



Konjunkturbericht Tourismus Herbst 2010

Impressum

Herausgeber: Industrie- und Handelskammer Potsdam (IHK), Breite Straße 2 a - c, 14467 Potsdam
Redaktion: Tim Habenicht, Barbara Nitsche, Tel. 0331 2786-163, Fax.: 0331 2842-921

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck - auch auszugsweise - nur mit Quellenangabe gestattet;
Belegexemplar erbeten.
Potsdam, November 2010

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

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

Aufwärtstrend spürbar nach verhalten optimistischer Sommersaison

Die Tourismuswirtschaft bleibt für das Land Brandenburg auch zukünftig eine Schlüsselbranche an deren Unterstützung die Landesregierung beständig festhält. Diese Tatsache wurde auch durch die Fortschreibung der Landestourismuskonzeption für 2011-2015 nachhaltig bestätigt und lässt sich zudem aus der aktuellen Konjunkturumfrage der IHK Potsdam ableiten. Die Stimmung der Tourismuswirtschaft im IHK Bezirk Potsdam war entsprechend positiv, auch wenn der Anteil der Unternehmen, die die Entwicklung ihrer Geschäftslage als gut beurteilen, im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken ist. Die Mehrheit der Unternehmen blickt mit Zuversicht in die bevorstehende Wintersaison.

An der aktuellen Saisonumfrage der Industrie- und Handelskammer (IHK) Potsdam beteiligten sich im Oktober 2010 insgesamt 182 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.

Gutes Geschäft und große Erwartungen an die Wintersaison

Die touristischen Leistungsträger im Land Brandenburg sind überwiegend zufrieden mit der Bilanz der Sommersaison. Über 38 Prozent der befragten Unternehmen bewerten die Entwicklung ihrer Geschäftslage als gut, 52 Prozent waren mit der Entwicklung zufrieden. Die Zahl derer, die eine schlechtere Geschäftslage konstatieren, hat sich gegenüber dem Vorjahr halbiert. Das sind über 10 Prozent mehr als im Vorjahr und spiegelt sich außerdem im Anstieg der durchschnittlichen Zimmerauslastung um 3 Prozent auf 49,6 Prozent wider (2009: 46,6 Prozent).

Entwicklung der Geschäftslage (in Prozent)

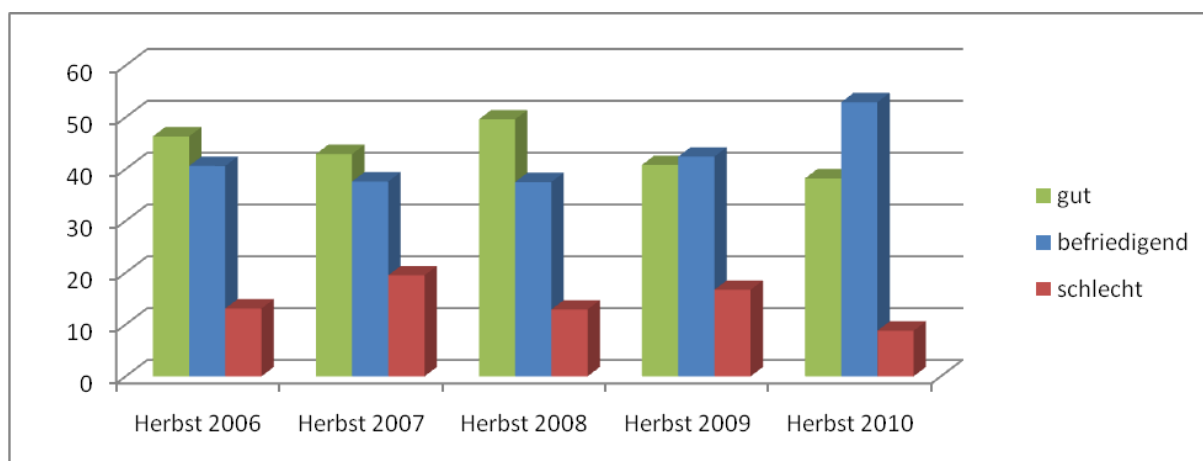


Abb.1: Entwicklung der Geschäftslage (in Prozent)

Von den Gastronomen waren 85 Prozent der Befragten – das heißt 4 Prozent mehr als im Vorjahr – mit der Saison zufrieden. Davon schätzten 34,4 Prozent die Lage als gut ein.

Äußerst positiv ist die Entwicklung bei den Beherbergungsbetrieben. 98 Prozent der Befragten sind mit dem Geschäftshalbjahr zufrieden, und 41,6 Prozent bewerteten die Lage als gut (2009: 34,1 Prozent).

Diese Entwicklung ist hinsichtlich des letzten langen und kalten Winters sehr erfreulich. Gemäß der Konjunkturumfrage des Frühjahres 2010 gingen zwar rund 80 Prozent der Befragten trotz Wirtschaftskrise optimistisch in die Sommersaison, dennoch war fraglich, ob die Wintergäste zur Wiederkehr bewegt und gebunden werden konnten. Neben attraktiver Landschaft und Natur, haben verstärkte Kooperationen, gezielte Marketingmaßnahmen und anspruchsvoller Service positive Eindrücke hinterlassen. Dies bestätigt sich in den Gästezahlen, die gegenüber dem Vorjahr um 7 Prozent – auf 1.114.924 Mio. (Juni 2010) gestiegen sind (die Steigerung für Potsdam beträgt sogar 11,0 Prozent).

