



# Lage zufriedenstellend, Zukunftssorgen groß

DIHK-Konjunkturumfrage Herbst 2022  
Sonderauswertung Tourismus

 **Gemeinsam Wirtschaft Stärken**

**DIHK**

Deutscher  
Industrie- und Handelskammertag

**IHK**

Deutsche  
Industrie- und Handelskammern

## Zukunftssorgen dominieren

### Wesentliche Ergebnisse auf einen Blick

Die Geschäftslage der touristischen Betriebe ist aktuell zufriedenstellend, sogar besser als der Durchschnitt aller Branchen hinweg. Dies ergeben die Rückmeldungen der Unternehmen der DIHK-Herbstkonjunkturumfrage, die vom 26. September bis zum 14. Oktober 2022 durchgeführt wurde. An der Umfrage haben sich über 24.000 Unternehmen beteiligt, davon knapp 2.000 aus dem Gastgewerbe.

Die touristischen Betriebe konnten den ersten Sommer und Herbstbeginn ohne nennenswerte Einschränkungen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie nutzen und erstmals wieder unter „Normalbedingungen“ ihrem Geschäft nachgehen. Die Unternehmen des Gastgewerbes bewerten ihre aktuelle Lage überwiegend als gut (37 Prozent) oder befriedigend (44 Prozent).

Die Erwartungen an die Geschäfte für die kommenden 12 Monate brechen hingegen massiv ein. Nur fünf Prozent der Betriebe erwarten bessere Geschäfte. 63 Prozent – und damit so viele wie nie zuvor – erwarten eine Verschlechterung der Geschäftstätigkeit. Im Gastronomie- und Beherbergungsgewerbe sinken die Einschätzungen auf Salden von minus 59 bzw. minus 58 Punkten und damit sogar unter die Werte, die zu Beginn der Coronapandemie gemessen wurden, ab. Diese lagen im Frühsommer 2020 bei minus 57 Punkten bzw. minus 47 Punkten. Die größten Sorgen bereiten dem Gastgewerbe zunehmend die hohen Energie- und Rohstoffpreise, der Personalmangel und die Arbeitskosten. In den vergangenen Monaten waren reduzierte Öffnungszeiten trotz hoher Nachfrage für die Konsumenten bedingt durch den Fach- und Arbeitskräftemangel bereits spürbar. Nun lassen die Rückmeldungen darauf schließen, dass dies weiter zunimmt. Denn fast ein Drittel der gastgewerblichen Betriebe planen u.a. mit einer (weiteren) Reduzierung des Angebotes auf die gestiegenen Kosten zu reagieren.

Bei Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstaltern sinkt die Geschäftserwartung zwar ebenfalls deutlich von 42 Punkten (im Frühsommer 2022) auf minus 14 Punkte – damit noch deutlich über den gemessenen Tiefstwerten im Frühsommer 2020 (minus 55 Punkte).

Der Preisdruck in der Branche bleibt weiterhin hoch: 69 Prozent der befragten Unternehmen des Gastgewerbes planen ihre gestiegenen Energiekosten – wo möglich - zum Großteil weiterzugeben. Für die Kunden bedeutet das weiterhin steigende Preise. Für viele Unternehmen stellt sich die Frage, wann die preisliche Schmerzgrenze ihrer Kunden erreicht ist. Längst nicht alle Unternehmen können jedoch ihre Kostensteigerungen eins zu eins einpreisen und müssen zum Aufrechterhalt ihrer Dienstleistungen teilweise mit geringeren Margen oder gar Verlusten haushalten.

Eine steigende Anzahl von Unternehmen gibt die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die Inlandsnachfrage als Risiko an. Dabei sorgt die Inlandsnachfrage im Vergleich zu allen Branchen (52 Prozent der Unternehmen) ganz besonders die Messe- Ausstellungs- und Kongressveranstalter: Hier geben 62 Prozent (Frühsommer: 41 Prozent) die Inlandsnachfrage als Risiko an. Auch sinkende Investitions- und Beschäftigungsabsichten spiegeln die Zukunftssorgen vieler touristischer Betriebe.

Beunruhigt sind die touristischen Betriebe auch wegen möglicher Beschränkungen zur Bekämpfung der Coronapandemie.

