



Inhalt

Zusammenfassung	2
Auf einen Blick	3
Auswirkungen auf Wirtschaft und Beschäftigung	5
Gemeinschaftsgefühl	10
Persönliches Wohlbefinden	15
Auswirkungen von No-Shows	18
So wird man ein besserer Gast	24
Für Restaurants: Mittel zum Schutz Ihres Umsatzes	26
Fazit	29

Restaurants sind mehr als Orte zum Essen

Restaurants sind ein fester Bestandteil des Lebens in unseren Stadtvierteln. Ein Drittel (33 %) der Gäste in Deutschland besucht mindestens einmal pro Woche ein Restaurant, eine Kneipe, eine Bar oder ein Café in der Nähe. 99 % sagen, dass diese Betriebe für ihre Gemeinschaft unverzichtbar sind.¹ Und weil die Zahl der Restaurantbesuche in Deutschland im Jahresvergleich um 9 % gestiegen ist, wächst auch ihre Bedeutung für das Leben vor Ort weiter.²

„Restaurants verbinden Menschen, schaffen Perspektiven und prägen das gesellschaftliche Leben in ganz Deutschland,” sagt Thomas Bergmann, Director of Restaurant Sales & Services, OpenTable Deutschland.

„Der Report macht diese Bedeutung sichtbar und unterstreicht, warum es uns bei OpenTable so wichtig ist, Restaurants nachhaltig in ihrem Erfolg zu unterstützen.“

Der Restaurant Impact Report von OpenTable macht Daten greifbar. Er verbindet eigene Einblicke mit Umfragen unter Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie im Gastgewerbe, um die weitreichenden Auswirkungen der Branche aufzuzeigen. Er untersucht, wie lokale Restaurants die Wirtschaft ankurbeln, Gemeinschaften stärken und das Wohlbefinden fördern – und warum die Bewältigung von Herausforderungen wie No-Shows entscheidend ist, damit Restaurants erfolgreich sein können.



Auf einen Blick: Die Bedeutung der Gastfreundschaft

Hinter jedem großartigen Essen steht ein Betrieb, der die lokale Wirtschaft ankurbelt, die Gemeinschaft zusammenbringt und das tägliche Leben seiner Gäste bereichert. Hier sind die Zahlen, die diese Auswirkung verdeutlichen.

2,2 Mio.

Menschen sind in der Gastronomie in Deutschland beschäftigt.³

9 %

mehr Gäste in über OpenTable buchbaren Restaurants in Deutschland in den vergangenen zwölf Monaten im Jahresvergleich.²

83 %

der Restaurantbetreiber*innen in Deutschland geben an, dass ihre Restaurants eine wichtige Rolle für die lokale Wirtschaft spielen.⁴

88 %

der Gäste in Deutschland sagen, dass lokale Restaurants, Kneipen und Cafés entscheidend dazu beitragen, ein Gemeinschaftsgefühl zu schaffen.¹

85 %

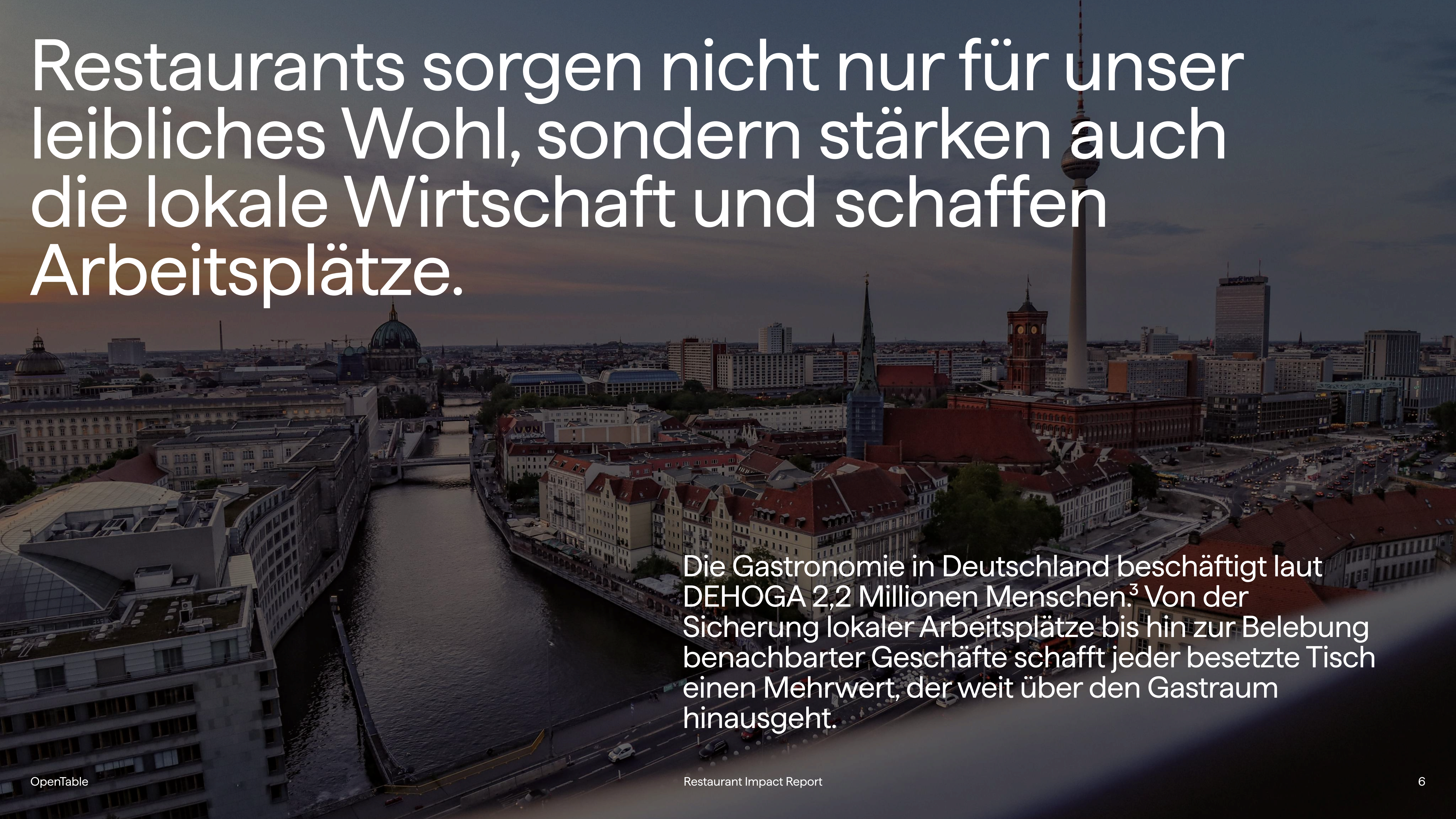
der Gäste in Deutschland sagen, dass lokale Restaurantbesuche ihr persönliches und soziales Wohlbefinden steigern.¹

