

# DIHK-Saisonumfrage

Erwartungen an die Wintersaison 2010/11  
Bilanz der Sommersaison 2010



Mit der Auswertung Saisonumfrage – „Bilanz der Sommersaison 2010 – Erwartungen für die Wintersaison 2010/11“ präsentiert der DIHK die Ergebnisse seiner aktuellen Saisonumfrage bei den 80 Industrie- und Handelskammern (IHKs) in Deutschland.

Grundlage für die DIHK-Ergebnisse sind Befragungen der Unternehmen durch die IHKs. Die IHKs befragen jeweils eine repräsentative Auswahl von Mitgliedsunternehmen. Im Herbst 2010 haben sie für die Tourismuswirtschaft circa 6.200 Antworten ausgewertet, darunter sind gut 2.900 Beherbergungsbetriebe, knapp 2.000 Gastronomiebetriebe, knapp 160 Campingplätze sowie über 700 Reisebüros, 200 Reiseveranstalter und circa 230 Busunternehmen. Die Branchenzuteilung orientiert sich an der Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008) des Statistischen Bundesamtes. Die Unternehmen werden unter anderem nach der Einschätzung ihrer aktuellen und zukünftigen Geschäftslage sowie nach Investitions- und Beschäftigungsplänen gefragt.

Für die Darstellung der Ergebnisse werden zumeist Salden verwendet, die z. B. die Differenz zwischen „Günstiger“- und „Ungünstiger“-Anteilen bzw. „Zunehmen“- und „Abnehmen“-Anteilen ausweisen.

Die Umfrage fand überwiegend im Oktober 2010 statt. Die Auswertung im DIHK wurde Mitte Dezember 2010 abgeschlossen. Die Daten wurden entweder schriftlich oder per Online-Fragebogen erhoben.

Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. (DIHK)  
Bereich Dienstleistungen, Infrastruktur, Regionalpolitik – Berlin, Dezember 2010

Copyright                      Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Herausgeber                      © Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. | Berlin | Brüssel

DIHK Berlin:  
Postanschrift: 11052 Berlin | Hausanschrift: Breite Straße 29 | Berlin-Mitte  
Telefon (030) 20 308-0 | Telefax (030) 20 308 1000

DIHK Brüssel:  
Hausanschrift: 19 A-D, Avenue des Arts | B-1000 Bruxelles  
Telefon ++32-2-286 1611 | Telefax ++32-2-286 1605

Internet: [www.ihk.de](http://www.ihk.de)

Redaktion                      Ulrike Regele  
DIHK – Bereich Dienstleistungen, Infrastruktur, Regionalpolitik  
Telefon (030) 20 308-2103 | Telefax (030) 20 308 2111

Stand                              Dezember 2010

## ■ Inhalt

<b>Die wesentlichen Ergebnisse der DIHK-Saisonumfrage</b>	<b>4</b>
<b>I      <b>Geschäftslage im Sommer 2010</b></b>	<b>5</b>
Gastgewerbe: Dickes Plus bei Beherbergung, Campingbetriebe enttäuscht	5
Ankünfte und Übernachtungen	6
Auslastung	6
Touristikmarkt: Reiseveranstalter machen gutes Sommergeschäft	7
Entwicklung nach Segmenten: Geschäftsreisen hängen durch	8
<b>II     <b>Erwartungen und Pläne für die Wintersaison 2010/11</b></b>	<b>9</b>
Erwartungen im Gastgewerbe: Stadtstaaten sind optimistisch	9
Erwartungen im Touristikmarkt: Pessimismus ade	10
Preisentwicklung: Flugverkehrsabgabe macht Reisen teurer	11
Investitionsabsichten und -motive	12
Beschäftigungsentwicklung	14
<b>III    <b>Finanzierung von Tourismusmarketing und -Infrastruktur</b></b>	<b>15</b>
<b>IV    <b>Tabellenanhang</b></b>	<b>17</b>

## Die wesentlichen Ergebnisse der DIHK-Saisonumfrage

### Geschäftslage im Sommer/Herbst 2010

Beherbergungsbetriebe und Reiseveranstalter legten im Sommer und Herbst deutlich zu und sind die Gewinner der Saison. Auch in fast allen anderen Sparten lief es besser als im Vorjahr. Lediglich die Campingbetriebe konnten nicht an ihren Erfolgssommer 2009 anknüpfen. Insgesamt wird 2010 wohl das bislang beste Jahr im Deutschlandtourismus. Gründe sind die leichten Zuwächse bei der Zahl deutscher Reisender sowie das starke Wachstum bei den Übernachtungszahlen ausländischer Gäste.

### Geschäfts- erwartungen für den Winter 2010/11

Das Gastgewerbe erwartet ein besseres Wintergeschäft als im Vorjahr. Gründe sind die verbesserte konjunkturelle Situation in Deutschland, die zu höheren Ausgaben in Gastronomie und Hotellerie führt sowie der positive Trend bei den Übernachtungszahlen. Dies wirkt sich vor allem auf die Erwartungen der Tourismusbetriebe in den Städten aus. Sie sind für die Wintersaison überdurchschnittlich hoch.

Die gute Konsumlaune der Deutschen wirkt sich auch auf das Reiseveranstaltergeschäft aus: 41 % rechnen mit Zuwächsen und nur 10 % gehen von einer ungünstigeren Geschäftslage aus.

### Preisentwicklung

Durch die neu eingeführte Flugverkehrsabgabe und die Bettensteuern an vielen Orten müssen zahlreiche Gäste mehr bezahlen. Vor allem Reisebüros (40 %) und -veranstalter (29%) planen die Preise zu erhöhen. Besonders Flüge und Pauschalreisen werden teurer.

### Investitionen

Die gute Geschäftslage des Tourismusgewerbes schlägt sich positiv auf die Investitionsabsichten nieder. Vor allem die Beherbergungsbetriebe planen verstärkt Investitionen. Innovationen und Erweiterungen des Angebots (z.B. Wellness-Bereich) gewinnen an Bedeutung.

### Beschäftigung

Die guten Erwartungen führen zu mehr Beschäftigung. In allen Sparten (bis auf Camping) entwickeln sich die Beschäftigungspläne positiv. Im Gastgewerbe ist mit 5.000 neuen Arbeitsplätzen zu rechnen.

### Finanzierung der Tourismusförderung

Bettensteuern und Kulturförderabgaben sind heiß diskutierte Themen in der Branche. Es sind Abgaben, die nur kommunale Haushaltslöcher stopfen. Sie werden von der Wirtschaft abgelehnt. Zunächst müssen die Kommunen ihre Haushalte über Ausgabenreduktion konsolidieren. An der Förderung des Tourismus vor Ort, beteiligt sich die Branche intensiv: Fast 90 % der gastgewerblichen Unternehmen bezahlen Beiträge an touristische Verbände, sponsern Veranstaltungen oder sind über Tourismusabgaben an der Tourismusförderung vor Ort beteiligt. Dabei profitieren viele vom Tourismus: Kommunen über die Wertschöpfung der touristischen Betriebe sowie Einwohner und Wirtschaft im Allgemeinen durch höhere Attraktivität des Standorts.

## I GESCHÄFTSLAGE SOMMER 2010

### Gastgewerbe: Dickes Plus bei Beherbergung, Campingbetriebe enttäuscht

Das Gastgewerbe ist mit der Sommersaison 2010 (April – September) zum großen Teil zufrieden (s. Abb. 2). Bei Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben verbesserte sich die Geschäftslage im Vergleich zum Vorjahr. Während es bei der Gastronomie nur einen leichten Anstieg des Saldos um 5 Prozentpunkte gab, stieg er im Bereich Beherbergung um 17 Punkte. Lediglich die Campingbetriebe mussten nach dem sehr guten Sommer 2009 einen leichten Rückgang hinnehmen. Der Saldo fiel um 16 Punkte (s. Abb. 1).

Auch die Umsätze wurden im Beherbergungs- und Gastronomiebereich besser eingeschätzt als im Vorjahr (Saldo +36 bzw. +30 Punkte) (s. Abb. 3).

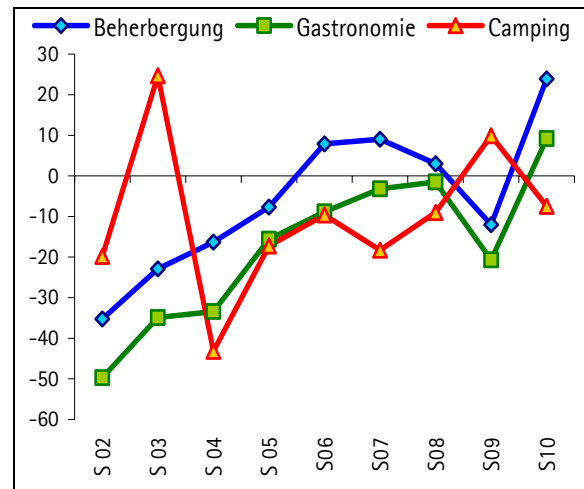


Abb. 3: Umsatzentwicklung im Gastgewerbe im Vergleich zum Vorjahr (Saldo Gestiegen-/Zurückgegangen-Anteile)

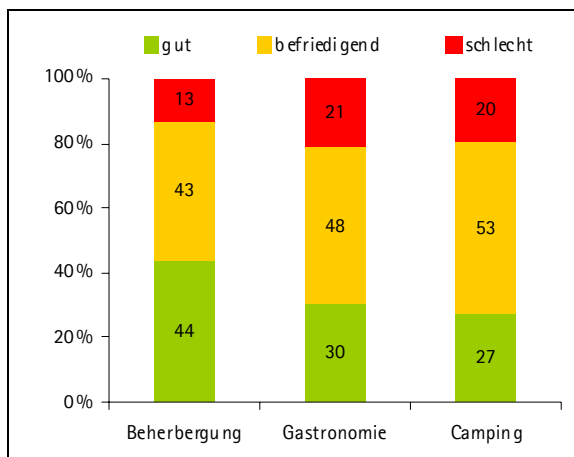


Abb. 2: Geschäftslage Sommersaison 2010

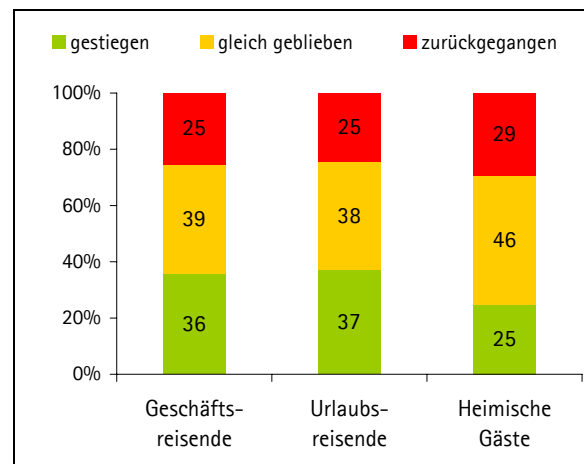


Abb. 4: Umsatzentwicklung im Gastgewerbe nach Zielgruppen

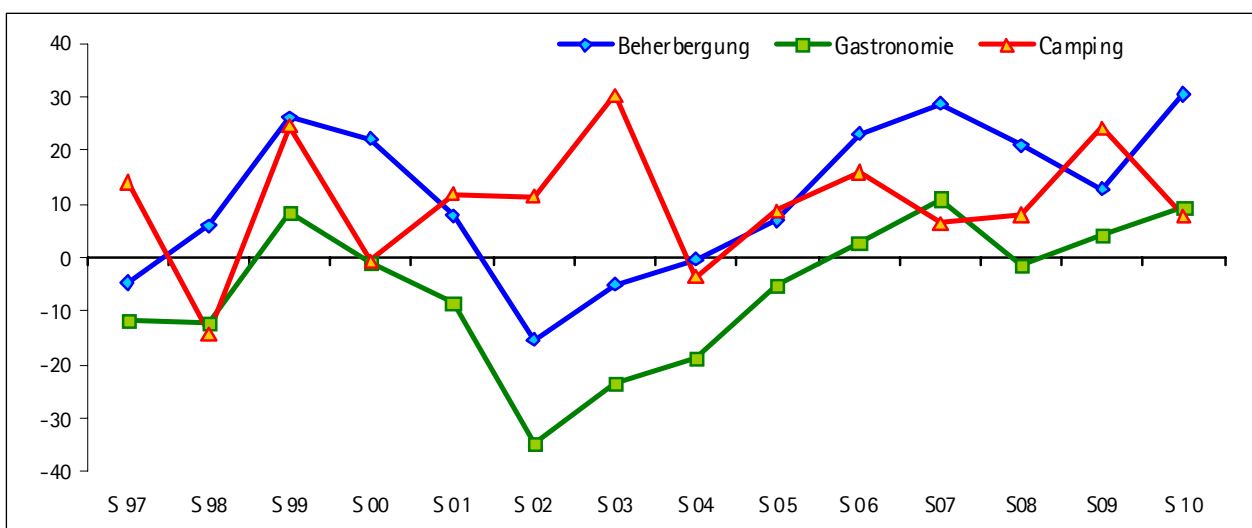


Abb. 1: Entwicklung der Bewertung der Geschäftslage im Gastgewerbe (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

### Ankünfte und Übernachtungen

Treiber für die gute Stimmung in der Branche sind die Ankunfts- und Übernachtungszahlen in der Sommersaison (s. Abb. 5 und Abb. 6). Bis auf Mai lagen sie in jedem Monat höher als im Vorjahr. Damit haben sich beide Werte im sechsten Jahr in Folge verbessert. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Sommersaison lag bei 2,83 Nächten. Sie ist damit leicht gesunken (Vorjahr: 2,90 Nächte).

