



# Konjunkturbericht Tourismus Frühjahr 2011

---

## Impressum

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

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck - auch auszugsweise - nur mit Quellenangabe gestattet;  
Belegexemplar erbeten.  
Potsdam, Mai 2011

# Konjunkturelle Entwicklung des Tourismus im IHK-Bezirk Potsdam, Frühjahr 2011

Geschäftslage nach der Wintersaison 2010/2011 und  
Erwartungen an die Sommersaison 2011

## Geschäftslage – kontinuierliche Zuwächse zu verzeichnen

Die Tourismuswirtschaft erweist sich weiterhin als Zugpferd und stabiler Wirtschaftsfaktor im Land Brandenburg. Der Positivtrend setzt sich weiter fort. Die Nachfrage steigt weiter und spätestens seit der Veröffentlichung der fortgeschriebenen Landestourismuskonzeption 2011-2015 auf der diesjährigen Internationalen Tourismusbörse (ITB) ist klar, Brandenburg steht für „Urlaub an Land und auf dem Wasser“. Darauf setzen auch die Tourismusanbieter im Land Brandenburg. Bereits die sehr warmen Osterfeiertage haben der Tourismuswirtschaft ein umsatzstarkes Geschäft beschert. Dementsprechend positiv ist die Stimmung im IHK-Bezirk Potsdam innerhalb der Branche. Die Zahl derer, die die Entwicklung ihrer Geschäftslage für gut befinden, ist im Vergleich zum Vorjahr um rund 4 Prozentpunkte gestiegen.

Für die Westbrandenburger Unternehmer Grund genug, sehr optimistisch auf die bevorstehende Sommersaison zu blicken. Die überwiegende Mehrheit der Unternehmer rechnet mit einem steigenden bzw. konstanten Nachfragevolumen, nur 10 Prozent erwartet Verlustgeschäfte.

An der aktuellen Saisonumfrage der Industrie- und Handelskammer (IHK) Potsdam beteiligten sich im April 2011 insgesamt 275 touristische Leistungsträger. Wiederholt wurde nach der konjunkturellen Lage und den Erwartungen im IHK-Bezirk Potsdam gefragt. Die Tourismuswirtschaft, die sich aus Unternehmen des Gastgewerbes (Hotellerie und Gastronomie) und des Reisegewerbes (Reisebüros, Reisevermittler) zusammensetzt, wird nachfolgend differenziert betrachtet.

## Aufwind für das Gastgewerbe

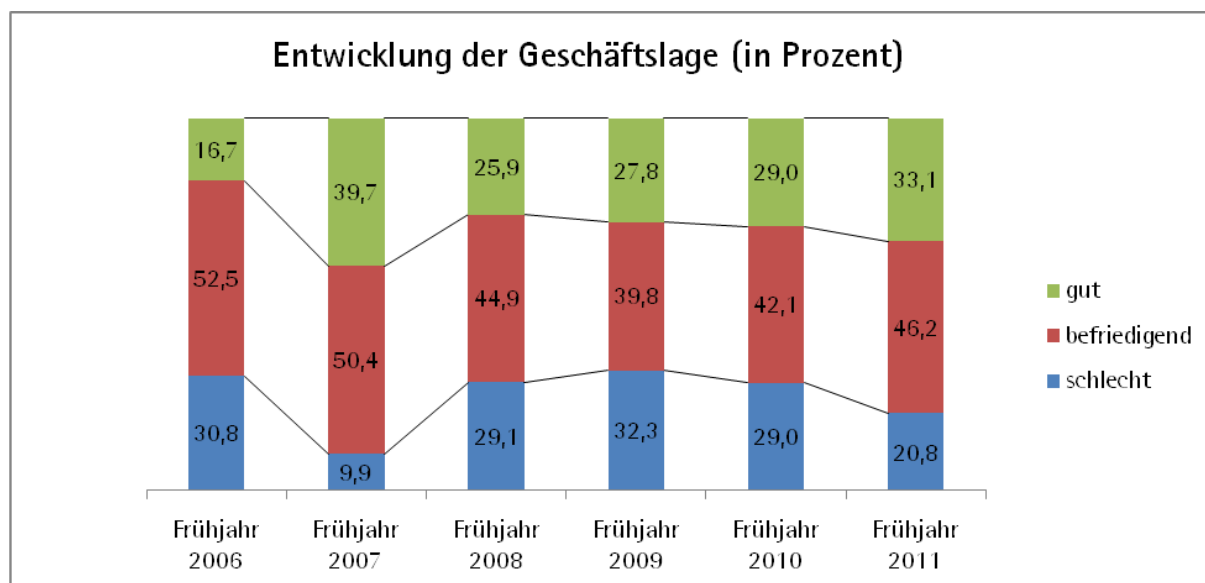


Abb.1: Entwicklung der Geschäftslage (in Prozent)

Die Zuwächse der Wintersaison des Jahres 2009/2010 konnten in diesem Jahr erneut ausgebaut werden. Die Rückbesinnung zum Urlaub in heimischen Gefilden seit der „Aschewolke“ im Mai 2010 trägt dazu maßgeblich bei. Aber auch Besuche zunehmend internationaler Gäste aus dem Quellmarkt Berlin, die vermehrt Tagesausflüge in die Hauptstadtregion nachfragen, lassen die Unternehmer im Kammerbezirk Potsdam eine überwiegend positive Bilanz aus der diesjährigen Wintersaison ziehen.

Dies geht auch aus der aktuellen Geschäftslage hervor. 33,1 Prozent der Befragten schätzen diese als gut ein. Deutlich weniger als ein Drittel der Befragten verzeichnen Ergebnismrückgänge. Zwar musste die Hotellerie leichte Einbußen hinnehmen, allgemein konnte die Beherbergung jedoch – durch die gestiegene Zimmerauslastung von 30,1 auf 35,4 Prozent, zulegen. Rund 37 Prozent der Befragten bewerteten die Wintersaison als gut, zufrieden waren 44,4 Prozent.

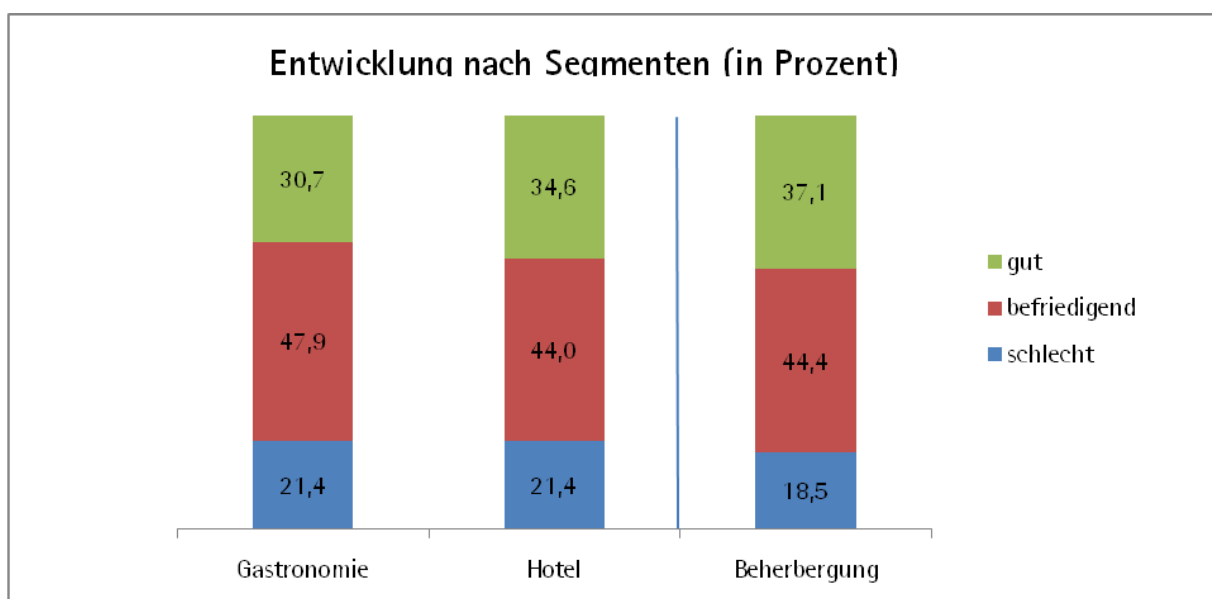


Abb. 2: Entwicklung nach Segmenten (in Prozent)