78 %

der Gäste in Deutschland sind der Meinung, dass No-Shows konkrete Auswirkungen auf das Geschäft eines Restaurants haben.¹



Auswirkungen auf Wirtschaft und Beschäftigung

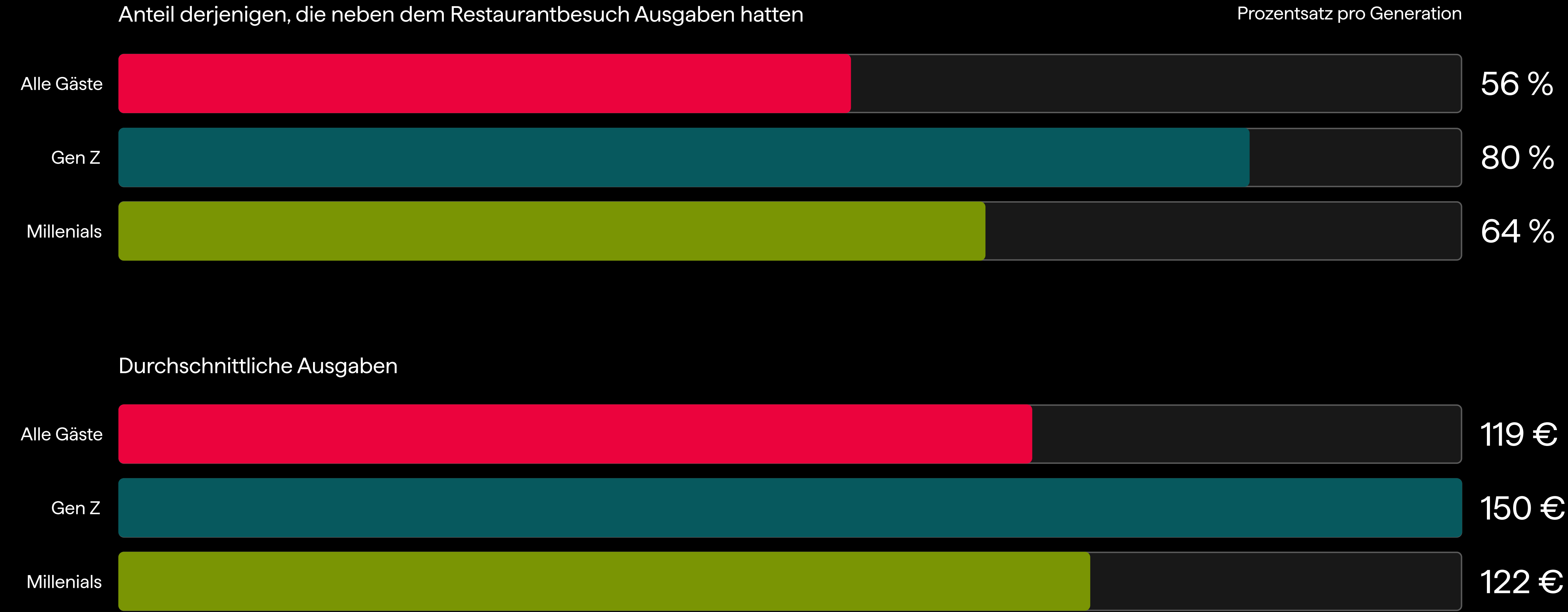
An aerial photograph of Berlin, Germany, taken at dusk. The Spree river flows through the center of the image, with historic buildings lining its banks. The Fernsehturm (TV Tower) is prominent on the right side. The sky is a mix of orange and blue, indicating the time is either dawn or dusk. The overall scene is a dense urban landscape with a mix of old and new architecture.

