



Konjunkturbericht Tourismus Frühjahr 2009

Impressum

Herausgeber: Industrie- und Handelskammer Potsdam, Breite Straße 2 a - c, 14467 Potsdam
Redaktion: Barbara Nitsche, Tel. 0331 2786-163, Fax 0331 28429-21, E-Mail: nitsche@potsdam.ihk.de

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck - auch auszugsweise - nur mit Quellenangabe gestattet;
Belegexemplar erbeten.
Potsdam, Mai 2009

Konjunkturelle Entwicklung des Tourismus im IHK-Bezirk Potsdam, Frühjahr 2009

Geschäftslage nach der Wintersaison 2008/2009 und
Erwartungen an die Sommersaison 2009

Geschäftslage stabil – Krise? Nein danke!

Die Lage der Tourismuswirtschaft ist gut. Der allgemeine Negativtrend macht sich hier noch nicht so stark bemerkbar. Zwar buchen die Gäste sehr viel kurzfristiger, die Geschäftsreisen werden verhaltener nachgefragt, aber die Reiselust hat noch nicht nachgelassen. Die Aussichten für die Sommersaison sehen erwartungsgemäß etwas negativer aus. Hier befürchten ein Drittel der Tourismusanbieter Einbußen, die Mehrheit erwartet jedoch gleichbleibende bis steigende Nachfrage.

An der aktuellen Saisonumfrage der Industrie- und Handelskammer (IHK) Potsdam beteiligten sich im April 2009 insgesamt 230 touristische Leistungsträger. Nachgefragt wurden wiederholt die konjunkturelle Lage und die Erwartungen im IHK-Bezirk Potsdam. Die Tourismuswirtschaft, die sich aus Unternehmen des Gastgewerbes (Hotellerie und Gastronomie) und des Reisegewerbes (Reisebüros, Reisevermittler) zusammensetzt, wird nachfolgend differenziert betrachtet.

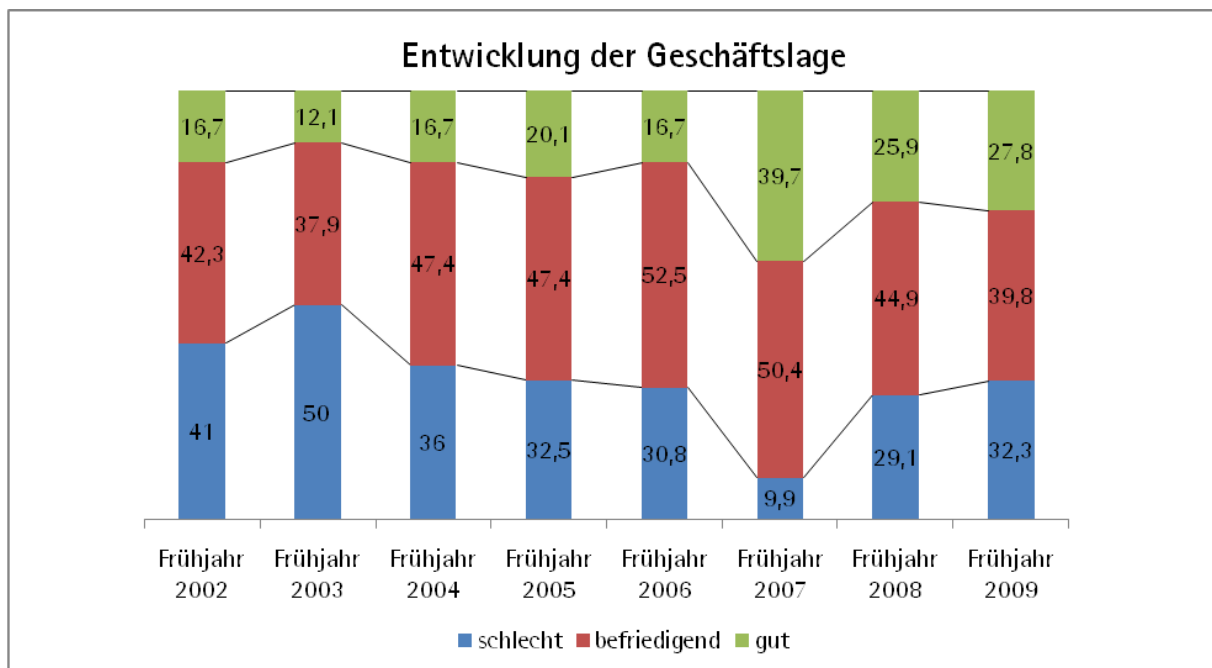


Abb.1: Entwicklung der Geschäftslage (in Prozent)

Die Bilanz der Tourismusbranche im Land Brandenburg für die Wintersaison ist vor dem Hintergrund der angeschlagenen Wirtschaft insgesamt gesehen deutlich besser ausgefallen, als der allgemeine Trend es erwarten lässt. Das zeugt auch vom gewachsenen Selbstvertrauen der Branche. Rund 28 Prozent der Befragten schätzten die Lage als gut ein, nur ein Drittel der Befragten müssen schlechtere Ergebnisse hinnehmen.

