



GASTRO

MONITOR

**Stimmung, Chancen und Trends aus der
getränkeorientierten Gastronomie.**

Nr. 2 – 2026

Aktuelle Branchenlage

Optimistische Stimmung trifft auf stabiles Bestellgeschäft

Sommersaison 2026

Besser als erwartet, aber nicht für alle gleichermaßen

Einflussfaktoren auf das Gastgewerbe

Wetter, Großereignisse und Kostendruck

Ausblick auf das Jahresendgeschäft

Wirtschaftlichkeit prägt die Preisentscheidungen

Preisgestaltung und Kostenentwicklung

Die Branche kalkuliert noch

Biermarkt im Fokus

Nationale Trends treffen auf regionale Vorlieben

Fazit und Ausblick

Fünf zentrale Erkenntnisse für die Branche



Die Branche aus der Perspektive ihrer Entscheider

Was bewegt die Gastronomie? Welche Entwicklungen prägen den Betriebsalltag? Und wie decken sich die Einschätzungen der Branche mit dem tatsächlichen Marktgeschehen?

Der **Gastivo Gastro Monitor** verbindet die Perspektiven der Gastronominnen und Gastronomen mit den Bestelldaten des Gastivo Shops. So entsteht ein differenziertes Bild einer Branche, deren wirtschaftliche Realität weit über einzelne Kennzahlen hinausgeht.

Die Befragung liefert wertvolle Einblicke direkt aus der Praxis. Den größten Anteil der Teilnehmenden bilden Inhaberinnen und Inhaber, gefolgt von Betriebsleitenden, Geschäftsführenden und weiteren Verantwortlichen aus dem operativen Geschäft. Gleichzeitig spiegelt die Befragung die Vielfalt der Branche wieder. Neben Restaurants als stärkster Gruppe sind Hotels, Bars, Eventlocations, Catering-

betriebe, Cafés und weitere gastronomische Konzepte vertreten. Dabei fließen die Perspektiven von Betrieben unterschiedlicher Größen und Ausrichtungen ein.

Die Umfrage verknüpft damit die Nähe zum gastronomischen Alltag mit einer datenbasierten Marktbetrachtung. Sie schafft Orientierung, liefert neue Erkenntnisse und eröffnet Perspektiven, die über eine reine Momentaufnahme hinausgehen.

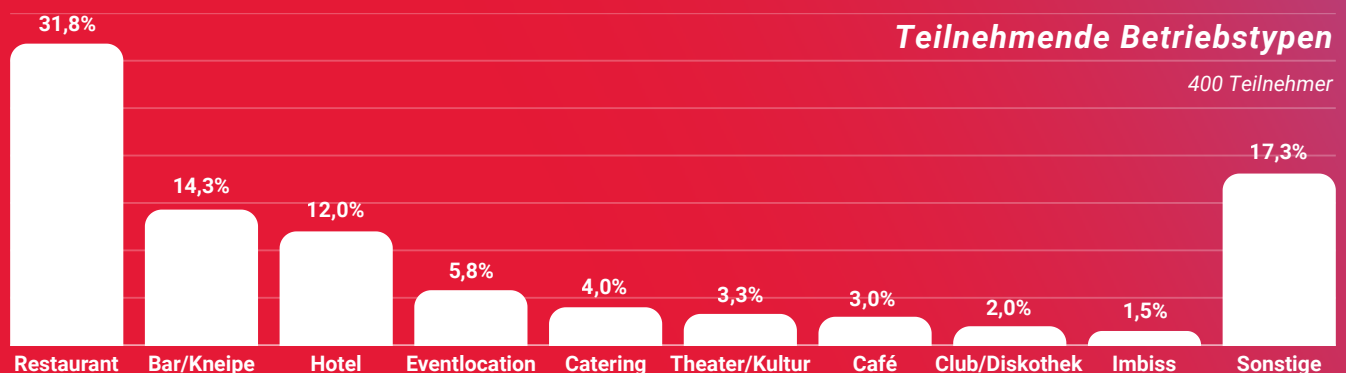
Auf die Zukunft der Gastronomie!

Matthias Pindur
Geschäftsführer



Position im Betrieb

Inhaber	59,5%	Betriebsleiter	22,8%	Einkäufer	8,0%	Sonstige Position	9,8%
---------	-------	----------------	-------	-----------	------	-------------------	------



Aktuelle Branchenlage

Wirtschaftliche Stimmung im Aufwind.

Die wirtschaftliche Stimmung in der Gastronomie hat sich im Vergleich zur ersten Ausgabe des **Gastivo Gastro Monitors 2026** verbessert. Mehr als die Hälfte der befragten Betriebe (52,3 %) bewertet ihre aktuelle wirtschaftliche Situation positiv. Weitere 39,5 % schätzen ihre Lage als neutral ein. Mit lediglich 8,3 % fällt der Anteil negativer Bewertungen vergleichsweise gering aus. Insgesamt zeichnet sich damit ein überwiegend positives Stimmungsbild innerhalb der Branche ab.

Die Ergebnisse vermitteln, dass die wirtschaftliche Situation als zunehmend stabil und gut einschätzbar wahrgenommen wird. Dennoch bleibt eine gewisse Zurückhaltung spürbar.

Der hohe Anteil neutraler Bewertungen deutet darauf hin, dass viele Betriebe die weitere Entwicklung aufmerksam verfolgen und ihre wirtschaftlichen Perspektiven weiterhin vorsichtig beurteilen.

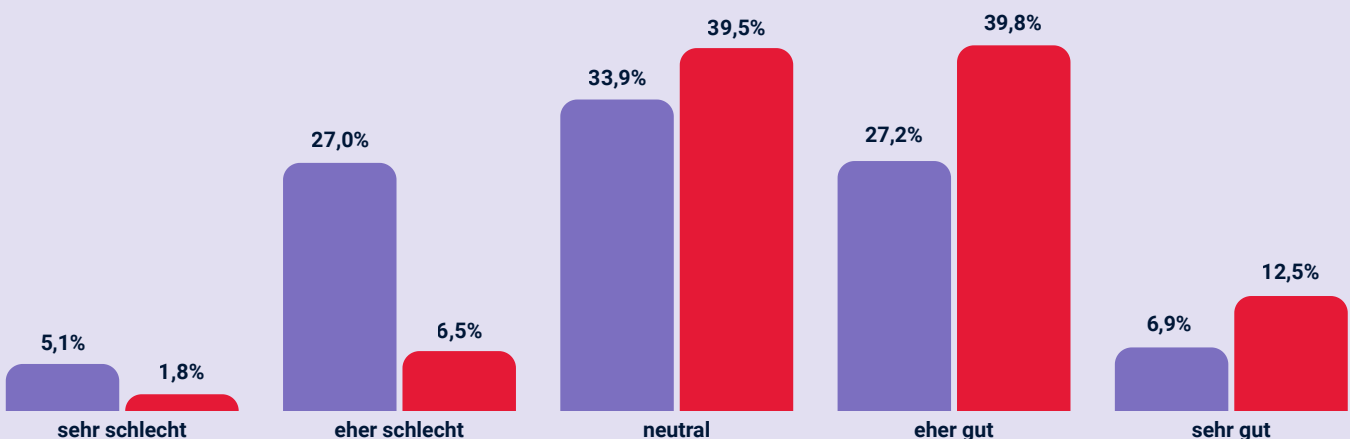
Die Branche befindet sich weder in einer ausgeprägten Wachstumsphase noch in einer flächendeckenden Krise. Vielmehr deuten die Ergebnisse auf eine zunehmende Stabilisierung hin. Die Betriebe stellen sich pragmatisch auf die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ein und begegnen den bestehenden Herausforderungen mit einer vorsichtigen, aber zunehmend zuversichtlichen Haltung.