Entwicklung der Geschäftslage nach Segmenten (in Prozent)

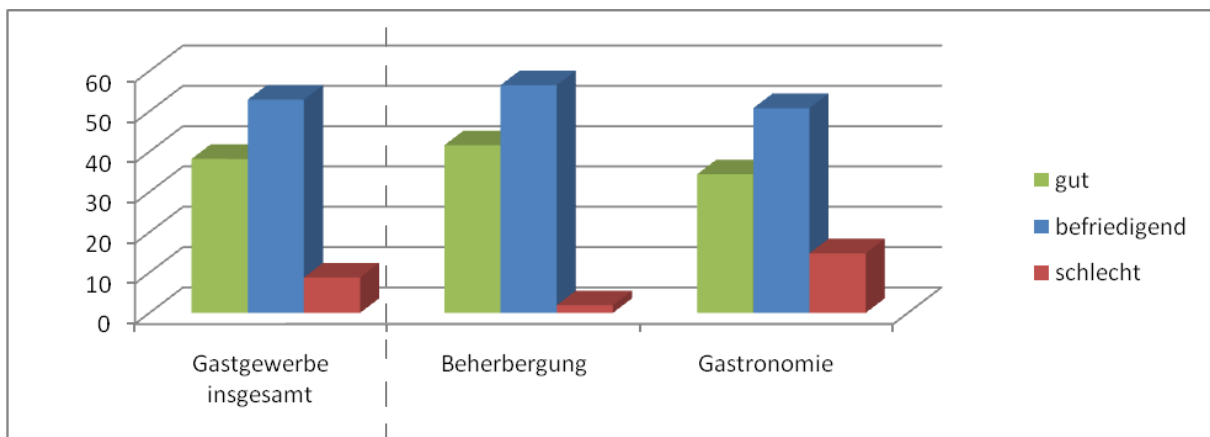


Abb.2: Entwicklung nach Segmenten (in Prozent)

Die Wiederkehr der Gäste ist auch Ergebnis konstanter Übernachtungs- und Verzehrpreise. Daran soll sich auch zukünftig nur geringfügig etwas ändern. So gaben 83 Prozent der befragten Unternehmen an, dass die Übernachtungs- und Verzehrpreise auch für die bevorstehende Saison gleich bleiben sollen (2009: 75,5 Prozent). 15,4 Prozent der Befragten sehen hingegen eine Preiserhöhung vor. Das sind jedoch 3 Prozent weniger als im Vorjahr, was das stabile Preisniveau im Land Brandenburg verdeutlicht.

Umsatzentwicklung (in Prozent)

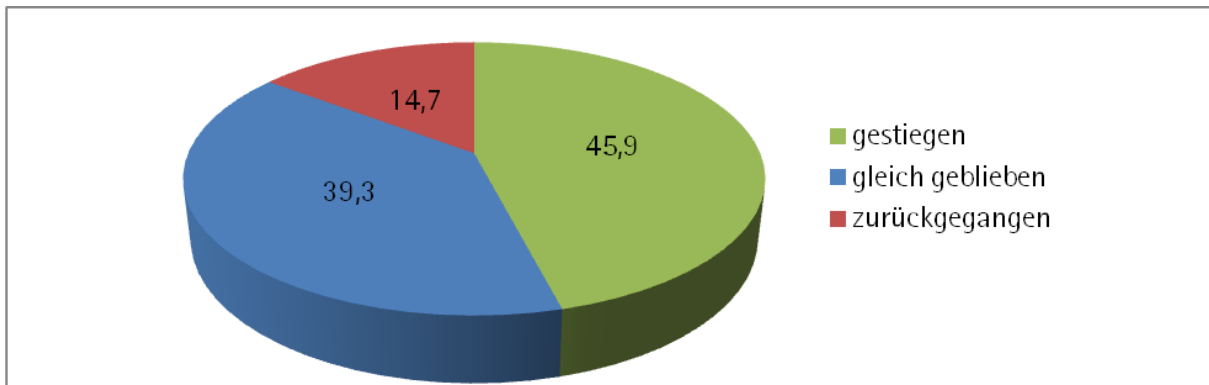


Abb.3: Umsatzentwicklung (in Prozent)

Auch bei den Umsätzen konnten die Unternehmen einen Zuwachs verzeichnen. Von den befragten Unternehmen gaben ca. 85 Prozent an, dass die Umsätze über die Sommersaison gestiegen oder gleich geblieben sind. Im Frühjahr waren es noch 22,2 Prozent weniger. Dies verdeutlicht die allgemein verbesserte Wirtschaftslage und drückt sich zudem in einem entspannten Ausgabeverhalten aus.

Was bringt der Winter?

Nach einer angespannten Phase kann die Branche aufgrund positiver Bilanzen durchatmen. Zum Zeitpunkt der Befragung blicken die Unternehmer mehrheitlich erwartungsvoll in die Zukunft. Die Zahl derjenigen, die in der nächsten Saison eine günstigere und gleichbleibende Entwicklung ihrer Geschäftslage erwarten, liegt über 85 Prozent. Das sind 6,2 Prozent mehr als im Jahr 2009 und zeigt, dass trotz angekündigtem Jahrhundertwinter die überwiegende Mehrheit der Tourismusunternehmen hohe Erwartungen in die Wintersaison setzt.