Die Beherbergungsbetriebe, darunter die Hotellerie, konnten dabei die besten Ergebnisse verbuchen. Rund 30 Prozent der Befragten bewerteten die Wintersaison als gut, zufrieden waren 46 Prozent der Befragten. Die durchschnittliche Zimmerauslastung ist mit knapp 40 Prozent bei den Befragten im Vergleich zum Vorjahr um ein Prozent gesunken.

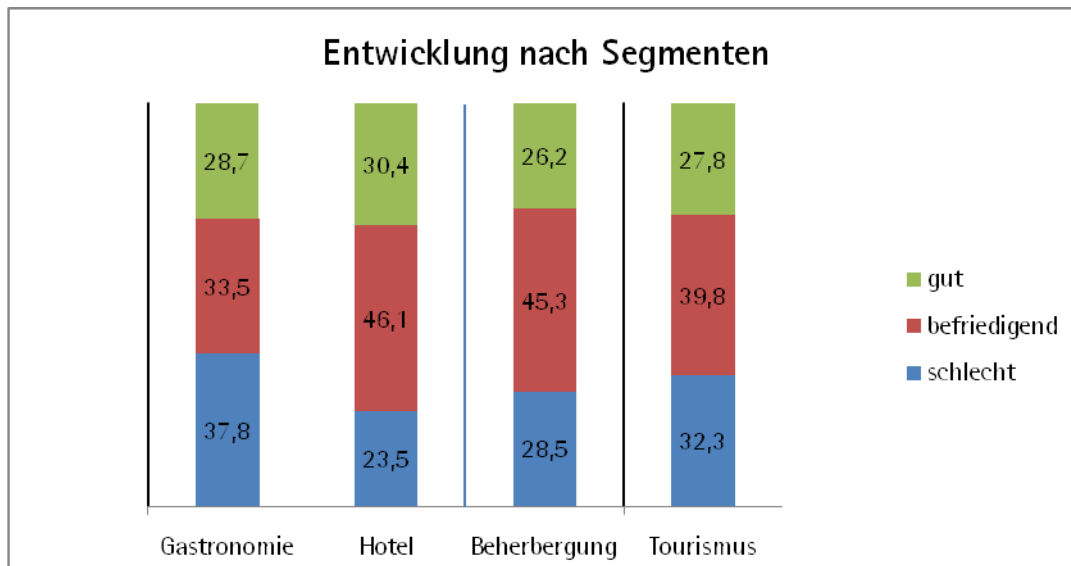


Abb. 2: Entwicklung nach Segmenten (in Prozent)

Die Unternehmen sind auch von der Kaufkraft und Konsumlust ihrer Kunden abhängig. Das Ausgabeverhalten der Gäste ist im Vergleich zum Vorjahr konstant geblieben. Das ist eine gute Nachricht, da gestiegene Energiepreise, starke Steuerbelastungen und schwankende Benzinpreise die Konsumlaune der Kunden bereits belasten.

Positiv machten sich die sonnigen Osterfeiertage und die darauffolgenden sommerlichen Wochenenden bemerkbar, die viele Ausflügler und Kurzzeiturlauber nach Brandenburg brachten.

Die Ertragsituation der Betriebe ist dennoch schwach: Nur 11 Prozent der befragten Unternehmen konnten ihren Gewinn steigern. Immerhin 30 Prozent konnten gleichbleibende Gewinne verbuchen.