Das gute Wetter um die Osterzeit hat sich deutlich auf die Konsumlust der inländischen bzw. heimischen Kunden ausgewirkt. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Zahl der Unternehmen, deren Umsätze gestiegen sind, zwar zurückgegangen, dennoch konnten 9 Prozent mehr Tourismusanbieter durch die Zunahme heimischer Gäste ein Plus erwirtschaften. Rund 45 Prozent der Befragten gaben an, mit allen Gästegruppen gleichbleibende Umsätze erzielt zu haben. Das ist ein Anstieg von 15 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr.

Der positive Trend der vergangenen Jahre darf zukünftig nicht dazu führen, dass die Anbieter sich zurücklehnen und abwarten, denn das Urlaubsverhalten wird sich laut FUR<sup>1</sup> in den kommenden Jahren eher stetig als sprunghaft entwickeln. Die touristischen Dienstleister wissen das und verbessern konsequent ihre Angebote, ihren Service und steigern ihre Qualität kontinuierlich.

<sup>1</sup> Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. <http://www.fur.de/index.php?id=trends2020>

## Euphorie – der Sommer soll's dem Winter gleichtun

Die euphorische Haltung aus dem erfolgreichen Wintergeschäft wirkt sich nachweislich auf die Erwartungen an die Sommersaison aus und übertrifft sogar die des Vorjahres. In diesem Jahr rechnen rund 42 Prozent der befragten Leistungsträger mit einer günstigeren Geschäftslage, 48,3 Prozent gehen von einer stabilen Geschäftsentwicklung aus.

Heimurlaub, Urlaub auf dem Land bzw. auf dem Wasser liegen im Trend. Davon profitieren nicht nur die Beherbergungsbetriebe und Gastronomen sondern zugleich auch kulturell geprägte Ausflugsziele. Aus diesem Grund müssen Angebote jedoch noch stärker qualifiziert und zielgruppenorientiert ausgerichtet werden. Qualität ist dabei ein Muss: Der Ausbau der „ServiceQualität Deutschland“ sowie z. B. der „Gelben Welle“ zur Qualitätsmarke sind zukünftig nicht nur Voraussetzung für die Bewilligung von Fördermitteln, sondern auch ein Garant für bessere Marktchancen. Gleichmaßen ist ferner die Verbindung zwischen Natur und Kultur noch deutlicher in den Vordergrund zu stellen, wenn Gäste zu „Wiederholungstätern“ werden sollen.

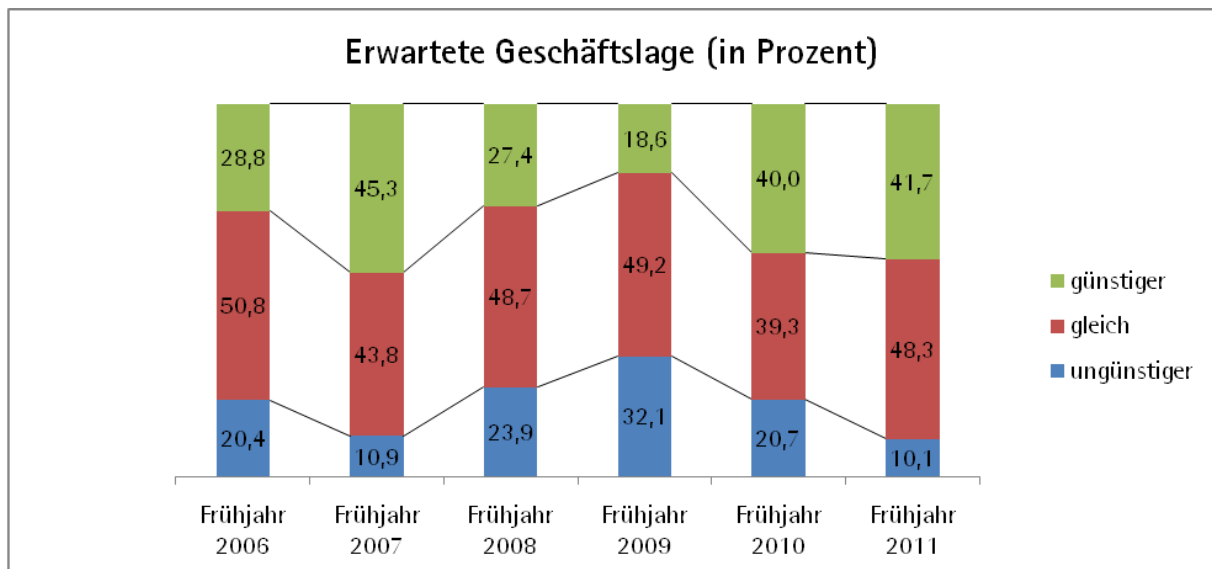


Abb. 3: Erwartete Geschäftslage (in Prozent)

## Arbeitsmarkt bleibt weiter stabil

Künftig sind mehr Unternehmen bereit, in neue Mitarbeiter zu investieren. Die Zahl derer, die für 2011 Neueinstellungen planen, ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich auf 24,7 Prozent gestiegen. Wiederum ist der Anteil der touristischen Anbieter, die ihre Belegschaft halten wollen, von 85,5 auf 67,9 Prozent gesunken und rund 7 Prozent der Befragten gehen von Personalkürzungen aus. Die Zunahme geplanter Neueinstellungen ist Indiz dafür, dass die Unternehmen schon jetzt um Absolventen und angehende Auszubildende konkurrieren. Grund dafür ist der anhaltende demographische Wandel, der im Land Brandenburg – ähnlich wie in anderen Teilen Deutschlands – einen zunehmenden Fachkräftemangel nach sich zieht.

Dies hält die Unternehmer – dazu an, frühzeitig auf junge Leute zuzugehen, sich in Schulen als lukrativer Arbeitgeber/Ausbilder zu präsentieren und auf den eigenen Betrieb aufmerksam zu machen.

Wichtig ist, positive Anreize für die jungen Absolventen zu schaffen, um sie hier in der Region zu halten. Darüber hinaus sollten jedoch auch Ältere, Migranten, Schulabgänger integriert bzw. Hochschulabsolventen für das Gastgewerbe beworben werden, damit das Service- und Qualitätsniveau gehalten und mittels motivierter Mitarbeiter langfristig gesteigert werden kann. Die Industrie- und Handelskammer Potsdam hat in diesem Zusammenhang die Initiative „Mach es in Brandenburg“ um weitere drei Jahre verlängert.

