



Konjunkturbericht Tourismus Frühjahr 2010

Impressum

Herausgeber: Industrie- und Handelskammer Potsdam, Breite Straße 2 a - c, 14467 Potsdam
Redaktion: Barbara Nitsche, Tim Habenicht, 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 2010

Konjunkturelle Entwicklung des Tourismus im IHK-Bezirk Potsdam, Frühjahr 2010

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

Geschäftslage – Entspannung setzt langsam ein

Die Tourismuswirtschaft erweist sich weiterhin als stabiler Wirtschaftsfaktor. Der durch die Krise hervorgerufene allgemeine Negativtrend lässt sich hier nicht erkennen. Zwar zeigen sich auch für Brandenburg kurzfristiges Buchungsverhalten, kürzere Aufenthalte und zunehmende Preissensibilität als gleichbleibende Trends, die Reiselust ist aber weiterhin ungebrochen. Das Reiseaufkommen ist in Brandenburg gestiegen, laut Reiseanalyse 2010 der FUR¹, sollen die Urlaube für 2010 deutschlandweit mit 64,8 Mio. Urlaubsreisen auf stabilem Niveau bleiben. Nach einem langen und harten Winter erwarten die Tourismusanbieter eine erfolgreiche Sommersaison. Die überwiegende Mehrheit der Tourismusanbieter geht von einer steigenden bzw. konstanten Nachfrage aus, nur weniger als ein Drittel rechnet mit einem Verlustgeschäft.

An der aktuellen Saisonumfrage der Industrie- und Handelskammer (IHK) Potsdam beteiligten sich im April 2010 insgesamt 180 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

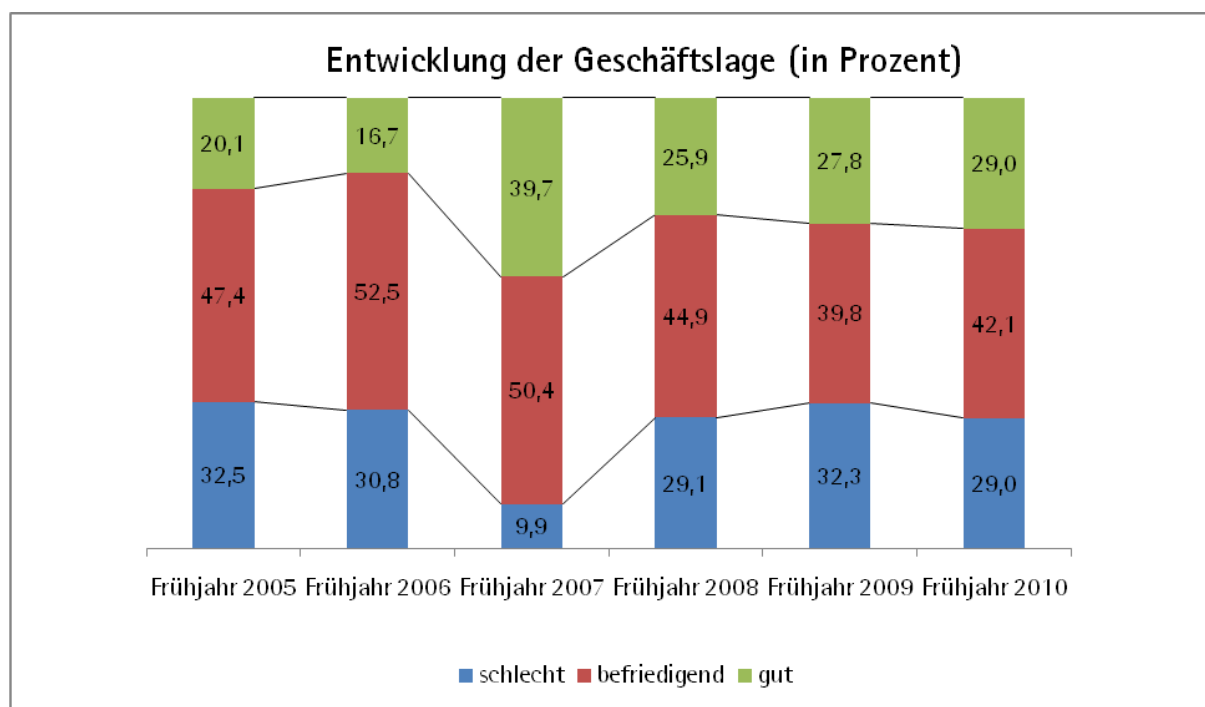


Abb.1: Entwicklung der Geschäftslage (in Prozent)

¹ Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.

Nach der bereits zufriedenstellenden Bilanz der Wintersaison im letzten Jahr hat sich dieser Trend auch 2009/2010 fortgesetzt. Die Tourismusbranche konnte ihre Lage analog zur allgemeinen Wirtschaft weiter rehabilitieren und stabilisieren. Dies ist nicht zuletzt auf die ausgeprägte Binnenorientierung im Land Brandenburg zurückzuführen. Das in der Vergangenheit gewachsene Selbstvertrauen der Tourismuswirtschaft schlägt sich positiv in der Geschäftslage nieder. Diese schätzten 29 Prozent der Befragten als gut ein, weniger als ein Drittel der Befragten verzeichnen schlechtere Ergebnisse.

Wie schon im Vorjahr konnten die Beherbergungsbetriebe, darunter die Hotellerie, die besten Ergebnisse verbuchen. Rund 35 Prozent der Befragten bewerteten die Wintersaison als gut, zufrieden waren 42,1 Prozent der Befragten. Entgegen der Vorjahresentwicklung ist die durchschnittliche Zimmerauslastung allerdings von 39,2 Prozent auf 33,6 Prozent gesunken.