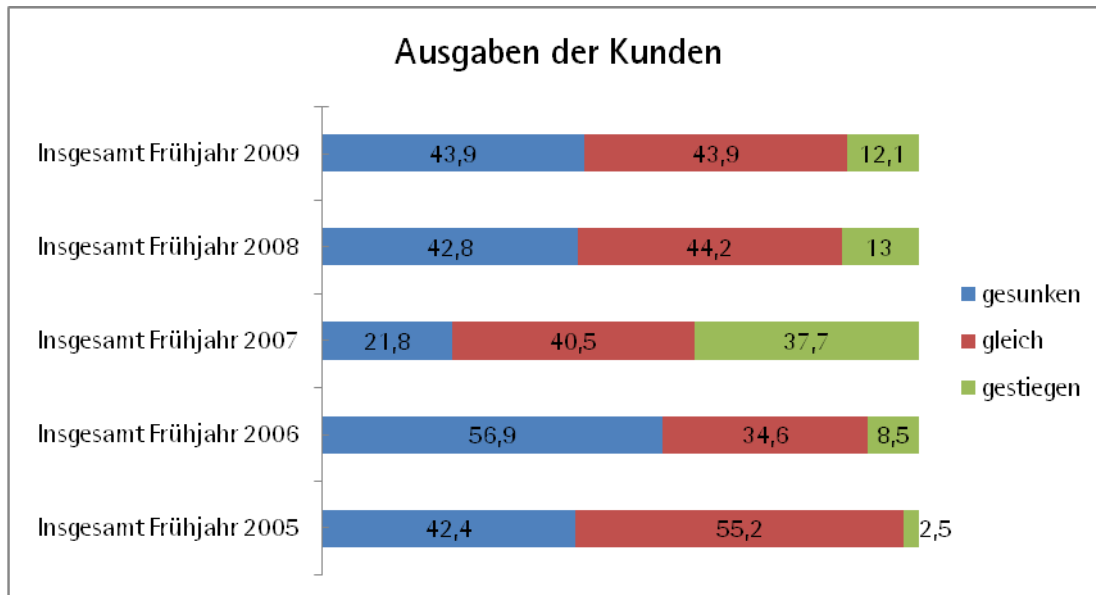


Abb. 3: Ausgaben der Kunden

Verhaltene Erwartungen an den Sommer

Die Erwartungen an die Sommersaison fallen zurückhaltend aus. Rund 19 Prozent erwarten eine bessere Geschäftsentwicklung und 49 Prozent rechnen mit einer stabilen Geschäftslage in der nächsten Saison. Damit ist die Mehrheit der Unternehmen optimistisch, wenngleich die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auch hier spürbar werden. Die Vorteile der kleinteiligen Struktur des Tourismus in Brandenburg liegen in der hohen Anpassungsfähigkeit und Flexibilität, mit der die Unternehmer schnell auf unterschiedliche Bedingungen reagieren können. Die Renaissance des Deutschlandtourismus kann für Brandenburg eine Chance sein, mehr Gäste für einen Urlaub im eigenen Land zu begeistern.

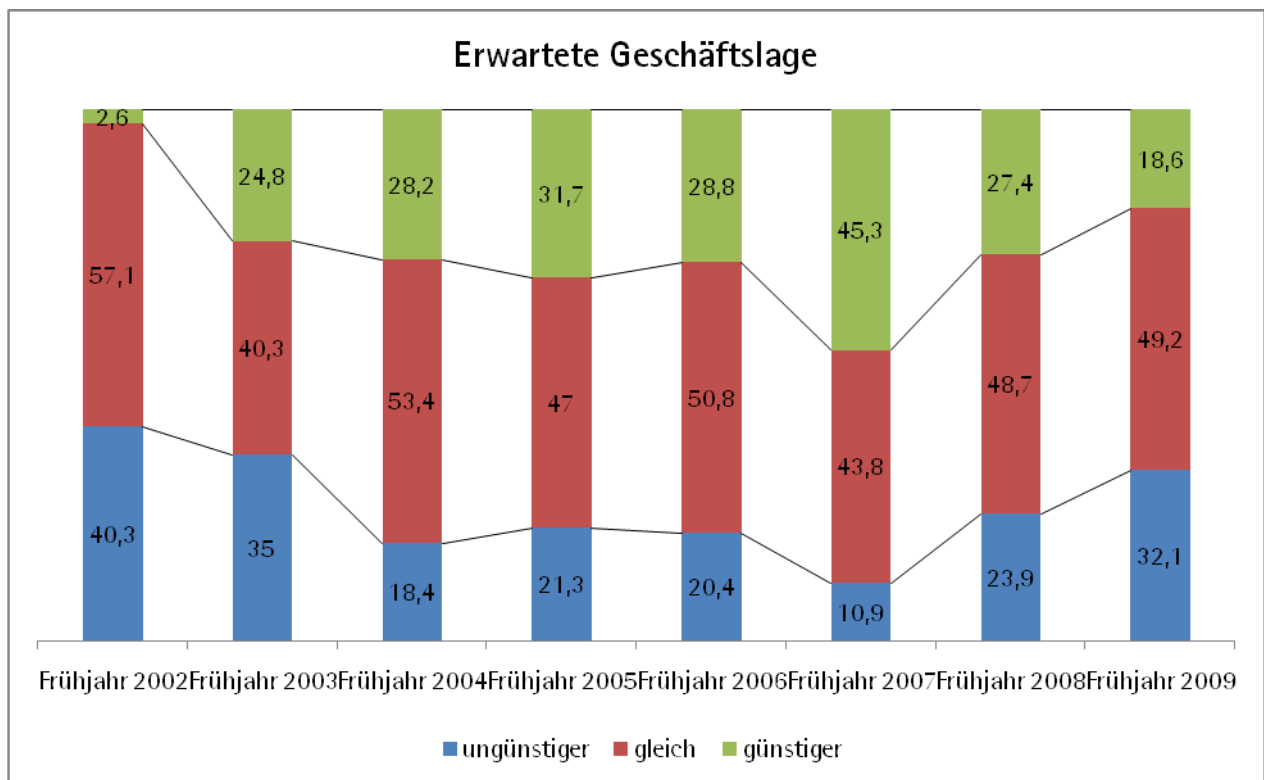


Abb. 4: Erwartete Geschäftslage (in Prozent)

Arbeitsmarkt überwiegend stabil – leichte Rückgänge erwartet

Die Mitarbeiterzahl in den Betrieben soll überwiegend stabil bleiben. Sogar 8,4 Prozent der befragten Unternehmen planen Neueinstellungen, 71 Prozent rechnen mit einer konstanten Beschäftigtenanzahl. Trotzdem wollen rund 20 Prozent der befragten Unternehmen ihren Personalbestand reduzieren. Damit wird auch auf dem Arbeitsmarkt die Krise indes spürbar. Die Unternehmen haben zunehmend erkannt, dass nur mit Fachpersonal Qualität geboten werden kann und dass die Fachkräftebindung vor dem Hintergrund des fehlenden Nachwuchses einen immer höheren Stellenwert bekommt.