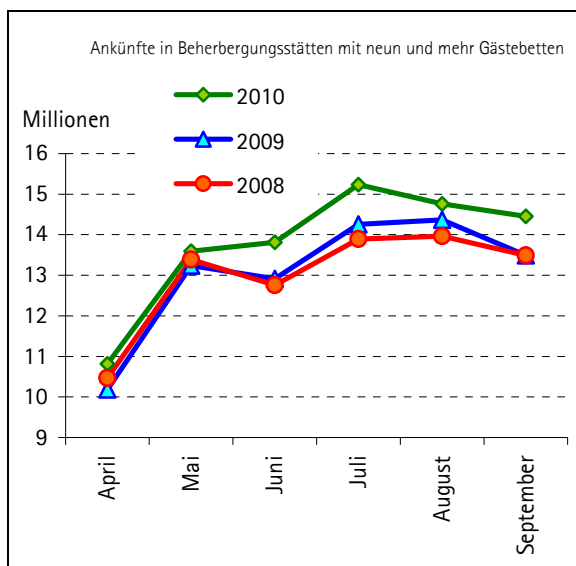


Abb. 5: Ankünfte in deutschen Beherbergungsstätten  
Quelle: Statistisches Bundesamt

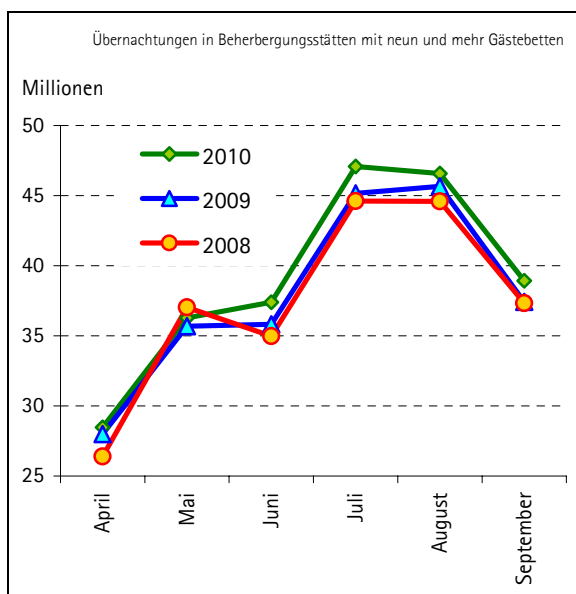


Abb. 6: Übernachtungen in deutschen Beherbergungsstätten  
Quelle: Statistisches Bundesamt

### Auslastung

Die verbesserte Geschäftslage hat sich auch auf die Zimmerauslastung ausgewirkt. Sie stieg um knapp zwei Prozentpunkte auf 53,2%. In der Hotellerie lag sie sogar noch fast zwei Prozentpunkte höher. Bei den einfacheren Beherbergungsarten wie Pensionen und Gasthöfen dagegen circa 10 Prozentpunkte niedriger. Regionaler Spitzenreiter ist Berlin. Dort wurde ein Spitzenwert von knapp 70% erreicht.

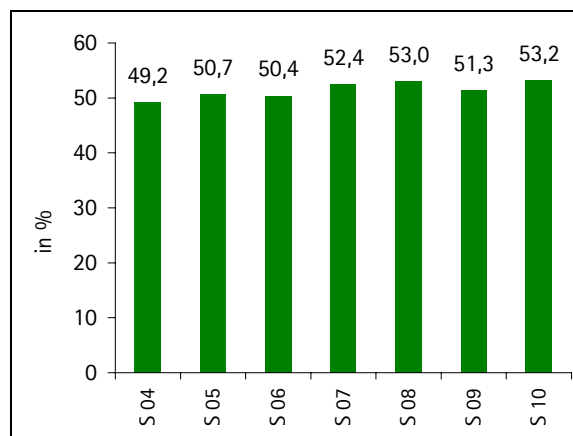


Abb. 7: Entwicklung Zimmerauslastung

Obwohl die Campingbetriebe die Geschäftslage etwas schlechter als im Vorjahr einschätzen, ist die Stellplatzauslastung leicht gestiegen.

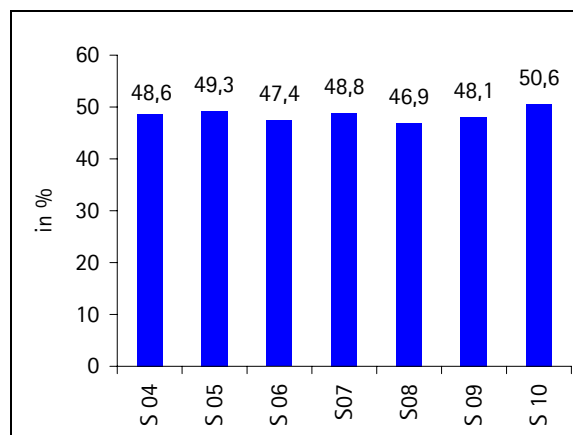


Abb. 8: Entwicklung der durchschnittlichen Stellplatzauslastung

## Touristikmarkt: Reiseveranstalter machen gutes Sommergeschäft

Alle Sparten im Touristiksektor haben sich in der Sommersaison positiv entwickelt (s. Abb. 10). Der Lagesaldo hat vor allem bei Reisebüros und -veranstaltern deutlich zugelegt (plus 38 bzw. plus 26 Prozentpunkte). Die Omnibusunternehmen haben ihre Lage ebenfalls sehr gut bewertet: nur 11% gaben dem Sommer die Note „schlecht“, fast 90% dagegen urteilten mit „gut“ oder „befriedigend“ (s. Abb. 9). Damit verbesserte sich die Lage gegenüber dem Vorjahr weiter.

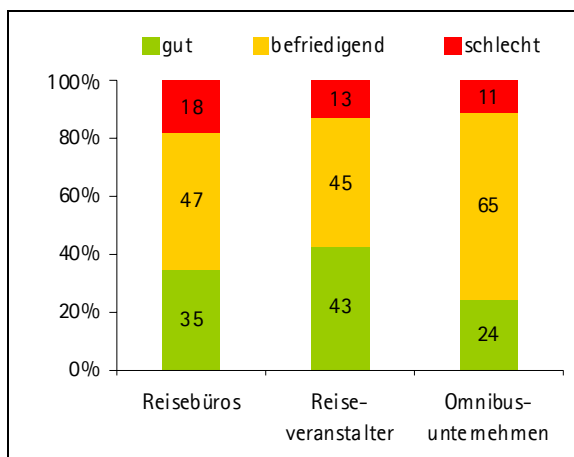


Abb. 9: Geschäftslage Sommersaison 2010

Auch die Umsätze konnten wieder deutlich zulegen. (s. Abb. 11). Vor allem die Reisebüros konnten zulegen. Der Saldo lag mit 9 Punkten deutlich über dem Tiefpunkt des Vorjahressommers. Bei den Busunternehmen bleibt der Saldo trotz verbesserter Geschäftslage mit minus 6 Punkten unterhalb der Null-Linie.

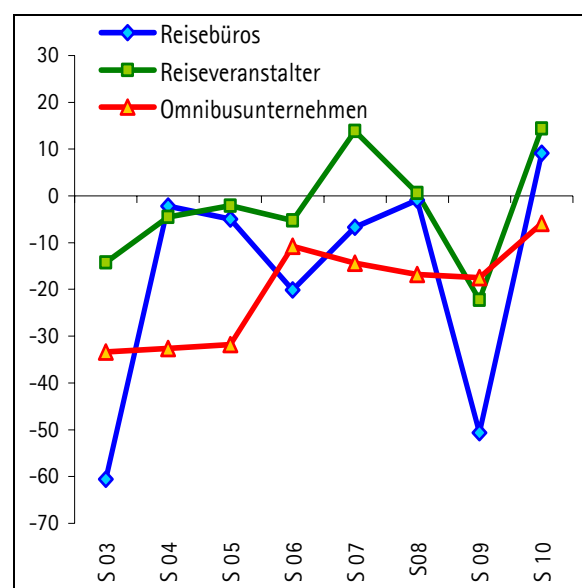


Abb. 11: Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Saldo Gestiegen-/Zurückgegangen-Anteile)

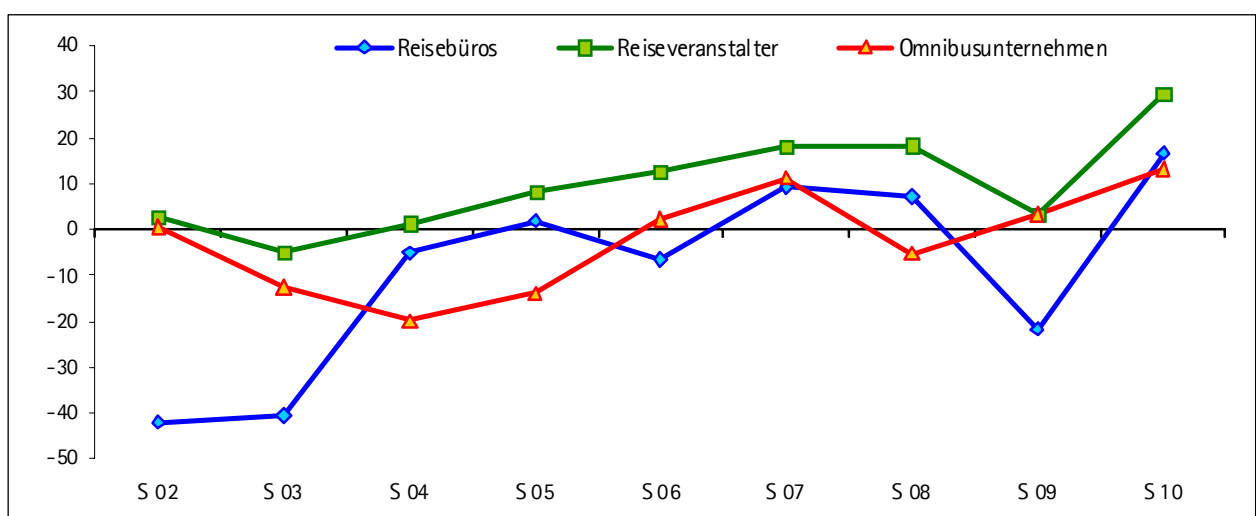


Abb. 10: Entwicklung der Bewertung der Geschäftslage im Touristikmarkt (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

### Entwicklung nach Segmenten:

#### Geschäftsreisen hängen durch

Der Inlandsmarkt hat sich in der Sommersaison stabilisiert. Der Outgoing-Markt entwickelte sich sogar leicht positiv (s. Abb. 12). Obwohl die Gästezahlen aus dem Ausland angestiegen sind, wurde der Incoming-Markt eher rückläufig beurteilt. Die ausländischen Urlauber scheinen ihre Reisen eher individuell zu organisieren und weniger die Hilfe von professionellen Reisemittlern in Anspruch zu nehmen.

