



Konjunkturbericht Tourismus Herbst 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

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

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

Geschäftslage nach der Sommersaison 2009 und
Erwartungen an die Wintersaison 2009/2010

Sommersaison trotz Krise erfreulich, Blick in die Zukunft verhalten optimistisch

Von Januar bis August 2009 kamen insgesamt rund 2,6 Mio. Gäste nach Brandenburg, das sind immerhin 0,3 Prozent mehr gegenüber dem Vorjahr. Bei den Übernachtungen konnten nahezu 7,3 Millionen Übernachtungen erzielt werden. Die Stimmung der Tourismuswirtschaft im IHK-Bezirk Potsdam war entsprechend gut, auch wenn der Anteil der Unternehmen, die die Entwicklung ihrer Geschäftslage als gut bis befriedigend beurteilen, im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken ist. Die zukünftige Entwicklung wird weiter eher positiv eingeschätzt.

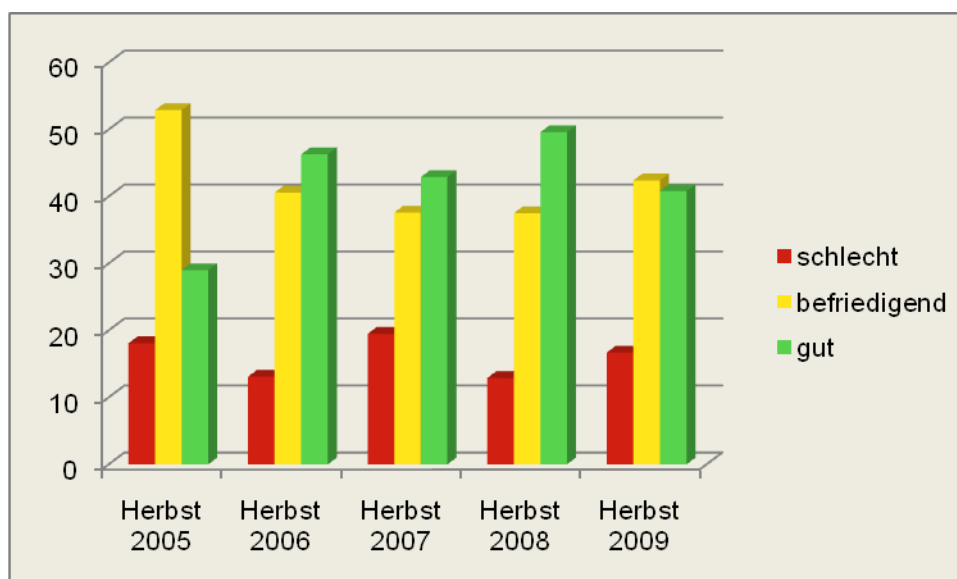
An der aktuellen Saisonumfrage der Industrie- und Handelskammer (IHK) Potsdam beteiligten sich im Oktober 2009 insgesamt 200 touristische Leistungsträger. Nachgefragt wurden wiederholt die konjunkturelle Lage und die Erwartungen im IHK-Bezirk Potsdam. Die Tourismuswirtschaft, die sich aus Unternehmen des Gastgewerbes (Hotellerie und Gastronomie) und des Reisegewerbes (Reisebüros, Reisevermittler) zusammensetzt, wird nachfolgend differenziert betrachtet.

Gastgewerbe: Hotellerie, Gastronomie und Camping

Beherbergung und Gastronomie mit leichten Abstrichen, Camping zufrieden

Die touristischen Leistungsträger im Land Brandenburg sind mit der Geschäftslage zufrieden. Auch wenn die Ergebnisse nicht ganz an das Vorjahr heranreichen, bewerteten rund 41 Prozent der befragten Unternehmen die Entwicklung ihrer Geschäftslage als gut, 42 Prozent waren mit der Entwicklung zufrieden. Dies spiegelt sich in der durchschnittlichen Zimmerauslastung von 46,6 Prozent wider, die sich auf stabilem Niveau bewegt (2008: 44,5 Prozent).

