

Die konjunkturelle Entwicklung von Hotellerie und Gastronomie in Deutschland

(Sommer 2009 – Ausblick Winter 2009/10)

Gastgewerbe leidet weiter unter der Wirtschaftskrise

Mit dem Branchenbericht Gastgewerbe Sommer 2009 – Ausblick Winter 2009/10 stellt der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) bereits zum 21. Mal seine repräsentative Konjunkturbeobachtung des gastgewerblichen Marktes vor. Grundlage für den Branchenbericht sind Befragungen von 2.000 Hoteliers und 2.000 Gastronomen in ganz Deutschland, die in Zusammenarbeit mit dem Institut für Management und Tourismus der Fachhochschule Westküste in Heide durchgeführt werden. Für die Analyse werden die Ergebnisse nach den Branchensegmenten Hotellerie und Gastronomie unterteilt und für ausgewählte Konjunkturmerkmale kommentiert. Die Beurteilung der Konjunkturentwicklung bezieht sich auf die Geschäftslage im Zeitraum April bis September 2009 sowie die Geschäftserwartungen für die Monate Oktober 2009 bis März 2010. Die Daten wurden entweder schriftlich oder per Online-Fragebogen im Zeitraum vom 21. September bis 23. Oktober 2009 erhoben.

Die Lage im Überblick

Das Gastgewerbe ist von der Wirtschafts- und Finanzkrise in Deutschland weiter hart getroffen. Der Umsatz der Branche sank nach Angaben des Statistischen Bundesamtes im Zeitraum Januar bis September 2009 um 4,2%. Bereinigt um Preisschwankungen (real) gab es ein Minus von 6,3%.

Unter besonders starkem wirtschaftlichen Druck stehen die Hoteliers: Wie schon im Winterhalbjahr musste insbesondere die Tagungs- und Stadthotellerie zum Teil eklatante Umsatzeinbußen hinnehmen. In vielen Häusern wurden Veranstaltungen und Events in kleinerem Rahmen durchgeführt bzw. ganz storniert. Zudem haben viele Unternehmen ihren Mitarbeitern Reise- und Übernachtungsbeschränkungen auferlegt. Die Großstädte als klassische Orte für Messen und Kongresse leiden dabei besonders unter dem Ausbleiben der Geschäfts- und Tagungsreisenden. Auch die relativ stabile Buchungslage in der Ferienhotellerie und der Inlandstourismus konnten den dramatischen Einbruch im Business-Segment nicht wettmachen. So sank der Umsatz in der Hotellerie in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres unter dem Strich um 6,6%. Real ergab sich ein Minus von 8,9%.

Das Gaststättengewerbe steht mit einem Minus von 2,9% im selben Zeitraum etwas besser da (real -4,9%). Die Krisenstimmung scheint sich jedoch auf die Bars, Kneipen und Discotheken stärker auszuwirken als auf die speisengeprägte Gastronomie. So fiel der Umsatz in diesem Segment um 6,3% (real -8,3%), während die Restaurants, Cafés und

Imbissbetriebe lediglich 2,2% weniger in der Kasse hatten (real -4,2%). Die Krise trifft jedoch nicht alle Unternehmen gleichermaßen hart. Es verfestigt sich der Trend, wonach in der Gastronomie immer mehr von einer Unternehmenskonjunktur statt von einer Branchenkonjunktur gesprochen werden kann. So haben es die Betriebe aus dem Quick-Service-Segment geschafft, die Umsätze stabil zu halten bzw. sogar noch auszuweiten. Relativ unberührt von der Krise zeigen sich auch die Unternehmen der Systemgastronomie, die ihre Flächenexpansion fortgesetzt haben.