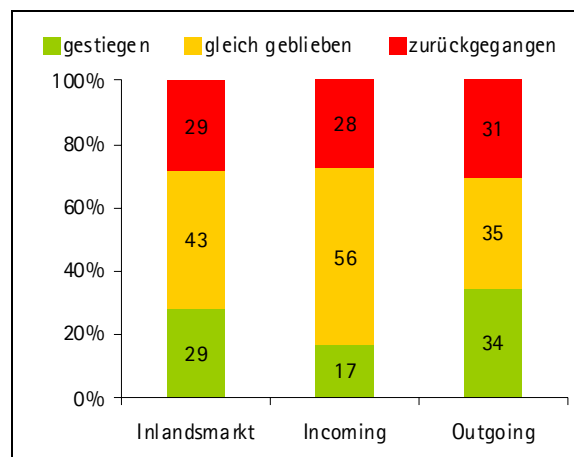


Abb. 12: Buchungsentwicklung nach Segmenten Sommersaison 2010

Deutliche Unterschiede gab es in den Segmenten Geschäfts- und Urlaubsreisen (s. Abb. 13 und Abb. 14). Der Urlaubsreisemarkt entwickelte sich bei Reisebüros und –veranstaltern positiv. Allerdings traf – vor allem die Reisebüros – ein starker Rückgang im Geschäftskundensegment: 46% der Betriebe berichteten von rückläufigen Geschäften in diesem Segment. Dabei dürfte weniger die Zahl der Reisen ausschlaggebend sein, sondern vor allem die Sparbemühungen der Travel Manager. Einschränkungen bei Flug-Serviceklassen und Hotelkategorien, die während der Wirtschaftskrise eingeführt wurden, werden häufig weiter beibehalten.

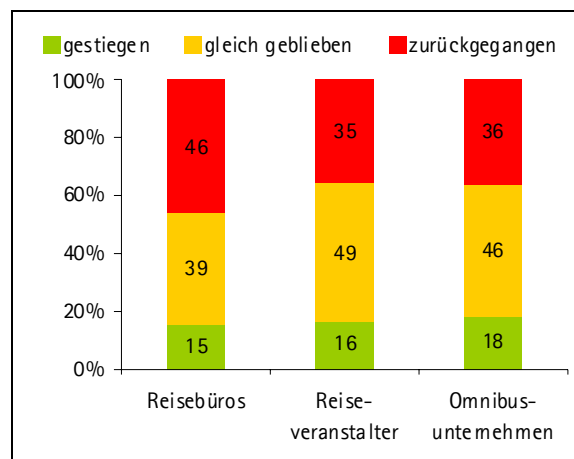


Abb. 13: Umsatzentwicklung im Bereich Geschäftsreisen Sommersaison 2010

Die Busbetriebe hatten im Geschäftsreisesegment eine ähnliche Entwicklung wie die Veranstalter zu verzeichnen. Sie meldeten dort zu gut einem Drittel Rückgänge und nur knapp zwanzig Prozent konnten Zuwächse verzeichnen. Auch im Urlaubsreisegeschäft war das Geschäft für ein gutes Drittel der Betriebe rückläufig. Nur jedes fünfte Unternehmen berichtete von gestiegenen Umsätzen in diesen Segment.

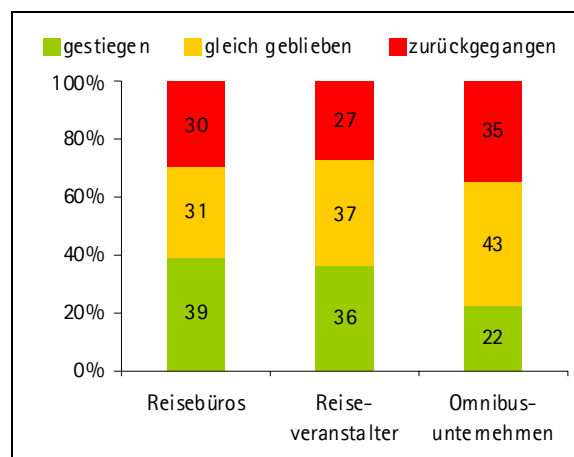


Abb. 14: Umsatzentwicklung im Bereich Urlaubsreisen Sommersaison 2010

## II ERWARTUNGEN UND PLÄNE FÜR DIE WINTERSAISON 2010/11

### Erwartungen im Gastgewerbe: Stadtstaaten sind optimistisch

Das Gastgewerbe hat seine Einschätzung für den Winter 2010/11 im Vergleich zum Vorjahr nach oben geschraubt. Der Saldo im Beherbergungs- und Gastronomiesektor liegt sogar im positiven Bereich (plus 7 bzw. plus 1 Punkt(e)). Die Campingbetriebe sind etwas skeptischer (Saldo minus 5 Punkte) (s. Abb. 16). Insgesamt gehen 83% der Beherbergungs- und 80% der Gastronomiebetriebe von einer günstigeren oder gleich bleibenden Geschäftslage aus. Mit der konjunkturellen Erholung kommt der Geschäftsreiseverkehr immer besser in Gang. Zudem befördert die gute Arbeitsmarktentwicklung die Reiselust von Privatleuten, das Reisejahr 2011 positiv beeinflussen wird.

Deutliche Unterschiede zeigt die Betrachtung nach Bundesländern. Durchweg negativ sind die Erwartungssalden in den östlichen Bundesländern. Dagegen wird vor allem in den Stadtstaaten Berlin, Bremen und Hamburg eine gute Wintersaison erwartet. Die beste Stimmung herrscht in den gastgewerblichen Betrieben des Saarlands. Dort liegt der Saldo bei plus 36 Punkten.

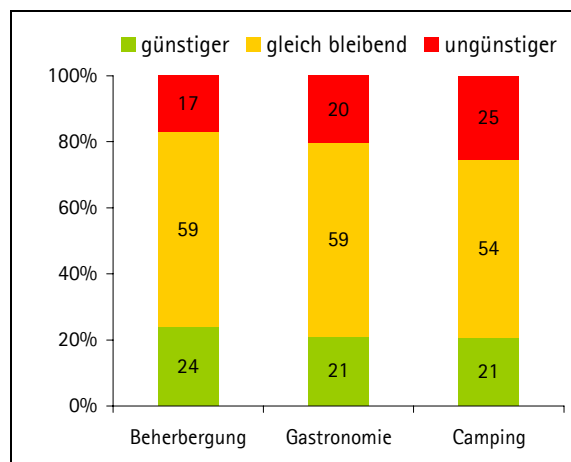


Abb. 15: Erwartete Geschäftslage im Gastgewerbe für die Sommersaison 2010

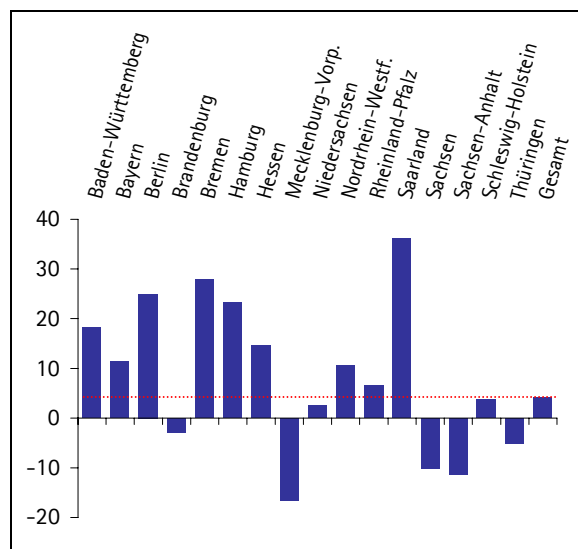


Abb. 17: Einschätzung der Geschäftslage für die Sommersaison im Gastgewerbe – Vergleich nach Bundesländern (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

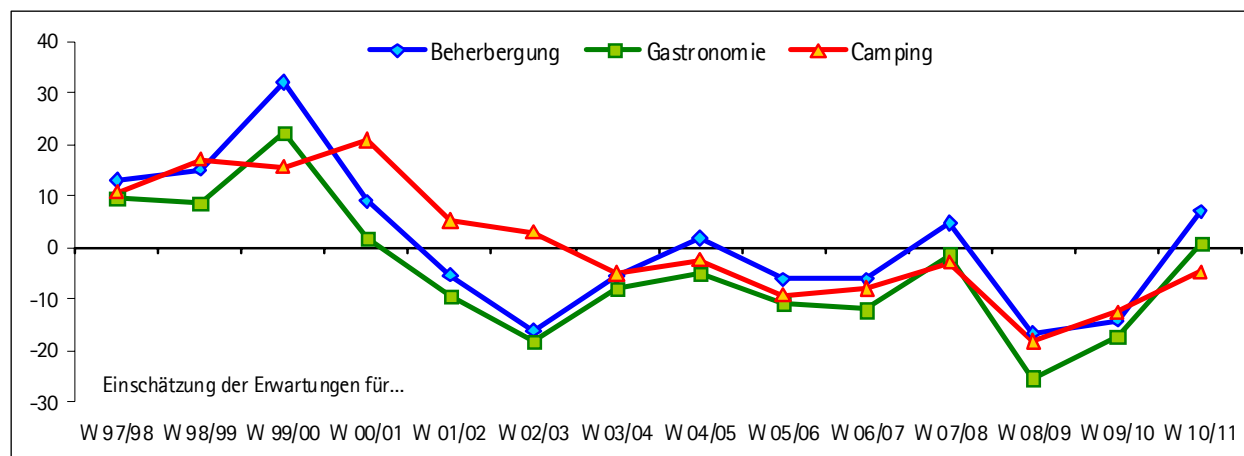


Abb. 16: Entwicklung der Einschätzung der Geschäftslage im Gastgewerbe (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

## Erwartungen im Touristikmarkt: Pessimismus ade

Die Unternehmen schätzen ihre Geschäftsaussichten für den Winter erheblich besser ein als im Vorjahr. 90% der Reiseveranstalter gehen von einer gleichbleibenden oder sogar günstigeren Geschäftslage aus. Bei den Reisebüros sind das immerhin noch über 80%. In der Busbranche ist die Zahl der Optimisten etwas geringer, aber nur 24% der Betriebe erwarten eine ungünstigere Geschäftslage (vgl. Abb. 19).

Im Vergleich mit dem Vorjahr ist der Optimismus in allen Segmenten zurückgekehrt (s. Abb. 18). Der Erwartungssaldo von Reisebüros und –veranstalter ist wieder positiv. Er hat sich um je 40 Prozentpunkte auf plus 13 bzw. plus 31 Punkte verbessert. Im Bussektor fällt die Verbesserung nicht so deutlich aus. Der Saldo liegt weiterhin im negativen Bereich. Er verbessert sich aber leicht von minus 19 auf minus 9 Punkte.

