



WKO

Fachgruppen Gastronomie und Kaffeehäuser



stratisfaction.at

Strategie und Zufriedenheit.

Mit Herz für Ihren nachhaltigen Erfolg!

Gästekbefragung „Wiederöffnung der Gastronomie und Kaffeehäuser“

*Am Ende wird Alles gut. Wenn es nicht gut wird, ist es noch nicht das Ende.
– Oscar Wilde*

Mag. Dr. Thomas Peschta

Tel: 0650/595 55 18

e-mail: thomas.peschta@stratisfaction.at

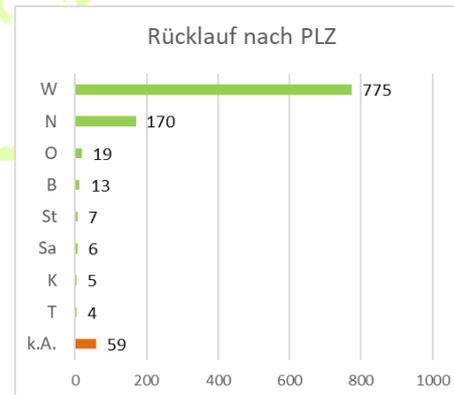
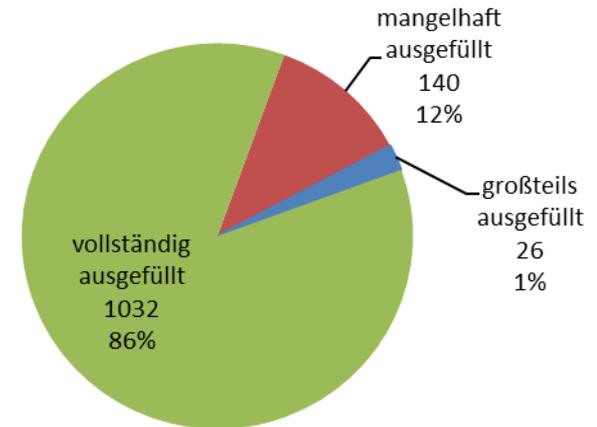
Web: www.stratisfaction.at

Wien, am 5.5.2020

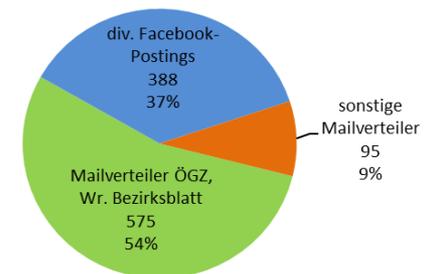


- Grundgesamtheit & Sampling:
 - rd. 1,6 Mio. potentielle Gäste der Wiener Gastronomie & Kaffeehäuser ab 19 Jahren
 - Sampling-Kanäle
 - Verteilung der Befragung durch Mitgliedsbetriebe der FG Gastronomie & FG Kaffeehäuser per Mail & Facebook an deren Gäste
 - Verteilung der Befragung durch „Gastronomie Club Wien“, ÖGZ, Wiener Bezirksblatt per Facebook an die Gäste der Gastronomiebetriebe
 - Verteilung durch Newsletter von stratisfaction.at, der ÖGZ und des Wiener Bezirkesblattes
 - Teilnahmeanreiz:
 - intrinsischer Anreiz, der Wiener Gastronomie zu helfen
 - Gewinnspiel (Restaurantgutscheine, Smartphones)
- Erhebungsdesign & Rücklauf
 - Erhebungsinstrument: Onlinefragebogen zur Selbstaussfüllung mit 15 Fragen-Blöcken zum Thema „Wiederöffnung der Wiener Gastronomie und Kaffeehäuser“
 - Befragungszeitraum: 25.4. – 2.5.2020
 - Rücklauf: 1032 vollständig ausgefüllte Fragebögen sowie 26 groÙteils (mind. 70%) ausgefüllte Fragebögen
 - Verwertbarer Rücklauf: 1058 Fragebögen
 - Rd. 90% des Rücklaufs stammt aus Wien & NÖ
- Hohe Treffsicherheit der Aussagen - Schwankungsbreite der Ergebnisse (5%-Fehlerwahrscheinlichkeit) anhand der Stichprobengröße bei rd. +/-3% bzw. +/-0,06 Skalenpunkten

Abgeschlossene Befragungen



Rücklauf nach Referenz

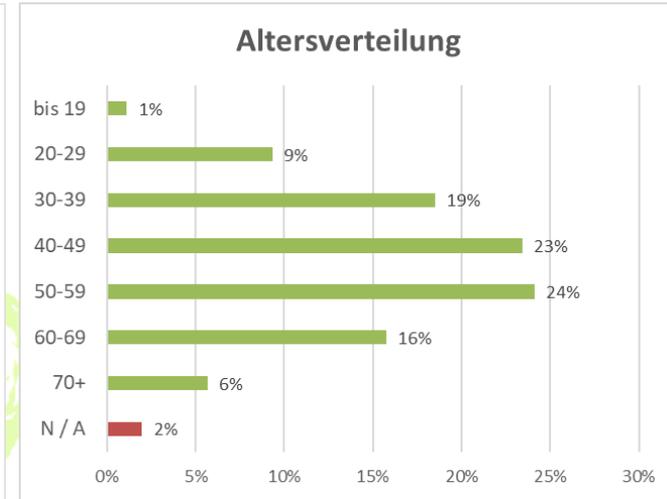
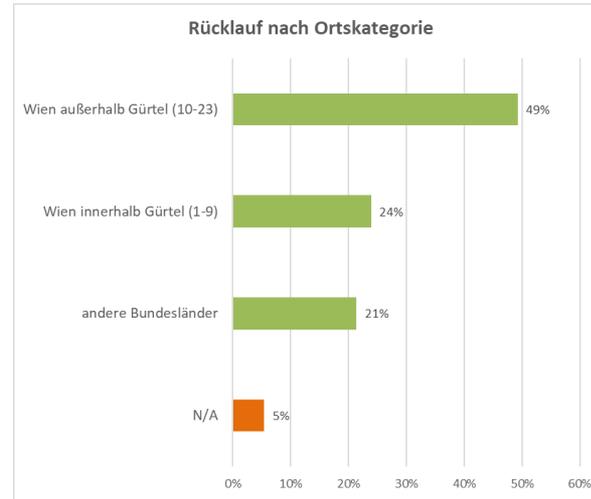




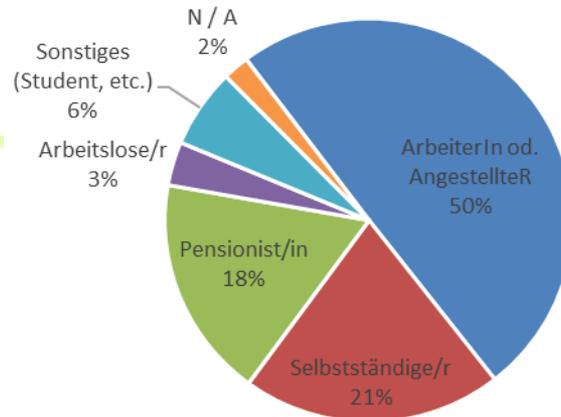
Demographische Beschreibung der Stichprobe

Fachgruppen Gastronomie und Kaffeehäuser

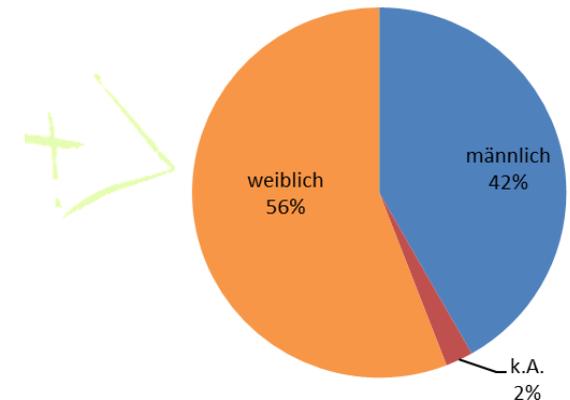
- ausgeglichene Geschlechtsverteilung mit leicht erhöhtem Frauenanteil
- Altersstruktur richtet sich im Wesentlichen nach der demographischen Altersstruktur Wiens mit leichtem Überhang der Altersklassen 40-59
- Befragte sind überwiegend unselbständig Beschäftigte (50%), Selbständige (21%) oder Pensionisten (18%); Selbständige leicht überproportional vertreten
- 74% der Befragten wohnen überwiegend in Wien (und hier v.a. in den Bezirken 10-23)
- Stichprobenmerkmale weisen auf gute Repräsentativität ggü. der (diffusen) Grundgesamtheit der Gäste der Wiener Gastronomie & Kaffeehäuser auf