Restaurants sorgen nicht nur für unser leibliches Wohl, sondern stärken auch die lokale Wirtschaft und schaffen Arbeitsplätze.

Die Gastronomie in Deutschland beschäftigt laut DEHOGA 2,2 Millionen Menschen.³ Von der Sicherung lokaler Arbeitsplätze bis hin zur Belebung benachbarter Geschäfte schafft jeder besetzte Tisch einen Mehrwert, der weit über den Gastraum hinausgeht.

Wie volle Tische Stadtviertel stärken

56 % der deutschen Gäste **geben vor oder nach ihrem Restaurantbesuch auch anderswo** durchschnittlich 119 € aus.¹





83 %

der Restaurantbetreiber*innen in Deutschland geben an, dass ihre Restaurants eine wichtige Rolle für die lokale Wirtschaft spielen, z. B. indem sie Arbeitsplätze schaffen, Ausgaben in der Region ankurbeln und lokale Lieferant*innen unterstützen.⁴

37 €

wurden in Deutschland in den vergangenen zwölf Monaten durchschnittlich pro Restaurantbesuch ausgegeben. Das entspricht einem Anstieg von 7 % gegenüber dem Vorjahr.²

Restaurantbetreiber*innen in Deutschland beschäftigen häufig Menschen mit erschwertem Zugang zum Arbeitsmarkt.⁴

16 %

beschäftigen Menschen aus Gruppen, die beim Zugang zum Arbeitsmarkt mit Hürden konfrontiert sind.

31 %

beschäftigen Menschen mit Behinderungen oder neurodivergente Menschen.

34 %

beschäftigen Menschen, die nach einer längeren Unterbrechung wieder ins Berufsleben einsteigen.

40 %

beschäftigen Geflüchtete oder kürzlich zugewanderte Menschen.

49 %

beschäftigen junge Menschen ohne formale Qualifikationen.

A photograph of a woman in a white chef's shirt and a colorful, patterned apron. She is smiling and looking towards a customer. In the foreground, a woman is smiling and looking up at the chef. The background is a blurred restaurant interior with other people and shelves.

Gemeinschaftsgefühl

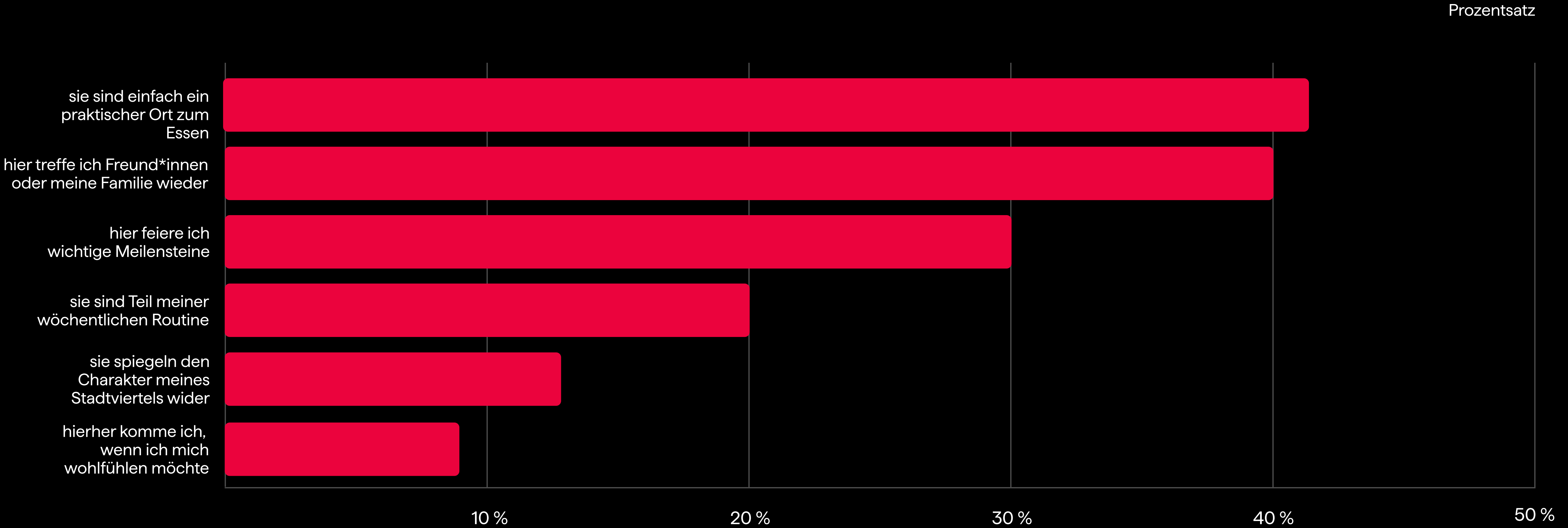
Der beste Platz im Restaurant ist der, der Menschen zusammenbringt.

Lange bevor es ums Geschäft geht, ist ein Restaurant ein Ort der Begegnung. Hier werden erste Verabredungen zu Jahrestagen, Geburtstage zu Traditionen, und ein vertrautes Gesicht hinter der Theke sorgt dafür, dass man sich in einem neuen Stadtviertel wie zu Hause fühlt.