52,3%

... der Betriebe bewerten ihre
aktuelle wirtschaftliche Lage positiv.

Einschätzung der wirtschaftlichen Lage im Vergleich

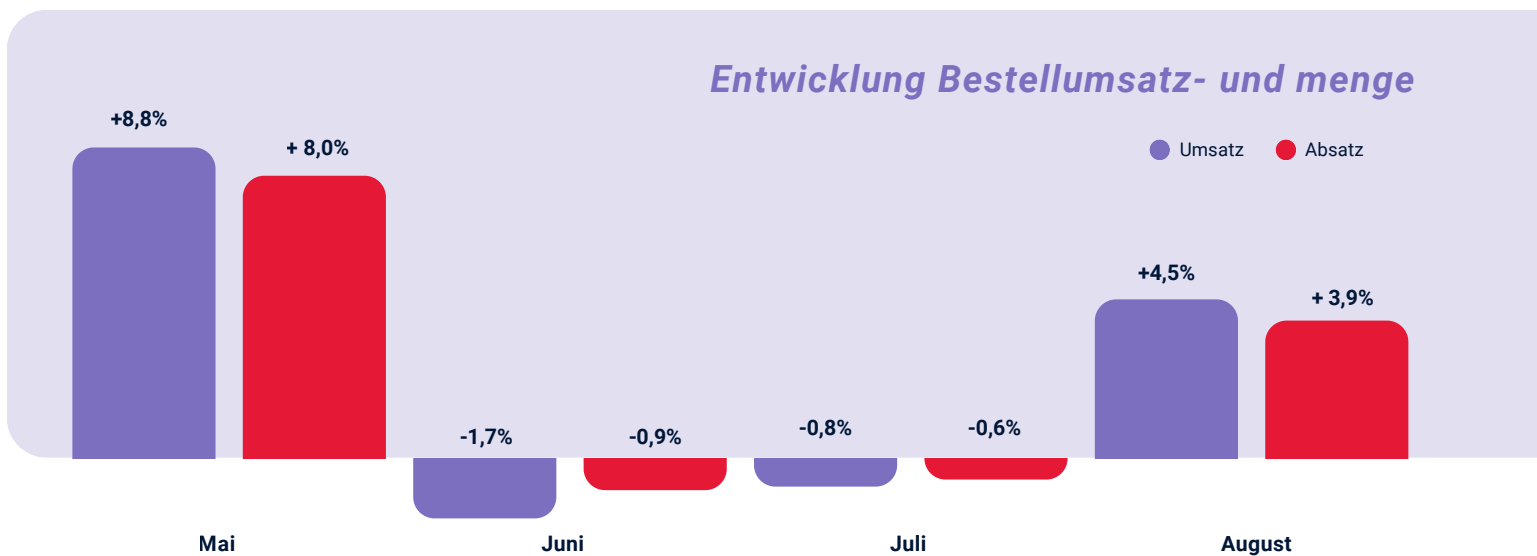
● Gastro Monitor 2026 Nr. 1
● Gastro Monitor 2026 Nr. 2



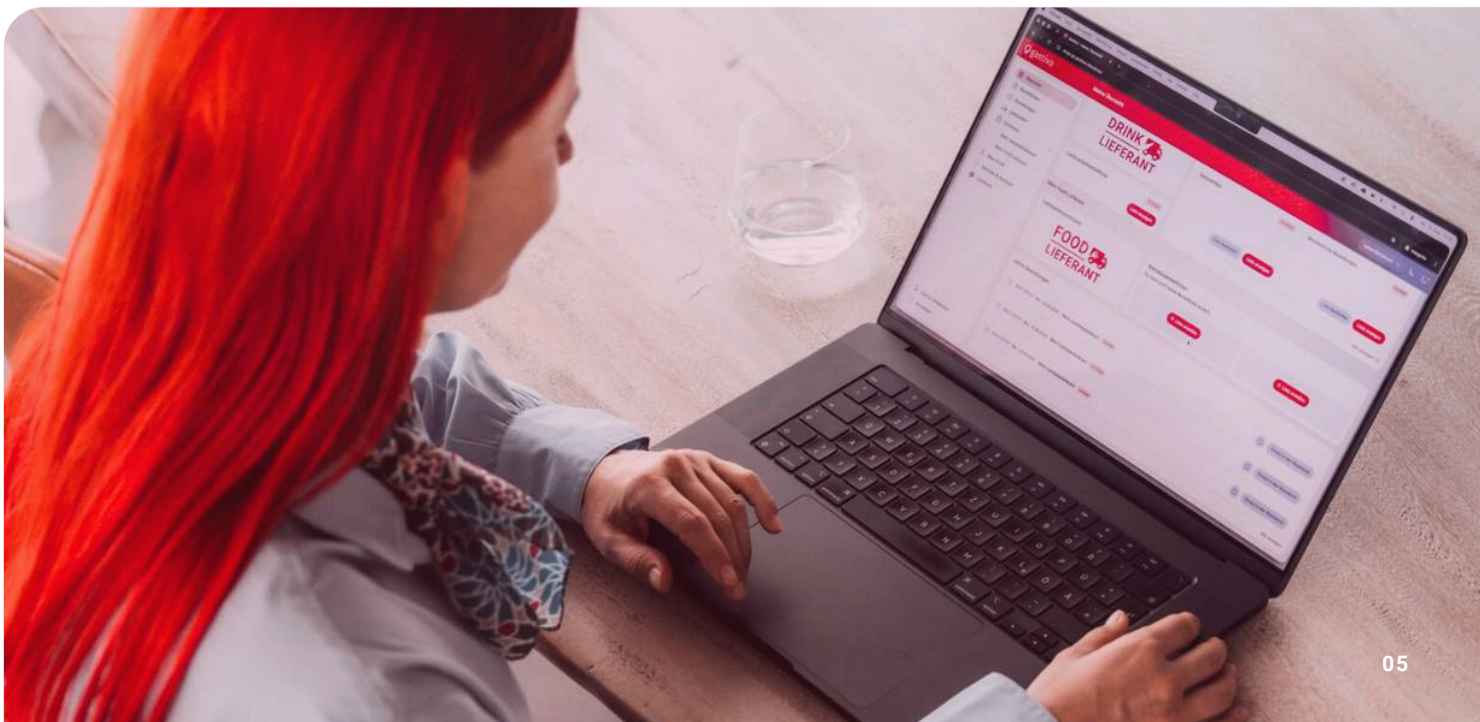
Die **Gastivo Daten** lassen für den Zeitraum Mai bis August 2026 ein weitgehend stabiles Getränkebestellgeschäft erkennen. Ein Blick auf die einzelnen Monate zeigt dabei positive Impulse. Insbesondere der Mai verzeichnete deutliche Zuwächse.

