffen, insbesondere Restaurants (62 Prozent).



Ist Ihre Gastronomie vom Personalmangel betroffen?

● Ja (53%) ● Nein (47%)

Zuwanderung könnte eine Möglichkeit sein, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. 45 Prozent der Befragten sehen darin eine klare Chance, wobei 28 Prozent skeptisch sind. Kein Wunder - 60 Prozent beschäftigen schon internationale Mitarbeitende. Mehr als jeder dritte Betrieb hat bis zu 20 Prozent internationale Mitarbeitende und mehr als jedes sechste Unternehmen hat einen Anteil an internationalen Mitarbeitenden von mehr als 81 Prozent.



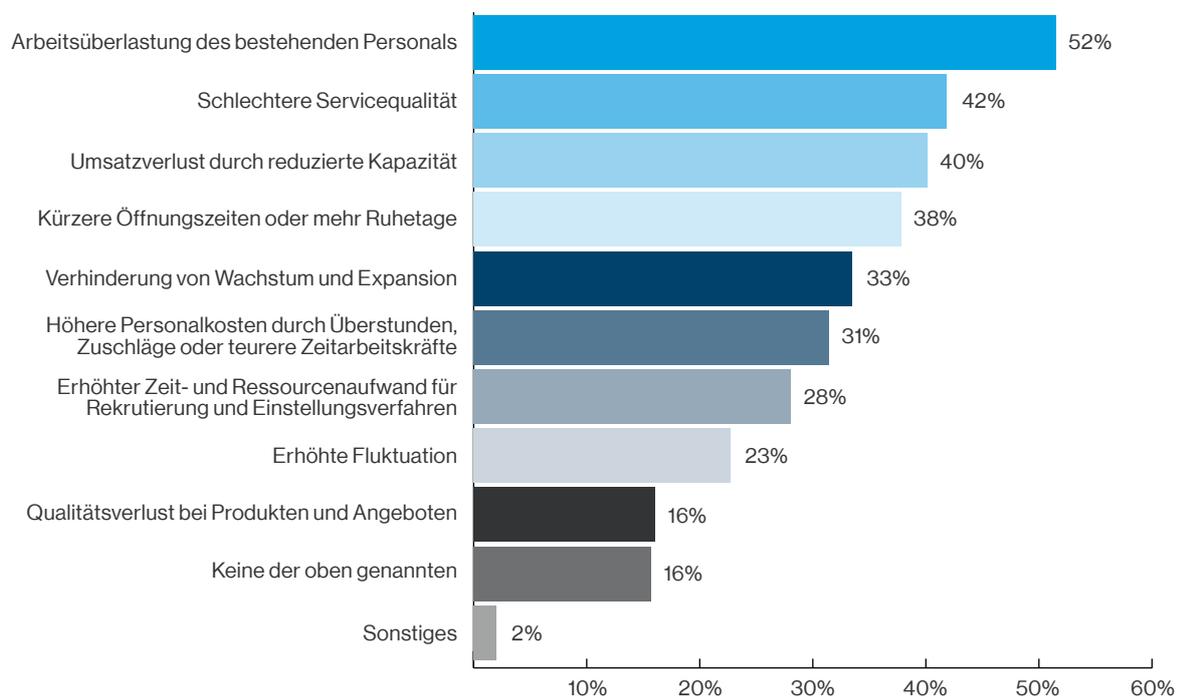
Wie viel Prozent von Ihren Mitarbeitenden sind international?

● Bis zu 20 (35%) ● 61 % bis 80 % (11%)
 ● 21 % bis 40 % (18%) ● 81 % bis 100 % (18%)
 ● 41 % bis 60 % (16%) ● Weiß nicht (2%)

Doch was sind die konkreten Herausforderungen, die durch Personalmangel entstehen? Über die Hälfte der Befragten (52 Prozent) sehen Überlastung des bestehenden Personals als gravierendstes Problem an, gefolgt von schlechter Servicequalität mit 42 Prozent und Umsatzverlust durch reduzierte Kapazität mit 40 Prozent.

Fachkräfte dringend gesucht!

Welche größten Herausforderungen resultieren aus dem Personalmangel für Ihren Betrieb (Mehrfachnennungen möglich)?

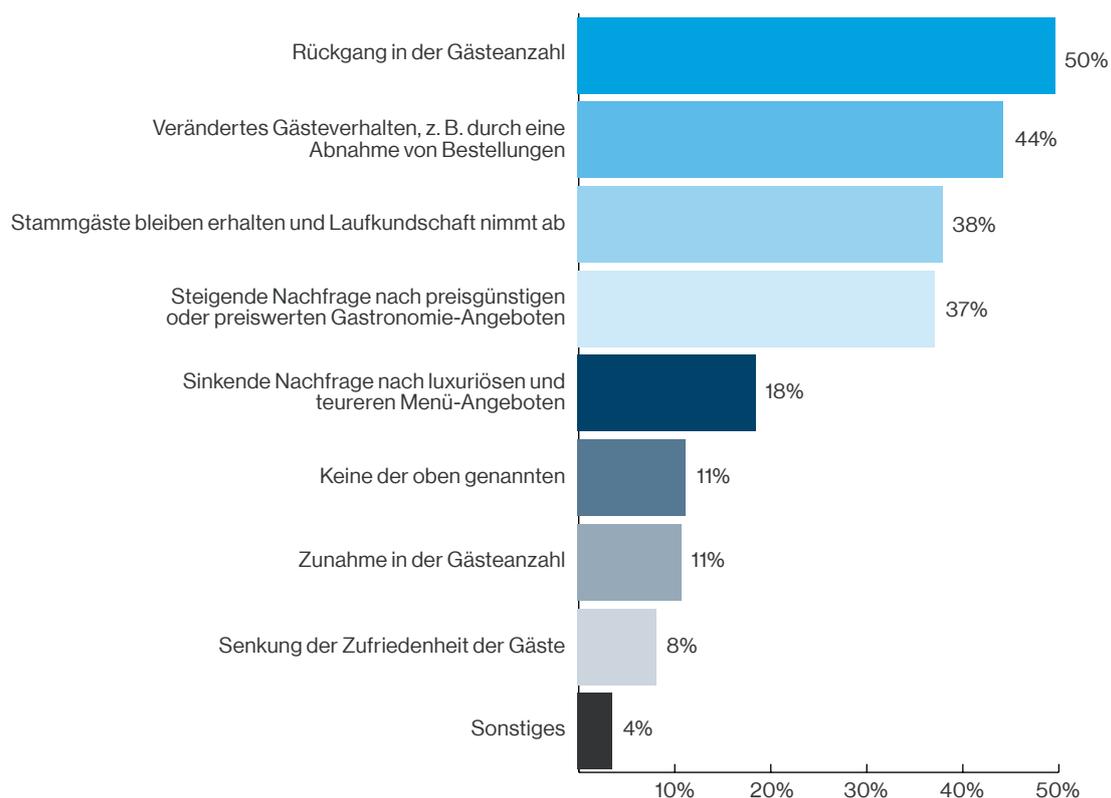


Vermehrte Probleme und dann kommen noch weniger Gäste

Vermehrte Probleme und dann kommen noch weniger Gäste

Die Herausforderungen der letzten Jahre spiegeln sich auch im Gästeverhalten wider. Die Hälfte der Betriebe (50 Prozent) sieht einen Rückgang der Gäste. Bei 44 Prozent hat sich das Gästeverhalten zum Beispiel durch Abnahme der Bestellungen verändert und 38 Prozent sehen zwar einen Erhalt der Stammgäste, aber einen Rückgang der Laufkundschaft. Eine gesteigerte Nachfrage nach günstigeren Angeboten beobachten 37 Prozent.

Welche Veränderungen im Verhalten der Gäste haben Sie in Ihrem Betrieb beobachtet (Mehrfachnennungen möglich)?



The background is a rustic wooden wall with vertical planks. At the top, a neon sign spells out 'OPEN' in red and blue. Below it, a small sign says 'ACCESS INSPECTED'. To the left is a wooden wheel, and to the right is a large green cactus. The scene is lit with warm, low-key lighting.

Können digitale Tools, Innovationen oder Social Media diesmal aus der Krise helfen?