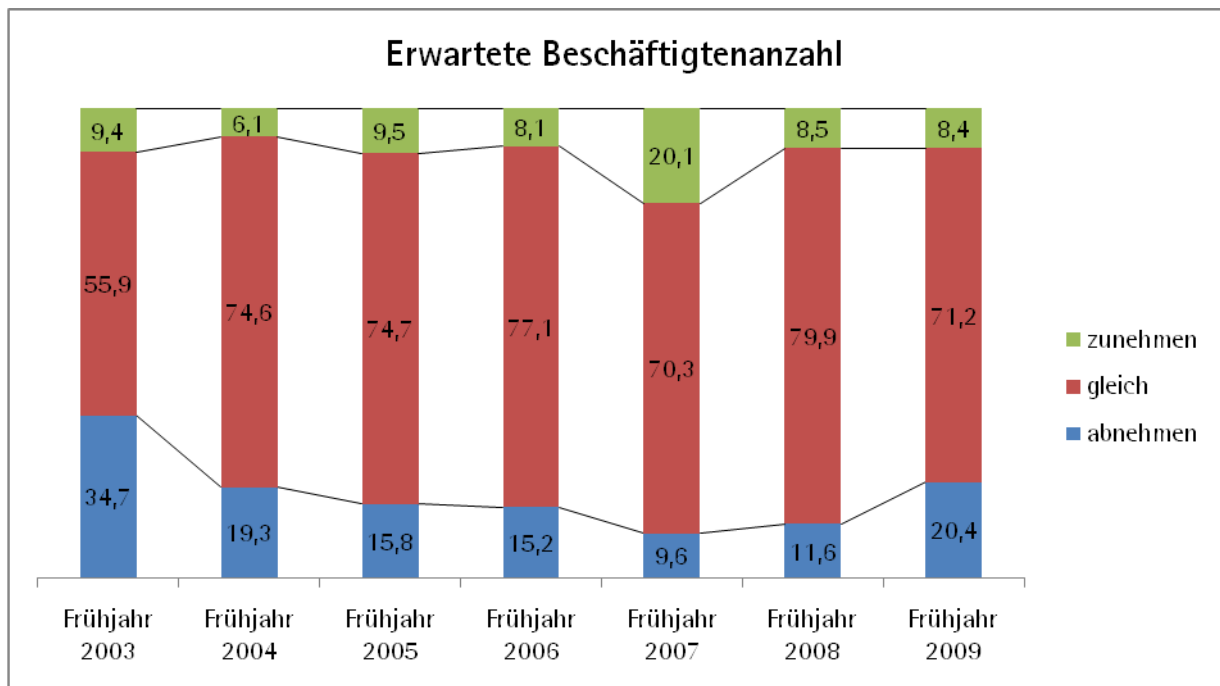


Abb. 5: Erwartete Beschäftigtenanzahl (in Prozent)

Qualität sichern zum fairen Preis

Die Bereitschaft der Unternehmen zu investieren, ist mit über 42 Prozent in der Krisenzeit erfreulich hoch.

Modernisierungsmaßnahmen sind nach wie vor das Hauptmotiv für Investitionen. Den Unternehmern ist bewusst, dass es wichtig ist, den Standard zu halten bzw. weiter zu erhöhen um im Wettbewerb dauerhaft zu bestehen. Weitere Motive sind Rationalisierung, Produktinnovation und Kapazitätserweiterung. Eine untergeordnete Rolle spielen Investitionen in den Umweltschutz.

Dabei sollen die Preise weitgehend stabil bleiben. Rund 86 Prozent der befragten Unternehmer wollen die Preise beibehalten. Nur 5 Prozent der Betriebe haben vor, in der nächsten Saison die Preise zu erhöhen.