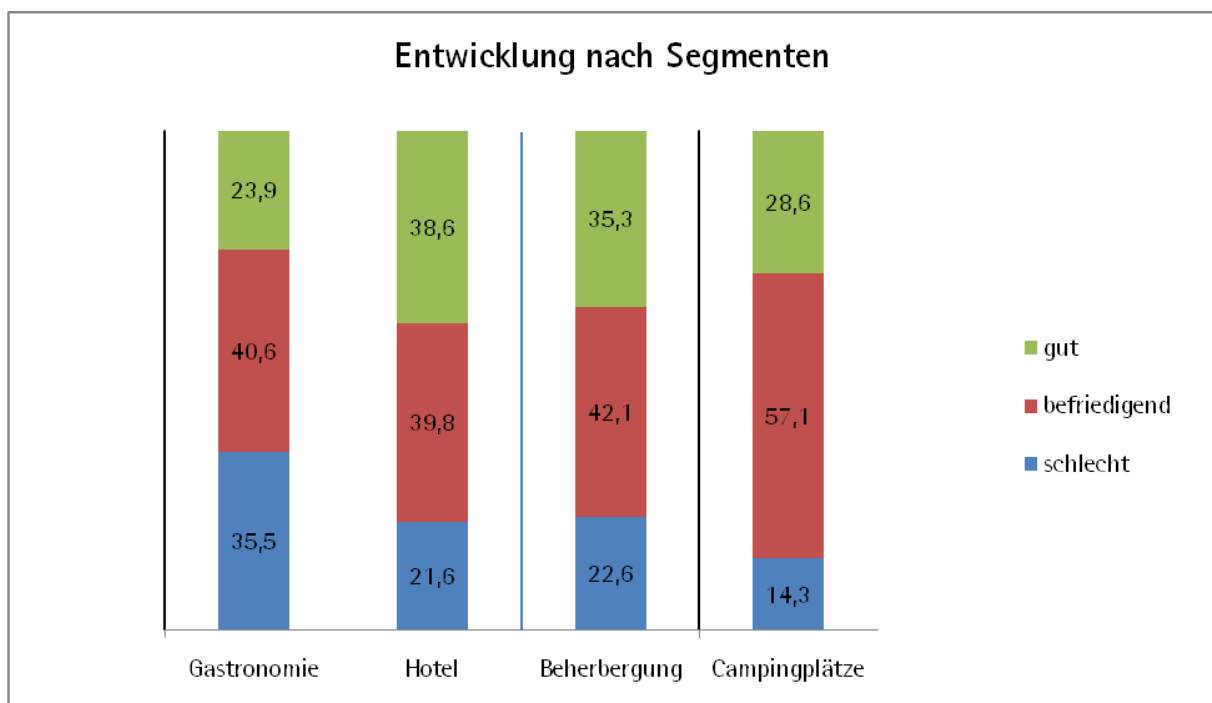


Abb. 2: Entwicklung nach Segmenten (in Prozent)

Die Unternehmen sind von der Kaufkraft und Konsumlust ihrer Kunden abhängig. Der Umsatz mit allen Gästegruppen ist bei rund 33 Prozent der Befragten gestiegen, 30 Prozent konnten gleichbleibende Umsätze verbuchen. Vor dem Hintergrund der extrem starken Witterungseinflüsse im Januar und Februar mussten jedoch 37 Prozent der Befragten Einbußen hinnehmen. Schnee und Kälte haben sich auch auf das Buchungsverhalten im März und April ausgewirkt. Negativ war auch, dass Ostern in diesem Jahr so früh lag.

Der Sommer soll's richten: Positive Erwartungen an die Sommersaison

Nach einem so schneereichen und langen Winter sind die Erwartungen an die Sommersaison erwartungsgemäß sehr hoch. Entgegen dem Vorjahr haben sich die Positivstimmen mehr als verdoppelt. Weit über ein Drittel der Leistungsträger (40 Prozent) erwarten eine bessere Geschäftsentwicklung, 39 Prozent rechnen mit einer stabilen Geschäftslage. Damit starten fast 80 Prozent der Unternehmen optimistisch in die Sommersaison 2010. Die Anpassungs- und Flexibilitätsvorteile der kleinteiligen Tourismuswirtschaft in Brandenburg, die es dem Unternehmer erlauben, schnell auf Veränderungen zu reagieren, wurden positiv genutzt. Ziel muss sein, den Großteil der Inlandsgäste durch ein starkes Binnenmarketing, gute Qualität und hochwertigen Service zu binden und zum Wiederkommen zu bewegen, um den positiven Trend weiter fortzusetzen.