Erwartete Geschäftslage (in Prozent)

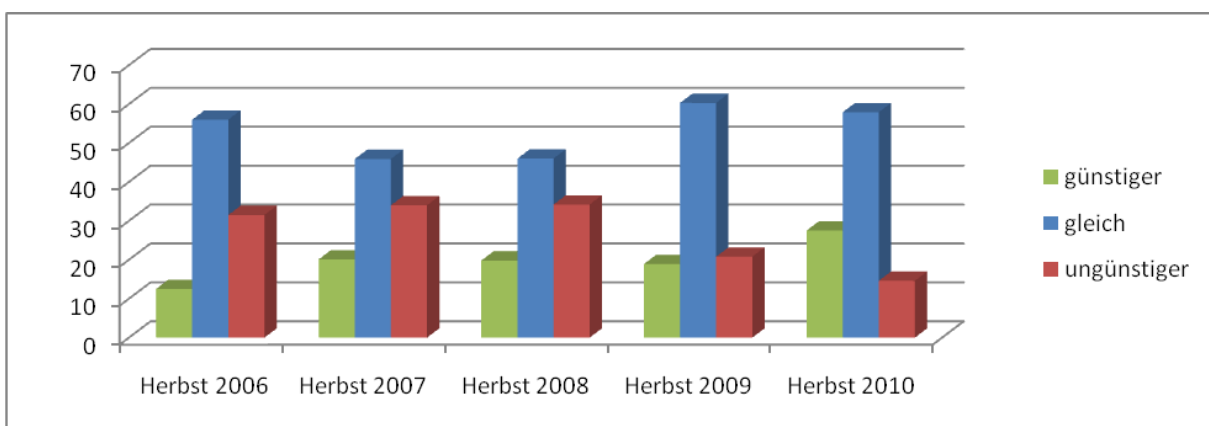


Abb.4: Erwartete Geschäftslage (in Prozent)

Auch die Lage am Arbeitsmarkt stabilisiert sich stetig. So planen 13,5 Prozent der Befragten in der Wintersaison neue Beschäftigte einzustellen. Eine vergleichbare Tendenz zeichnet sich bei den bestehenden Beschäftigungsverhältnissen ab. 74,3 Prozent der befragten Unternehmen geben an, ihre Belegschaft unverändert beizubehalten. Im Vorjahr waren es noch 7 Prozent weniger. Dies ist vor dem Hintergrund des anhaltenden Fachkräftemangels und der

bevorstehenden Wintersaison, in der die Unternehmen ihr Personal im Vergleich zum Sommer tendenziell reduzieren, eine deutliche Verbesserung gegenüber dem Vorjahr. Auch zukünftig muss dem Fachkräftemangel durch umfangreiche Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen aktiv entgegengewirkt werden. Mit der gesetzlichen Erhöhung des Rentenalters auf 67 Jahre, sollten die Unternehmen zudem das Potenzial älterer Erwerbspersonen nicht unbeachtet lassen.

Erwartete Beschäftigtenzahl (in Prozent)

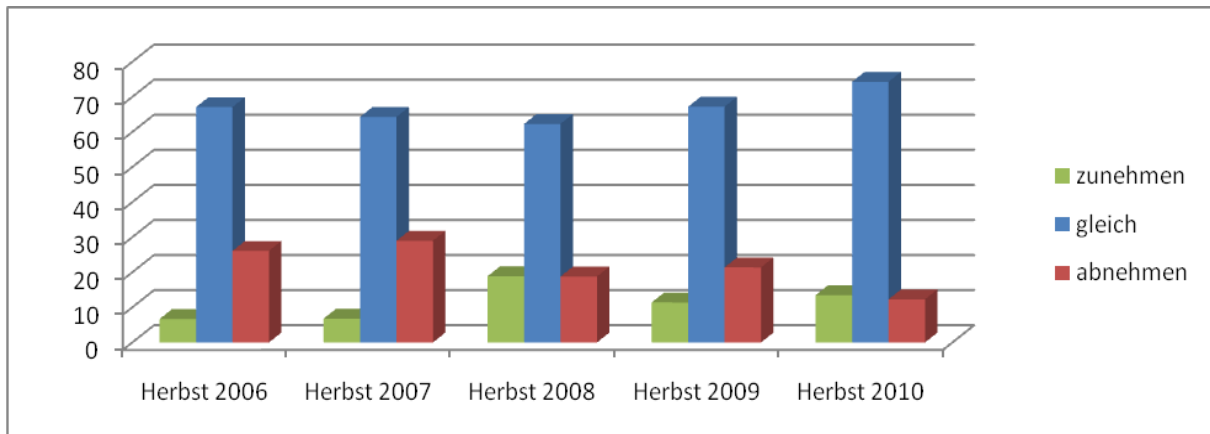


Abb.5: Erwartete Beschäftigtenzahl (in Prozent)

Die Investitionsneigung der Unternehmen steigt weiter an. Rund 70 Prozent der Unternehmen gehen von zunehmenden oder gleichbleibenden Investitionen aus. Das sind 13 Prozent mehr als im Vorjahr (2009: 56,7 Prozent). Weniger oder keine Investitionen planen rund 30 Prozent der Befragten für die kommende Saison.

Hauptmotiv für Investitionen ist weiterhin die Modernisierung gefolgt von Rationalisierung und Produktinnovationen. Der Umweltschutz ist auch aufgrund der finanziellen Mehrbelastung durch die neue EEG¹-Umlage zur Förderung erneuerbarer Energien, zu deren Zahlung der Endverbraucher verpflichtet, ist bei den Nennungen angestiegen. Inzwischen spielt die Kapazitätserweiterung eine untergeordnete Rolle.

