

DIHK-Saisonumfrage

Erwartungen an die Wintersaison 2009/10
Bilanz der Sommersaison 2009



DIHK

Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Mit der Auswertung Saisonumfrage – „Bilanz der Sommersaison 2009 – Erwartungen für die Wintersaison 2009/10“ 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 2009 haben sie für die Tourismuswirtschaft circa 5.700 Antworten ausgewertet, darunter sind knapp 2.400 Beherbergungsbetriebe, über 2.100 Gastronomiebetriebe, über 200 Campingplätze sowie über 700 Reisebüros, über 200 Reiseveranstalter und über 150 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 2009 statt. Die Auswertung im DIHK wurde Anfang Dezember 2009 abgeschlossen. Die Daten wurden entweder schriftlich oder per Online-Fragebogen erhoben.

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)

Bereich Dienstleistungen, Infrastruktur, Regionalpolitik – Berlin, Dezember 2009

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

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

Stand Dezember 2009

■ Inhalt

Die wesentlichen Ergebnisse der DIHK-Saisonumfrage	5
I Geschäftslage in der Sommersaison 2009	7
Gastgewerbe: Krise nur zum Teil angekommen	7
Ankünfte und Übernachtungen	8
Auslastung	8
Touristikmarkt: Reisebüros melden drastische Einbrüche	9
Buchungszahlen und Reiseausgaben	10
II Erwartungen und Pläne für die Wintersaison 2009/10	11
Erwartungen im Gastgewerbe	11
Erwartungen im Touristikmarkt	12
Preisentwicklung	13
Investitionsabsichten und -motive	14
Beschäftigungsentwicklung	16
III Tourismus und Internet	17
Am Netz? Breitband & Co.	17
Internetauftritt und Web 2.0-Nutzung	18
IV Tabellenanhang	19

Die wesentlichen Ergebnisse der DIHK-Saisonumfrage Herbst 2009

Geschäftslage im Sommer 2009

Die Sommersaison wurde unterschiedlich bewertet: Betriebe in Urlaubsregionen konnten im Vergleich zum ebenfalls guten Vorjahr noch zulegen. Ihnen kommt der Trend zum Deutschlandtourismus zu Gute. Eindeutiger Gewinner der Saison sind die Campingplätze. Verloren haben dagegen Hotels im Geschäftsreisesegment. Die negative Entwicklung im Business-Segment führte auch zu einer drastischen Verschlechterung der Geschäftslage bei vielen Reisebüros. Durch die Wirtschaftskrise und knappere Geschäftsreisebudgets brachen dort viele Umsätze weg.

Geschäftserwartungen für den Winter 2009/10

Das Gastgewerbe blickt skeptisch auf die anstehende Wintersaison. Die Erwartungen haben sich gegenüber dem Vorjahr aber immerhin leicht verbessert. Auch die Touristikbranche bleibt bei ihren Geschäftsprognosen vorsichtig. Während Reiseveranstalter und Busunternehmen ihre Prognose gegenüber dem Vorjahr marginal anheben, sind die Reisebüros pessimistischer als vor einem Jahr. Vielleicht macht sich die Mehrwertsteuersenkung in den nächsten Monaten positiv bemerkbar. Es bleibt jedoch abzuwarten, wie die neue Regelung im einzelnen wirkt.

Preisentwicklung

Angesichts des schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes stehen Preiserhöhungen im Moment kaum auf der Agenda. Bei den Reisebüros rechnen viele der Befragten sogar mit Preissenkungen. Mit leichten Erhöhungen ist allenfalls im Campingsegment zu rechnen.

Investitionen

Die Skepsis gegenüber der zukünftigen wirtschaftlichen Lage schlägt sich auch in den Investitionsplänen nieder, die hinter denen des Vorjahres zurückbleiben. Nur Campingplätze wollen nach einer sehr guten Sommersaison mehr investieren als vor einem Jahr. Insgesamt gewinnen Investitionen in umweltrelevante Maßnahmen in allen Sparten deutlich an Bedeutung.

Beschäftigung

Die schlechten Erwartungen wirken sich auch auf die Beschäftigungspläne aus. Hotels und Gastronomen wollen weniger Personal beschäftigen als im Vorjahr, ebenso Reisebüros und -veranstalter.

Internet: Infrastruktur und Aktivitäten

Die deutschen Tourismusbetriebe verfügen zwar meist über einen Internetanschluss und sind zum größten Teil auch mit eigenen Seiten im Web vertreten. Allerdings lässt die Geschwindigkeit der Anschlüsse zu wünschen übrig. Über einen leistungsfähigen Breitbandanschluss verfügt nur jeder sechste Betrieb im Gastgewerbe und jeder vierte im Touristikbereich. Während die eigene Internetseite fast überall Standard ist, tun sich touristische Unternehmen mit dem interaktiven Web 2.0 noch schwer: Nur jeder Zehnte nutzt Twitter, Facebook, & Co..

I GESCHÄFTSLAGE IN DER SOMMER- SAISON 2009

Gastgewerbe: Krise nur zum Teil ange- kommen

Die zurückliegende Sommersaison wurde vom Gastgewerbe mehrheitlich gut oder befriedigend beurteilt (s. Abb. 1). Im Vergleich zum Vorjahr verschlechterte sich allerdings die Lage im Beherbergungsgewerbe. Grund sind Einbrüche im Geschäftsreisemarkt. In der Gastronomie gab es dagegen leicht positive Tendenzen und die Campingplätzen hatten – wie prognostiziert – eine Traumsaison (s. Abb. 2).

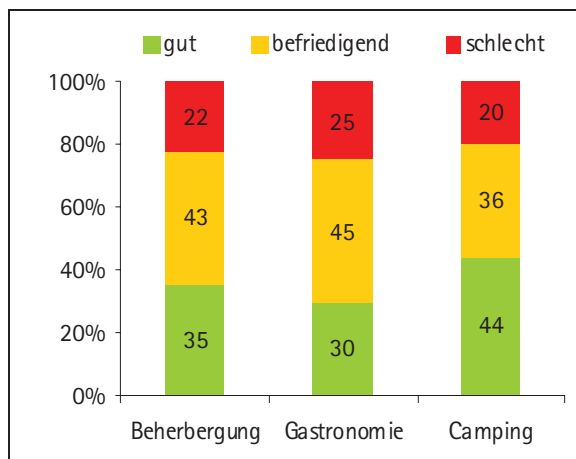


Abb. 1: Geschäftslage Sommersaison 2009

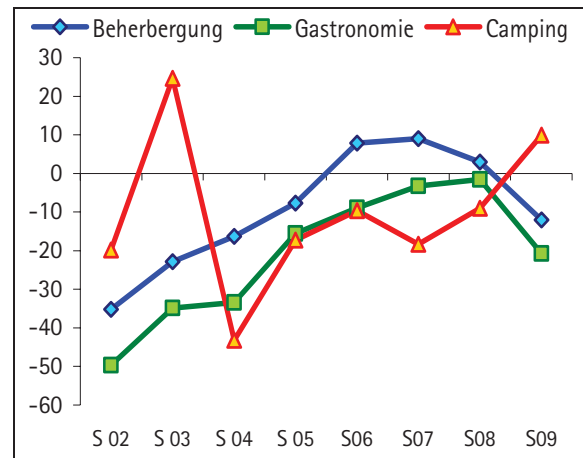


Abb. 3: Umsatzentwicklung im Gastgewerbe im Vergleich zum Vorjahr (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen-Anteile)

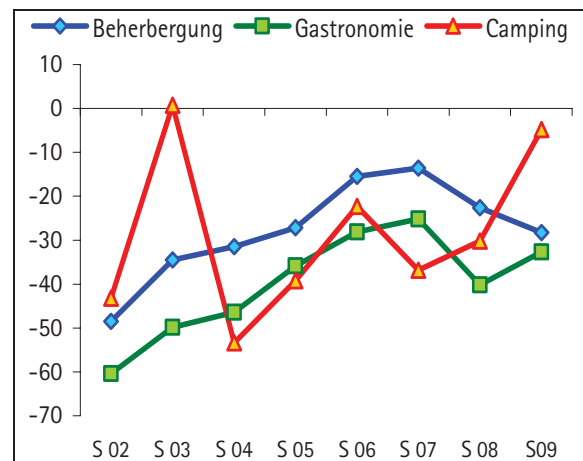


Abb. 4: Ertragsentwicklung im Gastgewerbe im Vergleich zum Vorjahr (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen-Anteile)

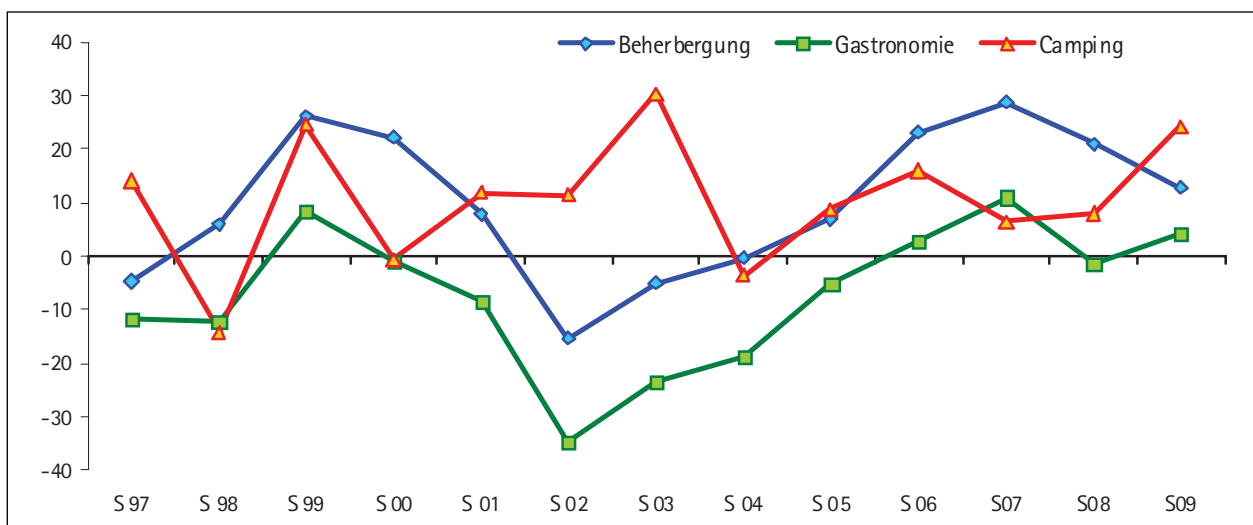


Abb. 2: Entwicklung der Bewertung der Geschäftslage im Gastgewerbe (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

Ankünfte und Übernachtungen

Ankunfts- und Übernachtungszahlen (s. Abb. 5 und Abb. 6) sind im Sommerhalbjahr im Vergleich zum Vorjahr weiter gestiegen. Damit haben sich beide Werte im vierten Jahr in Folge verbessert. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Sommersaison lag bei 2,90 Nächten und ist leicht gestiegen (Vorjahr: 2,88).

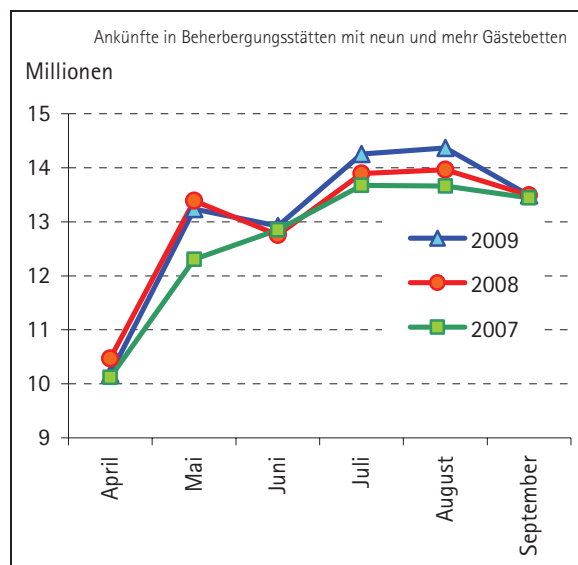


Abb. 5: Ankünfte in deutschen Beherbergungsstätten
Quelle: Statistisches Bundesamt

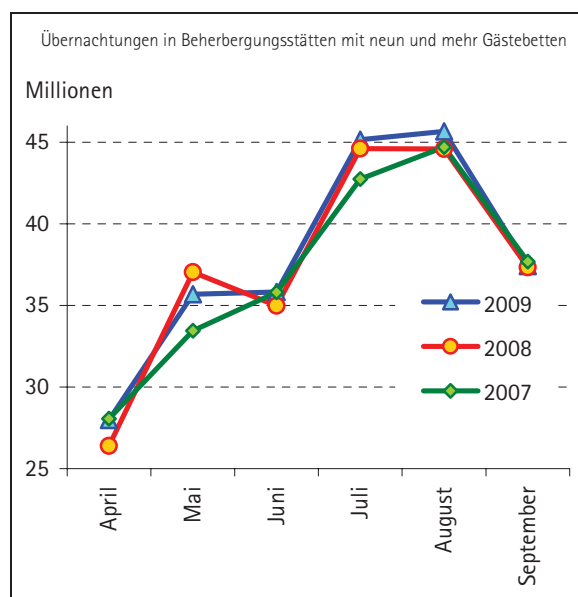


Abb. 6: Übernachtungen in deutschen Beherbergungsstätten
Quelle: Statistisches Bundesamt

Auslastung

Die Zimmerauslastung hat sich bei 41% der Beherbergungsbetriebe verschlechtert und ist um knapp zwei Prozentpunkte gefallen. Im Hotelbereich lag die Zimmerauslastung drei Prozentpunkte höher. Bei den Pensionen war sie mit 43% deutlich schlechter. Besonders hohe Auslastungen konnten die Betriebe in den Urlaubsgebieten an der Küste und im Schwarzwald verzeichnen. Spitzenreiter ist der IHK-Bezirk Schwerin. Durch die Besucher der Bundesgartenschau lag die Auslastung bei 76%.