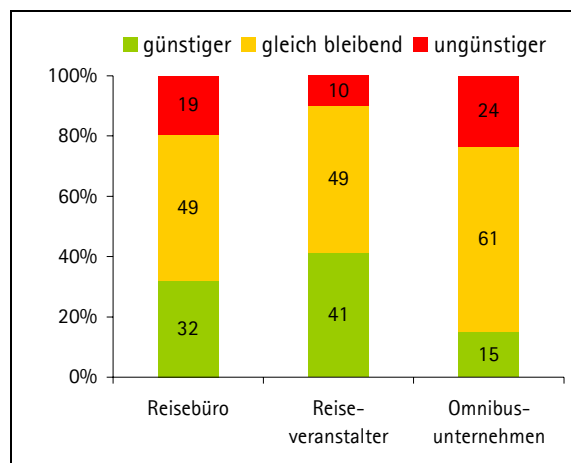


Abb. 19: Erwartete Geschäftslage im Touristikmarkt für die Wintersaison 2010/11

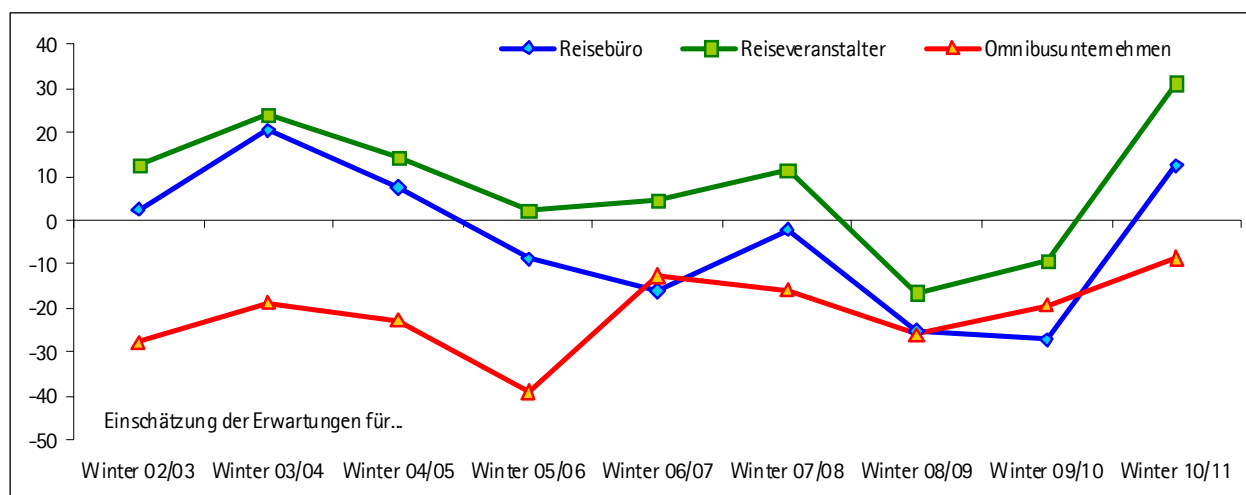


Abb. 18: Entwicklung der Einschätzung der Geschäftslage im Touristikmarkt (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

## Preisentwicklung: Flugverkehrsabgabe macht Pauschalreisen teurer

Insgesamt bleiben die Reisepreise im Gastgewerbe zwar weitgehend stabil – fast 80% der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe wollen die Preise nicht erhöhen. Allerdings steigt die Zahl der Betriebe, die sich zu Preiserhöhungen gezwungen sehen im Vergleich zum Vorjahr leicht an (s. Abb. 20). Damit erhöhen sich die Salden im Beherbergungs- und Gastronomiebereich gegenüber den Werten aus dem Sommer 2009. Im Campingsektor bleibt der Saldo dagegen relativ stabil (s. Abb. 21).

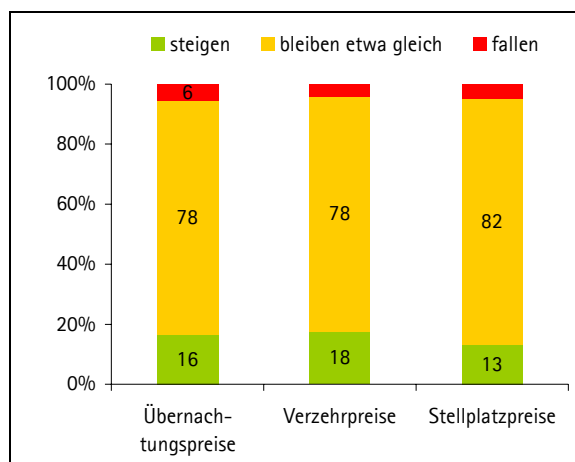


Abb. 20: Entwicklung der Preise im Gastgewerbe

Im Touristikmarkt ist mit steigenden Preisen zu rechnen. Die Anzahl der Unternehmen, die Preise erhöhen wollen, liegt deutlich über der Zahl, die Preise senken wollen: 40% der Reisebüros und jeweils 29% der Veranstalter und Busbetriebe rechnen mit Preissteigerungen. Sinkende Preise sieht kaum ein Unternehmen (s. Abb. 22). Preis treibend erweist sich bei Reisebüros und -veranstaltern die neue Flugverkehrsabgabe, die bei Flügen und Pauschalreisen ab 2011 an die Kunden weitergegeben wird. Gegenüber dem Vorjahr ist der Druck zu Preissteigerungen damit deutlich gestiegen: Die Salden haben sich in allen Segmenten erhöht (s. Abb. 23).

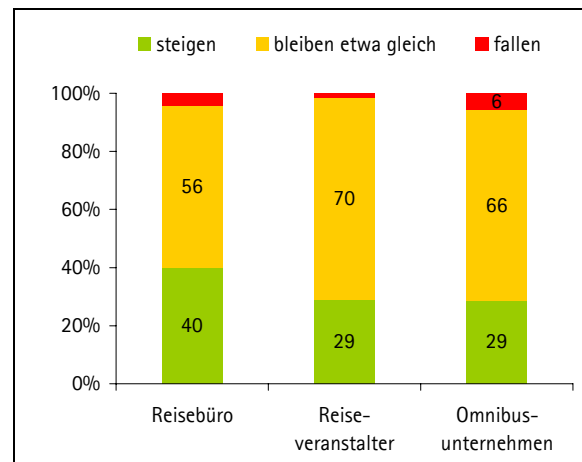


Abb. 22: Entwicklung der Preise in der Touristik

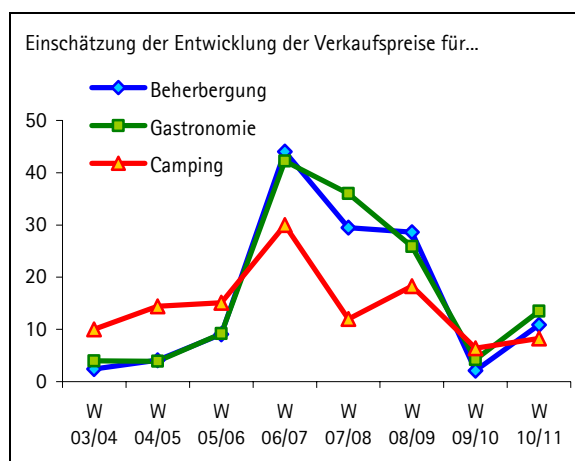


Abb. 21: Entwicklung der Preise im Gastgewerbe (Saldo Steigen/Fallen-Anteile)

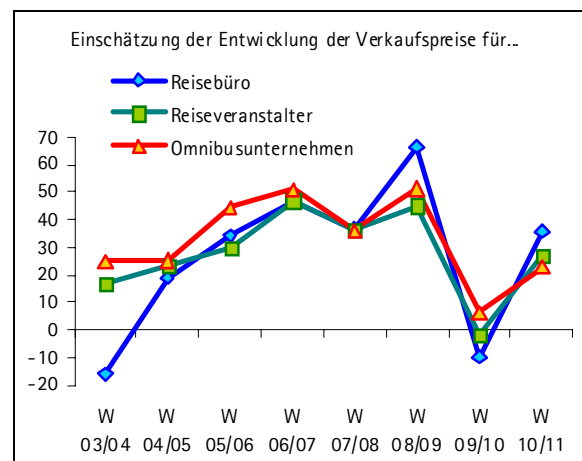


Abb. 23: Entwicklung der Preise im Touristikmarkt (Saldo Steigen-/Fällen-Anteile)

### Investitionsabsichten und -motive

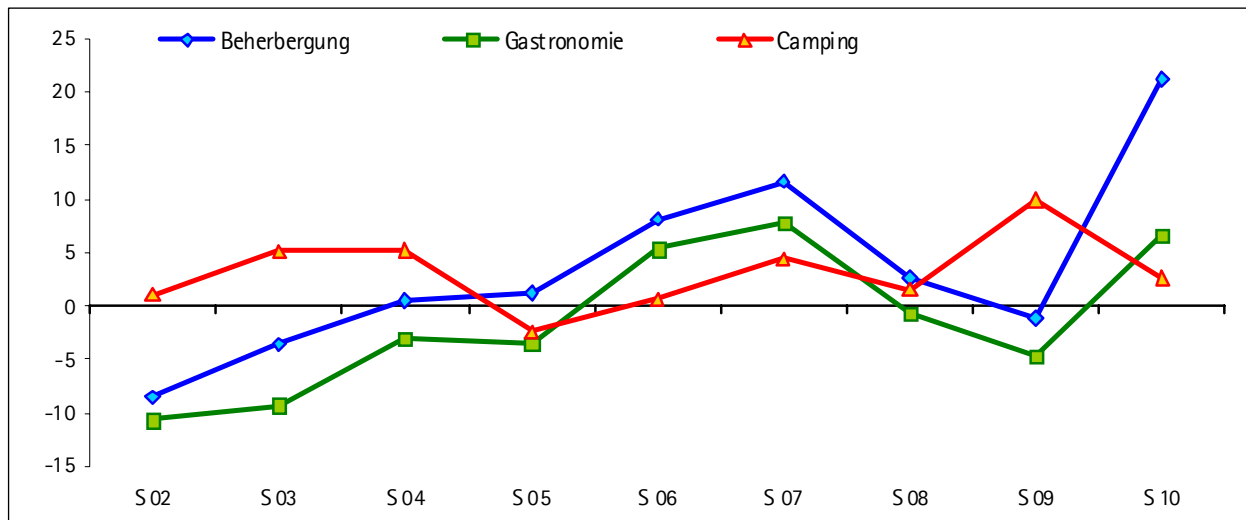


Abb. 24: Entwicklung: Investitionsabsichten im Gastgewerbe (Saldo Zunehmen/Abnehmen-Anteile)

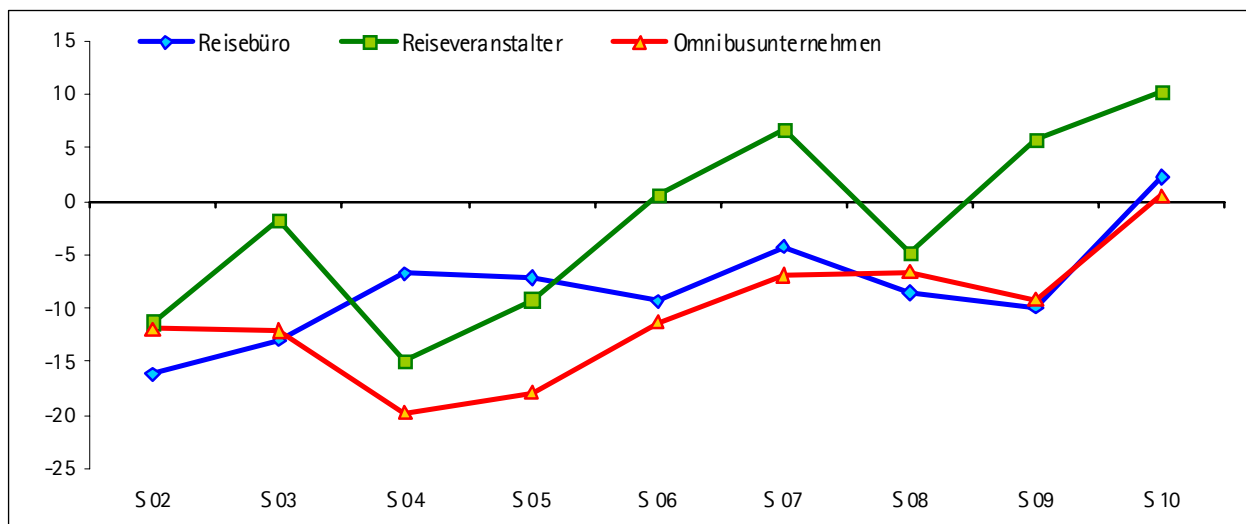


Abb. 25: Entwicklung: Investitionsabsichten im Touristikmarkt (Saldo Zunehmen/Abnehmen-Anteile)

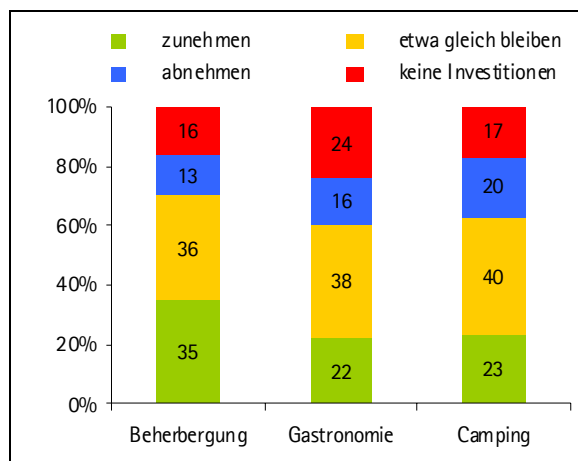


Abb. 26: Investitionsabsichten im Gastgewerbe

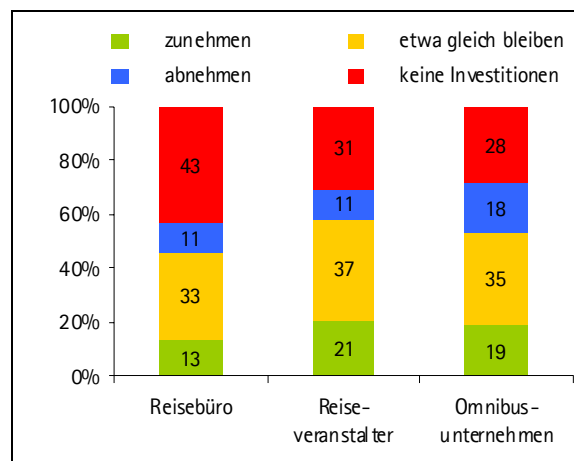


Abb. 27: Investitionsabsichten im Touristikmarkt

Die positive Geschäftsentwicklung beflügelt die Investitionsabsichten im Beherbergungsmarkt (s. Abb. 24 / Abb. 26 sowie Tabellenanhang). Bis auf den Campingsektor zeigt die Entwicklung der Salden nach oben. Das heißt: Fast in der gesamten Branche wollen die Unternehmen die Investitionen steigern. Das gilt auch für die Touristikbetriebe. Dort bleibt allerdings der Anteil der Betriebe, die überhaupt nicht investieren wollen, relativ hoch (vgl. Abb. 25 und Abb. 27).

