



# Konjunkturbericht Tourismus Herbst 2007

---

## Impressum

Herausgeber: Industrie- und Handelskammer Potsdam, Breite Straße 2 a - c, 14467 Potsdam  
Redaktion: Astrid Haida, Tel. 0331 2786-163, Fax 0331 28429-21

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck - auch auszugsweise - nur mit Quellenangabe gestattet;  
Belegexemplar erbeten.  
Potsdam, Dezember 2007

# Konjunkturelle Entwicklung des Tourismus im IHK-Bezirk Potsdam, Herbst 2007

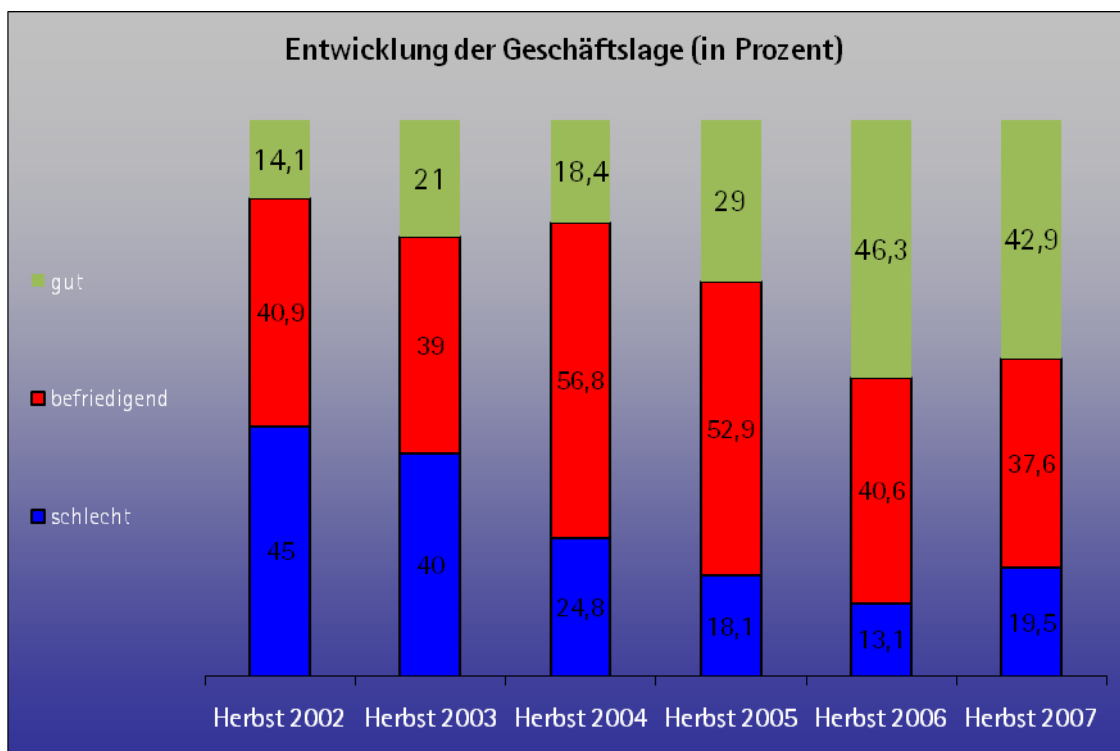
Geschäftslage nach der Sommersaison 2007 und  
Erwartungen an die Wintersaison 2007/2008

Euphorie in der Tourismuswirtschaft etwas gedämpft, dennoch optimistischer Blick in die Zukunft

*Trotz gestiegener Besuchszahlen – im Zeitraum von Januar bis August 2007 konnten in Brandenburg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 5,3 Prozent mehr Gäste verzeichnet werden – ist die Hochstimmung in der Brandenburger Tourismuswirtschaft etwas abgeflaut. Der Anteil der Unternehmen, die die Entwicklung ihrer Geschäftslage als gut bis befriedigend beurteilen, ist im Vergleich zum Vorjahr etwas gesunken. Die zukünftige Entwicklung wird jedoch positiv eingeschätzt.*