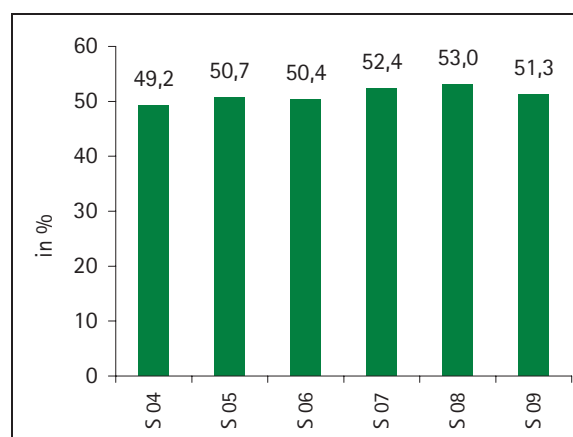


Abb. 7: Entwicklung Zimmerauslastung

Im Campingsektor hat sich die Stellplatzauslastung um gut einen Prozentpunkt verbessert. Knapp siebzig Prozent der Betriebe haben eine gestiegene bzw. gleich gebliebene Auslastung gemeldet. Überdurchschnittliche Werte melden die Plätze an den Küsten und in Nordrhein-Westfalen.

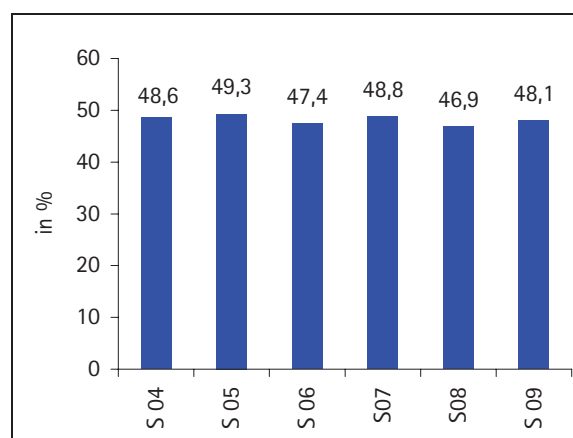


Abb. 8: Entwicklung der durchschnittlichen Stellplatzauslastung

Touristikmarkt: Reisebüros melden drastische Einbrüche

Die Mehrheit der touristischen Unternehmen erlebte eine gute oder befriedigende Sommersaison (s. Abb. 9). Reisebüros vergaben aber auch zu knapp 40 Prozent das Urteil „schlecht“. Das wirkte sich auf den Saldo aus, der im Vergleich zum Vorjahr deutlich schlechter ausfiel (s. Abb. 11). Lediglich die Busunternehmen beurteilten ihre Lage besser als im Vorjahr. Die Umsatz- und Ertragslage stellte sich bei Reisebüros und -veranstaltern schlechter dar als im Vorjahr. Bei den Reisebüros war der Einbruch äußerst drastisch, hat aber noch nicht den Tiefpunkt aus dem Sommer 2002 erreicht (s. Abb. 10 und Abb. 12).

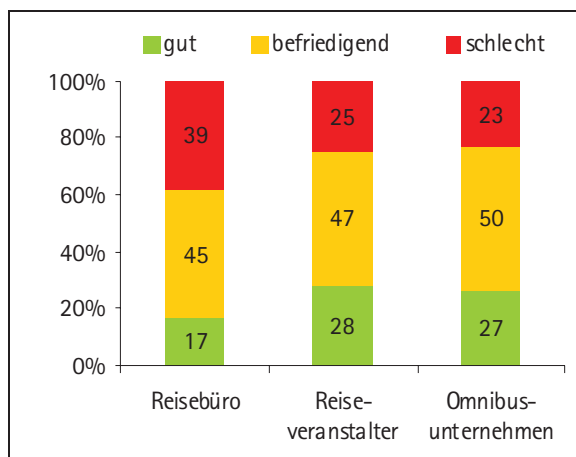


Abb. 9: Geschäftslage Sommersaison 2009

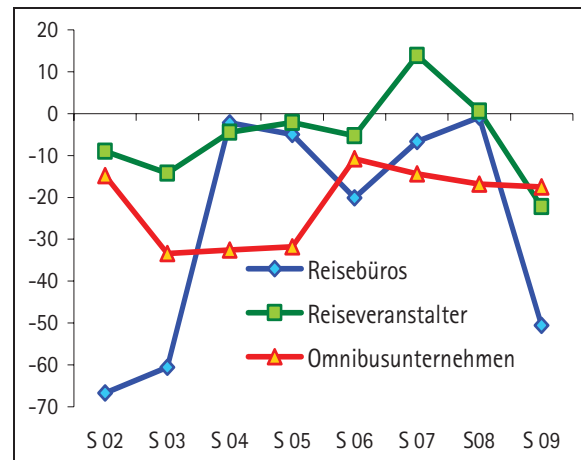


Abb. 10: Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Saldo Gestiegen-/Zurückgegangen-Anteile)

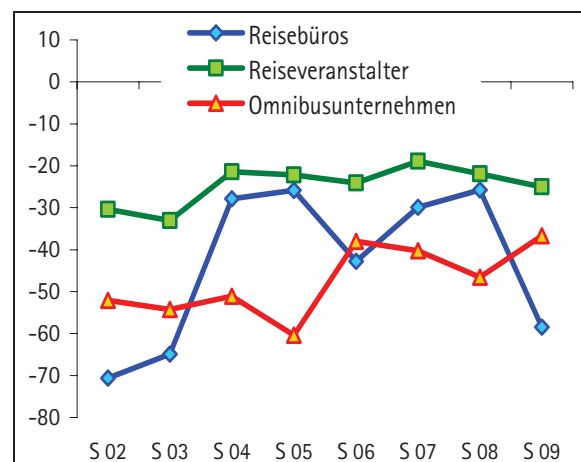


Abb. 12: Ertragsentwicklung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Saldo Gestiegen-/Zurückgegangen-Anteile)

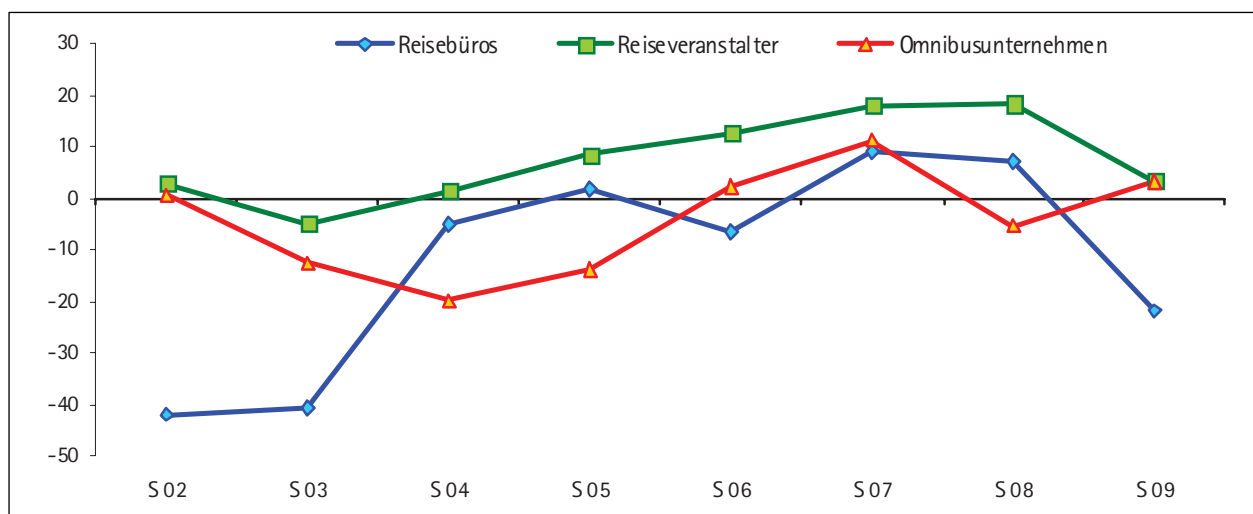


Abb. 11: Entwicklung der Bewertung der Geschäftslage im Touristikmarkt (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

Buchungszahlen und Reiseausgaben

Die Zahl der gebuchten Reisen nahm in der Sommersaison ab. Bei den Reisebüros ist dies am deutlichsten zu sehen (vgl. Abb. 13). Besonders Auslandsreisen waren von Buchungsrückgängen betroffen (Details vgl. Tabellen im Anhang). Die Veranstalter haben – ausgehend vom gleichen Niveau – deutlich weniger Rückgänge.

Der Saldo für die Entwicklung der Kundenausgaben sank im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls (vgl. Abb. 14). Auch hier waren die Reisebüros am stärksten betroffen. Grund dafür war die anhaltende Nachfrageschwäche im Geschäftsreisemarkt. Zudem werden die Kosten für Geschäftsreisen weiter gesenkt, so dass der Umsatz und die Erlöse aus dem Business-Bereich deutlich zurückgehen.

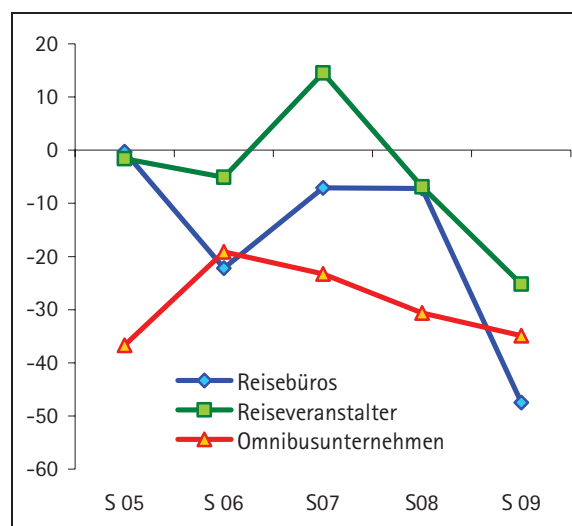


Abb. 13: Entwicklung der gebuchten Reisen (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen-Anteile)

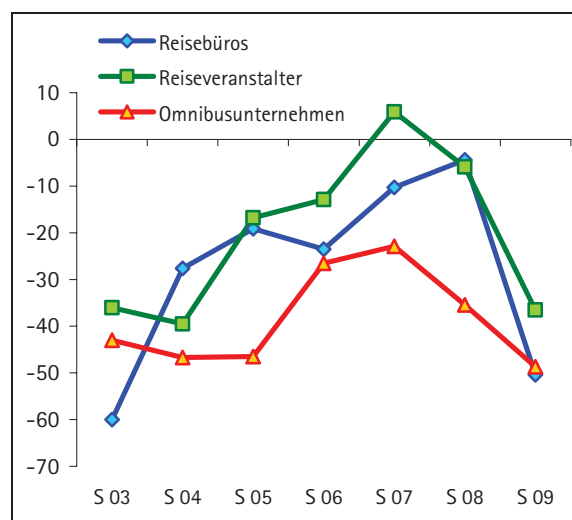


Abb. 14: Entwicklung der Kundenausgaben (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen-Anteile)

II ERWARTUNGEN UND PLÄNE FÜR DIE WINTERSAISON 2009/10

Erwartungen im Gastgewerbe

Das Gastgewerbe hat sich von den vorsichtig positiven Konjunkturmeldungen und der guten Sommersaison nur wenig beeinflussen lassen: Der Saldo liegt immer noch im negativen Bereich (minus 16 Prozentpunkte). Allerdings verbessert er sich leicht gegenüber dem Vorjahreswert (vgl. Abb. 16). Noch am besten gestimmt sind die Ferienunterkünfte (Ferienhäuser, Ferienwohnungen etc.) (Saldo minus 7 Prozentpunkte). Sie profitieren am stärksten vom Trend zum Deutschlandurlaub und sind von den Auswirkungen im Geschäftsreisemarkt nicht betroffen. Im gastronomischen Bereich erwarten die Caterer am ehesten eine einigermaßen gute Wintersaison (Saldo minus 4 Prozentpunkte).

