

DEHOGA-Konjunkturmfrage Winter 2010/11 – Ausblick Sommer 2011

„Zuversicht im Gastgewerbe wächst“

Mit dem Branchenbericht Gastgewerbe Winter 2010/11 – Ausblick Sommer 2011 stellt der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) bereits zum 24. Mal seine repräsentative Konjunkturbeobachtung des gastgewerblichen Marktes vor. Grundlage für den Branchenbericht sind Befragungen von 4.500 Hoteliers und Gastronomen in ganz Deutschland, die in Zusammenarbeit mit dem Institut für Management und Tourismus der Fachhochschule Westküste in Heide durchgeführt werden. Die Beurteilung der Konjunkturentwicklung bezieht sich auf die Geschäftslage im Zeitraum Oktober 2010 bis März 2011 sowie die Geschäftserwartungen für die Monate April bis September 2011. Die Daten wurden entweder schriftlich oder per Online-Fragebogen im Zeitraum vom 31. März bis 4. Mai 2011 erhoben.

1. Kurzzusammenfassung der DEHOGA-Konjunkturmfrage	2
2. Lage und Erwartungen in der Hotellerie	8
2.1 Lage in der Hotellerie im Winter 2010/11	8
2.2 Erwartungen in der Hotellerie für den Sommer 2011	11
3. Lage und Erwartungen in der Gastronomie	13
3.1 Lage in der Gastronomie im Winter 2010/11	13
3.2 Erwartungen in der Gastronomie für den Sommer 2011	16
4. Aktuelle Marktentwicklung	18
Anlage 1: Lage und Erwartungen in der Hotellerie im Saisonvergleich	21
Anlage 2: Lage und Erwartungen in der Gastronomie im Saisonvergleich	23
Anlage 3: Das Gastgewerbe in Zahlen: Ein Stück heimische Wirtschaft	25
Anlage 4: Tabellen und Grafik zur Ausbildung in Hotellerie und Gastronomie	26

1. Kurzzusammenfassung der DEHOGA-Konjunkturumfrage

Nach dem massiven Einbruch im Jahr 2009 belebte sich die Weltwirtschaft im vergangenen Jahr deutlich. Dabei konnte sich die deutsche Volkswirtschaft innerhalb Europas besonders rasch aus der Krise befreien. 2010 wurde in Deutschland ein gesamtwirtschaftliches Wachstum von 3,6 Prozent verzeichnet. Zwar belasteten die Natur- und Reaktorkatastrophe in Japan sowie die geopolitischen Ereignisse im arabischen Raum das positive Gesamtbild; deren negative Auswirkungen auf die deutsche Wirtschaft waren bisher jedoch eher gering. Im ersten Quartal 2011 legte die Wirtschaftsleistung so stark zu wie noch nie seit der deutschen Vereinigung: Das preisbereinigte BIP stieg gegenüber dem ersten Quartal 2010 um 5,2%.

War das Wirtschaftswachstum in den Jahren vor der Krise vor allem auf die Exporterfolge der deutschen Unternehmen zurückzuführen, entfaltet mittlerweile auch der Binnenmarkt spürbare Impulse. Sinkende Arbeitslosenzahlen und steigende Einkommen sorgen für ein positives Konsumklima. Die Bundesregierung erwartet in ihrer Frühjahrsprojektion, dass der Wachstumsbeitrag der Binnennachfrage auf über 80 Prozent steigen wird. Davon profitieren auch immer stärker die Hotellerie und Gastronomie.

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes setzte die Branche im Jahr 2010 nominal 2,2 Prozent mehr um als im Vorjahreszeitraum, real schlug ein Minus von 0,7 Prozent zu Buche. Im ersten Quartal 2011 setzte sich die positive Entwicklung fort und die Branche konnte ein Umsatzplus von 3,1 Prozent verbuchen (real 2,1 Prozent).

Bei der Gesamtbewertung der aktuellen Lage darf der massive Einbruch des Jahres 2009 allerdings nicht aus dem Blick geraten. Trotz des beachtlichen Erholungsprozesses dürften die durch die Krise bedingten Umsatzverluste in der Branche in diesem Jahr gerade erst wieder ausgeglichen sein. Die Unsicherheiten für die Weltkonjunktur sind nach wie vor hoch. Auch könnte die Teuerungsrate im laufenden Jahr, die die Branche vor allem in Form von steigenden Energie- und Lebensmittelpreisen belastet, die Wachstumsdynamik innerhalb der Branche wieder dämpfen.

Hotellerie:

Die Rahmenbedingungen für die Hotellerie haben sich aufgrund der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung im Jahr 2010 kontinuierlich verbessert. Die Anzahl der Übernachtungen stieg nach Angaben des Statistischen Bundesamtes im Jahr 2010 um 3,2 Prozent auf 380,3 Millionen gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Dies ist der höchste Wert seit der Wiedervereinigung. Dabei stieg die Anzahl der Übernachtungen ausländischer Gäste um 10,0 Prozent auf 60,3 Millionen und die der Inländer um 2,0 Prozent auf 320,0 Millionen. Im ersten Quartal 2011 hat sich mit einem Plus von 3,0 Prozent die positive Entwicklung bei den Gästeübernachtungen fortgesetzt.

Die Steigerungen resultieren vor allem aus dem Aufschwung im Geschäftsreisesegment und aus der deutlichen Zunahme der Übernachtungen ausländischer Gäste. Von der raschen Rückkehr der Geschäftsreisenden profitierten vor allem die Stadthotellerie und die auf Tagungen und Veranstaltungen spezialisierten Häuser.

Aber auch die Ferien- und Wellnesshotellerie konnte trotz des relativ schlechten Wetters im Winterhalbjahr vom Trend zum Deutschlandurlaub und der sich verstärkenden Binnennachfrage profitieren.

Die Mehrwertsteuersenkung mit Beginn des Jahres 2010 hat der Branche entscheidende Wachstumsimpulse gegeben. Viele Hoteliers nutzten den gewonnenen Spielraum für mehr Investitionen und eine Verbesserung des Preis-/Leistungsverhältnisses. So befindet sich die Investitionsneigung der Betriebe seit der Mehrwertsteuersenkung auf einem anhaltend hohen Niveau. Auch die Bereitschaft zur Einstellung neuer Mitarbeiter ist weiterhin hoch.

Nach der DEHOGA-Konjunkturumfrage beurteilen im Winterhalbjahr 2010/11 35,0 Prozent der Beherbergungsbetriebe ihre Geschäftslage als gut. Damit stellt sich die Lage in der Hotellerie in einem Winterhalbjahr so positiv dar wie seit langem nicht mehr. Der Saldo der Geschäftslage stieg um 34,0 Prozentpunkte auf Plus 14,0 Prozentpunkte im Vergleich zur Vorjahressaison. 44,0 Prozent der Befragten schätzen ihre derzeitige Lage im Winter als befriedigend ein und 21,0 Prozent als schlecht.

Die große Mehrheit der Hoteliers rechnet für den Sommer 2011 mit einer weiteren Verbesserung bzw. Stabilisierung ihrer Geschäftslage (89,0 Prozent). Lediglich 11,0 Prozent der Unternehmer erwarten schlechtere Geschäfte.

Für große Unsicherheit bei den Hoteliers sorgt die in vielen Städten und Gemeinden diskutierte Bettensteuer (auch „Kulturförderabgabe“ genannt). Allein die Debatte um neue Belastungen dämpft die Geschäftserwartungen vieler Hoteliers. Zudem stellt die in diesem Jahr erwartete Teuerungsrate von über zwei Prozent für viele Betriebe einen Unsicherheitsfaktor dar.

Gastronomie:

Die Gastronomie konnte im Jahr 2010 vom Aufschwung leider noch nicht wie erhofft profitieren und musste erneut ein leichtes Umsatzminus hinnehmen. Wie bereits im Winter 2009 litten viele Unternehmen insbesondere unter den schneereichen Dezemberwochen.

Langsam zeichnet sich jedoch eine Trendwende ab. Dabei profitieren die Betriebe von der Belebung des privaten Konsums. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes konnte das Gaststättengewerbe im ersten Quartal 2011 ein Umsatzplus von 2,7 Prozent verbuchen (real 1,4 Prozent). Dies ist der beste Wert für ein erstes Quartal seit über zehn Jahren. Lediglich die getränkegeprägte Gastronomie musste mit einem Minus von 0,4 Prozent weiterhin negative Umsätze hinnehmen (real -1,3 Prozent).

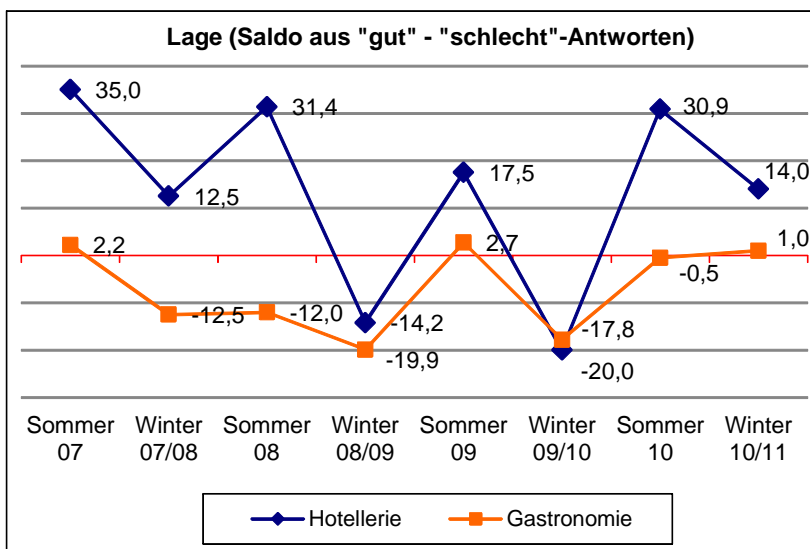
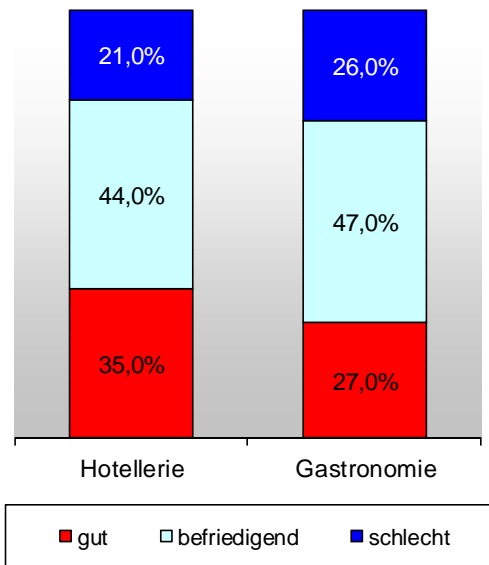
Nach der DEHOGA-Konjunkturumfrage beurteilen 27,0 Prozent der befragten Gastronomen ihre Geschäftslage im Winterhalbjahr 2010/11 als gut. 26,0 Prozent verzeichneten schlechte Geschäfte. Der Saldo aus Negativ- und Positivmeldungen liegt damit zum ersten Mal seit zehn Jahren in einem Winterhalbjahr mit einem Prozentpunkt im positiven Bereich.

Die Marken- und Systemgastronomie und die Kantinen und Caterer konnten bisher am stärksten vom Wirtschaftsaufschwung profitieren. So haben die steigenden Beschäftigtenzahlen wieder zu einer verstärkten Nachfrage in der Arbeitsplatz- und Ausbildungsverpflegung geführt und das Veranstaltungsgeschäft beflügelt. Auch die Systemgastronomie hob sich wieder positiv vom Branchendurchschnitt ab. Die 100 größten Gastronomieunternehmen konnten nach Angaben der Wirtschaftsfachzeitschrift food-service 2010 ein Umsatzplus von 2,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr verbuchen, während die Gesamtbranche nach Angaben des Statistischen Bundesamtes noch ein nominales Minus von 1,0 Prozent hinnehmen musste.