## Aktuelle Geschäftslage der Unternehmen

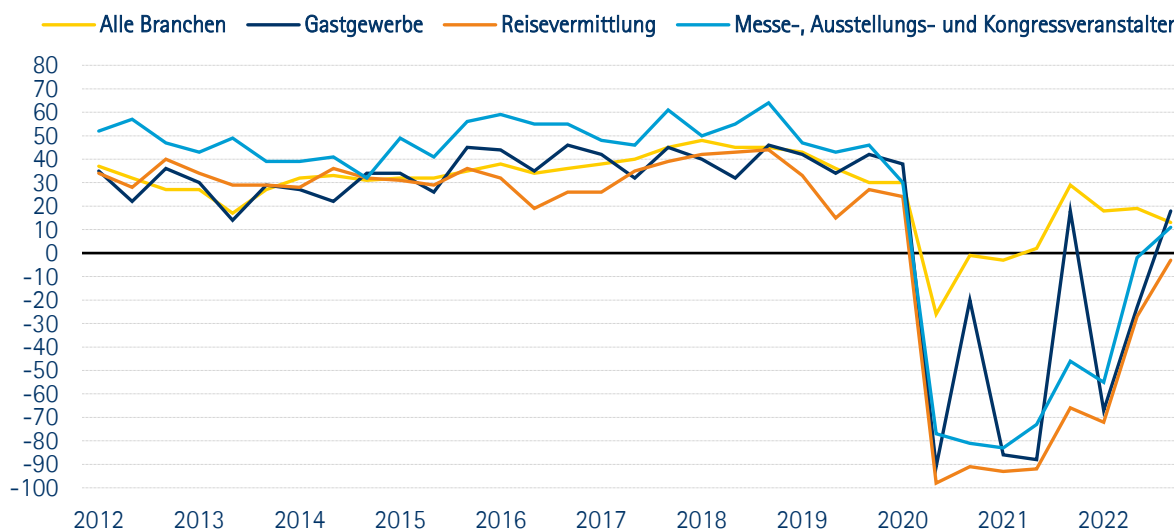
### Geschäftslage zufriedenstellend

Die Rekordinflation und das Auf- und Abebben der Coronapandemie konnten die Reiselust der Deutschen in diesem Sommer nicht ausbremsen, weshalb die aktuelle Geschäftslage im Tourismus als zufriedenstellend eingeschätzt wird. Die vorläufige Auswertung der Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben durch das Statistische Bundesamt hat im August 2022 58,2 Millionen Übernachtungen<sup>1</sup> in- und ausländischer Gäste in Deutschland verbucht. Das sind 0,6% mehr Übernachtungen als im August 2019. Das zeigt: Die Buchungslage war bislang gut, teilweise sogar sehr gut, doch das Vorkrisenniveau hinsichtlich der Geschäftslage ist bundesweit mit aktuell 25 Punkten weiterhin nicht erreicht (vgl. Herbst 2019: 43 Punkte, Jahresbeginn 2020: 40 Punkte).

Die Auswirkungen des Kriegs in der Ukraine sind auch im Tourismus spürbar: Die hohen Energie- und Rohstoffpreise und die stark angezogenen Lebensmittelpreise belasten zum einen die Unternehmen direkt. Zum anderen versetzt die Rekordinflation der Konsumlaune der Deutschen im Spätsommer einen Dämpfer. Die Zahl internationaler Gäste, die eine hohe Zahlungsbereitschaft mitbringen, hat zwar im Vergleich zum Vorjahr zugenommen, bleibt aber weiterhin deutlich unter dem Vorkrisenniveau. Somit sind die inländischen Gäste Treiber für die Geschäftslage.

Insgesamt hat sich die Geschäftslage im Vergleich mit den im Frühsommer gemessenen Werten für die touristischen Betriebe deutlich verbessert: Beurteilten damals noch 43 Prozent der Unternehmen die Geschäftslage als negativ, sind es in der Herbstumfrage noch 16 Prozent. Hier haben sich die pessimistischen Antworten also mehr als halbiert. Aktuell beurteilen 41 Prozent der befragten Unternehmen ihre Lage als positiv, das sind mehr als doppelt so viele Unternehmen im Vergleich zum Frühsommer (17 Prozent). Die Beherbergungsindustrie liegt damit mit einem Saldo von 25 Punkten (41 Prozent positive Rückmeldungen minus 16 Prozent negative Rückmeldungen) sogar leicht über den Erwartungen vom Frühsommer 2022. In der Gastronomie überwiegen ebenfalls die positiven Rückmeldungen: 30 Prozent der Betriebe schätzen die Lage als positiv ein, 24 Prozent negativ. Somit ergibt sich auch in der Gastronomie ein positiver Saldo von 6 Punkten.

### Geschäftslage der Unternehmen (Saldo aus „gut“ minus „schlecht“-Antworten)



<sup>1</sup> Quelle: [Statistisches Bundesamt](#)

Bei den Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstaltern ist die aktuelle Lage mit einem Saldo von elf Punkten durchaus zufriedenstellend, wenn auch die eigenen Geschäftserwartungen aus dem Frühsommer 2022 nicht ganz erreicht werden. Mit 34 Prozent positiven Rückmeldungen überwiegen die negativen Antworten (23 Prozent). Die Messewirtschaft meldet, dass u.a. auch die langsamen Prozesse bei der Ausstellung von Geschäftsreisevisa nach Deutschland die Branche belastet.

Im Bereich Kunst, Unterhaltung und Erholung hat sich die Geschäftslage zwar seit Jahresbeginn 2022 kontinuierlich verbessert, doch mit einem Saldo von minus acht Punkten bleibt die Einschätzung der Lage weiterhin im negativen Bereich. Denn 29 Prozent der Unternehmen schätzen die aktuelle Geschäftslage als negativ ein, 21 Prozent geben eine positive Einschätzung ab.

Auch der Reisevermittler bleiben mit einem Saldo von minus drei Punkten bei der Geschäftslage im negativen Bereich und damit hinter den eigenen Erwartungen aus dem Frühsommer 2022 zurück. Die multiplen Krisen führen zu einem deutlich kurzfristigeren Buchungsverhalten.

Nach dem Auslaufen der Corona-Auflagen Ende März 2022 hat sich die Nachfrage in den meisten touristischen Betrieben insgesamt zufriedenstellend entwickelt – und, auch aufgrund von Nachholeffekten, dringend benötigte Umsätze in die Kassen der touristischen Unternehmen gespült. Dennoch sind einige Segmente hinter den eigenen Erwartungen zurückgeblieben.



