

Pressemeldung

Auswertung von Login-Daten: Dank Freischankflächen steigende Besucherzahlen bis in den Oktober

In den Gastronomiebetrieben zählen Socialwave-Hotspots im Zeitraum zwischen Juli und Oktober durchschnittlich 32,63 Prozent mehr Login-Zahlen als in den Vor-Corona-Monaten Januar und Februar / Im gesamten Gastgewerbe liegen die Login-Zahlen im gleichen Zeitraum im Schnitt 13,89 Prozent zurück / Beherbergungsbetriebe erreichen in den Sommermonaten 2020 im Vergleich zum Vorjahr nur rund 50 Prozent der Logins / Cafés mit robuster Nachfrage im Oktober

München, 23. November 2020. Der Höhepunkt kommt vor dem Fall: Bevor die Gastronomie am 2. November erneut die Schotten dicht machen musste, war sie gerade dabei, mit den besten Monaten des Jahres einen Teil der Verluste des ersten Lockdowns abzuschütteln. Zwischen Juli und Oktober haben im Schnitt 33 Prozent mehr Gäste ein Restaurant, eine Bar oder ein Café besucht als in den Vor-Corona-Monaten Januar und Februar. Das zeigt eine Analyse des auf Gastro-Marketing spezialisierten Unternehmens Socialwave, das die Gäste-Login-Daten seiner WLAN-Hotspots im Gastgewerbe regelmäßig untersucht. Zur Erholung sollen die Freischankflächen beigetragen haben, die Gastronomen mit Paletten, Blumen und Lampions aus Parkbuchten gestaltet haben. „Was aus der Not geboren wurde, hat der darbedenden Gastronomie zumindest mit Blick auf die Besucherzahlen schlussendlich zu einer V-förmigen Erholung verholfen. Die Mini-Terrassen und Schankgärten konnten die fehlenden Umsätze des ersten Lockdowns dennoch nicht kompensieren, weil niemand aus Mitleid mehrere Portionen gegessen hat“, erklärt Felix Schönfelder, Geschäftsführer der Socialwave GmbH. Aktuell verzeichnet das Unternehmen in den von Socialwave zur Verfügung gestellten Gäste-WLAN-Hotspots rund eine Mio. Logins je Woche.

Gastgewerbe im Sommer rund 14 Prozent weniger als vor Corona

Während die gastronomischen Betriebe in den Sommermonaten deutlich zulegen konnten, reduzierte sich die Besucherzahl im gesamten Gastgewerbe im Zeitraum zwischen Juli und Oktober um durchschnittlich 14 Prozent gegenüber den Vor-Corona-Monaten Januar und Februar. Die Diskrepanz zur positiven Entwicklung bei den Gastro-Besucherzahlen erklärt Schönfelder zum einen mit den dauerhaft geschlossenen Clubs und Diskotheken, die ebenfalls zum Gastgewerbe zählen.

Hotels geht das Licht aus

Zum anderen dürften die positiven Nachrichten aus der Hotellerie über die gestiegenen Belegungsraten während der Schulferienzeit dem Experten zufolge nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Nachfrage fernab der Top-Urlaubsregionen, etwa in Küstenregionen oder im Voralpenland sowie in vielen Metropolen, weit hinter den Vorjahreswerten zurückblieb. „Das Hotelgewerbe konnte laut der Login-Daten in den Sommermonaten 2020 im Vergleich zum Vorjahr nur rund 50 Prozent der Auslastung erreichen. Nur ein Bruchteil aller Hotelbetriebe konnte von den Ferien-Urlaubern profitieren. Bei Unterkünften in den Städten oder in Flughafen- und Messenähe blieben die Buchungen auch den Sommer über größtenteils aus. Die Login-Zahlen sprechen bei diesen Betrieben von einer Auslastung von nur rund 20 Prozent im Vergleich zu den Vor-Corona-Monaten“, sagt Schönfelder. Es gebe nur noch wenige Geschäftsreisende und der Städtetourismus habe sich seit Beginn der Pandemie nicht mehr erholt. Beherbergungsbetriebe versuchen mit neuen Betriebskonzepten gegenzusteuern. Mit sogenannten Longstay-Angeboten wollen Hotels Mieter zu teils sehr attraktiven Preisen an sich binden. Manche Häuser bieten ihre leeren Zimmer als Büros an. Die entsprechende IT-Infrastruktur für Videokonferenzen haben viele Häuser zumindest.

Eine letzte Runde für Cafés

Die Nutzerdaten von Socialwave-WLAN-Hotspots in der Café-Landschaft sprechen für eine robuste Nachfrage in den Sommermonaten - ähnlich wie im Restaurant-Segment. Lokale mit einer sehr spezifischen Zielgruppe wie Studenten oder Touristen konnten hingegen nach der Wiedereröffnung nicht wieder zur alten Stärke zurückfinden. „Die Lage spielt seit Ausbruch der Pandemie eine entscheidende Rolle, weil sie häufig mit einer sehr spezifischen Zielgruppe einhergeht. So haben Cafés in Uninähe im Oktober noch nicht wieder zu alter Stärke zurückgefunden“, bilanziert Schönfelder.

Betriebe in Top-Lagen weisen Besucherzahlen von bis zu 180 Prozent im Vergleich zum Februar vor, während Lokale nahe den Hochschulen häufig nur 30 bis 40 Prozent der Besucherzahlen erreichen konnten.

Über Socialwave

Mit dem WLAN-Marketing Paket von Socialwave werden Inhaber mit einem stationärem Geschäftsmodell – etwa Gastronomen, Therapeuten oder Einzelhändler – in die Lage versetzt, ihren Kunden kostenfreies Internet zur Verfügung zu stellen und über diese WLAN-Infrastruktur gleichzeitig effektives Marketing zu betreiben. Ob Facebook Likes, Location Check-Ins für einen stärkeren Online-Auftritt, mehr Online-Sichtbarkeit durch positive Google-Bewertungen oder mehr Kundeninteraktionen durch Pop-Ups und E-Mail-Marketing: Das *WLAN-Marketing Paket* von Socialwave macht es möglich. Weitere Informationen unter <https://social-wave.de/>

Pressekontakt

SCRIVO Public Relations

Ansprechpartner: Tristan Thaller
Elvirastraße 4, Rgb.
D-80636 München
tel: +49 89 45 23 508 15
e-mail: tristan.thaller@scrivo-pr.de
internet: <https://www.scrivo-pr.de>

Unternehmenskontakt

Socialwave GmbH

Ansprechpartner: Moritz Meister
Dachauer Str. 192
D-80992 München
tel: +49 89 21546472
e-mail: moritz.meister@social-wave.com
internet: <https://social-wave.de/>