Beschäftigungsstatus



Geschlechtsverteilung



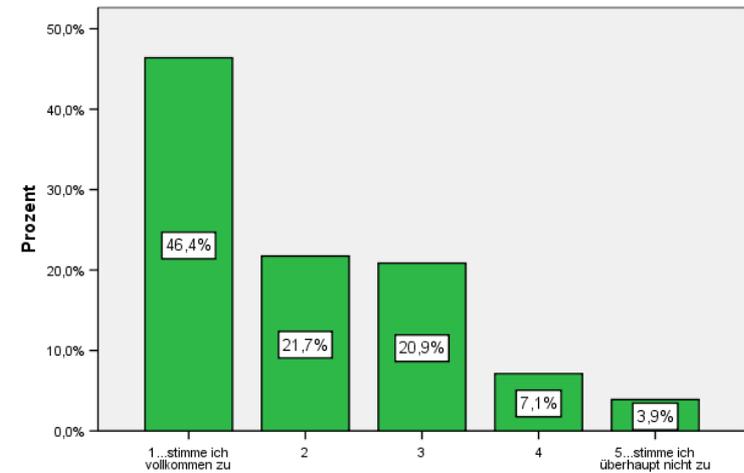


Betriebsschließungen & -wiederöffnung

Fachgruppen Gastronomie und Kaffeehäuser

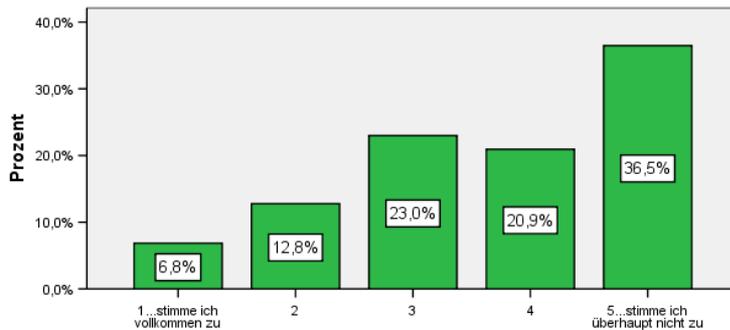
- rd. 80% der potentiellen Gäste sehen die Betriebsschließungen als wichtig an
- rd. 70% der potentiellen Gäste wünscht sich jetzt eine rasche Wiederöffnung der Wiener Gastronomie und Kaffeehäuser
- nur 20% der potentiellen Gäste meinen, dass die Betriebsöffnungen zu früh kommen

Zustimmung Wiederöffnung der Gastronomie und Kaffeehäuser



Die Gastronomie muss rasch wieder für Gäste geöffnet werden.

Kommt die Gastro-Öffnung zu früh?



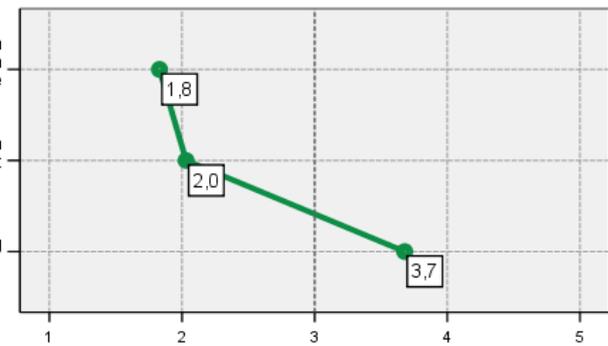
Ich denke, dass die Öffnung noch zu früh kommt.

Betriebsschließungen & Wiederöffnung

Die vorgenommenen Betriebsschließungen waren wichtig, um die Corona-Krise einzudämmen.

Die Gastronomie muss rasch wieder für Gäste geöffnet werden.

Ich denke, dass die Öffnung noch zu früh kommt.



Zustimmung

1...stimme ich vollkommen zu; 5... stimme ich überhaupt nicht zu

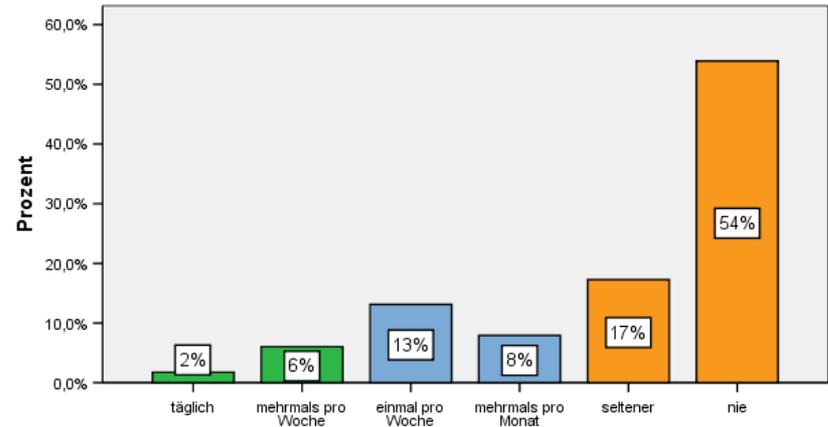


Nutzung Abholung und Lieferung

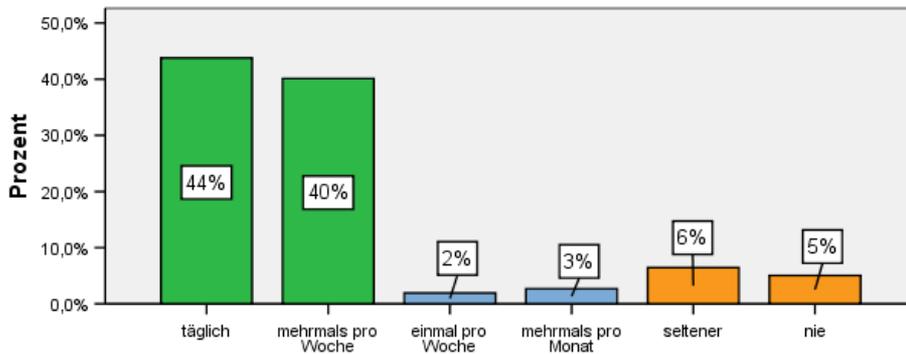
Fachgruppen Gastronomie und Kaffeehäuser

- Abhol- & Lieferdienste werden bislang nur spärlich genutzt
 - nur rd. 10 % Gäste* nutzen Abhol- od. Lieferdienste zumindest mehrmals pro Woche
 - rd. 70% nutzen diese Angebote selten bzw. nie
- fast 90% der Gäste* kochen derzeit meistens selbst

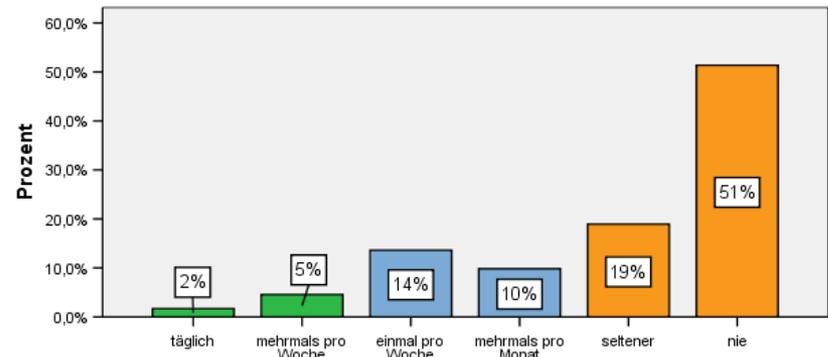
Häufigkeit Abholung direkt von einem Gastronomiebetrieb



Häufigkeit "selbst kochen"



Häufigkeit Nutzung Lieferservice eines Gastronomiebetriebes



Lieferservice eines Gastronomiebetriebes

n=1058, Erhebungszeitraum: 25.4.-2.5.2020; *... mit „Gäste“ werden fortan „potentielle Gäste der Gastronomiebetriebe“ bezeichnet