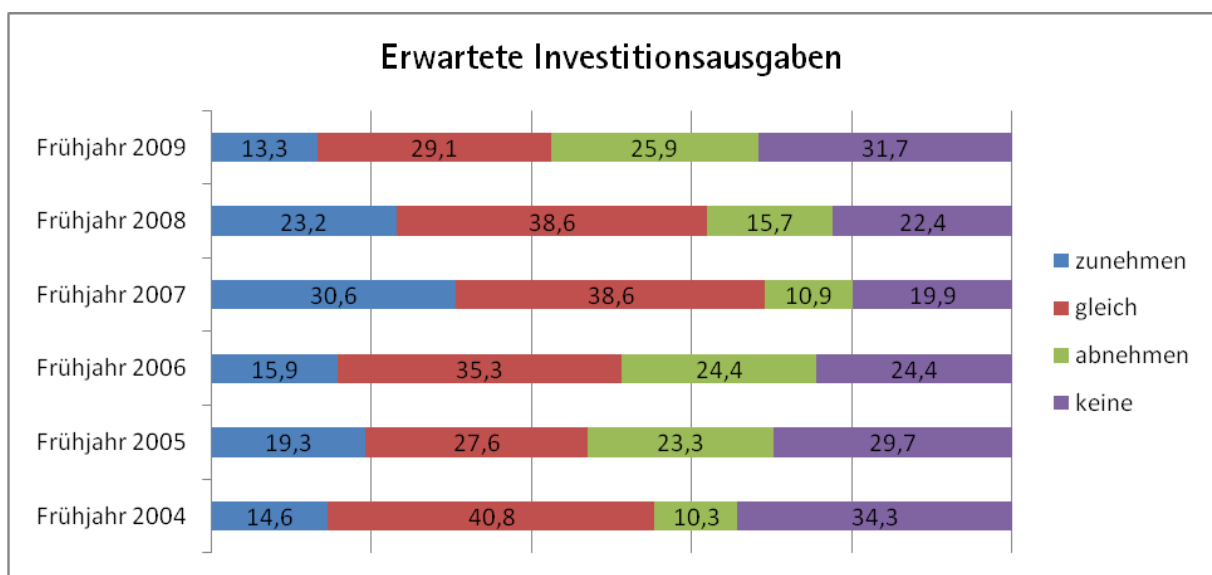


Abb. 6: Erwartete Investitionsausgaben (in Prozent)

Sonderfragen

Ist das brandenburgische Gastgewerbe fit für den Auslandstourismus?

Wir haben die Unternehmen gefragt: Wie schätzen Sie die Entwicklung des Auslandstourismus für Brandenburg ein?

Die Chancen ein Mehr an Gästen für einen Brandenburg-Urlaub zu gewinnen, liegen insbesondere im Auslandstourismus. Mit einem Anteil von 7,6 % am Übernachtungsvolumen in 2008 ist Brandenburg damit noch steigerungsfähig. Die Bestrebungen der Vermarkter, Brandenburg im Ausland noch bekannter zu machen, setzt aber auch voraus, dass internationale Gäste sich hier willkommen fühlen. Fast 20 Prozent der befragten Unternehmer erwarten in diesem Segment einen Zuwachs, immerhin rund 59 Prozent schätzen die Entwicklung als gleichbleibend ein.

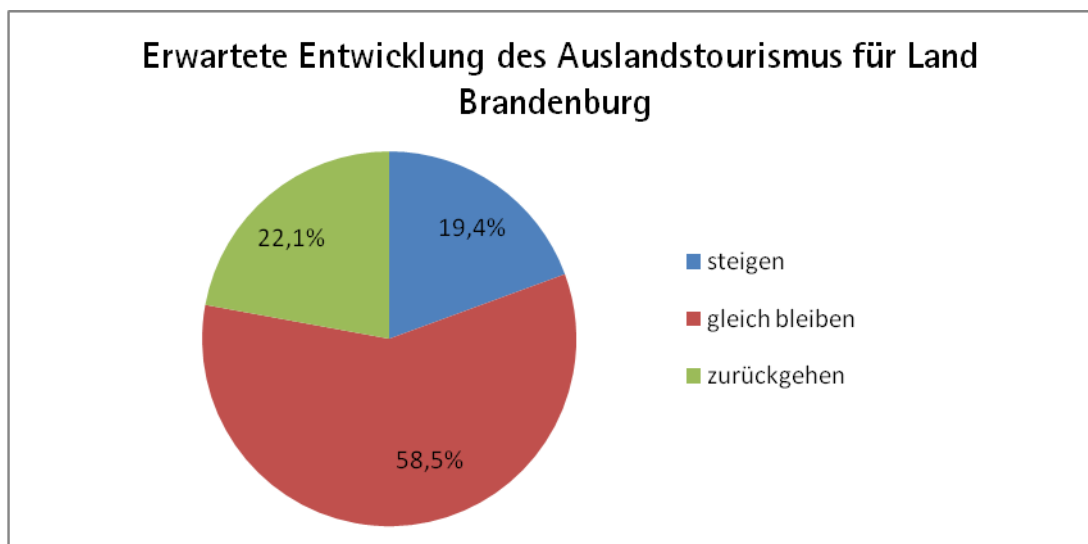


Abb. 7 Angaben in Prozent

Einen zwei- oder mehrsprachigen Eintrag im hauseigenen Prospekt oder Flyer wurde von 39 Prozent der befragten Unternehmer als eine Maßnahme angegeben, sich auf ausländische Gäste einzustellen. Zumindest in englischer Sprache werden von vielen Unternehmen bereits Speisekarten bereitgehalten oder auf der Internetseite bzw. mit einem Eintrag in Katalogen und Broschüren für ausländische Gäste geworben.

