vinetur

Italienische Restaurants mit Durchschnittsbon über 35 Euro gewinnen im ersten Halbjahr 2026 Gäste hinzu

Laut TradeLab stiegen die Besuche in Restaurants mit mehr als 35 Euro Durchschnittsbon um 3,2 %, während der Gesamtmarkt um 0,6 % schrumpfte.

Sonntag, 22. November 2026



Der italienische Restaurantmarkt schrumpfte im ersten Halbjahr 2026. Restaurants im oberen Preissegment entwickelten sich jedoch gegenläufig. Dadurch vergrößerte sich der Abstand zwischen gehobener Gastronomie und dem übrigen Sektor, während der Druck auf Anbieter im mittleren und unteren Preissegment zunahm.

Laut den von Ristoranti Web am Samstag, dem 21. November, veröffentlichten Verbrauchertracking-Daten von TradeLab zum Außer-Haus-Konsum stiegen die Besuche in Restaurants mit einem Durchschnittsbon von mehr als 35 Euro in den ersten sechs Monaten des Jahres 2026 um 3,2 %. Im selben Zeitraum verzeichnete der Restaurantmarkt insgesamt einen Rückgang von 0,6 %.

TradeLab zufolge fiel die Entwicklung im oberen Marktsegment am stärksten aus. Angela Borghi, Leiterin der kommerziellen Aktivitäten in TradeLabs Außer-Haus-Sparte, sagte gegenüber Ristoranti Web, dass Restaurants im mittleren und unteren Preissegment 2 bis 3 % ihrer Besuche einbüßten, während Pizzerien das Halbjahr mit einem leichten Plus von 0,6 % abschlossen. Die Zahlen deuten darauf hin, dass Verbraucher nicht bei allen Gastronomieformen gleichermaßen sparen. Stattdessen konzentriert sich das Gästeaufkommen zunehmend auf Betriebe, die höhere Durchschnittsausgaben erzielen können.

Die Daten legen nahe, dass dies vor allem Betriebe betrifft, die auf hohe Besucherzahlen statt auf Premiumpreise angewiesen sind. Ein Rückgang der Besuche um 2 bis 3 % kann den Umsatz von Restaurants im mittleren und unteren Preissegment unmittelbar belasten – insbesondere, wenn sie weniger Spielraum haben, Preise anzuheben oder ihre Margen zu sichern. Restaurants, deren Durchschnittsbon bereits über 35 Euro liegt, verzeichnen dagegen mehr Gäste, obwohl der Gesamtmarkt schrumpft.

Die von Ristoranti Web zitierten Zahlen von TradeLab zeigen außerdem, dass sich das obere Marktsegment besser entwickelte als 2025. In jenem Jahr stiegen die Besuche in gehobenen Restaurants gegenüber dem Vorjahr um 2 %, verglichen mit einem Plus von 0,6 % für den Restaurantmarkt insgesamt. Die Zahl der Abendessenbesuche in gehobenen Restaurants nahm 2025 laut TradeLab mit 2,8 % noch stärker zu. Das unterstreicht die Bedeutung des Abendgeschäfts für diesen Teil der Branche.

Auch im ersten Halbjahr 2026 blieb das Abendessen zentral. Ristoranti Web zufolge wurde der Zuwachs bei den Besuchen gehobener Restaurants vom Abendgeschäft getragen. TradeLab bezeichnete das Abendessen als wichtigsten Verzehranlass für das Geschäft und zugleich als den Anlass mit den stärksten Wachstumsraten. Es machte 52 % aller Besuche in diesem Segment aus. Dem Tracking von TradeLab zufolge entfielen rund 23 % aller Restaurantbesuche zum Abendessen auf Betriebe mit einem Durchschnittsbon von mehr als 35 Euro; diese Restaurants erzielten 29,7 % der Abendumsätze.

Regional betrachtet entfiel der größte Anteil der Besuche in gehobenen Restaurants auf Süditalien: 33 % insgesamt. Damit lag der Anteil jedoch 5 Prozentpunkte unter dem Anteil Süditaliens an den Besuchen im Restaurantmarkt insgesamt. Das deutet darauf hin, dass die gehobene Gastronomie dort vergleichsweise weniger konzentriert ist als das Restaurantaufkommen insgesamt. Es folgte der Nordwesten mit 26 % der Besuche und damit einem Anteil, der 3 Prozentpunkte über seinem Anteil am Gesamtmarkt lag. Mittelitalien und der Nordosten lagen mit 21 beziehungsweise 20 % dicht beieinander.

Die demografische Aufschlüsselung von TradeLab zeigt, dass die 45- bis 54-Jährigen die wichtigste Zielgruppe für Abendessen in Restaurants mit einem Durchschnittsbon von mehr als 35 Euro waren. Auf sie entfielen 24 % aller Besuche. Es folgten Gäste im Alter von 55 bis 64 Jahren mit 19 % und die 35- bis 44-Jährigen mit 18 %. Bei der Geschlechterverteilung lag der Männeranteil höher: Männer machten 55 % der Gäste aus, nachdem ihr Anteil 2025 um 6,7 % gestiegen war, wie aus den von Ristoranti Web zitierten Daten hervorgeht.

Der Bericht gibt auch Aufschluss darüber, was Gäste in diesem Segment zum Abendessen bestellten. Hauptgerichte wurden etwas häufiger bestellt als erste Gänge und Vorspeisen, während Desserts seltener geordert wurden. Bei den ersten Gängen fiel das Wachstum am stärksten aus: Die Bestellungen stiegen gegenüber dem Vorjahr um 13 %. Das zeigt, dass sich die Auswahl innerhalb eines Essens auch in einem Marktsegment, das von höheren Ausgaben geprägt ist, weiter verändert.