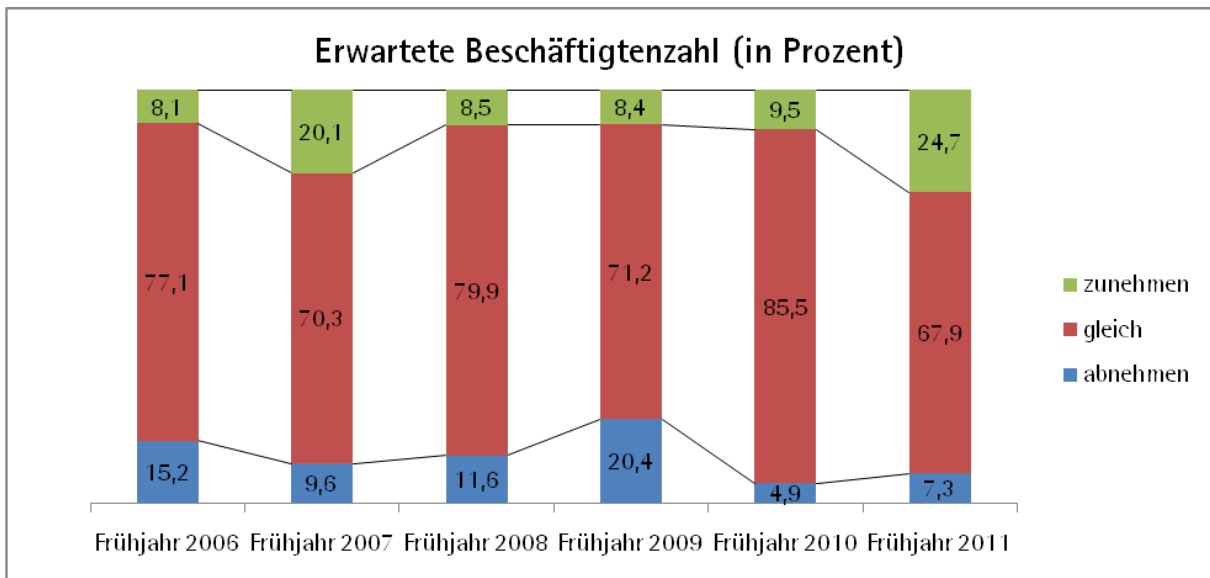


Abb. 4: Erwartete Beschäftigtenanzahl (in Prozent)

## Qualität – ein Muss für zukünftige Investitionen und Förderungsbewilligungen

Nicht nur, um den weiterhin steigenden Kundenerwartungen gerecht zu werden und am Markt bestehen zu können, legt Brandenburgs Landesregierung großen Wert auf die Einhaltung nachweislicher Qualitätsstandards durch die Qualifizierung und den Erwerb von Gütesiegeln. Diese sind für die Bewilligung zukünftiger Investitionen im Rahmen von Förderungen zunehmend erforderlich.

Immer mehr Unternehmen tragen den Empfehlungen, eigene und unternehmensinterne Abläufe zu überprüfen, Rechnung, um beispielsweise das bundesweit anerkannte Qualitätssiegel „ServiceQualität Deutschland“ verliehen zu bekommen. In Qualität zu investieren ist lohnenswert, da sich hieraus eindeutige Marketingvorteile ergeben, die langfristig Umsatzsteigerungen bewirken.

Rund 73 Prozent der Betriebe planen in der kommenden Saison zu investieren. Das sind 3 Prozent mehr als 2010. Obwohl in diesem Jahr weniger Unternehmen gleichbleibende Investitionen tätigen wollen, ist die Zahl derer, die zunehmende Investitionsausgaben anstreben, von 25 Prozent auf fast 34 Prozent gestiegen. Der Großteil der Unternehmen sieht Modernisierungen, (74,7 Prozent) gefolgt von Rationalisierungen (35,5 Prozent), Produktinnovationen (30,9 Prozent) und Kapazitätserweiterungen (19 Prozent) vor. Die Zunahme der geplanten Kapazitätserweiterungen von rund 11 Prozent lässt sich auf den verstärkten Fachkräftemangel im Land Brandenburg zurückführen.

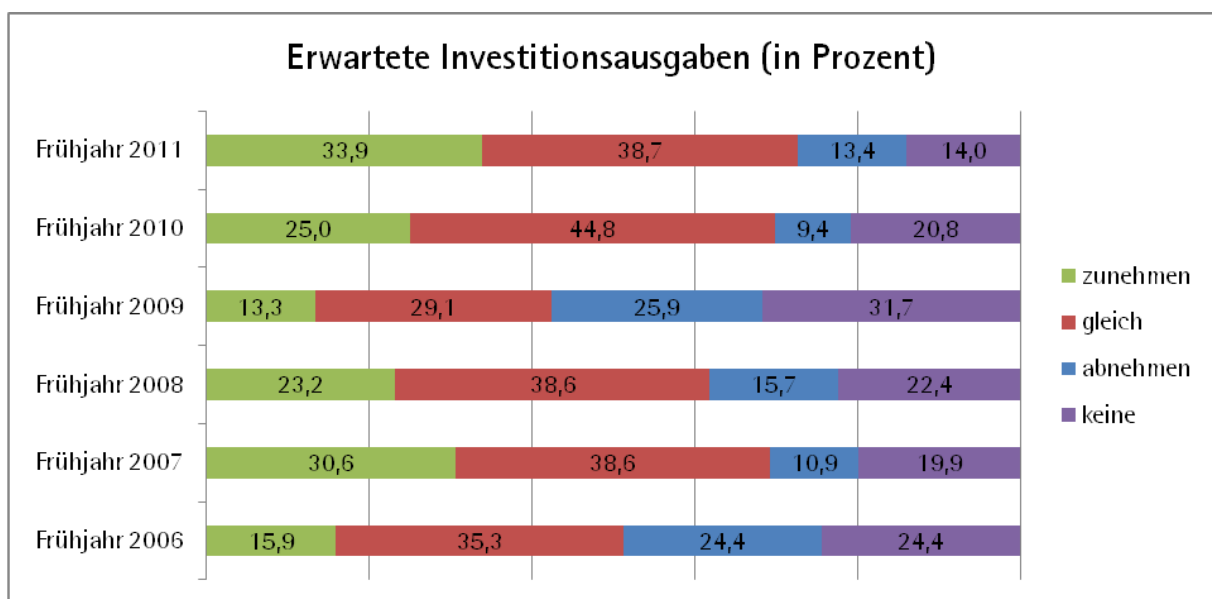


Abb. 5: Erwartete Investitionsausgaben (in Prozent)

## Heimische Touristen sorgen für gute Umsätze!

Heimurlaub ist ein wachsender Trend! Entgegen der aktuellen Reiseanalyse 2011<sup>2</sup>, die zeigt, dass die wirtschaftlichen Effekte zukünftig wahrscheinlich geringer ausfallen werden als die mögliche Steigerung der Reiseanzahl, sind insbesondere die Umsätze mit heimischen Gästen im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Nachdem im Frühjahr 2010 nur 16,5 Prozent der Befragten steigende Umsätze durch heimische Gäste verbuchen konnten, sind es aktuell 25 Prozent. Rund 71 Prozent der befragten Leistungsträger gaben gestiegene und gleichgebliebene Umsätze durch Urlaubsreisende an, das sind rund 13 Prozent mehr als im Vorjahr. Die Anzahl der Befragten, die gestiegene oder gleiche Umsätze mit Geschäftsreisenden erzielen konnten, ist leicht rückläufig.