## Geschäftserwartungen

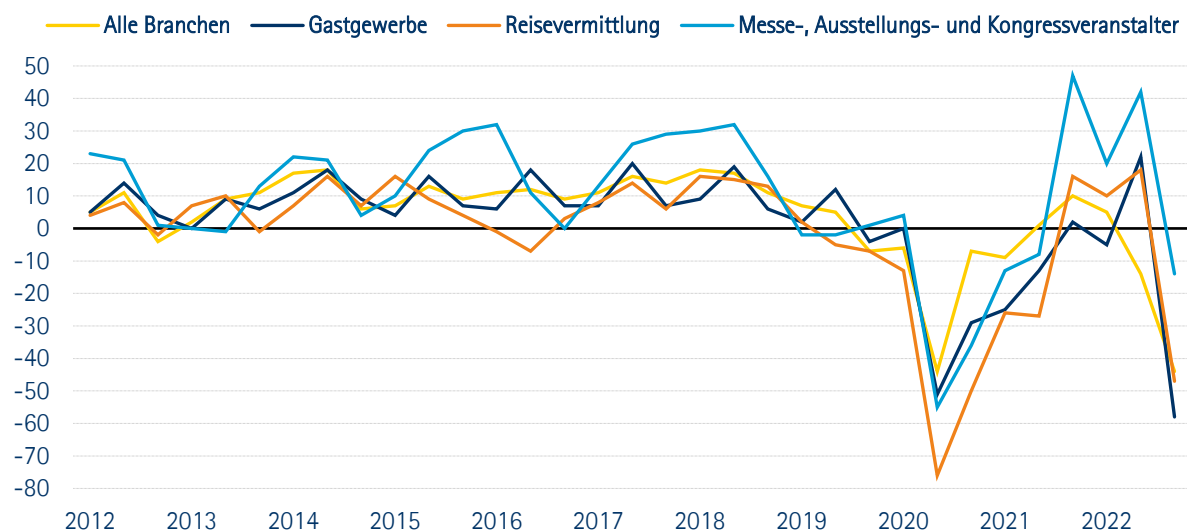
### Fehlendes Vertrauen in die Zukunft lässt die Geschäftserwartungen stark einbrechen

Die Freiluftsaison neigt sich dem Ende zu und Außenbereiche werden langsam geschlossen. Auch wird es jetzt hinsichtlich des Energieverbrauchs ernster.

Die größten Sorgen bereiten dem Gastgewerbe die zunehmend hohen Energie- und Rohstoffpreise, der Fachkräftemangel und die Arbeitskosten. Gepaart mit wenig Planungssicherheit lässt das die Geschäftserwartungen der Branche massiv einbrechen. Viele der aktuell in Aussicht gestellten Maßnahmen, wie die Gas- und Strompreislösung, sollen und müssen wieder Vertrauen zurück in den Markt bringen – für Unternehmer und Verbraucher. Die Entwicklung des Privatkonsums deutscher Haushalte misst der GfK-Konsumklimaindex<sup>2</sup>. Der für November 2022 veröffentlichte Wert von minus 41,9 Punkten (Oktober 2022: 42,8 Punkte) deutet eine Stabilisierung des Konsumklimas auf einem sehr niedrigen Niveau an. Zu Beginn der Coronapandemie im Februar 2020 lag dieser Wert bei minus 15,5 Punkten. Gepaart mit den historischen Tiefstständen der Geschäftserwartungen auch in den Sektoren Industrie, Bau und Handel stellen sich viele touristischen Betriebe die Frage, wie sich diese Entwicklung auf Urlaube oder Besuche im Restaurant oder Spa auswirken wird. Auch Sorgen hinsichtlich Wettbewerbsnachteilen im innerdeutschen und internationalen Vergleich werden geäußert. Die Unsicherheit bei den Betrieben ist sehr groß.

Konsumnahe Betriebe wie z.B. Hotels, die Freizeitwirtschaft oder Reisevermittler hatten noch im Frühsommer große Hoffnungen auf ein Anziehen des Geschäfts. Im Sog der Energiepreiskrise und der hohen Inflation haben sich diese Hoffnungen allerdings einen großen Dämpfer erhalten. Die Geschäftserwartungen der Branche rutschen nun teilweise wieder auf Tiefstwerte ab: So geben die gastgewerblichen Betriebe mit einem Saldo von minus 58 Punkten eine düstere Prognose für die Geschäftsentwicklung in den kommenden 12 Monaten ab. 63 Prozent der befragten Unternehmen melden eine schlechte Geschäftserwartung, fünf Prozent gehen von einer guten Entwicklung aus. Zum Vergleich: Die Werte zu Beginn der Coronapandemie im Frühsommer 2020 lagen bei der Beherbergungsindustrie bei einem Saldo von minus 47 Punkten, für die Gastronomie bei minus 57 Punkten.