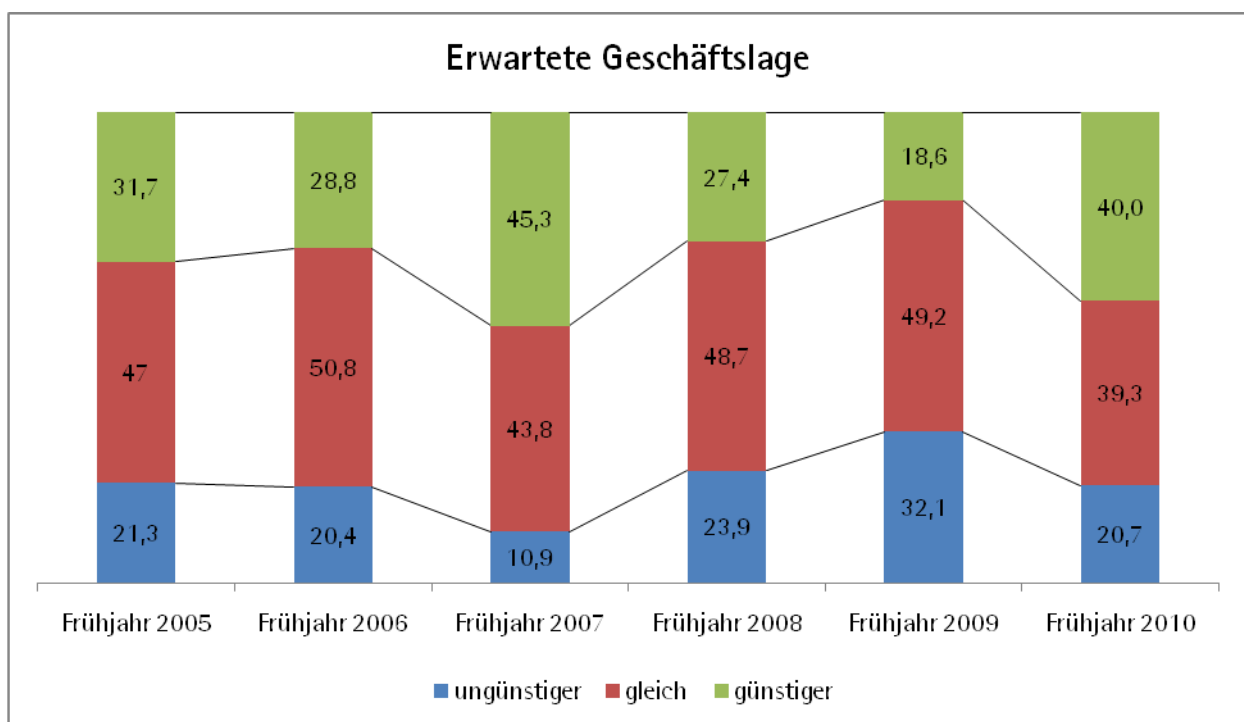


Abb. 4: Erwartete Geschäftslage (in Prozent)

Positiv – Arbeitsmarkt auf stabilem Kurs

Die Unternehmen wollen ihre Mitarbeiter halten oder verstärken. 9,5 Prozent der befragten Unternehmen planen Neueinstellungen. 85,5 Prozent der Unternehmen, also deutlich mehr als noch 2009 wollen ihre Belegschaft halten. Nur rund 5 Prozent der Befragten rechnen mit Kürzungen im Personalbereich. Die Angst vor den Folgen der Krise verblasst zusehend. Stattdessen schauen die Unternehmer bestärkt in die Zukunft. Vor dem Hintergrund des anhaltenden demographischen Wandels ist diese Einstellung zwingend erforderlich. Nur Optimismus, Sicherheit und Investitionen in Fortbildung garantieren zufriedene und motivierte Mitarbeiter und nur diese gewährleisten den erwarteten exzellenten Service, der Gäste langfristig bindet.

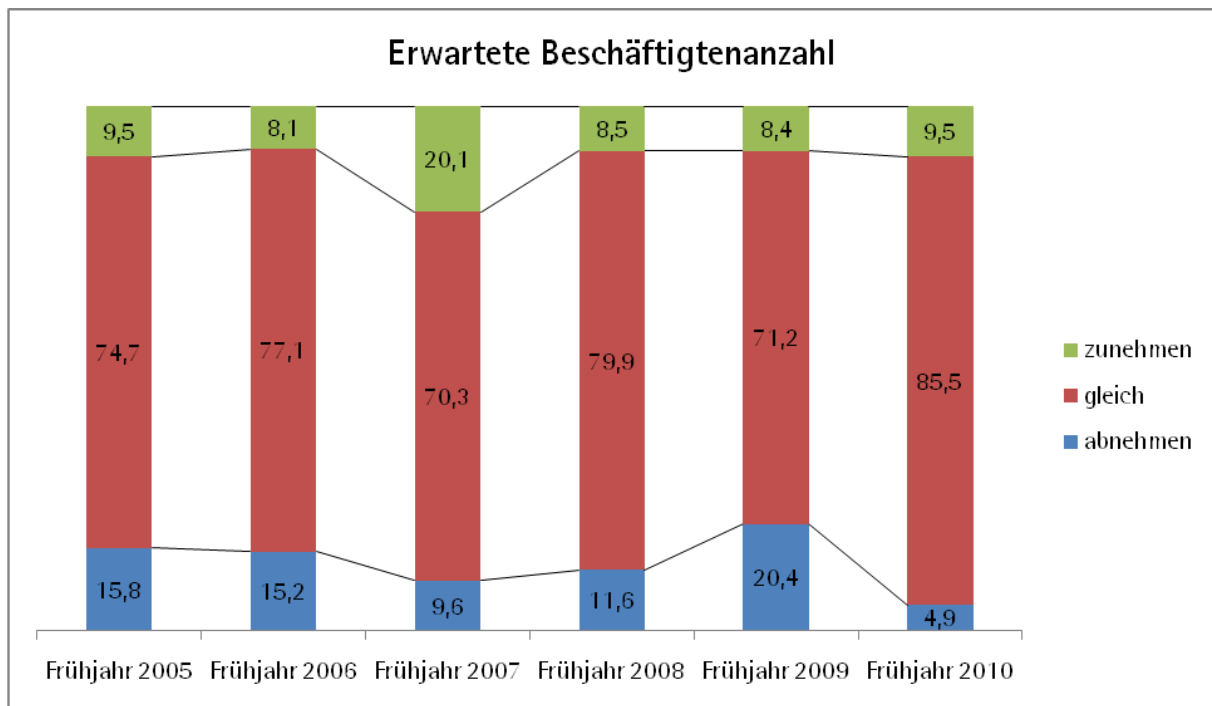


Abb. 5: Erwartete Beschäftigtenanzahl (in Prozent)

Qualität sichern lohnt sich – mehr Investitionen geplant

Vor dem Hintergrund steigender Kundenerwartungen und regelmäßiger Qualitätssicherung sind Investitionen unerlässlich, um im Wettbewerb bestehen zu können. Der häufig geäußerten Empfehlung in Krisenzeiten zu investieren, folgen erfreulicherweise viele Unternehmen.

Rund 70 Prozent der Betriebe haben für die kommende Saison Investitionen vorgesehen, so viele wie zuletzt in 2007. Ähnlich wie beim Fachpersonal haben die Unternehmen erkannt, dass Instandhaltung, kontinuierliche Modernisierung und Produktentwicklung neben gutem Service das Geschäft sichern.

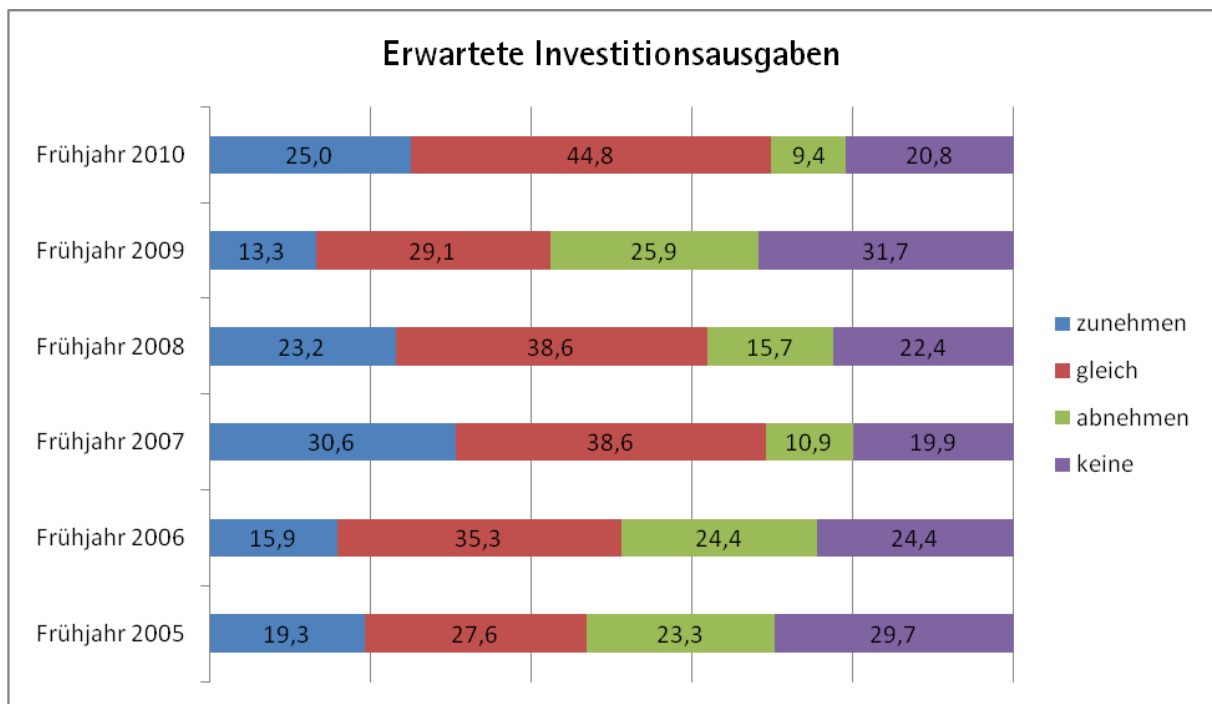


Abb. 6: Erwartete Investitionsausgaben (in Prozent)

Sonderfragen

Ausbildung mit Zukunft – Qualifizierung gegen Fachkräftemangel

Wir haben die Unternehmen gefragt: Gab es für das Ausbildungsjahr 2009/10 genügend Bewerber für die Ausbildungsplätze in Ihrem Betrieb?

Unter dem Gesichtspunkt des wirtschaftlichen Aufwärtstrends macht auch der zunehmende Fachkräftebedarf vor der Tourismusbranche nicht halt. Die Beschäftigungschancen nehmen vor dem Hintergrund demographischer Entwicklungen auch bei Tourismusunternehmen in Westbrandenburg merklich zu.

Rund 58 Prozent der befragten Unternehmen bieten Ausbildungsplätze an. Davon hatten rund 30 Prozent Probleme diese zu besetzen. Lediglich 8 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, dass es im Ausbildungsjahr 2009/10 mehr Bewerber als Ausbildungsplätze gab.

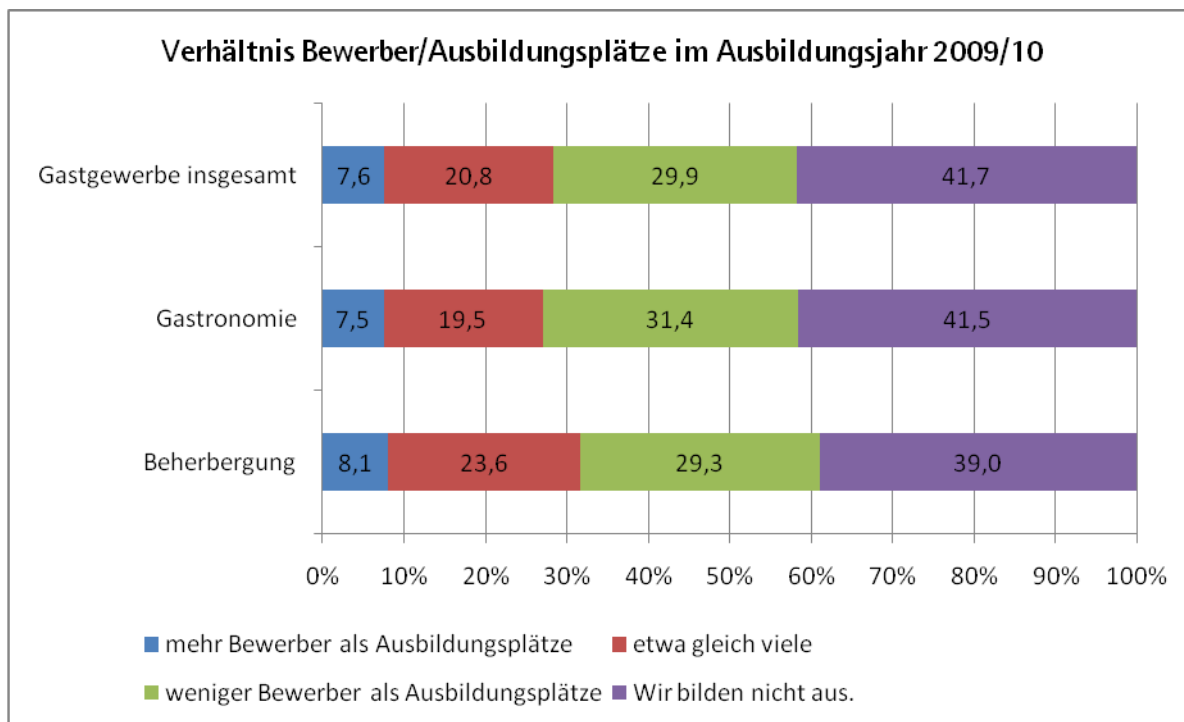


Abb. 8: Verhältnis Bewerber/Ausbildungsplätze (in Prozent)

Wer nicht reagiert, hat auch in konjunkturell guten Zeiten zunehmende Probleme, gute Auszubildende zu finden und den Wettbewerb zu sichern. Betriebe sollten daher zur eigenen Absicherung bewusst Nachwuchs rekrutieren und diesen mit den verfügbaren Mitteln fördern. Die Bereitstellung von Ausbildungsplätzen ist der erste Schritt, ohne den gerade junge Menschen aus Brandenburg abwandern. In Westbrandenburg konnten 2009/10, unter den 58 Prozent der Betriebe, die ausbilden, mehr als die Hälfte der verfügbaren Ausbildungsplätze besetzt werden.

