

Pressemitteilung

Wie Deutschland essen geht

Eine Studie zum Konsumverhalten der deutschen Bevölkerung im Gastgewerbe

Kempten, 23. Februar 2024 – Wie häufig geht Deutschland außer Haus essen? Welche Faktoren werden beim Besuch von gastronomischen Betrieben berücksichtigt? Und wie verändert sich das Konsumverhalten aufgrund der Preissteigerungen? Antworten zu diesen Fragen liefert die aktuelle Umfrage „Wie Deutschland essen geht“, die von GfK im Auftrag des Bayerischen Zentrums für Tourismus (BZT) im Januar 2024 deutschlandweit unter mehr als 2.000 Personen der deutschsprachigen Bevölkerung im Alter von 18 bis 74 Jahren durchgeführt wurde.

Wie oft gehen die Deutschen auswärts essen?

Jede*r Vierte der Befragten (25 Prozent) geht einmal oder mehrmals pro Woche außer Haus essen, 28 Prozent mindestens einmal im Monat und 31 Prozent seltener als monatlich. 16 Prozent der Befragten essen nie oder so gut wie nie auswärts. Betrachtet man die Ergebnisse nach Altersgruppen, wird deutlich, dass die Befragten in den Altersklassen „18 bis 29 Jahre“ und „30 bis 39 Jahre“ öfter außer Haus essen gehen als die älteren. Auch beim Blick auf das Haushaltsnettoeinkommen zeigen sich Unterschiede: Knapp ein Drittel der Personen, deren Haushaltsnettoeinkommen unter 2.000 Euro liegt, speisen „nie bzw. so gut wie nie“ außer Haus, bei den Befragten mit einem Haushaltseinkommen von mehr als 4.000 Euro gaben dies nur 8 Prozent an. Als Gründe warum sie selten bzw. nie oder so gut wie nie außer Haus essen gehen, gab die Hälfte dieser Personen an, sich einen Besuch in gastronomischen Einrichtungen finanziell nicht leisten zu können. 34 Prozent schmeckt ihr selbst gekochtes Essen besser und 32 Prozent finden es einfach bequemer zu Hause zu essen. Elf Prozent ziehen die Bestellung bei einem Lieferdienst dem Besuch eines gastronomischen Betriebs vor.

Italienische und deutsche Küche sind die Favoriten der Deutschen!

Bei der Wahl des gastronomischen Betriebes spielt das Preis-Leistungs-Verhältnis (73 Prozent) die entscheidende Rolle. Jedoch auch die Themen „Gemütlichkeit/Ambiente“ (63 Prozent) und die „Gastlichkeit“ (49 Prozent) nehmen einen hohen Stellenwert ein. Für mehr als die Hälfte der Deutschen (53 Prozent) hat zudem die Nationalität des Speisenangebots einen großen Einfluss auf die Auswahl des Gastronomiebetriebs. Beinahe zwei Drittel der Befragten (64 Prozent) gehen am liebsten beim Italiener zum Essen. Etwas mehr als die Hälfte (54 Prozent) suchen auch die deutsche/regionale Küche. Einer hohen Beliebtheit erfreuen sich auch die asiatischen (47 Prozent) und die griechischen (46 Prozent) Angebote. Eine Betrachtung nach Altersgruppen zeigt deutliche Unterschiede in den Konsumpräferenzen: Ist die italienische und asiatische Küche noch durch alle Altersgruppen hinweg weitestgehend konsensfähig, bevorzugen ältere Befragungsteilnehmer*innen gegenüber jüngeren deutlich die deutsch/regionale und die griechische Küche. Dem gegenüber zeigt sich bei den jüngeren Befragten eine deutliche Präferenz für amerikanische, türkische, indische und mexikanische Gastronomieangebote.



Gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus

Auswirkungen der Preissteigerungen auf das außer Haus essen gehen

Vor dem Hintergrund verschiedenster ökonomischer Entwicklungen in den letzten zwei Jahren ist es auch in der Gastronomie zu stärkeren Preiserhöhungen gekommen. Wie reagiert die Nachfrage auf diese Entwicklungen? 52 Prozent der Befragten geben an, aufgrund der Preiserhöhungen seltener essen zu gehen, während bei 35 Prozent das Konsumverhalten unverändert geblieben ist.

Die Ergebnisse der Umfrage können Sie [hier](#) abrufen.

Erhebungsmethode

- Bevölkerungsrepräsentative Online-Befragung im Auftrag des Bayerischen Zentrums für Tourismus, durchgeführt mit dem GfK eBUS® zwischen 11.01. und 22.01.2024
- Stichprobe: n = 2.024 Männer und Frauen der deutschsprachigen Bevölkerung im Alter von 18-74 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland

Ansprechpartner:

Bayerisches Zentrum für Tourismus e.V. (BZT)

Prof. Dr. Alfred Bauer

info@bzt.bayern

Wiesstraße 13a

87435 Kempten

www.bzt.bayern

Für weitere Presseinformationen:

Marion Krimmer

KRIMMER CONSULTING

Schlossweg 4

85235 Pfaffenhofen an der Glonn

marion@krimmer-consulting.de

Das Bayerische Zentrum für Tourismus (BZT) ist ein An-Institut der Hochschule Kempten. Es wird vom Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus vorerst bis Ende 2025 gefördert und versteht sich als ein unabhängiger wissenschaftlicher Thinktank. Neben relevanten Forschungsprojekten initiiert und moderiert das BZT den praxisrelevanten Austausch zwischen Wissenschaftlern, Politikern und den verschiedenen Akteuren der Tourismuswirtschaft. Dabei stehen die Vermittlung von Wissen, die Identifikation wichtiger Themen der bayerischen Tourismuswirtschaft, die Vernetzung der bayerischen Tourismusakteure und ein lösungsorientierter Diskurs zur Förderung, Optimierung und Weiterentwicklung der Leistungsfähigkeit des bayerischen Tourismus im Fokus. Ziel des BZT ist die Förderung von Tourismuswissenschaft und -forschung sowie die Intensivierung des interdisziplinären Wissens- und Erfahrungsaustauschs. <https://bzt.bayern/>



Gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus