

DIHK-Saisonumfrage

Erwartungen an die Sommersaison 2010
Bilanz der Wintersaison 2009/2010



**stark für den
aufschwung**

IHK-Jahresthema
2010



finanzierung
innovation
märkte

DIHK

Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Mit der Auswertung „Bilanz der Wintersaison 2009/2010 – Erwartungen für die Sommersaison 2010“ präsentiert der DIHK die Ergebnisse seiner aktuellen Saisonumfrage bei den 80 Industrie- und Handelskammern (IHKs) in Deutschland.

Grundlage für die DIHK-Ergebnisse sind Befragungen der Unternehmen durch die IHKs. Die IHKs befragen jeweils eine repräsentative Auswahl von Mitgliedsunternehmen. Im Frühjahr 2010 haben sie für die Tourismuswirtschaft circa 5.700 Antworten ausgewertet, darunter sind knapp 2.200 Beherbergungsbetriebe, über 2.300 Gastronomiebetriebe, 150 Campingplätze sowie über 600 Reisebüros, knapp 200 Reiseveranstalter und 200 Busunternehmen. Die Branchenzuteilung orientiert sich an der Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008) des Statistischen Bundesamtes. Die Unternehmen werden unter anderem nach der Einschätzung ihrer aktuellen und zukünftigen Geschäftslage sowie nach Investitions- und Beschäftigungsplänen gefragt.

Für die Darstellung der Ergebnisse werden zumeist Salden verwendet, die z. B. die Differenz zwischen „Günstiger“- und „Ungünstiger“-Anteilen bzw. „Zunehmen“- und „Abnehmen“-Anteilen ausweisen.

Die Umfrage fand überwiegend im April 2010 statt. Die Auswertung im DIHK wurde Anfang Juni 2010 abgeschlossen. Die Daten wurden entweder schriftlich oder per Online-Fragebogen erhoben.

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)
Bereich Dienstleistungen, Infrastruktur, Regionalpolitik – Berlin, Juli 2010

Copyright Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Herausgeber © Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. | Berlin | Brüssel

DIHK Berlin:
Postanschrift: 11052 Berlin | Hausanschrift: Breite Straße 29 | Berlin-Mitte
Telefon (030) 20 308-0 | Telefax (030) 20 308 1000

DIHK Brüssel:
Hausanschrift: 19 A-D, Avenue des Arts | B-1000 Bruxelles
Telefon ++32-2-286 1611 | Telefax ++32-2-286 1605

Internet: www.ihk.de

Redaktion Ulrike Regele
DIHK – Bereich Dienstleistungen, Infrastruktur, Regionalpolitik
Telefon (030) 20 308-2103 | Telefax (030) 20 308 2111

Stand Juni 2010

■ Inhalt

Die wesentlichen Ergebnisse der DIHK-Saisonumfrage	5
I Geschäftslage im Winter / Frühjahr 2009/2010	5
Gastgewerbe: Besser als im Vorjahr	5
Ankünfte und Übernachtungen	6
Auslastung	6
Touristikmarkt: Auf dem Weg nach oben	7
Entwicklung nach Segmenten: Urlaubsreisen waren Lichtblick	8
II Erwartungen und Pläne für die Sommersaison 2010	9
Erwartungen im Gastgewerbe: Ziehen deutlich an	9
Erwartungen im Touristikmarkt: Aufschwung in Sicht	10
Preisentwicklung	11
Investitionsabsichten und -motive	12
Beschäftigungsentwicklung	14
III Aus- und Weiterbildung	15
IV Tabellenanhang	17

Die wesentlichen Ergebnisse der DIHK-Saisonumfrage

Geschäftslage im Winter/Frühjahr 2009/2010

Die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe beurteilten die Lage nicht als herausragend aber immerhin besser als im Vorjahr. Im Touristikmarkt zog das Geschäft bei den Reiseveranstaltern stark an. Die Reisebüros hatten noch unter den Auswirkungen der Krise zu leiden: Die Umsätze im Geschäftsreisesegment waren weiter stark rückläufig.

Geschäftserwartungen für den Sommer 2010

Das Gastgewerbe geht deutlich optimistischer als noch im Vorjahr in die Sommersaison. Gründe sind die leicht anziehenden Übernachtungszahlen aus dem ersten Quartal 2010, Erholung im Geschäftsreisemarkt und der anhaltende Trend zum Inlandsurlaub. Auch Reisebüros und Reiseveranstalter haben ihre Erwartungen deutlich nach oben geschraubt. In der Busbranche haben sich die Aussichten nur wenig aufgehellt.

Preisentwicklung

In der Gastronomie und im Campingsektor ist mit leichten Preissteigerungen zu rechnen. Die Übernachtungspreise im Beherbergungsmarkt bleiben weitgehend stabil. Bei Reiseveranstaltern und Busunternehmen will jedes fünfte Unternehmen die Preise erhöhen.