An erster Stelle der Investitionen stehen überall Modernisierung und Ersatzbeschaffungen. Vor allem Gastronomiebetriebe steigern hier die Investitionen (plus 7 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr). Das Beherbergungsgewerbe setzt, motiviert durch die guten Zuwachsraten, verstärkt auf Produktinnovationen und Angebotserweiterung (plus 5 Prozentpunkte). Dafür wird im Gastgewerbe deutlich weniger für Rationalisierungsmaßnahmen und Kostensenkungen investiert (Beherbergung: minus 7 bzw. Gastronomie: minus 8 Prozentpunkte).

Reiseveranstalter setzten stärker als in den Vorjahren auf Kapazitätserweiterung und Modernisierung/ Ersatzbeschaffung (plus 4 bzw. plus 5 Prozentpunkte). Diese Punkte haben auch bei den Reisebüros an Bedeutung gewonnen. Dort spielen aber auch Produktinnovationen und Angebotserweiterungen eine wichtigere Rolle (plus 11 bzw. plus 8 Prozentpunkte).

Bei den Busunternehmen sind die Investitionen für Umweltschutzmaßnahmen weiter gesunken (minus 19 Prozentpunkte, s. Tabellenanhang). Die Umrüstung oder Neuanschaffung von Fahrzeugen für die Umweltzonen ist für viele Betriebe abgeschlossen. Dafür haben sie die Investitionen in andere Bereiche, wie Modernisierung/Ersatzbeschaffung und Kapazitätserweiterung, wieder verstärkt (plus 14 bzw. plus 10 Prozentpunkte).

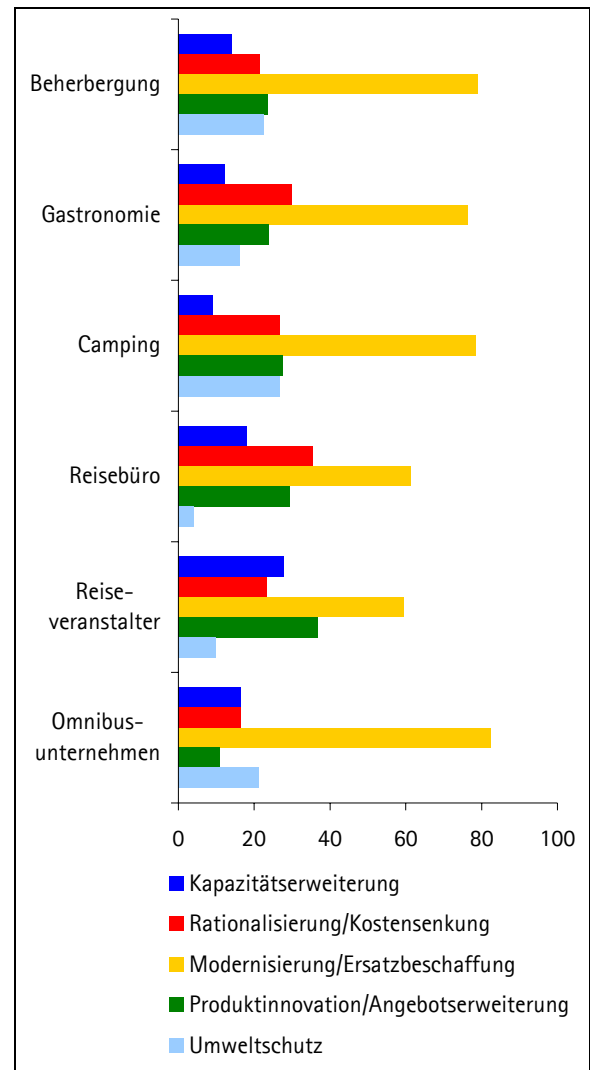


Abb. 28: Bereiche der Investitionsplanung (Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)

## Beschäftigungsentwicklung

Die guten Erwartungen für den Winter 2011 schlagen auf die Beschäftigungspläne durch. Im Beherbergungs- und Gastronomiebereich steigt der Saldo im Vergleich zum Vorjahr um 18 bzw. 17 Punkte (s. Abb. 29). Zwar bleibt der Saldo in der Gastronomie noch knapp im negativen Bereich, was erfahrungsgemäß auf eine stabile Beschäftigung hindeutet. Im Beherbergungsbereich liegt er knapp im Plus. Beide Werte liegen aber deutlich über dem langjährigen Durchschnitt. Das bedeutet, dass für das Gastgewerbe insgesamt mit 5.000 neuen Arbeitsplätzen zu rechnen ist. Lediglich im Campingsektor werden in den Wintermonaten witterungsbedingt weniger Mitarbeiter benötigt.

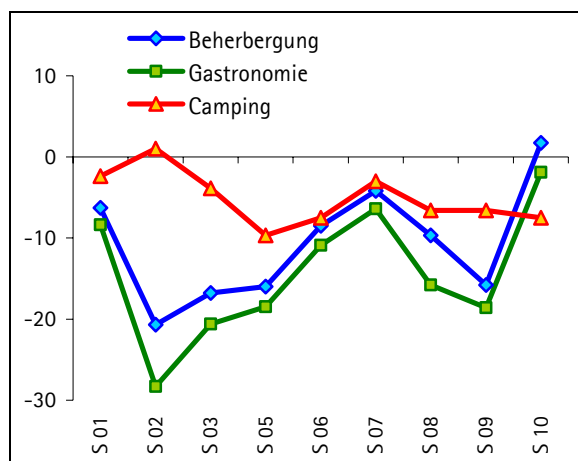


Abb. 29: Entwicklung der Beschäftigten im Gastgewerbe (Saldo Zunehmen-/Abnehmen-Anteile)

Auch im Touristiksektor steigen die Chancen für Neueinstellungen. Dort verbessern sich alle Saldenwerte. Bei den Reiseveranstaltern beträgt der Wert sogar plus 6 Prozentpunkte, so dass hier mit einem Beschäftigungsaufbau zu rechnen ist. Reisebüros und Busunternehmen bleiben etwas zurückhaltender. Dort holt der Saldo zwar auf, bleibt aber mit minus 4 bzw. minus 8 Prozentpunkten im negativen Bereich. Alle Werte liegen aber über dem langjährigen Durchschnitt, so dass auch im Touristiksegment in der Summe mit mehr Beschäftigten zu rechnen ist.

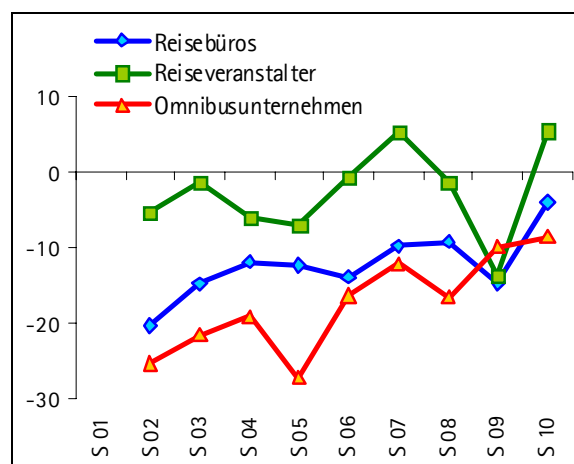


Abb. 31: Entwicklung der Beschäftigten im Touristikmarkt (Saldo Zunehmen-/Abnehmen-Anteile)

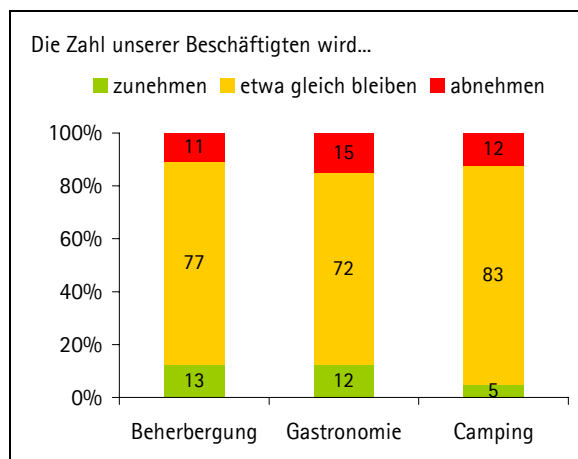


Abb. 30: Entwicklung der Beschäftigten im Gastgewerbe

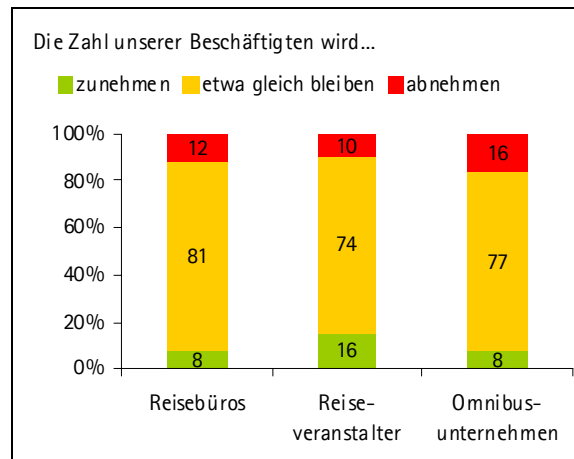


Abb. 32: Entwicklung der Beschäftigten im Touristikmarkt

### III FINANZIERUNG VON TOURISMUS-MARKETING UND –INFRASTRUKTUR

Nachdem im Frühjahr 2010 die Diskussion um Bettensteuern und Kulturförderabgaben in mehreren Städten aufgekommen ist, sind inzwischen verschiedene Modelle eingeführt worden und warten auf rechtliche Überprüfung.

Abgaben zur Förderung des kommunalen Tourismus gibt es schon sehr lange. Sie werden in prädiagnostizierten Urlaubsorten (z. B. Kurorten) erhoben und zweckgebunden für Tourismusmarketing und –infrastruktur verwendet. Zudem zahlt die Wirtschaft auf freiwilliger Basis Beiträge für Tourismusverbände und sponsert Aktivitäten zur Attraktivitätssteigerung von Destinationen.

Die DIHK-Umfrage zeigt: 87% der Unternehmen zahlen auf Grund ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit im Tourismus Abgaben oder freiwillige Beiträge. Am häufigsten werden die örtlichen Tourismusorganisationen unterstützt: fast 60% der Unternehmen bezahlen Beiträge. Außerdem müssen relativ viele Betriebe (56,4%) eine Fremdenverkehrs- oder Tourismusabgabe bezahlen (s. Abb. 33).