Auch im August entwickelte sich das Geschäft spürbar positiv. Dies verdeutlicht, dass die Nachfrage weiterhin Potenzial bietet, sich jedoch nicht in allen Monaten gleichermaßen dynamisch gestaltet.

**Umsatz und Absatz
in HL: Stabiles
Bestellgeschäft
unterstreicht positive
Branchensignale.**



Im Zusammenspiel mit den Befragungsergebnissen entsteht so ein schlüssiges Gesamtbild: Die Gastronomie blickt wieder zuversichtlicher auf ihre wirtschaftliche Situation, während sich das Getränkebestellgeschäft auf einem weitgehend konstanten Niveau bewegt. Die positive Stimmung trifft damit auf eine stabile Nachfragebasis, von der aus sich weitere Wachstumsimpulse entwickeln können.



Sommersaison 2026

Die Saisonbilanz fällt besser aus als die Erwartungen.

Die Gastronomie blickt überwiegend zufrieden auf die Sommersaison 2026 zurück. Mehr als die Hälfte der befragten Betriebe bewertet den Saisonverlauf positiv, knapp ein Drittel zieht eine neutrale Bilanz. Lediglich rund jeder sechste Betrieb zeigt sich mit dem Sommergeschäft unzufrieden.

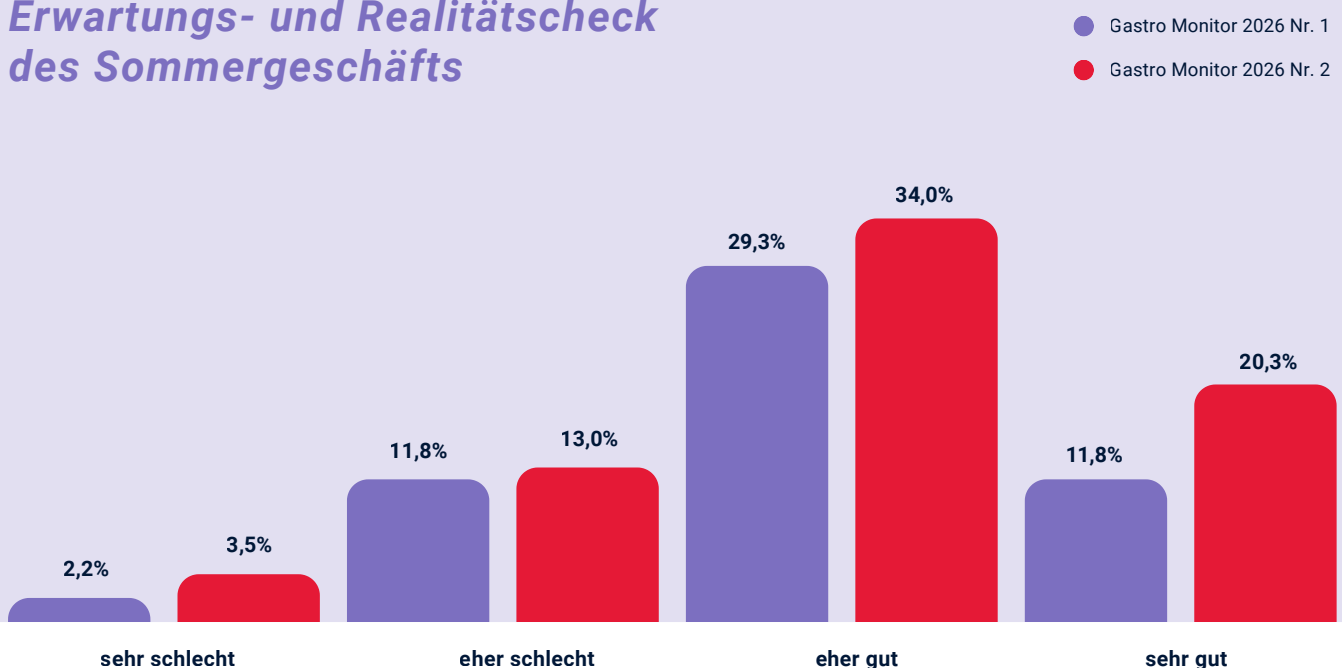
Besonders erfreulich ist der Vergleich mit den Erwartungen aus der ersten Ausgabe des **Gastivo Gastro Monitors 2026**.

48,3%

... der Betriebe bewerten die Entwicklung ihres Sommergeschäfts im Vergleich zum Vorjahr positiv!

Vor Saisonbeginn schätzten 41.1% der Betriebe die Entwicklung des Sommergeschäfts in 2026 als positiv ein. Die tatsächliche Saisonbilanz fällt im Vergleich zum Vorjahr nun deutlich positiver aus – auch dank des anhaltend guten Wetters. Der Sommer hat sich damit für viele Gastronomiebetriebe besser entwickelt als zunächst angenommen.

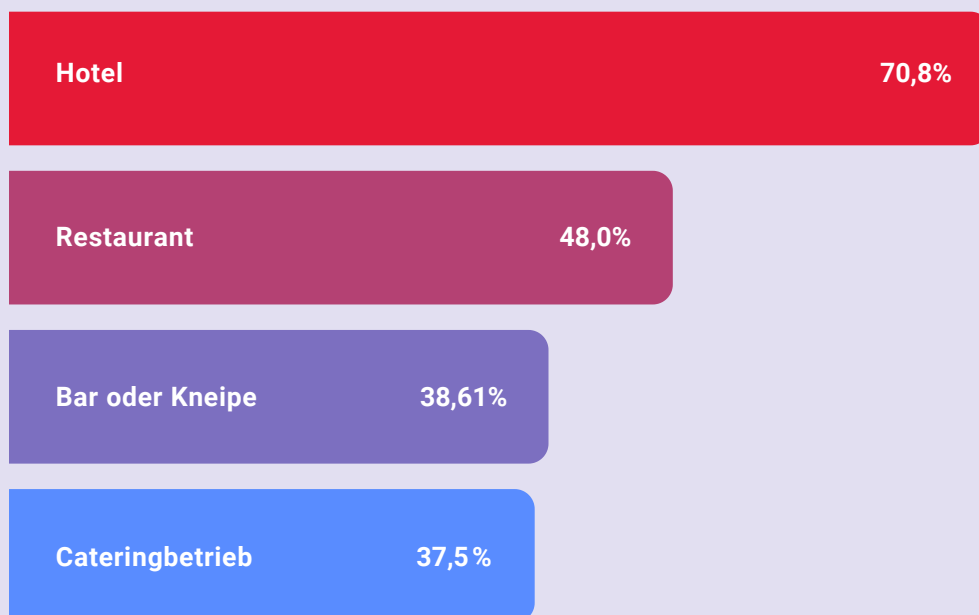
Erwartungs- und Realitätscheck des Sommergeschäfts



Die Sommersaison 2026 hat die Erwartungen vieler Gastronomiebetriebe übertroffen. Die positive Bilanz und die Verbesserungen gegenüber dem Vorjahr setzen ein ermutigendes Signal für die Branche.