Schlechter ist dagegen die Stimmung bei den Individualgastronomen. Der klassische Restaurantbesuch wird in Zeiten der Krise entweder ganz gestrichen oder durch den kurzfristigen Verzehr im Schnellrestaurant, beim Bäcker oder an der Tankstelle ersetzt. Neben der allgemeinen Konsumzurückhaltung macht den Gastronomen auch der Ausfall geschäftlich veranlasster Bewirtungen zu schaffen. Die Betriebe mit hohem Getränkeanteil spüren zusätzlich noch die Auswirkungen der gesetzlichen Rauchverbote.

Nach der aktuellen **DEHOGA-Konjunkturumfrage** beurteilen im Sommerhalbjahr 2009 38,1% der Hoteliers und 29,9% der Gastronomen ihre Geschäftslage als gut. Damit bewerten die Hoteliers ihre wirtschaftliche Lage wieder etwas besser als im zurückliegenden Winterhalbjahr zu Beginn der Wirtschaftskrise. Dies gilt insbesondere für die Urlaubs- und Ferienhotellerie. Auch die Gastronomen sehen ihre Situation bedingt positiver als noch vor einem halben Jahr.

Dennoch lassen die betriebswirtschaftlichen Kennziffern noch keine wirkliche Erholung erkennen: Fast jeder zweite Beherbergungsbetrieb musste von April bis September 2009 Umsatzeinbußen hinnehmen (44,1%). Im Sommer 2008 lag der Anteil der Umsatzverlierer bei lediglich 26,6%. In der Gastronomie berichten 45,4% von sinkenden Umsätzen. Dabei sind sowohl in der Hotellerie als auch in der Gastronomie die Pro-Kopf-Umsätze deutlich zurückgegangen. Noch angespannter stellt sich die Ertragslage dar: 53,6% der Hoteliers und 56,3% der Gastronomen hatten Gewinneinbußen zu beklagen.

Obwohl Wirtschaftsexperten davon ausgehen, dass die Talsohle der Rezession erreicht ist und die Wirtschaft wieder wachsen wird, blickt die Branche insgesamt eher pessimistisch in den kommenden Winter. Größtes Risiko bleibt der befürchtete Anstieg der Arbeitslosenzahlen, da die Branche zu 80% vom Binnenkonsum abhängig ist. So gehen 40,6% der Hoteliers und 37,5% der Gastronomen in ihrer Gesamtbeurteilung von einer sich verschlechternden Geschäftslage aus. Dabei sind die Betreiber der Restaurants, Cafés und Imbissstuben etwas positiver gestimmt als ihre Kollegen aus dem Beherbergungsgewerbe. In der Konjunkturumfrage nicht berücksichtigt sind hier jedoch die Erwartungen der Hoteliers, die mit der kürzlich von der Bundesregierung beschlossenen Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes für Beherbergungsleistungen verbunden sind.