Investitionen

Die positiven Geschäftserwartungen schlagen auf die Investitionspläne der Unternehmen durch. Quer durch alle Sparten steigen vor allem die Investitionen für Modernisierung und Ersatzbeschaffungen.

Beschäftigung

Im Beherbergungs- und Gastronomie-segment gibt es zwar einen positiven Trend, aber er führt nur zu gleichbleibender Beschäftigung. Das Campinggewerbe wird nach der Rekordsaison 2009 insgesamt mehr Personal einstellen. Im Touristiksegment gibt es mehr Arbeitsplätze bei den Reiseveranstaltern. Reisebüros und Busunternehmen bauen dagegen Personal ab.

Aus- und Weiterbildung

Eine der wichtigsten Ressourcen für den Tourismus in Deutschland wird knapp: Immer mehr Betriebe können Ausbildungsplätze mangels Bewerberangebot nicht besetzen. 2009 konnten 43 % der ausbildenden Unternehmen im Gastgewerbe nicht alle Plätze besetzen. Es droht ein erheblicher Fachkräftemangel, der vor allem in tourismusintensiven Regionen zu Qualitätsproblemen führen wird. In Mecklenburg-Vorpommern konnten 77 % der Ausbildungsbetriebe im Beherbergungsbereich nicht alle Plätze besetzen. Gegenmaßnahmen können in der Weiterbildung vorhandener Mitarbeiter bestehen. Allerdings ist die Bereitschaft dafür nicht überall vorhanden: Von den gastronomischen Betrieben hat nur knapp jeder zweite ein Weiterbildungsbudget. Im Beherbergungssektor immerhin knapp zwei Drittel.

I GESCHÄFTSLAGE IM WINTER / FRÜHJAHR 2009/2010

Gastgewerbe: Besser als im Vorjahr

Die zurückliegende Wintersaison wurde vom Gastgewerbe mehrheitlich gut oder befriedigend beurteilt (s. Abb. 2). Nur ein knappes Drittel der Betriebe war nicht zufrieden. Im Vergleich zum Vorjahr verbesserte sich die Lage bei Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe damit erheblich (s. Abb. 1). Im Beherbergungssegment entwickelte sich auch die Umsatzsituation positiv. Der Saldo blieb aber weiterhin deutlich negativ (s. Abb. 3). Am stärksten standen immer noch die Umsätze im Geschäftsreisesegment unter Druck (s. Abb. 4).

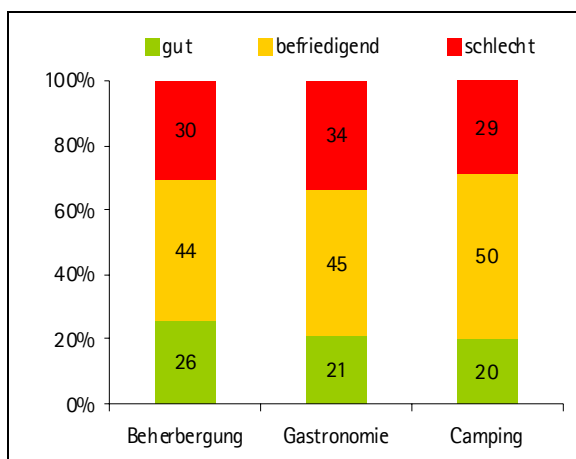


Abb. 2: Geschäftslage Wintersaison 2009/2010

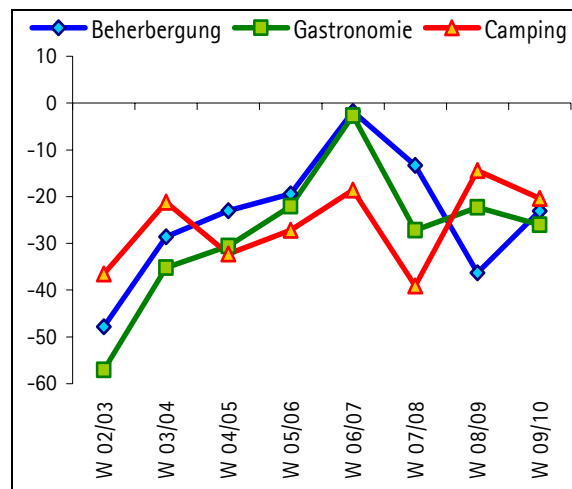


Abb. 3: Umsatzentwicklung im Gastgewerbe im Vergleich zum Vorjahr (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen-Anteile)