Erwartete Investitionsausgaben

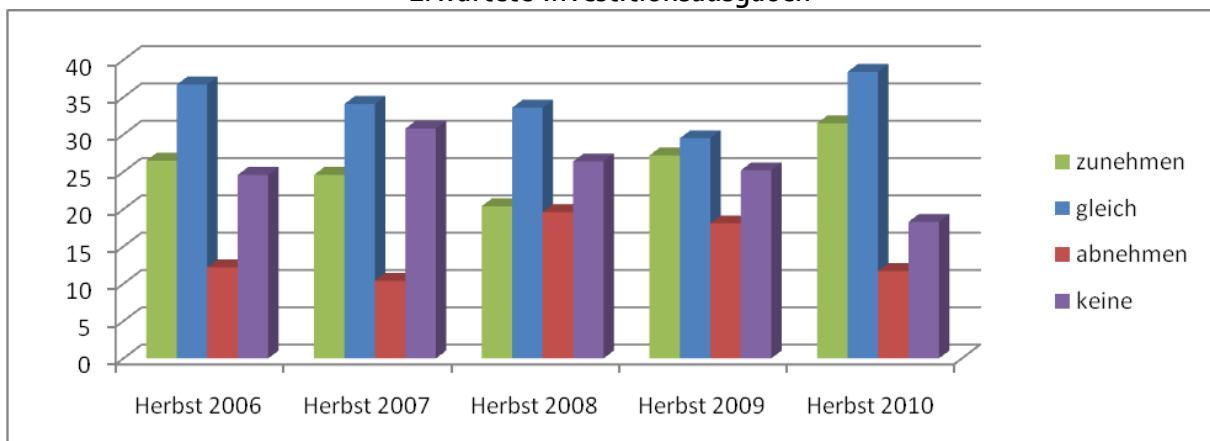


Abb.6: Erwartete Investitionsausgaben (in Prozent)

¹ Erneuerbare Energien Gesetz (EEG)

Die eindeutigen Gewinner der Sommersaison sind die Beherbergungsbetriebe. Dies lässt sich anhand der Entwicklung des Geschäftsklimaindex erkennen. Nachdem der Index im Herbst 2009 hier noch bei 107,6 Punkten lag, hat er aktuell ein Niveau von 129,2 Punkte erreicht. Zwar wirkt die Gastronomie dagegen vergleichsweise instabil, aber auch hier zeichnet sich für die Zukunft ein positiver Trend ab. Grundsätzlich bestätigt der Geschäftsklimaindex die erfreuliche Entwicklung des Gastgewerbes in Westbrandenburg. Dennoch sollte trotz guter Geschäftslage und positiver Aussichten für die Wintersaison das anhaltende Polarisierungsproblem innerhalb der Tourismuswirtschaft in Brandenburg nicht ausgeblendet werden.

Entwicklung des Geschäftsklimaindex

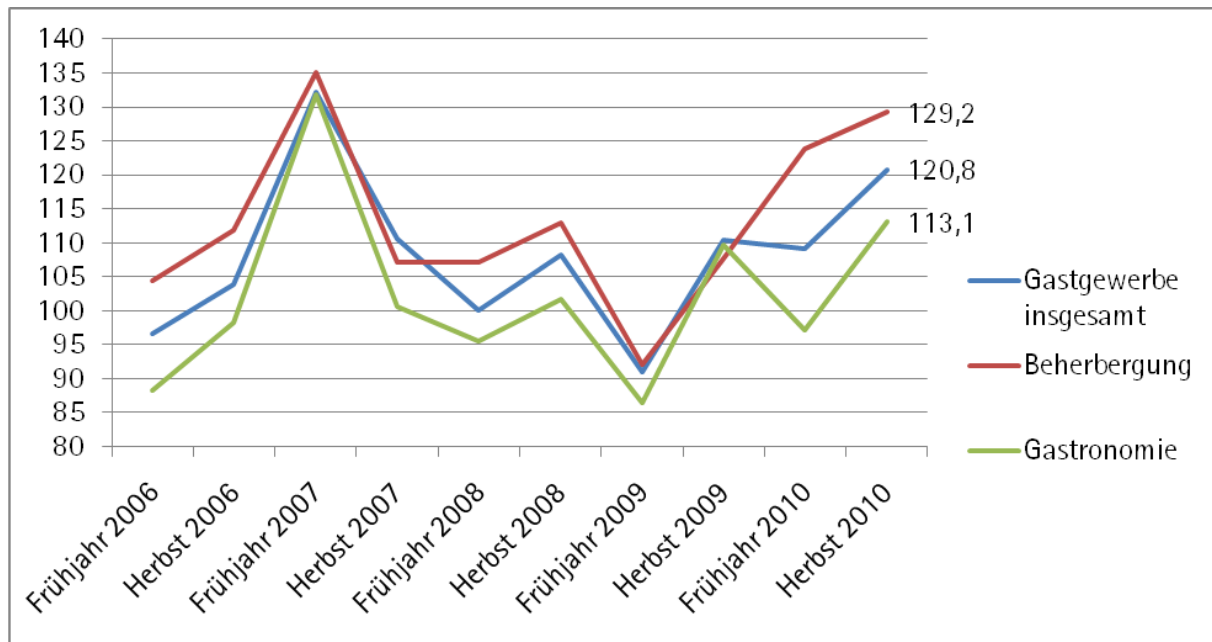


Abb.7: Entwicklung des Geschäftsklimaindex²

Noch sind zu wenig engagierte und leistungsstarke Unternehmen auf dem Markt, die sich kontinuierlich um Qualitätssicherung, Qualifizierung, Innovation und Kundenorientierung bemühen und dadurch erfolgreich agieren. Es muss auch zukünftig das Ziel sein, die Unternehmen für eine bewusste Qualitätssteigerung zu gewinnen. Folglich müssen deutlich mehr Betriebe den Schritt in Richtung intensiver Fachkräftequalifizierung, Servicequalität und Investitions- und Risikobereitschaft tätigen, wenn sie sich zukünftig am Markt weiter behaupten wollen.