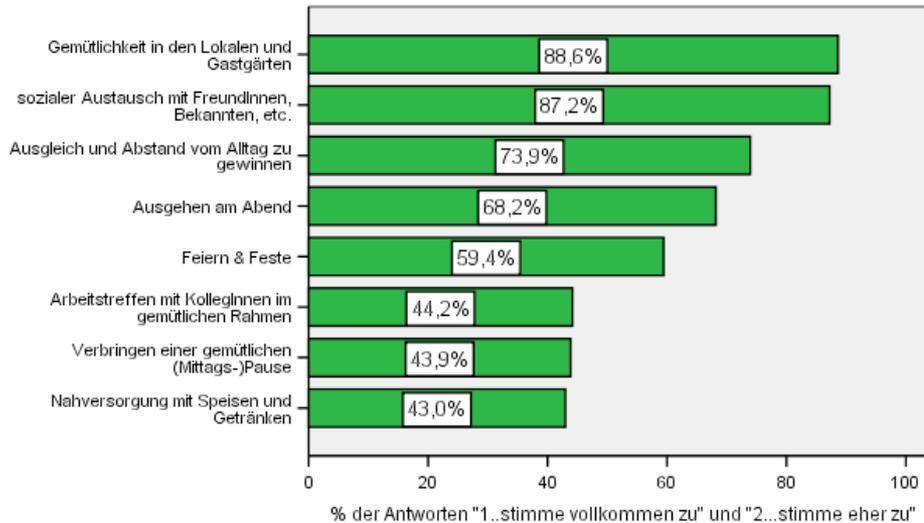


Besuchsmotive: vermisste Gastronomie-Leistungen

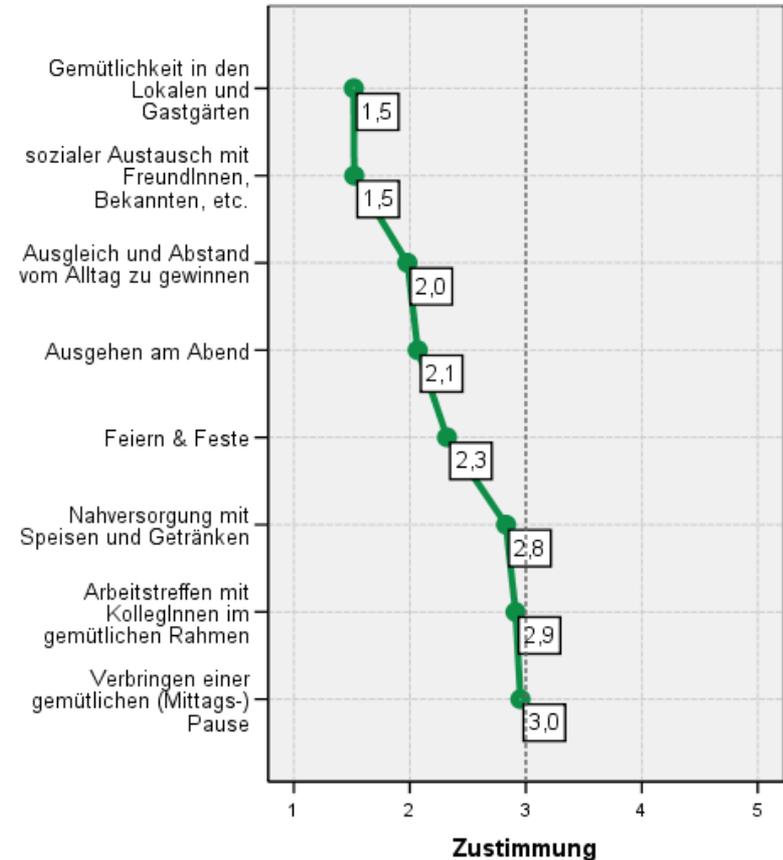
Fachgruppen Gastronomie und Kaffeehäuser

- Gäste vermissen vor allem
 - gemütliche Besuche der Gast- & Schanigärten (89%)
 - je älter, desto mehr wird dieser Aspekt vermisst
 - sozialen Austausch (87%)
- Ausgleich & Abstand vom Alltag wird von 74% der Gäste vermisst
- Ausgehen am Abend wird von 68% vermisst
- Feste & Feiern werden von 59% der Gäste vermisst
- Mittagspause, Arbeitstreffen und Nahversorgung nur von geringerer Bedeutung (rd. 44%)
- keine wesentlichen Abweichung nach Geschlecht, Altersgruppen oder Beschäftigungsstatus

Vermisste Gastronomie-Leistungen



Was vermissen Sie am meisten wenn Sie an die Wiener Gastronomie denken?



1...stimme ich vollkommen zu;
5... stimme ich überhaupt nicht zu

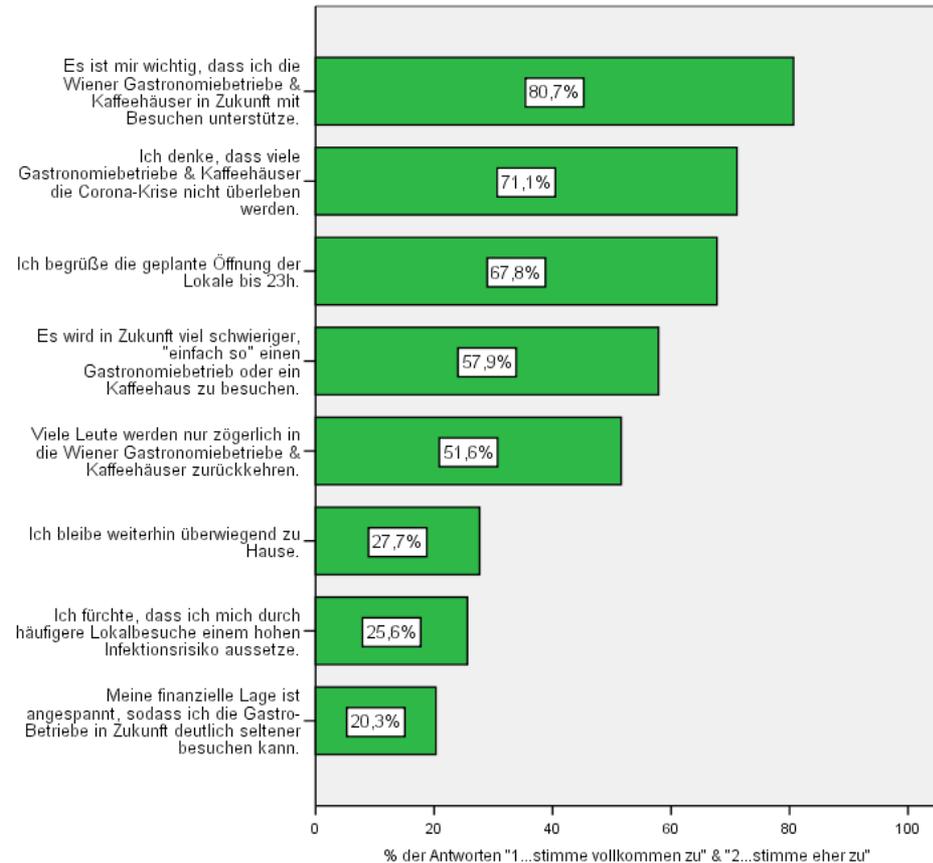


Meinungen zur näheren Zukunft der Gastronomie & Kaffeehäuser

Fachgruppen Gastronomie und Kaffeehäuser

- 81% der Gäste finden es wichtig, die Wiener Gastronomie & Kaffeehäuser in Zukunft mit Besuchen zu unterstützen
- 71% der Gäste erwarten Sterben zahlreicher Gastronomiebetriebe
- Öffnung bis 23h finden 68% der Gäste gut
- rd. 60% der Gäste denken, dass es schwieriger wird, einen Gastronomiebetrieb zu besuchen
- Mehr als die Hälfte der Gäste (52%) denkt, dass Gastronomie nur zögerlich besucht wird.
- nur wenige Gäste (28%) planen, weiterhin überwiegend zu Hause zu bleiben
- nur wenige Gäste (26%) fürchten ein erhöhtes Infektionsrisiko
- nur 20% der Gäste planen aufgrund angespannter finanzieller Verhältnisse zukünftig seltenere Gastro-Besuche
- keine wesentlichen Unterschiede nach Geschlecht, Altersklasse oder Beschäftigungsstatus