Die gastgewerblichen Betriebe sind in fast allen Bundesländern pessimistisch: bis auf Bremen, Hamburg und das Saarland ist in allen Ländern ein negativer Erwartungssaldo zu verzeichnen. Den schlechtesten Wert gibt es in Berlin. Die Werte der restlichen Bundesländer liegen mehr oder weniger auf gleicher „Höhe“.

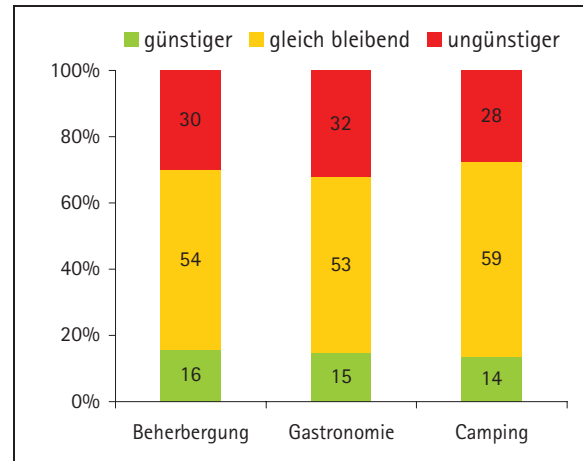


Abb. 15: Erwartete Geschäftslage im Gastgewerbe für die Wintersaison 2009/2010

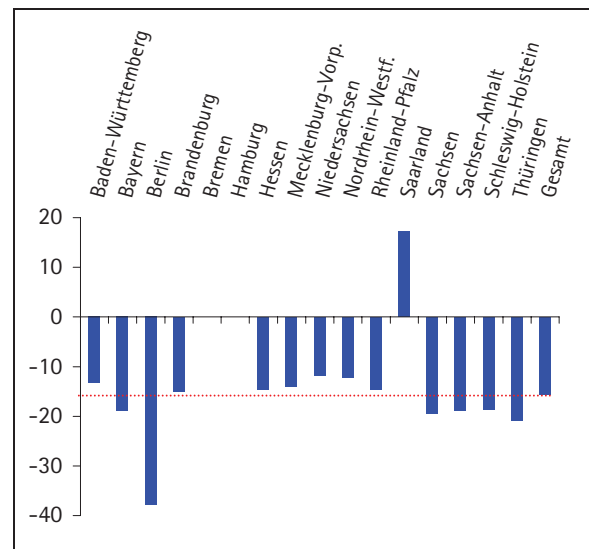


Abb. 17: Einschätzung der Geschäftslage für die Wintersaison im Gastgewerbe – Vergleich nach Bundesländern (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

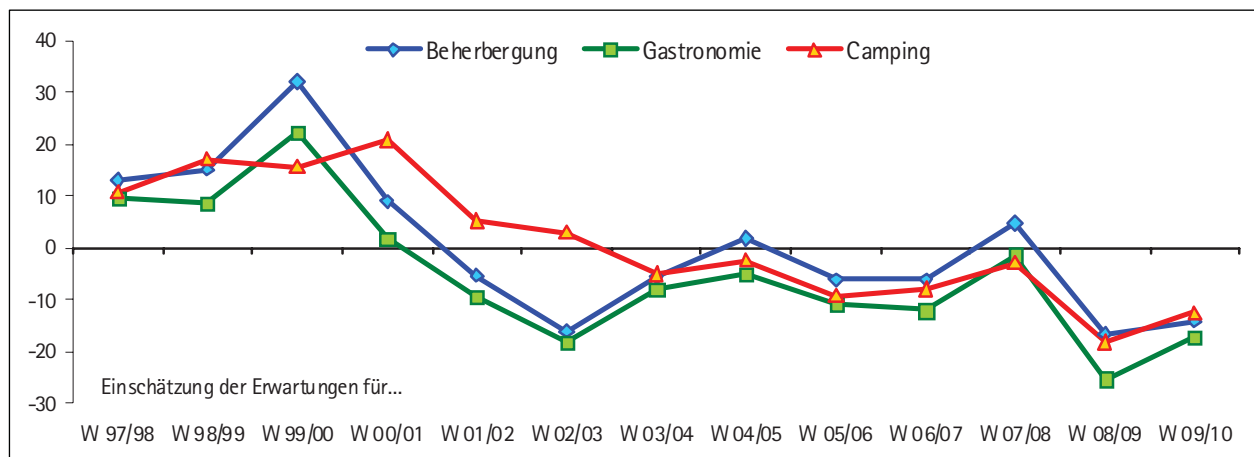


Abb. 16: Entwicklung der Einschätzung der Geschäftslage im Gastgewerbe (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

Erwartungen im Touristikmarkt

Der Winter verspricht wenig Hoffnung. Vor allem viele Reisebüros sehen für die Wintersaison eine Verschlechterung ihrer Geschäftslage: 40 Prozent erwarten eine ungünstigere Entwicklung und nur 13 Prozent gehen von besseren Geschäften aus. Reiseveranstalter und Busunternehmen sind nicht ganz so negativ gestimmt: 26 bzw. 30 Prozent gehen von schlechteren Geschäften aus (vgl. Abb. 19).

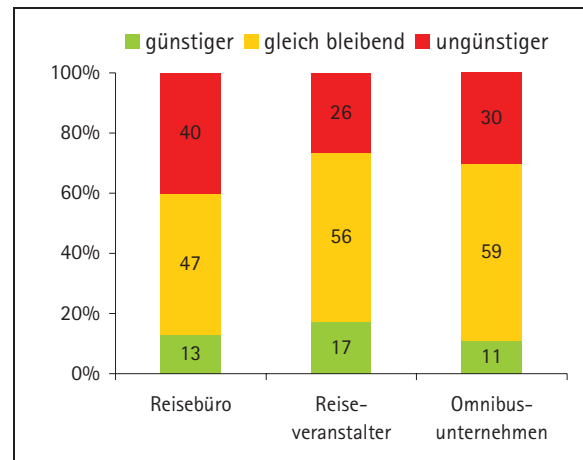


Abb. 19: Erwartete Geschäftslage im Touristikmarkt für die Wintersaison 2009/10

Im Vergleich mit dem Vorjahr bleiben die Erwartungen bei den Reisebüros weiter negativ (s. Abb. 18). Eine Tendenz nach oben gibt es bei den Busunternehmen und den Reiseveranstaltern. Die Reisebüros leiden unter den niedrigeren Preisen und den Rückgängen im Geschäftsreisemarkt, während die Veranstalter und Busbetriebe vom Trend zum Deutschlandtourismus sowie der entspannteren Lage des Urlaubsmarktes profitieren.

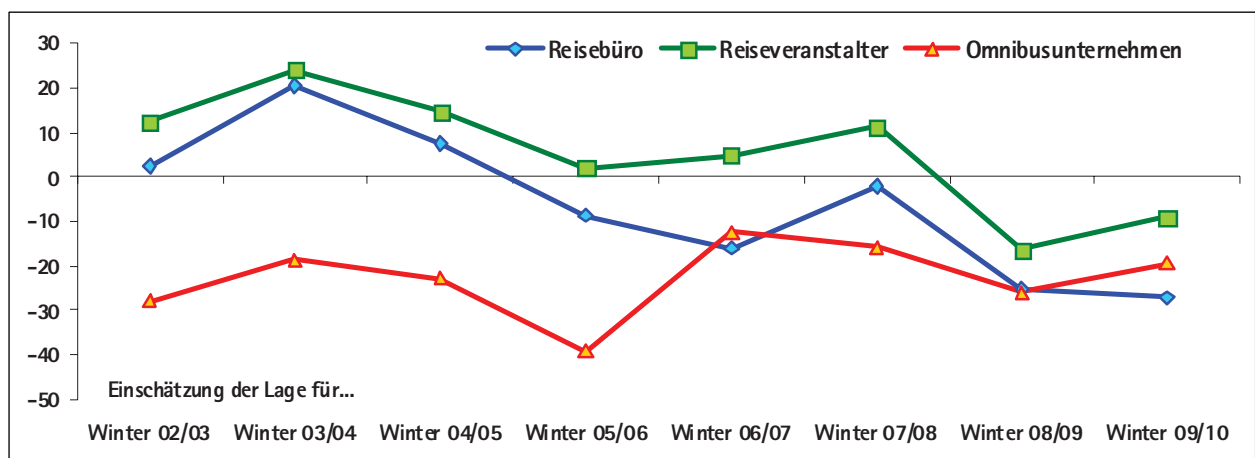


Abb. 18: Entwicklung der Einschätzung der Geschäftslage im Touristikmarkt (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

Preisentwicklung

Die Reisepreise bleiben insgesamt stabil. Die Zahl der Betriebe, die Preise erhöhen will, und die Zahl derer, die senken möchte, ist fast ausgeglichen. Im Campingsektor sind Preissteigerungen am ehesten möglich, wengleich hier die Absenkung der Mehrwertsteuer auch preisdämpfend wirken könnte. Jeder zehnte Betrieb will dort die Preise erhöhen und nur 4 Prozent wollen sie senken (s. Abb. 20). Im Vergleich zum Vorjahr sind die Salden im Gastgewerbe deutlich gefallen (s. Abb. 21).

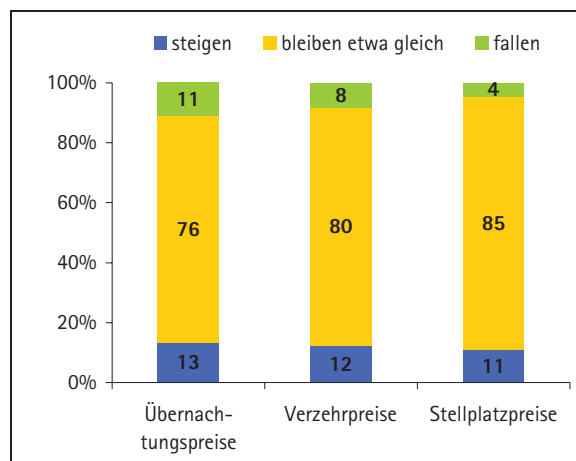


Abb. 20: Entwicklung der Preise im Gastgewerbe

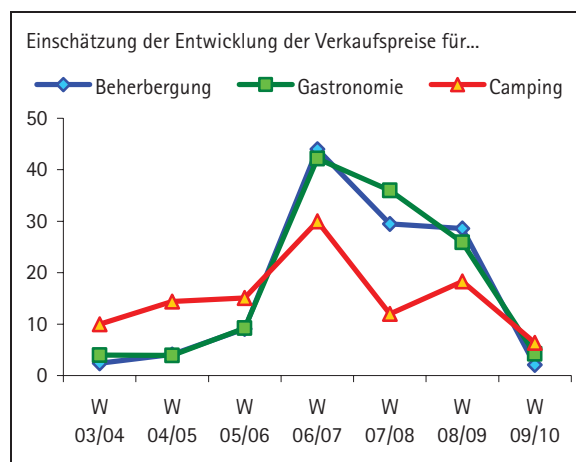


Abb. 21: Entwicklung der Preise im Gastgewerbe (Saldo Steigen-/Fallen-Anteile)

Im Touristikmarkt rechnen die Reisebüros mit fallenden Preisen. Das rührt vor allem aus der Entwicklung des Geschäftsreisemarkts. Dort wird weiter an den Kosten für Businessreisen gespart. Reiseveranstalter, die vorwiegend im Privatkundensegment tätig sind, wollen die Preise weitgehend stabil halten (s. Abb. 22). Gegenüber dem Vorjahr ist die Neigung zu Preissteigerungen deutlich gesunken (s. Abb. 23).