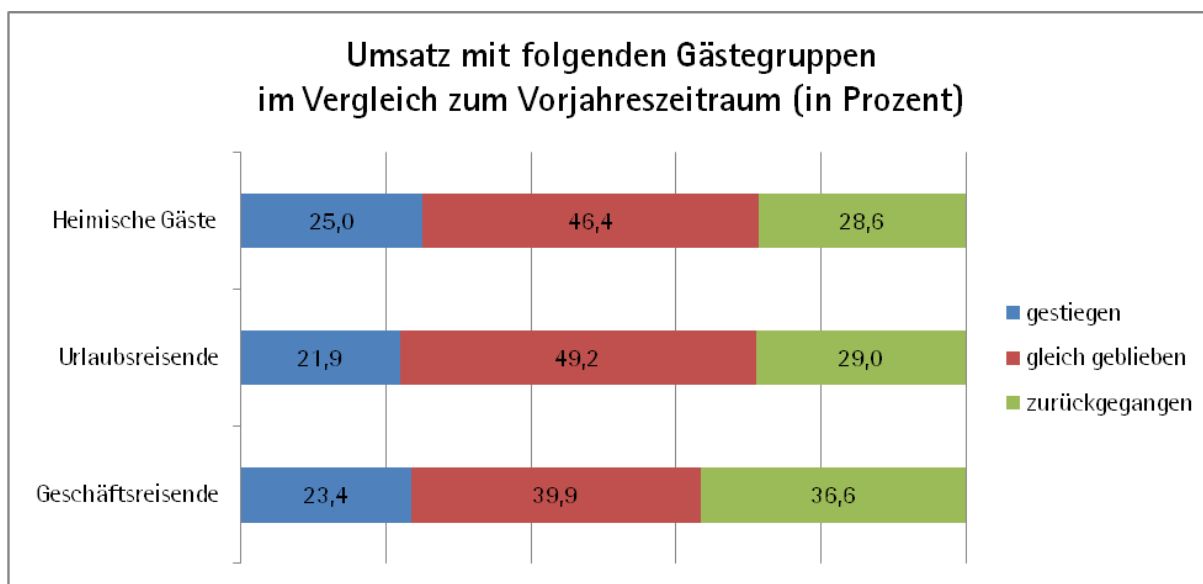


Abb. 6: Umsatzentwicklung nach Gästegruppen (in Prozent)

<sup>2</sup> Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. <http://www.fur.de/index.php?id=trends2020>

## Sonderfragen

### „Unternehmensnachfolge“ – Herausforderung und Chance

Vielen Betrieben steht das Thema „Unternehmensnachfolge“ ins Haus. Wie sieht es bei Ihnen aus?

Die demographische Entwicklung birgt neben anhaltenden Abwanderungen junger Menschen für viele ältere Unternehmer die zunehmende Frage nach einer eventuellen Unternehmensnachfolge. Hierbei handelt es sich um keinen betriebswirtschaftlichen Vorgang wie jeder andere. Häufig sind große Emotionen im Spiel, weshalb dieser Schritt intensive Planung und Überlegung erfordert.

Auch im Land Brandenburg stehen gastgewerbliche Unternehmer bis 2015 vor dieser Herausforderung. In Westbrandenburg planen 19,4 Prozent der befragten Leistungsträger eine Übergabe innerhalb der nächsten 5 Jahre. Daß dieser Prozess Potenziale und Vorteile hat und eine Beratung daher sinnvoll ist, schätzen die Wenigsten. Rund 38 Prozent der Unternehmen im Kammerbezirk greifen das Thema gar nicht erst auf.

Dabei eröffnet die Nachfolge jungen angehenden Unternehmerinnen und Unternehmern die Gelegenheit, ein gut funktionierendes Unternehmen fortzuführen. Außerdem schafft der Nachfolgeprozess für Übergebende einen Rahmen, um den potenziellen Nachfolger genauer kennenzulernen. Dies vereinfacht die erforderliche Einarbeitung und kann den Erhalt der Firmenphilosophie sicherstellen. Durch den begleiteten Ablauf wird Vertrauen geschaffen und eine abschließende Übergabe mit der Gewissheit, dass das Unternehmen im Interesse des Übergebers weitergeführt wird, gewährleistet. In den letzten 5 Jahren haben rund 3 Prozent der befragten Unternehmer in Westbrandenburg ihren Betrieb übertragen.

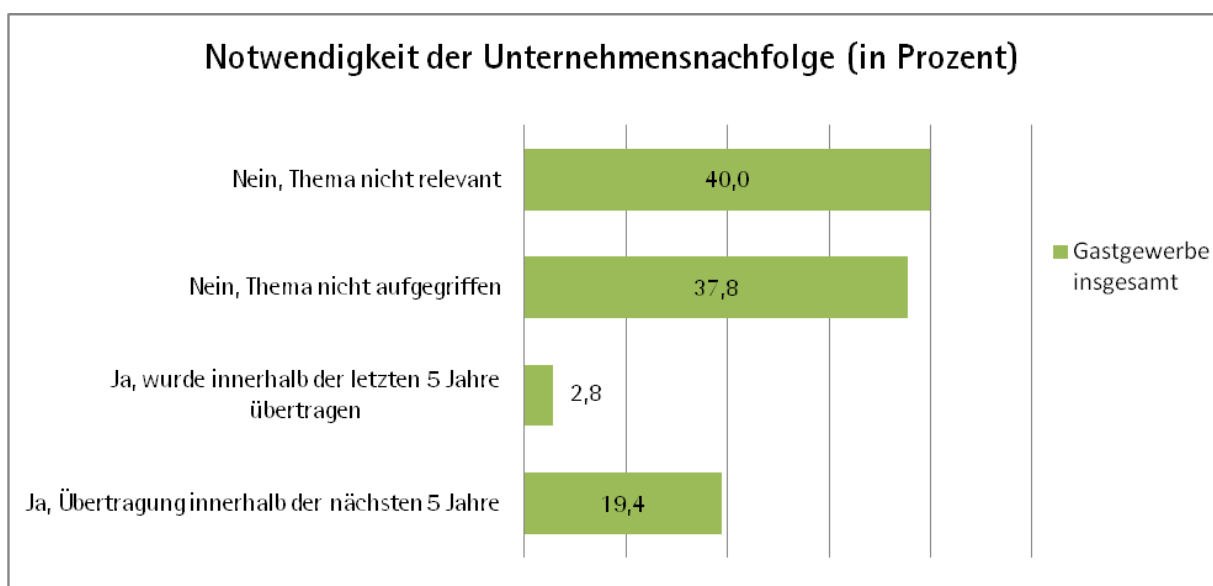


Abb. 7: Notwendigkeit der Nachfolge (in Prozent)

Es empfiehlt sich daher, die Angebote der Industrie- und Handelskammer (IHK) Potsdam und der Handwerkskammer Potsdam zu nutzen, um sich mit dem Thema der Unternehmensnachfolge

vertraut zu machen, denn jeder Unternehmer hat individuelle und verschiedene Vorstellungen seine Nachfolge zu regeln.

Wie beabsichtigen Sie, die Nachfolge in Ihrem Unternehmen zu regeln bzw. haben Sie sie geregelt?