² Der ifo-Geschäftsklimaindex ist ein monatlich vom ifo Institut für Wirtschaftsforschung erstellter, vielbeachteter Frühindikator für die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland. Er wird mit einer komplizierten Formel gewichtet und auf die Basis 100 bezogen, das heißt: Bei einer durchschnittlich neutralen Einschätzung des Geschäftsklimas liegt der Index bei genau 100, bei einer schlechteren Einschätzung darunter und bei einer besseren darüber.

Sonderfragen

Gezielte, gleichteilige Mittelverwendung – Kulturförderabgabe problematisch!

In vielen Städten und Kommunen Deutschlands ist die Erhebung einer neuen Steuer für Beherbergungsbetriebe der sogenannten Kulturförderabgabe im Gespräch. Ähnliche Modelle sind auch in anderen Regionen Deutschlands thematisiert worden und schließen Brandenburg mit ein. Die geplante Kulturförderabgabe (Bettensteuer) war in den letzten Monaten daher häufig Gegenstand von Diskussion und ist vielerorts kritisiert worden.

Wir haben die Unternehmen gefragt in welcher Form sie sich an der regionalen Tourismusförderung beteiligen und welche Ausgaben durch ihre wirtschaftliche Tätigkeit im Tourismus entstehen.

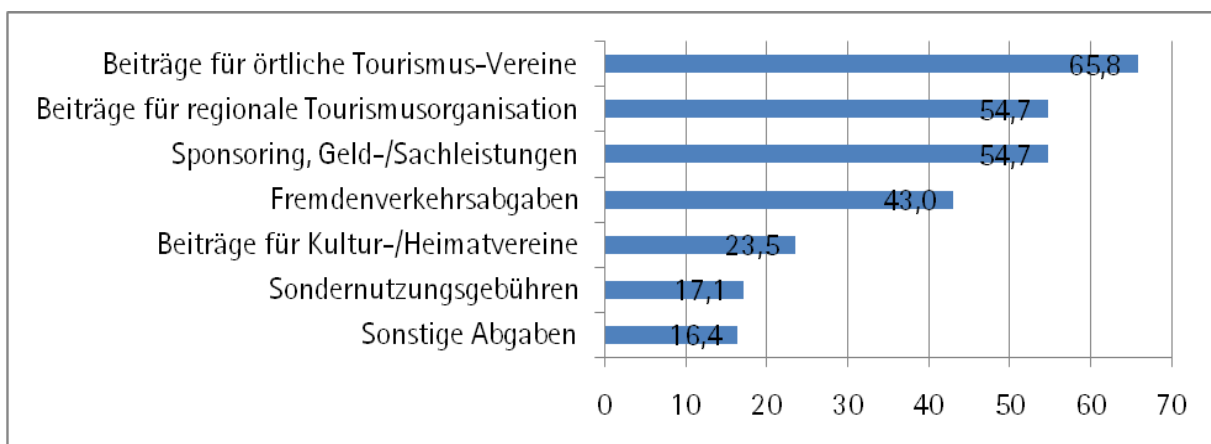


Abb.8: Beteiligung an regionaler Tourismusförderung (in Prozent)

Es zeigt sich, dass sich die touristischen Leistungsträger zu Zwecken einer weitreichenden Vermarktung ihrer Betriebe und vor dem Hintergrund optimaler Anbindungen durch den öffentlichen Personennahverkehr, sehr vielseitig an der regionalen Tourismusförderung beteiligen. Ein überwiegender Teil der befragten Unternehmen (65,8 Prozent) leistet Beiträge für die örtlichen Tourismusvereine, gefolgt von Beiträgen für regionale Tourismusorganisationen sowie Sponsoring, Geld- und Sachleistungen. Immerhin 23,5 Prozent der Befragten tätigen Abgaben an Kultur- und Heimatvereine. Damit leistet das Gastgewerbe bereits einen erheblichen Beitrag zur Tourismusförderung. Allein die Unternehmen, die beantworteten, in welchem Maß sie sich im vergangenen Jahr beteiligt haben, kamen auf insgesamt 152.500 Euro.

Darum haben wir gefragt: Wie zufrieden sind die Betriebe mit der Mittelverwendung, sofern sie eine Fremdenverkehrs- oder Tourismusabgabe bezahlen?

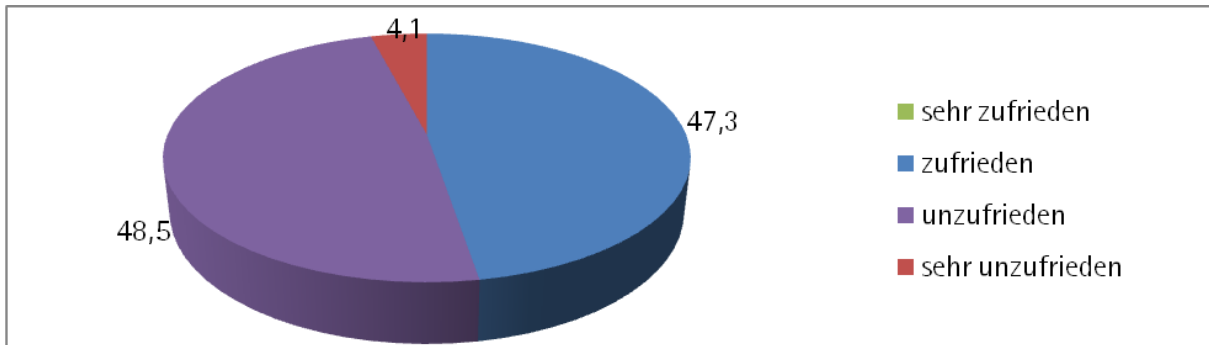


Abb.9: Zufriedenheit gegenüber aktueller Mittelverwendung (in Prozent)