Entwicklung der Geschäftslage (in Prozent)

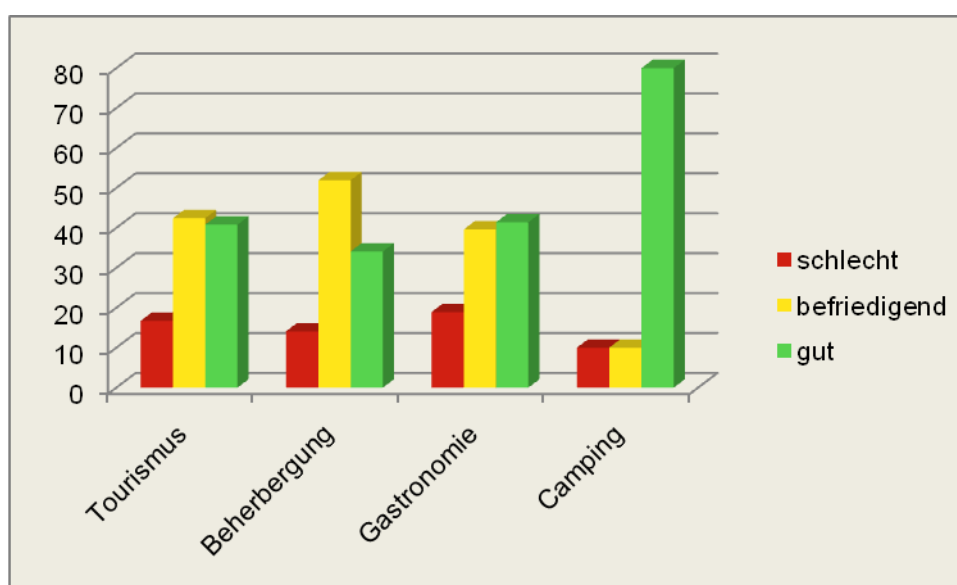


Die Campingunternehmen in Westbrandenburg starteten überdurchschnittlich gut in die Saison. Mit dem sonnigen Saisonstart über Ostern konnten viele Betriebe bereits eine solide Grundlage schaffen. Rund 80 Prozent der Befragten schätzten die Geschäftslage als gut ein.

Von den Beherbergungsbetrieben waren 86 Prozent der Befragten mit dem Geschäftsjahr zufrieden, davon bewerteten 34,1 Prozent die Lage als gut (2008: 64,1%). Die Gastronomie verzeichnete eine stabile Geschäftslage.

Vor dem Hintergrund der aktuellen Wirtschaftslage ist das erfreulich, denn zu Jahresbeginn waren die Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise insbesondere durch den Rückgang bei Geschäftsreisen spürbar. Die ländlich geprägten Beherbergungsbetriebe mit vorwiegend Individualtourismus konnten dagegen von dem geänderten Reiseverhalten hin zum Urlaub in der Heimat profitieren.

Entwicklung der Geschäftslage nach Segmenten (in Prozent)

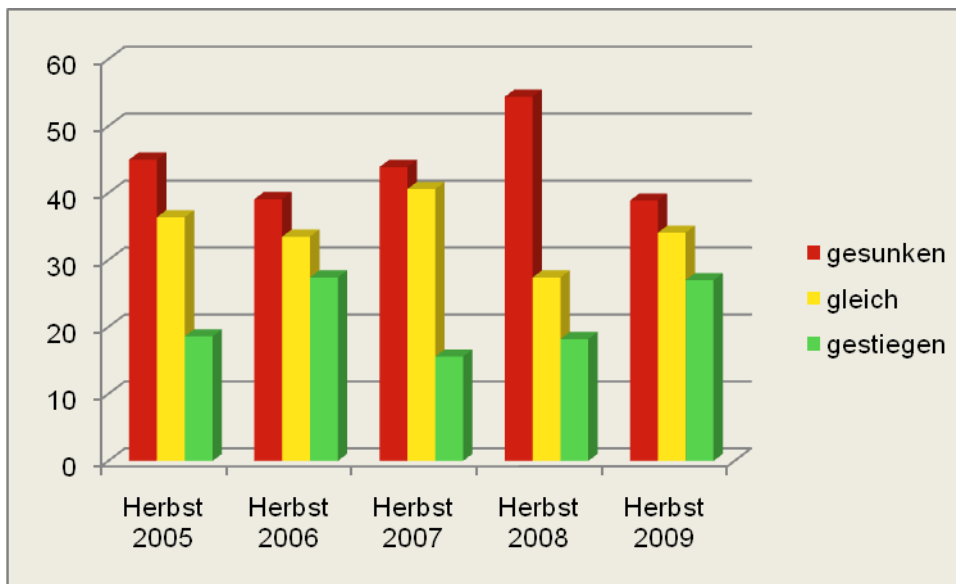


Die Unternehmen sind auch von der Kaufkraft und Konsumlust ihrer Kunden abhängig. Das Ausgabeverhalten der Gäste ist im Vergleich zum Vorjahr konstant geblieben. So antworten noch rund 78 Prozent der befragten Unternehmen, dass die Ausgaben der Kunden gesunken oder gleich geblieben sind, nur 22 Prozent konnten gestiegene Kundenausgaben verzeichnen.