Meinung zur näheren Gastronomie-Zukunft

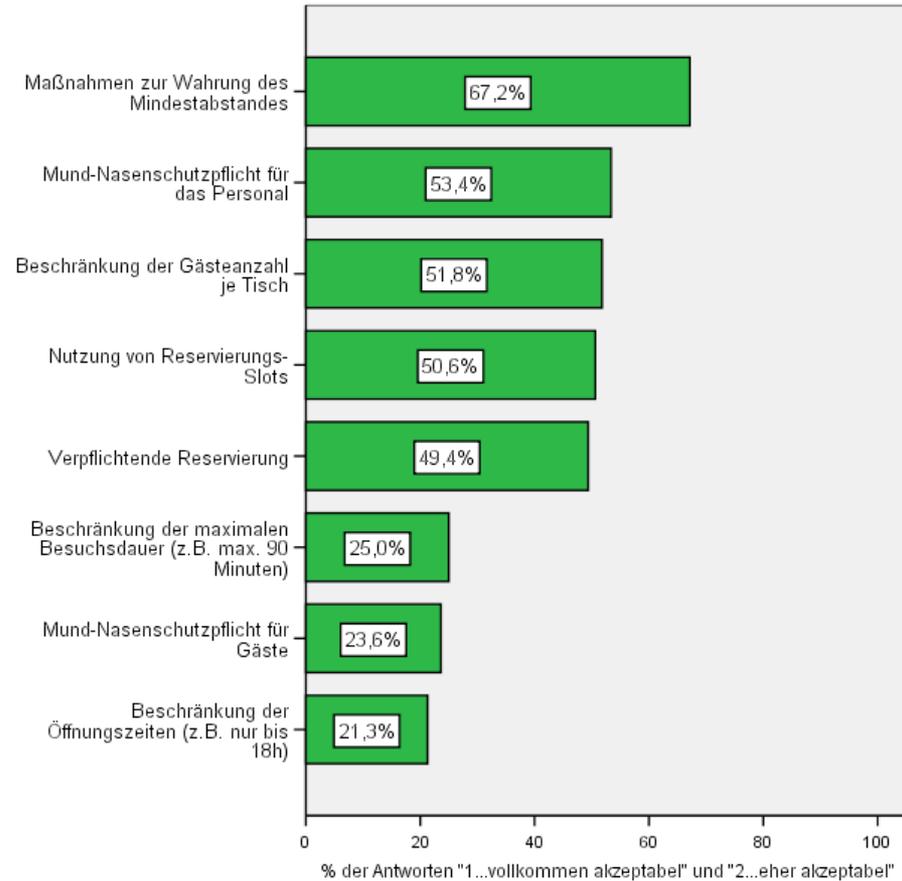




Akzeptanz von Einschränkungen

- Mindestabstands-Beschränkung ist für Gäste noch am ehesten akzeptabel (für 67% eher akzeptabel)
- nur durchschnittliche Akzeptanz (für rd. 50% eher akzeptabel):
 - MNS für Personal
 - Beschränkung der Gästezahl je Tisch (geringste Akzeptanz bei Selbständigen)
 - verpflichtende Reservierung & Reservierungsslots
- kaum Akzeptanz (für maximal 25% eher akzeptabel):
 - Beschränkungen der Besuchsdauer
 - MNS-Pflicht für Gäste
 - Einschränkung der Öffnungszeiten (je Älter, desto weniger Akzeptanz)
- Frauen haben leicht höhere Akzeptanz für Einschränkungen (+0,5 Skalenpunkte)
- Selbständige haben geringste Akzeptanz für Einschränkungen (-0,5 Skalenpunkte)

Akzeptanz von möglichen Covid19-Einschränkungen

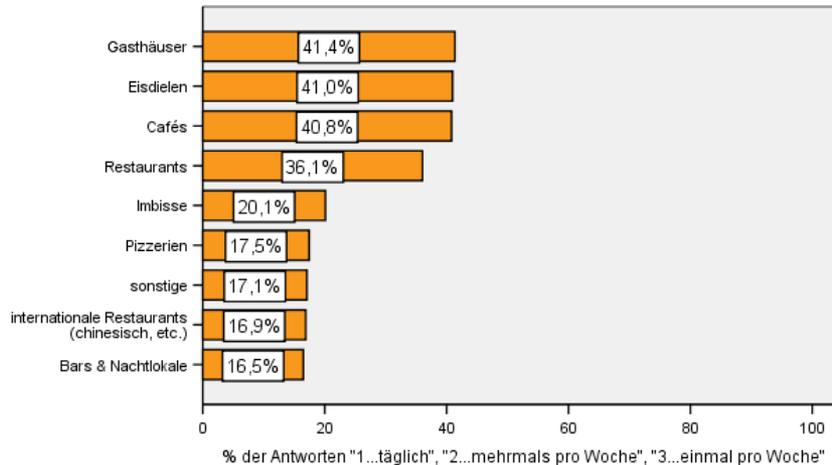




Besuchsabsicht Gastronomie & Kaffeehäuser

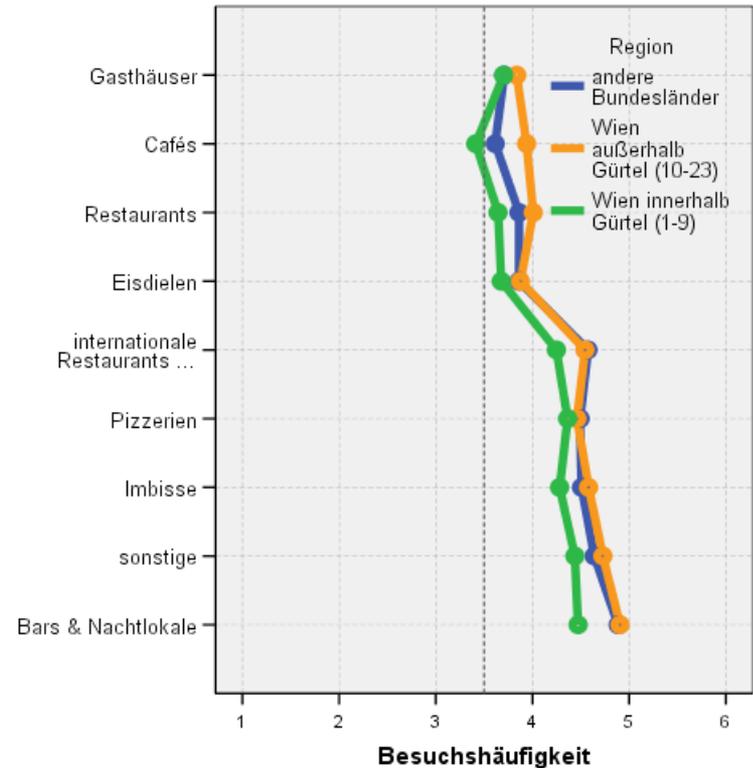
- grundsätzlich verhaltene Besuchsabsichten
 - Cafés, Gasthäuser, Restaurants, Eisdielen werden nur von rd. 40% zumindest „einmal pro Woche“ besucht
 - andere Lokaltypen werden nur von 20% zumindest „einmal pro Woche“ besucht
- Gäste die innerhalb des Gürtels wohnen, weisen leicht erhöhte Besuchsabsicht auf (+0,5 Skalenpunkte)
- Männer weisen bei den meisten Lokaltypen höhere Besuchsabsicht auf als Frauen (+0,5 Skalenpunkte)
- ältere Gäste (50+) und Selbständige zieht es vor allem ins Gasthaus (Mittelwert rd. 3,5), Frauen eher ins Café und in die Eisdielen

Besuchsabsichten nach Lokaltyp (öfter/zumindest "einmal pro Woche")



n=1058, Erhebungszeitraum: 25.4.-2.5.2020

Besuchshäufigkeit nach Wohnregion



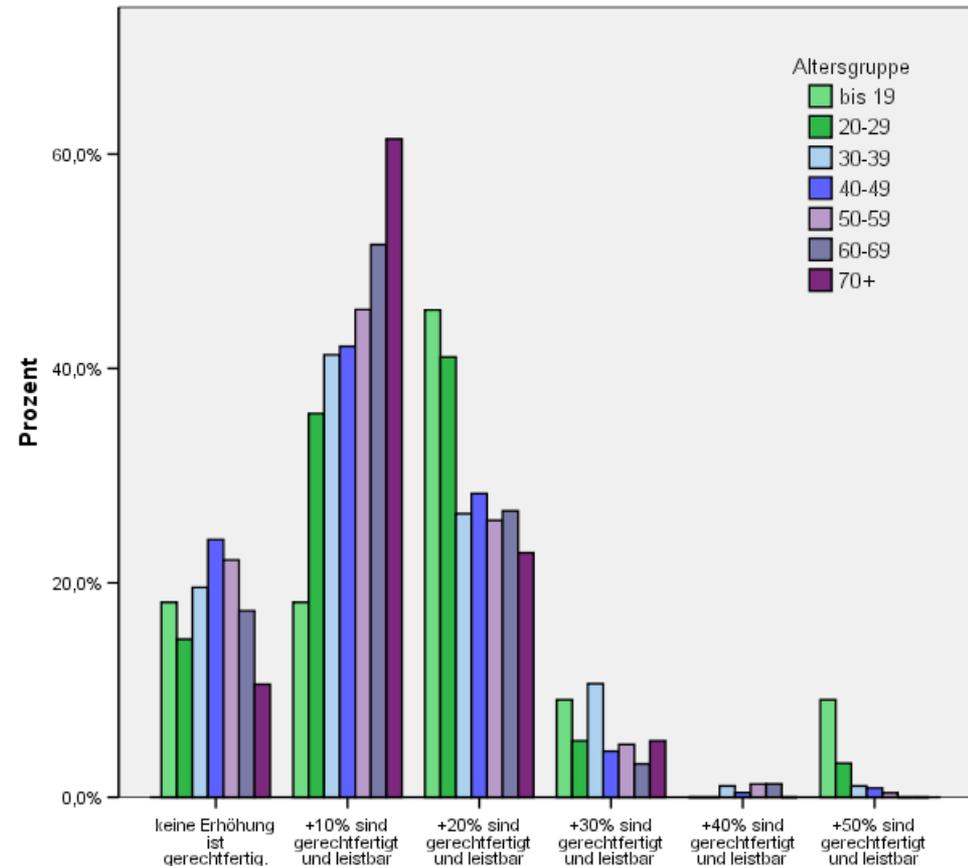
1...täglich; 2 mehrmals pro Woche; 3: einmal pro Woche; 4: mehrmals pro Monat; 5: seltener; 6...nie



Akzeptanz von Preiserhöhungen

- Generelle Beurteilung
 - 20% der Gäste halten keine Preiserhöhung für gerechtfertigt
 - 44% halten eine Preiserhöhung von 10% für gerechtfertigt
 - 28% halten eine Preiserhöhung von 20% für gerechtfertigt
- Gäste ab 60+ befürworten vorrangig eine Preiserhöhung von 10%
- Gäste bis 29 befürworten eine Preiserhöhung von 20%
- geringe Unterschiede nach Geschlecht und Beschäftigungsstatus