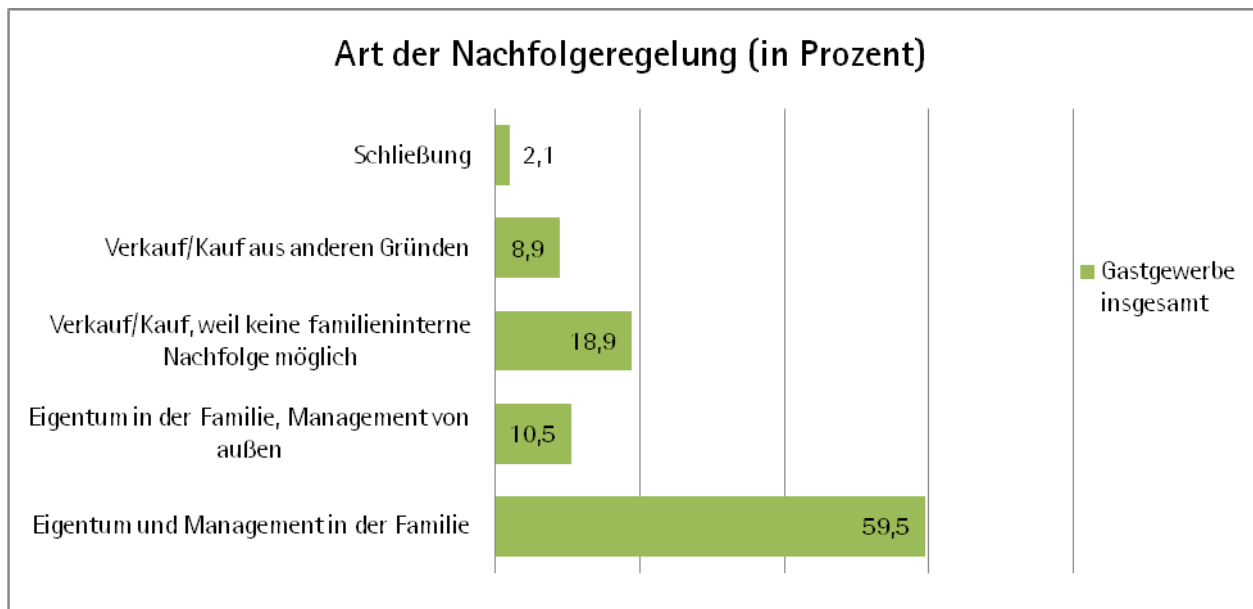


Abb. 8: Art der Nachfolgeregelung (in Prozent)

Im Kammerbezirk Potsdam gaben 59,5 Prozent der Befragten, bei denen das Thema Nachfolge ansteht an, das „Eigentum und Management in der Familie“ zu belassen. Der familieninterne Vertrauensvorschuss spielt hier eine wesentliche Rolle. 10,5 Prozent würden den Betrieb hingegen als Familienbesitz erhalten, die Leitung jedoch abgeben. 18,9 Prozent der befragten touristischen Leistungsträger planen zum entsprechenden Zeitpunkt den Verkauf/Kauf, weil familienintern kein Interesse besteht, und 2,1 Prozent der befragten Tourismusanbieter würden ihr Unternehmen einfach nur schließen.

Daß Unternehmer es vorziehen zu schließen, liegt an der Komplexität des Prozesses. Die Unternehmensnachfolge stellt die Leistungsträger vor Herausforderungen, die neben dem zu bewältigenden Tagesgeschäft eine Belastung darstellen. Wir haben die Unternehmen gefragt:

**Welches sind aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen bei der Unternehmensübergabe?**

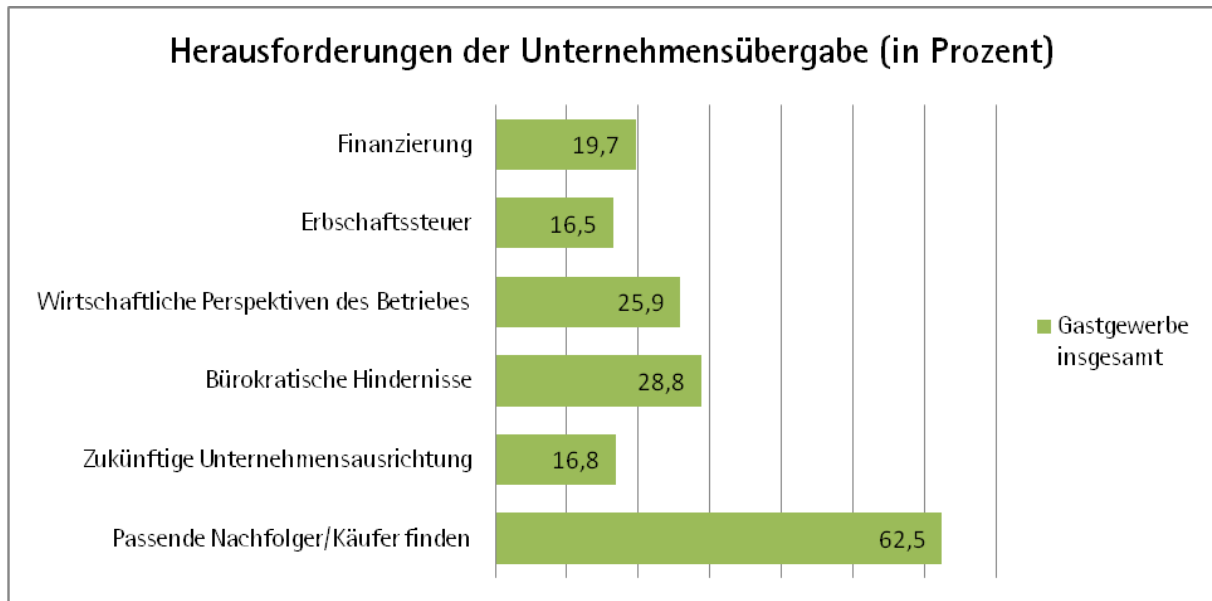


Abb. 9: Herausforderungen der Übergabe (in Prozent)

Für die überwiegende Mehrheit (62,5 Prozent) der Befragten ist es am schwierigsten, die passende Person (Nachfolger/Käufer) zu finden. Als zweitgrößte Schwierigkeit werden die bürokratischen Hindernissen (28,8 Prozent) genannt gefolgt von den wirtschaftlichen Perspektiven des Betriebes (25,9 Prozent). Die Finanzierung (19,7 Prozent), die Erbschaftssteuer (16,5 Prozent) und die zukünftige Unternehmensausrichtung (16,8 Prozent) schätzen die befragten Unternehmer als ähnlich schwierig ein.

## Reiseveranstalter, Reisebüros

Die Geschäftslage der Reisebüros und Reiseveranstalter hat sich im Vergleich zur Vorjahressaison etwas verschlechtert. Gegenüber dem Vorjahr, als 88 Prozent der befragten Unternehmer ihre Geschäftslage mit gut und befriedigend beurteilten, ist diese Zahl in diesem Jahr auf 82,6 Prozent gesunken. Dennoch bestätigen 34,8 Prozent der Befragten eine gute Geschäftsentwicklung. Das ist ein Zuwachs von rund 15,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Zahl der Unternehmer, die eine schlechte Entwicklung vermelden, ist mit 17,4 Prozent wieder leicht gestiegen.