Dass Weiterbildung für die Unternehmen wichtiger geworden ist, zeigt die Frage nach dem geplanten Budget, welches in den nächsten sechs Monaten für Qualifizierungsmaßnahmen ausgegeben werden soll: Bei rund 21 Prozent der Befragten soll das Budget im Vergleich zum Vorjahr steigen, rund 42 Prozent wollen gleich viel investieren. Ein Drittel plant keine Kosten für Weiterbildungsmaßnahmen ein.

Service und Qualität sichern den Wettbewerb in der Gastronomie

Service und Qualität sind innerhalb der Gastronomie die ausschlaggebenden Kriterien zur Gästebindung. Gerade vor dem Hintergrund wachsender Ansprüche der Gäste ist die betriebliche Ausrichtung nach Service und Qualitätsstandards von enormer Wichtigkeit, um zukünftigen Wettbewerb zu sichern. Gute Leistung wird mit öffentlich anerkannten Qualitätssiegeln gewürdigt und gibt Betrieben die Möglichkeit, sich im Wettbewerb hervorzuheben.

Wir haben gefragt: Sind Ihnen die Gütesiegel „Brandenburger Gastlichkeit“ und „ServiceQualität Deutschland“ bekannt?

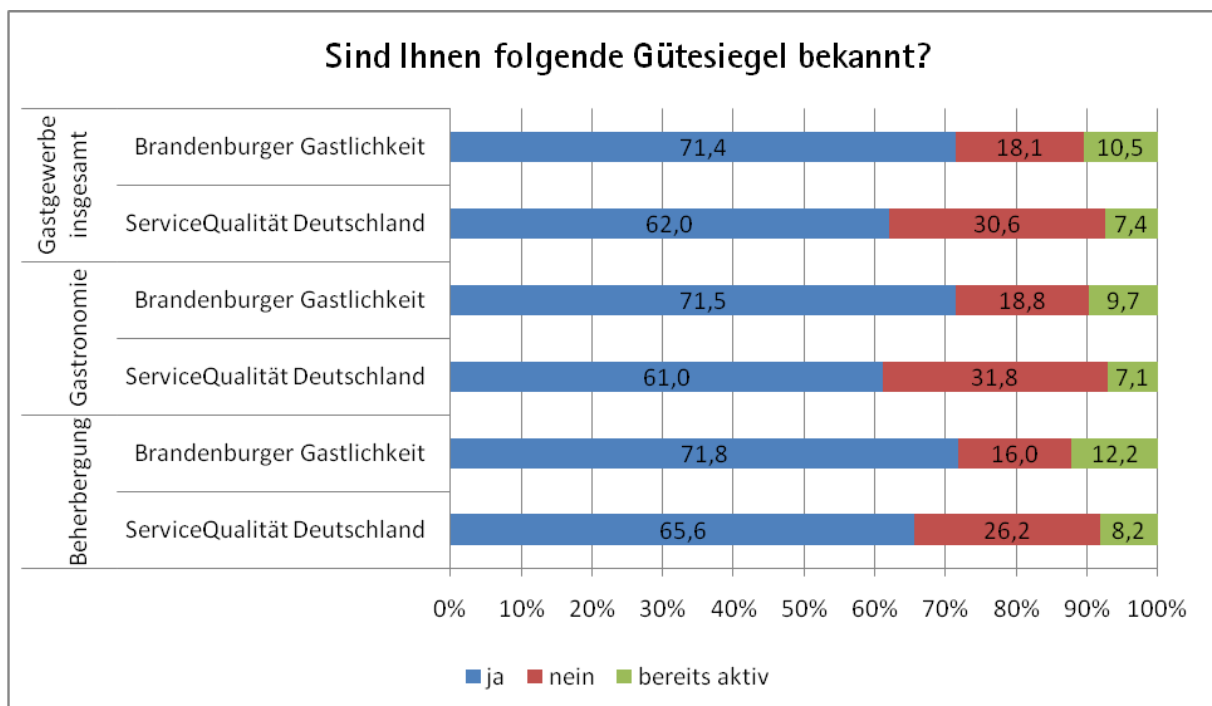


Abb. 10: Bekanntheitsgrad Gütesiegel (in Prozent)

Das Ergebnis ist erfreulich, denn sowohl die Gastronomie- als auch die Beherbergungsbetriebe sind mit den beiden Qualitätsinitiativen „Brandenburger Gastlichkeit“ und der „ServiceQualität Deutschland“ vertraut. Die „Brandenburger Gastlichkeit“ mit seinen regionalen Initiativen ist bei rund 72 Prozent aller befragten Unternehmer bekannt. Das Siegel „ServiceQualität Deutschland“ ist mit durchschnittlich 63,8 Prozent bei den Betrieben etwas weniger geläufig. Auch wenn die Entwicklung der ServiceQualität in den letzten sechs Jahren nur geringfügig von 60,4 % auf 62 % gestiegen ist hat sich die Zahl der Aktiven von 4,3% auf 7,5% fast verdoppelt.



Finanzierung sichern

Die schwierige wirtschaftliche Entwicklung der letzten Monate bleibt nicht ohne Folgen für die Liquidität von Unternehmen – Kosten fallen trotz Auftragsrückgängen weiter an, Mittelzuflüsse gestalten sich schwierig, viele Finanzierungswege sind ausgereizt.

Wir haben die Unternehmen nach ihren Erfahrungen bei Finanzierungsbedingungen im Vergleich zum Vorjahr befragt und in welchen Bereichen es zu einer Verschlechterung gekommen ist.