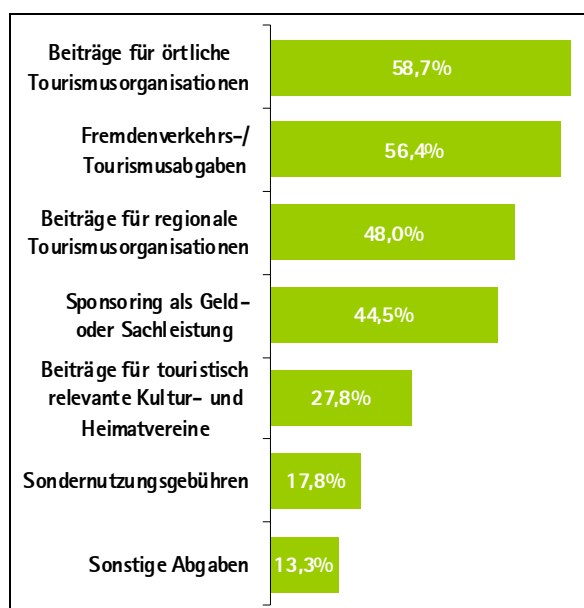


Abb. 33: Anteil gastgewerblicher Betriebe mit Ausgaben für Tourismusförderung

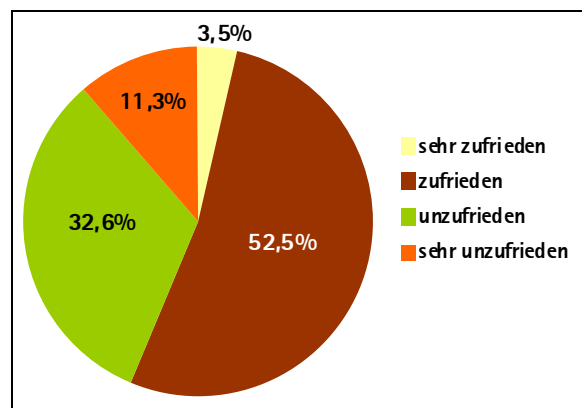


Abb. 34: Zufriedenheit mit Verwendung der Fremdenverkehrs-/Tourismusabgabe

Mit der Verwendung der Fremdenverkehrs- und Tourismusabgaben ist die Branche mit knapper Mehrheit zufrieden oder sehr zufrieden. Allerdings sehen auch knapp 50% der Betriebe Probleme bei der Verwendung dieser Abgaben. Häufige Kritikpunkte sind die bürokratische und praxisferne Erhebung sowie die intransparente Verwendung der Abgaben. Hier müssen die Kommunen verstärkt in einen Austausch über einfache Abwicklungsprozesse gehen und der Wirtschaft zeigen wofür die Abgaben verwendet werden.

Die momentan diskutierten Modelle der Bettensteuern oder Kulturförderabgaben, bei denen die Gelder in den allgemeinen Haushalt der Kommunen landen, werden von der Wirtschaft abgelehnt. Fehlerhaftes Finanzmanagement der Kommunen darf nicht auf Kosten einzelner Wirtschaftszweige gehen. Zunächst müssen die Kommunen ihre Haushalte über Ausgabenreduktion konsolidieren. Weitere Argumente gegen die Bettensteuer-Modelle sind der zusätzliche bürokratische Aufwand für Gäste und Hotels sowie eine rechtlich unsichere Grundlage. Die Erhebung einer Bettensteuer kann zudem Tourismusstandorte schwächen. Erste Unternehmen vermeiden z. B. Übernachtungen in Köln und weichen stattdessen auf das bettensteuerfreie Düsseldorf aus.

Die Branche ist aber durchaus bereit, über das heutige Maß hinaus auch finanzielle Verantwortung für die Tourismusförderung zu übernehmen. Die DIHK-Umfrage zeigt, dass bezogen auf das gesamte Gastgewerbe, zwar eine knappe Mehrheit nicht bereit ist, weitere Zahlungen zu leisten (s. Abb. 35). In der Gruppe der Hotels dreht sich dieses Verhältnis allerdings um. Dort kann sich eine knappe Mehrheit unter bestimmten Voraussetzungen vorstellen, weitere finanzielle Mittel zur Förderung des Tourismus zu bezahlen (s. Abb. 36).

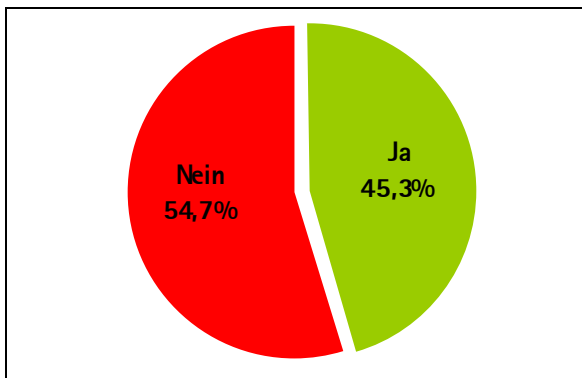


Abb. 35: Bereitschaft zu weiteren Zahlungen – Gastgewerbe gesamt

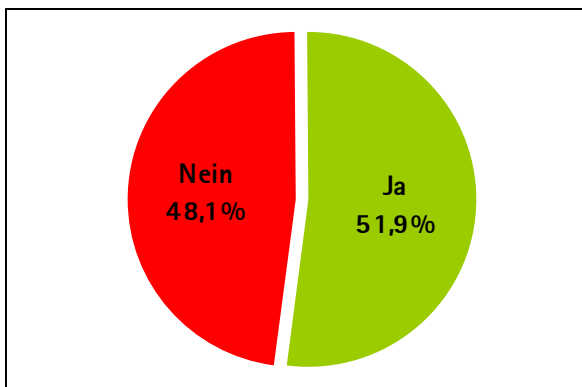


Abb. 36: Bereitschaft zu weiteren Zahlungen – Hotellerie

Als wichtigste Voraussetzung wird die zweckgebundene Verwendung der Mittel für touristische Zwecke genannt. An zweiter Stelle steht die Einbindung aller Wirtschaftszweige, die vom Tourismus profitieren. Auch Gastronomie, Einzelhandel, Freizeiteinrichtungen bis hin zu Handwerksbetrieben sollten also je nach Anteil an der touristischen Wertschöpfung die Tourismusförderung unterstützen. Etwas weniger wichtig, aber immerhin noch für die Hälfte der Zahlungsbereiten ist die Mitsprache der Wirtschaft bei der Verwendung der Mittel (s. Abb. 37) Voraussetzung. Damit ist auch sichergestellt, dass Transparenz über den Einsatz der Gelder besteht. Die weiteren Zahlungen dürfen zudem nicht zu einer Reduzierung der öffentlichen Ausgaben dienen, sondern sollen dazu dienen, Tourismusförderung noch besser und effektiver zu gestalten.

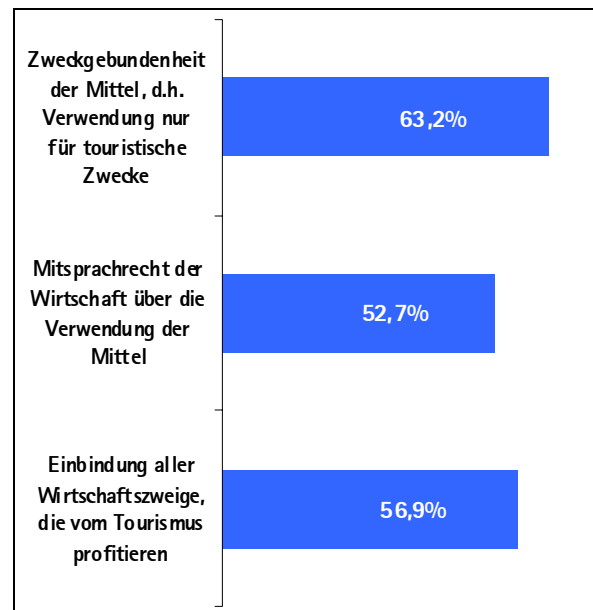


Abb. 37: Voraussetzungen für Zustimmung zur Erhebung weiterer Abgaben (basierend auf Ja-Antworten zur Bereitschaft für weitere Zahlungen)

## IV TABELLENANHANG

	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09	W 09/10	S 10
<b>Beherbergungsbereich</b>										
<b>A Gegenwärtige Lage/Beurteilung</b>										
<b>1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...</b>										
gut	24,0	39,3	32,9	42,9	27,7	38,1	21,1	35,2	25,5	43,6
befriedigend	42,9	44,6	43,9	43,1	43,4	44,8	42,3	42,5	44,2	43,2
schlecht	33,1	16,1	23,2	14,1	28,9	17,1	36,6	22,3	30,2	13,2
Saldo	-9,1	23,2	9,7	28,8	-1,2	21,0	-15,5	12,9	-4,7	30,4
<b>2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...</b>										
gestiegen	24,0	36,2	31,9	37,0	25,8	33,2	16,2	27,2	21,0	45,3
gleich geblieben	32,6	35,5	34,5	35,0	35,1	36,6	31,3	33,6	34,9	33,3
zurückgegangen	43,4	28,3	33,7	28,0	39,1	30,2	52,5	39,2	44,1	21,4
Saldo	-19,4	7,9	-1,8	9,0	-13,3	3,0	-36,3	-12,0	-23,1	23,9
<b>3 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist die Zimmerauslastung ...</b>										
gestiegen	22,8	34,1	31,0	35,3	23,4	29,7	16,1	26,0	19,3	36,0
gleich geblieben	33,2	36,6	33,9	37,3	34,5	37,9	30,5	32,9	35,4	39,1
zurückgegangen	44,0	29,4	35,1	27,4	42,1	32,4	53,4	41,0	45,3	24,9
Saldo	-21,2	4,7	-4,1	7,9	-18,7	-2,7	-37,3	-15,0	-26,0	11,1
Die Zimmerauslastung lag bei	44,4	50,4	45,5	52,4	44,5	53,0	43,1	51,3	45,8	53,2
	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09	W 09/10	S 10
<b>Beherbergungsbereich</b>										
<b>B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...</b>										
<b>4 Unsere Geschäftslage wird...</b>										
günstiger	29,6	20,3	33,6	23,5	25,9	15,9	14,2	15,8	30,4	24,0
gleichbleibend	47,8	53,0	49,0	57,6	48,3	51,7	41,1	54,3	48,9	58,9
ungünstiger	22,6	26,6	17,4	18,9	25,8	32,5	44,6	30,0	20,7	17,1
Saldo	7,0	-6,3	16,2	4,6	0,1	-16,6	-30,4	-14,2	9,7	6,9
<b>5 Unsere Übernachtungs/ Verzehrpriese werden überwiegend ...</b>										
steigen	21,7	49,0	24,3	33,1	26,0	34,5	9,8	13,2	9,1	16,4
etwa gleich bleiben	70,8	46,1	70,9	63,4	68,0	59,5	74,4	75,7	80,2	78,2
fallen	7,5	5,0	4,8	3,6	6,0	5,9	15,9	11,1	10,8	5,5
Saldo	14,2	44,0	19,5	29,5	20,0	28,6	-6,1	2,1	-1,7	10,9
<b>6 Die Zahl unserer Beschäftigten wird voraussichtlich ...</b>										
zunehmen	8,4	7,9	10,7	8,7	8,8	6,7	5,0	5,7	12,0	12,5
etwa gleich bleiben	75,5	75,7	77,3	78,4	74,2	76,9	69,3	72,8	77,3	76,7
abnehmen	16,1	16,4	12,1	12,9	17,1	16,4	25,7	21,5	10,6	10,8
Saldo	-7,7	-8,5	-1,4	-4,2	-8,3	-9,7	-20,7	-15,8	1,4	1,7
<b>7 Unsere Investitionen werden voraussichtlich ...</b>										
zunehmen	20,6	23,2	25,4	25,9	22,0	21,4	16,0	20,1	36,3	34,5
gleich bleiben	33,0	37,6	36,7	40,0	33,8	36,2	28,4	36,5	33,3	35,8
abnehmen	18,2	15,1	14,7	14,3	18,1	18,8	26,9	21,3	13,7	13,3
keine Investitionen	28,2	24,1	23,1	19,8	26,1	23,6	28,7	22,1	16,7	16,4
Saldo	2,4	8,1	10,7	11,6	3,9	2,6	-10,9	-1,2	22,6	21,2
<b>8 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...</b>										
Kapazitätserweiterung	9,6	11,1	11,3	12,3	12,3	12,1	10,2	10,0	11,3	14,1
Rationalisierung/ Kostensenkung	30,2	28,3	28,7	28,1	30,8	31,4	34,5	28,5	23,0	21,6
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	77,7	81,9	80,9	80,4	80,6	80,7	78,2	76,6	84,2	78,9
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	25,3	22,9	23,2	24,8	20,9	20,8	22,0	18,5	23,5	23,7
Umweltschutz	9,6	10,8	16,3	14,9	16,6	16,2	16,4	20,9	19,0	22,6