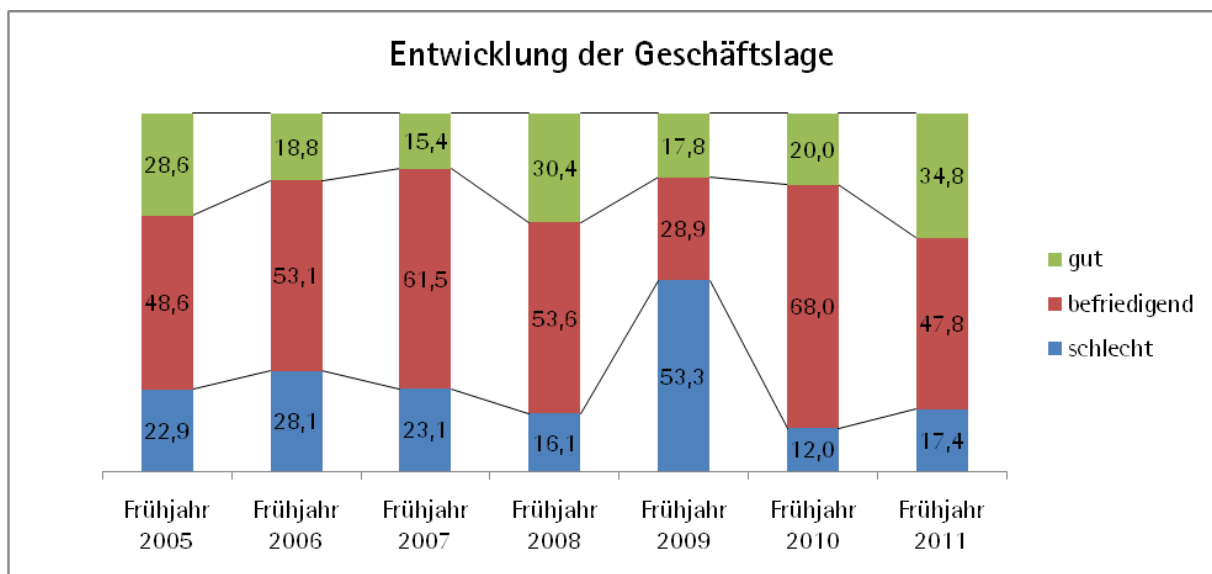


Abb. 10: Aktuelle Geschäftslage der Reiseveranstalter/Reisebüros (in Prozent)

Die Entwicklung der Buchungen verdeutlicht die positive Geschäftslage der Reisebüros und Reiseanbieter. Zum einen hat sich die Zahl der Buchungen ins Ausland nach dem Vorjahreseinbruch mit 28,6 Prozent wieder mehr als verdoppelt, zum anderen blieb das Buchungsniveau für den Inlandsmarkt konstant und ist sogar leicht erhöht. Rund 17 Prozent der befragten Unternehmen konnten gestiegene Gewinne verbuchen (2010: 14,3%).

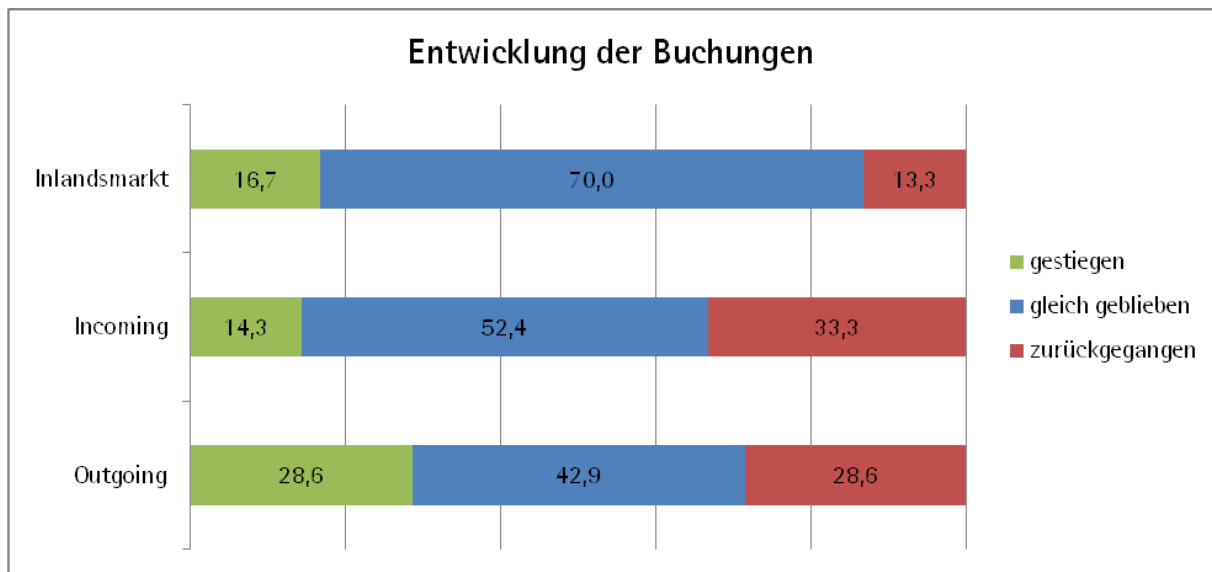


Abb. 11: Entwicklung der Buchungen (in Prozent)

Auch die Zahl internationaler Gäste ist wieder gestiegen. Mit Berlin als wachsenden Quellmarkt ist diese Entwicklung erfreulich, entspricht zugleich aber den Erwartungen. Durch die Nähe zu Berlin lohnt sich der Abstecher bzw. Tagesausflug in die umliegende Hauptstadtregion für viele internationale Gäste und gehört immer mehr zum Standardprogramm. Bei 14,3 Prozent der Befragten ist die Zahl der Incoming-Buchungen gestiegen und bei 52,4 Prozent konstant geblieben.

### Hohe Erwartungen an den Sommer

Von einer steigenden bis gleichbleibenden Nachfrage in der Sommersaison geht die deutliche Mehrheit der befragten Reiseanbieter und Reisebüros aus. Insgesamt erwarten 82,6 Prozent eine bessere bis stabile Geschäftsentwicklung. Das sind über 30 Prozent mehr als noch 2010. Davon rechnen 19,6 Prozent der Befragten mit Umsatzsteigerungen und 63 Prozent gehen von einer konstanten Entwicklung aus. Damit setzt sich die positive Stimmung des Vorjahres bei den Unternehmen weiter fort. Die Reiseanbieter haben sich nach einer zweijährigen Durststrecke wieder gut erholt und stabilisiert. Die Umsatzzahlen für alle Gästegruppen bestätigen dies. 35 Prozent der befragten Leistungsträger konnten höhere Umsätze verbuchen (2010: 13,6 %).

Erfreulich ist, dass die Geschäfte mit Urlaubsreisenden im Verhältnis zu den Geschäftsreisenden deutlich zugenommen haben. 32,5 Prozent der befragten Betriebe gaben gestiegene Umsätze durch Urlaubsreisende an. Entgegen dem Vorjahr planen rund 38 Prozent der Unternehmen Preissteigerungen. Grund dafür ist die seit 1. Januar 2011 von der Bundesregierung eingeführte Fluggaststeuer, welche das Ergebnis stetig ansteigender Kerosinpreise ist<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Allein bei Deutschlands größtem konzernunabhängigem Reiseveranstalter „alltours“, werden sich die Urlaubsreisen im Sommer 2011 um durchschnittlich 2,9% erhöhen.