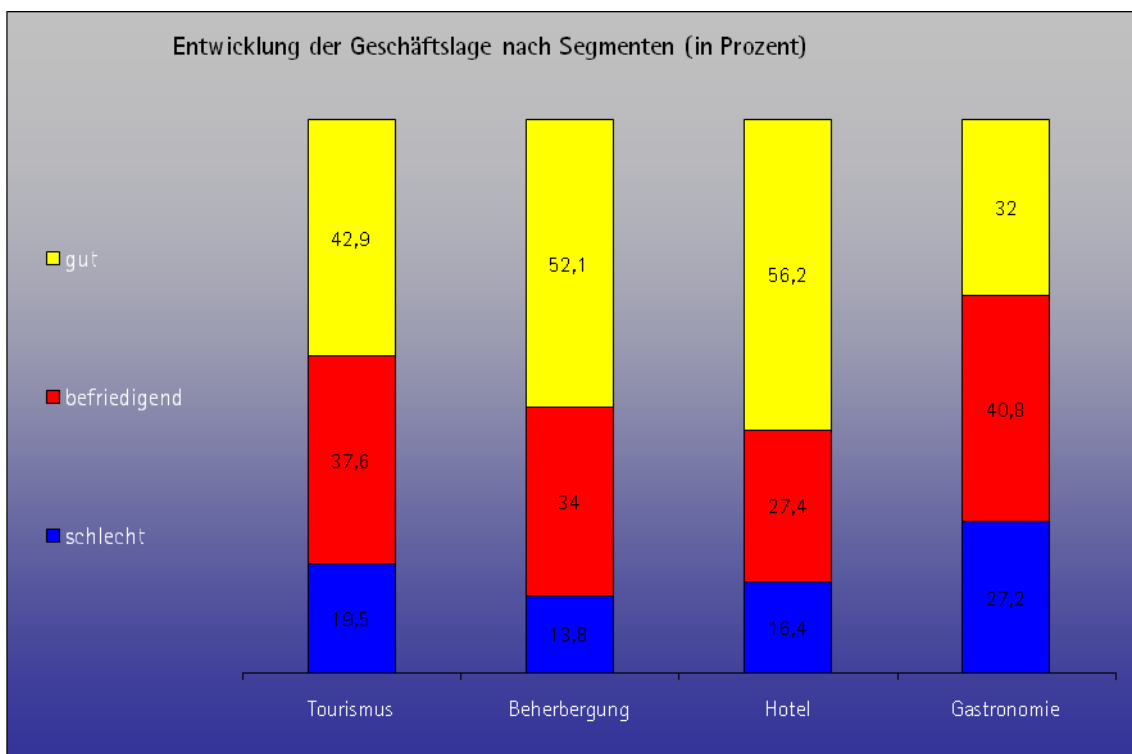
*In der aktuellen Saisonumfrage der Industrie- und Handelskammer (IHK) Potsdam wurden wiederholt die konjunkturelle Lage und die Erwartungen im IHK-Bezirk Potsdam nachgefragt. Die Tourismuswirtschaft, die sich aus Unternehmen des Gastgewerbes (Hotellerie und Gastronomie) und des Reisegewerbes (Reisebüros, Reisevermittler) zusammensetzt, wird nachfolgend differenziert betrachtet.*

Stabile Geschäftslage – positiver Trend hält an

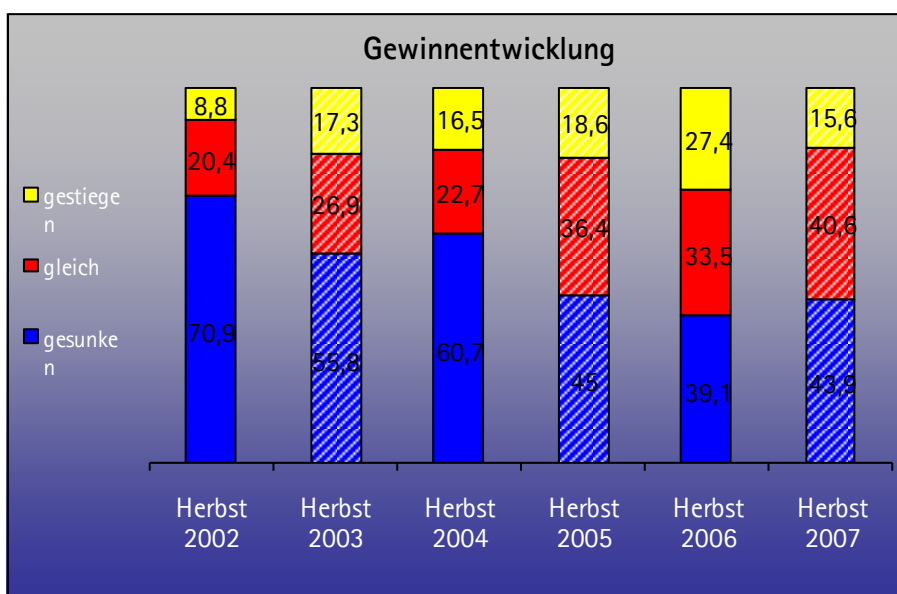


Die touristischen Leistungsträger im Land Brandenburg sind mit der Bilanz der Sommersaison überwiegend zufrieden. Rund 80 Prozent der befragten Unternehmen bewerteten die Entwicklung ihrer Geschäftslage als gut bis befriedigend. Dies spiegelt sich wieder in der durchschnittlichen Auslastung, die sich auf stabilem Niveau bewegt (46,8 Prozent).