Akzeptiertes Ausmaß von Preiserhöhungen



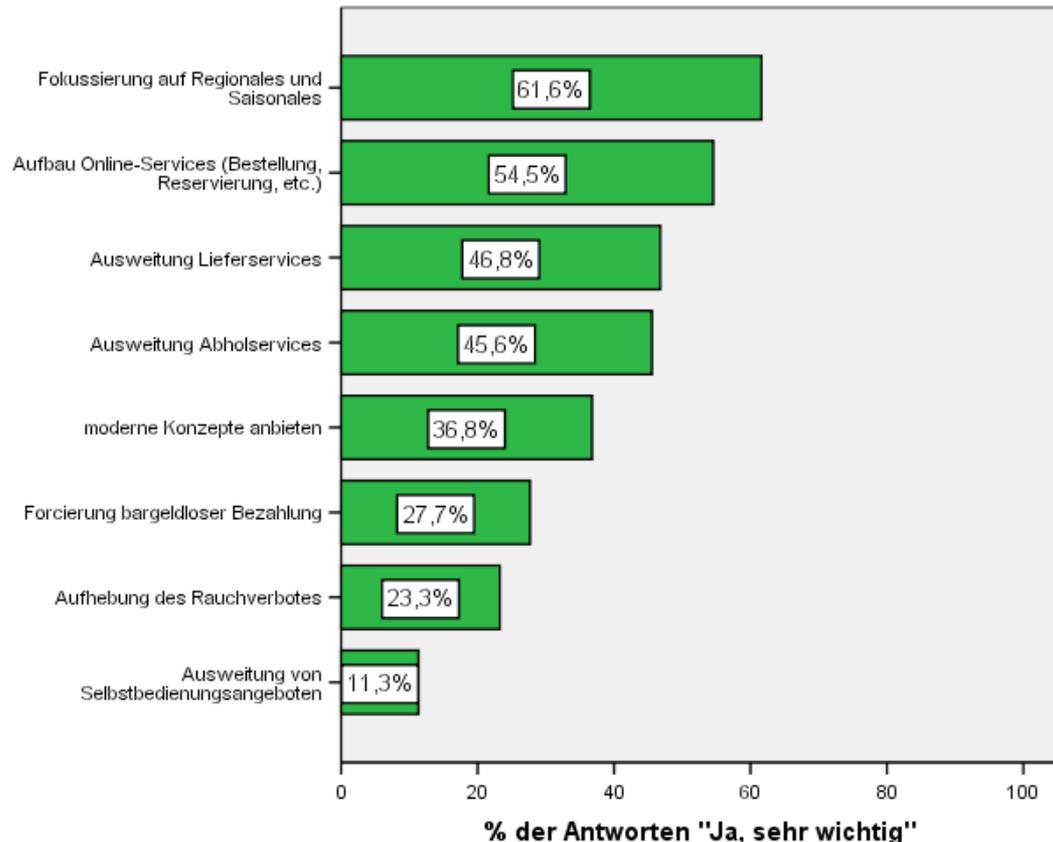


Chancen für die Gastronomie und Kaffeehäuser

Fachgruppen Gastronomie und Kaffeehäuser

- Regionalität & Saisonalität als große Chance für F&B-Angebote bei allen Befragten – und hier vor allem außerhalb des Wiener Gürtels und außerhalb Wiens
- innerhalb des Wiener Gürtels werden moderne Konzepte gewünscht
- Online-Services (Bestellung, Reservierung, etc.) sowie Liefer & Abholservices forcieren
 - je jünger die Gäste, desto wichtiger werden diese Dienste; aktuell für Personen unter 30 sehr wichtig
 - v.a. unselbständige Personen wünschen sich diese Services
- Aufhebung Rauchverbot, Forcierung bargeldlose Bezahlung eher nicht gewünscht bzw. zukunftssträftig
- SB-Angebote werden kaum gewünscht

Chancen für die Gastronomie & Kaffeehäuser





Generelle Auswertung Resumée

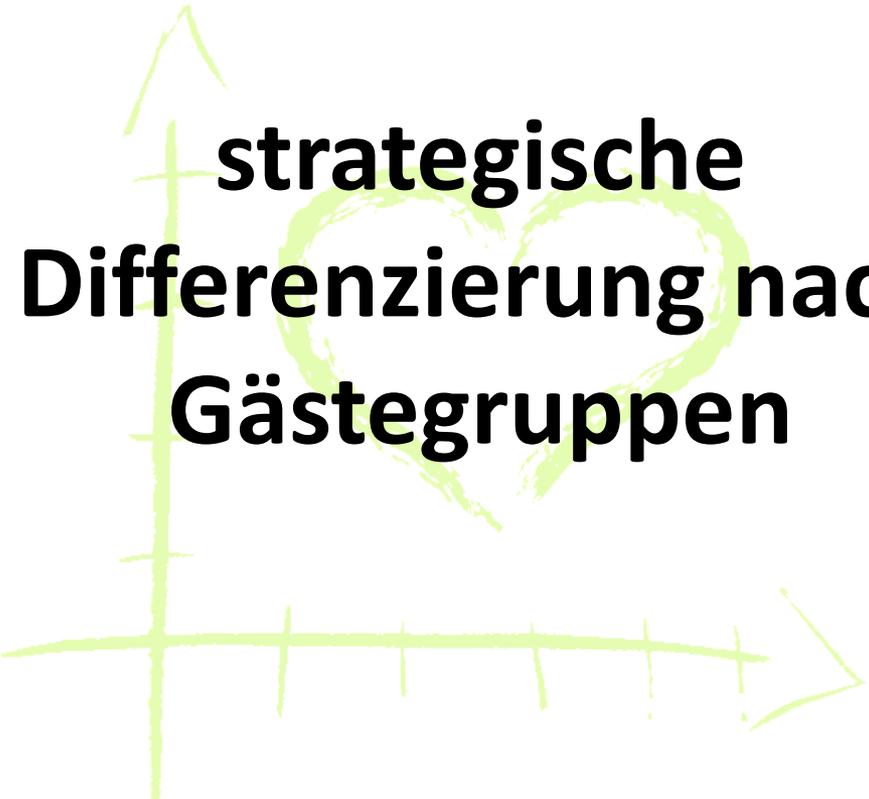
Fachgruppen Gastronomie und Kaffeehäuser

- Gäste hatten Verständnis für Betriebsschließungen, wünschen sich jetzt aber rasche Öffnung der Gastronomie
- Liefer- und Aholservices werden nur sehr spärlich genutzt – nur 10% der Befragten nutzen es öfter als „einmal die Woche“
- Gäste vermissen vor allem „Gast- & Schanigärten“ und „sozialen Austausch“
- 80% der Gäste finden es wichtig, die Wiener Gastronomie & Kaffeehäuser in Zukunft mit Besuchen zu unterstützen
- 70% der Gäste erwarten Sterben zahlreicher Gastronomiebetriebe
- 30% der Gäste haben erhöhte Angst vor erhöhter Infektionsgefahr
- Besuchsabsicht verhalten – Großteil der Gäste beabsichtigt, Lokale nicht öfter als „mehrmals pro Monat“ zu besuchen – am häufigsten Gasthäuser, Restaurants, Cafés und Eisdielen. Andere Lokaltypen eher „seltener“
- Großteil der Gäste hat Verständnis für Preiserhöhungen im Ausmaß von 10%-20%
- Chancen:
 - Fokus auf Regionalität und Saisonalität bei F&B-Angeboten
 - Ausbau von Online-Services, Abhol- und Lieferservices
 - mehr bargeldlose Services, Aufhebung Rauchverbot und mehr SB-Services sind kein Thema
- unterschiedliche Strategien für Gastronomie empfohlen: „Sit-In-Gäste“ und „to-go“ bzw. „Delivery“
- Preiskampf ist unbedingt zu vermeiden, um Lokalsterben zu verhindern