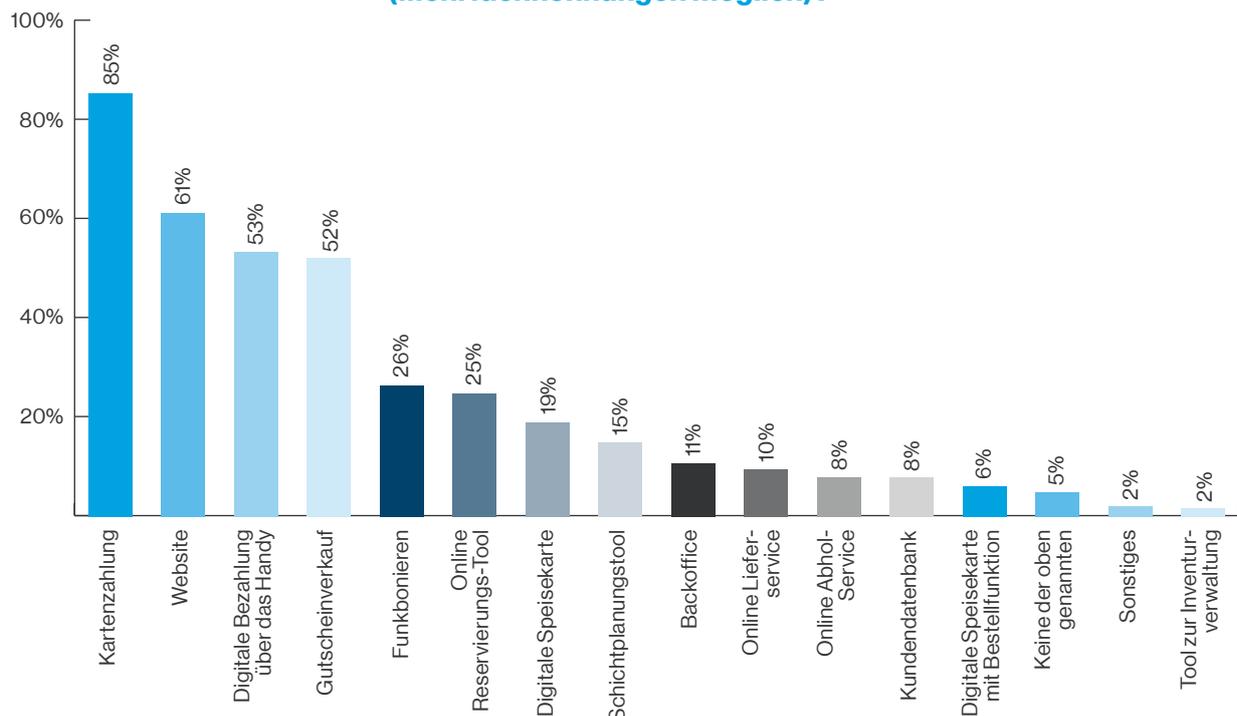
Können digitale Tools, Innovationen oder Social Media diesmal aus der Krise helfen?

Digitale Zahlungsmethoden und eine Online-Präsenz spielen, wie schon in der Umfrage 2020 eine zunehmend wichtige Rolle: Kartenzahlung nimmt einen immer wichtigeren Stellenwert ein und wird von mittlerweile 85 Prozent der befragten Gastronomiebetreibenden angeboten, 2020 waren es noch 80 Prozent. Über die Hälfte (50 Prozent) ermöglichen digitale Zahlungen über das Handy. Eine eigene Website (61 Prozent) und Gutscheinverkäufe (52 Prozent) haben sich ebenfalls etabliert.

Bei den geplanten Innovationen für die nächsten sechs Monate befinden sich kundenorientierte Tools auf den vorderen Plätzen: Von den 14 wichtigsten digitalen Lösungen steht eine eigene Website (13 Prozent) auf Platz eins. Online-Reservierungen und digitale Speisekarten (9 Prozent) teilen sich den zweiten Platz. Wobei mehr als die Hälfte (56 Prozent) keine oder keine konkreten Investitionen geplant haben.