	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09	W 09/10	S 10
<b>Gastronomiebereich</b>										
<b>A Gegenwärtige Lage/Beurteilung</b>										
<b>1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...</b>										
gut	20,7	28,2	30,0	31,1	20,6	25,3	16,6	29,5	21,1	30,4
befriedigend	46,2	46,5	45,9	48,7	44,6	47,8	44,5	45,1	45,2	48,4
schlecht	33,1	25,3	24,1	20,1	34,8	26,8	38,9	25,3	33,7	21,2
Saldo	-12,4	2,9	5,9	11,0	-14,2	-1,5	-22,3	4,2	-12,6	9,2
<b>2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...</b>										
gestiegen	21,5	28,4	29,5	29,8	18,4	22,9	12,6	23,4	18,7	30,4
gleich geblieben	34,9	34,3	38,3	37,1	36,1	35,1	30,7	32,5	36,6	48,4
zurückgegangen	43,6	37,3	32,2	33,0	45,5	42,0	56,7	44,1	44,7	21,2
Saldo	-22,1	-8,9	-2,7	-3,2	-27,1	-19,1	-44,1	-20,7	-26,0	9,2
	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09	W 09/10	S 10
<b>Gastronomiebereich</b>										
<b>B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...</b>										
<b>4 Unsere Geschäftslage wird...</b>										
günstiger	27,2	19,0	31,2	21,5	20,7	13,6	12,4	14,9	22,6	21,0
gleichbleibend	49,0	49,8	49,7	55,5	46,8	47,4	41,2	52,8	51,6	58,6
ungünstiger	23,8	31,2	19,0	23,0	32,4	39,0	46,4	32,3	25,7	20,3
Saldo	3,4	-12,2	12,2	-1,5	-11,7	-25,4	-34,0	-17,4	-3,1	0,7
<b>5 Unsere Übernachtungs/ Verzehrpriese werden überwiegend ...</b>										
steigen	20,3	47,0	24,3	38,9	32,1	31,7	11,1	12,3	11,1	17,6
etwa gleich bleiben	73,3	48,3	71,5	58,2	62,0	62,6	78,1	79,6	83,6	78,3
fallen	6,4	4,8	4,2	2,9	5,8	5,8	10,8	8,1	5,3	4,1
Saldo	13,9	42,2	20,1	36,0	26,3	25,9	0,3	4,2	5,8	13,5
<b>6 Die Zahl unserer Beschäftigten wird voraussichtlich ...</b>										
zunehmen	11,7	8,8	13,9	10,5	8,4	7,5	6,2	6,4	11,3	12,9
etwa gleich bleiben	69,0	71,5	72,1	72,7	69,3	69,3	61,8	68,6	72,9	72,3
abnehmen	19,3	19,7	13,9	16,9	22,3	23,3	31,9	25,0	15,8	14,8
Saldo	-7,6	-10,9	0,0	-6,4	-13,9	-15,8	-25,7	-18,6	-4,5	-1,9
<b>7 Unsere Investitionen werden voraussichtlich ...</b>										
zunehmen	17,6	20,7	22,7	22,6	18,3	18,5	13,9	16,7	20,8	22,3
gleich bleiben	35,2	37,3	38,4	39,8	33,1	34,8	26,9	36,8	35,4	37,8
abnehmen	18,7	15,4	14,4	14,8	19,0	19,2	28,4	21,5	17,4	15,8
keine Investitionen	28,5	26,5	24,6	22,8	29,7	27,6	30,8	25,0	26,4	24,1
Saldo	-1,1	5,3	8,3	7,8	-0,7	-0,7	-14,5	-4,8	3,4	6,5
<b>8 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...</b>										
Kapazitätserweiterung	11,2	11,3	12,6	12,3	11,4	12,2	10,7	10,9	10,6	12,2
Rationalisierung/ Kostensenkung	38,5	36,3	35,4	34,1	40,7	38,0	40,8	37,7	31,8	30,1
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	72,0	75,0	74,7	74,1	71,6	71,3	70,1	69,6	76,6	76,5
Produktinnovation/ Angebotsverweiterung	31,7	29,0	29,3	26,6	26,9	25,5	25,8	25,4	26,1	23,8
Umweltschutz	9,3	10,1	14,5	13,7	13,9	13,5	13,4	18,0	15,3	16,2

	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09	W 09/10	S 10
<b>Camping</b>										
<b>A Gegenwärtige Lage/Beurteilung</b>										
<b>1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...</b>										
gut	16,8	33,7	22,3	29,3	10,2	28,1	22,6	44,2	20,4	27,3
befriedigend	56,3	48,6	53,1	47,9	44,3	51,8	54,9	35,8	50,3	53,2
schlecht	26,9	17,7	24,6	22,9	45,5	20,1	22,6	20,0	29,3	19,5
Saldo	-10,1	16,0	-2,3	6,4	-35,3	8,0	0,0	24,2	-8,9	7,8
<b>2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...</b>										
gestiegen	10,5	23,7	16,9	19,7	13,8	24,8	17,4	38,2	19,4	27,6
gleich geblieben	51,8	42,9	47,6	42,3	33,3	41,4	50,8	33,5	40,7	37,3
zurückgegangen	37,7	33,3	35,5	38,0	52,9	33,8	31,8	28,3	39,8	35,1
Saldo	-27,2	-9,6	-18,6	-18,3	-39,1	-9,0	-14,4	9,9	-20,4	-7,5
<b>3. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist die Stellplatzauslastung ...</b>										
gestiegen	11,7	23,2	17,4	19,5	12,2	20,8	19,6	36,4	14,6	24,3
gleich geblieben	43,6	44,0	46,2	38,3	35,4	40,8	40,2	33,3	45,5	44,3
zurückgegangen	44,7	32,7	36,4	42,1	52,4	38,3	40,2	30,3	39,8	31,4
Saldo	-33,0	-9,5	-19,0	-22,6	-40,2	-17,5	-20,6	6,1	-25,2	-7,1
Die durchschnittliche Auslastung lag bei	47,8	47,4	40,4	48,8	37,6	46,9	39,3	48,1	46,4	50,6
	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09	W 09/10	S 10
<b>Camping</b>										
<b>B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...</b>										
<b>4. Die Geschäftslage wird...</b>										
günstiger	29,2	15,6	31,4	19,7	26,0	12,2	25,4	13,5	27,2	20,5
gleich bleiben	59,2	60,7	53,6	57,6	50,0	57,3	52,2	58,9	57,0	54,1
ungünstiger	11,6	23,7	15,0	22,7	24,0	30,5	22,5	27,5	15,9	25,3
Saldo	17,6	-8,1	16,4	-3,0	2,0	-18,3	2,9	-14,0	11,3	-4,8
<b>5. Die Stellplatzpreise werden überwiegend ...</b>										
steigen	22,2	33,5	32,1	18,8	17,9	25,2	21,0	10,8	13,7	13,1
gleich bleiben	75,9	62,9	62,1	74,4	80,0	67,9	71,7	84,7	76,7	82,1
fallen	1,9	3,5	5,7	6,8	2,1	6,9	7,2	4,4	9,6	4,8
Saldo	20,3	30,0	26,4	12,0	15,8	18,3	13,8	6,4	4,1	8,3
<b>6. Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...</b>										
zunehmen	8,8	1,1	10,0	8,2	5,6	6,7	9,0	8,0	16,9	4,7
gleich bleiben	81,5	90,3	80,0	80,6	84,3	80,0	77,4	77,4	76,6	83,1
abnehmen	9,7	8,6	10,0	11,2	10,1	13,3	13,5	14,6	6,5	12,2
Saldo	-0,9	-7,5	0,0	-3,0	-4,5	-6,6	-4,5	-6,6	10,4	-7,5
<b>7. Die Investitionen werden voraussichtlich ...</b>										
zunehmen	23,6	20,9	25,0	23,7	20,2	19,4	19,1	27,0	33,3	22,7
etwa gleich bleiben	41,7	44,1	39,6	39,3	46,8	38,1	41,2	33,6	35,3	40,3
abnehmen	19,7	20,3	18,8	19,3	18,1	17,9	18,4	17,1	16,7	20,1
keine Investitionen	15,0	14,7	16,7	17,8	14,9	24,6	21,3	22,3	14,7	16,9
Saldo	3,9	0,6	6,2	4,4	2,1	1,5	0,7	9,9	16,6	2,6
<b>8. Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...</b>										
Kapazitätserweiterung	18,6	13,8	16,8	12,9	9,8	12,6	14,7	11,1	12,3	9,2
Rationalisierung/ Kostensenkung	26,5	27,6	27,4	31,0	40,2	34,2	28,4	20,5	25,4	26,7
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	85,3	76,6	78,8	81,9	78,0	71,2	83,5	80,7	81,5	78,6
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	27,5	26,9	29,2	33,6	26,8	23,4	23,9	30,4	26,2	27,5
Umweltschutz	26,5	25,5	29,2	26,7	24,4	24,3	29,4	25,1	32,3	26,7

	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09	W 09/10	S 10
<b>Reisebüros</b>										
<b>A Gegenwärtige Lage/Beurteilung</b>										
<b>1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...</b>										
gut	25,3	20,8	28,2	29,1	33,6	27,8	14,6	16,8	22,2	34,7
befriedigend	54,7	52,0	51,6	50,9	49,3	51,5	41,5	44,6	51,0	47,2
schlecht	20,0	27,3	20,2	20,0	17,2	20,7	43,9	38,6	26,7	18,1
Saldo	5,3	-6,5	8,0	9,1	16,4	7,1	-29,3	-21,8	-4,5	16,6
<b>2. Der Umsatz mit allen Gästegruppen im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist ...</b>										
gestiegen	28,1	23,4	31,8	27,6	33,8	31,6	9,1	13,5	29,1	39,7
gleich geblieben	37,4	33,1	35,6	38,1	36,4	35,8	20,4	22,4	31,4	29,6
zurückgegangen	34,5	43,5	32,6	34,3	29,8	32,5	70,5	64,1	39,5	30,6
Saldo	-6,4	-20,1	-0,8	-6,7	4,0	-0,9	-61,4	-50,6	-10,4	9,1
<b>3.1 Der Umsatz mit der Gästegruppe "Geschäftsreisende" im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist ...</b>										
gestiegen	15,1	18,1	15,5	19,6	22,5	26,3	6,6	4,0	7,6	15,1
gleich geblieben	44,7	40,4	53,3	42,8	50,8	44,4	25,2	25,5	37,9	39,2
zurückgegangen	40,2	41,5	31,2	37,6	26,8	29,3	68,2	70,5	54,5	45,7
Saldo	-25,1	-23,4	-15,7	-18,0	-4,3	-3,0	-61,6	-66,5	-46,9	-30,6
<b>3.2 Der Umsatz mit der Gästegruppe "Urlaubsreisende" im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist ...</b>										
gestiegen	23,3	22,1	28,5	25,1	33,5	30,8	13,9	13,8	28,4	39,3
gleich geblieben	35,2	29,8	36,5	38,1	35,1	32,1	25,2	26,3	32,3	31,0
zurückgegangen	41,5	48,1	35,0	36,9	31,4	37,1	60,9	59,9	39,3	29,7
Saldo	-18,2	-26,0	-6,5	-11,8	2,1	-6,3	-47,0	-46,1	-10,9	9,6
	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09	W 09/10	S 10
<b>Reisebüros</b>										
<b>B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...</b>										
<b>4. Die Geschäftslage wird...</b>										
günstiger	24,0	17,8	25,1	21,8	27,7	13,6	7,4	13,0	24,3	31,9
gleichbleibend	48,4	48,3	47,6	54,3	48,9	47,6	29,0	46,9	43,5	48,7
ungünstiger	27,6	33,9	27,2	23,9	23,4	38,8	63,6	40,1	32,2	19,4
Saldo	-3,6	-16,1	-2,1	-2,1	4,3	-25,2	-56,2	-27,1	-7,9	12,5
<b>5. Die Verkaufspreise werden überwiegend ...</b>										
steigen	28,0	50,4	26,8	39,9	41,8	69,7	13,3	15,2	15,5	40,1
gleich bleiben	63,4	46,0	67,2	57,2	53,5	27,3	58,4	59,8	68,4	55,7
fallen	8,6	3,7	5,9	3,0	4,7	3,0	28,3	25,0	16,2	4,2
Saldo	19,4	46,7	20,9	36,9	37,1	66,7	-15,0	-9,8	-0,7	35,9
<b>6. Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...</b>										
zunehmen	6,0	4,0	7,6	4,5	8,5	6,2	3,0	2,9	5,5	7,6
gleich bleiben	78,2	78,3	78,8	81,4	77,7	78,5	72,9	79,5	80,1	80,9
abnehmen	15,8	17,7	13,6	14,1	13,9	15,3	24,1	17,5	14,3	11,5
Saldo	-9,8	-13,7	-6,0	-9,6	-5,4	-9,1	-21,1	-14,6	-8,8	-3,9
<b>7. Die Investitionen werden voraussichtlich...</b>										
zunehmen	10,7	10,9	12,6	11,6	14,3	10,4	5,4	9,1	9,1	13,0
gleich bleiben	38,5	34,8	38,8	37,9	37,0	34,9	24,5	31,1	30,8	33,0
abnehmen	17,0	20,3	15,7	15,9	14,7	19,0	25,2	19,0	13,4	10,8
keine Investitionen	33,8	34,0	33,0	34,7	34,0	35,7	45,0	40,9	46,7	43,2
Saldo	-6,3	-9,4	-3,1	-4,3	-0,4	-8,6	-19,8	-9,9	-4,3	2,2
<b>8. Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...</b>										
Kapazitätserweiterung	12,2	14,8	15,9	14,1	17,7	15,2	8,4	17,1	12,8	18,1
Rationalisierung/ Kostensenkung	43,6	45,1	41,7	41,9	39,4	46,2	54,0	48,3	39,5	35,5
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	60,3	57,8	58,5	53,3	60,6	54,1	50,4	50,1	63,5	61,3
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	29,6	33,0	33,0	32,1	27,9	27,6	27,0	21,1	30,6	29,5
Umweltschutz	1,4	2,5	4,8	3,2	4,6	2,9	2,5	8,2	5,9	4,0