Tourismusunternehmen werden durch Gastronomie und Camping getragen

Die allgemeine Konsumzurückhaltung sowie die Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise hatten nur geringe Auswirkungen auf die Gewinnentwicklung, die stabil ist. 61,1 Prozent der Befragten konnten über die Sommersaison steigende oder gleich bleibende Gewinne verbuchen, im Vorjahr waren es rund fünfzehn Prozent weniger. Dabei ist auffällig, dass besonders die Campingunternehmen und an zweiter Stelle die Gastronomie die positivste Wertung abgaben.

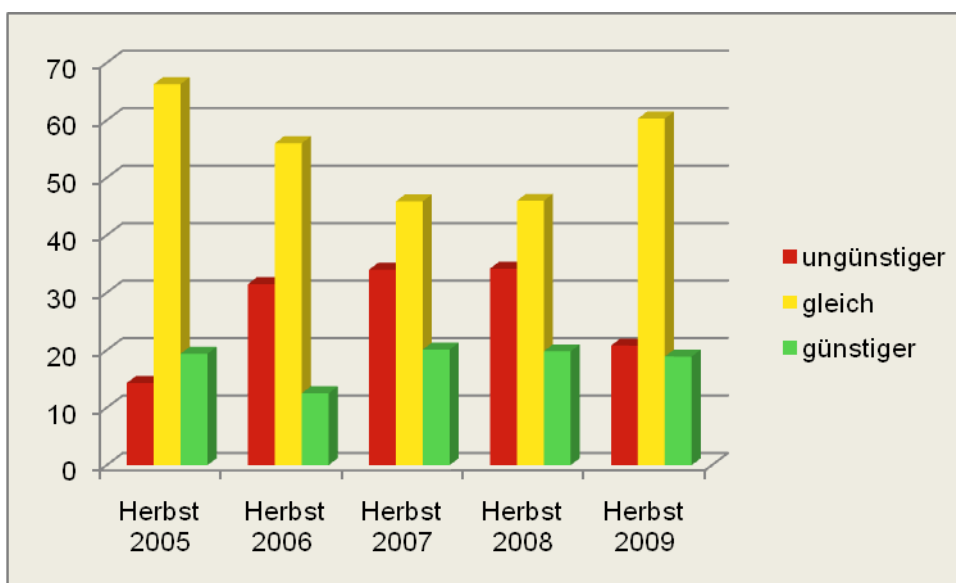
Gewinnentwicklung (in Prozent)



Wintersaison auf stabilem Niveau

Zum Zeitpunkt der Befragung blicken die Unternehmer größtenteils optimistisch in die Zukunft. Rund 20 Prozent der Befragten hoffen auf eine günstigere Geschäftslage in der nächsten Saison, und bewegen sich damit auf einem stabilen Vorjahresniveau. Ca. 60 Prozent rechnen mit einer gleich bleibenden Geschäftslage, 20 Prozent mit schlechteren Ergebnissen. Dies zeigt, dass trotz minimalen Einkommenssteigerungen sowie steigenden Preisen für Lebensmittel und Energie immerhin über drei Viertel der Tourismusunternehmen optimistisch in die Wintersaison starten.

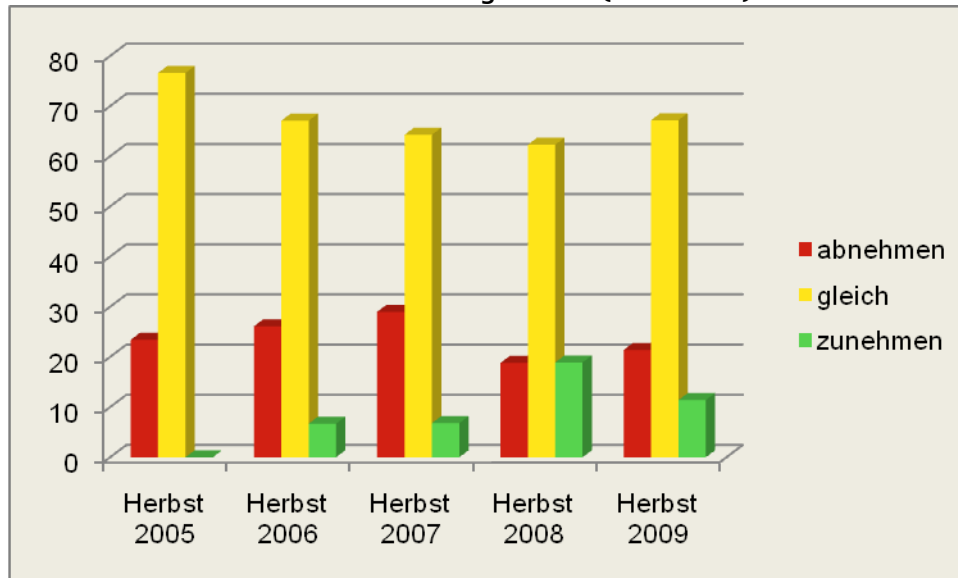
Erwartete Geschäftslage (in Prozent)