WKO

Fachgruppen Gastronomie und Kaffeehäuser



strategische Differenzierung nach Gästegruppen

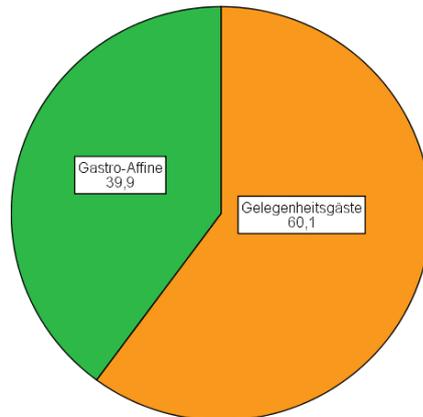


Gästegruppen nach Besuchsabsicht

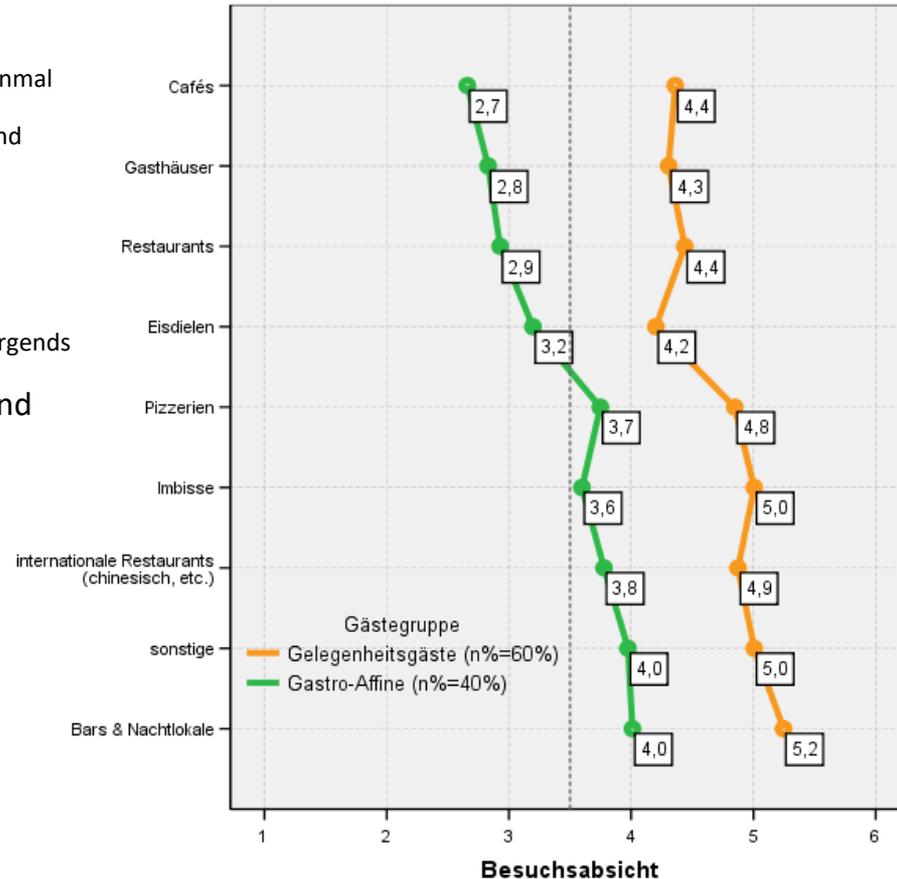
Fachgruppen Gastronomie und Kaffeehäuser

- zwei Gruppen nach Besuchsabsicht identifizierbar (Frage: „Wie häufig beabsichtigen Sie in Zukunft die folgenden Lokaltypen zu besuchen?“):
 - Gastronomie-Affine (40% der Stichprobe):
 - durchschnittl. Besuchsabsicht 3,5 (d.h. etwas seltener als „einmal pro Woche“)
 - hohe Besuchsabsicht von Cafés, Gasthäusern, Restaurants und Eisdielen
 - Besuchsabsicht bei allen Lokaltypen um mindestens einen Skalenspunkt höher als bei Gelegenheitsgästen
 - Gelegenheitsgäste (60% der Stichprobe)
 - durchschnittl. Besuchsabsicht 4,7 (d.h. deutlich seltener als „mehrmals pro Monat“)
 - deutlich gedämpfte Besuchsabsicht bei allen Lokaltypen – nirgends höher als „mehrmals pro Monat“
- Unterschiedliche Ansprache dieser beider Gruppen dringend empfohlen

Gruppengröße nach Besuchsabsicht



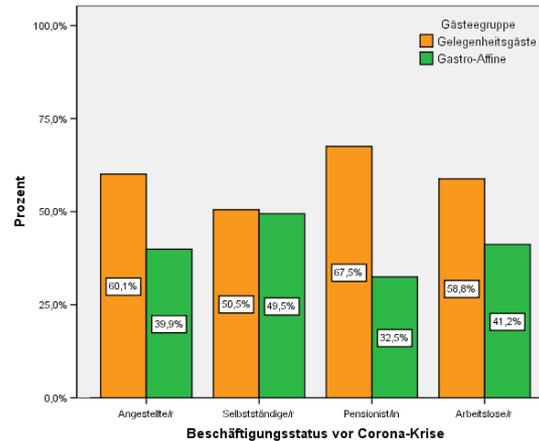
Gästegruppen nach Besuchsabsicht



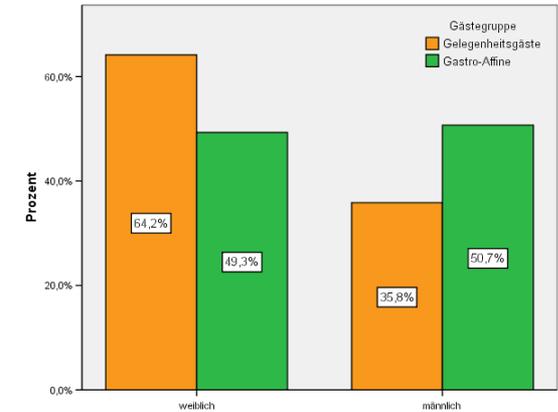


- **Gastro-Affine:**
 - überwiegend männlich und selbstständig
 - Altersgruppen 40-59 deutlich stärker vertreten
 - deutlich häufiger innerhalb des Wiener Gürtels wohnhaft
- **Gelegenheitsgäste:**
 - überwiegend weiblich
 - Altersgruppen 20-39 und 60+ deutlich stärker vertreten
 - überwiegend außerhalb des Wiener Gürtels wohnhaft
 - überwiegend unselbständig Beschäftigte, Pensionisten oder Arbeitslose

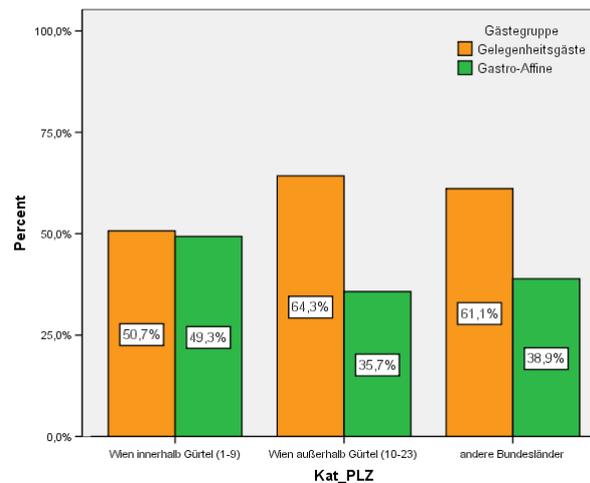
Beschäftigungsstatus nach Gästegruppe



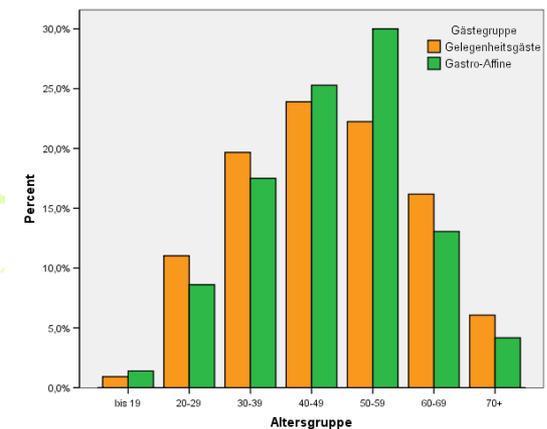
Geschlechtsverteilung der Gästegruppen



PLZ-Kategorie nach Gästegruppen



Altersgruppenverteilung der Gästegruppen





Gästegruppen nach Besuchsabsicht - Besuchsmotive

- starke Antwort-Unterschiede nach Besuchsmotiven

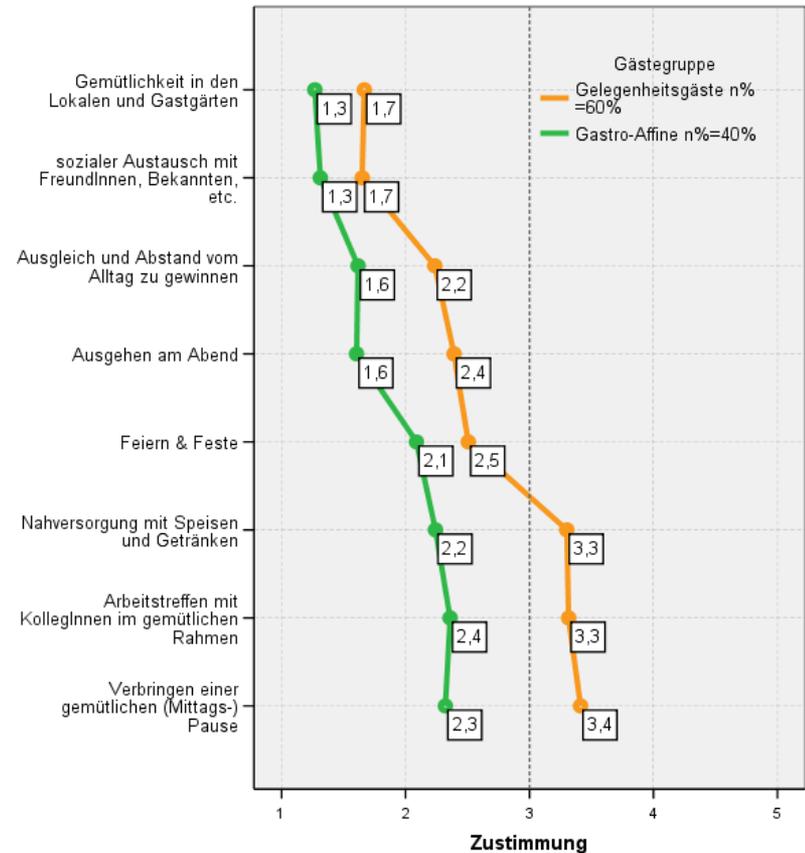
- Gastronomie-Affine (40%):