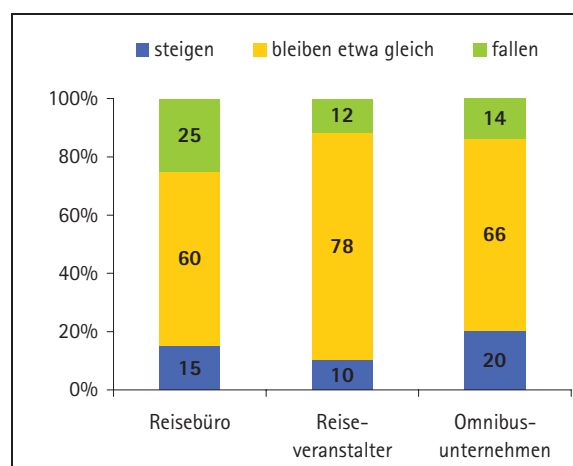


Abb. 22: Entwicklung der Preise in der Touristik

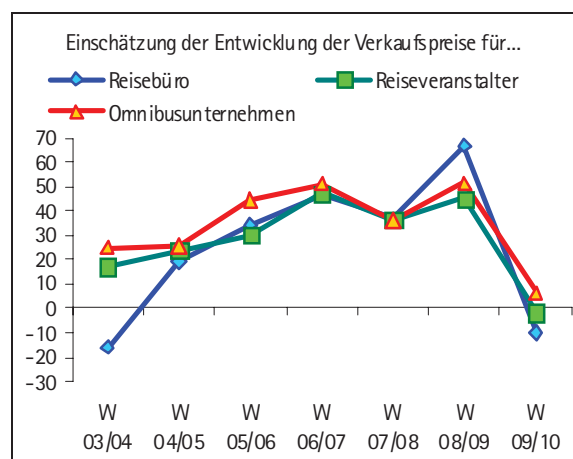


Abb. 23: Entwicklung der Preise im Touristikmarkt (Saldo Steigen-/Fallen-Anteile)

Investitionsabsichten und -motive

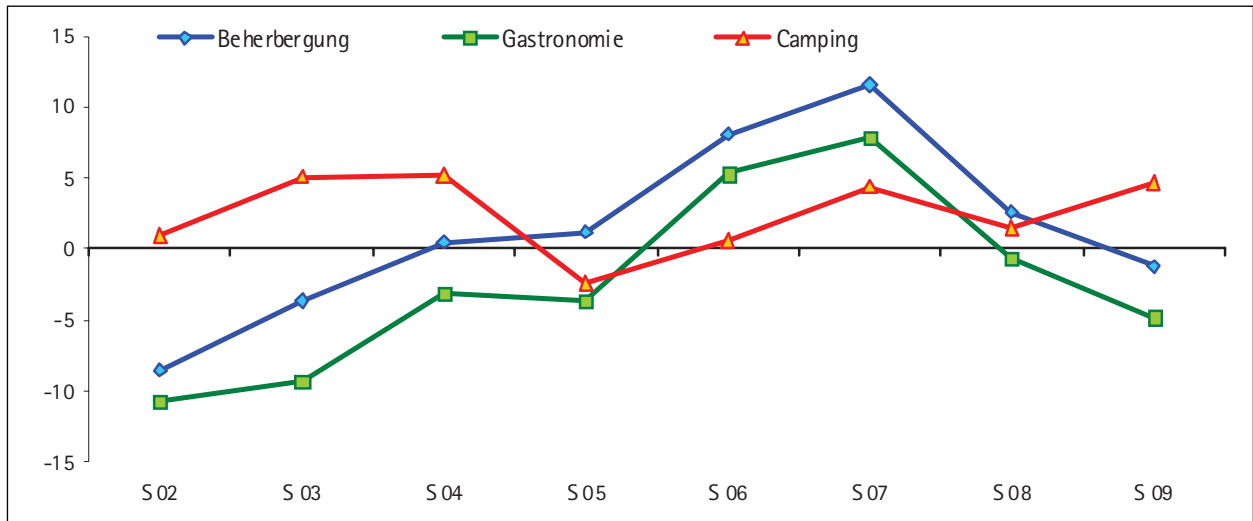


Abb. 24: Entwicklung: Investitionsabsichten im Gastgewerbe (Saldo Zunehmen/Abnehmen-Anteile)

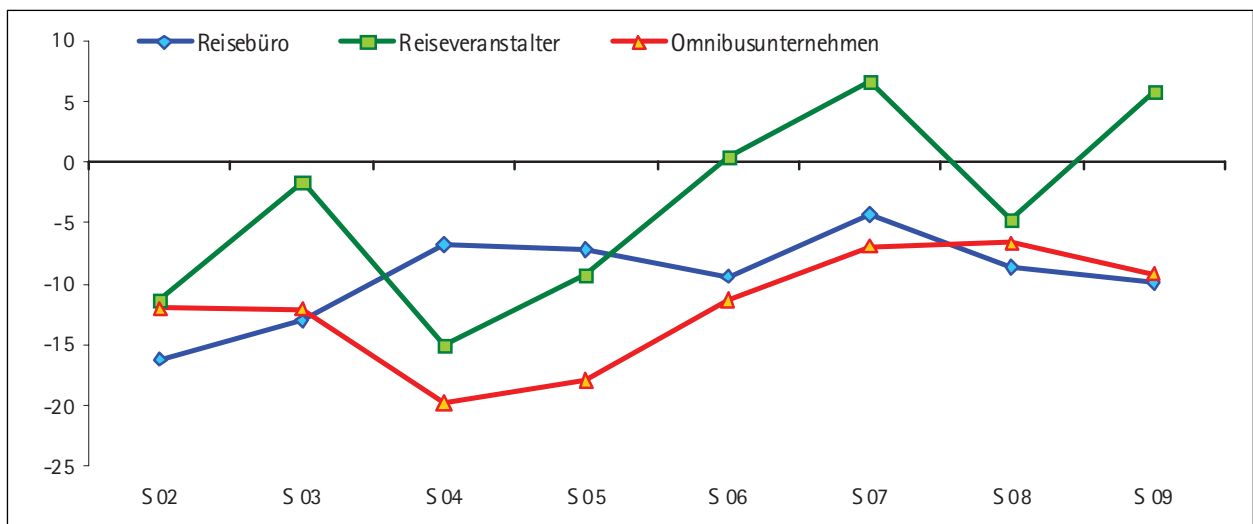


Abb. 25: Entwicklung: Investitionsabsichten im Touristikmarkt (Saldo Zunehmen/Abnehmen-Anteile)

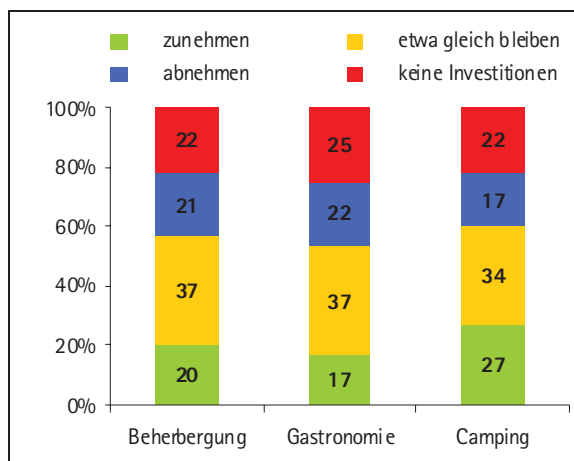


Abb. 26: Investitionsbereitschaft im Gastgewerbe

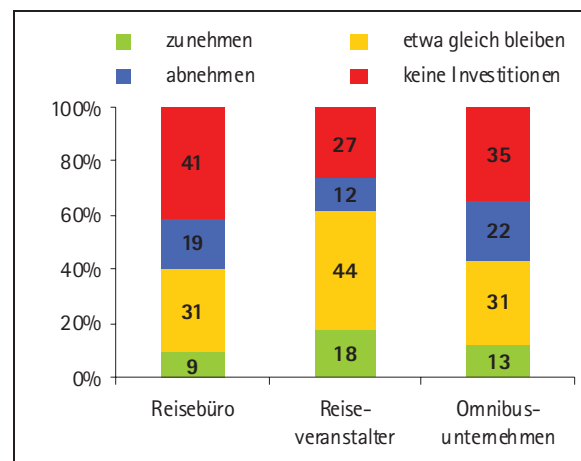


Abb. 27: Investitionsbereitschaft im Touristikmarkt

Die zurückhaltenden Geschäftserwartungen sowie die Zahlen aus dem Sommer 2009 wirken sich auf die Investitionspläne aus. Bei Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben nimmt die Neigung zu investieren gegenüber dem Vorjahr ab. Campingplätze tendieren nach der guten Sommersaison zu mehr Investitionen als im Vorjahr. Sehr schlecht ist und bleibt die Investitionsneigung der Reisebüros. 41 Prozent werden überhaupt keine Investitionen tätigen und 19 Prozent werden die Investitionen zurückschrauben. Auch die Busbetriebe bleiben bei den Investitionen zurückhaltend. Lediglich bei den Reiseveranstaltern zeigt sich ein positiver Trend.

Soweit investiert wird stehen an erster Stelle Modernisierung und Ersatzbeschaffung. Bei den Reisebüros stehen angesichts der wirtschaftlichen Lage und den Erwartungen Rationalisierungs- und Kostensenkungsmaßnahmen ebenfalls weit vorne. Dieses Investitionsmotiv hat sich auch bei den Reiseveranstaltern wieder auf Platz zwei noch vor den Produktinnovationen und Angebotserweiterungen geschoben.

Bei den Busunternehmen sind die Investitionen für Umweltschutzmaßnahmen nochmals deutlich gestiegen (s. Tabellen im Anhang). Grund dafür dürften die an vielen Orten eingerichteten Umweltzonen sein. Sie machen die Umrüstung oder Neuanschaffung von Fahrzeugen nötig. Dafür wird in andere Bereiche deutlich weniger investiert als im Vorjahr.

Auch in allen anderen touristischen Wirtschaftssparten hat die Bedeutung von Investitionen im Bereich Umweltschutz zugenommen. Investiert wird vor allem in energieeffiziente Technologien, die nicht nur die Umwelt schonen, sondern auch Geld sparen.

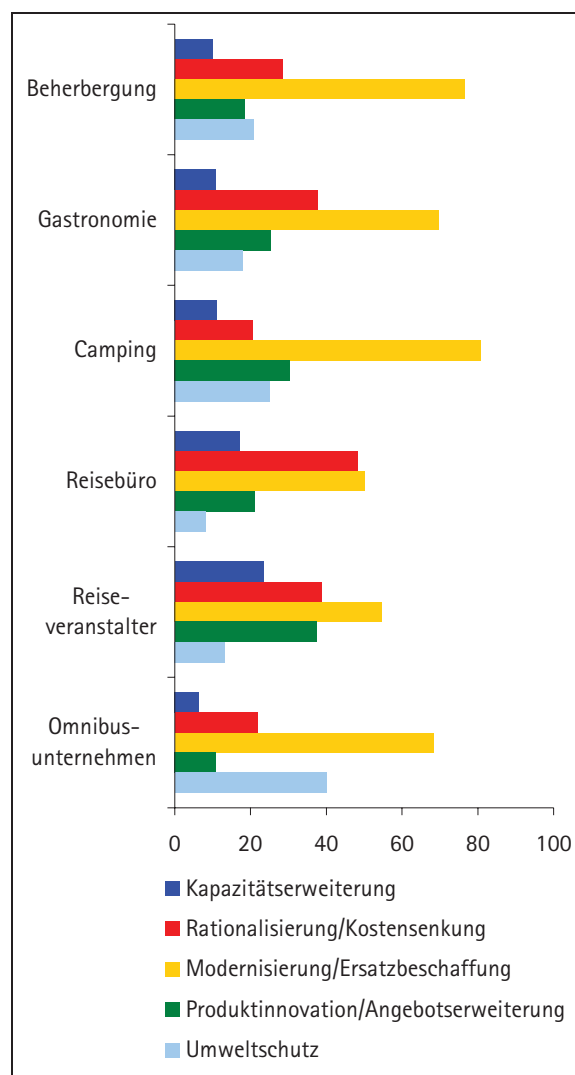


Abb. 28: Bereiche der Investitionsplanung (Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)

Beschäftigungsentwicklung

Die zurückhaltenden Erwartungen für den Winter 2009/10 schlagen auf die Beschäftigungspläne durch. Im Beherbergungs- und Gastronomiebereich sinkt der Saldo im Vergleich mit dem Vorjahr um 16 bzw. 19 Punkte (s. Abb. 29): 22 bzw. 25 Prozent der Betriebe wollen Personal abbauen. Lediglich der Campingsektor bleibt relativ stabil.

Auch im Touristiksektor sind die Chancen für Neueinstellungen nicht gut. Nur jedes zwanzigste Unternehmen plant Einstellungen. Ein großer Teil versucht die Mitarbeiter zu halten, jedoch rechnet jedes fünfte Unternehmen mit weniger Beschäftigung. Vor allem bei den Reisebüros wird kaum an neue Mitarbeiter gedacht; nur 3 Prozent der befragten Betriebe wollen mehr Mitarbeiter beschäftigen.

Zunehmend bekommen die Betriebe Probleme bei der Einstellung von Azubis. Die Zahl der Schulabgänger ist – vor allem in den östlichen Bundesländern – rückläufig. Das führt dazu, dass immer mehr Lehrstellen im Gastgewerbe unbesetzt sind und so in naher Zukunft viele Stellen im Gastgewerbe offen bleiben.