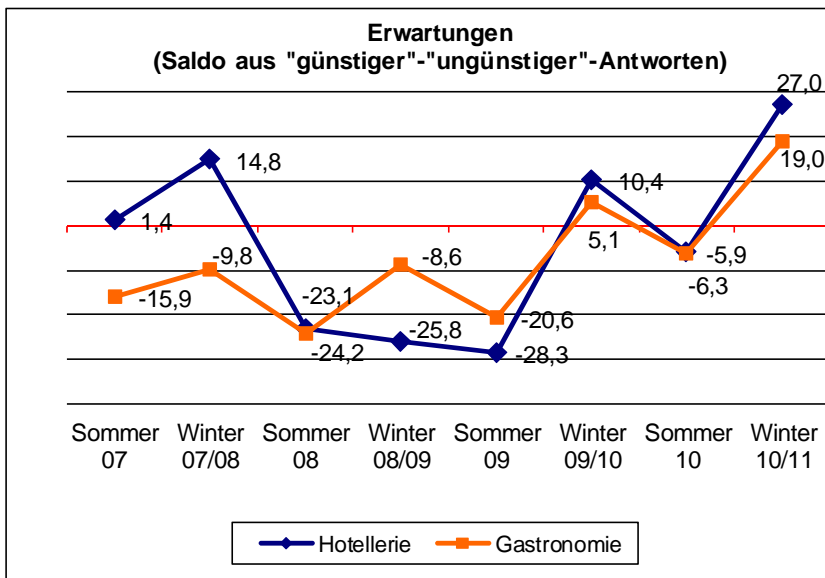
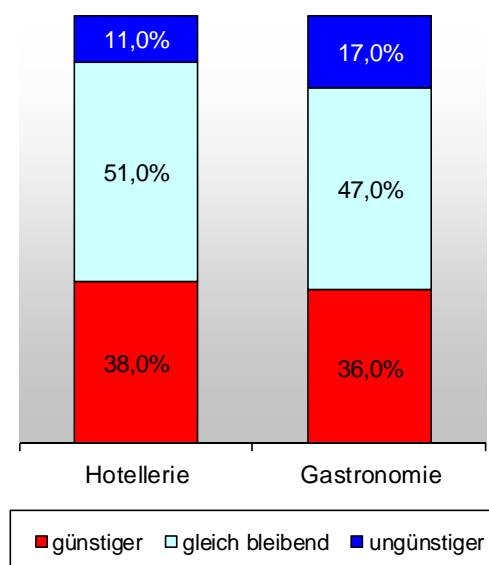
Dennoch blicken viele Gastronomen aufgrund der steigenden Binnennachfrage und des anhaltend starken Deutschlandtourismus mit Zuversicht auf die kommenden Monate. Die Hoffnungen auf eine Verbesserung der wirtschaftlichen Situation in der Sommersaison 2011 sind in der Gesamtbranche so hoch wie noch nie: 36,0 Prozent der Betriebe rechnen mit besseren Geschäften. Lediglich 17,0 Prozent gehen von einer weiteren Verschlechterung ihrer Geschäftslage aus. Der Saldo der Geschäftserwartungen in der Gastronomie steigt damit auf Plus 19,0 Prozentpunkte. Dies ist der höchste Wert seit dem Winterhalbjahr 2005/06, in dem sich alle Hoffnung auf die Fußball-Weltmeisterschaft im Sommer 2006 gerichtet hatte.

Die Chancen stehen daher gut, dass im laufenden Jahr vor dem Hintergrund der günstigen gesamtwirtschaftlichen Voraussetzungen verbunden mit erneut in Deutschland stattfindenden Großereignissen – allen voran die Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen – seit 2001 zum ersten Mal wieder mit einem Umsatzplus in der Gastronomie gerechnet werden kann.

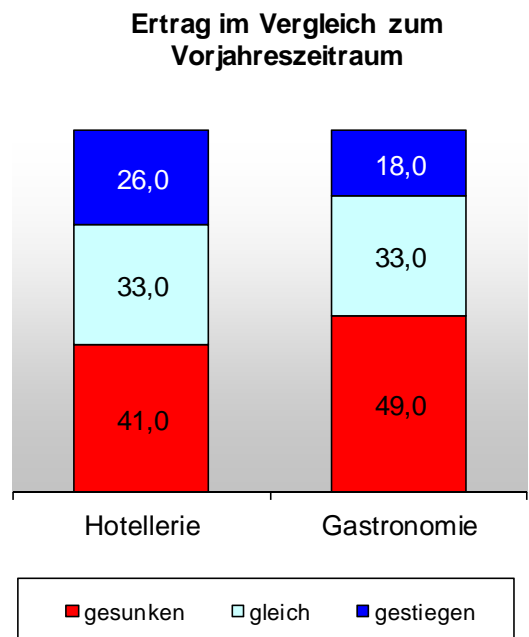
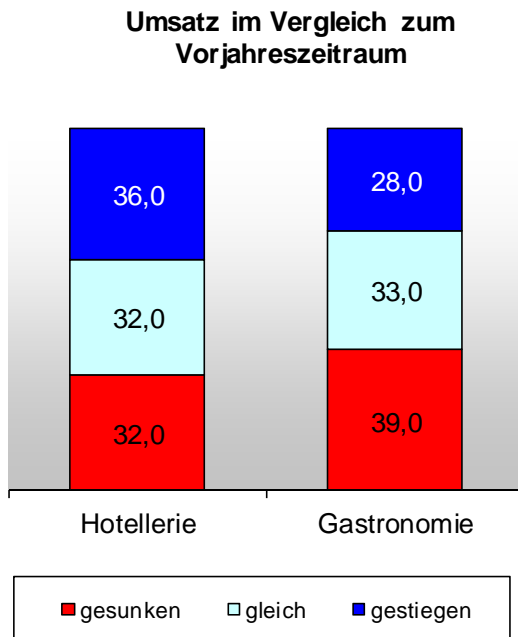
Gesamtbeurteilung der Geschäftslage im Winter 2010/11



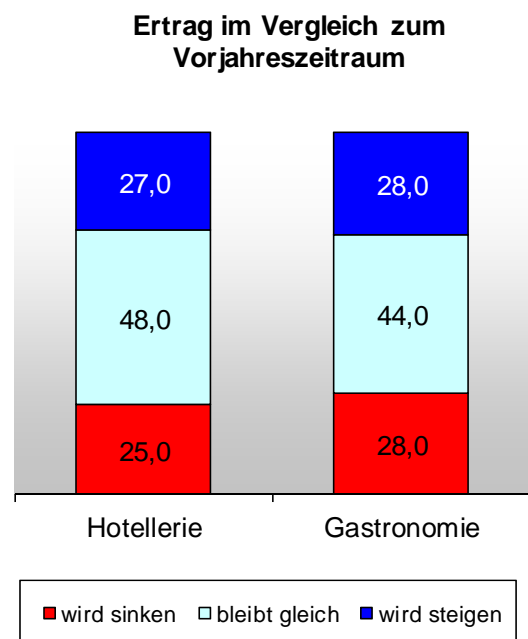
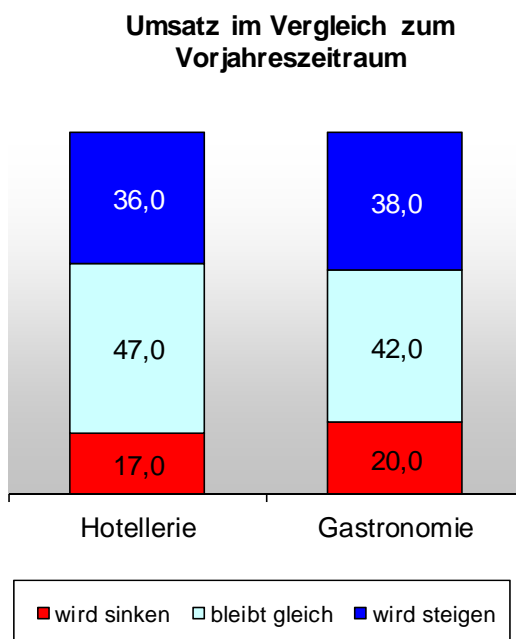
Gesamtbeurteilung der Geschäftserwartungen für den Sommer 2011



**Umsatz- und Ertragslage im Winter 2010/11
(nach Anteil der Befragten in Prozent)**

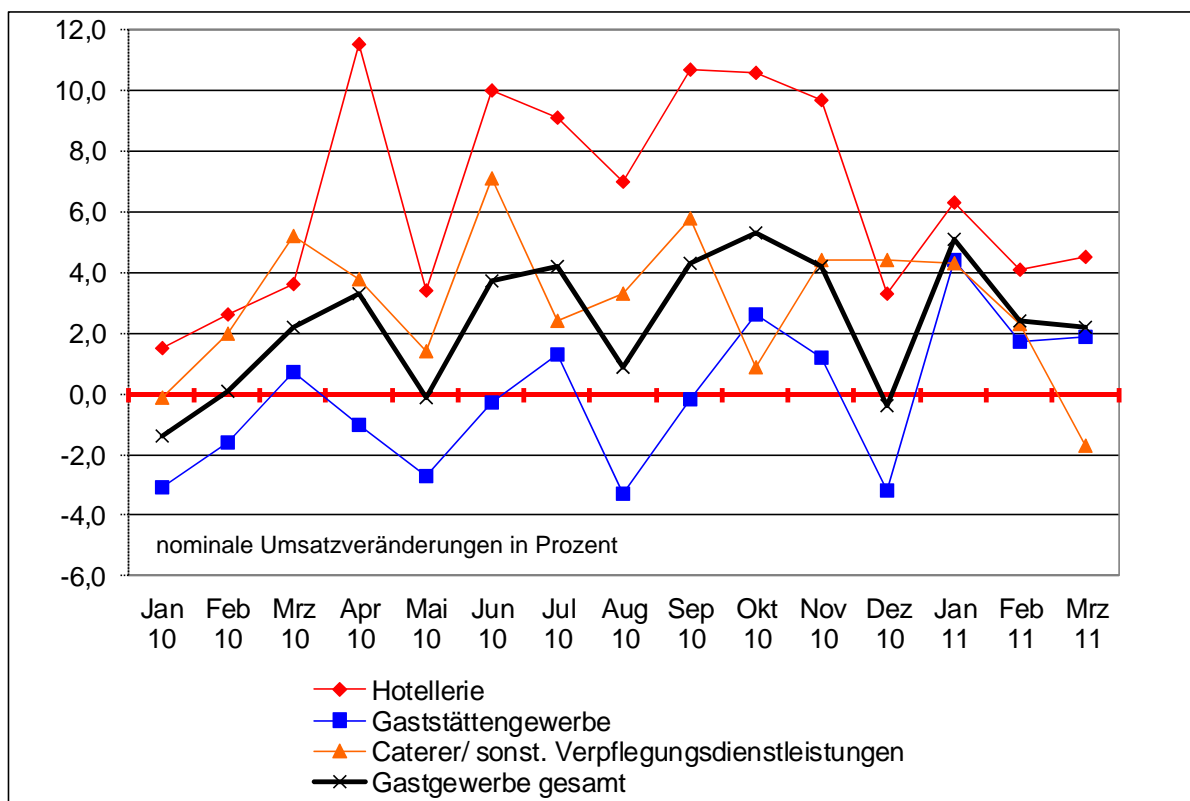


**Umsatz- und Ertragserwartungen für den Sommer 2011
(nach Anteil der Befragten in Prozent)**



**Umsatzentwicklung laut Statistischem Bundesamt
(Veränderungen gegenüber Vorjahreszeitraum)**

	1. Quartal 2011		4. Quartal 2010		2010 Gesamt	
	nominal	real	nominal	real	nominal	real
Gastgewerbe insgesamt	3,1%	2,1%	3,0%	0,1%	2,2%	-0,7%
Hotellerie	5,0%	4,5%	7,9%	2,4%	7,1%	1,5%
Beherbergungsgewerbe insgesamt	4,5%	3,9%	7,6%	2,0%	-6,9%	1,1%
speisengeprägte Gastronomie	3,2%	1,9%	0,4%	-0,7%	-0,8%	-2,1%
getränkegeprägte Gastronomie	-0,4%	-1,3%	-2,5%	-3,3%	-2,3%	-3,3%
Gaststättengewerbe insgesamt	2,7%	1,4%	0,0%	-1,3%	-1,0%	-2,2%
Pachtkantinen/Caterer	1,4%	0,1%	3,2%	1,9%	3,3%	2,2%



2. Lage und Erwartungen in der Hotellerie

2.1 Lage in der Hotellerie im Winter 2010/11:

Der internationale Tourismus profitierte 2010 erheblich von der sich erholenden Wirtschaftskonjunktur. Laut der Welttourismusorganisation UNWTO konnten die internationalen Touristenankünfte 2010 um +6,7 Prozent zulegen und erreichten somit weltweit 935 Millionen. Mit diesem starken Zuwachs von 58 Millionen Ankünften konnte sogar das Spitzenjahr 2008 übertroffen werden.

Diese positive Entwicklung lässt sich auch auf Deutschland übertragen. 2010 konnten die höchsten Übernachtungszahlen seit der Wiedervereinigung verbucht werden. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes wuchs die Zahl der Übernachtungen im Zeitraum Januar bis Dezember 2010 im Beherbergungsgewerbe um 3,2 Prozent auf 380,3 Millionen. Dabei wuchs die Übernachtungszahl ausländischer Gäste um 10,0 Prozent auf 60,3 Millionen und die der Inländer um 2,0 Prozent auf 320,0 Millionen (siehe auch Tabelle auf Seite 25). Auch im ersten Quartal 2011 pflanzte sich diese positive Entwicklung mit einem Plus von 3,0 Prozent bei den Übernachtungen fort.

Besonders starke Übernachtungszuwächse erzielten die Hotels in Gemeinden mit über 100.000 Einwohnern, die neben dem prosperierenden Geschäftsreiseverkehr auch vom anhaltenden Freizeittrend zu Städtereisen profitieren. Deren Plus lag 2010 bei 9,4 Prozent, während kleinere Gemeinden mit einem Plus von 1,0 Prozent deutlich geringere Zuwächse verzeichnen konnten.

Nach der DEHOGA-Konjunkturumfrage beurteilen 35,0 Prozent der befragten Beherbergungsbetriebe ihre Geschäftslage im Winterhalbjahr 2010/11 als gut und 21,0 Prozent als schlecht. Damit ist die Stimmung unter den Hoteliers in einem Winterhalbjahr so positiv wie seit langem nicht mehr. Der Saldo der Geschäftslage stieg um 34,0 Prozentpunkte auf Plus 14,0 Prozentpunkte im Vergleich zur Vorjahressaison.

Der Anteil der „Umsatzgewinner“ in der Hotellerie liegt bei 36,0 Prozent (Vorjahr 18,8 Prozent). 32,0 Prozent der Beherbergungsbetriebe mussten Umsatzeinbußen hinnehmen. Im Vorjahr waren das noch mehr als die Hälfte der Betriebe (56,4 Prozent).