- sämtliche Angebotsaspekte der Gastronomie & Kaffeehäuser werden (überwiegend) stark vermisst
 - Bedürfnisse können kaum ohne Gastronomiebesuche gestillt werden

- Gelegenheitsgäste (60%):

- Gast-/Schanigärten und sozialer Austausch werden am ehesten vermisst
 - Mittagspause und Arbeitstreffen werden eher nicht vermisst, ebenso die Nahversorgung
 - Bedürfnisse können auch ohne Gastronomiebesuche gestillt werden, etwa durch selbst kochen oder Einkauf im LEH

Besuchsmotive nach Gästegruppe



1...stimme ich vollkommen zu,
5... stimme ich überhaupt nicht zu



Gästegruppen nach Besuchsabsicht - Verhaltensabsichten

Fachgruppen Gastronomie und Kaffeehäuser

- starke Unterschiede in den Verhaltensabsichten

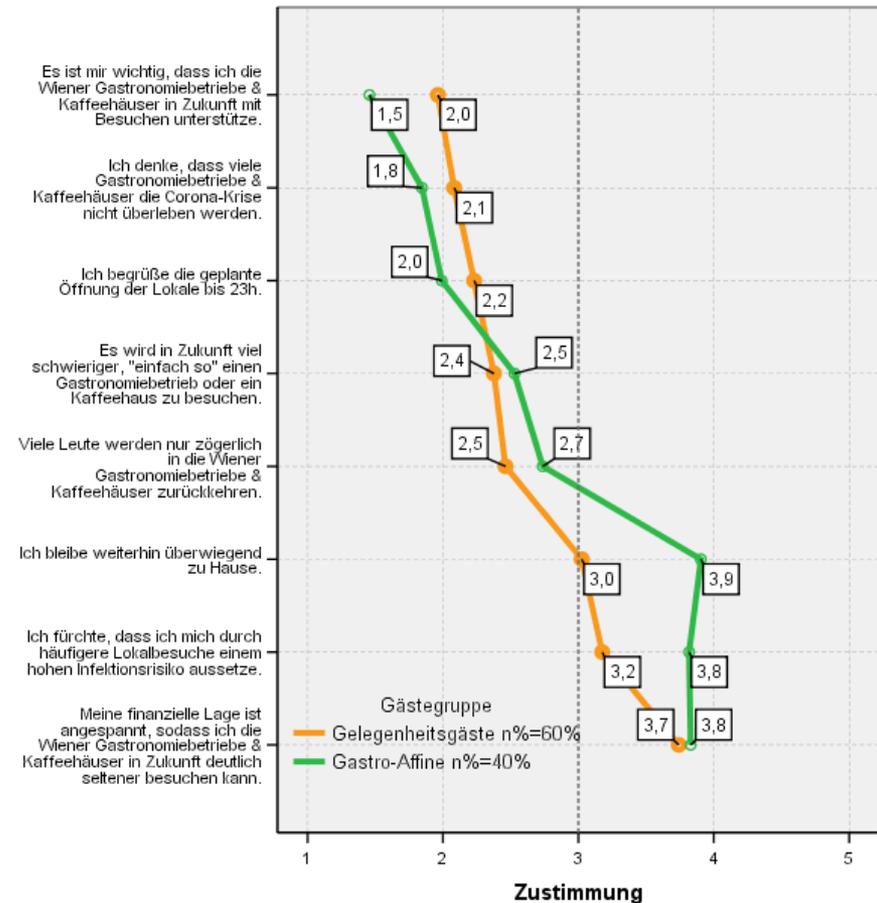
- Gastronomie-Affine (40%):

- hohe Besuchsabsicht
 - geringe Absicht zu Hause zu bleiben und Angst vor Infektionen

- Gelegenheitsgäste (60%):

- deutlich höhere Neigung zu Hause zu bleiben und Angst vor Infektion

Verhaltensabsichten nach Gästegruppe



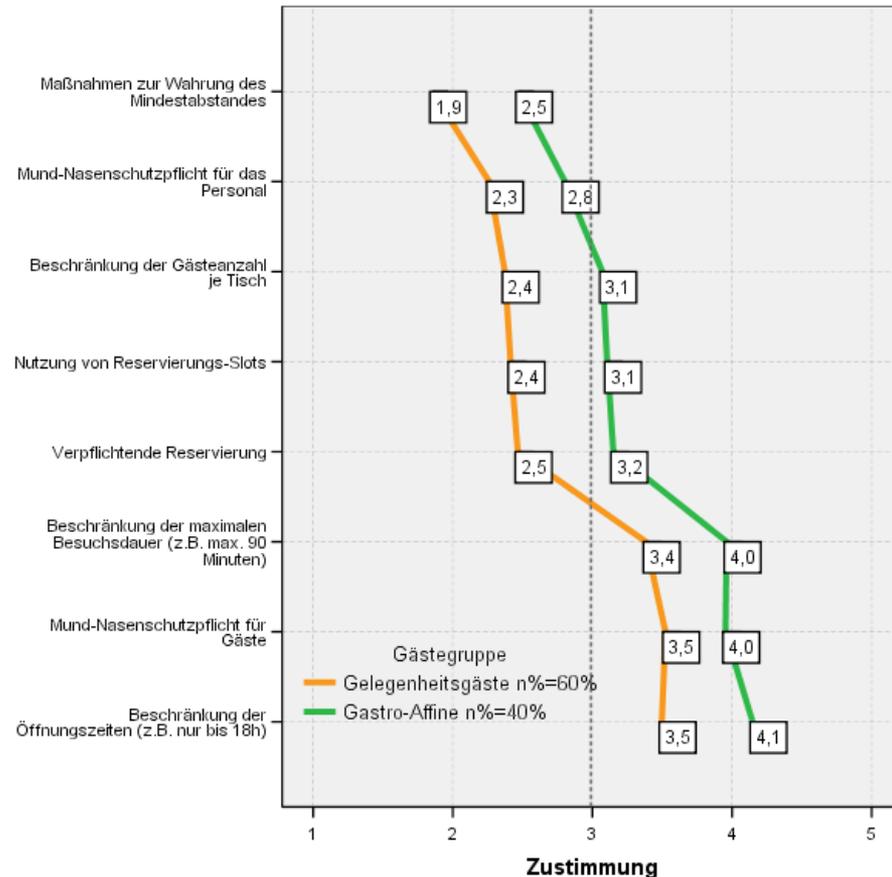


Gästegruppen nach Besuchsabsicht - Verhaltensabsichten

Fachgruppen Gastronomie und Kaffeehäuser

- starke Unterschiede in der Akzeptanz von Einschränkungen
 - Gastronomie-Affine (40%):
 - haben bestenfalls mittelmäßiges Verständnis für Einschränkungen, am ehesten noch für den Mindestabstand
 - maximale Besuchsdauer, MNS für Gäste und beschränkte Öffnungszeiten werden überwiegend abgelehnt
 - Gelegenheitsgäste (60%):
 - deutlich höhere Akzeptanz bei allen genannten Einschränkungen
 - maximale Besuchsdauer, MNS für Gäste und beschränkte Öffnungszeiten werden ebenfalls eher abgelehnt