Das Ergebnis ist problematisch! Die Angaben der befragten Betriebe zur aktuellen Mittelverwendung bestätigen dies. Die Mehrheit von rund 53 Prozent der Befragten ist mit der Verwendung ihrer Fremdenverkehrs- und Tourismusabgaben unzufrieden oder sehr unzufrieden. Kein Unternehmen äußerte vollste Zufriedenheit gegenüber diesem Sachverhalt.

In diesem Zusammenhang haben wir gefragt, ob die Unternehmen bereit wären, sich an der Finanzierung öffentlich touristischer Aufgaben (noch) stärker zu beteiligen.

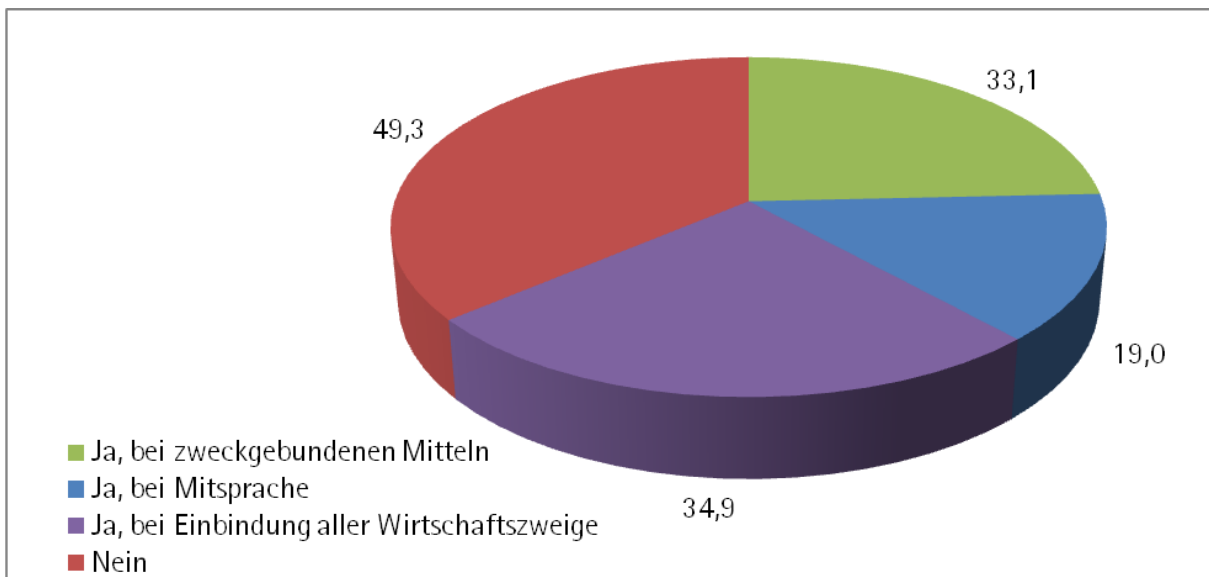


Abb.10: Bereitschaft zur stärkeren Finanzierungsunterstützung (in Prozent – bei „JA“ Mehrfachnennung möglich)

Das Ergebnis zeigt: Fast die Hälfte aller Befragten (49,3 Prozent) spricht sich gegen eine noch stärkere Finanzierung öffentlicher touristischer Aufgaben aus. Der Rest knüpft eine verstärkte Unterstützung an folgende Bedingungen: 34,9 Prozent derjenigen Betriebe, die mit „JA“ antworten, fordern die Einbindung aller Wirtschaftszweige, 33,1 Prozent erwarten eine zweckgebundene Mittelverwendung und 19,0 Prozent machen eine stärkere Förderung von einem Mitspracherecht abhängig.

Allgemein lässt sich nach den Angaben der befragten Unternehmen keine Ungleichberechtigung bzw. Mittelverschwendung feststellen, die die Unternehmen in eine finanzielle Notlage bringt oder sich eindeutig nachteilig auswirkt. Dennoch sind die Angaben der Befragten als Signal zu

werten. Darum sollte jede weitere finanzielle Belastung, die sich negativ auf das Stimmungsbild und die zukünftige Entwicklung der Tourismuswirtschaft in Brandenburg auswirken könnte, sehr genau begutachtet und intensiv diskutiert werden.

Reisebüros, Reiseveranstalter

Urlaubsreisende sorgen für Stabilität!

Die Geschäftslage der Reisebüros und Reiseveranstalter hat sich über die Sommersaison erheblich verbessert. Die Anzahl der Betriebe, die die Situation als gut einschätzen, hat sich im Vergleich zum Vorjahr annähernd verdoppelt und liegt zum Zeitpunkt der Befragung bei erfreulichen 46,2 Prozent. So wird hier anders als beim Gastgewerbe eine Polarisierung im positiven Sinne deutlich. Während ein stabiler Prozentsatz von gleichen 46,2 Prozent die Lage ähnlich wie im Vorjahr als befriedigend bewertet, ist die Anzahl derer, die eine schlechte Geschäftslage angeben, erheblich gesunken.