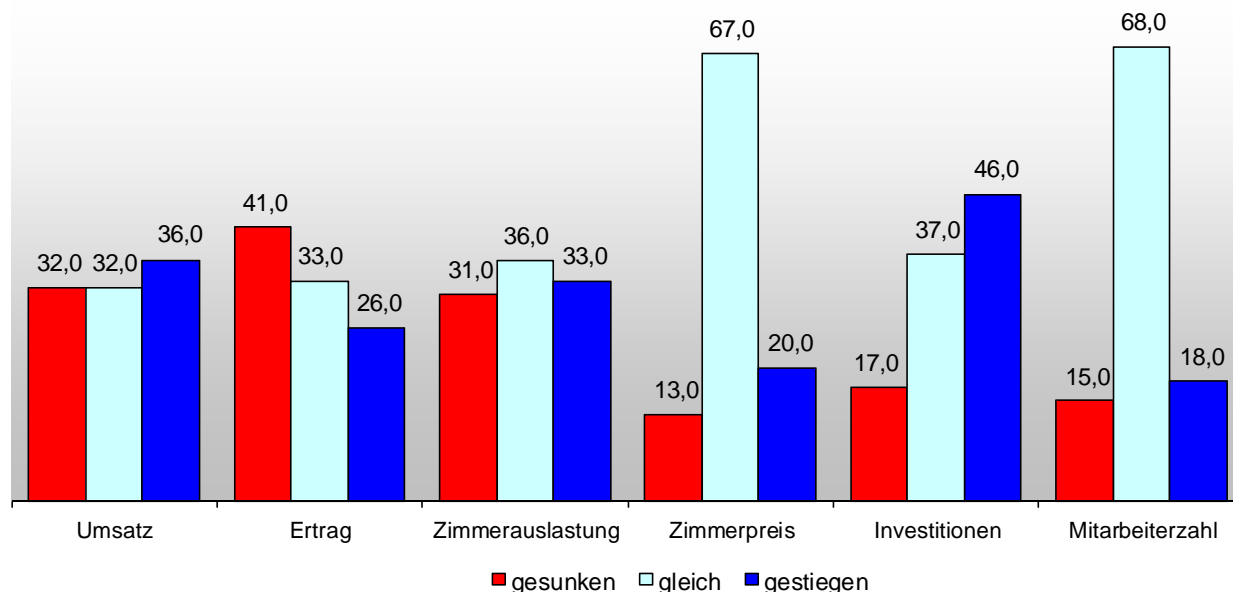
Die positive Entwicklung bestätigen auch die Umsatzzahlen des Statistischen Bundesamtes. Im letzten Quartal 2010 stieg der Umsatz in der Hotellerie in Deutschland um nominal 7,9 Prozent. Preisbereinigt ergab sich noch ein Plus von 2,4 Prozent. Im ersten Quartal 2011 konnte ein Umsatzzuwachs von 5,0 Prozent erzielt werden (real 4,5 Prozent). Dennoch dürfen die positiven Zahlen nicht darüber hinwegtäuschen, dass in vielen Betrieben das Umsatz- und Preisniveau von Ende 2008 erst wieder in diesem Jahr erreicht wird.

Trotz einer deutlichen Verbesserung gegenüber der Vorjahressaison bleibt die Ertragslage vieler Betriebe im Winter 2010/11 weiter angespannt: 41,0 Prozent haben geringere Erträge erwirtschaftet (Vorjahr 58,7 Prozent), 26,0 Prozent konnten ihr Betriebsergebnis verbessern (Vorjahr 14,9 Prozent). Dies ist die unmittelbare Folge steigender Betriebskosten, die aufgrund des starken Wettbewerbs nur zum Teil an den Gast weitergegeben werden können.

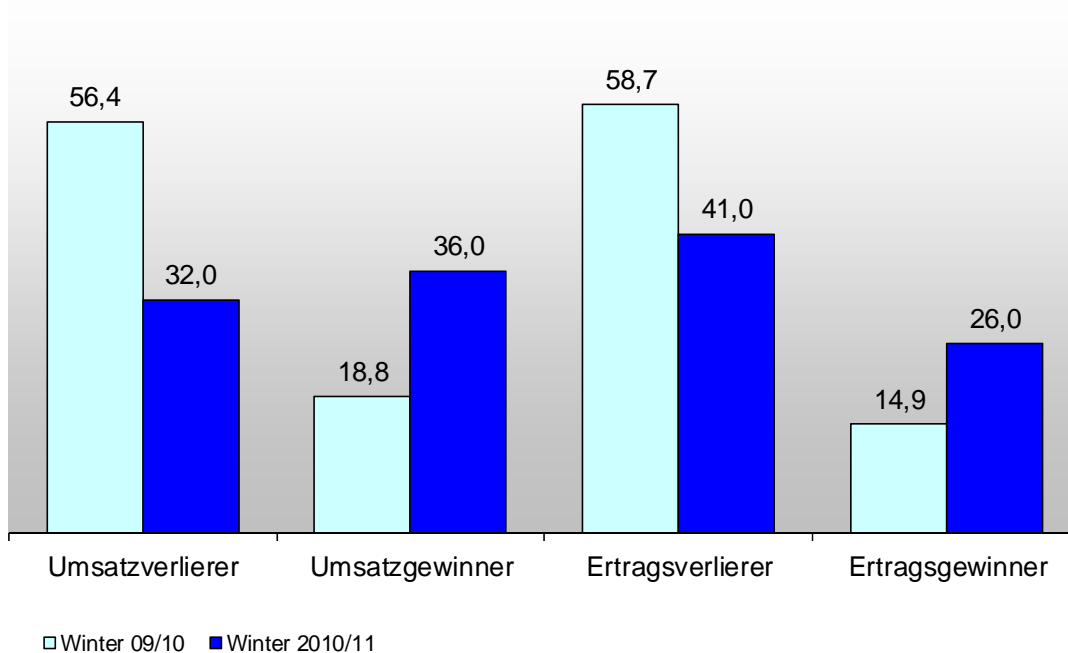
Die Mehrwertsteuersenkung hat den Betrieben den notwendigen Spielraum für Investitionen in Personal und Ausstattung verschafft. So konnten 86,0 Prozent der befragten Unternehmer ihren Beschäftigtenstamm stabil halten bzw. sogar ausbauen (Vorjahr 78,9 Prozent). Dies bestätigen auch die Zahlen der Bundesagentur für Arbeit: Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Beherbergungsgewerbe ist mit Stand 30. September 2010 um 2,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gestiegen (Gesamtwirtschaft: +1,7 Prozent). Auch die Arbeitslosenzahlen sind in der Branche signifikant gesunken. So gab es beispielsweise im April 2011 24,3 Prozent weniger arbeitslose Hotelfachleute und 13,8 Prozent weniger arbeitslose Köche im Vergleich zum April 2010. Auch die Bereitschaft zu Sach- und Anlageinvestitionen ist weiter gestiegen. Fast jeder zweite Unternehmer (46,0 Prozent) hat im Winterhalbjahr in seine Betriebsausstattung investiert (Vorjahr 38,6 Prozent).

Zu den von den Hoteliers genannten Hauptproblembereichen in der Wintersaison 2010/11 gehören insbesondere die steigenden Energiekosten. Der Anteil der Befragten, die die hohen Kosten für Strom, Heizung und Warmwasser als besondere Belastung empfinden, ist im Vergleich zur Vorjahressaison noch einmal um 12,0 Prozentpunkte auf 65,0 Prozent gestiegen. Auch im Bereich Personalgewinnung und behördliche Auflagen sehen die Hoteliers in diesem Winter größere Probleme als noch in der Vorjahressaison. In den anderen Problembereichen ist der Leidensdruck gegenüber dem Vorjahreszeitraum leicht gesunken (siehe Tabelle auf Seite 10). Trotz des durch den Konjunkturaufschwung ausgelösten Aufwärtstrends bleibt der Kosten- und Konkurrenzdruck in der Hotellerie weiter hoch. Gleichzeitig nimmt die Polarisierung zwischen den einzelnen Branchensegmenten weiter zu und die Fokussierung auf spezielle Zielgruppen mit ihren spezifischen Wünschen und Bedürfnissen wird immer wichtiger.

Entwicklung betriebswirtschaftlicher Kennzahlen in der Hotellerie im Winter 2010/11 (Anteil der Befragten in Prozent)



**Umsatz- und Ertragslage in der Hotellerie im Saisonvergleich
(Anteil der Befragten in Prozent)**



Hauptproblemfelder in der Hotellerie im Winter 2010/11 nach Anteil der Befragten (Mehrfachnennungen möglich):	
1. Energiekosten: 65% (Vorjahr: 53%)	↑
2. Betriebskosten allgemein: 45% (Vorjahr: 52%)	↓
3. Personalgewinnung: 32% (Vorjahr: 18%)	↑
4. Personalkosten: 22% (Vorjahr: 25%)	↓
5. Steuern/Sozialabgaben: 19% (Vorjahr: 27%)	↓
6. weniger Umsatz pro Gast: 18% (Vorjahr: 34%)	↓
7. Behördliche Auflagen: 17% (Vorjahr: 15%)	↑
8. weniger Gäste: 16% (Vorjahr: 35%)	↓
9. Preispolitik: 15% (Vorjahr: 26%)	↓
10. Finanzierung/Liquidität: 14% (Vorjahr: 22%)	↓
11. Rauchverbot: 5% (Vorjahr: 5%)	—
12. Stornierungen von Gästen: 4% (Vorjahr: 8%)	↓

2.2 Erwartungen in der Hotellerie für den Sommer 2011:

Die Hoteliers blicken optimistisch in die Zukunft: 38,0 Prozent der Befragten prognostizieren eine Verbesserung ihrer Geschäftslage im Sommer 2011 (Vorjahr 32,5 Prozent). Nur 11,0 Prozent erwarten schlechtere Geschäfte (Vorjahr 22,1 Prozent). Der Saldo der Geschäftserwartungen ist damit um 32,9 Prozentpunkte auf Plus 27,0 Prozentpunkte gestiegen. Der Anteil der Betriebe, die ein besseres Geschäft erwarten, ist damit sogar höher als in den Winterhalbjahren vor der Rezession.

36,0 Prozent der Unternehmer im Beherbergungsgewerbe glauben, ihren Vorjahresumsatz weiter ausbauen zu können (Vorjahr 31,2 Prozent). Dagegen gehen 17,0 Prozent der Befragten von einer Umsatzverschlechterung im nächsten Halbjahr aus (Vorjahr 28,9 Prozent).

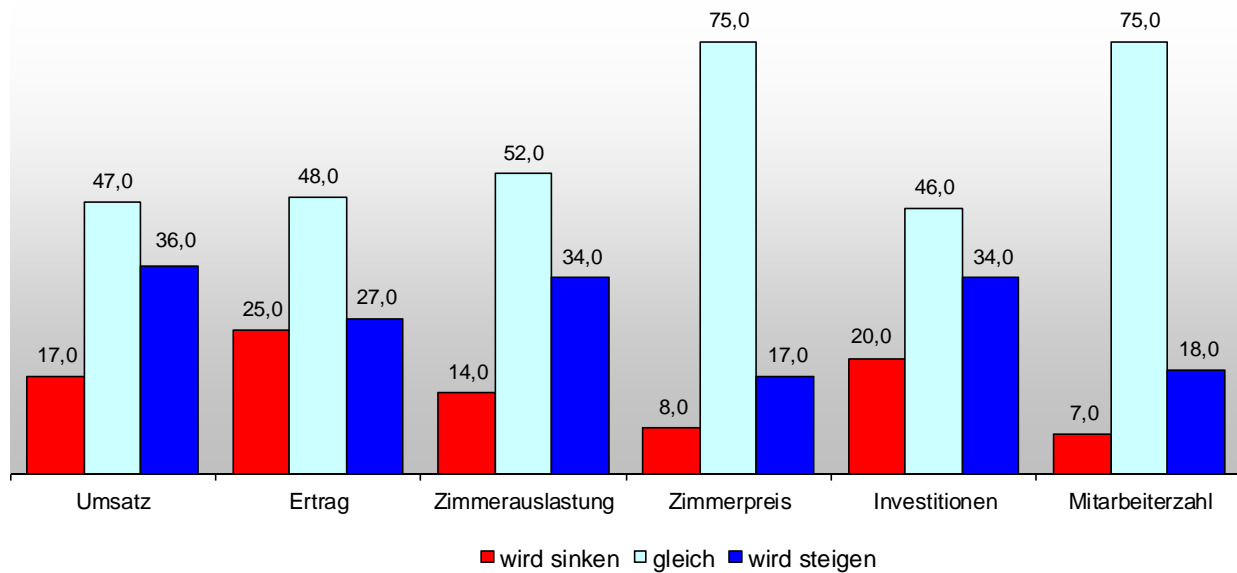
Auch die Ertragsaussichten werden etwas besser eingeschätzt: Zwar ist der Anteil der Ertragsoptimisten mit 27,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (28,7 Prozent) leicht gesunken. Dennoch kalkuliert jetzt nur noch jeder vierte Befragte (25,0 Prozent) mit niedrigeren Gewinnspannen (Vorjahr 32,8 Prozent).

Geringfügig optimistischer als im Vorjahr fallen auch die Prognosen hinsichtlich des Zimmerpreises aus: 17,0 Prozent der Befragten gehen davon aus, höhere Raten am Markt durchsetzen zu können. Im Vorjahr lag dieser Wert bei 13,2 Prozent. Auf eine gleich bleibende bzw. höhere Zimmerauslastung stellen sich 86,0 Prozent der Unternehmer ein (Vorjahr 76,5 Prozent).