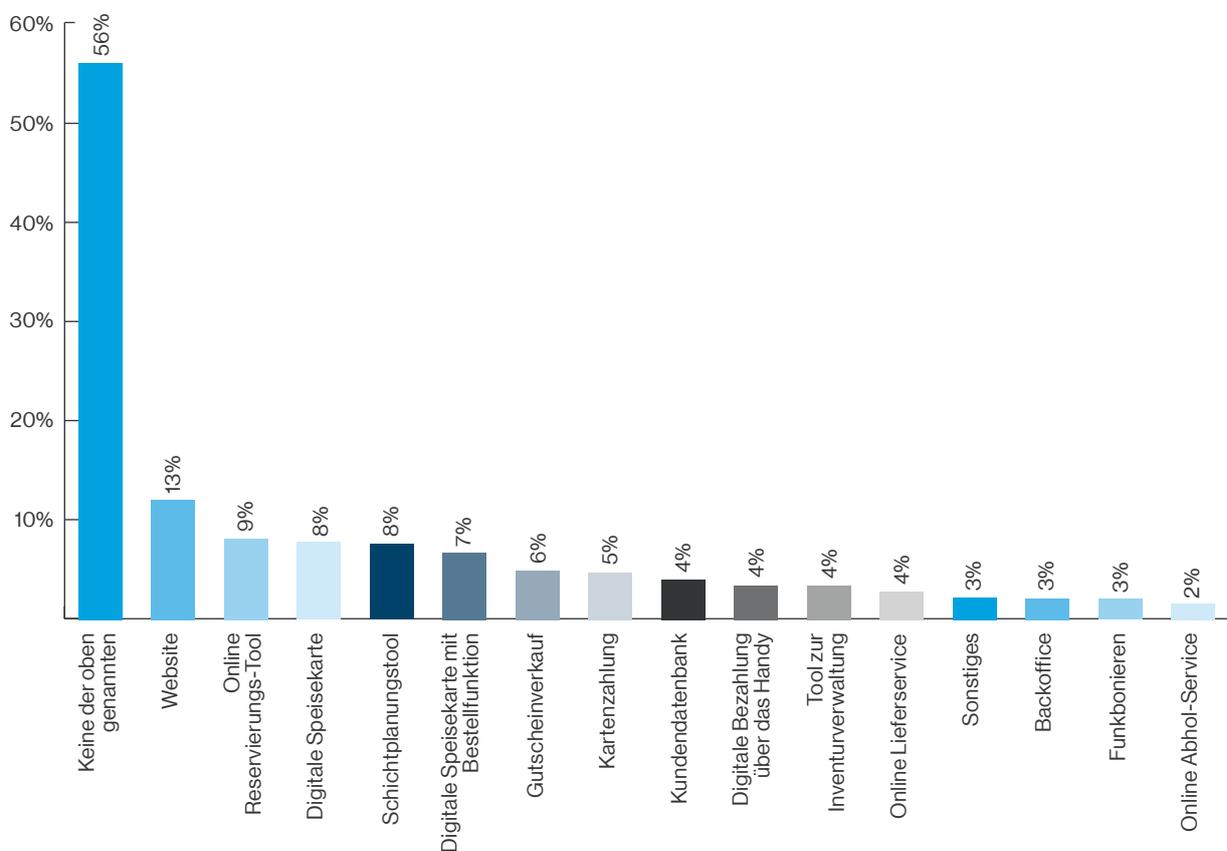
Social Media bleibt ein wichtiger Kommunikationskanal: 88 Prozent der Gastronom*innen nutzen Instagram, dicht gefolgt von Facebook mit 82 Prozent. Lediglich 5 Prozent nutzen wiederum gar keine sozialen Medien.

Welche digitalen Lösungen setzen Sie aktuell in Ihrer Gastronomie ein (Mehrfachnennungen möglich)?



Können digitale Tools, Innovationen oder Social Media diesmal aus der Krise helfen?

Planen Sie in den nächsten 6 Monaten eine Investition in eine der folgenden digitalen Lösungen (Mehrfachnennungen möglich)?



Gastronom*innen sehen den Staat in der Pflicht

Gastronom*innen sehen den Staat in der Pflicht

Beim Stimmungsbarometer 2020 spielte die Digitalisierung einen entscheidenden Faktor: Betriebe mit digitalen Softwarelösungen blickten optimistischer in die Zukunft und kommen durch einen höheren Umsatz besser durch die Krise. Auch wenn 18 Prozent bei der diesjährigen Umfrage meinen, ein erhöhter Einsatz digitaler Technologien, wie beispielsweise das Funkbonieren oder Online-Reservierungssysteme, könne helfen, die Probleme zu beseitigen: Eine alleinige Lösung zum Meistern der unterschiedlichen Herausforderungen sehen Gastronom*innen in den digitalen Tools diesmal nicht.