Aktuelle Geschäftslage

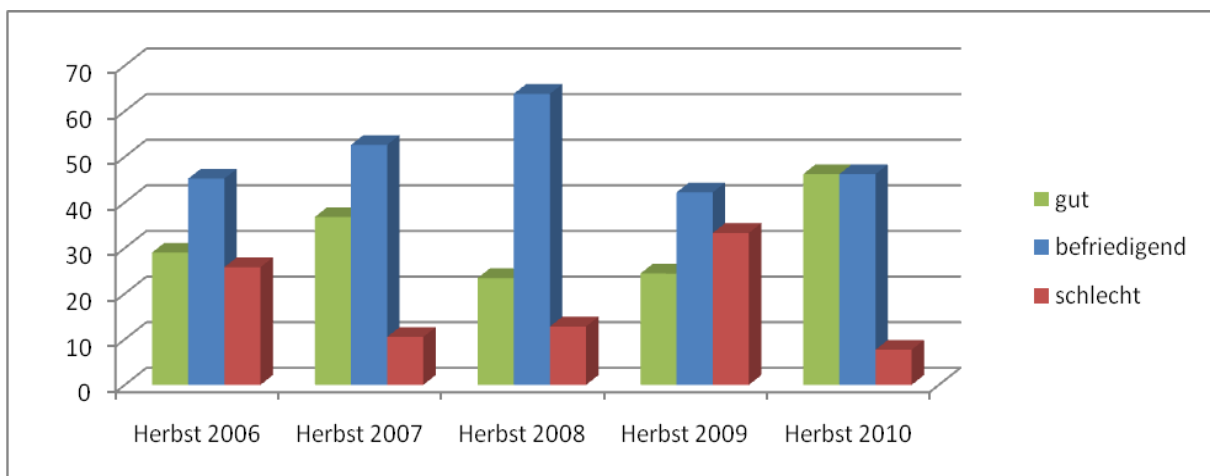


Abb.11: Aktuelle Geschäftslage (in Prozent)

Umsatzentwicklung

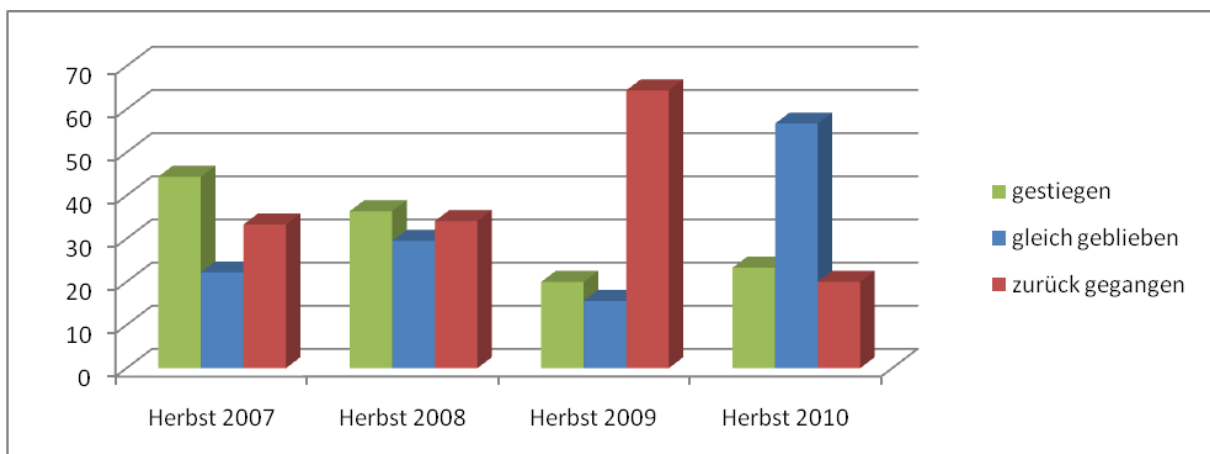


Abb.12: Umsatzentwicklung (in Prozent)

Diese positive Entwicklung spiegelt sich auch in der Umsatzentwicklung wider. 80 Prozent der Befragten konnten gestiegene und gleichbleibende Gewinne verbuchen. Das macht im Vergleich zum Vorjahreszeitraum eine Steigerung von fast 45 Prozent aus.

Die Anzahl derjenigen, die gestiegene Umsätze durch Geschäftsreisende erzielt haben, liegt bei 5 Prozent und ist damit gleichbleibend stabil. Deutlich mehr Unternehmen konnten allerdings wegen eines Plus an Urlaubsreisenden gute Gewinne realisieren. Gründe dafür sind die Aschewolke, die den internationalen Flugverkehr zeitweilig erheblich einschränkte, aber auch die Finanzkrise in Griechenland und daraus resultierende Gewaltausschreitungen. Arbeitgeber sahen folglich davon ab, ihre Angestellten auf Geschäftsreisen zu schicken, um Mehrkosten zu vermeiden. 45 Prozent der befragten Unternehmen gaben Umsatzrückgänge mangels gebuchter Geschäftsreisen an. Die Bürger veranlasste dies wiederum, ihren Urlaub in heimischen Gefilden zu erleben. Die Gewinner des Aschewolke-Ausnahmestands sind laut Dr. Volker Böttcher (CEO der TUI Deutschland GmbH) die Veranstaltungsreisen und damit die Reiseveranstalter (2001).