Die Beherbergungsbetriebe verbuchten die besten Ergebnisse. Fast 90 Prozent der Befragten waren mit der Sommersaison zufrieden, wobei 52,1 Prozent die Geschäftslage als gut bezeichnen. Die Gastronomie schätzt die Lage etwas schlechter ein als im letzten Jahr. Gründe hierfür sind der außergewöhnliche regenreiche und gefühlt kalte Sommer sowie die aufgrund von Preissteigerungen und sinkender Einkommenserwartung allgemeine Konsumzurückhaltung. So meinen über 80 Prozent der befragten Unternehmen, dass die Ausgaben der Kunden gesunken oder gleich geblieben sind, nur 18,5 Prozent konnten gestiegene Kundenausgaben verzeichnen.

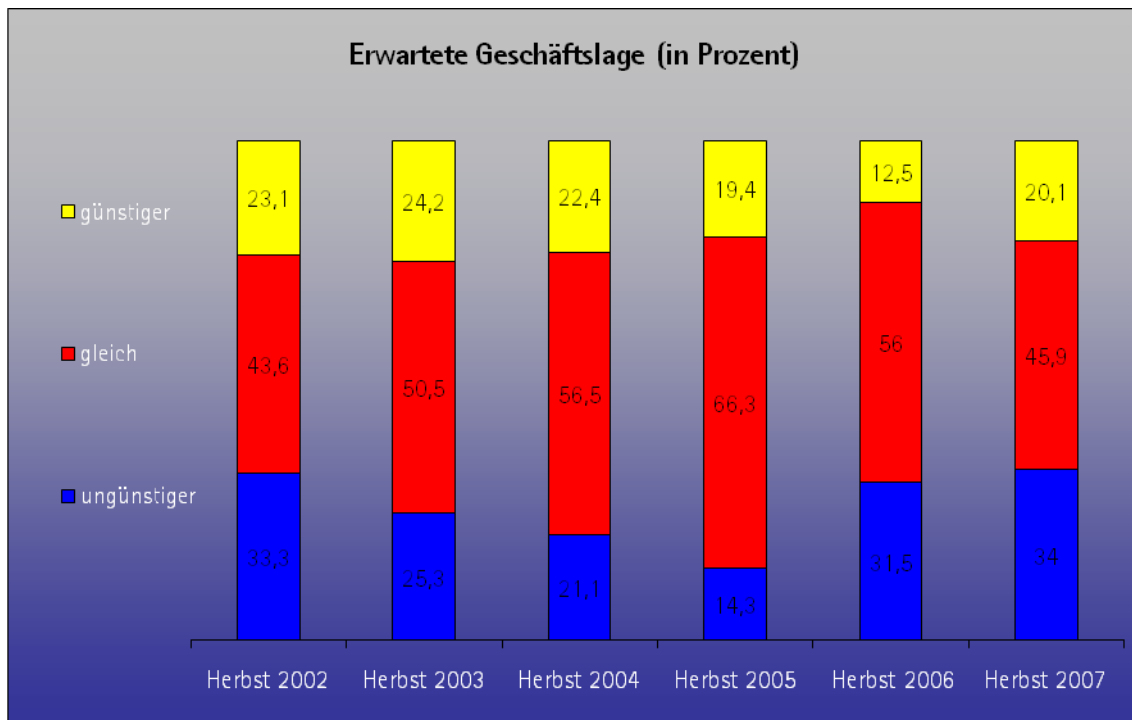


Dies hatte auch Auswirkungen auf die Gewinnentwicklung, die leicht rückläufig ist. 56,2 Prozent der Befragten konnten über die Sommersaison steigende oder gleich bleibende Gewinne verbuchen, im Vorjahr waren es rund fünf Prozent mehr.