### Geschäftserwartungen der Unternehmen (Saldo aus „besser“ minus „schlechter“-Antworten)



<sup>2</sup> Quelle: [GfK](#)

Ähnlich dramatisch ist die Entwicklung der Geschäftserwartungen bei Reisevermittlern (Saldo von minus 47 nach zuvor 18 Punkten), wenngleich die Bewertungen der Geschäftserwartungen sich noch oberhalb der Corona-Tiefstwerte bewegen. Auch die Unternehmen aus dem Bereich Kunst, Unterhaltung und Erholung (Saldo von minus 45 nach zuvor zehn Punkten) rutschen stark ab. Im Vergleich der Branchen blicken die Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter am wenigsten pessimistisch in die Zukunft. Wobei auch bei ihnen der Saldo der Geschäftserwartungen um 56 Punkte auf minus 14 Punkte fällt.

Mit diesen trüben Einschätzungen steht die Branche nicht allein. Über die Hälfte der befragten deutschen Unternehmen aller Branchen (52 Prozent) geht mittlerweile davon aus, dass sich ihre Geschäfte in den nächsten zwölf Monaten verschlechtern werden.

## Aktuelle Finanzlage

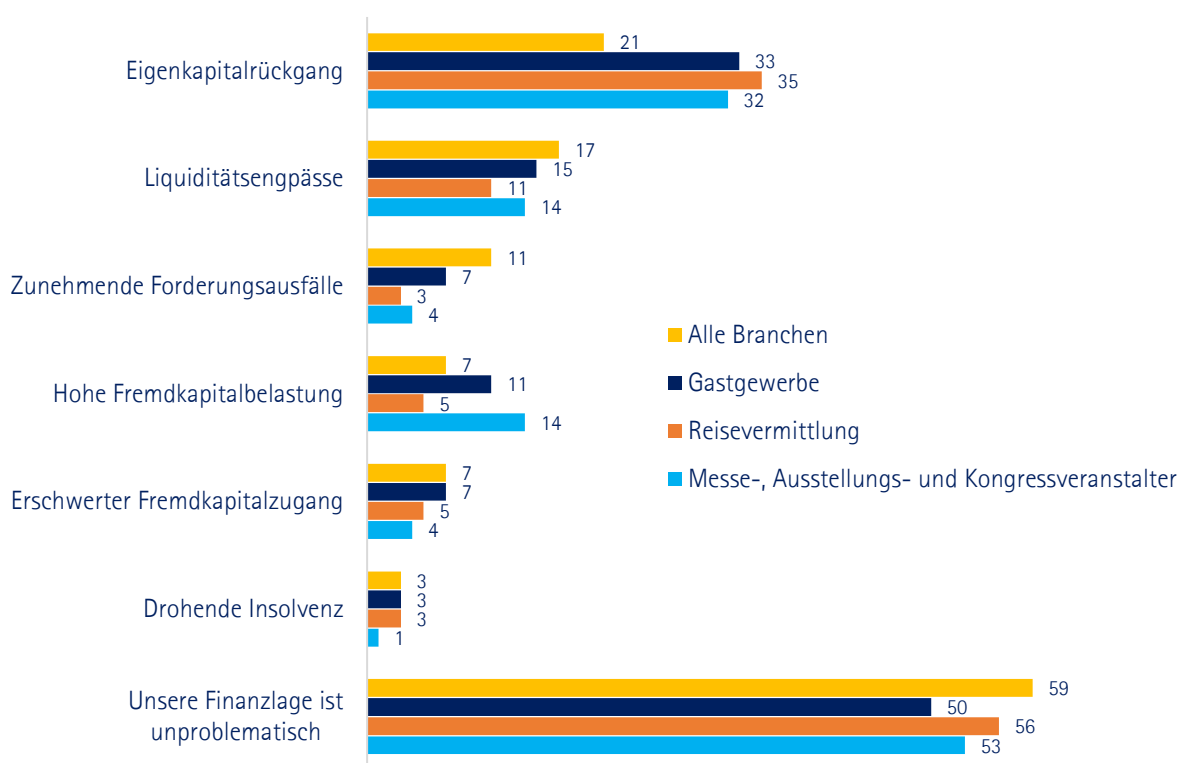
### Die Finanzlage bleibt angespannt

Steigender Kostendruck in der gesamten Wertschöpfungskette vor allem durch die Energiepreise, die nur teilweise durch Preisadjustierungen weitergegeben werden können, lasten schwer auf der Finanzlage der Unternehmen. Zwei Fünftel der Gesamtheit der Unternehmen (41 Prozent) beschreiben ihre Finanzierungssituation als problematisch. Im Frühsommer waren es 35 Prozent.

Im Gastgewerbe ist im Gegensatz zum gesamtwirtschaftlichen Trend zwar eine Stabilisierung der Finanzlage zu erkennen. Allerdings bleiben die Finanzierungsprobleme auf einem überdurchschnittlichen Niveau: Hier beschreiben 50 Prozent der Unternehmen, also jeder zweite Betrieb, ihre Finanzlage als problematisch, im Frühsommer 2022 waren es aber noch 63 Prozent. Die geschäftliche Normalisierung hat also positive Effekte gehabt. Dennoch bleibt das Polster mit Blick auf die nächsten Monate gering. Dabei gilt für alle Branchen die Faustregel: Je kleiner das Unternehmen, desto kritischer stellt sich die Finanzlage dar. Beim Gastgewerbe sieht die Bandbreite folgendermaßen aus: 58 Prozent der Unternehmen mit 1-9 Beschäftigten bewerten ihre Finanzlage als problematisch, 17 Prozent der Betriebe mit 200-499 Beschäftigten.