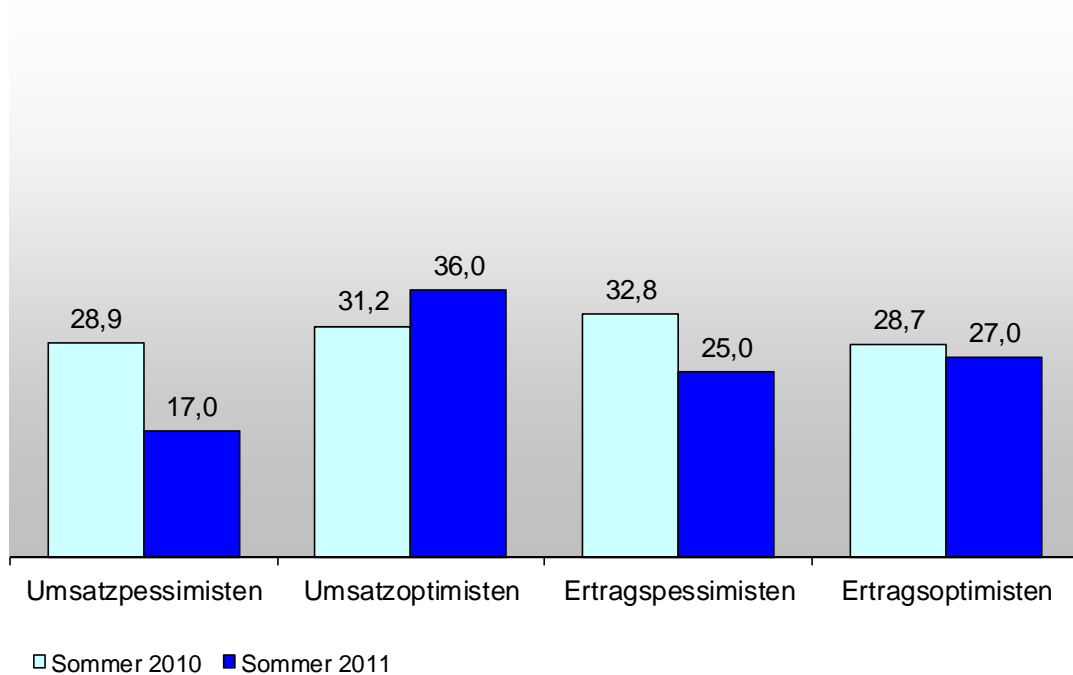
Der durch die Mehrwertsteuersenkung ausgelöste Investitionsschub wird auch im neuen Jahr Fortsetzung finden: Die Investitionsaufwendungen werden sich bei 34,0 Prozent der Betriebe erhöhen und liegen damit leicht unter dem Niveau des Vorjahres (42,4 Prozent). Dabei ist zu berücksichtigen, dass viele Betriebe bereits im Jahr 2010 und im ersten Quartal 2011 entscheidende Investitionen getätigt haben. Erfreulich ist auch, dass 93,0 Prozent der Betriebe ihren Mitarbeiterstamm konstant halten bzw. sogar ausbauen wollen (Vorjahr 90,0 Prozent). Nur 7,0 Prozent planen Mitarbeiterreduzierungen (Vorjahr 10,0 Prozent).

Trotz dieser Aufwärtsentwicklung geht die Mehrzahl der Betriebe davon aus, dass die durch die Wirtschaftskrise bedingten Umsatzeinbrüche nicht vor Mitte 2011 kompensiert sein werden. Auch hoffen die Hoteliers, für die der Geschäftsreisetourismus keine so starke Rolle spielt, dass die für die Branche wichtige Binnenkonjunktur im neuen Jahr noch mehr an Breite gewinnen wird. Entscheidend für die Geschäftsentwicklung in der Ferienhotellerie wird dabei auch die Wetterentwicklung im Sommer sein.

**Erwartungen in der Hotellerie
für den Sommer 2011 (Anteil der Befragten in Prozent)**



**Umsatz- und Ertragserwartung in der Hotellerie im Saisonvergleich
(Anteil der Befragten in Prozent)**



3. Lage und Erwartungen in der Gastronomie

3.1 Lage in der Gastronomie im Winter 2010/11:

Die Gastronomie konnte vom Wirtschaftsaufschwung in Deutschland bisher nicht annähernd so stark profitieren wie die Hotellerie. Zudem litten viele Betriebe wie schon im Winter 2009 unter den schneereichen Dezemberwochen. Dennoch zeichnet sich eine Trendwende ab und der Anteil der Gastronomen mit Umsatzzuwächsen nimmt zu. So zeigen die Zahlen des Statistischen Bundesamtes, dass sich die Umsätze in der Gastronomie im vierten Quartal 2010 stabilisiert haben. Im ersten Quartal 2011 konnte mit 2,7 Prozent sogar ein Umsatzplus verbucht werden (real 1,4 Prozent).

Besonders optimistisch gestimmt sind die Marken- und Systemgastronomie, die Betriebe der Arbeitsplatz- und Ausbildungsverpflegung und die Caterer. So hat der Konjunkturaufschwung mit den steigenden Beschäftigtenzahlen wieder zu einer verstärkten Nachfrage in diesen Segmenten geführt. Ebenso erweisen sich die Systemgastronomie und insbesondere die Unternehmen aus dem Quick-Service-Bereich als krisenresistent. Insgesamt stieg der Umsatz der 100 größten Betriebe der Systemgastronomie im Jahr 2010 um 2,3 Prozent, während die Gesamtbranche noch ein nominales Umsatzminus von 1,0 Prozent verbuchen musste (real -2,2 Prozent).

Weiterhin von Umsatzverlusten betroffen sind dagegen die getränkegeprägten Betriebe. Der Rückgang in diesem Segment betrug auch im ersten Quartal 2011 noch 0,4 Prozent (real -1,3 Prozent). Neben dem schlechten Wetter und der allgemeinen Konsumzurückhaltung haben sich auch die Nichtraucherschutzgesetze auf die Schankwirtschaften und Kneipen negativ ausgewirkt.

Nach der DEHOGA-Konjunkturumfrage hat sich die Stimmung unter den deutschen Gastronomen insgesamt im Winter 2010/11 im Vergleich zum Vorjahr verbessert: 27,0 Prozent der befragten Gastronomen beurteilen ihre Geschäftslage als gut. 26,0 Prozent verzeichnen schlechte Geschäfte. Der Saldo aus Negativ- und Positivmeldungen ist damit im Vergleich zum Vorjahr um 18,8 Prozentpunkte auf Plus 1,0 Prozentpunkte gestiegen.

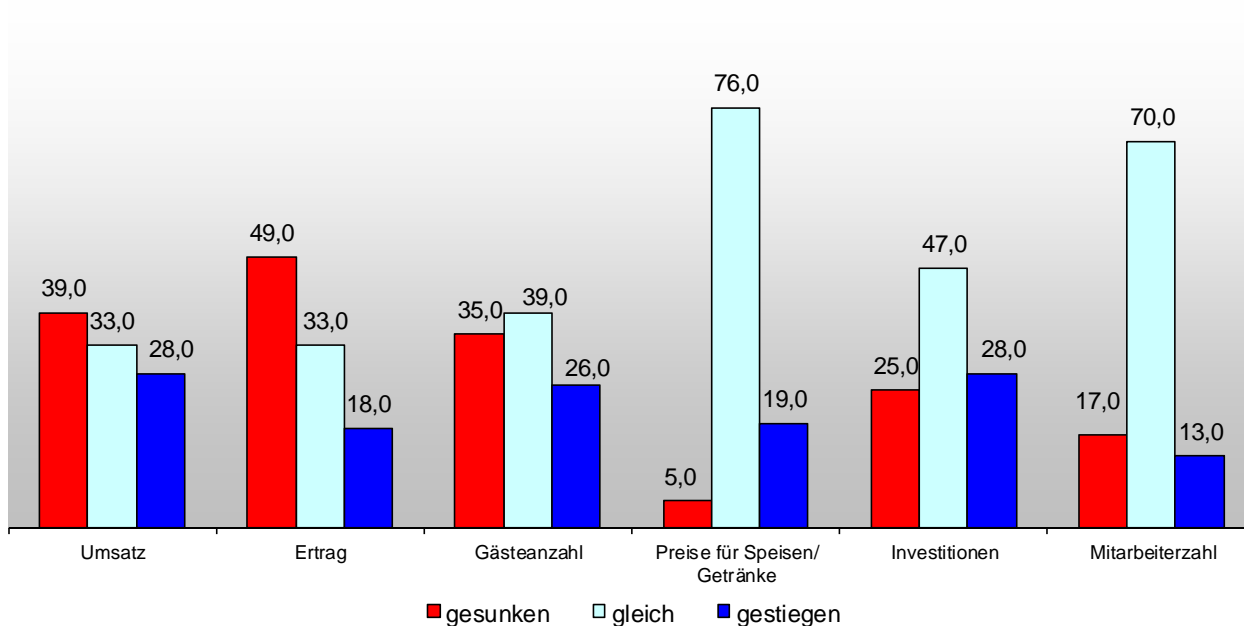
Die sich langsam aufhellende Stimmung spiegelt sich auch in den Umsatzzahlen der Gastronomen wider: Von sinkenden Umsätzen im Winterhalbjahr berichteten 39,0 Prozent der Gastronomen (Vorjahr 54,8 Prozent). 28,0 Prozent konnten ihr Ergebnis verbessern (Vorjahr 21,2 Prozent). Weiter besorgniserregend stellt sich die Ertragsituation in der Gastronomie dar: Die Hälfte der Gastronomen (49,0 Prozent) hatte einen Ertragsrückgang zu beklagen (Vorjahr 61,9 Prozent). Hauptursache hierfür sind die steigenden Energie- und Betriebskosten, die die Erträge vieler Betriebe dahinschmelzen lassen.

Das Gästeaufkommen sank im Zeitraum Oktober 2010 bis März 2011 bei 35,0 Prozent der Befragten (Vorjahr 52,4 Prozent). 26,0 Prozent der Betriebe konnten sich über einen Gästezuwachs freuen (Vorjahr 18,6 Prozent). Der Wettbewerbsdruck macht es den meisten Betrieben trotz des leichten Aufschwungs unmöglich, höhere Preise am Markt durchzusetzen. 77,0 Prozent der Befragten mussten ihre Preise stabil halten (Vorjahr 83,1 Prozent). 19,0 Prozent setzten höhere Preise beim Gast durch (Vorjahr 10,6 Prozent).

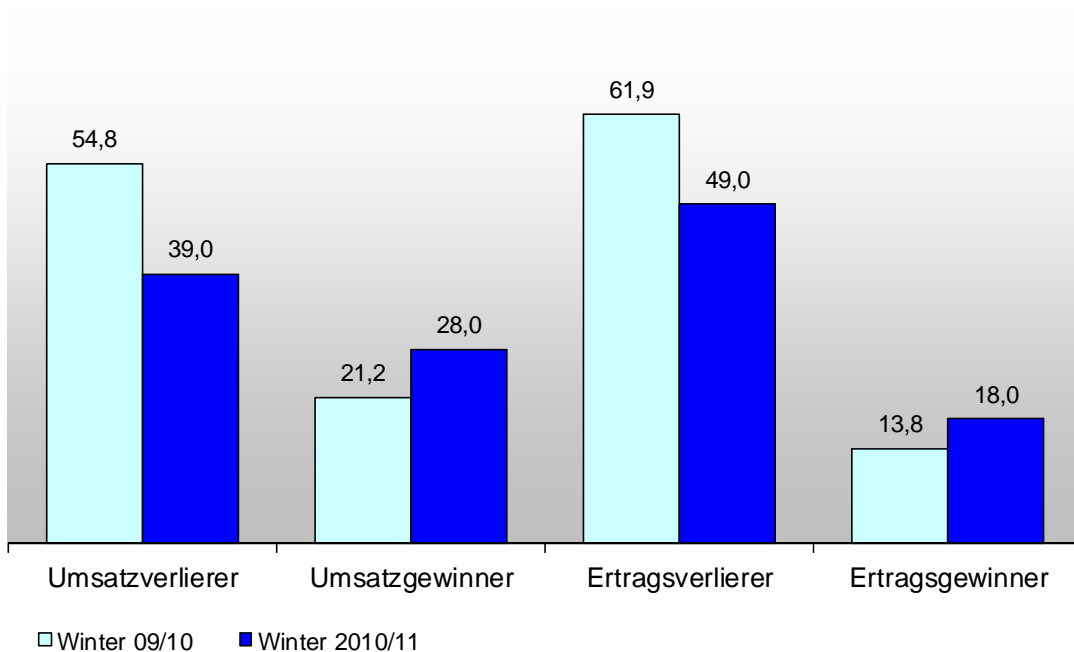
Trotz der weiterhin angespannten Ertragsituation scheint die Investitionsneigung der Betriebe langsam zu steigen. Ein Grund hierfür ist sicherlich das noch günstige Zinsniveau für Kredite. 28,0 Prozent der Befragten konnten ihre Investitionen erhöhen (Vorjahr 25,3 Prozent). Die Investitionen zurückfahren mussten 25,0 Prozent der Unternehmer (Vorjahr 34,0 Prozent). 71,0 Prozent der befragten Restaurant-, Café- und Kneipenbetreiber konnten ihre Mitarbeiterzahl konstant halten (Vorjahr 67,5 Prozent). Nur noch 17,0 Prozent der Gastronomen sahen sich gezwungen, Personal abzubauen (Vorjahr 24,2 Prozent). Gleichzeitig wird es für viele Betriebe immer schwieriger, qualifiziertes Personal zu finden. So stellt die Personalgewinnung für viele der befragten Unternehmen wieder ein größeres Problem dar als noch in den Vorjahren. Dies gilt insbesondere für den Ausbildungsbereich (siehe Tabelle auf Seite 15).