Diese „dritten Orte“ bilden eine Brücke zwischen Privatleben und Arbeit und schaffen die zwischenmenschliche Verbindung, die eine Gemeinschaft zusammenhält. Tatsächlich sind **88 %** der Gäste in Deutschland der Meinung, dass Restaurants und andere lokale Treffpunkte entscheidend dazu beitragen, ein Gemeinschaftsgefühl zu schaffen.¹

Wie Gäste ihre lokalen Restaurants erleben

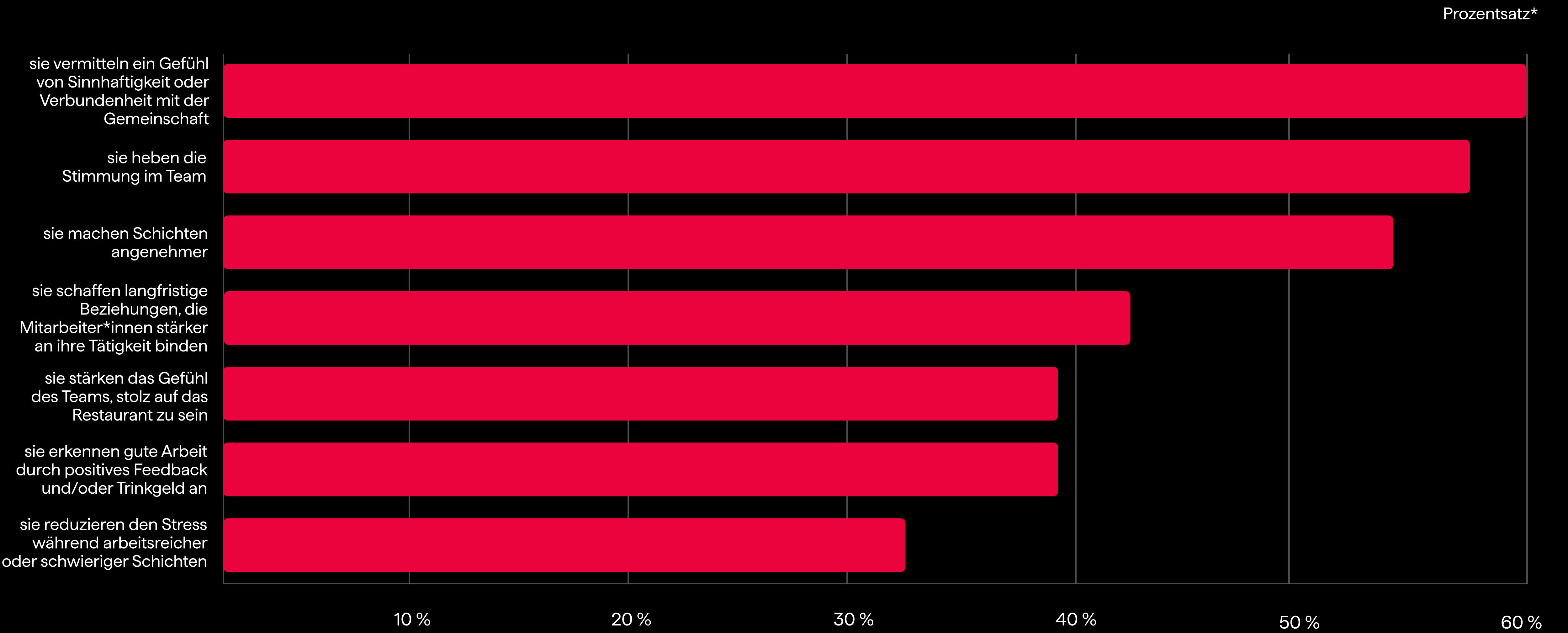
Welche der folgenden Aussagen beschreibt am besten, welche Rolle lokale Restaurants, Cafés, Kneipen oder Bars in Ihrem Leben spielen?¹



¹exklusive Personen die "keine dieser Aussagen" angegeben haben

Die Wirkung von Stammgästen

Die Verbindung beruht auf Gegenseitigkeit. So wirken sich Stammgäste laut Restaurantbetreiber*innen positiv auf Restaurants in Deutschland aus:⁴



*exklusive Personen die "keine dieser Aussagen" angegeben haben

„Restaurants sind wie Wohnzimmer, in denen das Leben gefeiert wird und man den Moment mit den Menschen, die einem wichtig sind, in vollen Zügen genießt. Es gibt kaum etwas Schöneres, als sein Lieblingsrestaurant zu betreten, mit Namen begrüßt zu werden und an seinem Lieblingstisch den Wein serviert zu bekommen, den man immer bestellt. Genau das macht die Gastronomie für uns so besonders.“

Mehmet Türkmen und Denise Neuwirth,
die Inhaber*innen des Rebelión – Restaurant & Bar in Hamburg



Persönliches Wohlbefinden

Ein bisschen Freude, Tisch für Tisch.



Es hat etwas Besonderes, sich zu einer Mahlzeit hinzusetzen und zu spüren, wie der Rest der Welt ein wenig leiser wird.