Die positiven Ergebnisse aus den Betriebstypen



So positiv die Bilanz der Sommersaison 2026 insgesamt ausfällt, so unterschiedlich zeigt sich das Bild bei den einzelnen Betriebstypen. Besonders Hotels blicken mit 70,8 % positiver Bewertung auf einen erfolgreichen Sommer zurück. Auch Restaurants bewerten den Saisonverlauf überdurchschnittlich positiv. Bars, Kneipen und Cateringbetriebe ziehen hingegen ein zurückhaltenderes Fazit.

Die Unterschiede verdeutlichen, wie stark der Saison Erfolg vom jeweiligen Betriebskonzept, der Gästestruktur und den individuellen Nachfragebedingungen abhängt. Hotels profitieren insbesondere von touristischen Reisebewegungen, während Restaurants zusätzliche Potenziale durch Außengastronomie, saisonale Angebote und regionale Veranstaltungen nutzen können.

Bei Bars, Kneipen und Cateringbetrieben spielen dagegen Faktoren wie Ausgehverhalten, Veranstaltungsfrequenz und Buchungslage eine größere Rolle. Entsprechend unterschiedlich wirken sich saisonale Entwicklungen auf das Geschäft aus.

**Sommer ist nicht
gleich Sommer:
Betriebstypen
profitieren
unterschiedlich.**

Für Getränkeindustrie und Fachgroßhandel liegt darin eine wichtige Erkenntnis: Die insgesamt positive Entwicklung eröffnet Chancen, die sich durch eine gezielte Ansprache der unterschiedlichen Betriebstypen noch besser nutzen lassen. Entscheidend sind passgenaue Sortimente, Angebote und Vermarktungsmaßnahmen, die auf die jeweiligen Bedürfnisse und Nachfragesituationen abgestimmt sind.

Einflussfaktoren auf das Gastgewerbe

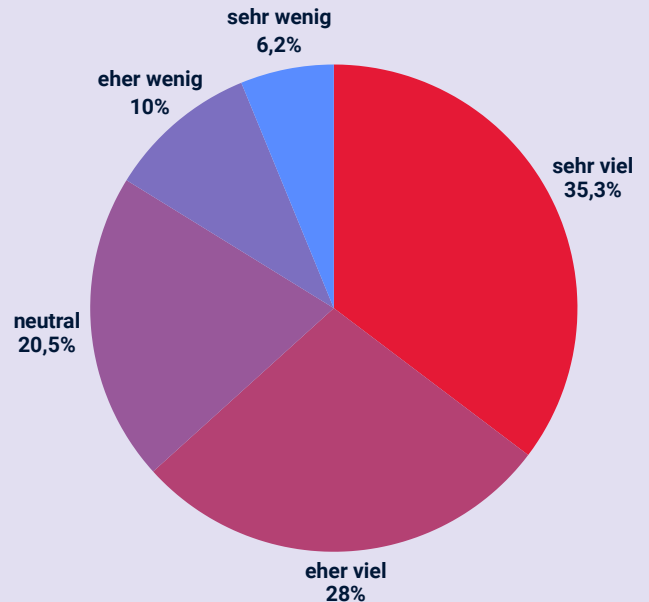
Das Wetter liefert den stärksten saisonalen Rückenwind.

Die Mehrheit der Betriebe berichtet, dass das Wetter den Sommerumsatz positiv beeinflusst hat. Ein Teil bewertet den Einfluss als neutral, während eine kleinere Gruppe negative Auswirkungen wahrgenommen hat.

Damit bleibt die Witterung einer der unmittelbarsten Umsatzfaktoren in der getränkeorientierten Gastronomie. Außengastronomie, Biergärten und spontane Besuchsansätze reagieren besonders sensibel auf warme und stabile Wetterlagen. Auch die **Gastivo Daten** stützen diesen Zusammenhang: Bei geeigneten Wetterbedingungen steigt die Bestellaktivität in relevanten Getränke kategorien.



Um Betriebe bei der Planung zu unterstützen, steht in der Übersicht eine **Wettervorhersage direkt im Gastivo Shop und der App** zur Verfügung. Mit einem Klick öffnet sich die detaillierte Prognose für die kommenden Tage. Sie umfasst Tages- und Stundenwerte zu Temperatur und Wetterlage. So lassen sich mögliche Wetterumschwünge frühzeitig



Sommer 2026: Der Einfluss des Wetters auf die Gastronomie.

erkennen und bei Bestellungen und Lagerplanung berücksichtigen, ohne zusätzliche Apps oder Webseiten nutzen zu müssen. Gerade bei sommerlichen Temperaturen, wechselhafter Witterung oder bevorstehenden Veranstaltungen helfen die Wetterdaten, den Warenbedarf besser einzuschätzen und die Verfügbarkeit wichtiger Artikel gezielter zu planen.

Das Wetter erzeugt jedoch nicht automatisch Umsatz. Es schafft zunächst eine Gelegenheit. Ob daraus tatsächliches Geschäft entsteht, hängt von Verfügbarkeit, Personal, Angebotsgestaltung und Reaktionsgeschwindigkeit ab.

Für Getränkeindustrie und Fachgroßhandel bedeutet das: Saisonale Nachfrage muss früh erkannt und operativ unterstützt werden. Verfügbarkeit zum richtigen Zeitpunkt kann dabei wichtiger sein als eine langfristig angelegte Aktivierung ohne konkreten Anlass.

Die Fußball-WM hatte für die Mehrheit der Betriebe keinen positiven Effekt auf das Betriebsergebnis. 79,8 % bewerten den Einfluss als gering oder negativ. Nur 8,8 % konnten einen positiven Umsatzimpuls feststellen.

Damit bestätigt sich die zurückhaltende Einschätzung aus der ersten Ausgabe des Monitors. Lediglich 17% der Befragten sahen mit der WM einen positiven Einfluss auf ihren Umsatz kommen. Ein großes Sportereignis führt nicht automatisch zu zusätzlicher Nachfrage.