Wie schon in den Vorjahren werden auch die hohen Energie- und Betriebskosten neben den Steuern und Abgaben als die größte Belastung im Betriebsalltag empfunden. Viele Unternehmer hoffen auch weiterhin auf eine Reduzierung der Mehrwertsteuer. So stellt der bestehende Mehrwertsteuersatz in Höhe von 19 Prozent für die Branche eine Ungleichbehandlung gegenüber dem Lebensmitteleinzelhandel und -handwerk dar, die seit vielen Jahrzehnten in den Genuss von 7 Prozent Mehrwertsteuer kommen. Insbesondere Bäckereien und der Lebensmitteleinzelhandel haben ihr gastronomisches Angebot an zubereiteten Speisen zur Mitnahme auch vor diesem Hintergrund erfolgreich ausbauen können. Diese Entwicklung hat gerade im Take-Away-Bereich zu deutlichen Umsatzsteigerungen geführt, wohingegen die wirtschaftliche Entwicklung des Gaststättengewerbes seit Jahren rückläufig ist.

Entwicklung betriebswirtschaftlicher Kennzahlen in der Gastronomie im Winter 2010/11 (Anteil der Befragten in Prozent)



**Umsatz- und Ertragslage in der Gastronomie im Saisonvergleich
(Anteil der Befragten in Prozent)**



Hauptproblembfelder in der Gastronomie im Winter 2010/11 nach Anteil der Befragten: (Mehrfachnennungen möglich)	
1. Energiekosten: 56% (Vorjahr: 51%)	↑
2. Betriebskosten allgemein: 44% (Vorjahr: 51%)	↓
3. Personalgewinnung: 33% (Vorjahr 22%)	↑
4. Steuern/Sozialabgaben: 27% (Vorjahr: 44%)	↓
5. Personalkosten: 26% (Vorjahr: 29%)	↓
6. weniger Umsatz pro Gast: 24% (Vorjahr: 39%)	↓
7. Behördliche Auflagen: 19% (Vorjahr 19%)	—
8. weniger Gäste: 15% (Vorjahr: 30%)	↓
9. Finanzierung/Liquidität: 15% (Vorjahr: 25%)	↓
10. Preispolitik: 10% (Vorjahr 15%)	↓
11. Rauchverbot: 10% (Vorjahr 19%)	↓
12. Stornierungen von Gästen: 2% (Vorjahr: 3%)	↓

3.2 Erwartungen in der Gastronomie für den Sommer 2011:

Die Gastronomie beurteilt ihre zukünftige Geschäftslage deutlich optimistischer als noch vor einem Jahr. Nach dem harten Winter und den ersten Sonnenstrahlen wächst bei vielen die Hoffnung auf bessere Geschäfte. Die Chancen stehen nicht schlecht, dass aufgrund der günstigen gesamtwirtschaftlichen Voraussetzungen verbunden mit erneut in Deutschland stattfindenden Großereignissen – allen voran die Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen – in der Gastronomie im laufenden Jahr zum ersten Mal seit 2001 wieder mit einem nominalen Umsatzplus gerechnet werden kann.

36,0 Prozent der Gastronomiebetriebe erwarten im Sommer 2011 eine bessere Geschäftslage (Vorjahr 30,6 Prozent). Nur noch 17,0 Prozent der Befragten stellen sich auf schlechtere Geschäfte ein (Vorjahr 25,5 Prozent). Der Saldo der Geschäftserwartungen liegt mit 19,0 Prozentpunkten damit wieder eindeutig im positiven Bereich.

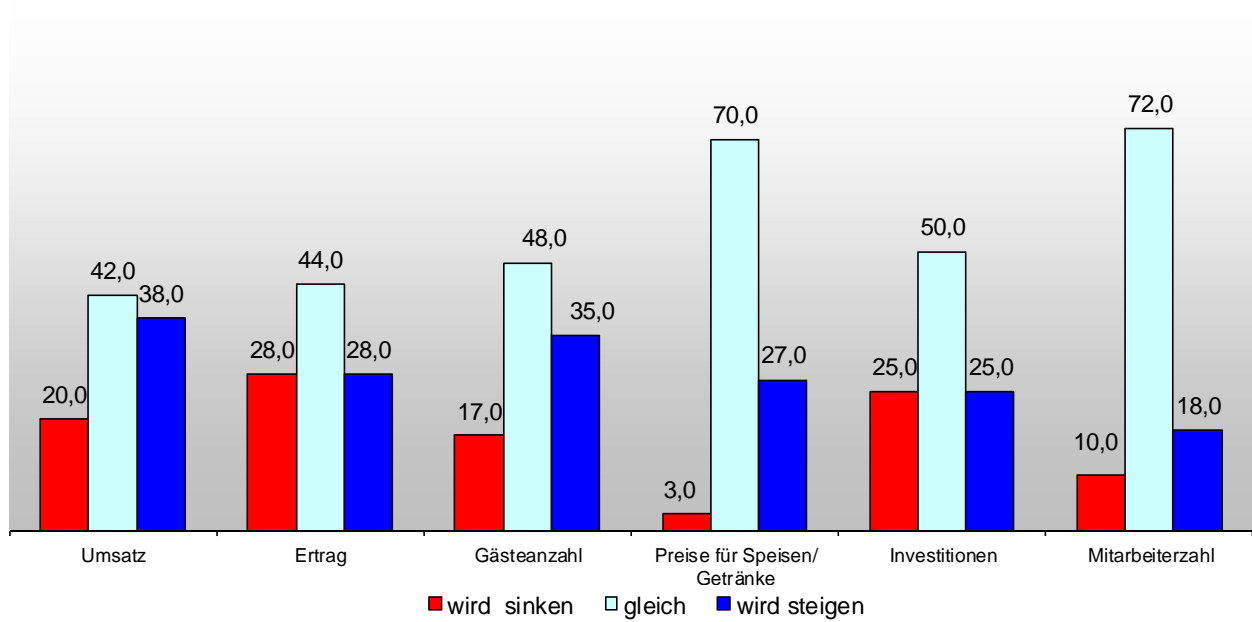
Dieser vorsichtige Optimismus zeigt sich auch in den konkreten Umsatzerwartungen: 38,0 Prozent der Gastronomen erwarten Umsatzzuwächse (Vorjahr 30,8 Prozent). Jeder fünfte Betrieb (20,0 Prozent) kalkuliert mit Verlusten (Vorjahr 31,3 Prozent). Auch der Anteil der Ertragspessimisten ist mit 28,0 Prozent gesunken (Vorjahr 40,8 Prozent). 28,0 Prozent der Unternehmer in der Gastronomie kalkulieren mit höheren Erträgen (Vorjahr 21,5 Prozent).

Ein Drittel (35,0 Prozent) der Betriebe geht davon aus, dass das Gästeaufkommen in der Sommersaison 2011 steigen wird (Vorjahr 30,0 Prozent). 17,0 Prozent rechnen mit weniger Gästen in ihren Betrieben (Vorjahr 27,0 Prozent).

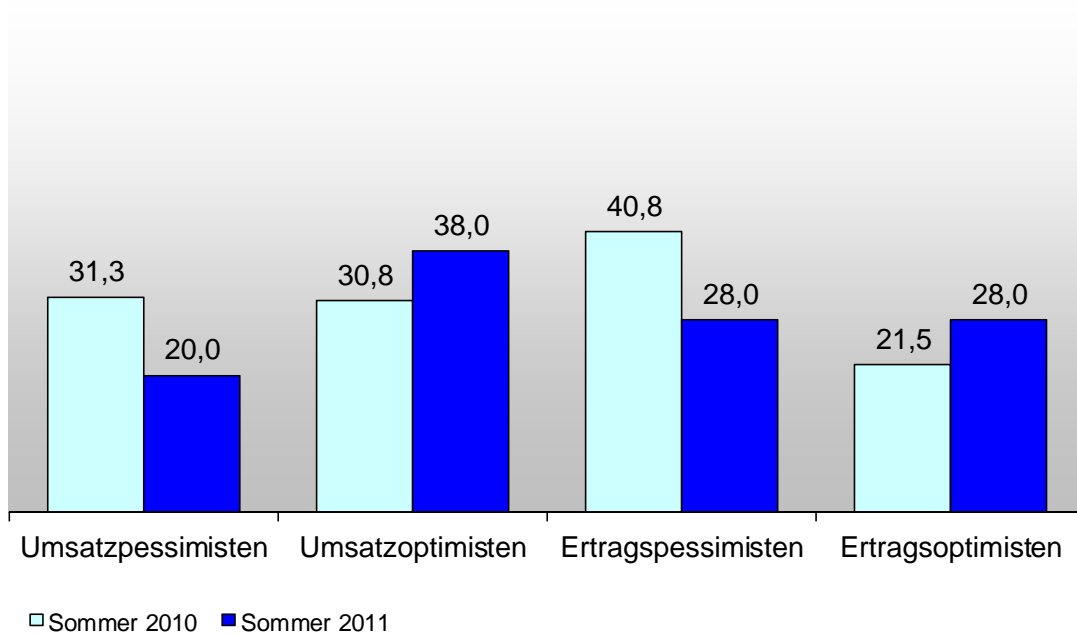
Die Investitionsbereitschaft der Betriebe befindet sich weiterhin auf einem relativ niedrigen Niveau, der Saldo der Investitionsbereitschaft stellt sich aber dennoch besser dar als in den letzten Winterhalbjahren: 25,0 Prozent der Befragten sehen sich dazu in der Lage, Investitionen durchzuführen (Vorjahr 26,0 Prozent). 25,0 Prozent wollen ihre Investitionen zurückfahren (Vorjahr 32,3 Prozent). Erfreulich ist, dass 72,0 Prozent der Gastronomen ihren Mitarbeiterstamm halten (Vorjahr 72,4 Prozent) und 18,0 Prozent mehr Personal einstellen möchten (Vorjahr 14,0 Prozent).

An dieser Stelle sei angemerkt, dass die Perspektiven innerhalb der Branche unterschiedlich beurteilt werden. Die Kluft zwischen Gastronomiebetrieben mit einem klaren Markenprofil und Betrieben ohne eine klare Positionierung vertieft sich weiter. Dies ist jedoch eine Entwicklung, die schon lange vor der Wirtschaftskrise einsetzte. Auch der bereits langjährig beobachtete Trend, dass der funktionale Verzehr zum Zweck der reinen Nahrungsmittelaufnahme zunimmt, setzt sich weiter fort. Davon profitieren zum Nachteil der Branche vor allem der Lebensmitteleinzelhandel, Bäckereien, Metzgereien, Kioske und Tankstellen.

**Erwartungen in der Gastronomie
für den Sommer 2011 (Anteil der Befragten in Prozent)**



**Umsatz- und Ertragserwartung in der Gastronomie im Saisonvergleich
(Anteil der Befragten in Prozent)**



4. Aktuelle Marktentwicklung

Der Wettbewerbsdruck in Hotellerie und Gastronomie ist weiter hoch. Das Verhalten der Gäste ist geprägt durch gestiegene Ansprüche zum einen und eine hohe Preissensibilität zum anderen. Der Gast von heute weiß mehr, er ist mobiler, internationaler und hat mehr Auswahlmöglichkeiten als je zuvor. Ketten und Nischenanbieter sind die Gewinner. So befindet sich bereits seit Jahren die Markenhotellerie im Aufwind. Gleichzeitig wächst auch die Bedeutung der Systemgastronomie. Die Kraft der Marken, professionelle Planung und ein strategischer Systemgedanke gehören sicherlich zu den Gründen, warum die Markengastronomie sich auch in konjunkturell schwierigen Zeiten besser behauptet als der Branchendurchschnitt. Mehr denn je zählen eine klare Positionierung und Profilierung am Markt. In Zeiten standardisierter Hotel- und Gastronomiekonzepte kommt es für die Individualbetriebe auf die persönliche Handschrift eines Hauses und die individuelle, lebendige, herzliche Gästeansprache an. Die Gäste wollen verwöhnt, nicht versorgt werden.

Nachhaltigkeit und Regionalität

Nachhaltigkeit, Verantwortung für die Nachwelt und Ressourcen, Umweltbewusstsein – gutes Gewissen und Genuss schließen sich heute nicht mehr aus. Die grüne Welle rollt. Immer mehr Menschen suchen nach Produkten, die gut für Körper und Seele sind. Frische, Herkunft und Qualität stehen hoch im Kurs. Die Verbraucher sind sensibilisiert für den fortschreitenden Klimawandel und die damit verbundenen Aspekte der Nachhaltigkeit. Hotels und Restaurants, die Umweltaspekte nicht außen vor lassen, sind für die Zukunft gut aufgestellt. Steigende Energiekosten werden diesen Trend in der Zukunft noch beflügeln. Mit vielfältigen Aktivitäten und Maßnahmen unterstützt der DEHOGA seine Mitglieder und die Branche (Energiekampagne Gastgewerbe, geplanter DEHOGA-Umweltcheck, Energiebroschüre, Kooperationspartner bei Wettbewerben und Initiativen etc.).