Die Lage am Arbeitsmarkt bleibt weiterhin angespannt. Rund 11 Prozent der befragten Unternehmen planen Neueinstellungen in der nächsten Saison, das sind 7,5 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Aber die erfreuliche Tendenz, bestehende Beschäftigungsverhältnisse im Unternehmen zu erhalten, ist weiterhin gestiegen. Es ist darauf hinzuweisen, dass diese Faktoren sich mit dem Voranschreiten der Finanzkrise wieder verändern können.

Vor dem Hintergrund nicht besetzter Ausbildungsplätze gewinnen Fachkräfte noch stärker an Bedeutung. Um zukünftigem Fachkräftemangel zu begegnen, müssen die Unternehmen noch mehr auf Aus- und Weiterbildung setzen sowie das Potenzial älterer Erwerbspersonen nutzen.

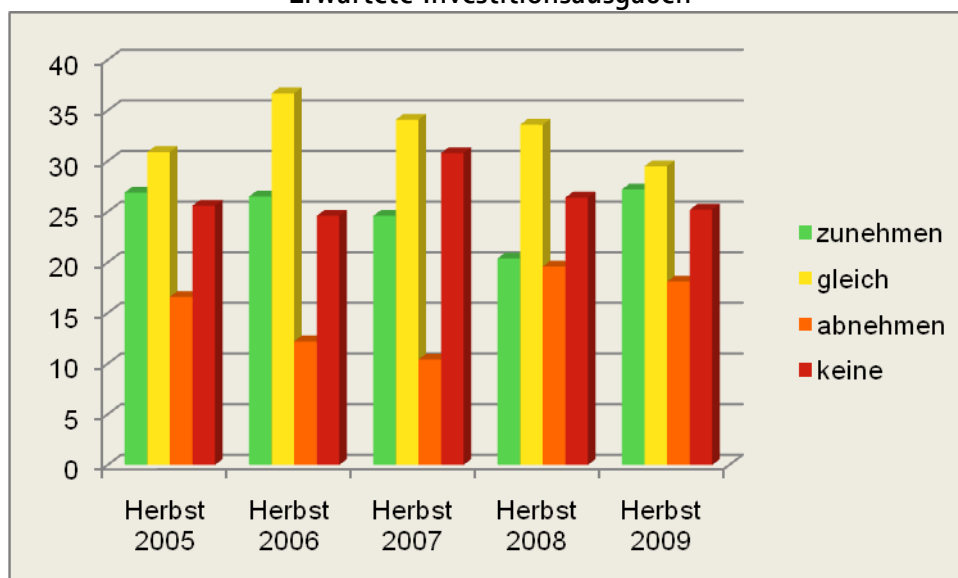
Erwartete Beschäftigtenzahl (in Prozent)



Die Investitionsneigung der Unternehmen ist im Vergleich zum Vorjahr gestiegen.

Rund 57 Prozent der Unternehmen planen gleich bleibende und zunehmende Investitionen, ca. 18 Prozent gehen von geringeren Investitionen aus und rund 25 Prozent der Befragten wollen gar nicht investieren. Hauptmotiv für Investitionen ist die Modernisierung, gefolgt von Rationalisierung, Produktinnovation und Kapazitätserweiterung. Der Umweltschutz spielt nur eine untergeordnete Rolle.