Zur Internationalität gehört auch, dass Übernachtungen unkompliziert und schnell online-buchbar sind. Wir haben gefragt: Wie ist Ihr Haus buchbar?

Dabei werden lokale bzw. regionale und landesweite Buchungsplattformen mit über 87 Prozent am häufigsten angegeben.

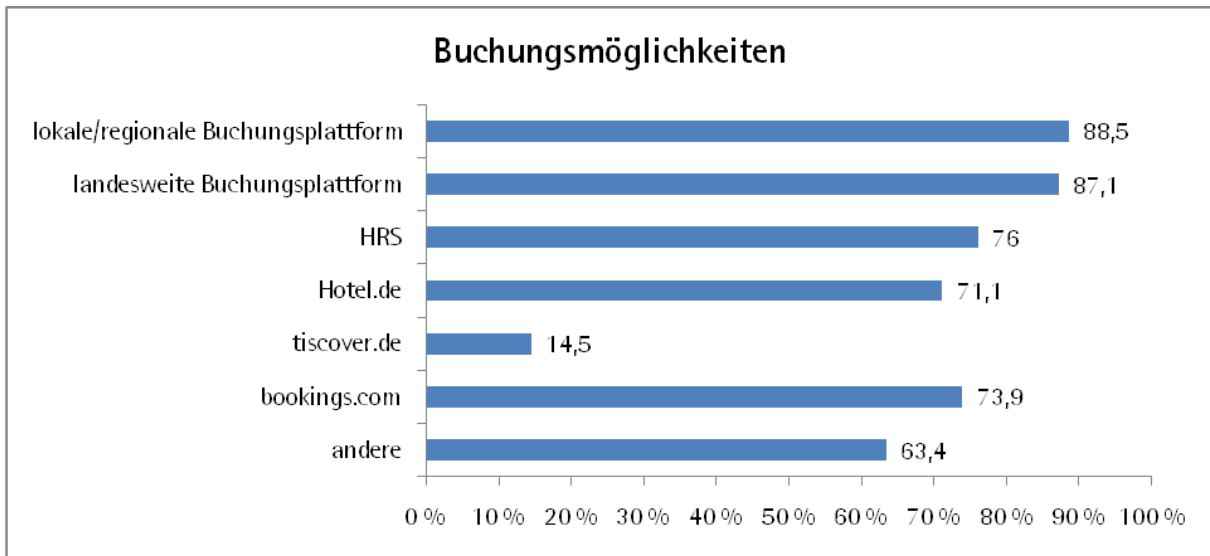


Abb. 9, Angaben in Prozent

Reiseveranstalter, Reisebüros

Die Geschäftslage der Reisebüros und Reiseveranstalter hat sich im Vergleich zur Vorjahressaison deutlich verschlechtert. Insgesamt ist die Anzahl der Betriebe, die die Situation als gut einschätzen, im Vergleich zum Vorjahr um rund 12,6 Prozentpunkte gesunken.

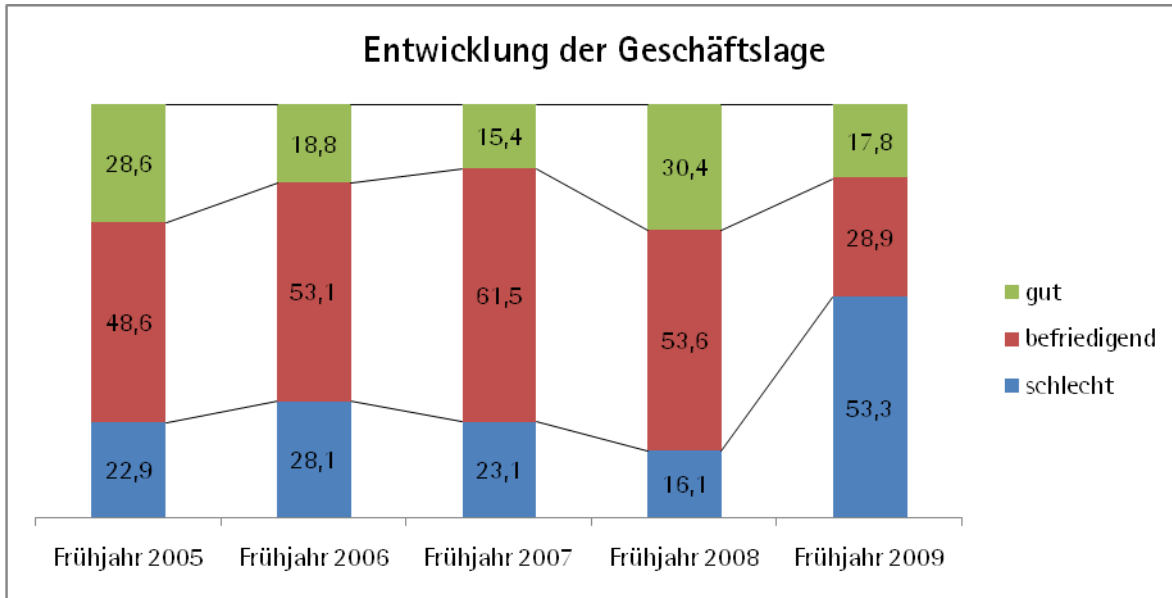


Abb. 7: Aktuelle Geschäftslage der Reiseveranstalter/Reisebüros (in Prozent)

Die Zahl der gebuchten Reisen ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum bei 77,5 Prozent der befragten Unternehmen zurückgegangen, bei nur 10 Prozent der Unternehmen ist sie gestiegen.