Fokus Hotellerie

Gesundheit

Auch Gesundheit ist und bleibt ein Megatrend, der bei der Gestaltung des Urlaubs eine immer größere Rolle spielt. Die Grenze zwischen Wellness bzw. Lifestyle auf der einen und Gesundheitsfürsorge auf der anderen Seite verschwimmt zusehends. Die Hotellerie greift diesen Trend auf und bietet diverse Angebote rund um Körper und Geist – von reinen Wohlfühlanwendungen bis zu von Medizinern begleiteten Maßnahmen. Dabei spielt das Thema nicht nur in der Ferienhotellerie, sondern in verstärktem Maße auch in der Stadthotellerie eine Rolle. Nirgends kann Wellness in seinem ganzheitlichen Ansatz so ausgelebt werden wie in der Hotellerie.

Budgethotellerie

Budgethotels liegen auch weiterhin im Trend. Die erfolgreiche Entwicklung in den letzten Jahren lässt sich auch mit der Kraft der Marken erklären. Klassische Segmentgrenzen verschwimmen zusehends. Budget-Hotels mit Designcharakter und kommunikativer Atmosphäre boomen. Sie liegen am Puls der Zeit, treffen den Geschmack von Geschäftsreisenden wie auch Touristen und schonen den Geldbeutel. Die Gäste wollen Komfort, Ambiente und Kreativität an attraktiven Standorten zu bezahlbaren Preisen.

Städtereisen

Städtereisen haben weiter Wachstumspotenzial. In wenigen Tagen möglichst viel erleben, das entspricht dem Trend der Zeit. Kurzreisen gewinnen an Bedeutung. Unterstützt wird der Städtetourismus durch die Angebote der Billigflieger. Die deutschen Städte überzeugen mit einem außerordentlich reichhaltigen architektonischen und kulturellen Angebot. Dazu locken zahlreiche Kunst- und Sport-Events.

Fokus Gastronomie

Regionale Küche

Im Zeitalter der Globalisierung und der sich ständig wechselnden Trends haben Tradition, Heimat, Bodenständigkeit und ehrliche Gastfreundschaft wieder Konjunktur. Gefragt sind frische, regionale und saisonale Spezialitäten. Die einzigartige Vielfalt der heimischen Küche begeistert die Gäste. Regional schlägt Bio.

Wohlfühlatmosphäre

Wohlfühlambiente anstelle von kühlem Design – oder auch: cool war gestern, cosy ist heute. Hüttenatmosphäre steht hoch im Kurs. Gaststätten werden wieder zu Orten der Kommunikation – gerade in Zeiten von Twitter, Facebook & Co. Das gute alte Wirtshaus hat neue Chancen, sofern Angebots- und Servicequalität stimmen. Auch mit Blick auf die immer beliebter werdenden Freizeitaktivitäten wie Wandern und Radeln ergeben sich für diese Betriebe tolle Möglichkeiten als Ausflugsziele. Die Stammtische und lange Tafeln sind zurück, so kommt man schneller ins Gespräch. Man trifft sich anstatt nur zu chatten, unterhält sich und lässt sich nicht nur unterhalten. Warme Farben, bequeme Sessel, frische Blumen – die öffentlichen Wohnzimmer werden wieder gemütlich!

Außergastronomie

Je mehr Arbeit und Alltag innen stattfinden, desto mehr drängt es die Menschen nach draußen – in die Biergärten, Terrassen oder auch Strandbars der Republik. Open-Air-Gastronomie vermittelt ein Gefühl von Freiheit vor Ort, steht für die kleine Auszeit zwischendurch und den Kurzurlaub im Alltag. Mit Blick auf die Weiterentwicklung von Technik, Design sowie neuen Getränke- und Speisekreationen ist Gastronomie unter freiem Himmel fast an jedem Ort realisierbar. Auch die Rauchverbote haben definitiv zu einer Verlängerung der Open-Air-Saison beigetragen. Sobald die ersten Sonnenstrahlen da sind, füllen sich auch bei Minusgraden die Außenplätze. Farbenfrohe Decken sorgen für kuschelige Atmosphäre bei kühleren Temperaturen.

Take-away und Home Delivery

Take-away ist und bleibt der stärkste Trend im Außer-Haus-Markt. Angesichts gesteigerter Mobilität, zunehmender Flexibilität und wechselnder Arbeitswelten verzeichnet dieses Branchensegment weiterhin steigende Zuwachsraten. Gastro-Quickservice-Betriebe und Bäckereien sind unbestritten diejenigen, die sich im Take-away-Business am stärksten profiliert haben. Neben Take-away werden dem Thema Home Delivery die größten Wachstumschancen zugerechnet. Auch hier gibt es noch viel Potenzial.

Kaffeebars/Coffeeshops

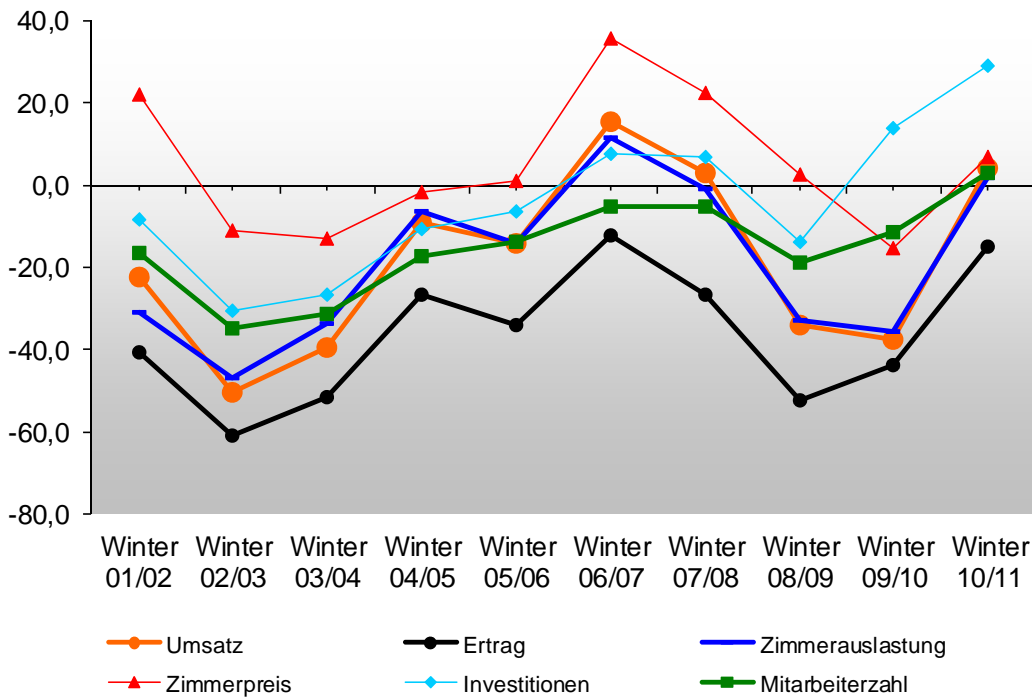
Großstädte ohne Kaffeebars sind kaum mehr vorstellbar. Im Gegenteil: Immer mehr Konzepte bewegen sich im Markt. Kaffeebars sind öffentliche Wohnzimmer und weiterhin ein sehr trendiges Thema. Kaffee- oder auch Dessertbars haben auch weiterhin große Wachstumsperspektiven, denn sie überzeugen ihre Gäste mit Kaffeespezialitäten, frisch gepressten Säften sowie süßen und herzhaften Snacks.

Berlin, Mai 2011

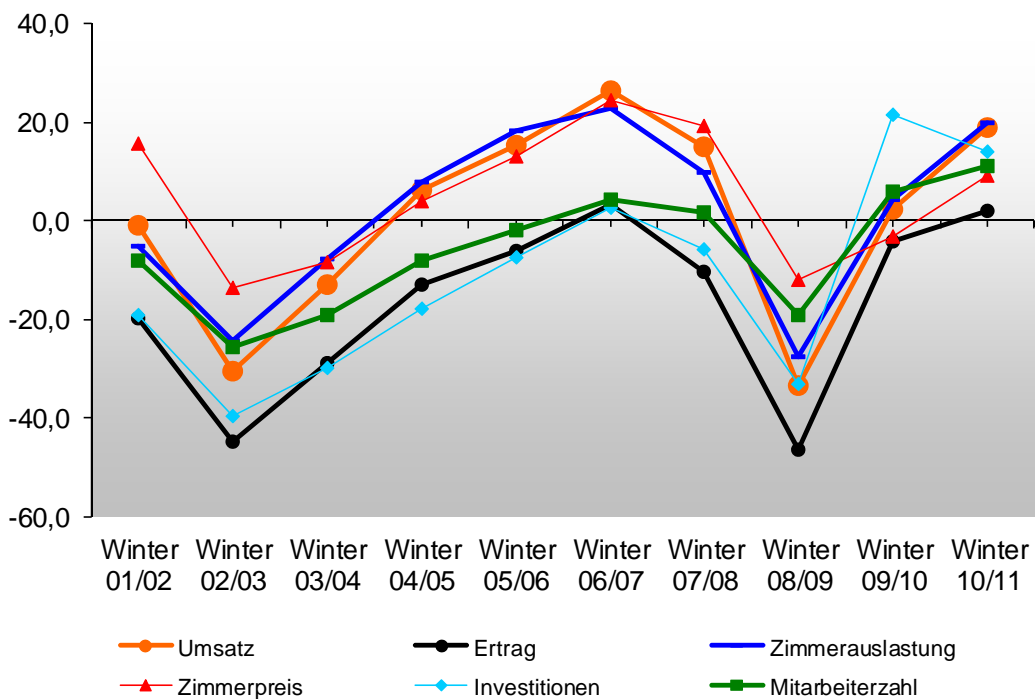
Anlage 1: Lage und Erwartungen in der Hotellerie im Saisonvergleich