Ein Abendessen mit Freund*innen kann eine schwierige Woche leichter machen – tatsächlich sagen 58 % der Gäste in Deutschland, dass sie wahrscheinlich gezielt einen Tisch reservieren, um ihre Stimmung zu heben oder wieder mit anderen in Kontakt zu kommen, wenn sie sich gestresst fühlen.¹ Restaurants geben uns Raum, innezuhalten und ganz im Moment zu sein. 85 % der Gäste sagen, dass lokale Restaurantbesuche ihr persönliches und soziales Wohlbefinden direkt steigern.¹

Die Bedeutung dieser Rolle erleben Restaurantbetreiber*innen unmittelbar: Alle (100 %) Restaurants in Deutschland erkennen an, dass ihre Restaurants mehr bieten als nur die Bewirtung von Gästen – sie sind wichtig für das soziale Leben und das Wohlbefinden ihrer Gäste.⁴

„Gemeinsam in einem Restaurant zu essen, ist eine der ältesten Formen, Menschen zusammenzubringen, denn wenn wir um einen Tisch sitzen, können wir uns aufeinander konzentrieren. Unsere Studie mit mehr als 10.000 Menschen weltweit hat gezeigt, dass persönlicher Kontakt nach wie vor ein starker Prädiktor für das Wohlbefinden ist, da sich soziale Bindungen durch Blickkontakt und gemeinsame Erlebnisse vertiefen.“

Dr. Martha Newson,
Associate Professorin für Psychologie an der University of Greenwich





Auswirkungen von No-Shows

Jeder leere Tisch hat konkrete Folgen.

Restaurants kurbeln die lokale Wirtschaft an, sind Treffpunkte für unsere Gemeinschaften und tragen zu unserem Wohlbefinden bei – doch das gelingt ihnen am besten, wenn ihr Gastraum gefüllt ist. Bei knappen Margen ist eine nicht wahrgenommene Reservierung nicht nur ein ausgefallenes Abendessen, sondern kann sich auch auf das Geschäftsergebnis eines Restaurants auswirken. Obwohl 78 % der Gäste in Deutschland der Meinung sind, dass eine nicht wahrgenommene Reservierung dem Geschäft eines Restaurants schaden kann,¹ bleiben No-Shows eine Herausforderung für Restaurants.¹

„Ein No-Show ist wie ein Date, bei dem das Gegenüber nicht erscheint. Man hat sich schick gemacht, den Tisch gedeckt – und sitzt dann alleine da. Der Unterschied ist: Wir bleiben außerdem auf den eingekauften Lebensmitteln sitzen, haben das Team eingeteilt und mussten einen anderen Gast abweisen. Eine Stornierung dauert zwei Minuten, ein No-Show kann uns den ganzen Abend kosten.“

Omid Enj,
der Inhaber von Papa Enj in Frankfurt





Die tatsächlichen Kosten von No-Shows, basierend auf einem Tisch für zwei

Wenn ein Tisch leer bleibt, setzt sich sofort eine Kettenreaktion in Gang: Lebensmittel werden verschwendet, Schichten sind überbesetzt und andere Gäste mussten abgewiesen werden. Restaurantbetreiber*innen in Deutschland geben an, dass ein No-Show bei einer Reservierung für zwei Personen ein Restaurant durchschnittlich **87,60 €** kostet.⁴

Neben Umsatzeinbußen beobachten und bestätigen Restaurants weitere mögliche Folgen von No-Shows:⁴

- Abgewiesene Gäste, was sich auf die Kundenbeziehungen auswirkt (61 %)
- Personalkosten (53 %)
- Verschwendete Lebensmittel und Waren (52 %)

Wann und wo leere Tische entstehen

No-Shows bleiben ein Problem. Die Daten aus Deutschland zeigen, wann Restaurants besonders häufig betroffen sind und welchen Einfluss Online-Reservierungen auf die Entwicklung haben.

Montag, Freitag und Samstag

Die Tage mit den höchsten No-Show-Raten in den vergangenen zwölf Monaten.⁵

Wochen im September

In den Wochen vom 21. und 28. September wurde in den vergangenen zwölf Monaten die höchste No-Show-Rate verzeichnet.⁵