Die Umfrageergebnisse verdeutlichen: Digitale Tools nehmen weiterhin zu und unterstützen gastronomische Betriebe, reichen jedoch alleine nicht aus. Die Probleme sind zu groß und zu viele, damit Gastronom*innen sie alle in die eigene Hand nehmen können. Helfen könne jetzt hauptsächlich der Staat. So wünschen sich **44 Prozent finanzielle Unterstützungsmaßnahmen, beispielsweise Subventionen oder staatliche Hilfsprogramme** und **42 Prozent hoffen auf politische Maßnahmen zur Entlastung**, wie zum Beispiel durch Unterstützung bei der gesetzlichen Regelung von Pacht- und Mietreduktionen oder Engagement in Branchenverbänden.

Welche Vorschläge oder Empfehlungen haben Sie, um die Bedingungen in der Gastronomie zu verbessern (Mehrfachnennungen möglich)?



Fazit



Fazit

Die Ergebnisse des Gastro Stimmungsbarometers 2024 zeigen, dass die Gastronomiebranche stets, wenn nicht sogar noch weiteren erheblichen Belastungen ausgesetzt ist: Personalmangel bleibt eine zentrale Herausforderung, ähnlich wie im Jahr 2020. Neu hinzugekommen sind die Belastungen durch Inflation sowie die Mehrwertsteueranhebung. Die wirtschaftliche Situation in der Branche spitzt sich immer weiter zu. Die Umfrage zeigt, dass die Gastronomiebranche versucht, die großen Herausforderungen mit kleinen Anpassungen und innovativen Lösungen zu bestreiten oder zumindest zu minimieren. Jedoch wird das laut den Befragten nicht ausreichen, denn die meisten sehen schwarz für ihre Zukunftsperspektive. Die Ergebnisse der Umfrage bieten wertvolle Einblicke und Empfehlungen, was Gastronom*innen helfen könnte, hauptsächlich Unterstützung vom Staat. Trotz des gedämpften Optimismus im Vergleich zu 2020, setzen viele Betriebe weiterhin auf Digitalisierung sowie Anpassung ihres Geschäftsmodells, um die Zukunft eigenmächtig positiver zu gestalten.

Über orderbird



Über orderbird

Zur Studie

Untersucht wurden von der orderbird GmbH im Zeitraum vom 25. April 2024 bis zum 08. Mai 2024 602 Gastronomiebetreiber*innen in Deutschland. orderbird möchte mit über 12.000 Kunden in der Gastronomie den Individualgastronom*innen eine Stimme geben.

Über orderbird

orderbird (www.orderbird.com) bietet intuitive Kassenslösungen und Zusatzservices für Individualgastronom*innen und lokale Unternehmen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Frankreich. Die Marke ist mit seinen mehr als 17.000 aktiven Kund*innen ein Marktführer für cloudbasierte Point-of-Sale-Systeme mit integriertem Bezahlssystem in Europa. Mit dem Herzstück orderbird PRO, Europas führender iPad-Kasse in der Gastronomie, können Restaurants, Cafés und Bars einfach und intuitiv Bestellungen aufnehmen, flexibel abrechnen und finanzamtconforme Berichte auf Knopfdruck erstellen.

Das orderbird MINI hingegen ist die einfache und mobile All-in-one-Kasse für jede Branche. Die smarte Point-of-Sale-Lösung kombiniert Kassenssoftware, Kartenleser, Bondrucker und Barcode-Scanner in einem Gerät und erfüllt alle Anforderungen der KassensichV.

Darüber hinaus bietet orderbird eine Reihe von Zusatzprodukten an, die mit digitalen Prozessen den Gastronomiebetrieb effizienter gestalten, verschiedene Bestellkanäle ermöglichen und das Gästeerlebnis bereichern.

Die orderbird GmbH mit dem Hauptsitz in Berlin wurde 2011 gegründet und beschäftigt heute mehr als 130 Mitarbeitende.

Pressekontakt orderbird:

Betreut durch Laika Berlin

press@orderbird.com

Die Fotos dieser Studie sind von envato.com.

Kasse. Einfach. Sorgenfrei.