## Zuversichtlicher Blick auf die Wintersaison

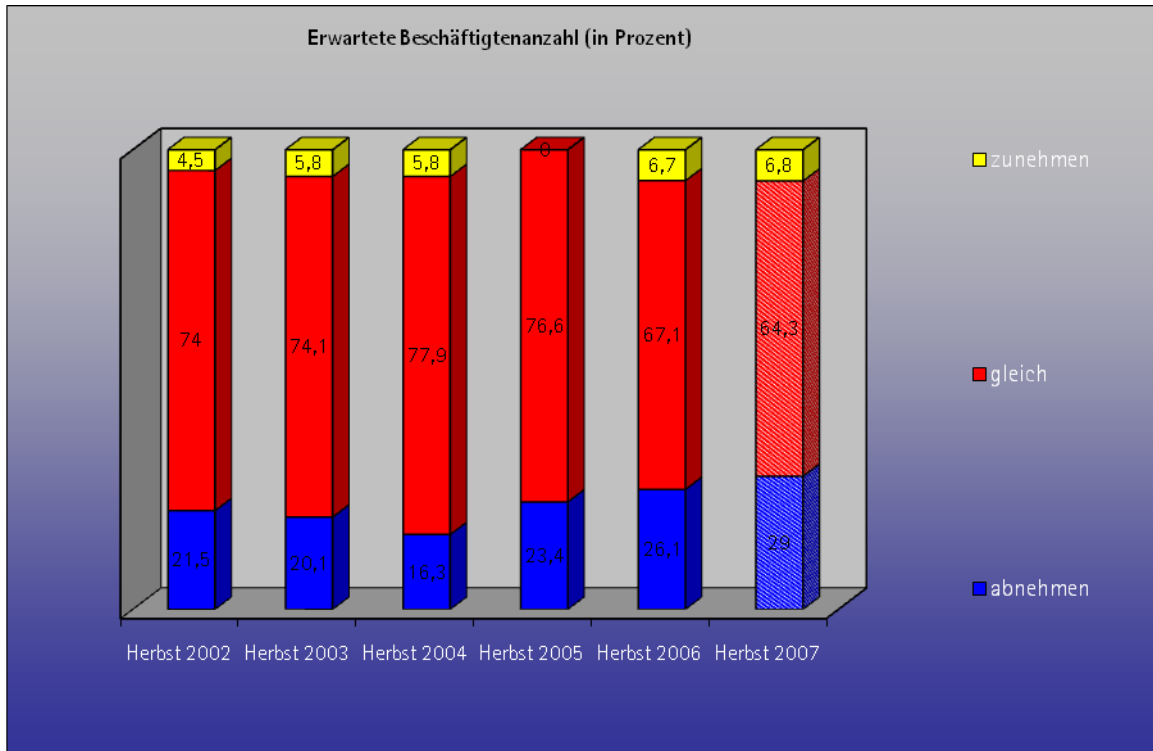
Trotz des etwas enttäuschenden Geschäfts im Sommer blicken die Unternehmer größtenteils optimistisch in die Zukunft. 20 Prozent der Befragten hoffen auf eine günstigere Geschäftslage in der nächsten Saison, das sind fast acht Prozent mehr als im letzten Jahr. Ca. 45 Prozent rechnen mit einer gleich bleibenden Geschäftslage, 34 Prozent mit schlechteren Ergebnissen. Dies zeigt, dass angesichts von minimalen Einkommenssteigerungen und steigenden Preisen für Lebensmittel und Energie jedoch auch eine gewisse Skepsis in der Tourismusbranche vorherrscht.



Die Lage am Arbeitsmarkt wird relativ stabil bleiben. Rund 7 Prozent der befragten Unternehmen planen Neueinstellungen in der nächsten Saison, das entspricht dem Wert vom Vorjahr. 29 Prozent der Unternehmen ziehen jedoch auch Personalkürzungen in Betracht.

Die Investitionsneigung der Unternehmen ist im Vergleich zum Vorjahr etwas zurückgegangen. Fast 60 Prozent der Unternehmen planen gleich bleibende und zunehmende Investitionen, ca. 10 Prozent gehen von geringeren Investitionen aus und ca. 30 Prozent der Befragten wollen gar nicht investieren.

Die relativ stabile Geschäftslage sowie die positiven Aussichten für die Wintersaison dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Tourismuswirtschaft in Brandenburg von einer zunehmenden Polarisierung gekennzeichnet ist. Auf der einen Seite gibt es engagierte und leistungsstarke Unternehmen, die sich kontinuierlich um Qualitätssicherung, Qualifizierung, Innovation und Kundenorientierung bemühen und dadurch erfolgreich am Markt agieren, auf der anderen Seite gibt es jedoch auch eine breite Masse, die an Bestehendem festhält, Qualität und Angebot nicht weiterentwickelt und veränderte Kundenbedürfnisse nicht berücksichtigt. Diese Betriebe werden in Zukunft verstärkt Anstrengungen unternehmen müssen, um sich weiter am Markt behaupten zu können.