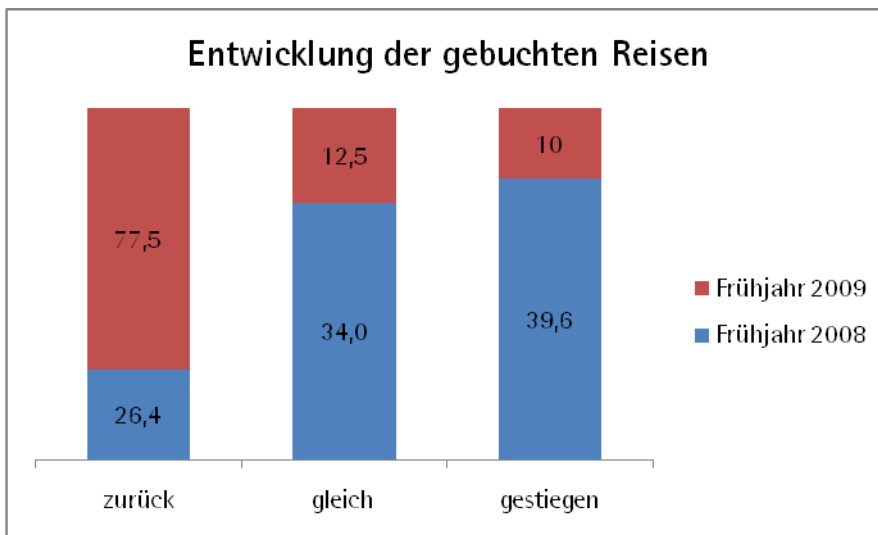


Abb. 8: Anzahl der gebuchten Reisen (in Prozent)

Der Anteil der Unternehmen, die gestiegene Reiseausgaben der Kunden vermelden konnten, hat sich im Vergleich zum Vorjahr um einen Prozentpunkt verschlechtert und liegt nun bei 15,5 Prozent. Im Reisegewerbe ist die Krise besonders hart spürbar. 61 Prozent der Unternehmen registrieren einen Rückgang der Reiseausgaben. Gespart haben im Winterhalbjahr insbesondere

die Geschäftsreisenden, aber auch die Touristen gaben nicht mehr so viel aus, wie noch das Jahr zuvor.

Die Ertragslage hat sich damit deutlich verschärft. Rund 71 Prozent der befragten Unternehmen mussten Einbußen hinnehmen. Nur 4,4 Prozent meldete gestiegene Gewinne. Im Vorjahr waren es noch rund 22 Prozent.

Die Zahl der gebuchten Reisen ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum insbesondere ins Ausland deutlich gesunken.