Erwartete Investitionsausgaben



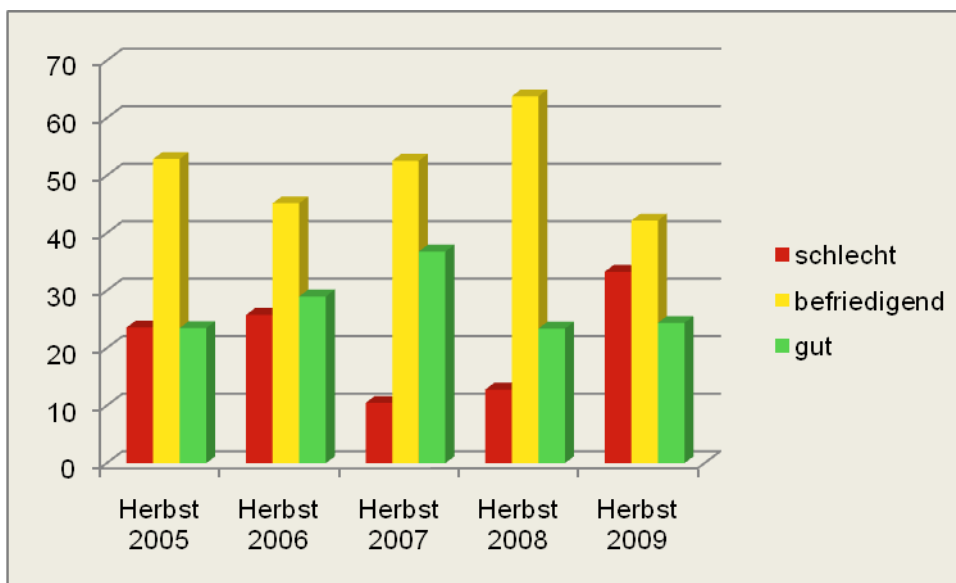
Die relativ stabile Geschäftslage sowie die eher positiven Aussichten für die Wintersaison dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Tourismuswirtschaft in Brandenburg von einer zunehmenden Polarisierung gekennzeichnet ist.

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. Diese Unternehmen machen rund 27 Prozent der Befragten aus. Sie geben an, mehr Gewinn zu erwirtschaften und stellen ein gleichbleibendes Ausgabeverhalten der Gäste fest. Zudem planen sie, ihre Belegschaft zu halten sowie weitere Investitionen zu tätigen. Die Anzahl dieser erfolgreichen Unternehmen gilt es weiter zu steigern. Auf der anderen Seite gibt es jedoch noch zu viele Betriebe, die an Bestehendem festhalten, Qualität und Angebot nicht weiterentwickeln und veränderte Kundenbedürfnisse nicht berücksichtigen. Diese Betriebe werden in Zukunft verstärkt Anstrengungen unternehmen müssen, um sich weiter am Markt behaupten zu können.

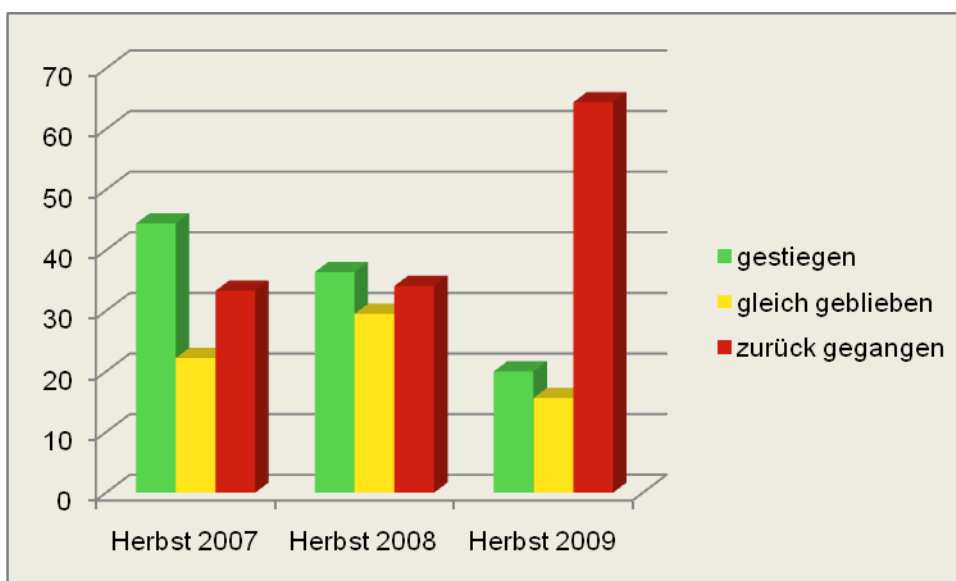
Reisebüros, Reiseveranstalter

Die Geschäftslage der Reisebüros und Reiseveranstalter hat sich im Vergleich zur Vorjahressaison insgesamt verschlechtert. Die Anzahl der Betriebe, die die Situation als gut einschätzen, ist im Vergleich zum Vorjahr aber gleich geblieben. Durch die angespannte Wirtschaftslage wird hier eine Polarisierung deutlich: Während ein stabiler Prozentsatz von rund 24 Prozent die Lage wie im Vorjahr als gut bewertet, ist die Anzahl derer, die eine schlechte Geschäftslage melden deutlich gestiegen.