### Erwartete Investitionsausgaben (in Prozent)

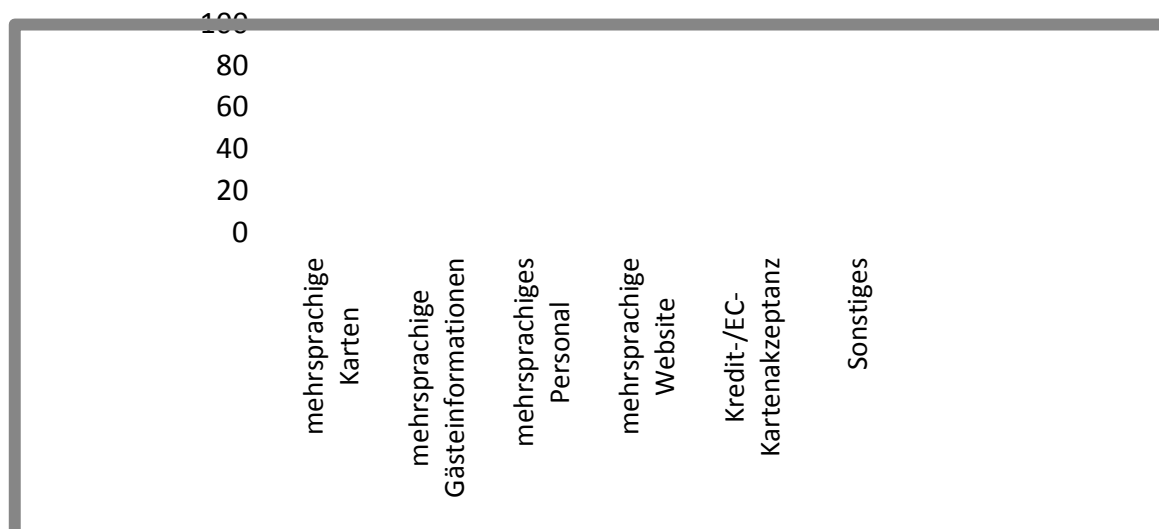
Herbst 2007	24,6	34,1	10,4	30,8	
Herbst 2006	26,5	36,7	12,2	24,6	
Herbst 2005	26,9	30,9	16,6	25,6	
Herbst 2004	17,6	36,4	20,4	25,6	
Herbst 2003	14,3	32,6	14,3	38,9	
Herbst 2002	8,8	28,2	15,1	48	
		zunehmen	gleich	abnehmen	keine

## Sonderfragen:

### Teil 1

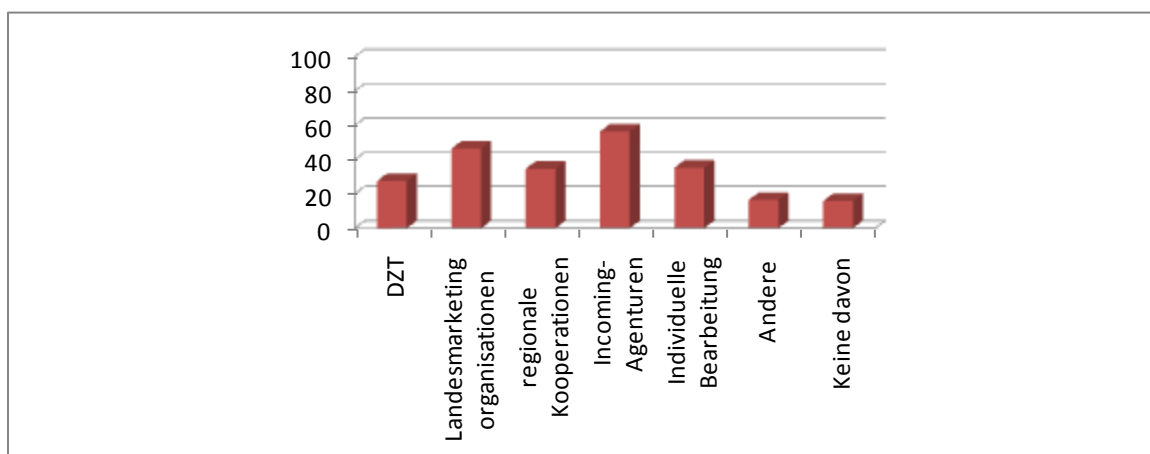
Die Zahl der ausländischen Gäste in Brandenburg steigt kontinuierlich. Deshalb haben wir die Unternehmen befragt, inwiefern sie sich bereits auf diese Zielgruppe eingerichtet haben.

Die Zahl der ausländischen Gäste wächst. Welche speziellen Angebote und Serviceleistungen bieten Sie für Gäste aus dem Ausland?



Ca. 75 Prozent der befragten Unternehmen gab an, über fremdsprachiges Personal zu verfügen, dennoch bestehen noch deutliche Defizite bei der Ansprache ausländischer Gäste. Mehrsprachige Gästeinformationen liegen bei ca. 61 Prozent der Befragten vor, 57,8 Prozent der Befragten bieten mehrsprachige Karten an und nur 46,5 Prozent besitzen eine mehrsprachige Web-Site. Berücksichtigt man die Tatsache, dass signifikantes Wachstum in der Tourismuswirtschaft nur mit ausländischen Gästen zu erzielen ist, besteht hier noch erheblicher Nachholbedarf.

Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie für Ihr „Auslandsmarketing“?