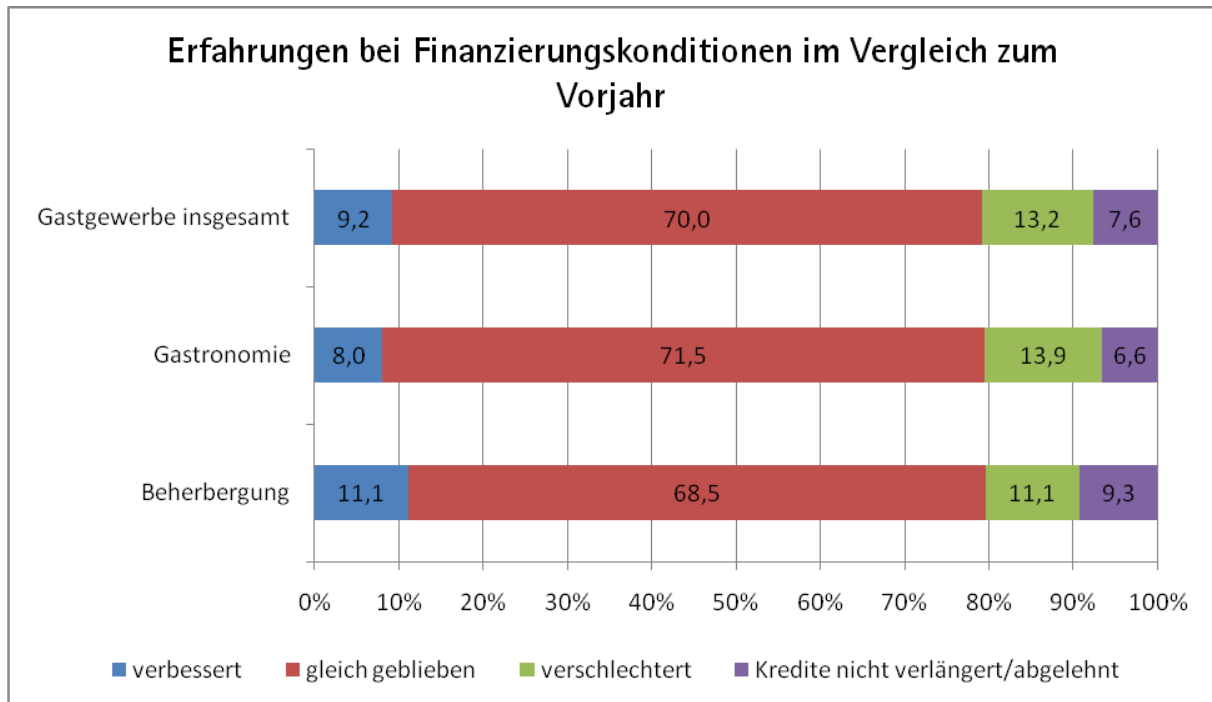


Abb. 11: Welche Erfahrungen macht Ihr Unternehmen bei seinen Finanzierungsbedingungen im Vergleich zum Vorjahr

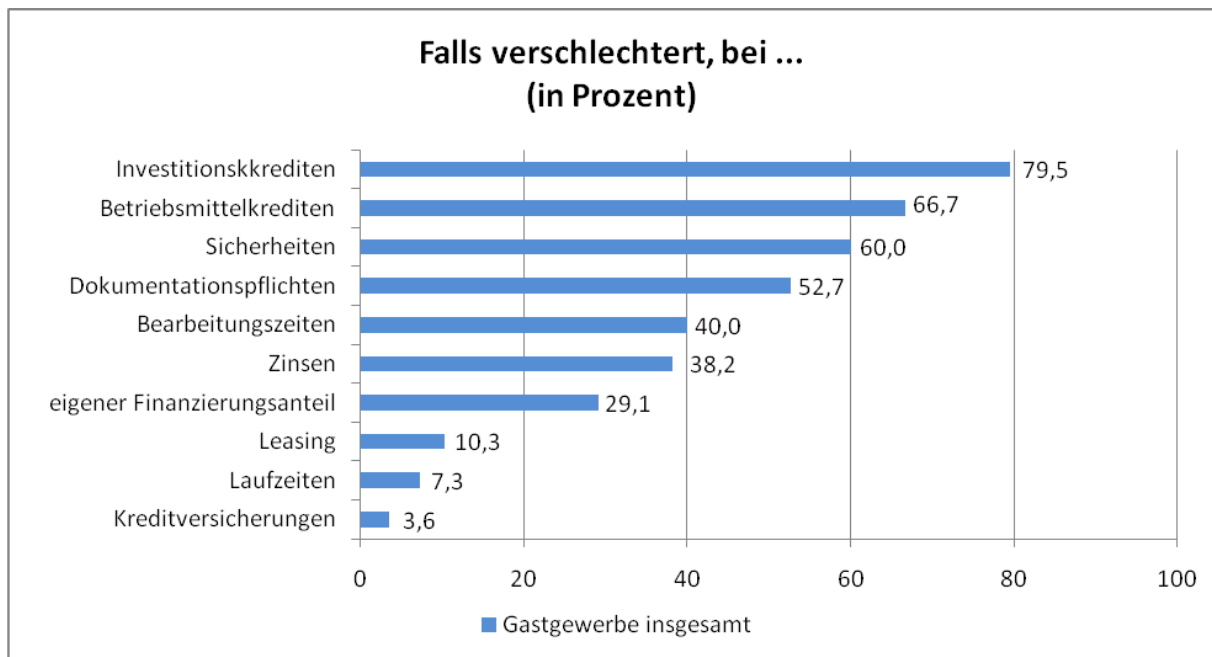
Die erfreuliche Nachricht: Finanzierungsbedingungen haben sich für rund 9 Prozent der befragten Unternehmer verbessert. Die Mehrheit von 70 Prozent konnte keine Veränderung feststellen. Für über 20 Prozent der befragten Betriebe hat sich die Lage aber verschlechtert oder sie haben gar keine Finanzierung mehr bekommen.