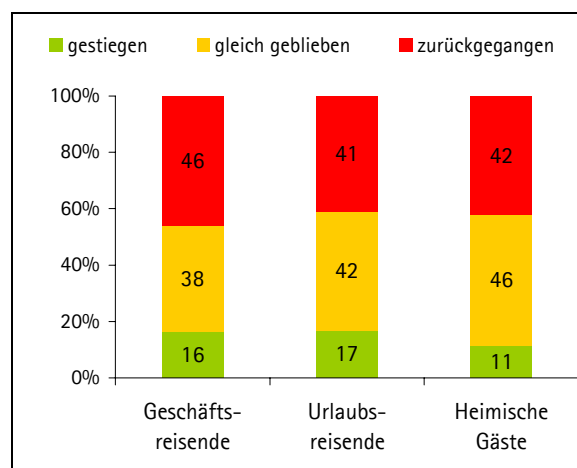


Abb. 4: Umsatzentwicklung im Gastgewerbe nach Zielgruppen

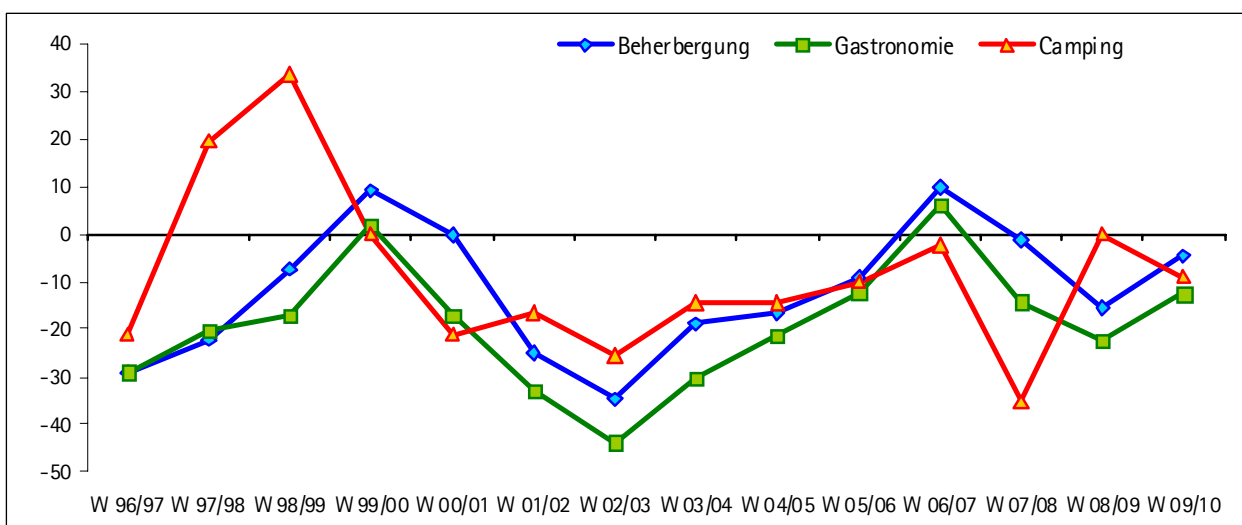


Abb. 1: Entwicklung der Bewertung der Geschäftslage im Gastgewerbe (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

Ankünfte und Übernachtungen

Ankunfts- und Übernachtungszahlen (s. Abb. 5 und Abb. 6) sind im Winterhalbjahr im Vergleich zum Vorjahr wieder gestiegen. Damit wurde der Vorjahresverlust bei den Übernachtungen fast vollständig kompensiert. Vor allem im 1. Quartal 2010 wurden wieder Zuwächse realisiert. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Wintersaison lag bei 2,58 Nächten und ist leicht gesunken (Vorjahr: 2,60).

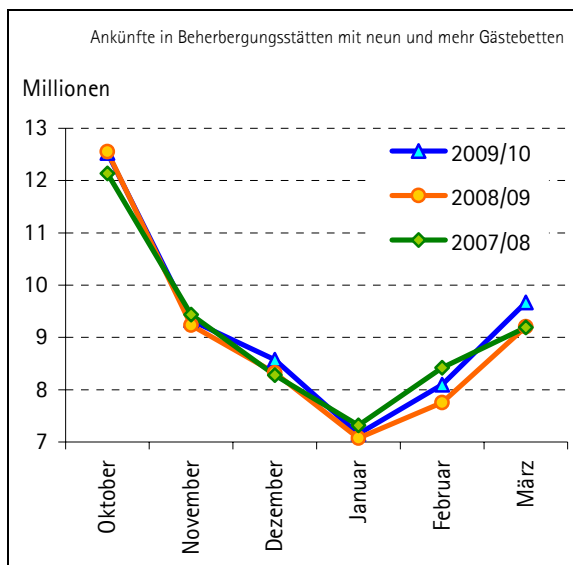


Abb. 5: Ankünfte in deutschen Beherbergungsstätten
Quelle: Statistisches Bundesamt