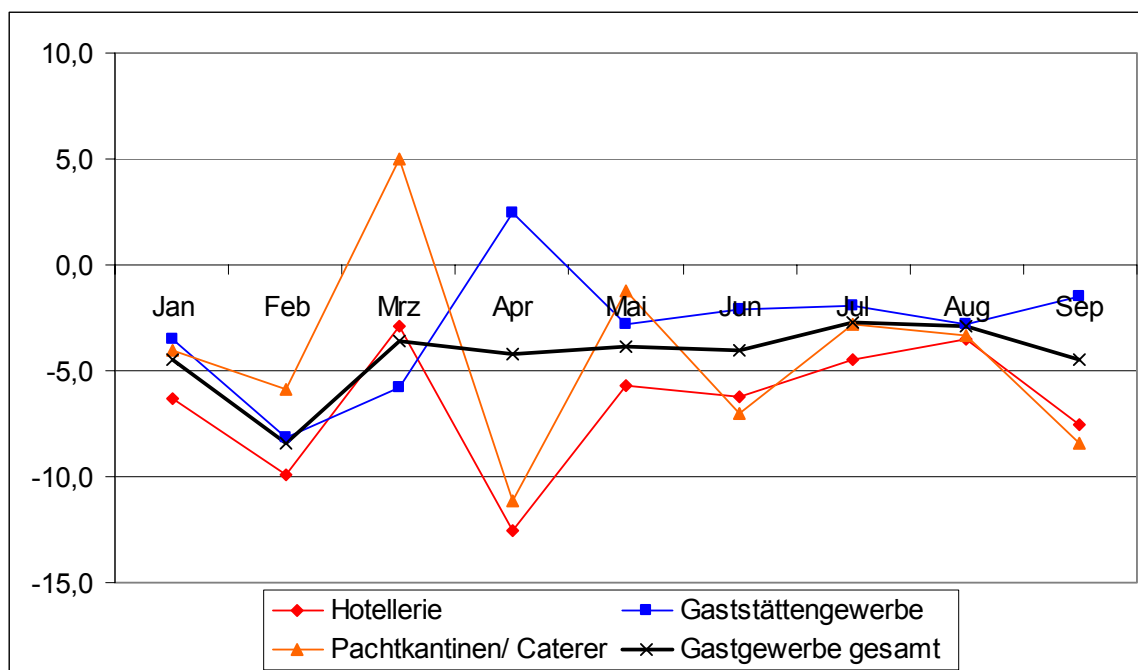
Der DEHOGA Bundesverband prognostiziert für das Gastgewerbe insgesamt einen nominalen Umsatzrückgang von rund 4,5% für das Jahr 2009. Für das Jahr 2010 ist bestenfalls mit einem leichten Umsatzplus im Vergleich zum Vorjahr zu rechnen. Dabei dürfte insbesondere die Verfassung des Arbeitsmarktes entscheidend für die weitere Entwicklung der Branche in den nächsten Monaten sein.

Umsatzentwicklung im Gastgewerbe nach Segmenten
(nominale/reale Veränderungen gegenüber dem Vorjahreszeitraum in %)

	2008		Januar-September 2009	
	nominal	real	nominal	real
Gastgewerbe insgesamt	0,1	-2,4	-4,2	-6,3
Hotellerie	0,6	-2,5	-6,6	-8,9
Beherbergungsgewerbe insgesamt	0,9	-2,2	-6,0	-8,3
Speisengeprägte Gastronomie	-0,5	-3,0	-2,2	-4,2
Getränkegeprägte Gastronomie	-2,2	-4,2	-6,3	-8,3
Gaststättengewerbe insgesamt	-0,7	-3,1	-2,9	-4,9
Pachtkantinen/Caterer	2,4	-0,2	-4,3	-6,4

Quelle: Statistisches Bundesamt

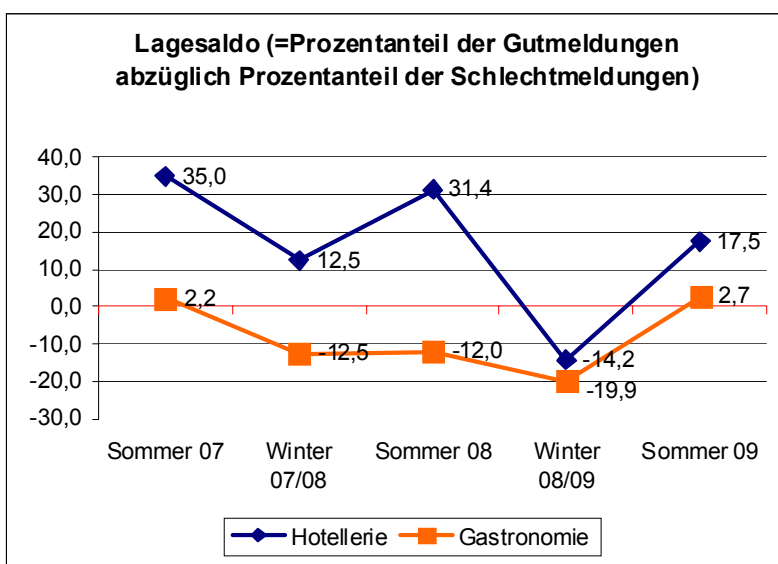
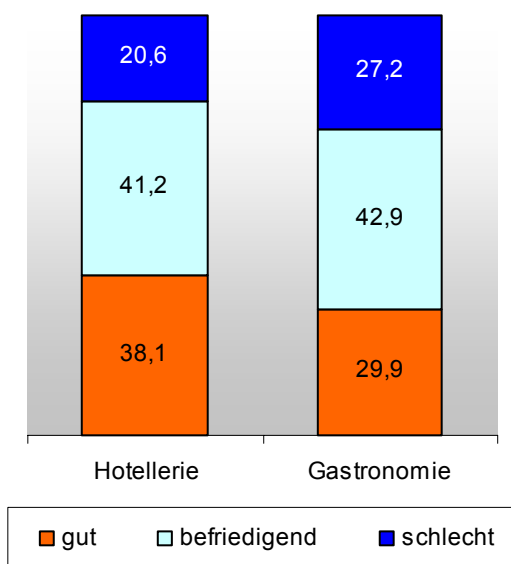
Nominale Umsatzentwicklung im Gastgewerbe Januar bis September 2009 (in %)