21:00 Uhr

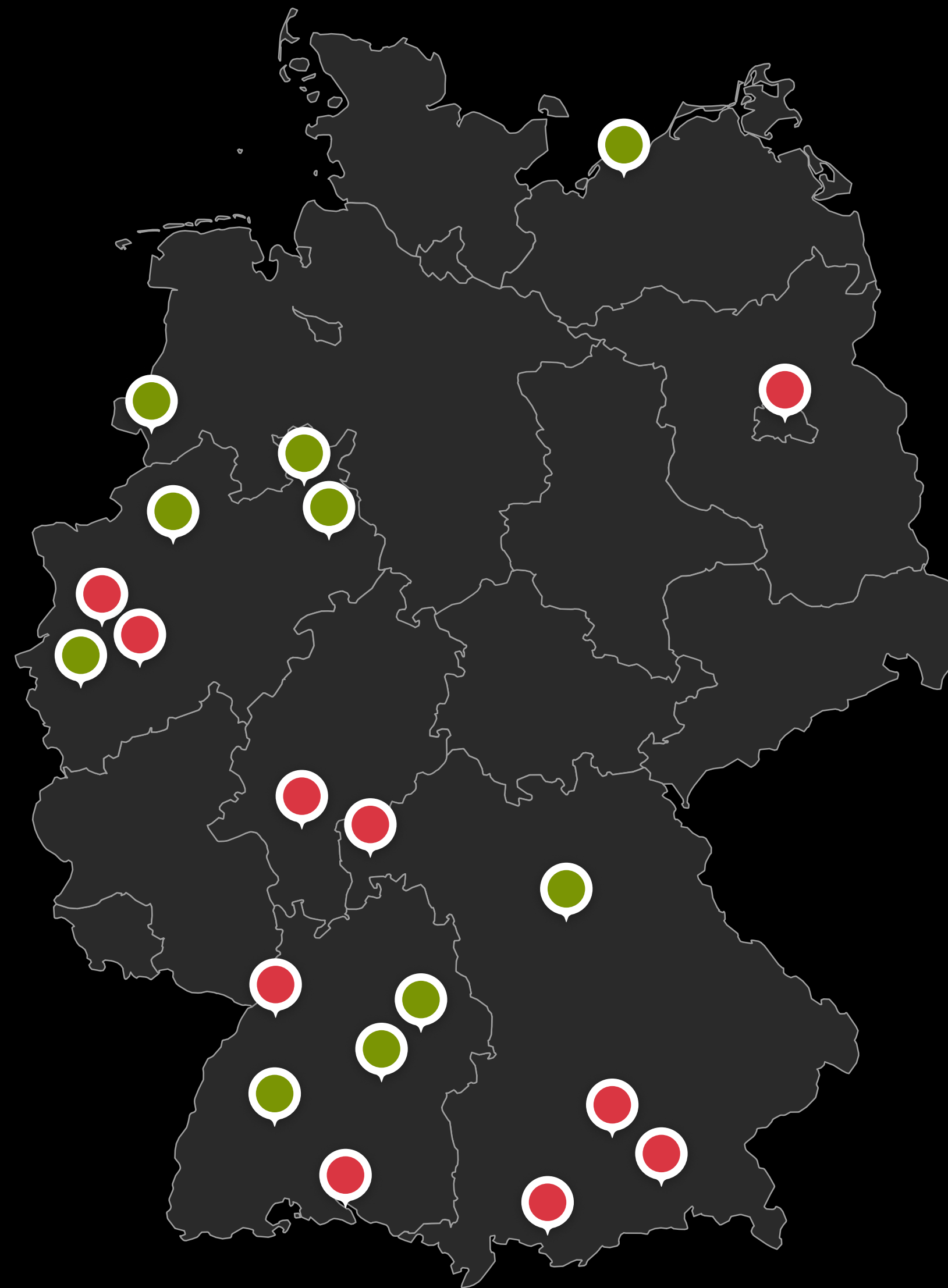
Das häufigste Zeitfenster für No-Shows.⁵

Tisch für zwei

Bei Reservierungen für zwei Personen war die Wahrscheinlichkeit eines No-Shows in den vergangenen zwölf Monaten am höchsten.⁵



Wer die Reservierung wahrnimmt – und wer nicht



Die zehn Städte mit dem niedrigsten Anteil an No-Shows:⁵

- Kerpen
- Gütersloh
- Paderborn
- Gelsenkirchen
- Göppingen
- Reutlingen
- Erlangen
- Wismar
- Bad Bentheim
- Freudenstadt

Die zehn Städte mit dem höchsten Anteil an No-Shows:⁵

- Karlsruhe
- Frankfurt
- Berlin
- Irschenberg
- Aschaffenburg
- München
- Garmisch-Partenkirchen
- Köln
- Düsseldorf
- Konstanz



So wird man ein besserer Gast

Kleine Gewohnheiten, große Wirkung.

Eine Reservierung ist mehr als ein Eintrag in Ihrem Kalender. Sie ist ein Versprechen an ein Team, das Zutaten bestellt und Mitarbeitende speziell für Ihre Ankunft eingeplant hat. Die gute Nachricht: Gäste in Deutschland übernehmen Verantwortung, und die Gesamtquote der No-Shows ist im Jahresvergleich um 2 % gesunken.⁵

So kann jeder von uns dazu beitragen, dass diese positive Entwicklung anhält:

- **Reservieren Sie nur, wenn Sie die Reservierung auch wahrnehmen:** Vermeiden Sie es, für denselben Anlass mehrere Restaurants gleichzeitig zu reservieren.
- **Sagen Sie frühzeitig ab, wenn sich Ihre Pläne ändern:** Schon eine Benachrichtigung einige Stunden im Voraus ermöglicht es einem Restaurant, Ihren Platz über die Warteliste neu zu vergeben.
- **Verwalten Sie Ihre Reservierungen online:** Ändern oder stornieren Sie Ihre Reservierung mit nur einem Klick in Ihrer Buchungs-App.
- **Denken Sie an das Team hinter Ihrer Reservierung:** Bedenken Sie, dass Personaleinsatz und frische Lebensmittel auf den Zeitpunkt Ihrer Reservierung abgestimmt sind.



Für Restaurants: Lösungen zum Schutz Ihres Umsatzes



Leere Tische mithilfe von Technologie vermeiden.

Das Verantwortungsbewusstsein der Gäste ist entscheidend, aber Restaurants sollten sich nicht allein auf gute Absichten verlassen müssen. OpenTable bietet Restaurants Lösungen, die dabei helfen, No-Shows zu reduzieren und Umsatzeinbußen zu vermeiden.