<http://www.pressemitteilungen-online.de/index.php/fluggaststeuer-lasst-preise-fuer-urlaubsreisen-bei-alltours-um-2-9-steigen/>

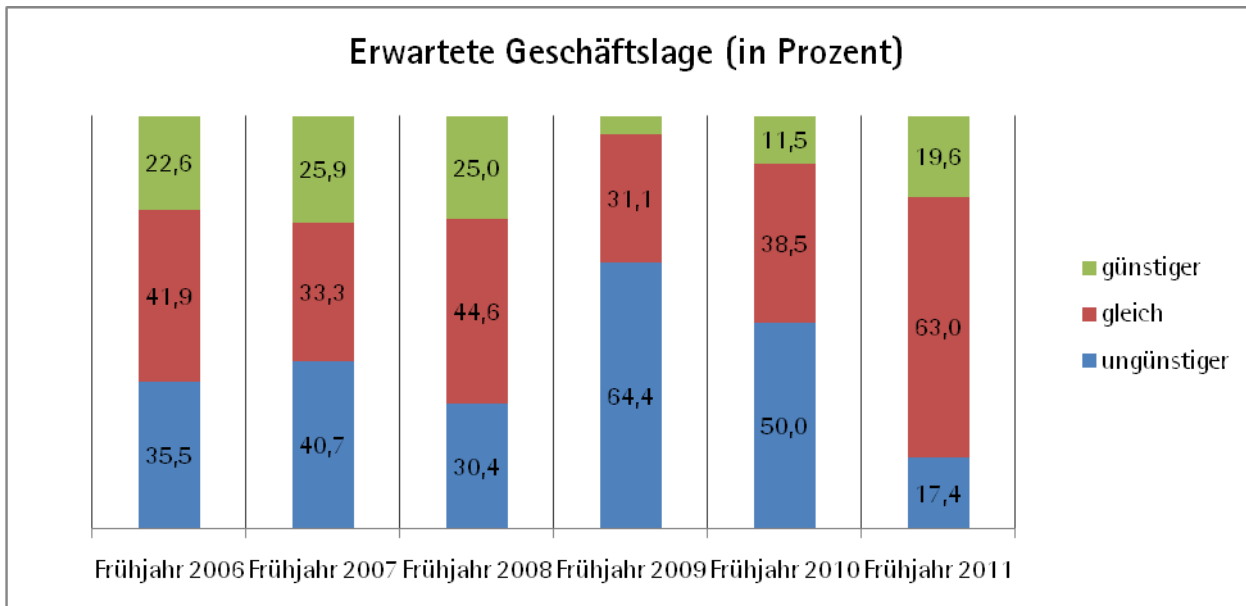


Abb. 12: Erwartete Geschäftslage (in Prozent)

Auch bei den Beschäftigtenzahlen ist ein Aufwärtstrend erkennbar. Bei 85 Prozent der Reiseanbieter und Reisebüros soll die Zahl der Beschäftigten zumindest unverändert bleiben. Die Zahl derer, die eine Reduzierung ihrer Belegschaft vornehmen, ist um mehr als die Hälfte gegenüber dem Frühjahr 2010 zurückgegangen. Neueinstellungen planen 8,7 Prozent der Unternehmer.

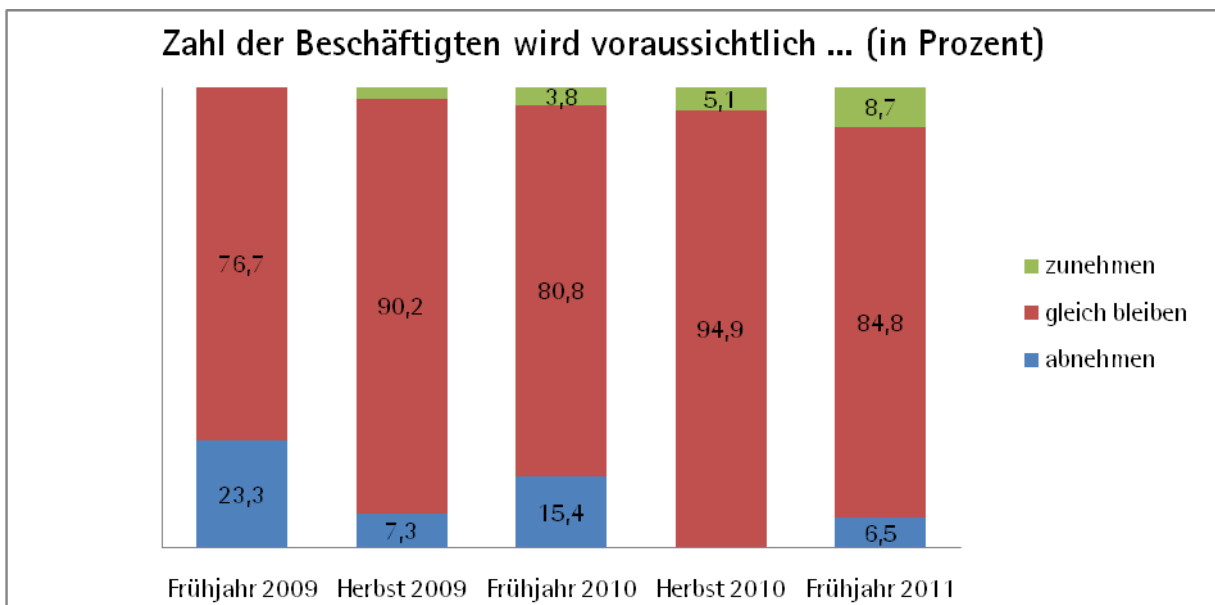


Abb. 13: Zahl der Beschäftigten (in Prozent)

Die Investitionsbereitschaft hat ebenfalls leicht zugenommen. Mit rund 13 Prozent ist die Zahl der investitionswilligen Unternehmer um knapp 5 Prozent gestiegen. Bei 36,2 Prozent sind etwa gleichviele Ausgaben geplant. 6,4 Prozent der Reiseveranstalter und Reisebüros sehen weniger und 44,7 Prozent keine Neuinvestitionen für die kommende Saison vor. Hauptmotive für Investitionen sind wie auch 2010 überwiegend Modernisierung und Produktentwicklung, wobei die Vorhaben zur Produktinnovation und Rationalisierung deutlich zugenommen haben.

## Sonderfragen

### „Unternehmensnachfolge“ – Herausforderung und Chance

Auch die Reiseveranstalter haben wir nach der Notwendigkeit hinsichtlich einer zukünftigen Unternehmensnachfolge befragt. Bei den Reiseanbietern und Reisebüros ist der Anteil derer, die bereits übergeben haben, deutlich höher als im Gastgewerbe. Rund 11 Prozent der befragten Unternehmer haben in den letzten fünf Jahren ihren Betrieb übergeben. 6,5 Prozent der erfassten Betriebe wollen in den nächsten 5 Jahren ihr Unternehmen übergeben. Für den Großteil (54,3 %) aller Befragten ist das Thema „Unternehmensnachfolge“ jedoch nicht relevant.