### Die aktuelle Finanzlage der Unternehmen ist geprägt von ...

in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Bei den Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstaltern hat sich die Finanzlage in den vergangenen Monaten leicht verbessert. Meldeten im Frühsommer 2022 noch 57 Prozent der Unternehmen eine problematische Finanzlage, sind es aktuell noch 47 Prozent. Bei den Reisevermittlern machten im Frühsommer 2022 noch 64 Prozent die Angabe, in einer problematischen Finanzlage zu sein, im Herbst 2022 ist dieser Anteil auf 44 Prozent gesunken. Das ist zwar eine Besserung, aber auf einem sehr schwierigen Niveau. Einzig die Campingplätze stehen hier im Vergleich zur Gesamtheit der Unternehmen überdurchschnittlich gut da. Hier beschreiben 81 Prozent die aktuelle Finanzlage als unproblematisch.

Für die Krisenüberwindung haben die meisten touristischen Unternehmen viel Eigenkapital eingesetzt. Dementsprechend bereiten der Eigenkapitalrückgang (35 Prozent der Reisevermittler, 33 Prozent des Gastgewerbes, 32 Prozent der Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter) und Liquiditätsengpässe (15 Prozent des Gastgewerbes, 14 Prozent der Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter, elf Prozent der Reisevermittler) den Unternehmen weiterhin die größten Sorgen. Hinzu kommen steigende Kreditzinsen. Elf Prozent des Gastgewerbes geben eine gleichbleibend hohe Fremdkapitalbelastung im Vergleich zum Frühsommer 2022 an. Diese Belastungen werden wohl weiter zunehmen, denn ein Ende der sich verteuernenden Kreditzinsen ist bisher nicht in Sicht. Ganz im Gegenteil: Wie erwartet, hat die Europäische Zentralbank am 27. Oktober 2022 den Leitzins zum dritten Mal in diesem Jahr weiter erhöht, auf 2,0 Prozent.

Als Konsequenz der finanziellen Herausforderungen sehen sich etwas mehr Unternehmen als im Frühsommer 2022 von einer Insolvenz bedroht: Im Gastgewerbe liegt der Anteil mit unverändert drei Prozent auf dem Durchschnitt der gesamten Wirtschaft. Bei den Reisevermittlern geben ebenfalls drei Prozent eine drohende Insolvenz an, hier ist der Anteil im Vergleich zum Frühsommer 2022 (vier Prozent) leicht gesunken. Bei den Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstaltern ist der Trend ebenfalls positiv und von drei Prozent auf ein Prozent rückläufig. Doch schaut man etwas genauer hin, sieht man, dass der Trend innerhalb der Branche nicht einheitlich ist: Die Sorge vor drohenden Insolvenzen ist bspw. bei den Gastronomen mit fünf Prozent (Frühsommer 2022: vier Prozent) und neun Prozent der Unternehmen der Freizeitwirtschaft (Frühsommer 2022: vier Prozent) mehr als doppelt so hoch wie im Frühsommer.



## Geschäftsrisiken für die kommenden zwölf Monate

### Personalmangel bleibt, Sorge um Energie- und Rohstoffpreise nimmt weiter zu

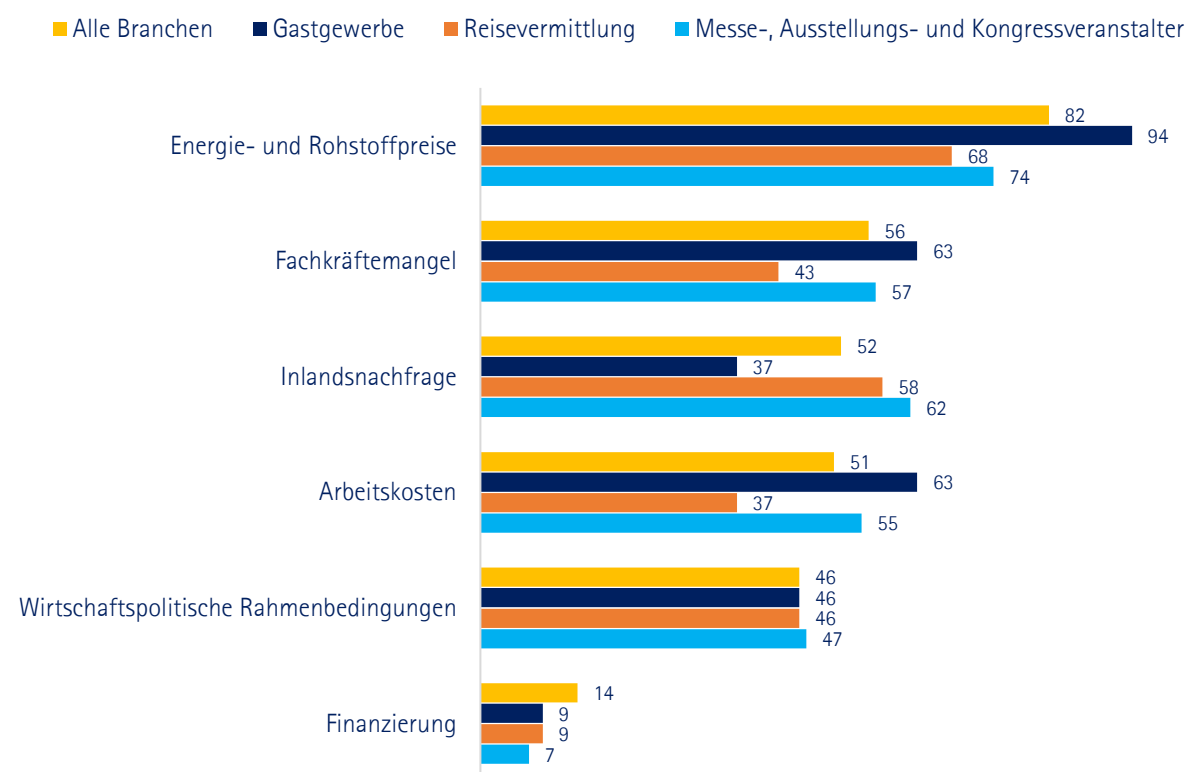
Der Krieg in der Ukraine, die immens gestiegenen Energie- und Rohstoffpreise und die wachsende Unsicherheit über die Entwicklungen der kommenden Monate dominieren die Risikobewertung der Unternehmen.