Akzeptanz von Einschränkungen nach Gästegruppe

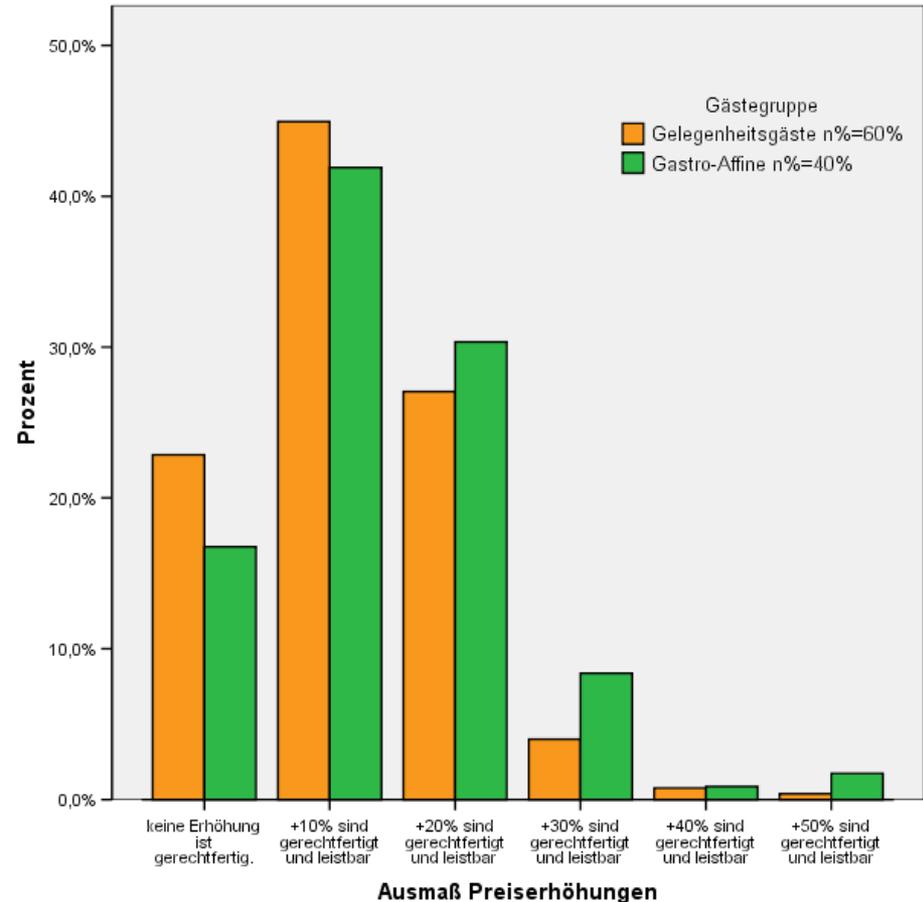




Gästegruppen nach Besuchsabsicht – Akzeptanz von Preiserhöhungen

- deutliche Antwort-Unterschiede in der Akzeptanz von Preiserhöhungen
 - Gastronomie-Affine (40%):
 - Verständnis für Preiserhöhungen zwischen 10%-20%. Selbstständige haben sogar Verständnis für Erhöhung um bis zu 30%
 - Gelegenheitsgäste (60%):
 - großteils Verständnis für Preiserhöhungen von 10%

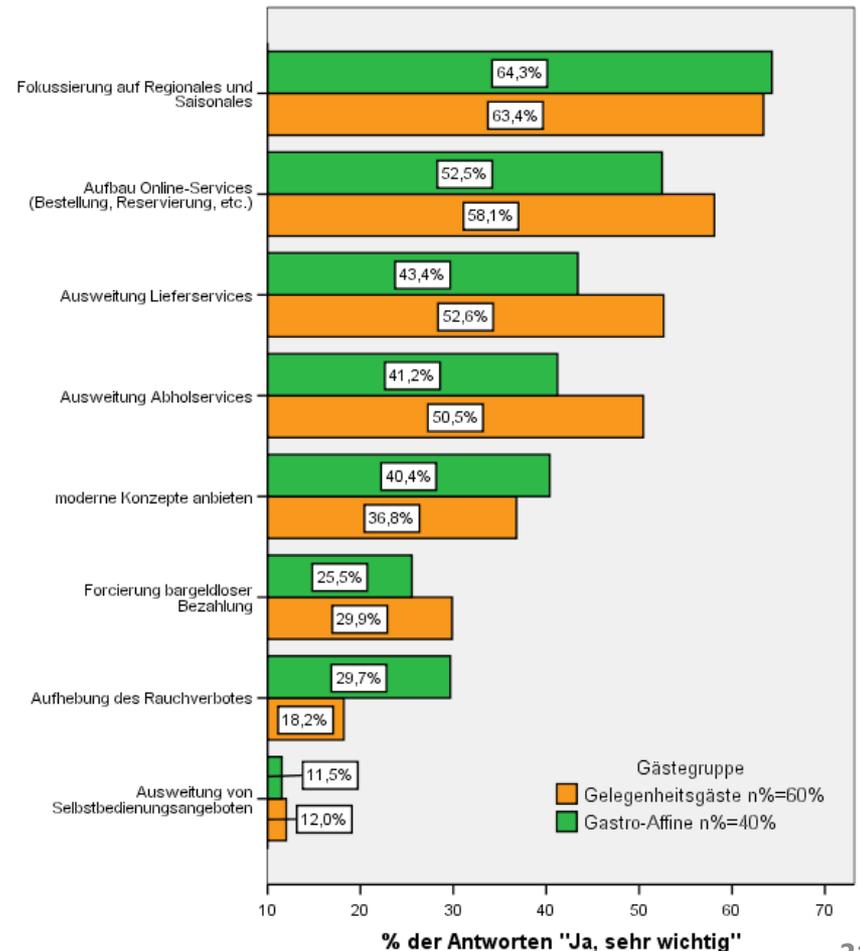
Akzeptanz von Preiserhöhungen





- Gästegruppen orten unterschiedliche in der Chancen für die Gastronomie & Kaffeehäuser
 - Gastro-Affine wünschen sich vor allem Fokussierung auf Regionales und Saisonales und bessere Online-Services. Etwas erhöhte (aber keine überwiegende) Forderung nach Aufhebung des Rauchverbotes
 - Gelegenheitsgäste können vor allem durch mehr Online-Services, Lieferservice und Abholservice angesprochen werden.

Chancen nach Gästegruppen





- Großteil der Befragten sind Gelegenheitsgäste (60%), Gastro-Affine stellen 40% der Stichprobe dar. (Wobei davon auszugehen ist, dass die Anzahl der Gelegenheitsgäste noch höher ist. Denn es ist davon auszugehen, dass eher Gastro-Affine an der Befragung teilgenommen haben.)
- Gastro-Affine (durchschnittliche Besuchshäufigkeit: mehrmals pro Woche):
 - beabsichtigen eher häufige Besuche und Vor-Ort-Konsum (mindestens einmal pro Woche)
 - haben bei den meisten Besuchsmotiven hohe Zustimmung - Gastronomiebetriebe sind von zentraler Bedeutung zur Bedürfnisbefriedigung
 - Abhol- & Lieferservices von eher nachrangiger Bedeutung
 - Verständnis für Preiserhöhungen zwischen 10%-20%
- Gelegenheitsgäste (durchschnittliche Besuchshäufigkeit: mehrmals pro Monat):
 - sind deutlich schwieriger zu Gastro-Besuchen zu motivieren, viele Besuchsmotive treffen schlicht nicht zu
 - Hauptbesuchsmotive: sozialer Austausch und Gemütlichkeit in Gast-&Schanigärten → das kann man aber auch ohne Gastronomieleistungen erreichen (selbst kochen, Einkauf im LEH, etc.)
 - wünschen mehr Abhol- & Lieferservice und Onlineservices
 - haben bestenfalls Verständnis für Preiserhöhungen bis zu 10%



- Preiskampfgefahr
 - viele Gastro-Anbieter werden versuchen, Gelegenheitsgäste durch niedrigere Preise und mehr Service zu locken → es droht Preiskampf ohne realen Zugewinn bei Marktanteilen, da diese Gästegruppe ihr Verhalten eher nicht ändern wird (solange die Covi19-Gefahr besteht)
- Alternative:
 - MODERATE PREISERHÖHUNG FÜR ALLE Gästegruppen
 - effektive öffentliche Anreize setzen um Gastronomie-Konsumationen zu Stimulieren
 - Absetzbarkeit Geschäftsessen
 - Absetzbarkeit privater Konsumation bis 500€ p.a., etc. Gutschein
 - Angebotsbreite und -tiefe der Frequenz anpassen, Kostenkontrolle verstärken
 - Einführung von Gastro-Gütesiegeln (siehe etwa „Genussspecht-Wirte“)
 - staatliche Förderung von Investitionen in betriebseigene Online-, Abhol- und Lieferservices und Maßnahmen zur Steigerung der direkten „Nahversorgung beim Wirten“
 - Maßnahmen zur branchenübergreifenden Förderung von Regionalitäts- & Saisonalitäts-Angeboten – z.B. Wirt & Bauer, Wirt & Winzer, Wirt & Fleischer
 - Etablierung eines Wiener „Gastronomie-Gütesiegels“ inkl. gemeinsamer Marketing-Plattform
 - Sit-In-Gastronomie:
 - klare Strategie verfolgen – mehr Regionalität & Saisonalität, moderne Konzepte, bessere Online-Services
 - Ausbau von Abolservices vorantreiben, da hier keine hohen Liefergebühren anfallen
 - Gratis-Auftritte von Kleinkünstlern
 - to-go- & Delivery-Gastronomie:
 - Fokus auf Bestseller
 - Ausbau von Online-Services, Abhol- & Lieferservices ausbauen
 - Lieferservice wenn möglich selbst betreiben, da sonst hohe Servicegebühren bei Drittanbietern anfallen
 - Angebotsbreite und -tiefe der Frequenz anpassen, Kostenkontrolle verstärken
 - Qualität vor Quantität - nicht Umsatz um jeden Preis forcieren
 - attraktive und unverwechselbare Packages anbieten, um nicht zu viel Umsatz an LEH zu verlieren