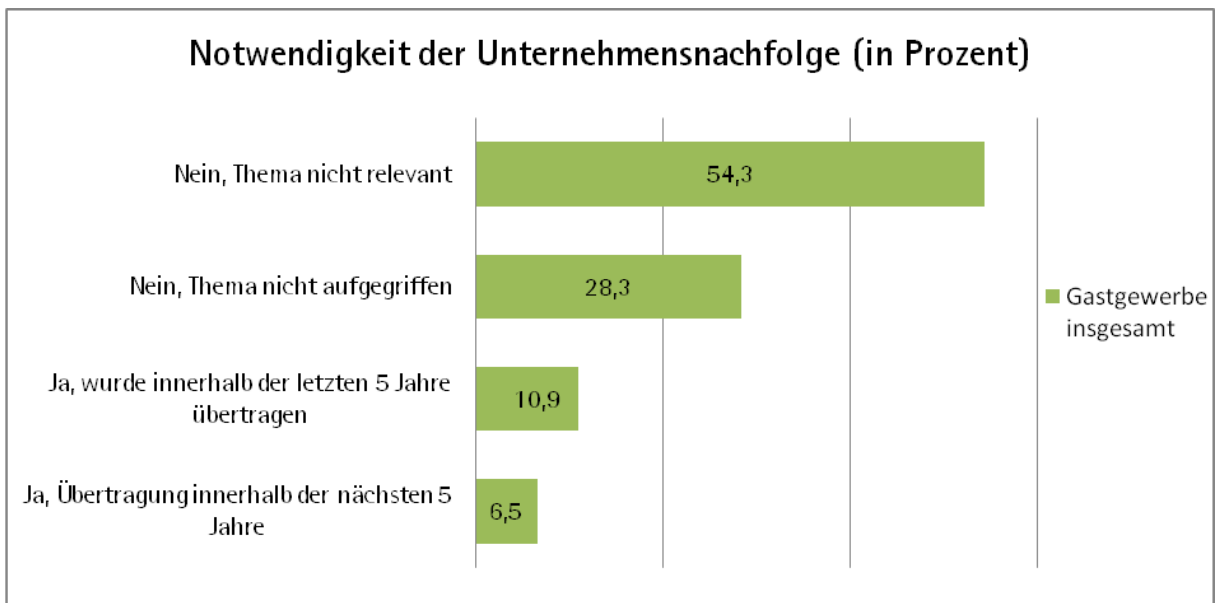


Abb. 14: Notwendigkeit der Unternehmensnachfolge (in Prozent)

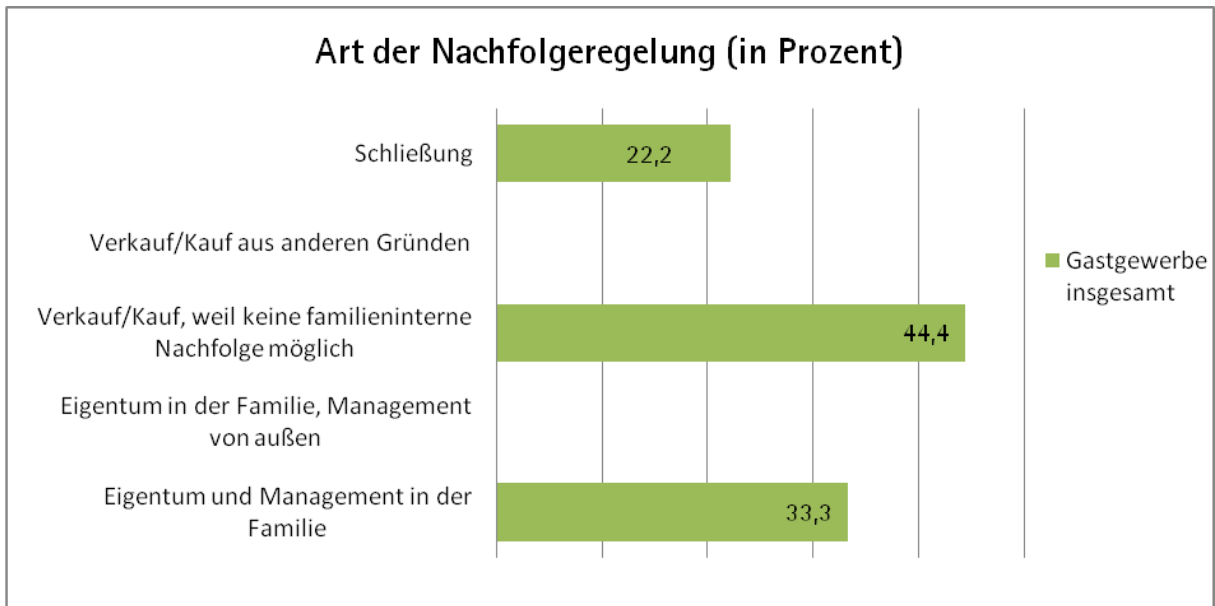


Abb. 15: Art der Nachfolgeregelung (in Prozent)

Anders als im Gastgewerbe regelt der Großteil der befragten Reiseanbieter und Reisebüros die Unternehmensübergabe durch den Verkauf oder Kauf (44,4 %). Ein Drittel würde oder hat das Eigentum und das Management innerhalb der Familie belassen, und rund 22 Prozent haben den Betrieb geschlossen oder planen diesen zu schließen.

Ähnlich wie im Gastgewerbe sehen die befragten Unternehmer als größte Herausforderung den passenden Nachfolger bzw. Käufer zu finden. Rund 27 Prozent geben die zukünftigen wirtschaftlichen Perspektiven des Betriebes als Schwierigkeit an gefolgt von der zukünftigen Unternehmensausrichtung mit rund 23 Prozent.

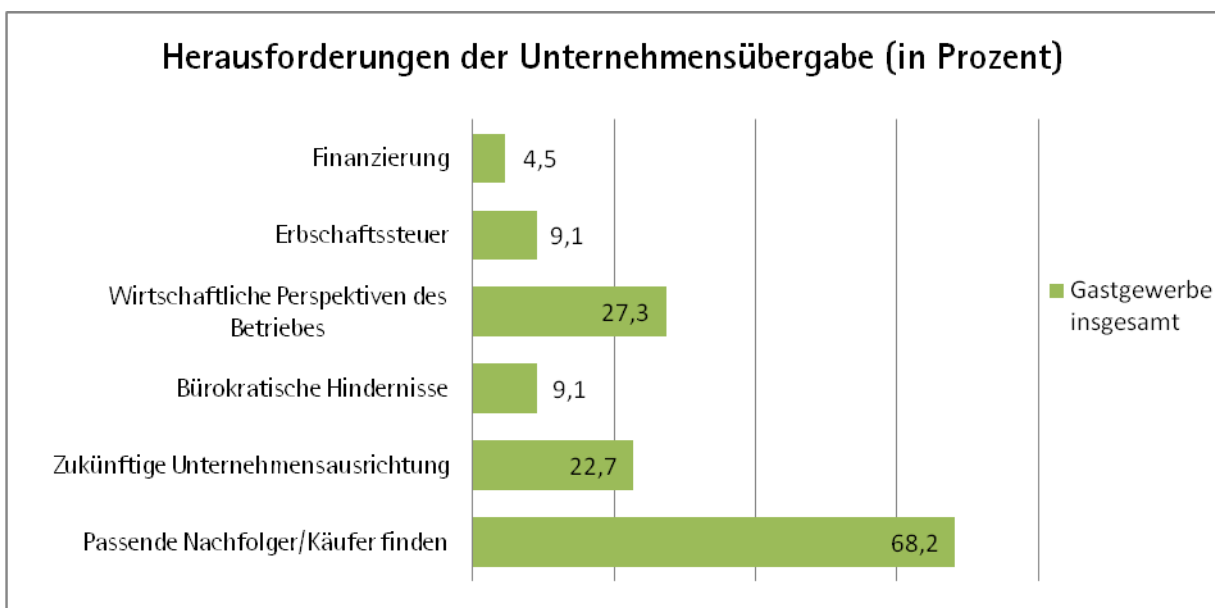


Abb. 16: Herausforderungen der Unternehmensübergabe (in Prozent)