Lage	W 2002/03	S 2003	W 2003/4	S 2004	W 2004/5	S 2005	W 2005/6	S 2006	W 2006/7	S 2007	W 2007/8	S 2008	W 2008/9	S 2009	W 2009/10	S 2010	W 2010/11
Umsatz																	
gesunken	65,2	51,5	59,0	44,2	42,5	38,4	43,3	26,9	28,8	27,3	32,7	26,6	54,5	44,1	56,4	14,2	32,0
gleich	18,3	22,2	19,9	22,6	22,2	24,6	24,5	23,8	24,8	29,0	31,5	31,0	24,9	24,0	24,8	33,4	32,0
gestiegen	14,9	24,9	19,6	31,3	33,4	34,8	29,2	46,9	44,1	43,7	35,8	42,4	20,6	31,9	18,8	52,4	36,0
Saldo	-50,3	-26,6	-39,4	-12,9	-9,1	-3,6	-14,1	20,0	15,3	16,4	3,1	15,8	-33,9	-12,2	-37,6	38,2	4,0
Ertrag																	
gesunken	70,4	58,7	64,2	52,6	49,8	48,9	53,1	37,8	39,5	39,9	47,8	42,5	64,6	53,6	58,7	31,2	41,0
gleich	17,6	21,4	20,4	26,3	25,0	26,6	24,4	27,7	30,4	33,5	31,0	31,8	23,0	25,5	26,4	32,1	33,0
gestiegen	9,5	17,6	12,7	18,6	23,0	21,2	19,1	30,9	27,2	26,6	21,2	25,7	12,4	21,0	14,9	36,7	26,0
Saldo	-60,9	-41,1	-51,5	-34,0	-26,8	-27,7	-34,0	-6,9	-12,3	-13,3	-26,6	-16,8	-52,2	-32,6	-43,8	5,5	-15,0
Zimmerauslastung																	
gesunken	62,5	48,0	54,2	37,5	40,1	35,3	41,7	26,0	29,2	25,3	33,0	27,3	52,4	40,2	53,8	26,2	31,0
gleich	21,1	24,7	24,2	25,5	25,1	27,7	28,6	30,1	28,7	33,8	35,1	35,0	28,0	29,3	28,1	33,7	36,0
gestiegen	15,4	26,1	20,6	36,0	33,6	35,8	27,4	41,7	40,6	40,9	31,9	37,0	19,5	30,5	18,1	40,1	33,0
Saldo	-47,1	-21,9	-33,6	-1,5	-6,5	0,5	-14,3	15,7	11,4	15,6	-1,1	9,7	-32,9	-9,7	-35,7	13,9	2,0
Zimmerpreis																	
gesunken	23,8	23,3	24,5	23,6	18,5	17,6	16,7	8,0	8,5	12,9	8,2	7,8	16,8	20,6	26,8	16,1	13,0
gleich	61,9	64,7	62,9	64,0	63,4	66,0	63,3	61,5	45,5	52,7	61,2	61,2	63,9	61,8	61,9	64,4	67,0
gestiegen	12,8	10,8	11,6	11,1	16,7	14,5	17,7	28,0	44,2	34,3	30,6	31,0	19,3	17,6	11,3	19,5	20,0
Saldo	-11,0	-12,5	-12,9	-12,5	-1,8	-3,1	1,0	20,0	35,7	21,4	22,4	23,2	2,5	-3,0	-15,5	3,4	7,0
Investitionen																	
gesunken	48,1	41,5	46,2	36,0	35,1	31,3	31,1	23,1	24,3	23,6	26,5	26,7	39,3	36,1	24,7	14,2	17,0
gleich	30,1	33,7	30,4	40,3	35,8	40,4	38,7	43,3	40,6	44,2	40,2	42,1	35,2	38,0	36,7	33,3	37,0
gestiegen	17,5	19,4	19,7	20,2	24,3	24,0	24,6	28,5	31,8	32,1	33,3	31,1	25,4	25,8	38,6	52,5	46,0
Saldo	-30,6	-22,1	-26,5	-15,8	-10,8	-7,3	-6,5	5,4	7,5	8,5	6,8	4,4	-13,9	-10,3	13,9	38,3	29,0
Mitarbeiterzahl																	
gesunken	39,1	29,0	36,0	23,9	23,8	20,4	22,5	15,0	17,9	13,8	17,1	14,5	25,1	22,2	21,1	11,4	15,0
gleich	55,0	60,5	57,5	63,6	67,4	65,7	66,0	66,4	66,8	67,5	71,1	67,3	68,6	63,6	69,2	63,7	68,0
gestiegen	4,2	8,9	4,8	11,1	6,6	11,6	8,6	15,9	12,8	18,7	11,8	18,2	6,3	14,2	9,7	24,9	18,0
Saldo	-34,9	-20,1	-31,2	-12,8	-17,2	-8,8	-13,9	0,9	-5,1	4,9	-5,3	3,7	-18,8	-8,0	-11,4	13,5	3,0
Erwartungen																	
Umsatz																	
wird sinken	48,9	42,6	38,1	37,3	27,4	35,9	23,6	26,9	17,6	27,6	22,0	38,6	51,5	49,3	28,9	32,9	17,0
gleich	31,2	36,7	34,9	40,2	36,6	39,1	35,4	37,5	36,7	44,6	41,1	41,5	30,3	38,4	39,9	44,7	47,0
wird steigen	18,3	17,3	25,3	20,0	33,6	21,1	38,9	32,1	44,0	27,8	36,9	20,0	18,2	12,3	31,2	22,4	36,0
Saldo	-30,6	-25,3	-12,8	-17,3	6,2	-14,8	15,3	5,2	26,4	0,2	14,9	-18,6	-33,3	-37,0	2,3	-10,5	19,0
Ertrag																	
wird sinken	56,4	47,8	45,6	46,1	36,7	44,7	33,3	35,9	27,5	38,6	34,8	49,0	59,7	55,4	32,8	37,3	25,0
gleich	29,8	36,1	35,4	35,4	37,1	35,4	36,7	40,3	39,7	42,0	40,6	37,8	26,9	35,1	38,5	43,2	48,0
wird steigen	11,6	12,9	16,8	15,1	23,8	15,2	27,1	19,5	30,7	19,5	24,6	13,1	13,4	9,6	28,7	19,5	27,0
Saldo	-44,8	-34,9	-28,8	-31,0	-12,9	-29,5	-6,2	-16,4	3,2	-19,1	-10,2	-35,9	-46,3	-45,8	-4,1	-17,8	2,0
Zimmerauslastung																	
wird sinken	42,8	38,9	32,5	32,5	24,3	33,2	20,0	27,4	15,7	24,5	20,4	38,0	45,2	44,8	23,5	32,3	14,0
gleich	37,4	41,4	41,2	45,4	41,9	45,3	40,7	45,4	44,7	53,4	49,5	47,7	37,3	43,9	48,7	48,8	52,0
wird steigen	18,6	17,1	24,7	20,0	32,2	18,9	38,2	24,2	38,4	22,1	30,1	14,3	17,5	11,3	27,8	18,9	34,0
Saldo	-24,2	-21,8	-7,8	-12,5	7,9	-14,3	18,2	-3,2	22,7	-2,4	9,7	-23,7	-27,7	-33,5	4,3	-13,4	20,0
Zimmerpreis																	
wird sinken	21,6	17,6	18,3	16,5	10,9	15,3	9,3	9,4	6,1	9,2	5,9	11,5	22,6	22,5	16,3	13,1	8,0
gleich	69,4	71,2	70,4	71,6	72,5	67,7	66,9	50,3	62,2	68,7	69,0	66,4	66,8	68,9	70,5	73,9	76,0
wird steigen	7,9	8,6	10,0	9,9	15,0	13,8	22,3	37,2	30,6	22,1	25,1	22,1	10,5	8,7	13,2	13,0	17,0
Saldo	-13,7	-9,0	-8,3	-6,6	4,1	-1,5	13,0	27,8	24,5	12,9	19,2	10,6	-12,1	-13,8	-3,1	-0,1	9,0
Investitionen																	
wird sinken	51,9	43,9	45,6	39,5	36,8	37,7	29,8	30,9	24,9	29,6	29,4	38,2	50,1	48,3	20,8	26,4	20,0
gleich	32,3	34,8	35,2	40,1	38,9	39,6	43,6	42,8	44,8	48,2	47,0	42,3	32,8	36,9	36,8	42,9	46,0
wird steigen	12,3	14,7	15,7	15,3	19,1	17,1	22,4	20,8	27,4	22,2	23,6	19,5	17,1	14,7	42,4	30,7	34,0
Saldo	-39,6	-29,2	-29,9	-24,2	-17,7	-20,6	-7,4	-10,1	2,5	-7,4	-5,8	-18,7	-33,0	-33,6	21,6	4,3	14,0
Mitarbeiterzahl																	
wird sinken	30,1	25,9	25,9	21,7	15,8	21,2	14,2	17,7	10,0	15,4	10,2	21,6	25,3	27,2	10,0	14,7	7,0
gleich	63,7	66,4	65,3	72,3	74,2	71,1	72,0	73,0	73,7	76,6	78,0	73,7	68,5	69,7	74,0	76,7	75,0
wird steigen	4,4	4,4	6,7	3,1	7,9	4,4	12,2	6,6	14,4	8,0	11,8	4,7	6,2	3,0	16,0	8,6	18,0
Saldo	-25,7	-21,5	-19,2	-18,6	-7,9	-16,8	-2,0	-11,1	4,4	-7,4	1,6	-16,9	-19,1	-24,2	6,0	-6,1	11,0

Lage in der Hotellerie
(Saldo „gestiegen“ minus „gesunken“-Anteile)



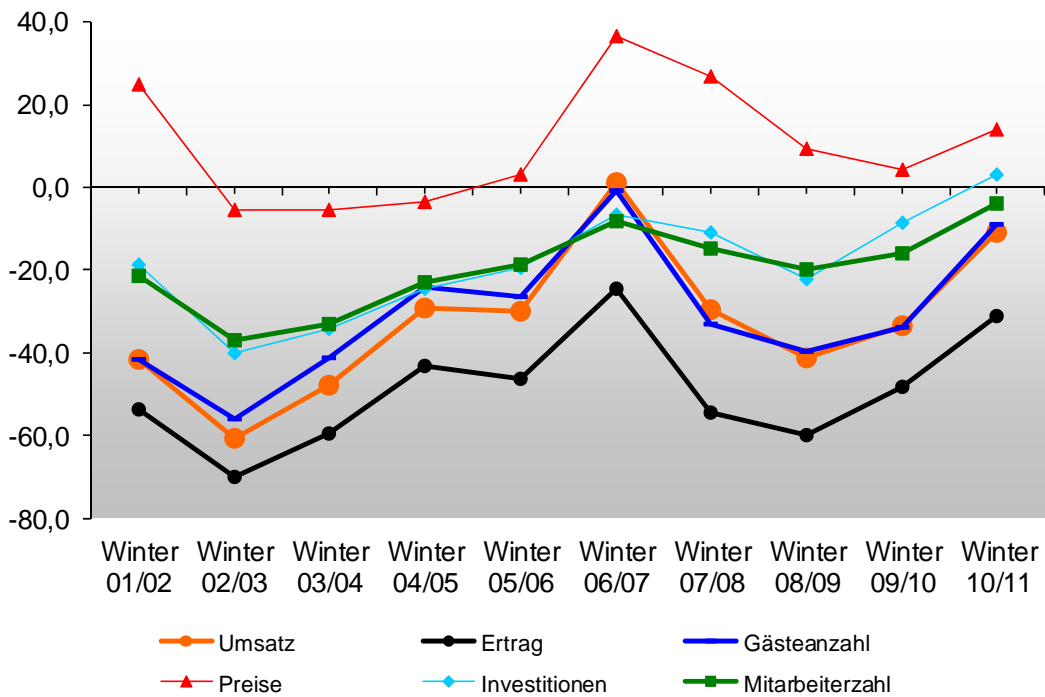
Erwartungen in der Hotellerie
(Saldo „wird steigen“ minus „wird sinken“-Anteile)



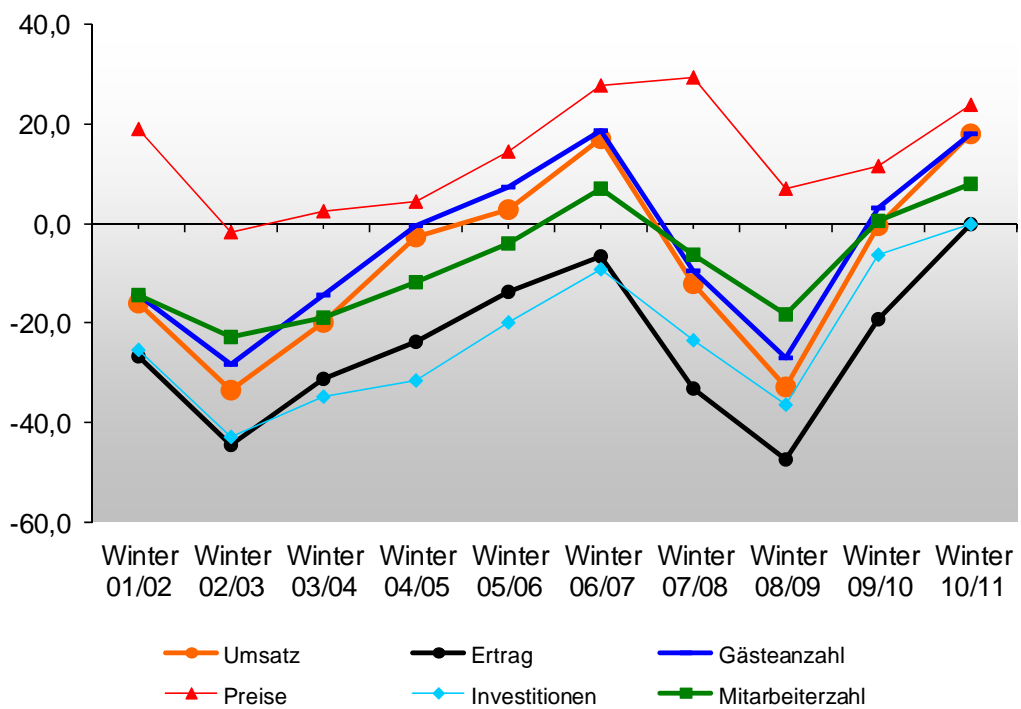
Anlage 2: Lage und Erwartungen in der Gastronomie im Saisonvergleich