Profitiert haben vor allem Betriebe mit einem passenden Konzept, etwa sportspezifische Bars, Public-Viewing-Angebote und Eventlocations. Für klassische Gastronomiebetriebe blieb der Effekt dagegen vielfach begrenzt.

Auch die **Gastivo Daten** liefern keinen Hinweis auf eine flächendeckende WM-bedingte Nachfrage.

Die Entwicklung des Bierabsatzes zeigt vielmehr saisonale und regionale Unterschiede, die nicht allein mit dem Großereignis erklärt werden können.

Kosten und Kaufkraft prägen den Betriebsalltag.

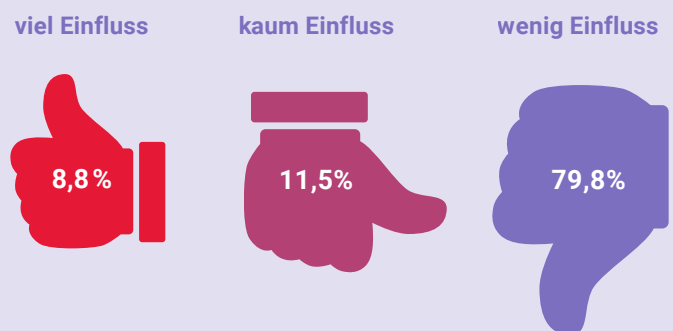
Als größere Einflussfaktoren werden vor allem steigende Personal- und Lohnkosten, höhere Einkaufspreise sowie Energie- und Nebenkosten von allen Befragten genannt. Hinzu kommen eine zurückhaltende Kaufkraft und ein verändertes Ausgeh- und Konsumverhalten.

Auch Personalverfügbarkeit und Fachkräftemangel bleiben relevante Themen. Lokale Störfaktoren wie Baustellen, Straßensperrungen oder ausgefallene Reservierungen verschärfen die Situation in einzelnen Betrieben zusätzlich.

Die Gastronomie reagiert darauf mit einer stärkeren Prüfung von Kosten, Preisen und Sortimenten. Der wirtschaftliche Erfolg hängt zunehmend davon ab, wie präzise Betriebe ihre Nachfrage einschätzen und wie flexibel sie ihr Angebot anpassen können.

Die Fußball-WM blieb ohne breiten Umsatzimpuls.

Die Schlussfolgerung für Marktpartner ist eindeutig: Eventmarketing wirkt vor allem dann, wenn Produkt, Anlass, Standort und Zielgruppe zusammenpassen.



Fußball-WM als Umsatzfaktor.

Die größten Einflussfaktoren sind:

Personal und Lohnkosten

Energie und Einkauf

Kaufkraft und Inflation

Wetter und Hitzeperioden

Baustellen und lokale Einschränkungen



Ausblick auf das Jahresendgeschäft

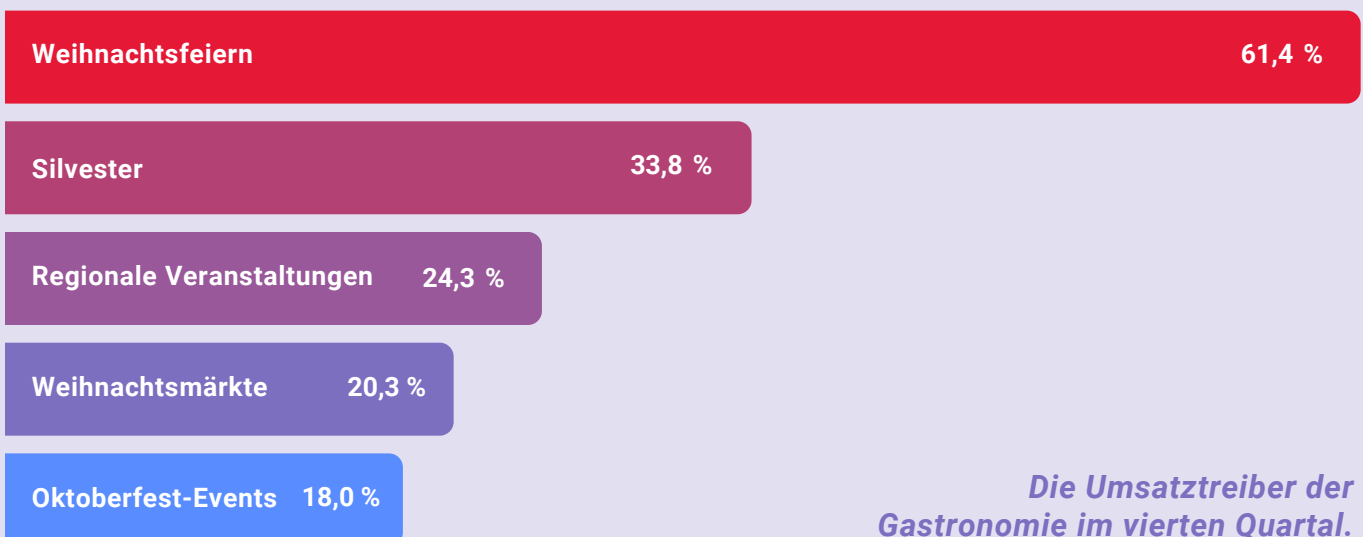
Weihnachtsfeiern sind der wichtigste Umsatzanker.

Im vierten Quartal sind Weihnachtsfeiern für die Betriebe der bedeutendste zusätzliche Umsatztreiber. Silvester folgt mit Abstand, danach spielen regionale Veranstaltungen und Weihnachtsmärkte eine wichtige Rolle.

Auch Oktoberfeste und bayerische Wochen sorgen weiterhin für zusätzliche Nachfrage. Als weitere Frequenzbringer nennen die Betriebe Gänseessen, Tagungen, Pubquizzes und Veranstaltungen mit Live Musik. Das Geschäft im vierten Quartal wird damit stark von konkreten Anlässen geprägt.

Gruppenveranstaltungen und regionale Formate schaffen zusätzliche Besuchsanlässe und ermöglichen vielen Betrieben eine gezieltere Planung.

Für Getränkeindustrie und Fachgroßhandel ergeben sich daraus klare Ansatzpunkte: gefragt sind saisonale Sortimente und passende Gebindegrößen, die sich für unterschiedliche Veranstaltungsformate eignen. Ebenso wichtig sind praktische Aktivierungsideen, die Gastronomiebetriebe bei der Umsetzung ihrer Angebote unterstützen.