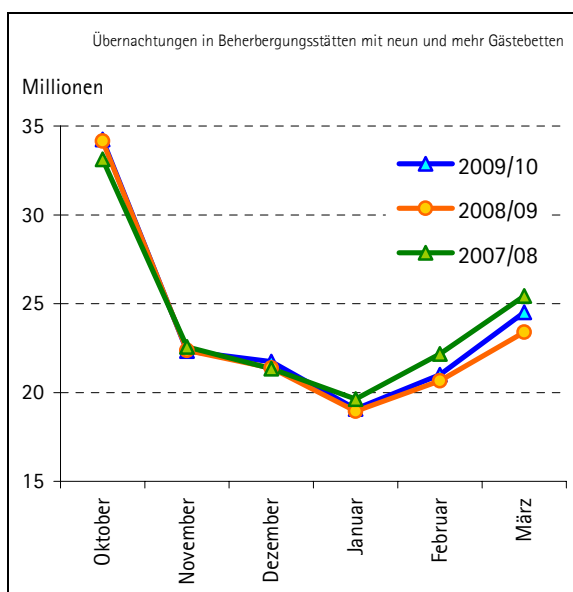


Abb. 6: Übernachtungen in deutschen Beherbergungsstätten
Quelle: Statistisches Bundesamt

Auslastung

Die Zimmerauslastung hat sich bei 45 % der Beherbergungsbetriebe verschlechtert. Bei fast jedem fünften Betrieb ist sie allerdings gestiegen. Im Schnitt hat sie sich im Vergleich zum Vorjahr um über zwei Prozentpunkte verbessert. Deutlich höhere Auslastungen konnten große Betriebe erzielen. Hotels mit mehr als 2,5 Mio. Euro Umsatz kamen auf eine Zimmerauslastung von 57 %. Spitzenreiter unter den Bundesländern war Berlin mit 61 %, Schlusslichter Sachsen-Anhalt und Thüringen mit 38 bzw. 36 %.

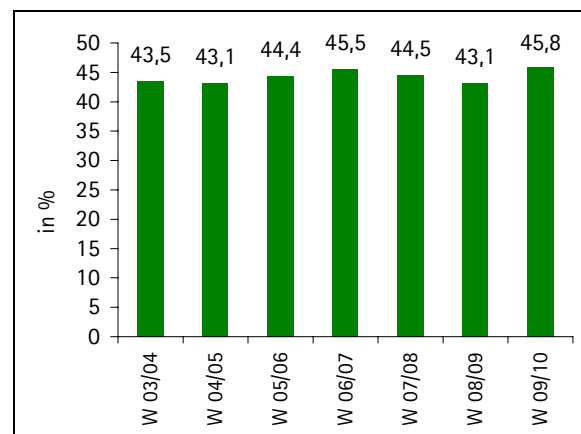


Abb. 7: Entwicklung Zimmerauslastung

Im Campingsektor hat sich die Stellplatzauslastung um sieben Prozentpunkt auf 46,4 Prozent verbessert. Gut sechzig Prozent der Betriebe meldeten eine gestiegene bzw. gleich gebliebene Auslastung.

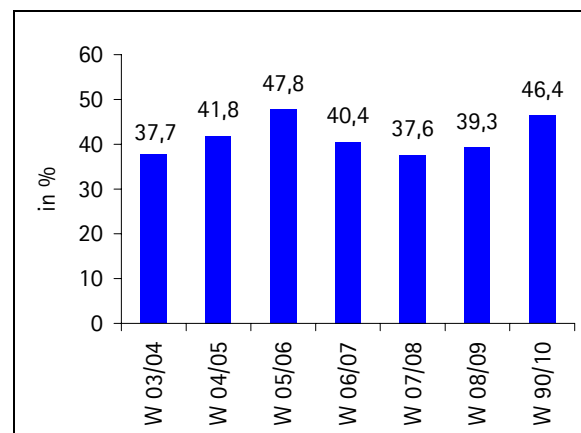


Abb. 8: Entwicklung der durchschnittlichen Stellplatzauslastung

Touristikmarkt: Auf dem Weg nach oben

Die Mehrheit der touristischen Unternehmen erlebte eine gute oder befriedigende Wintersaison (s. Abb. 9). Bei den Reiseveranstaltern vergaben sogar 29 % das Urteil „gut“. Dies wirkte sich positiv auf den Lagesaldo aus. Er fiel im Vergleich zum Vorjahr deutlich besser aus (s. Abb. 11) und lag im Reiseveranstaltermarkt wieder im Plus. Auch die Umsatzentwicklung verbesserte sich im Touristiksegment gegenüber dem Vorjahr deutlich (s. Abb. 10). Die Reisebüros holten deutlich auf und die Veranstalter erreichten mit dem Saldo sogar die Null-Linie.