	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09	W 09/10	S 10
<b>Reiseveranstalter</b>										
<b>A Gegenwärtige Lage/Beurteilung</b>										
<b>1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...</b>										
gut	24,9	32,2	29,0	34,1	28,6	35,6	19,8	28,1	28,6	42,5
befriedigend	51,2	48,3	54,2	49,7	54,9	47,1	48,8	47,1	52,4	44,5
schlecht	23,9	19,6	16,8	16,2	16,5	17,3	31,3	24,8	19,0	13,0
Saldo	1,0	12,6	12,2	17,9	12,1	18,3	-11,5	3,3	9,6	29,5
<b>2. Der Umsatz mit allen Gästegruppen im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist ...</b>										
gestiegen	25,5	31,7	28,3	40,4	31,1	34,6	18,9	25,6	32,9	40,7
gleich geblieben	38,5	31,3	41,5	33,1	36,4	31,4	29,5	26,6	34,2	33,0
zurückgegangen	36,0	37,0	30,2	26,5	32,4	34,0	51,6	47,8	32,9	26,3
Saldo	-10,5	-5,3	-1,9	13,9	-1,3	0,6	-32,7	-22,2	0,0	14,4
<b>3.1 Der Umsatz mit der Gästegruppe "Geschäftsreisende" im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist ...</b>										
gestiegen	13,0	16,7	13,5	20,4	26,7	17,5	8,5	2,3	14,7	16,2
gleich geblieben	58,0	52,1	50,0	57,1	56,0	50,8	39,0	34,9	42,6	48,6
zurückgegangen	29,0	31,3	36,5	22,4	17,3	31,7	52,4	62,8	42,6	35,1
Saldo	-16,0	-14,6	-23,0	-2,0	9,4	-14,2	-43,9	-60,5	-27,9	-18,9
<b>3.2 Der Umsatz mit der Gästegruppe "Urlaubsreisende" im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist ...</b>										
gestiegen	18,3	26,9	25,5	31,8	30,8	25,6	12,9	15,1	30,3	36,1
gleich geblieben	45,8	39,2	44,1	39,3	40,3	40,2	40,0	37,7	35,2	36,7
zurückgegangen	35,9	33,9	30,3	29,0	28,9	34,2	47,1	47,3	34,5	27,2
Saldo	-17,6	-7,0	-4,8	2,8	1,9	-8,6	-34,2	-32,2	-4,2	8,9
	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09	W 09/10	S 10
<b>Reiseveranstalter</b>										
<b>B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...</b>										
<b>4. Die Geschäftslage wird...</b>										
günstiger	26,6	27,0	32,7	30,8	28,6	16,4	13,0	17,3	28,0	41,4
gleichbleibend	50,2	50,9	49,3	49,7	46,9	50,8	44,2	56,3	50,8	48,5
ungünstiger	23,2	22,2	18,0	19,5	24,6	32,8	42,8	26,4	21,2	10,1
Saldo	3,4	4,8	14,7	11,3	4,0	-16,4	-29,8	-9,1	6,8	31,3
<b>5. Die Verkaufspreise werden überwiegend ...</b>										
steigen	34,1	49,3	36,5	37,5	39,7	48,4	11,5	10,2	19,6	28,7
gleich bleiben	64,4	48,5	60,1	61,3	56,6	48,4	76,9	78,2	74,1	69,8
fallen	1,5	2,2	3,4	1,2	3,7	3,2	11,5	11,7	6,3	1,5
Saldo	32,6	47,1	33,1	36,3	36,0	45,2	0,0	-1,5	13,3	27,2
<b>6. Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...</b>										
zunehmen	11,7	10,9	13,9	14,7	13,8	10,3	5,2	7,8	14,7	15,7
gleich bleiben	74,6	77,7	78,1	76,1	74,2	78,4	69,7	70,7	75,9	74,2
abnehmen	13,7	11,4	8,0	9,2	12,0	11,4	25,1	21,5	9,4	10,1
Saldo	-2,0	-0,5	5,9	5,5	1,8	-1,1	-19,9	-13,7	5,3	5,6
<b>7. Die Investitionen werden voraussichtlich...</b>										
zunehmen	14,1	15,2	16,5	17,9	22,3	16,4	11,2	17,9	14,6	21,0
gleich bleiben	40,8	45,5	46,7	51,8	39,3	37,6	37,2	43,5	35,1	37,4
abnehmen	15,5	14,7	12,7	11,3	15,2	21,2	22,8	12,1	14,6	10,8
keine Investitionen	29,6	24,7	24,1	19,0	23,2	24,9	28,8	26,6	35,7	30,8
Saldo	-1,4	0,5	3,8	6,6	7,1	-4,8	-11,6	5,8	0,0	10,2
<b>8. Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...</b>										
Kapazitätserweiterung	21,4	20,0	18,5	24,4	28,1	24,2	16,9	23,3	22,4	27,7
Rationalisierung/ Kostensenkung	31,4	30,0	35,6	26,8	33,8	33,6	37,8	38,7	28,8	23,4
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	52,1	55,0	58,9	65,9	59,4	58,6	53,4	54,7	64,8	59,6
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	50,7	48,8	43,2	36,6	45,0	43,0	52,7	37,3	43,2	36,9
Umweltschutz	5,0	3,1	6,8	4,9	5,6	7,8	8,1	13,3	10,4	9,9

	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09	W 09/10	S 10
<b>Omnibusunternehmen</b>										
<b>A Gegenwärtige Lage/Beurteilung</b>										
<b>1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...</b>										
gut	11,4	20,0	12,8	21,6	13,3	15,8	12,6	26,5	19,8	24,1
befriedigend	60,7	62,2	56,7	67,9	63,3	63,2	57,5	50,3	57,4	64,9
schlecht	27,9	17,8	30,5	10,4	23,4	21,1	29,9	23,2	22,8	11,0
Saldo	-16,5	2,2	-17,7	11,2	-10,1	-5,3	-17,3	3,3	-3,0	13,1
<b>2. Der Umsatz mit allen Gästegruppen im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist ...</b>										
gestiegen	14,9	21,1	14,0	18,2	14,1	18,8	10,2	21,9	16,7	22,5
gleich geblieben	36,6	47,0	43,3	49,2	50,0	45,6	39,8	38,7	42,2	49,0
zurückgegangen	48,5	31,9	42,7	32,6	35,9	35,6	50,0	39,4	41,1	28,4
Saldo	-33,6	-10,8	-28,7	-14,4	-21,8	-16,8	-39,8	-17,5	-24,4	-5,9
<b>3.1 Der Umsatz mit der Gästegruppe "Geschäftsreisende" im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist ...</b>										
gestiegen	8,5	11,7	10,3	17,0	18,5	14,9	3,3	6,3	4,2	18,0
gleich geblieben	53,7	53,2	48,5	47,2	50,8	43,2	36,1	39,1	43,1	46,0
zurückgegangen	37,8	35,1	41,2	35,8	30,8	41,9	60,7	54,7	52,8	36,0
Saldo	-29,3	-23,4	-30,9	-18,8	-12,3	-27,0	-57,4	-48,4	-48,6	-18,0
<b>3.2 Der Umsatz mit der Gästegruppe "Urlaubsreisende" im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist ...</b>										
gestiegen	9,9	15,7	18,8	16,7	14,3	13,7	3,4	8,9	13,9	22,1
gleich geblieben	39,7	40,0	34,7	38,1	36,7	31,4	34,5	31,1	33,0	43,4
zurückgegangen	50,4	44,3	46,5	45,2	49,0	54,9	62,1	60,0	53,0	34,6
Saldo	-40,5	-28,6	-27,7	-28,5	-34,7	-41,2	-58,7	-51,1	-39,1	-12,5
	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09	W 09/10	S 10
<b>Omnibusunternehmen</b>										
<b>B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...</b>										
<b>4. Die Geschäftslage wird...</b>										
günstiger	14,9	14,7	17,3	15,0	14,4	13,0	7,1	11,0	12,5	15,1
gleichbleibend	54,7	58,2	54,3	54,1	43,8	48,1	47,0	58,7	56,0	61,3
ungünstiger	30,4	27,2	28,4	30,8	41,8	39,0	45,8	30,3	31,5	23,6
Saldo	-15,5	-12,5	-11,1	-15,8	-27,4	-26,0	-38,7	-19,3	-19,0	-8,5
<b>5. Die Verkaufspreise werden überwiegend ...</b>										
steigen	34,6	53,3	33,3	41,7	36,4	54,6	15,2	20,3	20,1	28,6
gleich bleiben	59,0	44,5	60,4	52,8	61,6	42,1	73,4	65,9	72,4	65,6
fallen	6,4	2,2	6,3	5,5	2,0	3,3	11,4	13,8	7,5	5,8
Saldo	28,2	51,1	27,0	36,2	34,4	51,3	3,8	6,5	12,6	22,8
<b>6. Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...</b>										
zunehmen	6,2	3,8	8,1	7,5	7,1	7,9	4,8	9,9	6,0	7,5
gleich bleiben	69,7	76,2	70,6	72,9	72,1	67,8	66,5	70,4	78,4	76,5
abnehmen	24,1	20,0	21,3	19,5	20,8	24,3	28,7	19,7	15,6	15,9
Saldo	-17,9	-16,2	-13,2	-12,0	-13,7	-16,4	-23,9	-9,8	-9,6	-8,4
<b>7. Die Investitionen werden voraussichtlich...</b>										
zunehmen	9,6	11,8	12,3	10,8	16,1	16,4	12,7	12,5	11,8	18,5
gleich bleiben	31,8	33,9	32,5	43,8	34,2	33,6	27,1	30,9	36,0	35,1
abnehmen	22,7	23,1	21,5	17,7	11,0	23,0	25,3	21,7	18,8	18,0
keine Investitionen	35,9	31,2	33,7	27,7	38,7	27,0	34,9	34,9	33,3	28,4
Saldo	-13,1	-11,3	-9,2	-6,9	5,1	-6,6	-12,6	-9,2	-7,0	0,5
<b>8. Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...</b>										
Kapazitätserweiterung	13,6	7,9	10,7	7,1	7,9	12,9	5,3	6,4	7,8	16,4
Rationalisierung/ Kostensenkung	30,3	26,0	32,0	33,3	26,7	33,6	25,3	21,8	27,6	16,4
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	71,2	82,7	72,8	78,8	75,2	75,9	82,1	68,2	87,9	82,4
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	24,2	11,8	11,7	10,1	19,8	12,1	10,5	10,9	15,5	10,9
Umweltschutz	7,6	7,1	13,6	14,1	16,8	22,4	28,4	40,0	16,4	21,2