Probleme sind insbesondere bei Investitionskrediten und Betriebsmittelkrediten aufgetreten, aber auch fehlende Sicherheiten, Dokumentationspflichten und Zinsen spielen eine Rolle.

Im Allgemeinen kann man noch nicht von einer Kreditklemme sprechen, es zeichnen sich aber durchaus Schwierigkeiten bei der Kreditvergabe ab. Die Bundesregierung hat mit dem „Kreditmediator“ ein neues Instrument geschaffen, um die Kreditversorgung insbesondere des Mittelstandes zu verbessern.

Ziel des Kreditmediationsverfahrens ist es, nach einem abgelehnten Finanzierungsversuch mit allen Beteiligten die Möglichkeit einer Finanzierung nochmal zu prüfen.

Informationen unter www.kreditmediator-deutschland.de



Reiseveranstalter, Reisebüros

Die Geschäftslage der Reisebüros und Reiseveranstalter hat sich im Vergleich zur Vorjahressaison deutlich verbessert. 20 Prozent der Befragten schätzen die Situation als gut ein. Das sind 2,2 Prozent mehr als im Vorjahr. Wesentlich erfreulicher ist jedoch die Zahl derer, die eine zufriedenstellende Geschäftslage verzeichnen. Nachdem die Reisebüros im Vorjahr einen erheblichen Einbruch erlitten hatten, konnten 68 Prozent der Betriebe in der Wintersaison konstante Ergebnisse erzielen.

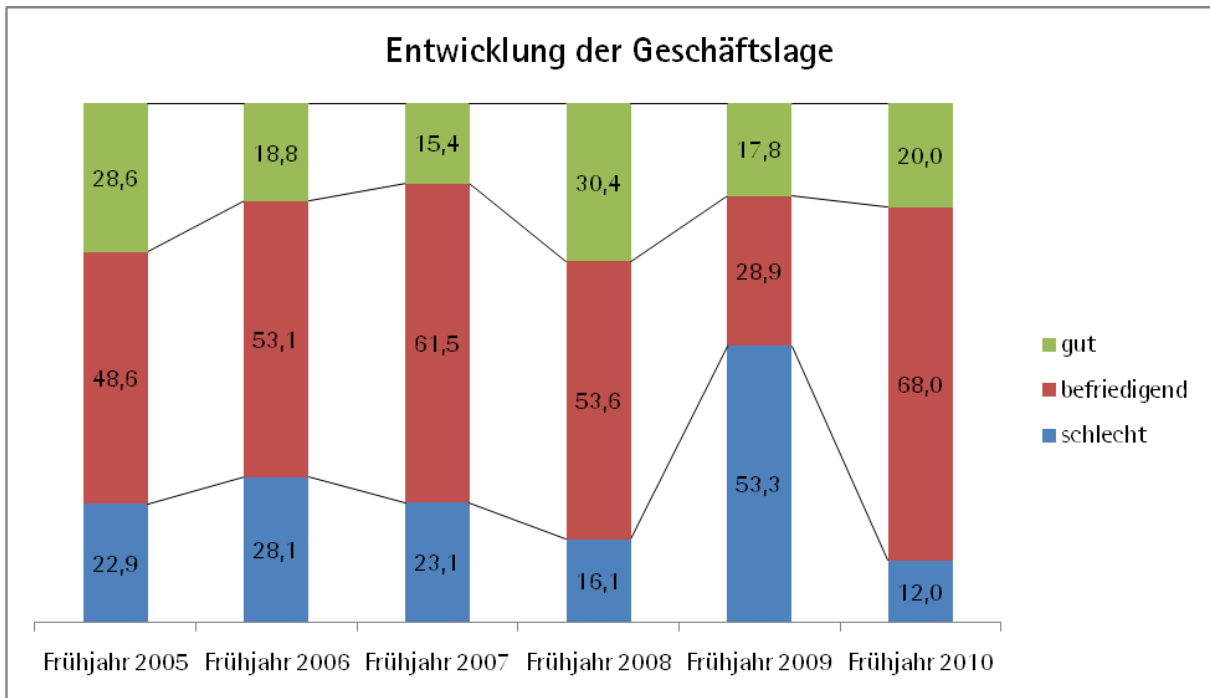


Abb. 12: Aktuelle Geschäftslage der Reiseveranstalter/Reisebüros (in Prozent)

Die Buchungsentwicklung spiegelt die erfreuliche Geschäftslage wider. Besonders auf dem inländischen Markt gab es Gewinne zu verbuchen. Hier ist Zahl der Buchungen bei 14,3 Prozent der befragten Unternehmen gestiegen. Dagegen fällt die Buchungsentwicklung für Reisende aus dem Ausland etwas weniger positiv aus. Dies ist aus Gründen des sehr kalten und langen Winters, mit dem viele Länder Europas zu kämpfen hatten keine überraschende Entwicklung. Daher verwundert es nicht, dass die Buchungen ins Ausland bei 12,5 Prozent der Befragten deutlich zugenommen haben.