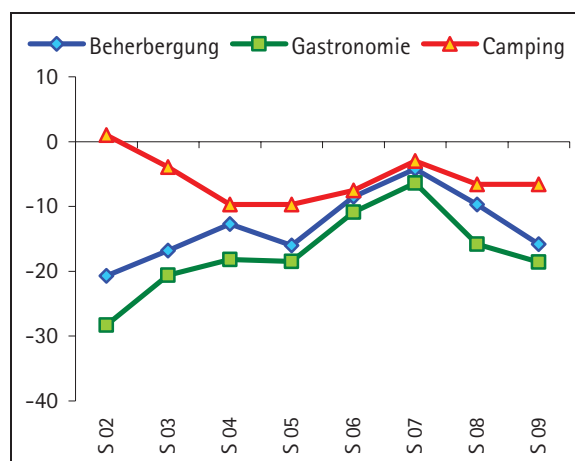


Abb. 29: Entwicklung der Beschäftigten im Gastgewerbe (Saldo Zunehmen-/Abnehmen-Anteile)

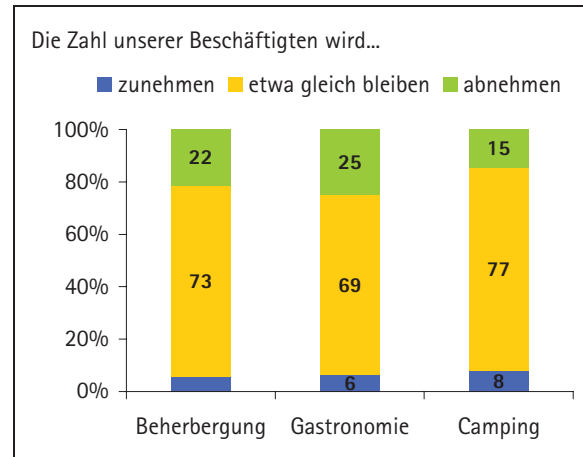


Abb. 30: Entwicklung der Beschäftigten im Gastgewerbe

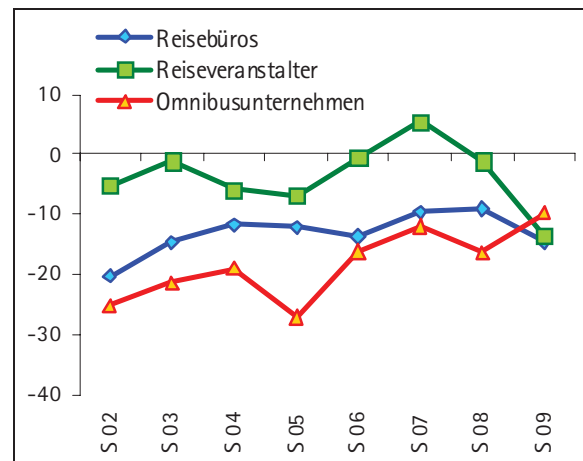


Abb. 31: Entwicklung der Beschäftigten im Touristikmarkt (Saldo Zunehmen-/Abnehmen-Anteile)

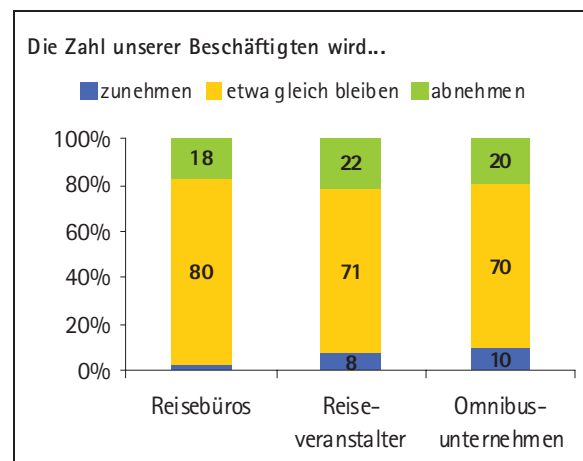


Abb. 32: Entwicklung der Beschäftigten im Touristikmarkt

III TOURISMUS UND INTERNET

Das Tourismusgeschäft ist ohne Internet heute nicht mehr denkbar: Zugriff auf Buchungssysteme, eigene Web-Präsenz, Nutzung durch Gäste vor Ort und nicht zuletzt die viel diskutierten Social Media- und Web 2.0-Instrumente gehören dazu.

Aber wie steht es um die Aktivitäten der Tourismusbranche und welche Infrastruktur wird für Web-Aktivitäten genutzt? Haben alle Betriebe Breitbandanschlüsse oder gibt es Lücken?

Am Netz? Breitband & Co.

Ohne Internet-Anschluss geht in der heutigen Zeit fast nichts mehr. Die meisten Betriebe verfügen daher über einen Anschluss an das Netz. Bei Campingplätzen sind allerdings 10 Prozent ohne Verbindung zum Web. Bei Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben sind es nur 6 bzw. 7 Prozent. Im Touristikbereich haben alle Anbieter einen Internet-Anschluss. Kaum verwunderlich, denn ohne Anschluss an die elektronischen Buchungssysteme lassen sich Reisen nur sehr umständlich verkaufen.

Schlecht ist es dagegen um die Geschwindigkeit der Internet-Anschlüsse bestellt. Eine gute Breitband-Anbindung ist an vielen Orten nicht sichergestellt. Mehr als jedes vierte Unternehmen im Gastgewerbe und fast jedes fünfte im Touristikmarkt müssen mit analogem oder ISDN-Anschluss auskommen – das heißt mit dem für den Datenverkehr unzulänglichen Telefonanschluss. Über einen schnellen Breitband-Anschluss mit mehr als 6 MBit verfügen nur 14 Prozent der gastgewerblichen Betriebe und 27 Prozent der Betriebe im Touristiksegment.

Insgesamt zeigt sich bei den Tourismusunternehmen, dass die Breitbandzukunft (noch) nicht gesichert ist.

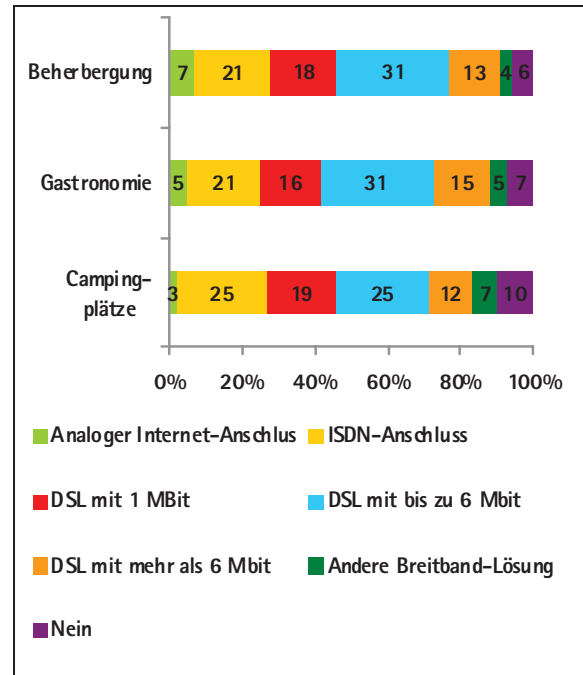


Abb. 33: Art des Internet-Anschlusses im Gastgewerbe (in %)

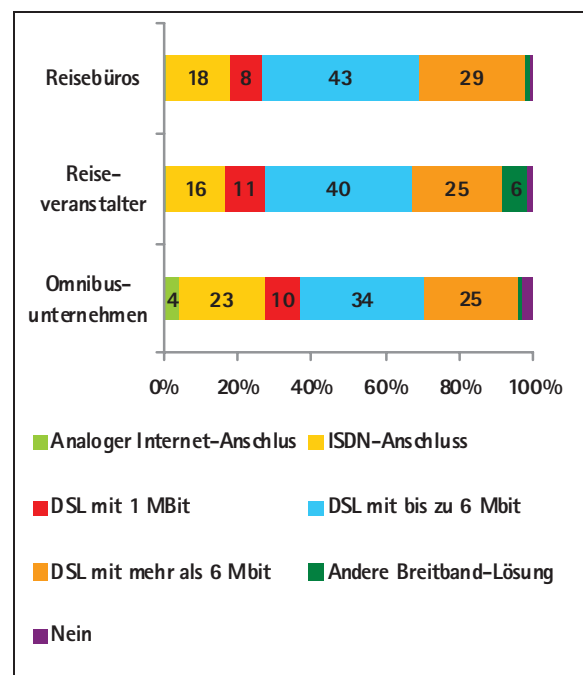


Abb. 34: Art des Internet-Anschlusses im Touristikmarkt (in %)

Internetauftritt und Web 2.0-Nutzung

Der eigene Internetauftritt gehört im Tourismus mehr oder weniger zum Standard, nur ein geringer Teil der Unternehmen hat noch keine eigene Website. Den größten Nachholbedarf haben die Busunternehmen. Hier ist doch immerhin jeder Vierte noch nicht im Netz vertreten. Dagegen haben 93 Prozent aller Beherbergungsbetriebe und sogar 98 Prozent der Hotels eine eigene Website.

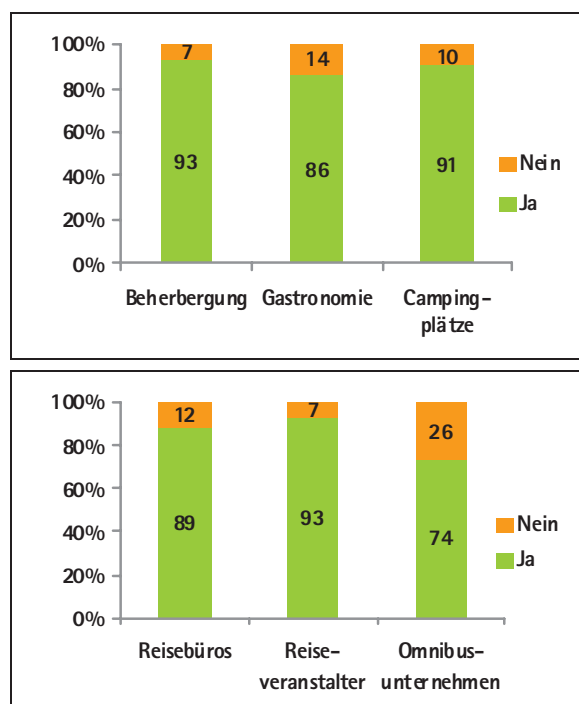


Abb. 35 Verfügt das Unternehmen über einen eigenen Internetauftritt? (Angaben in %)

Zum Teil deutlich geringer ausgeprägt sind die Aktivitäten in anderen Online-Marketing-Segmenten. Stark verbreitet ist die Einbindung in Buchungssysteme.

Neben der „alten“ Welt des Internets – z.B. der eigenen, selbst gesteuerten Website hat sich eine neue etabliert: „Web 2.0“ oder „Social Media“. Sie besteht aus vielen Elementen: bewegte und unbewegte Bilder, Karten und Routen, Netzwerke und Freundschaftsportale, Micro-Blogging, virtuellen Welten, Bewertungsportalen und vielem mehr. Für den Tourismus wird diese Welt zunehmen wichti-

ger, da sich Kunden dort austauschen, Urlaubsbilder ins Netz stellen, Empfehlungen ausgesprochen und Anbieter gesucht werden. Noch sind die meisten Betriebe hier wenig aktiv. Im Gastgewerbe spielt immerhin die Erfassung des Online-Images für immerhin mehr als die Hälfte der Betriebe eine Rolle. Das heißt, diese Unternehmen beobachten, wie auf Bewertungsportalen, in Blogs oder sonstigen Internetwelten über sie berichtet wird. Selber aktiv werden in diesen Bereichen aber die wenigsten: 18 Prozent binden Web 2.0-Inhalte auf ihren Webseiten ein und 11 Prozent kommunizieren sogar selber über Web 2.0-Dienste. Gastronomie und Campingsektor sind dabei etwas engagierter als das Beherbergungsgewerbe.

Tab. 1: Online-Marketing im Gastgewerbe

Angaben in %	Beherbergung	Gastronomie	Camping
Einbindung in Buchungssysteme	86,9	44,0	74,9
Erfassung des Online-Images	52,9	57,3	51,9
Einbindung von Web 2.0-Inhalte	16,6	20,0	20,0
Eigene Kommunikation über Web 2.0	10,2	14,7	12,9
Sonst. Online-Marketing-Aktivitäten	19,5	18,7	26,9

Im Touristiksegment sind Reisebüros am stärksten im Web 2.0 präsent. Fast jedes fünfte Unternehmen bindet Social Media-Inhalte auf seiner Website ein oder kommuniziert sogar selber über diese Kanäle. Bei den Reiseveranstaltern ist diese Art der Kommunikation noch deutlich weniger verbreitet.