Aktuelle Geschäftslage



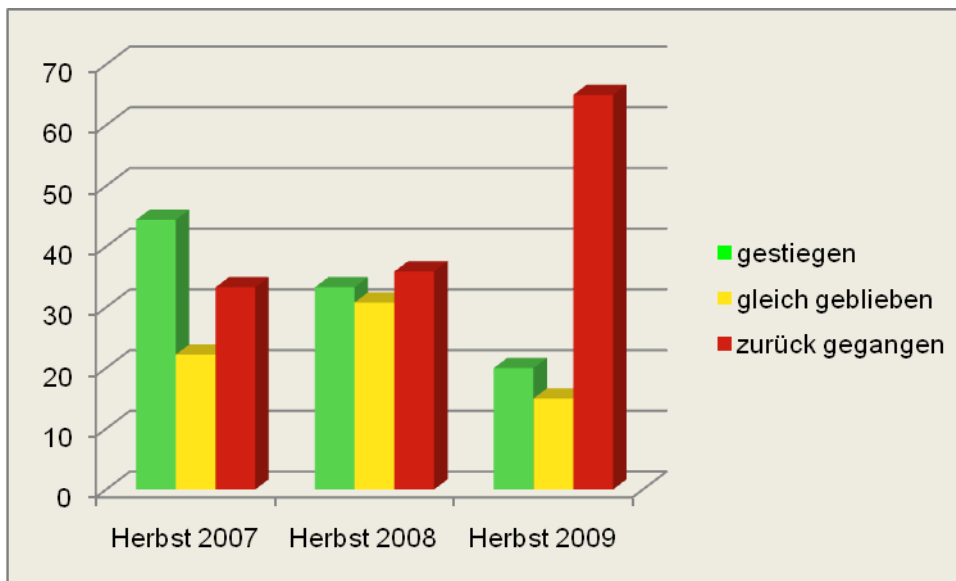
Umsatzentwicklung



Die Zahl der gebuchten Reisen ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum bei 65 Prozent der befragten Unternehmen zurückgegangen, nur bei rund 15 Prozent der Unternehmen ist sie

konstant geblieben. Folglich haben die nachgelassen Reisebuchungen dieser Saison aufgrund der Wirtschaftskrise sich hier deutlich niedergeschlagen.