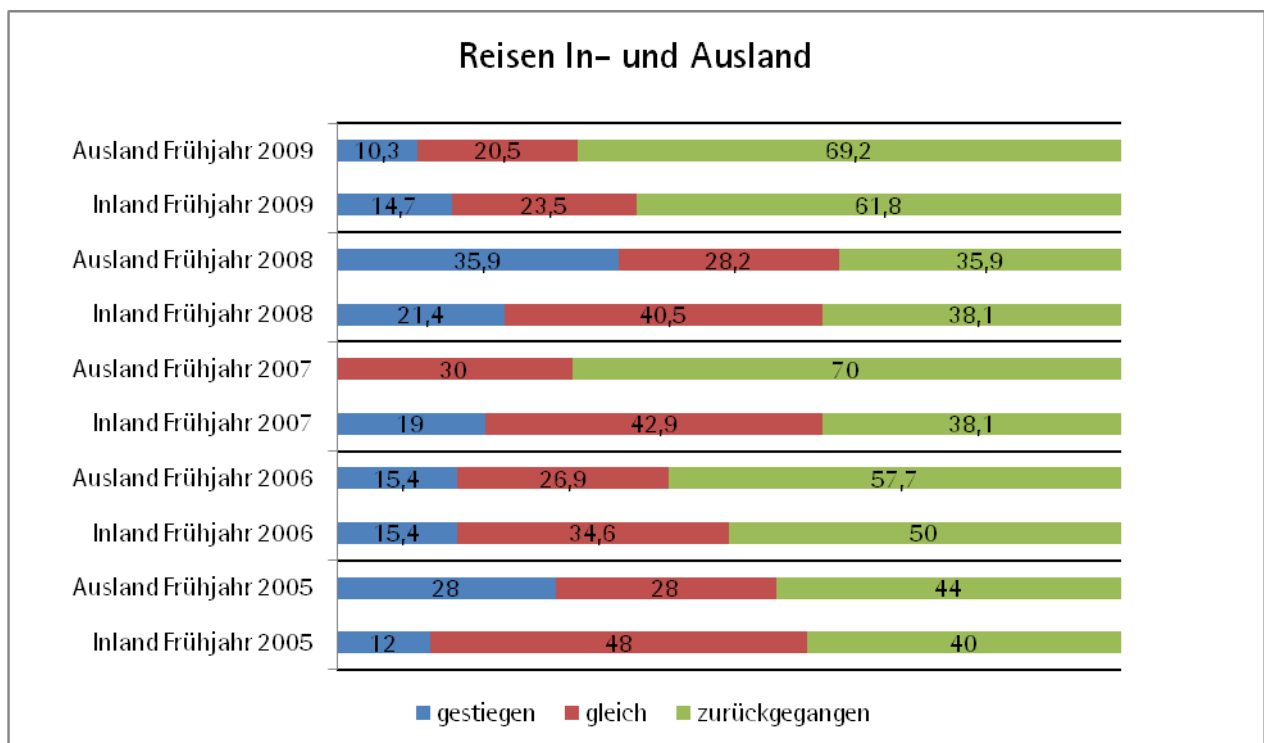


Abb. 9: Reisen Inland/Ausland (in Prozent)

Trübe Aussichten auf den Sommer

Von der nächsten Saison erwartet die Branche weiterhin schlechte Geschäfte aufgrund der schwierigen wirtschaftlichen Situation. Nur 4,4 Prozent der befragten Unternehmen rechnen mit einer besseren Geschäftslage und 31 Prozent mit einer stabilen Entwicklung. Die Zahl derer, die eine ungünstige Geschäftslage prognostizieren, ist im Vergleich zum Vorjahr dagegen dramatisch angestiegen. Die Preise werden bei 69 Prozent der Reisebüros und -veranstalter in der nächsten Saison gleich bleiben, rund 18 Prozent werden die Preise senken.

Trotzdem wollen 11 Prozent der befragten Unternehmen Investitionen tätigen. Die Mehrheit von 53 Prozent wird aber darauf verzichten.

Die Beschäftigungssituation wird sich voraussichtlich verschlechtern: Rund 23 Prozent der befragten Betriebe planen, Angestellte zu entlassen. Kein Unternehmen sieht sich in der Lage, Neuanstellungen vorzunehmen.

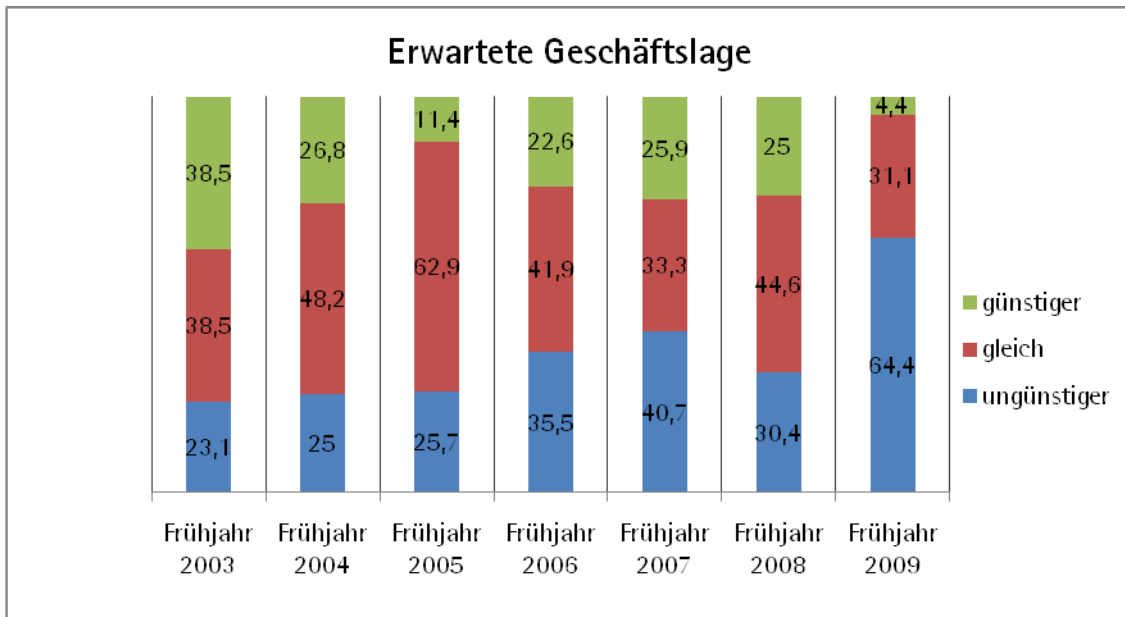


Abb. 10: Erwartete Geschäftslage (in Prozent)