Tab. 2: Online-Marketing in der Touristikbranche

Angaben in %	Reiseveranstalter	Reisebüro	Omnibusunternehmen
Einbindung in Buchungssysteme	82,6	55,4	56,8
Erfassung des Online-Images	20,7	23,9	16,2
Einbindung von Web 2.0-Inhalte	9,8	18,5	10,8
Eigene Kommunikation über Web 2.0	7,6	19,6	10,8
Sonst. Online-Marketing-Aktivitäten	23,8	45,7	27,0

IV TABELLENANHANG

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09
Beherbergungsbereich									
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung									
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...									
gut	29,3	24,0	39,3	32,9	42,9	27,7	38,1	21,1	35,2
befriedigend	48,4	42,9	44,6	43,9	43,1	43,4	44,8	42,3	42,5
schlecht	22,4	33,1	16,1	23,2	14,1	28,9	17,1	36,6	22,3
Saldo	6,9	-9,1	23,2	9,7	28,8	-1,2	21,0	-15,5	12,9
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...									
gestiegen	28,9	24,0	36,2	31,9	37,0	25,8	33,2	16,2	27,2
gleich geblieben	34,5	32,6	35,5	34,5	35,0	35,1	36,6	31,3	33,6
zurückgegangen	36,6	43,4	28,3	33,7	28,0	39,1	30,2	52,5	39,2
Saldo	-7,7	-19,4	7,9	-1,8	9,0	-13,3	3,0	-36,3	-12,0
3.1 Die Ausgaben unserer Kunden sind insgesamt...									
gestiegen	11,4	10,1	17,0	17,3	20,4	11,6	13,8	6,9	10,8
gleich geblieben	42,9	41,5	47,1	47,6	48,9	44,3	44,4	37,3	42,5
zurückgegangen	45,8	48,4	35,9	35,1	30,7	44,1	41,8	55,8	46,8
Saldo	-34,4	-38,3	-18,9	-17,8	-10,3	-32,5	-28,0	-48,9	-36,0
3.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...									
gestiegen	10,2	8,3	13,2	16,2	18,8	13,1	13,9	5,6	5,7
gleich geblieben	48,2	47,2	51,7	52,9	52,8	51,4	53,3	38,2	42,0
zurückgegangen	41,6	44,5	35,1	30,9	28,4	35,5	32,8	56,2	52,4
Saldo	-31,4	-36,2	-21,9	-14,7	-9,6	-22,4	-18,9	-50,6	-46,7
3.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...									
gestiegen	13,2	9,2	17,6	13,0	19,9	9,7	13,7	6,5	14,4
gleich geblieben	42,7	42,3	48,1	48,9	46,7	43,8	41,8	40,0	46,5
zurückgegangen	44,2	48,5	34,3	38,1	33,4	46,6	44,4	53,5	39,0
Saldo	-31,0	-39,3	-16,7	-25,1	-13,5	-36,9	-30,7	-47,0	-24,6
4 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist die Zimmerauslastung ...									
gestiegen	28,6	22,8	34,1	31,0	35,3	23,4	29,7	16,1	26,0
gleich geblieben	35,2	33,2	36,6	33,9	37,3	34,5	37,9	30,5	32,9
zurückgegangen	36,2	44,0	29,4	35,1	27,4	42,1	32,4	53,4	41,0
Saldo	-7,6	-21,2	4,7	-4,1	7,9	-18,7	-2,7	-37,3	-15,0
Die Zimmerauslastung lag bei	50,7	44,4	50,4	45,5	52,4	44,5	53,0	43,1	51,3
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...									
gestiegen	18,8	15,2	24,9	20,4	24,6	16,3	21,9	10,1	18,9
gleich geblieben	35,1	32,0	34,7	35,0	37,1	31,9	33,5	27,8	34,0
zurückgegangen	46,0	52,8	40,4	44,5	38,2	51,8	44,5	62,1	47,2
Saldo	-27,2	-37,6	-15,5	-24,1	-13,6	-35,5	-22,6	-52,0	-28,3
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09
Beherbergungsbereich									
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...									
6 Unsere Geschäftslage wird...									
günstiger	19,9	29,6	20,3	33,6	23,5	25,9	15,9	14,2	15,8
gleichbleibend	52,8	47,8	53,0	49,0	57,6	48,3	51,7	41,1	54,3
ungünstiger	26,1	22,6	26,6	17,4	18,9	25,8	32,5	44,6	30,0
Saldo	-6,2	7,0	-6,3	16,2	4,6	0,1	-16,6	-30,4	-14,2
7 Unsere Übernachtungs/ Verzehrpriese werden überwiegend ...									
steigen	19,4	21,7	49,0	24,3	33,1	26,0	34,5	9,8	13,2
etwa gleich bleiben	69,9	70,8	46,1	70,9	63,4	68,0	59,5	74,4	75,7
fallen	10,3	7,5	5,0	4,8	3,6	6,0	5,9	15,9	11,1
Saldo	9,1	14,2	44,0	19,5	29,5	20,0	28,6	-6,1	2,1
8 Die Zahl unserer Beschäftigten wird voraussichtlich ...									
zunehmen	5,1	8,4	7,9	10,7	8,7	8,8	6,7	5,0	5,7
etwa gleich bleiben	73,8	75,5	75,7	77,3	78,4	74,2	76,9	69,3	72,8
abnehmen	21,1	16,1	16,4	12,1	12,9	17,1	16,4	25,7	21,5
Saldo	-16,0	-7,7	-8,5	-1,4	-4,2	-8,3	-9,7	-20,7	-15,8
9 Unsere Investitionen werden voraussichtlich ...									
zunehmen	18,7	20,6	23,2	25,4	25,9	22,0	21,4	16,0	20,1
gleich bleiben	36,0	33,0	37,6	36,7	40,0	33,8	36,2	28,4	36,5
abnehmen	17,5	18,2	15,1	14,7	14,3	18,1	18,8	26,9	21,3
keine Investitionen	27,8	28,2	24,1	23,1	19,8	26,1	23,6	28,7	22,1
Saldo	1,2	2,4	8,1	10,7	11,6	3,9	2,6	-10,9	-1,2
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...									
Kapazitätserweiterung	10,3	9,6	11,1	11,3	12,3	12,3	12,1	10,2	10,0
Rationalisierung/ Kostensenkung	29,6	30,2	28,3	28,7	28,1	30,8	31,4	34,5	28,5
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	80,5	77,7	81,9	80,9	80,4	80,6	80,7	78,2	76,6
Produktinnovation/ Angebotsverweiterung	23,1	25,3	22,9	23,2	24,8	20,9	20,8	22,0	18,5
Umweltschutz	10,7	9,6	10,8	16,3	14,9	16,6	16,2	16,4	20,9
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09
Gastronomiebereich									
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung									
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...									
gut	23,2	20,7	28,2	30,0	31,1	20,6	25,3	16,6	29,5
befriedigend	48,7	46,2	46,5	45,9	48,7	44,6	47,8	44,5	45,1
schlecht	28,2	33,1	25,3	24,1	20,1	34,8	26,8	38,9	25,3
Saldo	-5,0	-12,4	2,9	5,9	11,0	-14,2	-1,5	-22,3	4,2
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...									
gestiegen	24,9	21,5	28,4	29,5	29,8	18,4	22,9	12,6	23,4
gleich geblieben	34,7	34,9	34,3	38,3	37,1	36,1	35,1	30,7	32,5
zurückgegangen	40,5	43,6	37,3	32,2	33,0	45,5	42,0	56,7	44,1
Saldo	-15,6	-22,1	-8,9	-2,7	-3,2	-27,1	-19,1	-44,1	-20,7
3.1 Die Ausgaben unserer Kunden sind insgesamt...									
gestiegen	11,6	10,8	17,5	19,3	20,5	11,8	13,0	6,9	11,6
gleich geblieben	40,9	42,9	44,9	45,3	47,9	40,2	39,1	36,0	40,2
zurückgegangen	47,4	46,3	37,7	35,3	31,6	48,0	47,9	57,1	48,2
Saldo	-35,8	-35,5	-20,2	-16,0	-11,1	-36,2	-34,9	-50,2	-36,6
3.2 Die Ausgaben unserer Kunden – Geschäftsreisende – sind ...									
gestiegen	8,9	9,2	14,2	19,2	19,7	12,6	13,4	4,1	5,4
gleich geblieben	47,0	48,3	52,0	50,2	51,9	50,7	50,3	37,4	40,5
zurückgegangen	44,1	42,5	33,8	30,6	28,4	36,6	36,4	58,5	54,1
Saldo	-35,2	-33,3	-19,6	-11,4	-8,7	-24,0	-23,0	-54,4	-48,7
3.3 Die Ausgaben unserer Kunden – Urlaubsreisende – sind ...									
gestiegen	12,1	8,7	17,8	15,4	18,3	9,4	12,2	6,2	15,3
gleich geblieben	40,7	43,7	46,3	47,5	48,5	40,7	42,7	38,8	44,0
zurückgegangen	47,2	47,6	35,9	37,1	33,2	50,0	45,0	55,0	40,7
Saldo	-35,1	-38,9	-18,1	-21,7	-14,9	-40,6	-32,8	-48,8	-25,4
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...									
gestiegen	15,3	15,2	19,1	18,3	19,5	12,0	14,7	7,3	16,9
gleich geblieben	33,5	31,1	33,7	36,1	35,8	28,9	30,4	27,6	33,5
zurückgegangen	51,2	53,7	47,2	45,6	44,7	59,2	54,9	65,1	49,6
Saldo	-35,9	-38,5	-28,1	-27,3	-25,2	-47,2	-40,2	-57,8	-32,7
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09
Gastronomiebereich									
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...									
6 Die Geschäftslage wird...									
günstiger	17,4	27,2	19,0	31,2	21,5	20,7	13,6	12,4	14,9
gleichbleibend	53,8	49,0	49,8	49,7	55,5	46,8	47,4	41,2	52,8
ungünstiger	28,5	23,8	31,2	19,0	23,0	32,4	39,0	46,4	32,3
Saldo	-11,1	3,4	-12,2	12,2	-1,5	-11,7	-25,4	-34,0	-17,4
7 Die Übernachtungs/ Verzehrpriese werden überwiegend ...									
steigen	15,6	20,3	47,0	24,3	38,9	32,1	31,7	11,1	12,3
etwa gleich bleiben	77,9	73,3	48,3	71,5	58,2	62,0	62,6	78,1	79,6
fallen	6,4	6,4	4,8	4,2	2,9	5,8	5,8	10,8	8,1
Saldo	9,2	13,9	42,2	20,1	36,0	26,3	25,9	0,3	4,2
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...									
zunehmen	6,1	11,7	8,8	13,9	10,5	8,4	7,5	6,2	6,4
etwa gleich bleiben	69,2	69,0	71,5	72,1	72,7	69,3	69,3	61,8	68,6
abnehmen	24,6	19,3	19,7	13,9	16,9	22,3	23,3	31,9	25,0
Saldo	-18,5	-7,6	-10,9	0,0	-6,4	-13,9	-15,8	-25,7	-18,6
9 Die Investitionen werden voraussichtlich ...									
zunehmen	15,0	17,6	20,7	22,7	22,6	18,3	18,5	13,9	16,7
gleich bleiben	37,4	35,2	37,3	38,4	39,8	33,1	34,8	26,9	36,8
abnehmen	18,6	18,7	15,4	14,4	14,8	19,0	19,2	28,4	21,5
keine Investitionen	29,0	28,5	26,5	24,6	22,8	29,7	27,6	30,8	25,0
Saldo	-3,6	-1,1	5,3	8,3	7,8	-0,7	-0,7	-14,5	-4,8
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...									
Kapazitätserweiterung	8,9	11,2	11,3	12,6	12,3	11,4	12,2	10,7	10,9
Rationalisierung/ Kostensenkung	39,2	38,5	36,3	35,4	34,1	40,7	38,0	40,8	37,7
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	72,8	72,0	75,0	74,7	74,1	71,6	71,3	70,1	69,6
Produktinnovation/ Angebotsweiterung	29,3	31,7	29,0	29,3	26,6	26,9	25,5	25,8	25,4
Umweltschutz	9,3	9,3	10,1	14,5	13,7	13,9	13,5	13,4	18,0
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09
Camping									
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung									
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...									
gut	30,8	16,8	33,7	22,3	29,3	10,2	28,1	22,6	44,2
befriedigend	47,3	56,3	48,6	53,1	47,9	44,3	51,8	54,9	35,8
schlecht	22,0	26,9	17,7	24,6	22,9	45,5	20,1	22,6	20,0
Saldo	8,8	-10,1	16,0	-2,3	6,4	-35,3	8,0	0,0	24,2
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...									
gestiegen	22,9	10,5	23,7	16,9	19,7	13,8	24,8	17,4	38,2
gleich geblieben	36,9	51,8	42,9	47,6	42,3	33,3	41,4	50,8	33,5
zurückgegangen	40,2	37,7	33,3	35,5	38,0	52,9	33,8	31,8	28,3