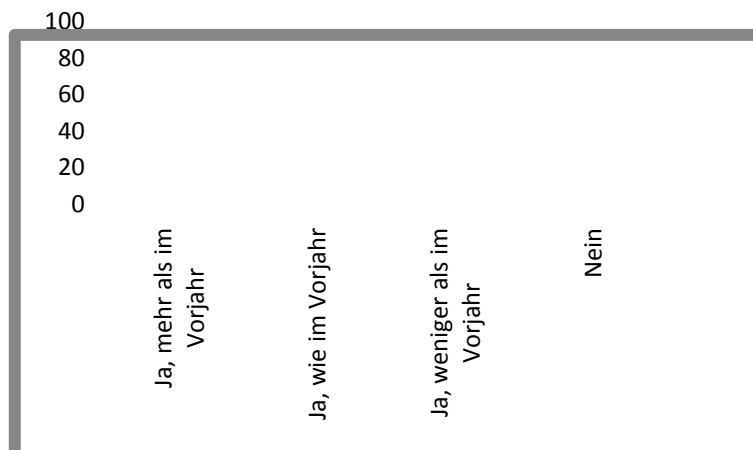
Auch Möglichkeiten des Auslandsmarketing werden noch nicht in hinreichendem Maße genutzt. Der größte Anteil der Unternehmen, 56,5 Prozent bedient sich der Incoming-Agenturen für die Gewinnung ausländischer Gäste, weniger als die Hälfte der Befragten, 46,5 Prozent, nutzt die Landesmarketingorganisation, 34,7 Prozent setzen auf regionale Kooperationen und 27,6 Prozent wenden sich an die DZT. 35,3 Prozent der Unternehmen kümmern sich selbst um das Auslandsmarketing.

## Teil 2

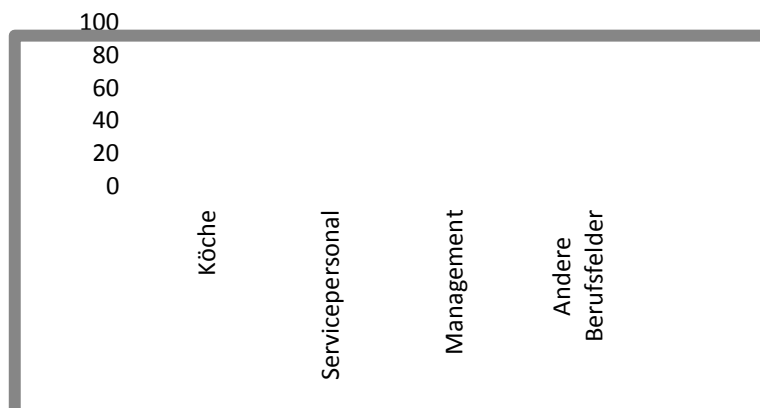
Im Hinblick auf den Fachkräftemangel haben wir die Unternehmen nach ihrer personellen Situation befragt.

### Können Sie in Ihrem Unternehmen derzeit offene Stellen nicht besetzen?

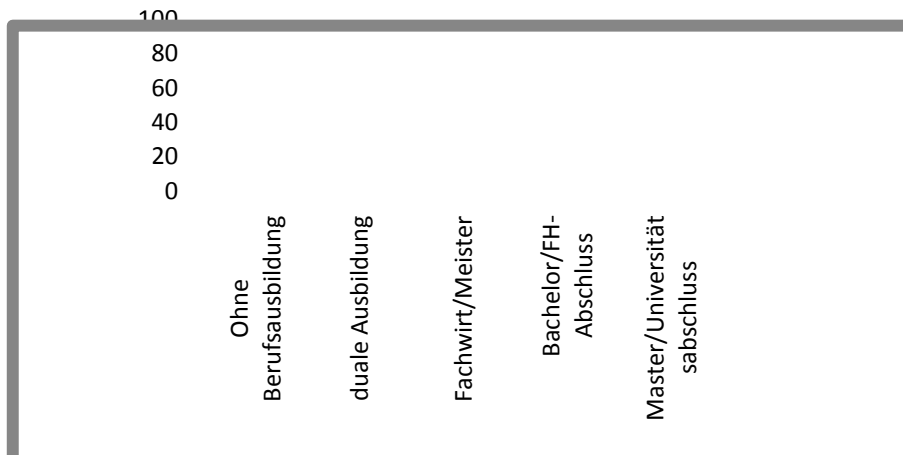
33,5 Prozent der befragten Unternehmen gab an, Arbeitskräfte zu suchen, nachgefragt werden insbesondere Köche und Servicepersonal. Bezüglich des Qualifikationsniveaus sind hauptsächlich Fachwirte und Meister sowie Absolventen einer dualen Ausbildung gefragt. Die Mehrheit der Unternehmen, 54,2 Prozent bzw. 61,7 Prozent der Unternehmen will dem Fachkräftemangel mit verstärkter Aus- und Weiterbildung begegnen. 66,5 Prozent der Befragten gaben an, derzeit keinen Personalbedarf zu haben.