Umsatz Geschäftsreisende/Urlaubsreisende Herbst 2010 im Vergleich

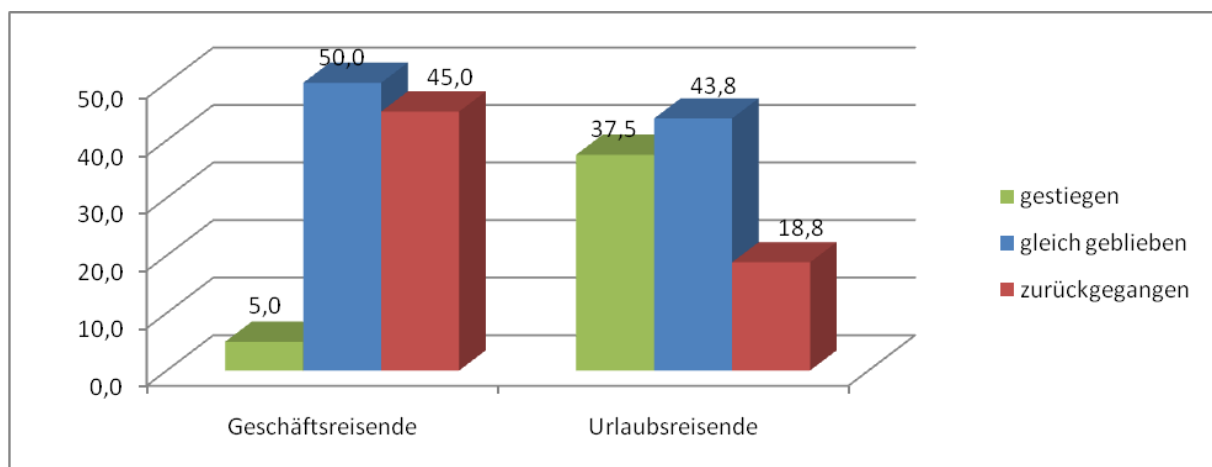


Abb.13: Umsatzvergleich Geschäfts- und Urlaubsreisende 2010 (in Prozent)

Dieses Ergebnis verdeutlicht, dass die Reiselust auch in schwierigen Zeiten ungebrochen ist, was die stabile Geschäftslage der Reisebranche in Brandenburg bestätigt.

Wintersaison – deutlicher Optimismus erkennbar

Von der bevorstehenden Wintersaison verspricht sich die Branche noch mehr Geschäftsabschlüsse als im Vorjahr, denn laut einer Umfrage vom Juni 2010 sind über 2 Millionen Bundesbürger bestrebt noch in diesem Jahr eine Flugreise zu buchen. Damit rechnen auch die Unternehmer in Brandenburg, rund 82 Prozent der Betriebe erwarten eine bessere und unveränderte Geschäftslage. Mit einer schlechten Entwicklung rechnen hingegen nur ca. 18 Prozent der Befragten. Das ist die Hälfte gegenüber dem Vorjahr (2009: 33.3 Prozent).

Erwartete Geschäftslage der Reisebüros/Reiseveranstalter (in Prozent)

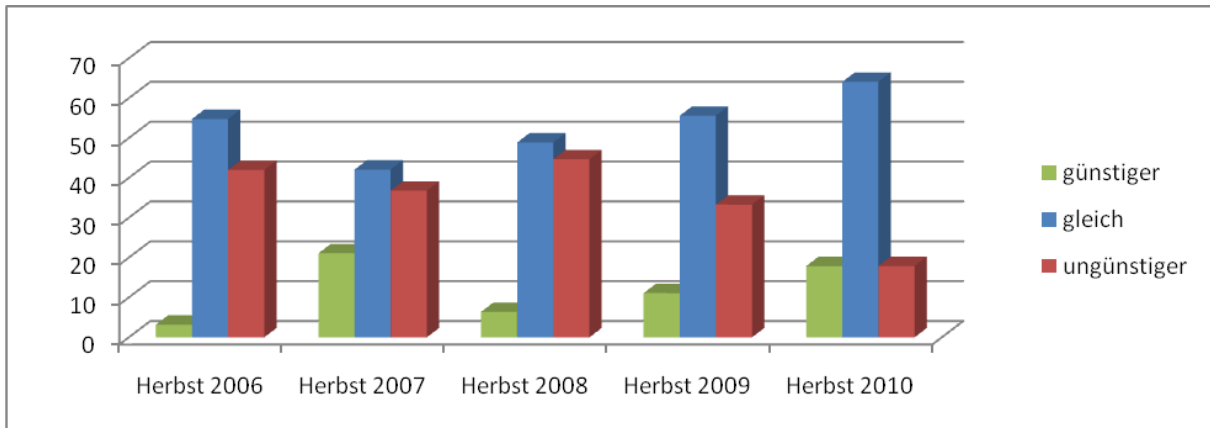


Abb.14: Erwartete Geschäftslage (in Prozent)

Bei den geplanten Investitionen lässt sich zwar ein geringfügiger Einbruch im Vergleich zum Vorjahr vermerken, der allgemeine Positivtrend setzt sich jedoch bei den voraussichtlichen Beschäftigtenzahlen fort. Sehr positiv ist an dieser Stelle die Maßgabe der Befragten, keinen Mitarbeiter zu entlassen. 5,1 Prozent der Betriebe planen sogar Neueinstellungen und 94,9 Prozent halten an ihrer derzeitigen Belegschaft fest.

Quellen:

<http://www.tui-deutschland.de/uuid/56cd681140a34470aca48f2a281e184b>