Saldo	-17,3	-27,2	-9,6	-18,6	-18,3	-39,1	-9,0	-14,4	9,9
3.1 Die Ausgaben unserer Kunden sind insgesamt...									
gestiegen	7,2	1,1	12,9	10,4	9,9	5,6	12,6	5,6	17,7
gleich geblieben	38,8	57,1	45,7	52,2	49,5	50,7	47,4	54,0	47,5
zurückgegangen	54,0	41,8	41,4	37,4	40,5	43,7	40,0	40,3	34,8
Saldo	-46,8	-40,7	-28,5	-27,0	-30,6	-38,1	-27,4	-34,7	-17,1
3.2 Die Ausgaben unserer Kunden – Geschäftsreisende – sind ...									
gestiegen	9,5	0,0	0,0	0,0	2,4	2,7	2,5	0,0	7,0
gleich geblieben	54,0	73,2	72,2	68,8	64,3	56,8	62,5	67,7	68,4
zurückgegangen	36,5	26,8	27,8	31,3	33,3	40,5	35,0	32,2	24,6
Saldo	-27,0	-26,8	-27,8	-31,3	-30,9	-37,8	-32,5	-32,2	-17,6
3.3 Die Ausgaben unserer Kunden – Urlaubsreisende – sind ...									
gestiegen	13,7	5,3	15,9	10,0	11,8	9,7	14,6	7,0	22,4
gleich geblieben	38,7	51,3	47,0	51,1	50,0	48,4	44,8	55,9	52,0
zurückgegangen	47,6	43,4	37,1	38,9	38,2	41,9	40,6	37,3	25,6
Saldo	-33,9	-38,1	-21,2	-28,9	-26,4	-32,2	-26,0	-30,3	-3,2
4 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist die Stellplatzauslastung ...									
gestiegen	16,0	11,7	23,2	17,4	19,5	12,2	20,8	19,6	36,4
gleich geblieben	41,4	43,6	44,0	46,2	38,3	35,4	40,8	40,2	33,3
zurückgegangen	42,6	44,7	32,7	36,4	42,1	52,4	38,3	40,2	30,3
Saldo	-26,6	-33,0	-9,5	-19,0	-22,6	-40,2	-17,5	-20,6	6,1
Die durchschnittliche Auslastung lag bei	49,3	47,8	47,4	40,4	48,8	37,6	46,9	39,3	48,1
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...									
gestiegen	9,7	7,5	16,9	13,7	11,3	7,2	12,4	14,1	28,4
gleich geblieben	41,5	50,8	44,0	42,7	40,6	34,9	45,0	39,1	38,4
zurückgegangen	48,9	41,7	39,2	43,5	48,1	57,8	42,6	46,9	33,2
Saldo	-39,2	-34,2	-22,3	-29,8	-36,8	-50,6	-30,2	-32,8	-4,8
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09
Camping									
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...									
6 Die Geschäftslage wird...									
günstiger	17,3	29,2	15,6	31,4	19,7	26,0	12,2	25,4	13,5
gleich bleiben	55,5	59,2	60,7	53,6	57,6	50,0	57,3	52,2	58,9
ungünstiger	26,6	11,6	23,7	15,0	22,7	24,0	30,5	22,5	27,5
Saldo	-9,3	17,6	-8,1	16,4	-3,0	2,0	-18,3	2,9	-14,0
7 Die Stellplatzpreise werden überwiegend ...									
steigen	22,0	22,2	33,5	32,1	18,8	17,9	25,2	21,0	10,8
gleich bleiben	71,1	75,9	62,9	62,1	74,4	80,0	67,9	71,7	84,7
fallen	6,9	1,9	3,5	5,7	6,8	2,1	6,9	7,2	4,4
Saldo	15,1	20,3	30,0	26,4	12,0	15,8	18,3	13,8	6,4
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...									
zunehmen	4,2	8,8	1,1	10,0	8,2	5,6	6,7	9,0	8,0
gleich bleiben	81,8	81,5	90,3	80,0	80,6	84,3	80,0	77,4	77,4
abnehmen	13,9	9,7	8,6	10,0	11,2	10,1	13,3	13,5	14,6
Saldo	-9,7	-0,9	-7,5	0,0	-3,0	-4,5	-6,6	-4,5	-6,6
9 Die Investitionen werden voraussichtlich ...									
zunehmen	25,3	23,6	20,9	25,0	23,7	20,2	19,4	19,1	27,0
etwa gleich bleiben	31,9	41,7	44,1	39,6	39,3	46,8	38,1	41,2	33,6
abnehmen	27,7	19,7	20,3	18,8	19,3	18,1	17,9	18,4	17,1
keine Investitionen	15,1	15,0	14,7	16,7	17,8	14,9	24,6	21,3	22,3
Saldo	-2,4	3,9	0,6	6,2	4,4	2,1	1,5	0,7	4,7
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...									
Kapazitätserweiterung	11,6	18,6	13,8	16,8	12,9	9,8	12,6	14,7	11,1
Rationalisierung/ Kostensenkung	24,5	26,5	27,6	27,4	31,0	40,2	34,2	28,4	20,5
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	74,8	85,3	76,6	78,8	81,9	78,0	71,2	83,5	80,7
Produktinnovation/ Angebotsverbreiterung	31,3	27,5	26,9	29,2	33,6	26,8	23,4	23,9	30,4
Umweltschutz	28,6	26,5	25,5	29,2	26,7	24,4	24,3	29,4	25,1
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09
Reisebüros									
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung									
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...									
gut	23,2	25,3	20,8	28,2	29,1	33,6	27,8	14,6	16,8
befriedigend	55,4	54,7	52,0	51,6	50,9	49,3	51,5	41,5	44,6
schlecht	21,4	20,0	27,3	20,2	20,0	17,2	20,7	43,9	38,6
Saldo	1,8	5,3	-6,5	8,0	9,1	16,4	7,1	-29,3	-21,8
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...									
gestiegen	29,6	28,1	23,4	31,8	27,6	33,8	31,6	9,1	13,5
gleich geblieben	35,8	37,4	33,1	35,6	38,1	36,4	35,8	20,4	22,4
zurückgegangen	34,6	34,5	43,5	32,6	34,3	29,8	32,5	70,5	64,1
Saldo	-5,0	-6,4	-20,1	-0,8	-6,7	4,0	-0,9	-61,4	-50,6
3.1 Die Zahl der gebuchten Reisen ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum insgesamt...									
gestiegen	33,8	29,3	23,5	32,1	29,6	36,6	29,1	11,6	16,2
gleich geblieben	32,1	34,0	30,8	33,9	33,7	30,4	34,7	16,8	20,1
zurückgegangen	34,1	36,7	45,7	34,0	36,7	33,0	36,2	71,6	63,7
Saldo	-0,3	-7,4	-22,2	-1,9	-7,1	3,6	-7,1	-60,0	-47,5
3.2 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Inland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...									
gestiegen	27,0	21,7	23,0	23,1	25,6	25,4	31,3	14,5	22,7
gleich geblieben	42,0	45,6	39,1	46,0	41,4	43,2	38,9	32,3	33,7
zurückgegangen	31,1	32,7	37,9	30,9	33,0	31,4	29,8	53,2	43,6
Saldo	-4,1	-11,0	-14,9	-7,8	-7,4	-6,0	1,5	-38,7	-20,9
3.3 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Ausland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...									
gestiegen	34,7	31,2	23,8	33,0	27,0	37,6	28,9	8,6	13,3
gleich geblieben	26,9	28,5	24,2	29,2	31,3	27,6	29,1	17,8	16,7
zurückgegangen	38,4	40,3	52,1	37,8	41,8	34,8	42,0	73,7	70,0
Saldo	-3,7	-9,1	-28,3	-4,8	-14,8	2,8	-13,1	-65,1	-56,7
4.1 Die Reiseausgaben der Kunden sind insgesamt...									
gestiegen	24,0	22,0	21,2	27,9	25,4	32,4	32,3	12,9	11,7
gleich geblieben	32,9	35,9	34,1	40,6	38,9	38,1	31,0	23,6	26,2
zurückgegangen	43,1	42,1	44,7	31,5	35,7	29,6	36,7	63,6	62,1
Saldo	-19,1	-20,1	-23,5	-3,6	-10,3	2,8	-4,4	-50,7	-50,4
4.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...									
gestiegen	15,4	15,1	18,1	15,5	19,6	22,5	26,3	6,6	4,0
gleich geblieben	38,9	44,7	40,4	53,3	42,8	50,8	44,4	25,2	25,5
zurückgegangen	45,7	40,2	41,5	31,2	37,6	26,8	29,3	68,2	70,5
Saldo	-30,3	-25,1	-23,4	-15,7	-18,0	-4,3	-3,0	-61,6	-66,5
4.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...									
gestiegen	24,0	23,3	22,1	28,5	25,1	33,5	30,8	13,9	13,8
gleich geblieben	33,0	35,2	29,8	36,5	38,1	35,1	32,1	25,2	26,3
zurückgegangen	42,9	41,5	48,1	35,0	36,9	31,4	37,1	60,9	59,9
Saldo	-18,9	-18,2	-26,0	-6,5	-11,8	2,1	-6,3	-47,0	-46,1
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...									
gestiegen	20,1	17,5	14,3	19,7	19,4	24,6	21,9	6,0	10,5
gleich geblieben	33,9	33,2	28,7	32,5	31,3	30,8	30,4	19,2	20,5
zurückgegangen	46,0	49,3	57,1	47,8	49,3	44,6	47,7	74,7	69,0
Saldo	-25,9	-31,8	-42,8	-28,1	-29,9	-20,0	-25,8	-68,7	-58,5
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09
Reisebüros									
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...									
6 Die Geschäftslage wird...									
günstiger	20,0	24,0	17,8	25,1	21,8	27,7	13,6	7,4	13,0
gleichbleibend	51,3	48,4	48,3	47,6	54,3	48,9	47,6	29,0	46,9
ungünstiger	28,7	27,6	33,9	27,2	23,9	23,4	38,8	63,6	40,1
Saldo	-8,7	-3,6	-16,1	-2,1	-2,1	4,3	-25,2	-56,2	-27,1
7 Die Verkaufspreise werden überwiegend ...									
steigen	42,0	28,0	50,4	26,8	39,9	41,8	69,7	13,3	15,2
gleich bleiben	50,3	63,4	46,0	67,2	57,2	53,5	27,3	58,4	59,8
fallen	7,8	8,6	3,7	5,9	3,0	4,7	3,0	28,3	25,0
Saldo	34,2	19,4	46,7	20,9	36,9	37,1	66,7	-15,0	-9,8
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...									
zunehmen	5,3	6,0	4,0	7,6	4,5	8,5	6,2	3,0	2,9
gleich bleiben	77,2	78,2	78,3	78,8	81,4	77,7	78,5	72,9	79,5
abnehmen	17,5	15,8	17,7	13,6	14,1	13,9	15,3	24,1	17,5
Saldo	-12,2	-9,8	-13,7	-6,0	-9,6	-5,4	-9,1	-21,1	-14,6
9 Die Investitionen werden voraussichtlich...									
zunehmen	11,2	10,7	10,9	12,6	11,6	14,3	10,4	5,4	9,1
gleich bleiben	37,4	38,5	34,8	38,8	37,9	37,0	34,9	24,5	31,1
abnehmen	18,4	17,0	20,3	15,7	15,9	14,7	19,0	25,2	19,0
keine Investitionen	33,0	33,8	34,0	33,0	34,7	34,0	35,7	45,0	40,9
Saldo	-7,2	-6,3	-9,4	-3,1	-4,3	-0,4	-8,6	-19,8	-9,9
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...									
Kapazitätserweiterung	14,4	12,2	14,8	15,9	14,1	17,7	15,2	8,4	17,1
Rationalisierung/ Kostensenkung	41,7	43,6	45,1	41,7	41,9	39,4	46,2	54,0	48,3
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	62,0	60,3	57,8	58,5	53,3	60,6	54,1	50,4	50,1
Produktinnovation/ Angebotsweiterung	30,8	29,6	33,0	33,0	32,1	27,9	27,6	27,0	21,1
Umweltschutz	1,4	1,4	2,5	4,8	3,2	4,6	2,9	2,5	8,2
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09
Reiseveranstalter									
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung									
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...									
gut	31,3	24,9	32,2	29,0	34,1	28,6	35,6	19,8	28,1
befriedigend	45,8	51,2	48,3	54,2	49,7	54,9	47,1	48,8	47,1
schlecht	22,9	23,9	19,6	16,8	16,2	16,5	17,3	31,3	24,8
Saldo	8,4	1,0	12,6	12,2	17,9	12,1	18,3	-11,5	3,3
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...									
gestiegen	32,9	25,5	31,7	28,3	40,4	31,1	34,6	18,9	25,6
gleich geblieben	32,1	38,5	31,3	41,5	33,1	36,4	31,4	29,5	26,6
zurückgegangen	35,0	36,0	37,0	30,2	26,5	32,4	34,0	51,6	47,8
Saldo	-2,1	-10,5	-5,3	-1,9	13,9	-1,3	0,6	-32,7	-22,2