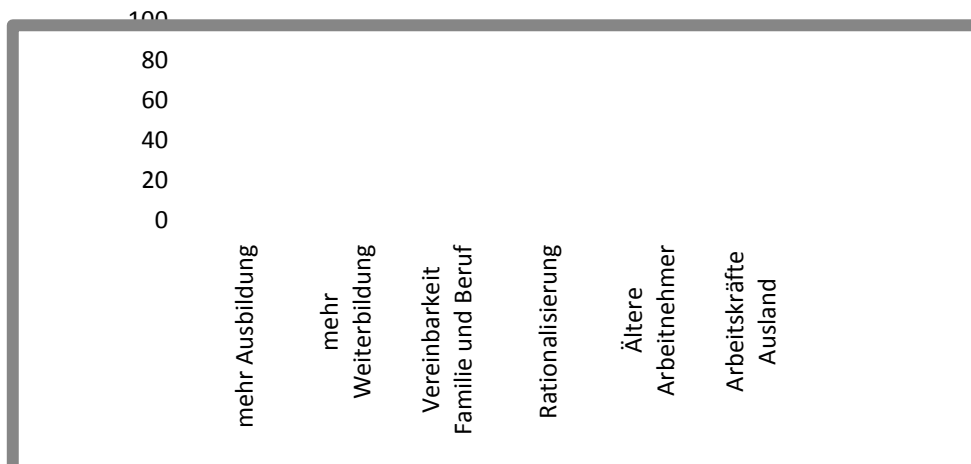
### Für welche Berufsfelder suchen Sie ohne Erfolg zusätzliche Arbeitskräfte?



Für welches Qualifikationsniveau bzw. welchen Abschluss suchen Sie ohne Erfolg zusätzliche Arbeitskräfte?

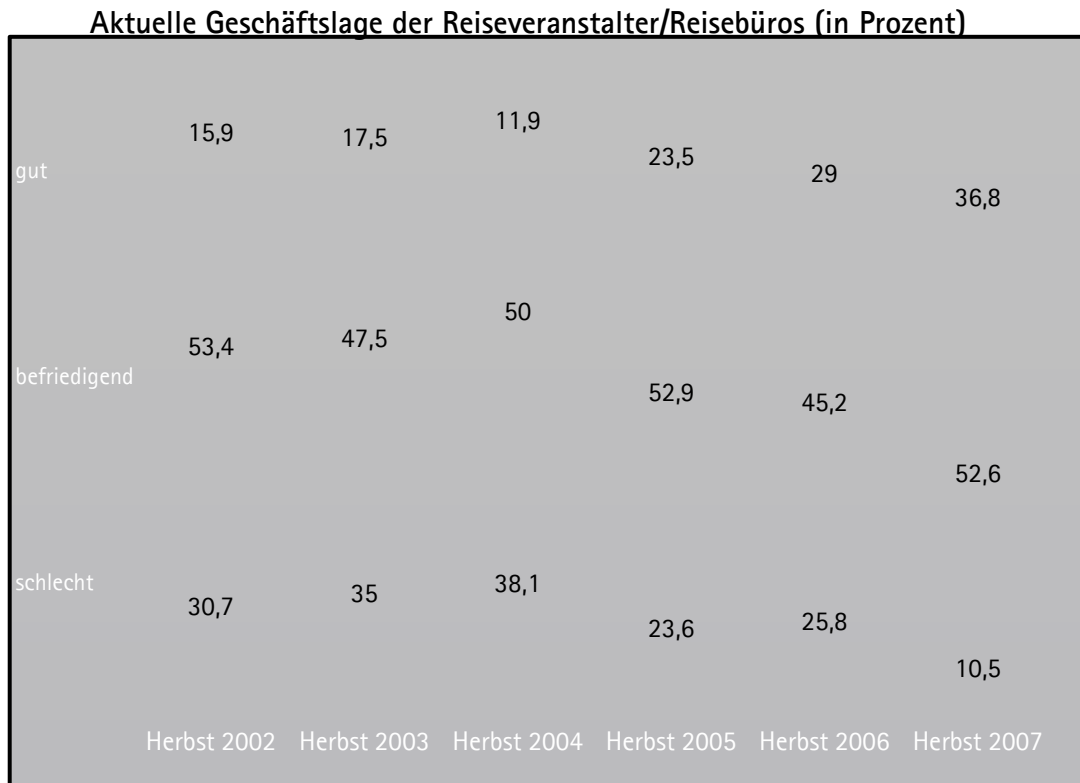


Wie wollen Sie zukünftig auf Fachkräftemangel reagieren?