Größtes Geschäftsrisiko sind im Tourismus – wie auch in der gesamten Wirtschaft – weiterhin die steigenden Energie- und Rohstoffpreise: Im Gastgewerbe melden das 94 Prozent (nach zuvor 91 Prozent) der Betriebe. Auch bei Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstaltern (74 Prozent nach zuvor 65 Prozent) und Reisevermittlern (68 Prozent nach zuvor 58 Prozent) haben die Nennungen weiter zugenommen. Energieintensivere gastgewerbliche Betriebe, die bspw. ein Schwimmbad oder eine Sauna betreiben, treffen die Teuerungen bei den Energiepreisen besonders. Mit 97 Prozent der großen Campingplätze mit bis zu 499 Beschäftigten, 99 Prozent der Campingplätze mit 1-19 Beschäftigten und 100 Prozent der kleinen Campingplätze mit 1-9 Beschäftigten sehen hier selbst im Vergleich innerhalb der Branche überdurchschnittlich viele Betriebe in den Energie- und Rohstoffpreisen ein Risiko für die wirtschaftliche Entwicklung.

Damit schätzen die gastgewerblichen Betriebe das Geschäftsrisiko durch die Energie- und Rohstoffpreise weiterhin deutlich höher ein als die Gesamtheit der gewerblichen Wirtschaft (82 Prozent). Ähnlich hoch sind die Werte nur in der Industrie.

### Die größten Geschäftsrisiken für die Unternehmen

in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Fachkräftemangel und Arbeitskosten belasten das Gastgewerbe zudem anhaltend stark. Das geben 63 Prozent der Unternehmen an. Damit bleiben die Angaben beim Fachkräftemangel im Vergleich zu den Angaben im Frühsommer gleich belastend, bei den Arbeitskosten ist die Situation aktuell (63 Prozent) etwas weniger schlecht (Frühsommer 2022: 67 Prozent).

Die Inlandsnachfrage wird dabei – auch im Vergleich innerhalb der Branche – etwas von den zuvor genannten Risiken überlagert. Nannten im Frühsommer 2022 noch 33 Prozent die Inlandsnachfrage als Risiko, so sind es im Herbst 2022 mit 37 Prozent etwas mehr.

Bei den Reisevermittlern hat die Sorge um die Inlandsnachfrage mit 58 Prozent Platz zwei der größten Risiken nach den Energie- und Rohstoffpreisen (68 Prozent) eingenommen. Sorgen sich im Frühsommer 2022 noch 44 Prozent der befragten Unternehmen um die Inlandsnachfrage, sind es nun mit 58 Prozent deutlich mehr als die Hälfte der Reisevermittler. Die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen sehen aktuell 46 Prozent als Risiko (Frühsommer 2022: 49 Prozent). Hier zeigen die politischen Maßnahmen offenbar eine erste zarte Blüte.

Auch der Personalmangel ist bei den Reisevermittlern auf einem hohen Niveau leicht rückläufig (von 45 Prozent im Frühsommer 2022 auf 43 Prozent im Herbst 2022).

Ähnlich ist die Risikobewertung bei den Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstaltern: Auf die Sorgen um die Energie- und Rohstoffpreise (74 Prozent, von zuvor 65 Prozent) mit der häufigsten Nennung, folgt das Risiko der abschwächenden Inlandsnachfrage. Hier bewerteten 62 Prozent von zuvor 41 Prozent die Entwicklung der Inlandsnachfrage als wirtschaftliches Risiko.