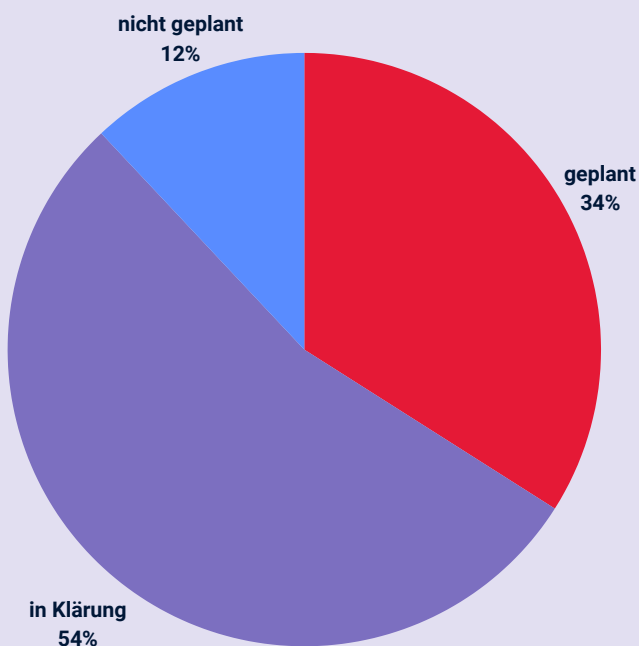


Die Umsatztreiber der Gastronomie im vierten Quartal.

Die Branche kalkuliert noch.

Mit Blick auf die geplante Alkoholsteuererhöhung zum 1. Januar 2027 hat die Mehrheit der Betriebe noch keine abschließende Preisentscheidung getroffen. 54,3 % befinden sich noch in der Klärungsphase. 33,5 % planen eine Preisanpassung, während 12,3 % ihre Preise nach aktuellem Stand nicht erhöhen wollen.

Zusätzlichen Kalkulationsdruck könnten weitere geplante Abgaben erzeugen. Dazu zählen eine mögliche Steuer auf zuckergesüßte Getränke und eine Abgabe auf Kunststoffverpackungen.



Preisgestaltung und Kostenentwicklung

Beide Vorhaben befinden sich noch in der politischen Ausgestaltung. Sollten sie wie geplant umgesetzt werden, könnten sie über höhere Einkaufskosten auch Gastronomiebetriebe treffen. Welche Mehrbelastungen daraus konkret entstehen, ist derzeit noch offen.



Alkoholsteuer 2027: Preisanpassungen in der Gastronomie.

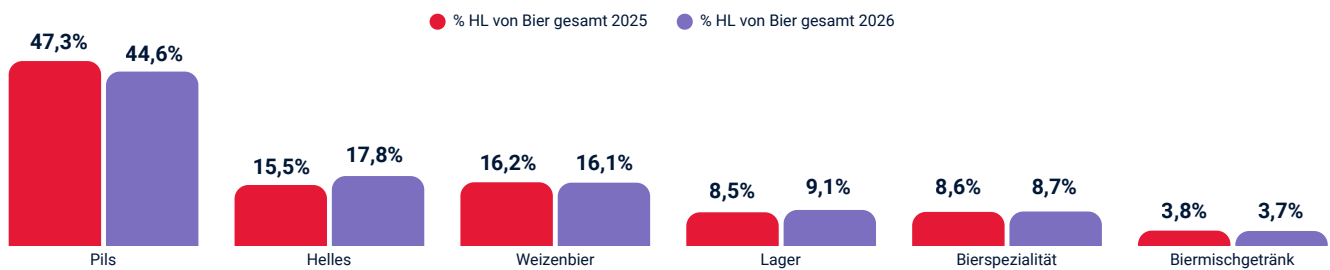
Steigende Kosten werden nicht automatisch weitergegeben. Besonders Bars planen häufiger Preiserhöhungen, da Getränke für sie einen größeren Umsatzanteil ausmachen. Für Getränkeindustrie und Fachgroßhandel zählt daher, Preisveränderungen nachvollziehbar zu begründen und den Mehrwert für Betrieb und Gast klarzumachen.

Biermarkt *im Fokus*

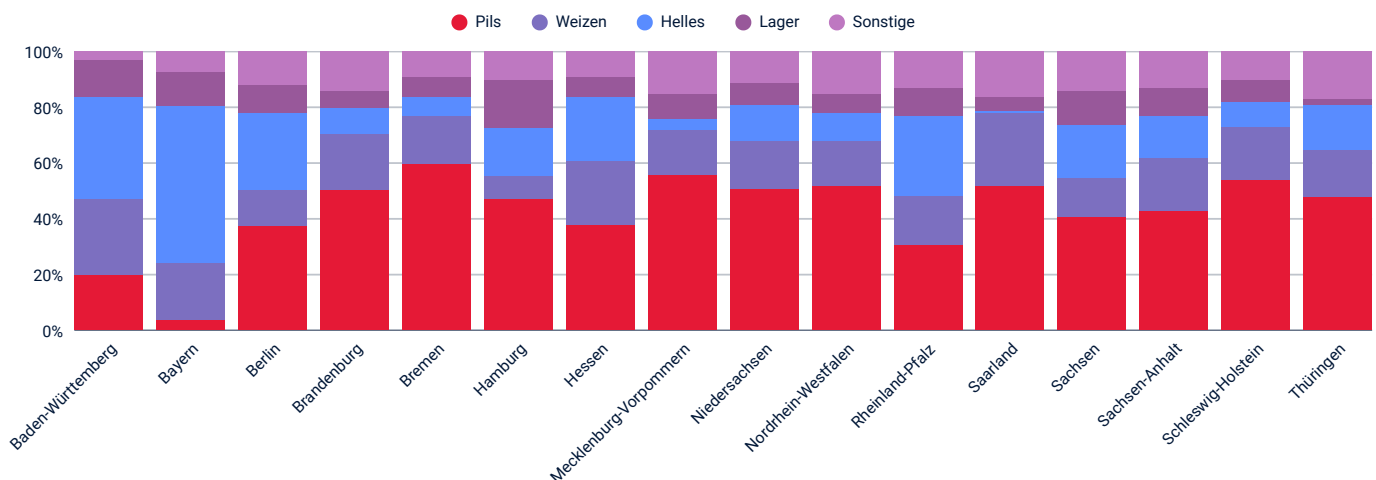


***Bier bleibt ein regional
geprägtes Geschäft!***

Die **Gastivo Daten** zeigen, dass bundesweit Pils weiterhin den größten Anteil der Biersorten ausmacht, gefolgt von Helles und Weizen. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verschiebt sich der Sortenmix jedoch: Pils verliert an Anteil, Helles und Lager gewinnen an Gewicht. Die übrigen Sorten verzeichnen insgesamt weniger Bewegung. Die Entwicklung von Helles und Lager deutet auf eine stärkere Differenzierung innerhalb des Biersortiments hin. Neben dem klassischen Pils spielen Sorten eine Rolle, die sich über Geschmack, Herkunft und konkrete Konsumanlässe positionieren lassen. Für Gastronomiebetriebe ergeben sich dadurch Möglichkeiten, ihr Angebot gezielter auf die Gäste und die jeweilige Region auszurichten.