Lage	W 2002/03	S 2003	W 2003/4	S 2004	W 2004/5	S 2005	W 2005/06	S 2006	W 2006/07	S 2007	W 2007/08	S 2008	W 2008/09	S 2009	W 2009/10	S 2010	W 2010/11
Umsatz																	
gesunken	71,5	57,0	64,0	57,5	53,2	46,2	51,8	41,8	34,1	40,5	51,5	50,6	58,6	45,4	54,8	43,5	39,0
gleich	16,1	19,6	18,3	20,4	21,5	23,4	24,9	25,1	27,7	30,3	26,5	27,4	24,1	25,6	24,0	29,0	33,0
gestiegen	10,7	21,7	16,1	20,2	23,9	28,7	21,7	30,1	35,2	29,3	21,9	22,0	17,3	29,0	21,2	27,5	28,0
Saldo	-60,8	-35,3	-47,9	-37,3	-29,3	-17,5	-30,1	-11,7	1,1	-11,2	-29,6	-28,6	-41,3	-16,4	-33,6	-16,0	-11,0
Ertrag																	
gesunken	77,0	63,6	69,0	63,9	59,0	57,9	59,5	53,4	45,1	54,9	65,8	66,3	69,3	56,3	61,9	54,4	49,0
gleich	13,6	19,4	18,8	20,4	22,5	21,5	24,5	24,3	30,1	28,2	22,8	21,6	21,1	23,5	24,3	26,3	33,0
gestiegen	7,0	14,3	9,7	12,3	15,8	17,9	13,2	17,8	20,8	16,8	11,5	12,1	9,5	20,2	13,8	19,3	18,0
Saldo	-70,0	-49,3	-59,3	-51,6	-43,2	-40,0	-46,3	-35,6	-24,3	-38,1	-54,3	-54,2	-59,8	-36,1	-48,1	-35,1	-31,0
Gästeinzahl																	
gesunken	66,1	50,6	57,2	54,7	47,6	42,3	46,8	38,8	31,2	39,2	50,6	49,5	55,0	41,4	52,4	41,1	35,0
gleich	22,2	24,0	25,7	23,3	27,4	28,6	31,4	30,5	35,7	36,2	31,9	31,6	29,4	31,9	29,0	33,5	39,0
gestiegen	10,0	23,4	15,9	20,4	23,5	27,6	20,2	28,0	30,6	24,6	17,5	18,9	15,5	26,7	18,6	25,4	26,0
Saldo	-56,1	-27,2	-41,3	-34,3	-24,1	-14,7	-26,6	-10,8	-0,6	-14,6	-33,1	-30,6	-39,5	-14,7	-33,8	-15,7	-9,0
Preise																	
gesunken	11,5	12,0	11,2	10,2	9,6	6,6	5,1	4,6	2,7	3,2	2,7	3,5	4,5	6,2	6,3	3,3	5,0
gleich	80,8	80,1	81,2	82,3	82,5	84,8	84,4	77,4	55,1	62,7	67,7	64,3	81,8	80,7	83,1	83,2	77,0
gestiegen	5,9	5,8	5,8	4,7	6,1	6,9	8,2	15,5	39,1	34,0	29,6	32,2	13,7	13,2	10,6	13,5	19,0
Saldo	-5,6	-6,2	-5,4	-5,5	-3,5	0,3	3,1	10,9	36,4	30,8	26,9	28,7	9,2	7,0	4,3	10,2	14,0
Investitionen																	
gesunken	52,5	45,3	48,1	46,9	42,7	38,0	37,7	29,8	30,1	29,5	35,0	38,4	42,0	39,2	34,0	28,3	25,0
gleich	31,0	32,1	34,1	34,0	34,9	39,0	38,7	41,6	41,7	44,7	40,8	37,7	38,0	36,8	40,7	41,5	47,0
gestiegen	12,5	15,7	14,0	14,7	18,4	18,4	18,4	23,8	23,4	25,7	24,2	23,9	20,0	23,9	25,3	30,2	28,0
Saldo	-40,0	-29,6	-34,1	-31,2	-24,3	-19,6	-19,3	-6,0	-6,7	-3,8	-10,8	-14,5	-22,0	-15,3	-8,7	1,9	3,0
Mitarbeiterzahl																	
gesunken	40,4	31,6	37,6	27,8	29,8	25,6	25,2	19,5	19,3	17,8	22,7	24,4	26,3	23,5	24,2	17,4	17,0
gleich	53,0	57,2	55,0	60,7	61,0	63,5	65,9	64,4	66,1	67,8	69,4	63,8	67,3	61,6	67,5	67,7	71,0
gestiegen	3,6	8,7	4,5	8,5	7,0	8,6	6,5	13,4	11,1	14,3	7,9	11,8	6,4	14,8	8,3	14,9	13,0
Saldo	-36,8	-22,9	-33,1	-19,3	-22,8	-17,0	-18,7	-6,1	-8,2	-3,5	-14,8	-12,6	-19,9	-8,7	-15,9	-2,5	-4,0
Erwartungen																	
Umsatz																	
wird sinken	51,1	41,7	42,0	40,8	31,3	36,8	29,2	34,7	21,8	36,7	38,8	48,6	51,3	45,4	31,3	34,5	20,0
gleich	28,7	37,8	34,4	33,8	38,4	38,7	37,4	38,0	37,4	38,9	35,0	33,8	30,2	36,3	37,9	38,4	42,0
wird steigen	17,7	18,1	22,0	23,1	28,6	21,2	32,0	24,0	38,9	24,4	26,3	17,6	18,5	18,3	30,8	27,1	38,0
Saldo	-33,4	-23,6	-20,0	-17,7	-2,7	-15,6	2,8	-10,7	17,1	-12,3	-12,5	-31,0	-32,8	-27,1	-0,5	-7,4	18,0
Ertrag																	
wird sinken	57,5	49,2	47,9	46,4	40,7	43,6	36,6	43,7	33,1	46,4	50,0	58,3	59,1	52,2	40,8	41,1	28,0
gleich	25,5	32,8	32,9	35,6	39,7	38,1	37,4	35,1	37,6	36,8	32,9	30,4	29,1	34,3	37,7	39,6	44,0
wird steigen	13,1	14,5	16,6	13,9	17,1	13,8	22,9	16,5	26,6	16,8	17,0	11,3	11,8	13,5	21,5	19,3	28,0
Saldo	-44,4	-34,7	-31,3	-32,5	-23,6	-29,8	-13,7	-27,2	-6,5	-29,6	-33,0	-47,0	-47,3	-38,7	-19,3	-21,8	0,0
Gästeinzahl																	
wird sinken	45,0	36,5	36,0	37,8	27,9	33,5	23,7	34,1	17,6	33,0	34,3	44,4	45,4	40,4	27,0	30,5	17,0
gleich	35,9	43,1	40,7	37,7	43,1	43,8	43,3	41,9	44,6	46,5	41,0	39,9	36,1	42,2	43,0	44,8	48,0
wird steigen	16,8	18,0	21,7	22,5	27,6	19,4	31,2	21,3	36,2	20,5	24,7	15,8	18,4	17,4	30,0	24,7	35,0
Saldo	-28,2	-18,5	-14,3	-15,3	-0,3	-14,1	7,5	-12,8	18,6	-12,5	-9,6	-28,6	-27,0	-23,0	3,0	-5,8	18,0
Preise																	
wird sinken	9,7	7,8	8,7	7,0	7,8	5,3	4,0	4,7	1,6	2,2	3,0	3,4	6,5	7,4	3,8	3,6	3,0
gleich	79,4	80,0	78,0	82,1	78,6	78,4	75,7	51,9	66,5	64,1	64,5	71,4	80,1	82,3	80,7	80,7	70,0
wird steigen	8,0	9,5	11,1	8,2	12,1	12,8	18,4	39,4	29,3	33,7	32,5	25,2	13,5	10,3	15,5	15,7	27,0
Saldo	-1,7	1,7	2,4	1,2	4,3	7,5	14,4	34,7	27,7	31,5	29,5	21,8	7,0	2,9	11,7	12,1	24,0
Investitionen																	
wird sinken	53,3	47,5	47,8	46,7	45,1	39,6	35,1	39,3	29,2	37,6	39,8	46,2	51,1	47,6	32,3	35,7	25,0
gleich	30,8	35,4	34,8	36,7	37,1	41,8	44,4	39,9	46,5	47,0	43,9	39,4	34,2	41,0	41,7	47,6	50,0
wird steigen	10,3	9,1	13,0	11,5	13,5	11,8	15,4	14,7	20,2	15,4	16,4	14,4	14,8	11,4	26,0	16,7	25,0
Saldo	-43,0	-38,4	-34,8	-35,2	-31,6	-27,8	-19,7	-24,6	-9,0	-22,2	-23,4	-31,8	-36,3	-36,2	-6,3	-19,0	0,0
Mitarbeiterzahl																	
wird sinken	45,0	36,5	36,0	37,8	27,9	33,5	23,7	34,1	17,6	33,0	34,3	44,4	45,4	40,4	27,0	30,5	17,0
gleich	35,9	43,1	40,7	37,7	43,1	43,8	43,3	41,9	44,6	46,5	41,0	39,9	36,1	42,2	43,0	44,8	48,0
wird steigen	16,8	18,0	21,7	22,5	27,6	19,4	31,2	21,3	36,2	20,5	24,7	15,8	18,4	17,4	30,0	24,7	35,0
Saldo	-28,2	-18,5	-14,3	-15,3	-0,3	-14,1	7,5	-12,8	18,6	-12,5	-9,6	-28,6	-27,0	-23,0	3,0	-5,8	18,0
Mitarbeiterzahl																	
wird sinken	45,0	36,5	36,0	37,8	27,9	33,5	23,7	34,1	17,6	33,0	34,3	44,4	45,4	40,4	27,0	30,5	17,0
gleich	35,9	43,1	40,7	37,7	43,1	43,8	43,3	41,9	44,6	46,5	41,0	39,9	36,1	42,2	43,0	44,8	48,0
wird steigen	16,8	18,0	21,7	22,5	27,6	19,4	31,2	21,3	36,2	20,5	24,7	15,8	18,4	17,4	30,0	24,7	35,0
Saldo	-28,2	-18,5	-14,3	-15,3	-0,3	-14,1	7,5	-12,8	18,6	-12,5	-9,6	-28,6	-27,0	-23,0	3,0	-5,8	18,0

Lage in der Gastronomie
(Saldo „gestiegen“ minus „gesunken“-Anteile)



Erwartungen in der Gastronomie
(Saldo „wird sinken“ minus „wird steigen“-Anteile)



Anlage 3: Das Gastgewerbe: Eine Stück heimische Wirtschaft.

1.142.000 Beschäftigte (Arbeitnehmer)	
Beschäftigte inkl. tätige Inhaber und Familienangehörige	1.345.000
Beherbergungsgewerbe	356.000
Gaststättengewerbe	673.000
Pachtkantinen und Caterer	113.000
86.887 Auszubildende*	
Koch/Köchin	33.798
Restaurantfachmann/-frau	12.183
Hotelfachmann/-frau	27.060
Hotelkaufmann/-frau	1.019
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	6.598
Fachkraft im Gastgewerbe	6.229
231.622 gastgewerbliche Betriebe **	
Beherbergungsgewerbe	44.922
Gaststättengewerbe	175.576
Pachtkantinen und Caterer	11.124
57,4 Mrd. Euro Jahresumsatz (netto)	
Beherbergungsgewerbe	19,4 Mrd. Euro
Gaststättengewerbe	32,5 Mrd. Euro
Pachtkantinen und Caterer	5,5 Mrd. Euro

*DIHK März 2011 ** nach Umsatzsteuerstatistik 2009 (veröffentlicht im April 2011) Quelle: Statistisches Bundesamt

	Übernachtungen im Jahr 2010	Veränderung ggü. 2009
Hotellerie	228,3 Millionen	+5,6%
- davon Inländer	179,9 Millionen	+4,2%
- davon Ausländer	48,4 Millionen	+11,3%
Beherbergung gesamt	380,3 Millionen	+3,2%

Quelle: Statistisches Bundesamt

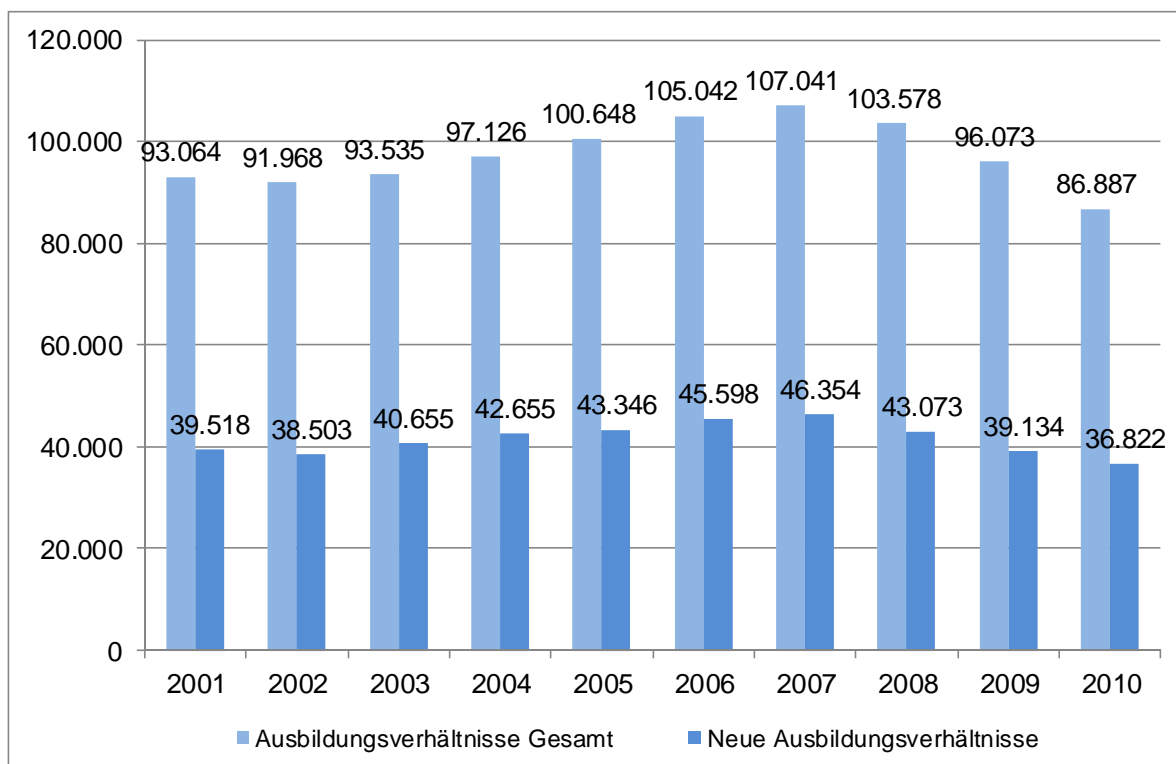
Anlage 4: Tabellen und Grafik zur Ausbildung in Hotellerie und Gastronomie 2010

Aktuelle Entwicklung der neu abgeschlossenen Ausbildungsverhältnisse nach Berufen

Beruf	2009	2010	Entwick- lung in %
Koch/Köchin	14.828	14.026	-5,4
Restaurant- fachmann/-frau	6.079	5.212	-14,3
Hotelfach- mann/-frau	11.192	11.157	-0,3
Hotelkauf- mann/-frau	418	423	+1,2
Fachmann/-frau für System- gastronomie	2.821	2.543	-9,9
Fachkraft im Gastgewerbe	3.796	3.461	-8,8
Summe	39.134	36.822	-5,9

Aktuelle Entwicklung aller fortbestehenden und neu abgeschlossenen Ausbildungsverhältnisse nach Berufen

Beruf	2009	2010	Entwick- lung in %
Koch/Köchin	37.640	33.798	-10,2
Restaurant- fachmann/-frau	14.172	12.183	-14,0
Hotelfachmann/- frau	29.067	27.060	-6,9
Hotelkaufmann/- frau	1.059	1.019	-3,8
Fachmann/-frau für System- gastronomie	7.091	6.598	-7,0
Fachkraft im Gastgewerbe	7.014	6.229	-11,2
Summe	96.073	86.887	-9,6



Quelle: DIHK, April 2010