Reservierungsanzahlungen, Kreditkartenreservierungen und individuelle Richtlinien:

Fordern Sie bei stark nachgefragten Schichten Kreditkartendaten, Reservierungsanzahlungen oder Gebühren für kurzfristige Stornierungen an, um das Risiko von No-Shows und kurzfristigen Stornierungen zu reduzieren. Restaurants, die Reservierungsanzahlungen nutzen, verzeichnen weltweit 60 % weniger No-Shows.⁷

Im Voraus bezahlte Experiences:

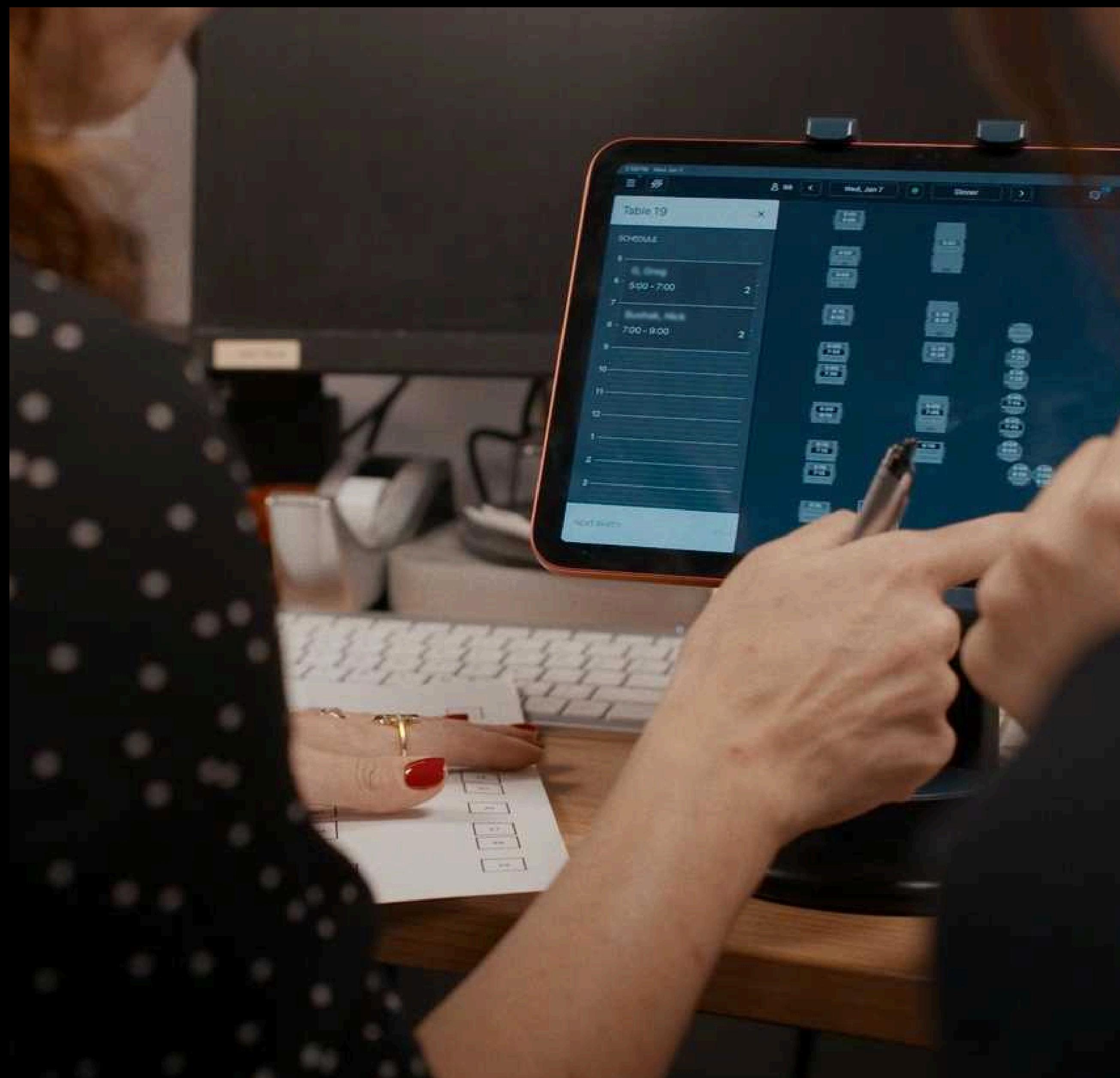
Erheben Sie Vorauszahlungen für besondere Veranstaltungen, Festpreisangebote und mehr, um als Restaurant eine größere Planungssicherheit zu erhalten. Im Voraus bezahlte Experiences tragen weltweit dazu bei, No-Shows um bis zu 45 % und kurzfristige Stornierungen um bis zu 66 % im Vergleich zu nicht im Voraus bezahlten Experiences zu reduzieren.⁸

Automatisierte Bestätigungen und Erinnerungen:

Versenden Sie bei der Reservierung SMS- und E-Mail-Bestätigungen mit Ihrem Branding und 24 - 48 Stunden vor dem Termin entsprechende Erinnerungen, damit Gäste ihre Reservierung ganz einfach bestätigen oder stornieren können.