Der Blick auf die Regionen macht deutlich, dass bundesweite Werte nur einen Teil des Bildes zeigen. Helles ist besonders in Bayern und Baden-Württemberg stark vertreten, während Pils in anderen Regionen die wichtigste Sorte bleibt. Die Verschiebungen im Jahresvergleich weisen zwar in eine ähnliche Richtung, treffen aber auf unterschiedliche regionale Vorlieben und Sortimentsstrukturen. Für Getränkeindustrie und Fachgroßhandel lohnt es sich deshalb, nationale Sortimentsstrategien regional zu ergänzen: Was in einer Region an Bedeutung gewinnt, muss andernorts nicht dieselbe Relevanz haben.



Alkoholfreies Bier weiter auf dem Vormarsch.

Alkoholfreies Bier entwickelt sich auch 2026 weiter und erreicht im **Gastivo Shop** inzwischen einen Anteil von knapp 14 % am gesamten Bierabsatz. Weizen ist im alkoholfreien Segment weiterhin die stärkste Sorte, dicht gefolgt von Pils. Zugleich wird das Sortiment vielfältiger: Auch alkoholfreies Helles und Lager legen zu. Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich bei den 0,0-Produkten, wenn auch auf niedrigerem Niveau.

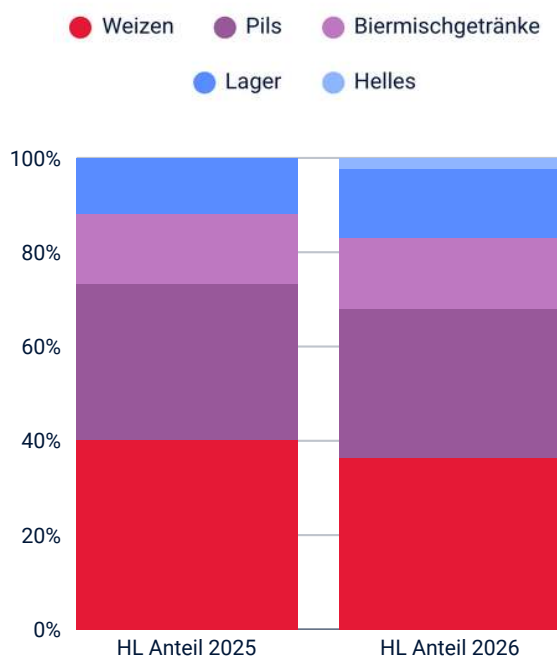
Alkoholfreies Bier und 0,0 -Produkte sind in allen betrachteten Regionen Bestandteil des Sortiments. Unterschiede zeigen sich vor allem in der Größenordnung und der Entwicklung. Das Segment ist damit längst mehr als ein kurzfristiger Trend und fügt sich in ein breiter aufgestelltes Getränkeangebot ein, das verschiedene Geschmackspräferenzen und Konsumanlässe abdeckt.



Für die Gastronomie kommt es darauf an, das Angebot an die eigene Gästestruktur anzupassen. Für Getränkeindustrie und Fachgroßhandel stellt sich die Frage, wie alkoholfreie Biere neben Pils, Hellem, Lager und weiteren Spezialitäten sinnvoll ins Sortiment integriert werden können. Wer tiefer in das Thema einsteigen möchte, findet weitere Insights im **Gastivo Gastro Monitor Nr. 1 - 2026**.

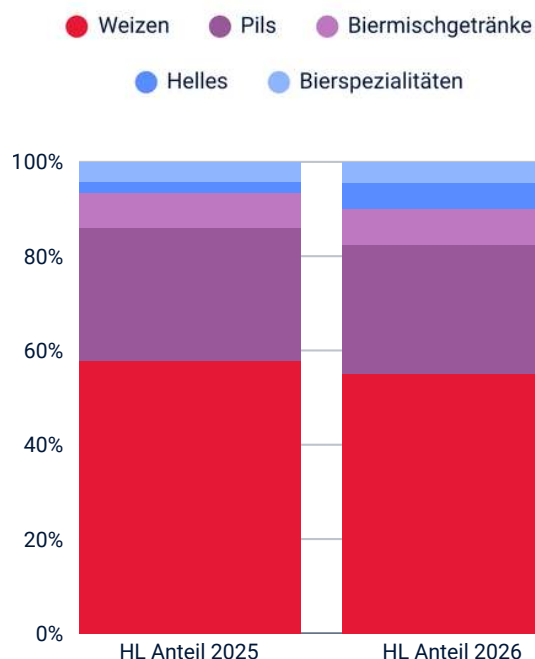
0,0% und Alkoholfrei diversifizieren sich weiter.

0,0% Alkohol



Weitere Kategorien sind aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht dargestellt.

Alkoholfrei



Weitere Kategorien sind aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht dargestellt.



Regionale Bedürfnisse schlagen den Preis.

Für viele Sortimentsentscheidungen in der Gastronomie ist der Preis der Entscheidungsfaktor. Beim Bier scheint er jedoch nicht allein ausschlaggebend zu sein: Die **Gastivo Daten** deuten darauf hin, dass regionale Vorlieben und nationale Markttrends bei der Auswahl des Biersortiments besonders stark ins Gewicht fallen.

Das zeigt sich vor allem bei Sorten, die bundesweit zulegen: Helles, Lager und alkoholfreies Bier verzeichneten trotz Preissteigerungen von bis zu fünf Prozent weiterhin eine positive Entwicklung im Gastivo Shop. Die höheren Preise haben den Trend bislang also nicht gebremst