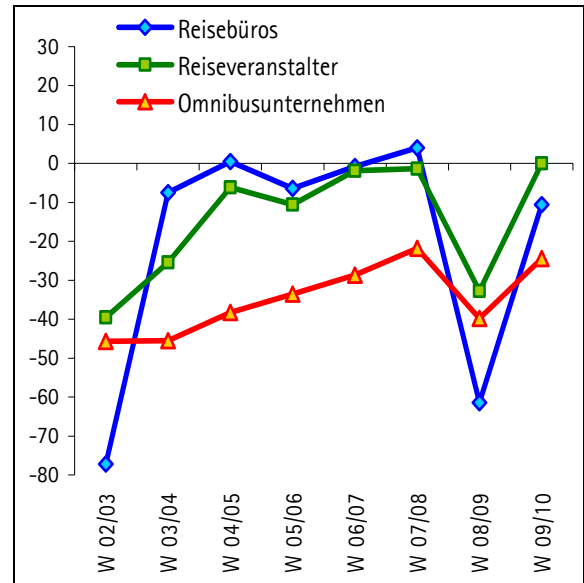


Abb. 10: Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Saldo Gestiegen-/Zurückgegangen-Anteile)

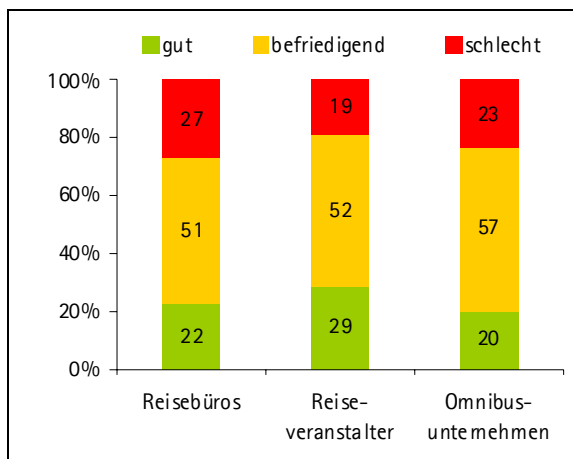


Abb. 9: Geschäftslage Wintersaison 2009/2010

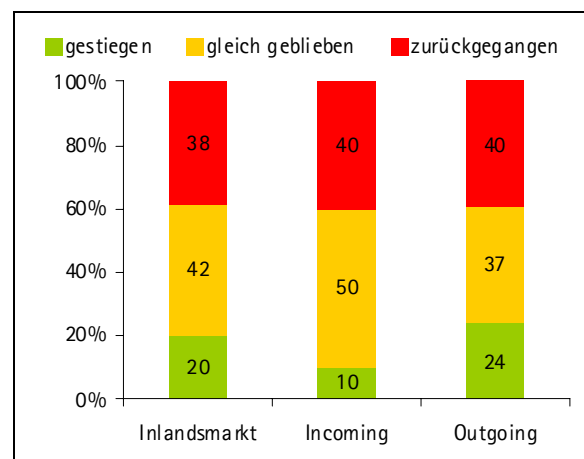


Abb. 12: Buchungsentwicklung nach Segmenten Wintersaison 2009/2010

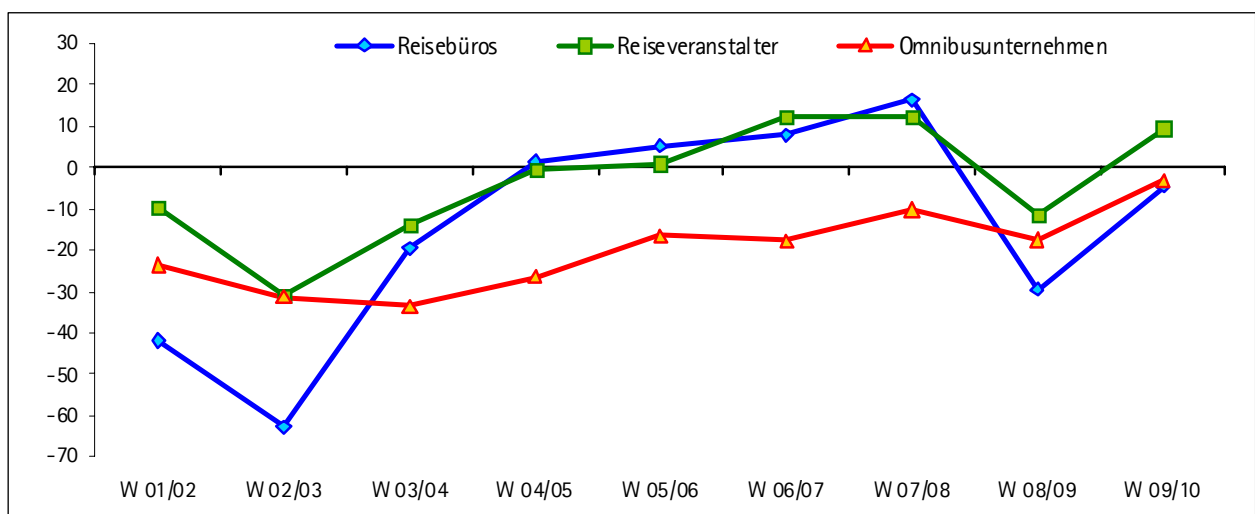


Abb. 11: Entwicklung der Bewertung der Geschäftslage im Touristikmarkt (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

Entwicklung nach Segmenten:

Urlaubsreisen waren Lichtblick

Insgesamt gab es in allen Segmenten Buchungsrückgänge in ähnlicher Höhe. Allerdings konnte der Outgoing-Markt bei fast einem Viertel der Betriebe und der Inlandsmarkt bei jedem fünften Touristikunternehmen zulegen (s. Abb. 12). Busunternehmen hatten in allen drei Bereichen – Inlandsmarkt, Incoming und Outgoing – stärkere Rückgänge zu verzeichnen als Reisebüros und Reiseveranstalter.

Deutliche Unterschiede gab es in den Segmenten Geschäfts- und Urlaubsreisen. Der Business-Sektor litt den größten Teil des Winterhalbjahrs noch unter den Auswirkungen der Krise und beeinflusste vor allem das Geschäft der