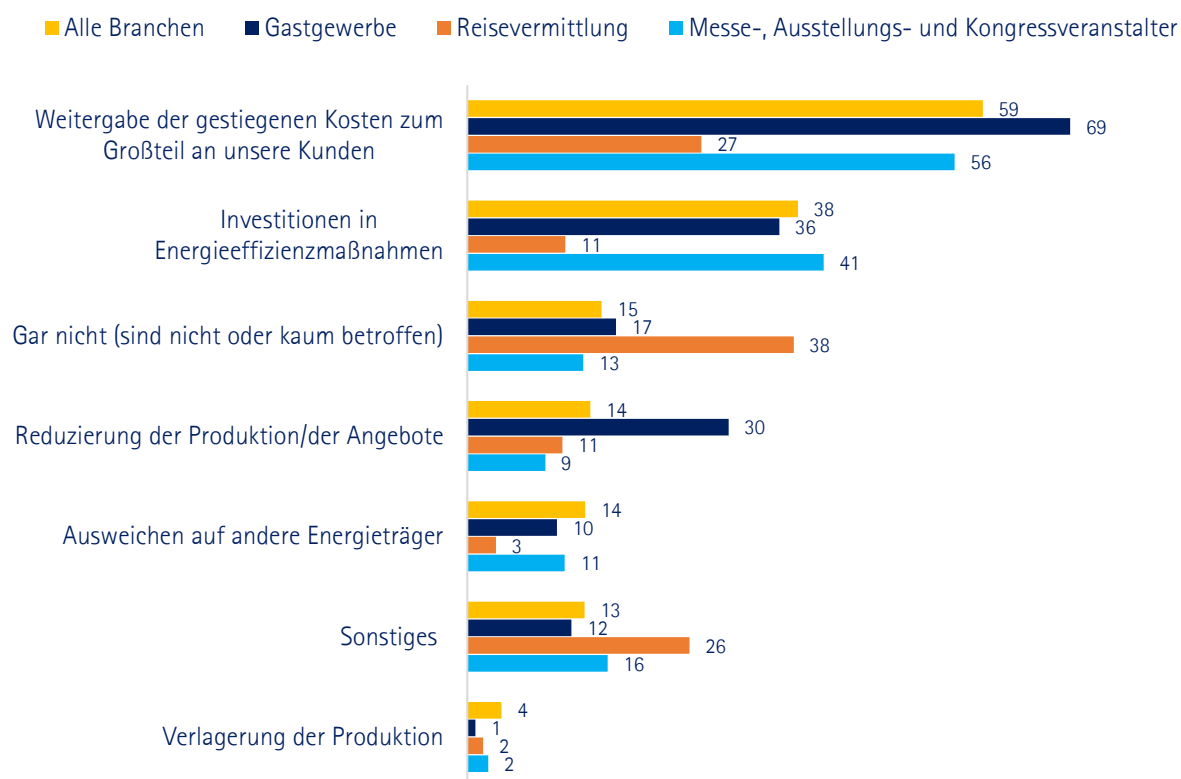
Insgesamt fehlt der Branche Planungssicherheit. Befürchtet wird die Einführung erneuter Coronamaßnahmen und möglicherweise auch wieder Schließungen, Maskenpflicht und Abstandsgebote, die zu Wettbewerbsnachteilen im in-nerdeutschen, aber auch internationalen Vergleich führen. Eine starke Bürokratiebelastung wird angeführt.

## Wie reagieren Unternehmen auf die hohen Strom-, Gas-, und Kraftstoffpreise?

### Höhere Preise, Energiesparen, reduzierte Öffnungszeiten & Betriebsschließungen

Die Erzeugerpreise für Energie im September 2022 sind im Vergleich zum Vorjahresmonat um 132 Prozent gestiegen.<sup>3</sup> Die Kostensituation wird dabei immer drückender. Zuletzt gaben 82 Prozent aller Unternehmen, darunter 93 Prozent der Industriebetriebe und 94 Prozent der gastgewerblichen Betriebe, die Energie- und Rohstoffpreise als Geschäftsrisiko an. In der Herbstkonjunkturumfrage wurde in einer Sonderfrage erhoben, wie die Unternehmen auf die gestiegenen Strom-, Gas-, und Kraftstoffpreise reagieren:

Wie reagieren Sie auf die hohen Strom-, Gas- und Kraftstoffpreise? (Mehrfachnennung möglich, in Prozent)



Die touristischen Betriebe planen mit Maßnahmen zum Energiesparen u.a. aber sehen sie sich auch gezwungen Betriebsschließungen oder, reduzierten Öffnungszeiten sowie Einschränkungen des Leistungsangebot, wie bspw. die Abschaltung der Sauna, auf die hohen Strom-, Gas und Kraftstoffpreisen zu reagieren. Damit einhergehend lassen sich auch Reduzierungen im Personal nicht vermeiden. Solche konkreten Maßnahmen mischen sich mit Rückmeldungen zu Existenzangst und Ratlosigkeit. Viele Betriebe wissen, dass Sie die Preissteigerungen nur bedingt an die Gäste weitergeben können. Andere Betriebe, wie beispielsweise Betriebskantinen, können Preissteigerungen, u.a. bei Lebensmitteln und Energie, nicht direkt weitergeben, da sie vertraglich gebunden sind. Trotzdem ist der Anteil der Unternehmen, die planen die gestiegenen Kosten weiterzugeben mit 69 Prozent der befragten Unternehmen aus dem Gastgewerbe höher als bei der gesamten Wirtschaft (59 Prozent). Einige Betriebe weisen freiwillig eine Energiepauschale auf der Rechnung aus, um die Preissteigerung für die Kunden transparenter zu machen und das Abschmelzen ihrer Gewinnmargen etwas abzuschwächen.