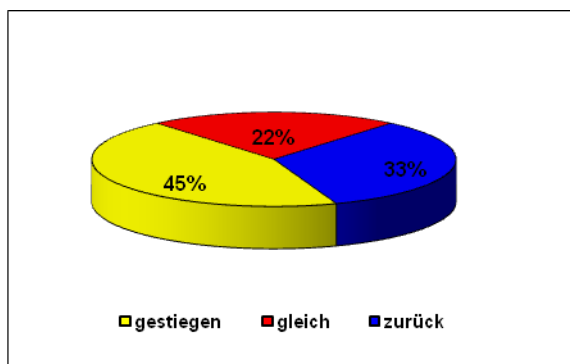


## Reiseveranstalter, Reisebüros

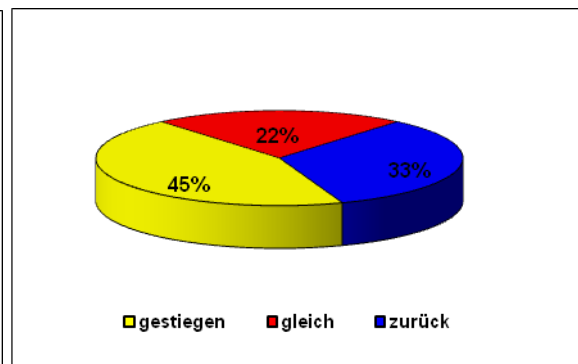
Die Geschäftslage hat sich im Vergleich zur Vorjahressaison deutlich verbessert. Fast 90 Prozent der befragten Unternehmen vermelden einen guten Geschäftsverlauf, das sind gut acht Prozent mehr als im Vorjahr. 45 Prozent der Befragten konnten einen gestiegenen Umsatz verzeichnen.

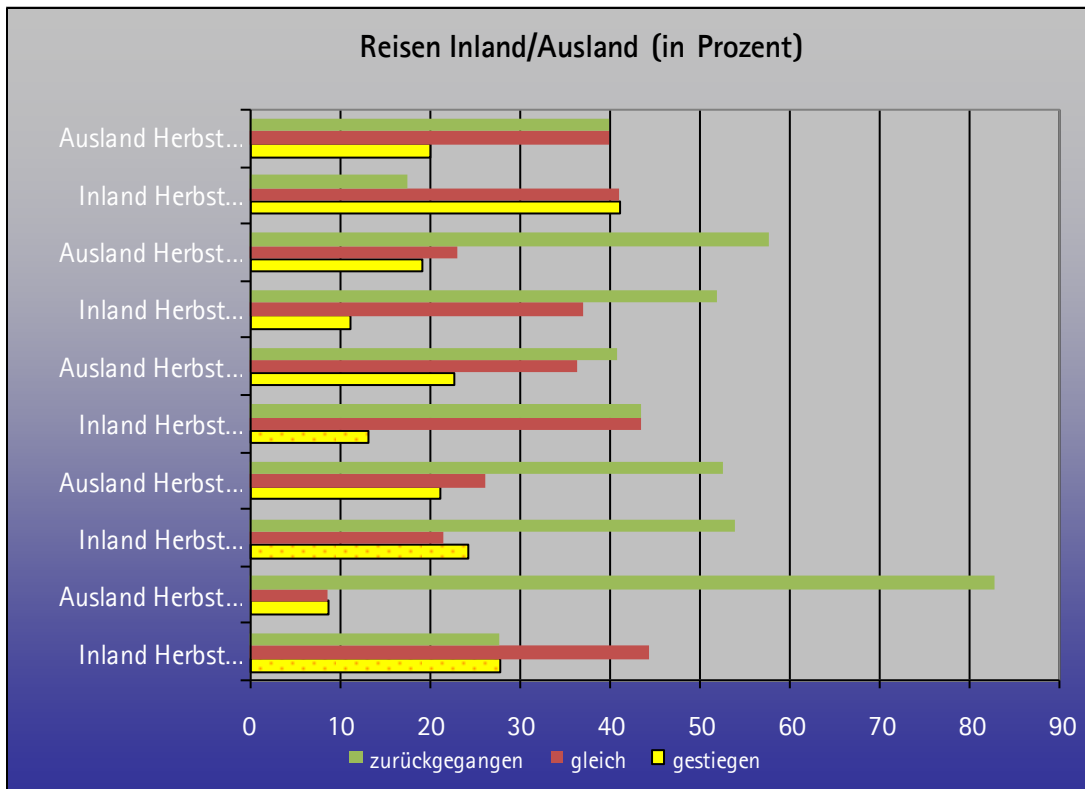


### Umsatzentwicklung



### Anzahl der gebuchten Reisen





### Hoffnungsfroher Blick in die Zukunft

Für die Zukunft versprechen sich die Reisebüros und Reiseveranstalter weiteren Aufschwung. 21 Prozent der Befragten gehen von einer besseren Geschäftslage aus, das sind 18 Prozent mehr als im Vorjahr. 42,1 Prozent der Befragten geht von einer gleich bleibenden Situation aus, 36,8 Prozent rechnen mit einer schlechteren Geschäftslage.