Reisebüros und Busunternehmen negativ (s. Abb. 13). Die privaten Urlaubsreisen sorgten dagegen in vielen Betrieben für einen Lichtblick: 28 % der Reisebüros und 30 % der Veranstalter meldeten hier gestiegene Umsätze (s. Abb. 14).

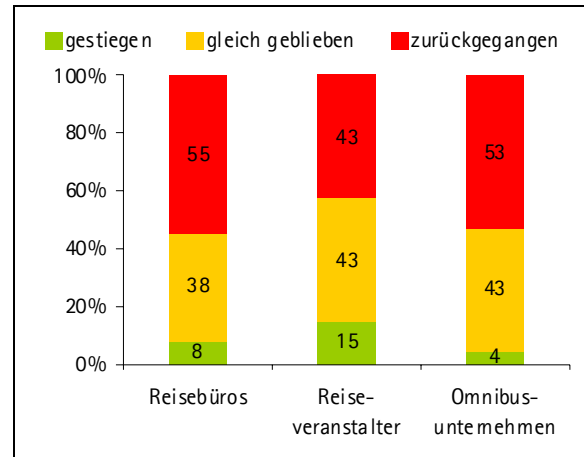


Abb. 13: Umsatzentwicklung im Bereich Geschäftsreisen Winter-saison 2009/2010

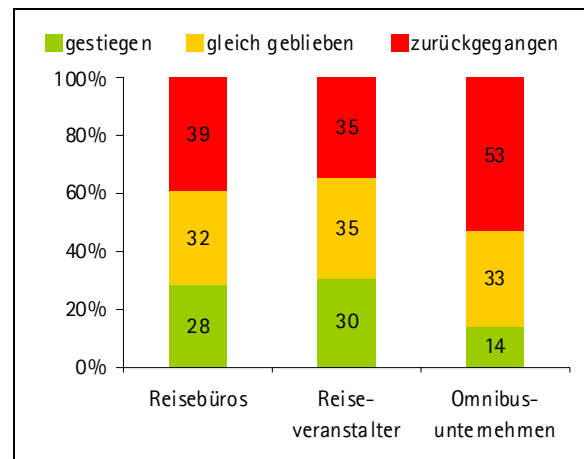


Abb. 14: Umsatzentwicklung im Bereich Urlaubsreisen Winter-saison 2009/2010

II ERWARTUNGEN UND PLÄNE FÜR DIE SOMMERSAISON 2010

Erwartungen im Gastgewerbe: Ziehen deutlich an

Das Gastgewerbe hat seine Einschätzung für den Sommer 2010 im Vergleich zum Vorjahr nach oben geschraubt. Der Saldo im Beherbergungs- und Campingsektor liegt sogar im positiven Bereich (plus 10 bzw. plus 11 Prozentpunkte). Die Gastronomiebetriebe sind etwas skeptischer (Saldo minus 3 Prozentpunkte) (s. Abb. 16). Insgesamt gehen 80 % der Beherbergungs- und 74 % der Gastronomiebetriebe von einer günstigeren oder gleich bleibenden Geschäftslage aus. Ursachen sind die Anzeichen für das Anziehen des Geschäftsreisemarktes durch die verbesserte konjunkturelle Lage und der anhaltende Trend zum Deutschlandurlaub.