<sup>3</sup> Quelle: [Statistisches Bundesamt](#)

Auch Campingplätze müssen die Preise erhöhen. Dort planen 79 Prozent die Weitergabe der gestiegenen Kosten an die Kunden. Ruft man sich hier die Zahlen zu den größten Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung in Erinnerung, so stufen bei den Campingplätzen selbst im Branchenvergleich (Gastgewerbe: 94 Prozent) überdurchschnittlich Viele, nämlich 97 Prozent der großen Campingplätze mit bis zu 499 Beschäftigten, 99 Prozent der Campingplätze mit 1-19 Beschäftigten und 100 Prozent der kleinen Campingplätze mit 1-9 Beschäftigten, die hohen Energie- und Rohstoffpreise als Risiko ein. Campingurlaub und Wohnmobil-Reisen erfreuen sich in Deutschland seit Jahren einer steigenden Beliebtheit. Durch die Corona-Pandemie hat sich der Trend noch verstärkt. Auch, da dies eine Form des Reisens war, bei der die coronabedingten Auflagen, wie das Abstandsgebot, gut umsetzbar waren. Nun setzt diesen Unternehmen die Energiekrise offenbar hart zu.

Eine ergänzende Maßnahme zu den Preisteigerungen ist die Einschränkung des Angebotes, wie bspw. die Abschaltung der Sauna, die Absenkung der (Raum-)Temperatur, warme Speisen nur zu den Hauptservicezeiten zu servieren oder eine längere Betriebspause im Winter. Solche oder ähnliche Einschränkung des Angebotes planen 35 Prozent der Gastronomen, 39 Prozent der Campingplätze und 26 Prozent der Beherbergungen (ohne Campingplätze).

Investitionen in Umweltschutz stehen bei 38 Prozent (Frühsommer: 35 Prozent) der gastgewerblichen Betriebe an. Investitionen in Energieeffizienzmaßnahmen planen 36 Prozent, wobei deutlich mehr Beherbergungsindustrie (ohne Campingplätze: 41 Prozent) und Campingplätze (55 Prozent) Maßnahmen planen als die Gastronomen mit 27 Prozent. Einige Betriebe sind beim Thema Energieeffizienz schon so aufgestellt, dass kaum noch Einsparpotenzial vorhanden ist. Die Investitionsabsichten des Gastgewerbes sind im Saldo von einem neutralen Wert (null) auf minus neun Punkte gesunken. Auch die Beschäftigungsabsichten sind von sieben Punkten (Frühsommer 2022) auf minus 15 Punkte gefallen – und dies bei gleichzeitigem Fachkräftemangel als eines der drängendsten Probleme. Das spiegelt die Planungsunsicherheit in der Unternehmen auch hinsichtlich der Geschäftserwartungen in der Zukunft aktuell agieren.

Aber es gibt auch gastronomische Unternehmen, die offenbar gut vorgesorgt haben: So sagen immerhin 17 Prozent (von zuvor 22 Prozent), dass sie von den hohen Strom-, Gast- und Kraftstoffpreisen kaum oder gar nicht betroffen sind. Bei den Reisevermittlern sagen das 38 Prozent.

Unter den Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter fühlen sich 87 Prozent betroffen von den hohen Strom-, Gas- und Kraftstoffpreisen und 41 Prozent planen entsprechend Investitionen in Energieeffizienzmaßnahmen. Einen Fuel Switch möchten elf Prozent der Unternehmen angehen. Die Mehrheit der Veranstalter (56 Prozent) plant die Weitergabe der gestiegenen Preise an die Kunden.

Selbst wenn manche Unternehmen wollten: Teilweise können bzw. dürfen die gestiegenen Preise nicht (mehr) an die Kunden weitergegeben werden, da Leistungen (bspw. Buchung des Urlaubs, Kauf von Konzerttickets, Betriebskantine etc.) schon weit im Vorfeld erworben bzw. vertraglich vereinbart wurden. Hier wird die Leistung zwar weiterhin angeboten, es kann aber teilweise nicht mehr rentabel gewirtschaftet werden.

Die Eigenkapitaldecke ist bei vielen Unternehmen, insbesondere den von Corona besonders gebeutelten Branchen, weiterhin dünn und damit wenig finanzieller Puffer vorhanden, um Kostensteigerungen abzufedern. Zudem sind nicht alle touristischen Unternehmen in der Lage Preise entsprechend anzupassen, selbst wenn dies im Hinblick auf das Geschäftsergebnis notwendig wäre.

## Impressum

### Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.

Bereich Digitale Wirtschaft, Infrastruktur und Regionalpolitik & Bereich Internationale Wirtschaftspolitik, Außenwirtschaftsrecht

### Herausgeber und Copyright

© Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.

Postanschrift: 11052 Berlin | Hausanschrift: Breite Straße 29 | Berlin-Mitte

Telefon 030 20308-0 | Fax 030 20308-1000

### DIHK Brüssel

Vertretung des Deutschen Industrie- und Handelskammertages bei der Europäischen Union

19 A-D, Avenue des Arts | B-1000 Bruxelles

Telefon : +32 2 286-1611 | Fax +32 2 286-1605

### DIHK Online

[Homepage](#) | [Facebook](#) | [Twitter](#) | [Linkedin](#) | [Instagram](#) | [Youtube](#)

### Redaktion

Julia Seibert, Dr. Jupp Zenzen

### Grafik

Sebastian Titze

### Bildnachweis

Gettyimage

### Stand

November 2022