3.1 Die Zahl der gebuchten Reisen insgesamt ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...									
gestiegen	34,9	26,7	33,0	27,9	44,4	33,3	31,3	16,9	28,2
gleich geblieben	28,6	36,0	29,0	38,8	25,6	32,8	30,6	25,3	18,4
zurückgegangen	36,5	37,3	38,1	33,3	29,9	33,9	38,2	57,8	53,4
Saldo	-1,6	-10,6	-5,1	-5,4	14,5	-0,6	-6,9	-40,9	-25,2
3.2 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Inland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...									
gestiegen	25,4	25,0	28,7	23,1	38,2	29,6	33,0	14,7	26,0
gleich geblieben	38,7	45,5	39,2	52,3	37,1	44,4	36,5	41,1	28,5
zurückgegangen	35,9	29,5	32,2	24,6	24,7	25,9	30,4	44,2	45,5
Saldo	-10,5	-4,5	-3,5	-1,5	13,5	3,7	2,6	-29,5	-19,5
3.3 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Ausland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...									
gestiegen	31,4	28,5	31,9	29,9	37,7	31,0	25,4	16,8	26,8
gleich geblieben	31,4	28,5	31,3	36,1	28,3	34,8	33,3	23,8	17,4
zurückgegangen	37,3	43,0	36,7	34,0	34,0	34,2	41,2	59,4	55,8
Saldo	-5,9	-14,5	-4,8	-4,1	3,7	-3,2	-15,8	-42,6	-29,0
4.1 Die Reiseausgaben der Kunden sind insgesamt...									
gestiegen	20,1	16,5	21,5	22,3	29,6	26,9	24,2	12,4	13,2
gleich geblieben	43,0	47,6	44,1	50,6	46,7	43,4	45,8	40,2	37,1
zurückgegangen	36,9	35,9	34,4	27,1	23,7	29,7	30,1	47,3	49,7
Saldo	-16,8	-19,4	-12,9	-4,8	5,9	-2,8	-5,9	-34,9	-36,5
4.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...									
gestiegen	13,4	13,0	16,7	13,5	20,4	26,7	17,5	8,5	2,3
gleich geblieben	34,1	58,0	52,1	50,0	57,1	56,0	50,8	39,0	34,9
zurückgegangen	52,4	29,0	31,3	36,5	22,4	17,3	31,7	52,4	62,8
Saldo	-39,0	-16,0	-14,6	-23,0	-2,0	9,4	-14,2	-43,9	-60,5
4.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...									
gestiegen	18,4	18,3	26,9	25,5	31,8	30,8	25,6	12,9	15,1
gleich geblieben	42,3	45,8	39,2	44,1	39,3	40,3	40,2	40,0	37,7
zurückgegangen	39,3	35,9	33,9	30,3	29,0	28,9	34,2	47,1	47,3
Saldo	-20,9	-17,6	-7,0	-4,8	2,8	1,9	-8,6	-34,2	-32,2
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...									
gestiegen	23,1	17,9	21,3	21,8	25,5	23,2	24,2	14,9	21,9
gleich geblieben	31,6	35,4	33,3	35,8	30,1	28,0	29,8	28,7	31,1
zurückgegangen	45,3	46,7	45,4	42,5	44,4	48,8	46,1	56,4	46,9
Saldo	-22,2	-28,8	-24,1	-20,7	-18,9	-25,6	-21,9	-41,5	-25,0
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09
Reiseveranstalter									
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...									
6 Die Geschäftslage wird...									
günstiger	24,2	26,6	27,0	32,7	30,8	28,6	16,4	13,0	17,3
gleichbleibend	53,8	50,2	50,9	49,3	49,7	46,9	50,8	44,2	56,3
ungünstiger	22,1	23,2	22,2	18,0	19,5	24,6	32,8	42,8	26,4
Saldo	2,1	3,4	4,8	14,7	11,3	4,0	-16,4	-29,8	-9,1
7 Die Verkaufspreise werden überwiegend ...									
steigen	37,3	34,1	49,3	36,5	37,5	39,7	48,4	11,5	10,2
gleich bleiben	55,5	64,4	48,5	60,1	61,3	56,6	48,4	76,9	78,2
fallen	7,2	1,5	2,2	3,4	1,2	3,7	3,2	11,5	11,7
Saldo	30,1	32,6	47,1	33,1	36,3	36,0	45,2	0,0	-1,5
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...									
zunehmen	9,8	11,7	10,9	13,9	14,7	13,8	10,3	5,2	7,8
gleich bleiben	73,6	74,6	77,7	78,1	76,1	74,2	78,4	69,7	70,7
abnehmen	16,6	13,7	11,4	8,0	9,2	12,0	11,4	25,1	21,5
Saldo	-6,8	-2,0	-0,5	5,9	5,5	1,8	-1,1	-19,9	-13,7
9 Die Investitionen werden voraussichtlich...									
zunehmen	17,4	14,1	15,2	16,5	17,9	22,3	16,4	11,2	17,9
gleich bleiben	41,9	40,8	45,5	46,7	51,8	39,3	37,6	37,2	43,5
abnehmen	14,1	15,5	14,7	12,7	11,3	15,2	21,2	22,8	12,1
keine Investitionen	26,6	29,6	24,7	24,1	19,0	23,2	24,9	28,8	26,6
Saldo	-9,2	-1,4	0,5	3,8	6,6	7,1	-4,8	-11,6	5,8
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...									
Kapazitätserweiterung	17,9	21,4	20,0	18,5	24,4	28,1	24,2	16,9	23,3
Rationalisierung/ Kostensenkung	33,3	31,4	30,0	35,6	26,8	33,8	33,6	37,8	38,7
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	59,5	52,1	55,0	58,9	65,9	59,4	58,6	53,4	54,7
Produktinnovation/ Angebotsweiterung	46,4	50,7	48,8	43,2	36,6	45,0	43,0	52,7	37,3
Umweltschutz	4,8	5,0	3,1	6,8	4,9	5,6	7,8	8,1	13,3
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09
Omnibusunternehmen									
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung									
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...									
gut	11,6	11,4	20,0	12,8	21,6	13,3	15,8	12,6	26,5
befriedigend	63,0	60,7	62,2	56,7	67,9	63,3	63,2	57,5	50,3
schlecht	25,5	27,9	17,8	30,5	10,4	23,4	21,1	29,9	23,2
Saldo	-13,9	-16,5	2,2	-17,7	11,2	-10,1	-5,3	-17,3	3,3
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...									
gestiegen	13,1	14,9	21,1	14,0	18,2	14,1	18,8	10,2	21,9
gleich geblieben	42,1	36,6	47,0	43,3	49,2	50,0	45,6	39,8	38,7
zurückgegangen	44,9	48,5	31,9	42,7	32,6	35,9	35,6	50,0	39,4
Saldo	-31,8	-33,6	-10,8	-28,7	-14,4	-21,8	-16,8	-39,8	-17,5
3.1 Die Zahl der gebuchten Reisen insgesamt ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...									
gestiegen	13,0	11,4	15,9	8,1	18,4	10,8	14,9	10,9	19,6
gleich geblieben	37,3	38,0	49,0	41,2	39,8	44,2	39,7	25,2	25,9
zurückgegangen	49,7	50,6	35,0	50,7	41,7	45,0	45,5	63,9	54,5
Saldo	-36,7	-39,2	-19,1	-42,6	-23,3	-34,2	-30,6	-53,0	-34,9
3.2 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Inland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...									
gestiegen	13,5	15,8	22,3	14,9	21,6	13,0	17,6	9,2	20,2
gleich geblieben	43,2	36,8	47,7	44,7	52,3	48,0	45,4	38,8	36,4
zurückgegangen	43,2	47,4	30,0	40,4	26,1	39,0	37,0	52,0	43,4
Saldo	-29,7	-31,6	-7,7	-25,5	-4,5	-26,0	-19,4	-42,8	-23,2
3.3 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Ausland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...									
gestiegen	7,6	10,9	11,4	11,6	15,7	10,4	11,6	8,2	10,9
gleich geblieben	37,3	33,6	40,2	32,1	37,1	36,5	34,8	26,5	27,7
zurückgegangen	55,1	55,5	48,5	56,3	47,2	53,1	53,6	65,3	61,4
Saldo	-47,5	-44,6	-37,1	-44,7	-31,5	-42,7	-42,0	-57,1	-50,5
4.1 Die Reiseausgaben der Kunden sind insgesamt...									
gestiegen	9,9	9,0	16,5	15,9	15,6	16,8	15,4	10,1	7,2
gleich geblieben	33,7	43,4	40,5	39,4	45,8	36,3	33,8	30,3	36,9
zurückgegangen	56,4	47,6	43,0	44,7	38,5	46,9	50,8	59,7	55,9
Saldo	-46,5	-38,6	-26,5	-28,8	-22,9	-30,1	-35,4	-49,6	-48,7
4.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...									
gestiegen	10,5	8,5	11,7	10,3	17,0	18,5	14,9	3,3	6,3
gleich geblieben	41,9	53,7	53,2	48,5	47,2	50,8	43,2	36,1	39,1
zurückgegangen	47,7	37,8	35,1	41,2	35,8	30,8	41,9	60,7	54,7
Saldo	-37,2	-29,3	-23,4	-30,9	-18,8	-12,3	-27,0	-57,4	-48,4
4.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...									
gestiegen	9,1	9,9	15,7	18,8	16,7	14,3	13,7	3,4	8,9
gleich geblieben	37,1	39,7	40,0	34,7	38,1	36,7	31,4	34,5	31,1
zurückgegangen	53,8	50,4	44,3	46,5	45,2	49,0	54,9	62,1	60,0
Saldo	-44,7	-40,5	-28,6	-27,7	-28,5	-34,7	-41,2	-58,7	-51,1
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...									
gestiegen	7,4	7,5	12,6	12,5	9,7	6,8	9,0	4,1	17,2
gleich geblieben	24,8	30,7	36,8	34,9	40,3	32,9	35,4	32,7	28,9
zurückgegangen	67,8	61,8	50,6	52,6	50,0	60,3	55,6	63,3	53,9
Saldo	-60,4	-54,3	-38,0	-40,1	-40,3	-53,5	-46,6	-59,2	-36,7
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09
Omnibusunternehmen									
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...									
6 Die Geschäftslage wird...									
günstiger	6,5	14,9	14,7	17,3	15,0	14,4	13,0	7,1	11,0
gleichbleibend	47,9	54,7	58,2	54,3	54,1	43,8	48,1	47,0	58,7
ungünstiger	45,6	30,4	27,2	28,4	30,8	41,8	39,0	45,8	30,3
Saldo	-39,1	-15,5	-12,5	-11,1	-15,8	-27,4	-26,0	-38,7	-19,3
7 Die Verkaufspreise werden überwiegend ...									
steigen	51,2	34,6	53,3	33,3	41,7	36,4	54,6	15,2	20,3
gleich bleiben	42,2	59,0	44,5	60,4	52,8	61,6	42,1	73,4	65,9
fallen	6,6	6,4	2,2	6,3	5,5	2,0	3,3	11,4	13,8
Saldo	44,6	28,2	51,1	27,0	36,2	34,4	51,3	3,8	6,5
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...									
zunehmen	2,8	6,2	3,8	8,1	7,5	7,1	7,9	4,8	9,9
gleich bleiben	67,3	69,7	76,2	70,6	72,9	72,1	67,8	66,5	70,4
abnehmen	29,9	24,1	20,0	21,3	19,5	20,8	24,3	28,7	19,7
Saldo	-27,1	-17,9	-16,2	-13,2	-12,0	-13,7	-16,4	-23,9	-9,8
9 Die Investitionen werden voraussichtlich...									
zunehmen	9,7	9,6	11,8	12,3	10,8	16,1	16,4	12,7	12,5
gleich bleiben	26,3	31,8	33,9	32,5	43,8	34,2	33,6	27,1	30,9
abnehmen	27,6	22,7	23,1	21,5	17,7	11,0	23,0	25,3	21,7
keine Investitionen	36,4	35,9	31,2	33,7	27,7	38,7	27,0	34,9	34,9
Saldo	-17,9	-13,1	-11,3	-9,2	-6,9	5,1	-6,6	-12,6	-9,2
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...									
Kapazitätserweiterung	8,0	13,6	7,9	10,7	7,1	7,9	12,9	5,3	6,4
Rationalisierung/ Kostensenkung	37,0	30,3	26,0	32,0	33,3	26,7	33,6	25,3	21,8
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	71,0	71,2	82,7	72,8	78,8	75,2	75,9	82,1	68,2
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	19,6	24,2	11,8	11,7	10,1	19,8	12,1	10,5	10,9
Umweltschutz	11,6	7,6	7,1	13,6	14,1	16,8	22,4	28,4	40,0
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09	S 09