vinetur

Inflation drückte preisbereinigte Umsätze von US-Restaurants im Oktober um 0,3 %

Die nominalen Umsätze stiegen um 0,2 % auf 92,9 Mrd. US-Dollar. Höhere Speisekartenpreise trugen zur neunmonatigen Wachstumsserie bei.

Mittwoch, 18. November 2026



Die Umsätze von Restaurants und Bars in den USA stiegen im Oktober erneut. Der Zuwachs war jedoch vollständig auf höhere Speisekartenpreise zurückzuführen, sodass die Ausgaben inflationsbereinigt zurückgingen.

Restaurants und Bars erzielten im Oktober saisonbereinigt einen Umsatz von 92,9 Mrd. US-Dollar. Das geht aus vorläufigen Daten des U.S. Census Bureau hervor, die in einem Bericht der National Restaurant Association vom 17. November zitiert wurden. Gegenüber dem nach unten korrigierten Septemberwert von 92,7 Mrd. US-Dollar war das ein Plus von 0,2 %.

Der Zuwachs im Oktober war laut dem Verband der neunte monatliche Anstieg in Folge. Seit Beginn der Erholung nach der Pandemie hatte es keine längere Serie monatlicher Umsatzsteigerungen gegeben. Im Jahresvergleich lagen die Umsätze 7,0 % über dem Wert vom Oktober 2025. Laut dem Verband war dies der stärkste Anstieg über einen Zeitraum von zwölf Monaten seit 2023.

Der Anstieg auf dem Papier bedeutete für den Monat jedoch kein reales Wachstum. Der Verbraucherpreisindex für Speisen außer Haus stieg im Oktober um 0,5 % und damit stärker als die Umsätze von Restaurants und Bars, die um 0,2 % zulegten. Im Vergleich zum September sanken die inflationsbereinigten Umsätze demnach um 0,3 %.

Trotz des monatlichen Rückgangs auf inflationsbereinigter Basis blieb der übergeordnete Trend stärker als in der früheren Erholungsphase. Bereinigt um die Inflation bei Speisekartenpreisen lagen die Umsätze von Restaurants und Bars von Oktober 2025 bis Oktober 2026 um 3,2 % höher. Laut dem Verband entsprach das dem Septemberwert und war der stärkste reale Umsatzanstieg über zwölf Monate seit fast vier Jahren.

Der Bericht verwies auf den Arbeitsmarkt als wichtige Stütze der Restaurantnachfrage. In den vorangegangenen drei Monaten seien in der US-Wirtschaft mehr als 400.000 Arbeitsplätze hinzugekommen, hieß es. Dadurch hätten die Haushalte mehr Spielraum, um Geld für frei verfügbare Ausgaben wie Restaurantbesuche aufzuwenden. Diese Stärke habe dazu beigetragen, Besucherzahlen und Umsätze zu stützen, obwohl die Verbraucher weiterhin mit hohen Preisen konfrontiert seien.

Gleichzeitig bezeichnete der Branchenverband die Aussichten für Verbraucher als durchwachsen. Ein stärkeres Beschäftigungswachstum könne in den kommenden Monaten zusätzliche Ausgaben fördern. Auch sinkende Benzinpreise könnten für eine gewisse Entlastung sorgen, sofern der Rückgang anhalte. Der Verband warnte jedoch, dass die Löhne zuletzt nicht mit den Preisen Schritt gehalten hätten und viele Verbraucher deshalb auf Ersparnisse zurückgriffen, um ihre Ausgaben aufrechtzuerhalten. Auch der jüngste Rückgang am Aktienmarkt sei ein Risiko – insbesondere für einkommensstärkere Haushalte, die weiterhin einen großen Teil des Ausgabenwachstums ausmachten.

Die Umsätze von Restaurants und Bars entwickelten sich im Oktober ähnlich wie der Einzelhandel insgesamt. Auch die US-Einzelhandelsumsätze stiegen im Monatsverlauf um 0,2 %, wie aus denselben Daten des Census Bureau hervorgeht. Hinter diesem unveränderten Gesamtbild zeigten sich jedoch deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Kategorien.

Tankstellen verzeichneten mit einem Umsatzplus von 1,5 % einen der stärksten Zuwächse; die Kraftstoffpreise an den Zapfsäulen blieben im Oktober hoch. Auch Geschäfte für Gesundheits- und Körperpflegeprodukte legten um 1,5 % zu, während der Online- und Versandhandel um 1,2 % wuchs. Möbelhäuser verbuchten dagegen einen Rückgang von 2,3 %. Ebenfalls rückläufig waren die Umsätze bei Kfz-Händlern und Ersatzteilgeschäften mit minus 1,6 %, bei Sport- und Hobbygeschäften mit minus 0,7 % sowie bei Bekleidungsgeschäften mit minus 0,7 %.

Die Daten sind auch über die Gastronomie hinaus relevant: Restaurants und Bars bilden laut dem Verband den größten Teil der umfassenderen Restaurant- und Foodservice-Branche und stehen für rund 72 % des gesamten Branchenumsatzes. Für Getränkehersteller und -händler können Veränderungen bei den realen Ausgaben in Bars und Restaurants einen nützlichen Hinweis auf die mögliche Nachfrage im Vor-Ort-Konsum geben. Das gilt auch für Bier, Wein und Spirituosen, selbst wenn die nominalen Umsätze weiter steigen.

Die Oktoberzahlen deuten darauf hin, dass Verbraucher weiterhin in Restaurants und Bars Geld ausgeben, ein Teil der scheinbaren Stärke jedoch auf Preise und nicht auf größere Absatzmengen zurückgeht. Dieser Unterschied dürfte für Betreiber und

Lieferanten wichtig bleiben, wenn sie einschätzen, ob die jüngste Umsatzdynamik bis zum Jahresende anhält.