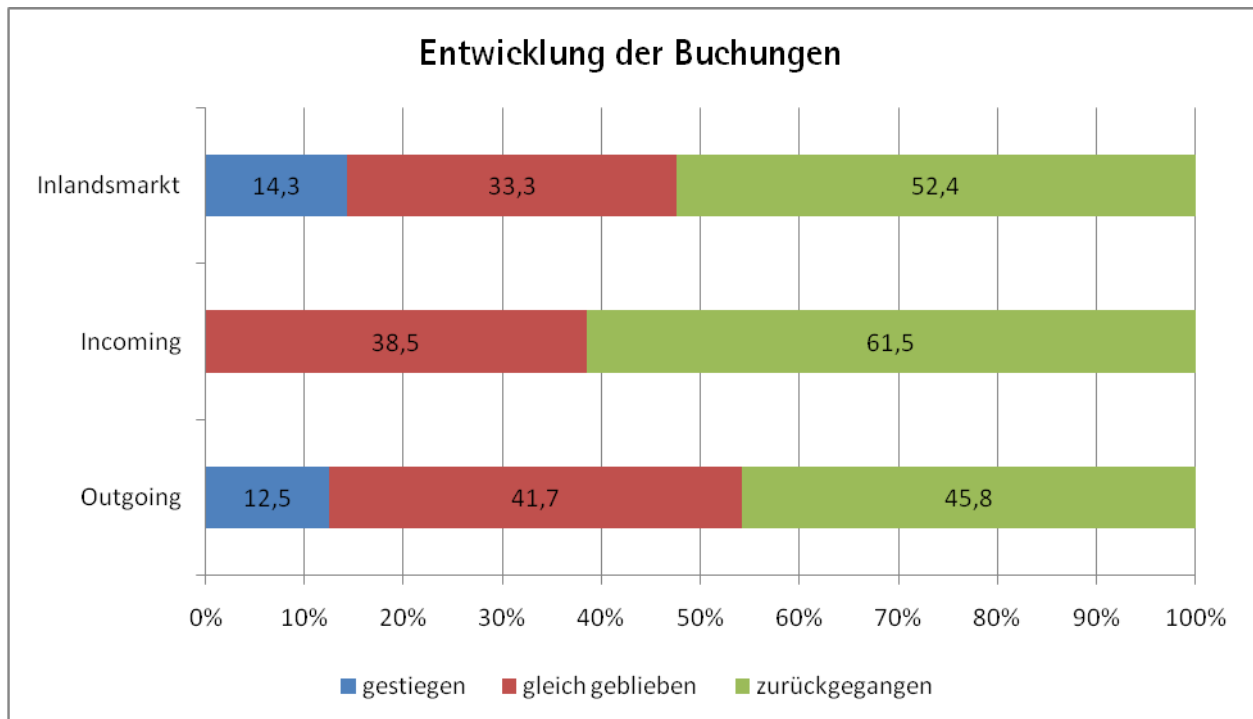


Abb. 15: Entwicklung der Buchungen (in Prozent)

Mit verhaltenem Optimismus in den Sommer

Für die kommende Saison versprechen sich die Mehrheit der befragten Unternehmer erfolgreiche bis gleichbleibende Geschäfte. Im Vergleich zum Vorjahr rechnen mit 11,5 Prozent der befragten Unternehmen deutlich mehr mit einer besseren Geschäftslage als noch 2009. 38,5 Prozent erwarten eine stabile Entwicklung. Der dramatische Kurs des Vorjahres, als über 60 Prozent der Befragten eine ungünstigere Geschäftslage prognostizierten, setzt sich nicht fort. Die Preise sollen bei 73 Prozent der Unternehmer stabil bleiben, mehr Entgelt werden rund 19 Prozent erheben müssen.

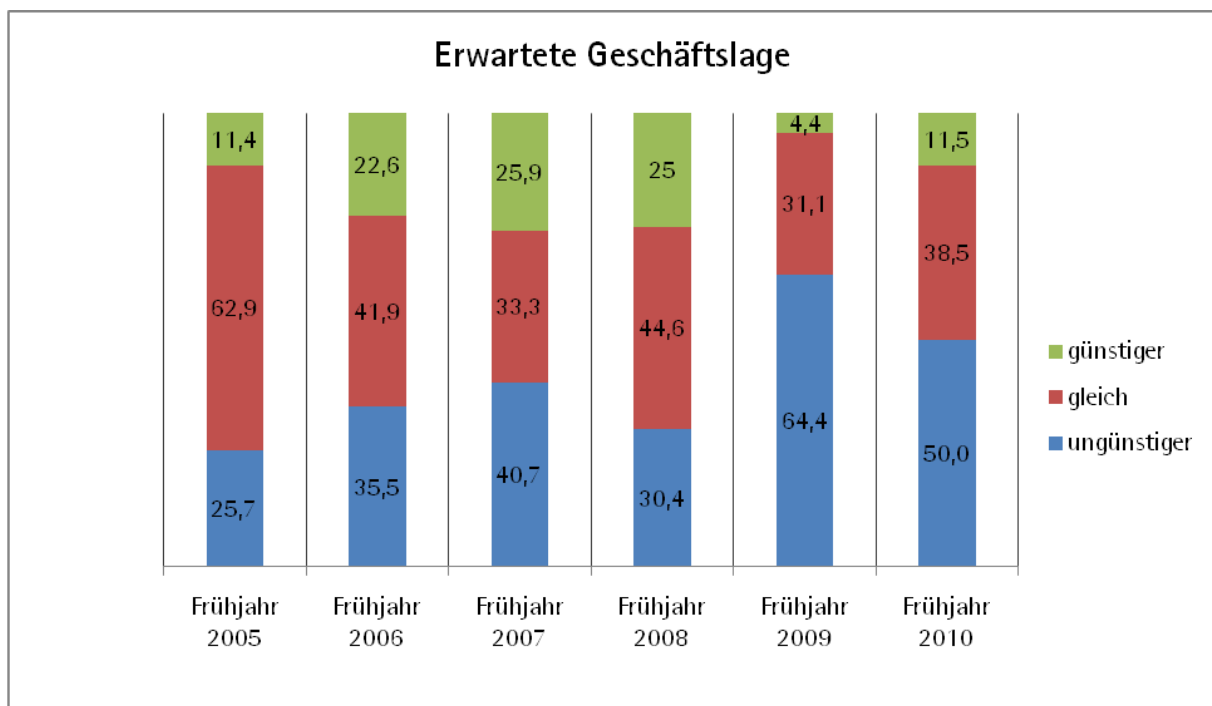


Abb. 16: Erwartete Geschäftslage (in Prozent)

Die Zahl der Beschäftigten soll bei 80 Prozent der Reiseveranstalter und Reisebüros unverändert bleiben. Die Zahl derer die eine Reduzierung des Personalbestandes planen, hat sich mit rund 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr verdoppelt. Kaum einer plant Neueinstellungen.

Die Investitionsbereitschaft ist leicht rückläufig. Nur knapp 8 Prozent der Befragten planen Ausgaben ein. Das sind 3 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Bei 23 Prozent soll etwa gleichviel investiert werden. Hauptmotive für Investitionen sind vorwiegend Modernisierung und Produktentwicklung. 11,5 Prozent wollen weniger, 57,5 Prozent keine Investitionen vornehmen.