Deutliche Unterschiede zeigt die Betrachtung nach Bundesländern. Die schlechteren Erwartungen in Mecklenburg-Vorpommern sind vom Wegfall der Attraktion „Bundesgartenschau 2009“ geprägt. In Hamburg ist trotz guter Übernachtungszahlen Skepsis vorhanden. Grund: Viele neue Hotelkapazitäten kommen auf den Markt, und es herrscht Unsicherheit, wie sich dies auf die vorhandenen Beherbergungsbetriebe auswirkt.

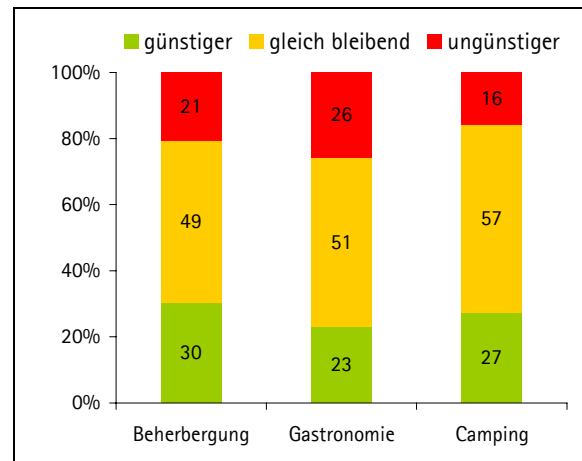


Abb. 15: Erwartete Geschäftslage im Gastgewerbe für die Sommersaison 2010

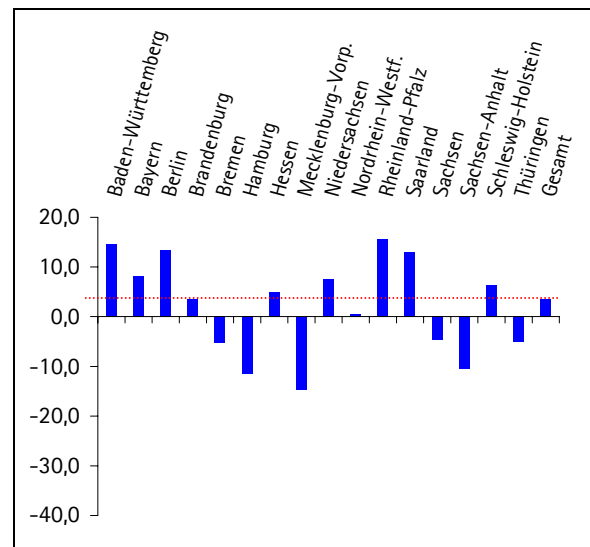


Abb. 17: Einschätzung der Geschäftslage für die Sommersaison im Gastgewerbe – Vergleich nach Bundesländern (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

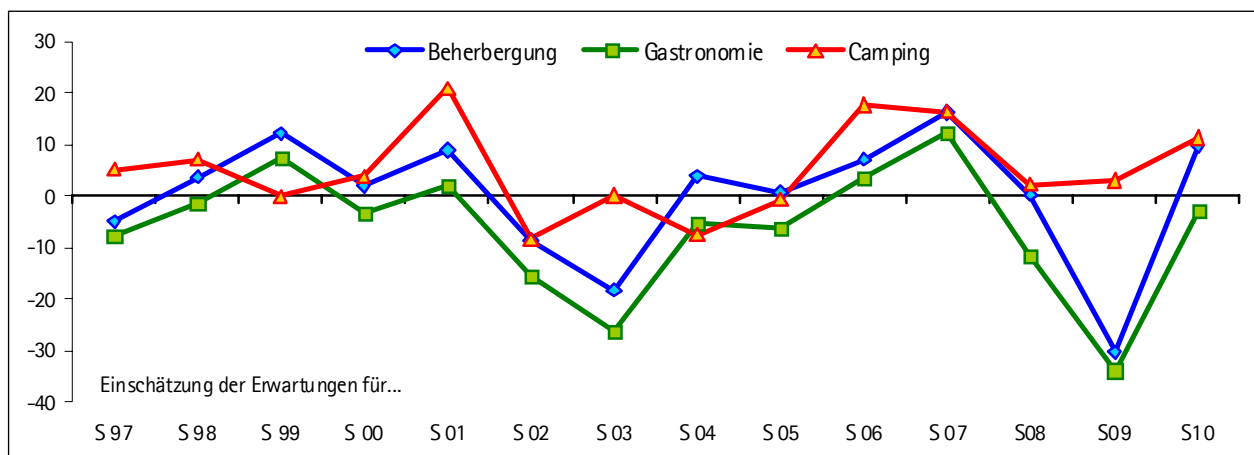


Abb. 16: Entwicklung der Einschätzung der Geschäftslage im Gastgewerbe (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