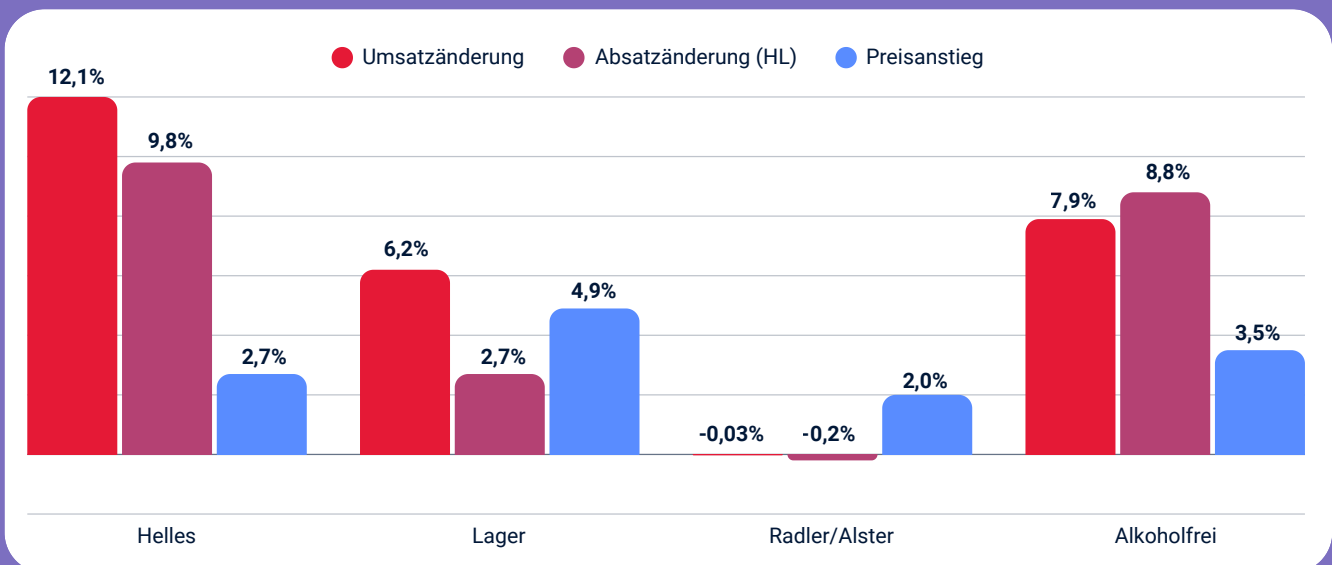
Für Gastronomiebetriebe entsteht dadurch ein Spannungsfeld zwischen regional passenden Angeboten und einer tragfähigen Kalkulation. Mögliche Mehrkosten müssen gegebenenfalls an anderer Stelle aufgefangen werden.

Für Getränkeindustrie und Fachgroßhandel bedeutet das, Preisargumente mit einem klaren Verständnis regionaler Nachfrage zu verbinden. Entscheidend ist, Produkte anzubieten, die zur Region, zum Betriebstyp und zum Konsumanlass passen.



Umsatz-, Absatz-, und Preisentwicklung

April bis September 2026





Mehr Zuversicht, stabile Nachfrage und neue Marktpotenziale.

5 Key Facts – was jetzt für den Markt zählt

1. Die Gastronomie gewinnt an Zuversicht.

Über die Hälfte bewerten ihre wirtschaftliche Lage positiv. Die zunehmende Stabilisierung schafft eine gute Grundlage, um neben Kosteneffizienz wieder stärker auf Umsatzpotenziale zu setzen.

2. Saisonale Chancen hängen vom Betriebstyp ab.

Die Sommersaison übertraf die Erwartungen, besonders in Hotels und Restaurants. Gezielte Angebote für unterschiedliche Betriebskonzepte versprechen mehr Erfolg als pauschale Saisonaktionen.

3. Großereignisse sind kein Selbstläufer.

Während das Wetter die Nachfrage deutlich beeinflusst, sorgte die Fußball-WM nicht automatisch für Mehrumsatz. Entscheidend sind passende Konsumanlässe und eine gezielte Aktivierung.

4. Im Biermarkt entscheidet die regionale Nachfrage.

Pils bleibt bundesweit führend, Helles und Lager gewinnen an Bedeutung. Lokale Präferenzen und Markenbindung sind wichtige Faktoren für eine erfolgreiche Sortimentsgestaltung, nicht nur der Preis.

5. Alkoholfreies Bier ist ein etablierter Absatztreiber.

Mit knapp 14 % Anteil am Bierabsatz im Gastivo Shop ist alkoholfreies Bier ein relevantes Marktsegment. Die zunehmende Produktvielfalt eröffnet zusätzliche Chancen für Sortiment und Vermarktung.

Fazit und Ausblick

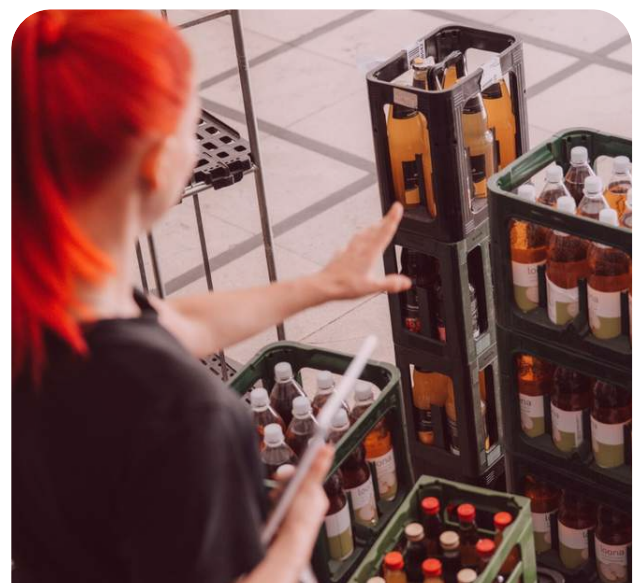
Die Gastronomie blickt zunehmend optimistisch auf ihre wirtschaftliche Entwicklung. Mehr als die Hälfte der Betriebe (52,3 %) bewertet ihre aktuelle Lage positiv, rund jeder zweite berichtet von einer Verbesserung seit Jahresbeginn. Trotz anhaltenden Kostendrucks zeichnet sich eine zunehmende Stabilisierung ab.

Auch die Sommersaison 2026 setzt positive Impulse und übertrifft vielerorts die Erwartungen. Dabei zeigt sich, dass die Entwicklung stark vom Betriebstyp, vom Standort und von konkreten Konsumanlässen abhängt. Die **Gastivo Daten** ergänzen dieses Bild: Das Getränkebestellgeschäft bewegt sich auf einem weitgehend stabilen Niveau, während sich innerhalb einzelner Warengruppen und Regionen unterschiedliche Entwicklungen abzeichnen.

Geplante Abgaben wie die Spirituosensteuer ab Januar 2027 und die Zuckersteuer ab Mitte 2027 erhöhen den Kalkulationsdruck: Betriebe können Mehrkosten oft nicht selbst tragen, Preiserhöhungen könnten jedoch Gäste abschrecken.

Für Getränkeindustrie und Getränkefachgroßhandel liegt die zentrale Chance in einer gezielteren Marktbearbeitung. Nationale Trends geben Orientierung, doch regionale Nachfrage, betriebliche Anforderungen und veränderte Konsumgewohnheiten entscheiden zunehmend über Absatzpotenziale.

Wer diese Unterschiede versteht und Sortimente sowie Vermarktungsmaßnahmen entsprechend ausrichtet, kann neue Wachstumschancen erschließen.





Quelle: Gastivo Gastro Monitor 2026, Ausgabe 2, Umfrageergebnisse von 400 Gastronomen in Deutschland (Erhebungszeitraum: 24.08.-20.09.2026) und Gastivo Daten (quantitative Daten von mehr als 15.000 Kunden, die 2025 und 2026 in der gleichen Anzahl von Monaten bestellt haben). Die Daten beziehen sich auf vergleichbare Gastivo Kunden und den Getränkebereich.



GASTIVO.DE