Online-Warteliste und die Funktion „Benachrichtigen Sie mich“:

Füllen Sie kurzfristig freigewordene Tische, indem Sie sie direkt Gästen auf der Warteliste anbieten.



Fazit

Ein Tisch für zwei ist nie einfach nur ein Tisch für zwei.

Er steht für ein Team bei der Arbeit, ein lokales Unternehmen, das zur Wirtschaft beiträgt, und einen Ort, an dem Nachbar*innen zu Freund*innen werden, Feiern beginnen und schwierige Wochen ein wenig leichter erscheinen.

Im ersten Halbjahr 2026 lag der Umsatz im Gastronomiesektor laut Statistischem Bundesamt um 2,2 Prozent über dem Niveau des ersten Halbjahres 2025.⁹ Restaurantbesuche sind nicht nur etwas, das wir für uns selbst tun – sie sind eine aktive Investition in die Orte, die unsere Gemeinschaften zum Leben erwecken.

„Deutschlands Restaurants zeigen, was möglich ist, wenn jeder Platz belegt ist. Wenn wir das Bewusstsein der Gäste für den Wert der lokalen Gastronomie mit smarter Technologie verbinden, können wir dazu beitragen, dass auch künftig möglichst viele Tische besetzt sind.“

*Thomas Bergmann,
Director of Restaurant Sales & Services,
OpenTable Deutschland*



Methodik und Quellen

¹ **Verbraucherbefragung unter Gästen:** Ripple Research führte eine Online-Umfrage unter 1.511 Verbraucher*innen in Deutschland durch, die auswärts essen gehen; für Großstädte galt eine Quote von 200. Die Feldforschung fand zwischen dem 28. Juli 2026 und dem 4. August 2026 statt. Alle Daten wurden gemäß den Richtlinien der MRS (Market Research Society) und von ESOMAR erhoben, wodurch ethische Standards und eine hohe Datenqualität sichergestellt wurden. Die Fehlermarge bei einem Konfidenzniveau von 95 % beträgt $\pm 2,52$ und liegt damit in einem sehr guten Präzisionsbereich.

² **OpenTable-Daten Deutschland:** OpenTable analysierte platzierte Gäste und Durchschnittsausgaben pro Person anhand von Online-Reservierungen für alle aktiven Restaurants auf der OpenTable-Plattform in Deutschland vom 1. Juli 2025 bis zum 30. Juni 2026 und verglich sie mit demselben Zeitraum in den Jahren 2024/2025 (2. Juli 2024 bis 1. Juli 2025).

³ **DEHOGA:** <https://www.dehoga.de/zahlen-fakten>, 3. September 2026

⁴ **Befragung von Restaurantmitarbeiter*innen:** Ripple Research führte eine Online-Umfrage unter 307 Mitarbeiter*innen in deutschen Restaurants durch. Die Feldforschung fand zwischen dem 28. Juli 2026 und dem 4. August 2026 statt. Alle Daten wurden gemäß den Richtlinien der MRS (Market Research Society) und von ESOMAR erhoben, wodurch ethische Standards und eine hohe Datenqualität sichergestellt wurden. Die Fehlermarge bei einem Konfidenzniveau von 95 % beträgt $\pm 5,59$ und liegt angesichts der kleineren Stichprobengröße in einem akzeptablen Bereich.

⁵ **OpenTable-Daten Deutschland:** OpenTable analysierte die allgemeinen No-Show-Raten von Gästen sowie die No-Show-Raten nach Wochentag, Zeitfenster, Personenzahl, Kalenderwoche und Stadt anhand von Online-Reservierungen für alle aktiven Restaurants auf der OpenTable-Plattform in Deutschland vom 1. Juli 2025 bis zum 30. Juni 2026 und verglich sie mit demselben Zeitraum in den Jahren 2024/25 (2. Juli 2024 bis 1. Juli 2025).

⁶ **OpenTable-Daten Deutschland:** OpenTable analysierte die No-Show-Raten nach Reservierungsmethode für alle aktiven Restaurants auf der OpenTable-Plattform in Deutschland vom 1. Juli 2025 bis zum 30. Juni 2026 und verglich sie mit demselben Zeitraum in den Jahren 2024 und 2025 (2. Juli 2024 bis 1. Juli 2025).

⁷ **Globale OpenTable-Daten:** OpenTable analysierte die No-Show-Raten für alle aktiven Restaurants auf der OpenTable-Plattform weltweit mit und ohne Reservierungsanzahlung vom 1. Juli 2025 bis zum 30. Juni 2026.

⁸ **Globale OpenTable-Daten:** OpenTable analysierte die No-Show-Raten und die Raten kurzfristiger Stornierungen für alle aktiven Restaurants auf der OpenTable-Plattform weltweit mit und ohne im Voraus bezahlte Experiences vom 1. Januar 2025 bis zum 31. Dezember 2025.

⁹ **Statistisches Bundesamt:** https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2026/08/PD26_299_45213.html, 20. August 2026.

Alle in diesem Dokument dargestellten Logos, Schriftarten, Fotografien und sonstigen Materialien sind geistiges Eigentum von OpenTable Inc. Alle Rechte vorbehalten.

© OpenTable Inc. 2026.
Alle Rechte vorbehalten.

Für Medienanfragen und weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an das Kommunikationsteam unter commsteam@opentable.com.