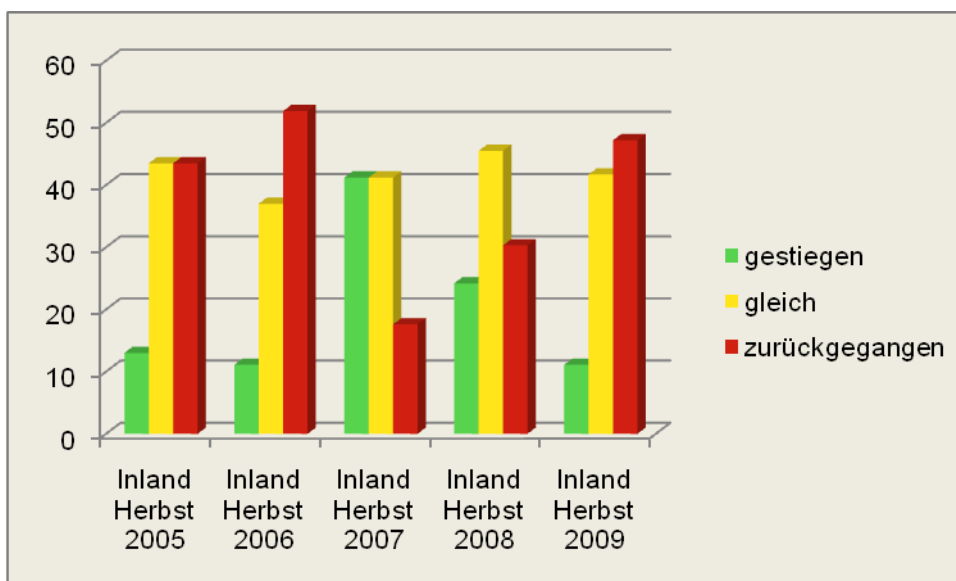
Anzahl der gebuchten Reisen



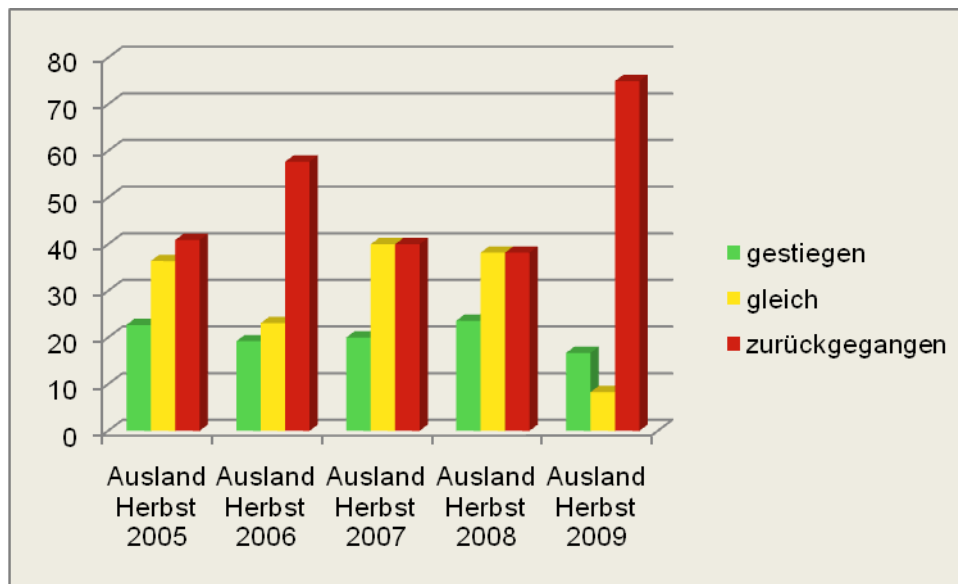
Die Zahl der gebuchten Reisen ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum insbesondere ins Ausland stark gesunken. Die Reisen ins Inland sind dagegen weniger zurückgegangen.

Dieses Ergebnis bestätigt ein verändertes Reiseverhalten der Deutschen, welches in repräsentativen Studien mehrfach prognostiziert wurde. So wird aufgrund der Wirtschafts- und Finanzkrise die durchschnittliche Reisedauer kürzer, auf die zweite oder dritte Urlaubsreise verzichten immer mehr Bundesbürger und sie geben für den Urlaub immer weniger Geld aus. Statt Fernreisen wird mehr Urlaub im eigenen Land gemacht, denn die Reiselust hat nicht nachgelassen.

Reisen Inland (in Prozent)



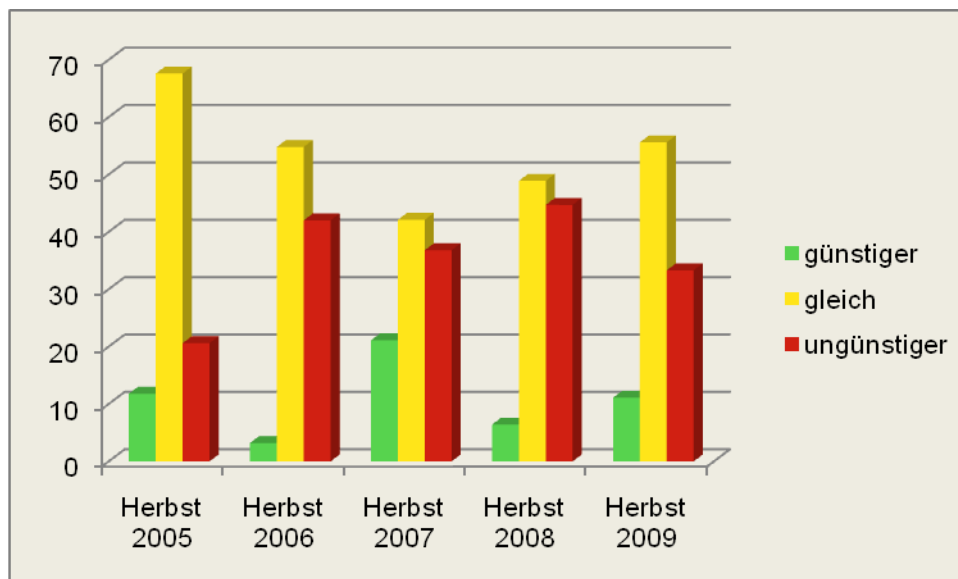
Reisen Ausland (in Prozent)