Erwartungen im Touristikmarkt: Aufschwung in Sicht

Die Geschäftsaussichten für den Sommer sind erheblich besser als im Vorjahr. Vor allem die Reiseveranstalter, aber auch viele Reisebüros sehen für die Sommersaison eine Verbesserung ihrer Geschäftslage oder gehen zumindest von gleich bleibenden Geschäften aus. In der Busbranche ist die Zahl der Optimisten dagegen wesentlich geringer (vgl. Abb. 19).

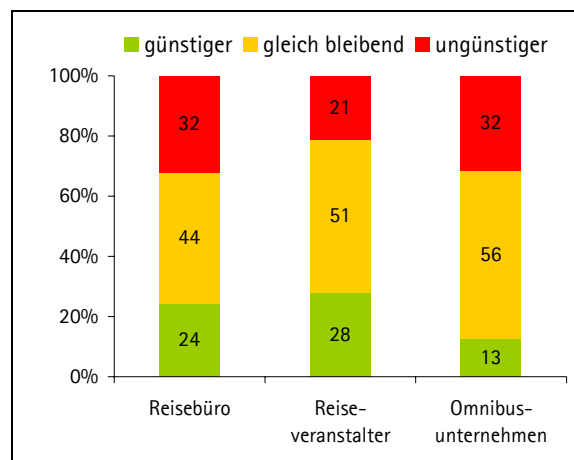


Abb. 19: Erwartete Geschäftslage im Touristikmarkt für die Sommersaison 2010

Im Vergleich mit dem Vorjahr haben die Erwartungen in allen Segmenten deutlich zugelegt (s. Abb. 18). Der Erwartungssaldo der Reiseveranstalter hat sich nach dem Tiefpunkt im Vorjahr sogar wieder in den Bereich oberhalb der Nulllinie geschoben - von minus 28 Prozentpunkten auf plus 7 Prozentpunkte. Die Reisebüros verzeichnen ebenfalls deutliche Verbesserungen, bleiben mit dem Saldo aber (noch) im negativen Bereich (Steigerung um 42 Punkte von minus 50 Prozentpunkten auf -8 Prozentpunkte). Im Bussektor fällt die Verbesserung nicht so deutlich aus. Hier verbessert sich der Saldo von minus 32 Prozentpunkten auf minus 19 Prozentpunkte.

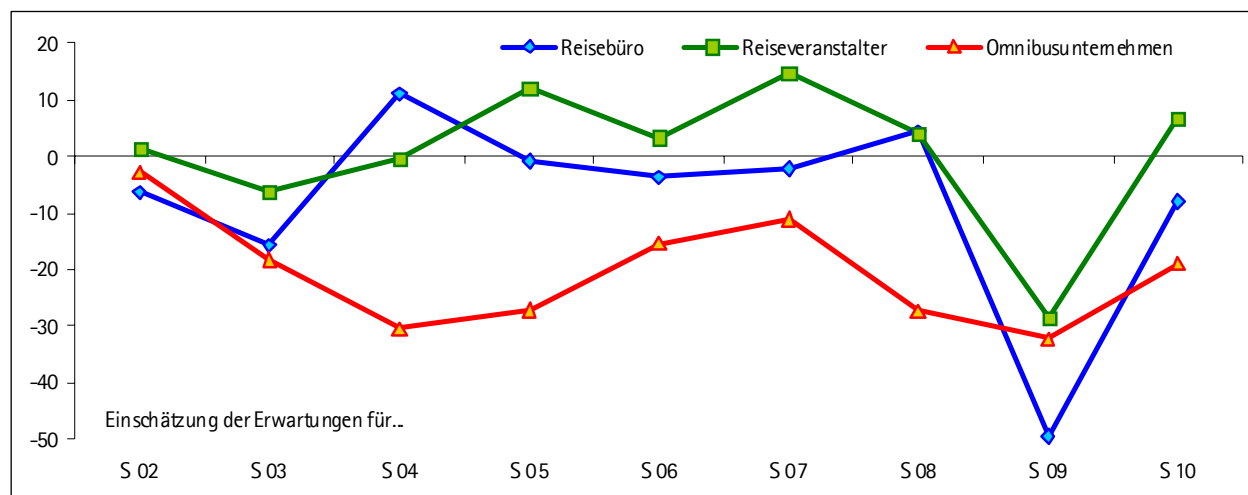


Abb. 18: Entwicklung der Einschätzung der Geschäftslage im Touristikmarkt (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

