vinetur

Restaurants mit Durchschnittsbon über 35 Euro verzeichnen im ersten Halbjahr 3,2 Prozent mehr Besuche

TradeLab-Daten, veröffentlicht von Ristoranti Web, zeigen einen Rückgang der Restaurantbesuche um 0,6 Prozent; im mittleren und unteren Preissegment sanken sie um 2 bis 3 Prozent.

Montag, 23. November 2026



Restaurants in Italien mit einem Durchschnittsbon von mehr als 35 Euro verzeichneten im ersten Halbjahr mehr Besuche, während der Gesamtmarkt rückläufig war. Das geht aus Daten zur Konsumentennachfrage von TradeLab hervor, über die Ristoranti Web am 21. November berichtete.

Den Zahlen zufolge stiegen die Besuche in Restaurants mit höheren Durchschnittsausgaben von Januar bis Juni um 3,2 Prozent. Im selben Zeitraum verzeichnete der italienische Markt für gewerbliche Gastronomie insgesamt einen Rückgang der Besuche um 0,6 Prozent. Damit lag das höherpreisige Segment 3,8 Prozentpunkte über dem Gesamtmarkt.

Die Daten deuten auf eine gespaltene Nachfrage in der Branche hin. Während teurere Restaurants mehr Gäste anzogen, verloren Restaurants im mittleren und unteren Preissegment den von Ristoranti Web zitierten Zahlen zufolge 2 bis 3 Prozent ihrer Besuche. Pizzerien verzeichneten mit einem Plus von 0,6 Prozent einen geringeren Zuwachs.

Der Vergleich bezieht sich auf die Zahl der Besuche, nicht auf den Umsatz. Das ist wichtig, denn die Daten messen, wie oft Verbraucher auswärts essen gingen, nicht, wie viel sie insgesamt ausgaben. Die Schwelle von 35 Euro bezieht sich auf die durchschnittlichen Ausgaben pro Besuch. Die Veröffentlichung nannte keine absoluten Besuchszahlen. Daher lässt sich nicht berechnen, wie viele zusätzliche Besuche das höherpreisige Segment verzeichnete oder wie viele der übrige Markt verlor.

TradeLab erfasst den Außer-Haus-Konsum in Italien. Laut Ristoranti Web stammten die Zahlen aus dieser Erhebung für den Zeitraum von Januar bis Juni. Ein öffentlich zugänglicher Primärbericht mit derselben Aufschlüsselung ließ sich zunächst nicht ausfindig machen; Ristoranti Web ist somit die öffentlich zugängliche Quelle für die Angaben zu den einzelnen Segmenten.

Trotz dieser Einschränkung zeigen die Zahlen, dass sich der Markt je nach Preissegment unterschiedlich entwickelte. Der Durchschnittswert für die gesamte Branche deutet auf einen leichten Rückgang hin; die Aufschlüsselung zeigt jedoch, dass sich die Schwäche auf die Segmente außerhalb der höchsten Ausgabenkategorie konzentrierte. Konkret konnten Restaurants mit einem Durchschnittsbon von mehr als

35 Euro weiterhin mehr Gäste anziehen, während ein großer Teil des Marktes weniger Besuche verzeichnete.

Dieses Muster könnte für Betreiber und Investoren wichtig sein, denn die Gesamtentwicklung des Marktes kann erhebliche Unterschiede innerhalb der Branche verdecken. Ein Rückgang von 0,6 Prozent im Gesamtmarkt mag für sich genommen gering erscheinen. Im Vergleich zu einem Plus von 3,2 Prozent im höherpreisigen Segment und Rückgängen von 2 bis 3 Prozent bei Restaurants im mittleren und unteren Preissegment zeigt sich jedoch ein anderes Bild.

Die Zahlen legen außerdem nahe, dass sich die Widerstandsfähigkeit der Nachfrage nicht gleichmäßig auf alle Formate verteilte. Pizzerien, ein wichtiger Teil des italienischen Außer-Haus-Marktes, erzielten einen leichten Anstieg der Besuche. Ihr Plus von 0,6 Prozent lag jedoch deutlich unter dem Wachstum der Restaurants mit durchschnittlichen Ausgaben von mehr als 35 Euro. Diese Differenz deutet darauf hin, dass Verbraucher, die weiterhin häufiger auswärts essen gingen, ihre Besuche nicht gleichmäßig auf Restauranttypen und Preiskategorien verteilten.

Da die Daten nur das erste Halbjahr abdecken, lässt sich daraus nicht ablesen, ob sich dieses Muster im Sommer und Herbst fortsetzte. Auch die Gründe für die unterschiedlichen Entwicklungen der Segmente werden nicht erläutert. Die von Ristoranti Web veröffentlichten Halbjahresergebnisse zeigen jedoch: In einem insgesamt leicht schrumpfenden Markt verzeichnete jener Teil der Branche das stärkste Besucherwachstum, der Kunden bedient, die bereit sind, pro Mahlzeit mehr auszugeben.