Aussichten dennoch optimistischer als 2008

Von der nächsten Saison erwartet die Branche wieder etwas bessere Geschäfte als im Vorjahr. Immerhin 11 Prozent der befragten Unternehmen rechnen mit einer besseren Geschäftslage und 56 Prozent mit einer stabilen Entwicklung. Die Zahl derer, die eine ungünstige Geschäftslage prognostizieren, ist im Vergleich zum Vorjahr dagegen etwas gesunken. Die Preise werden bei 64 Prozent der Reisebüros und -veranstalter in der nächsten Saison gleich bleiben, rund 16 Prozent werden die Preise senken.

Erwartete Geschäftslage der Reisebüros/Reiseveranstalter (in Prozent)



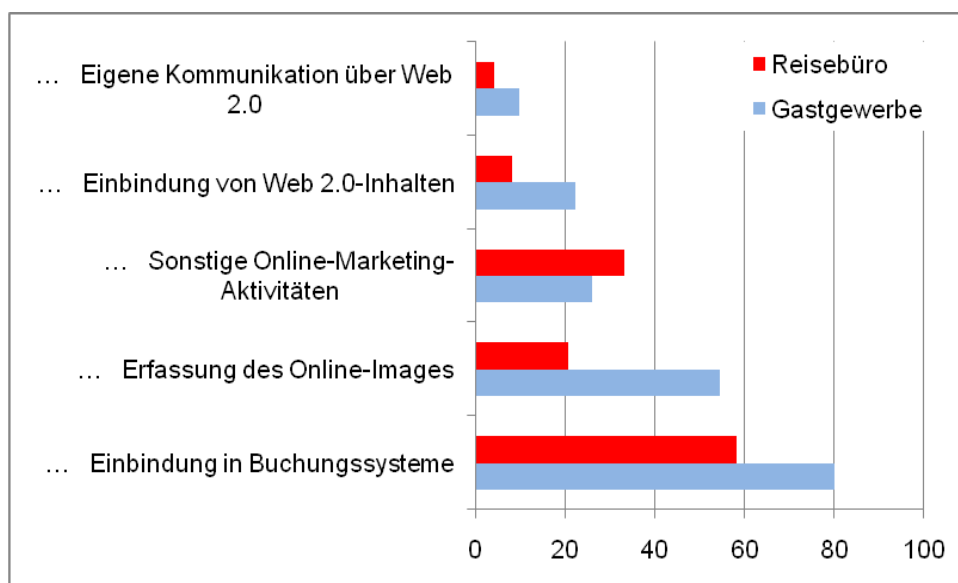
Trotzdem wollen 16 Prozent der befragten Unternehmen Investitionen tätigen. Die Mehrheit von 57 Prozent wird aber darauf verzichten.

Die Beschäftigungssituation wird voraussichtlich stabil bleiben: Rund 90 Prozent der befragten Betriebe werden ihre Zahl der Mitarbeiter konstant halten.

Sonderfrage:

Potenzial vorhanden: Nutzung von Online-Marketing Möglichkeiten

Wir haben die Unternehmen gefragt, welche Möglichkeiten des Online-Marketings sie in ihren Unternehmen nutzen:



Mittlerweile gibt es zahlreiche Möglichkeiten des Online-Marketings, die aber noch nicht ausgeschöpft werden. Immerhin 88 Prozent der befragten Unternehmer des Gastgewerbes und 72 Prozent der Reisebüros verfügen über einen eigenen Internetauftritt, mehr als 95 Prozent haben einen Internetanschluss, wovon rund 18 Prozent im Gastgewerbe und rund 20 Prozent der Reisebüros über einen schnellen DSL Anschluss mit mehr als 6.000 KBit verfügen.

Von den befragten Gastgebern sind rund 80 Prozent bereits in bestehende Buchungssysteme eingebunden, von den befragten Reisebüros hingegen nur 58 Prozent. Der neue Trend, das Internet für die Kommunikation in sogenannten sozialen Netzwerken für das eigene Marketing zu nutzen, ist erwartungsgemäß noch niedrig ausgeprägt.