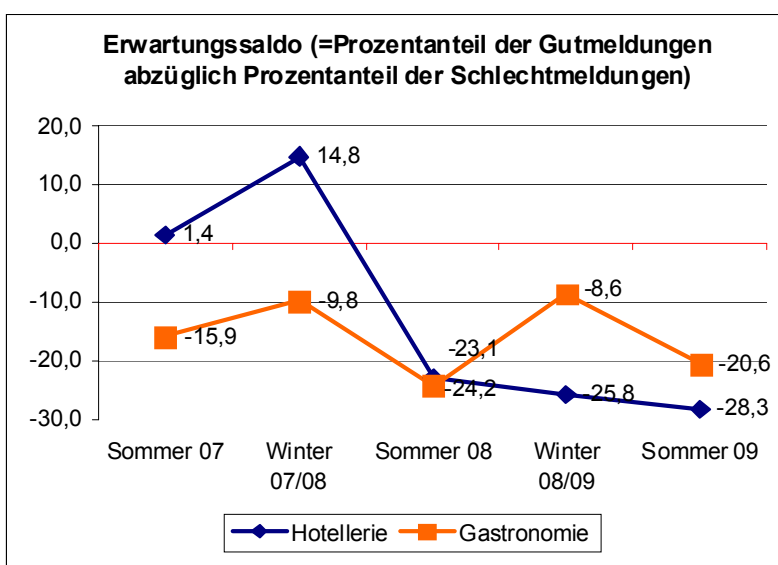
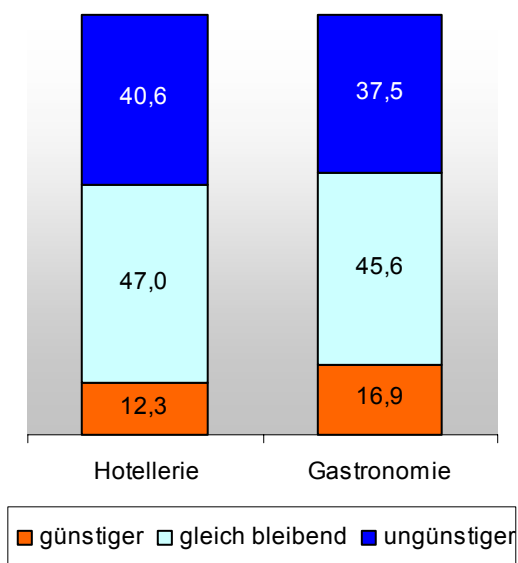
Quelle: Statistisches Bundesamt

Ergebnisse aus der DEHOGA-Konjunkturumfrage Gastgewerbe Sommer 2009 – Ausblick Winter 2009/10

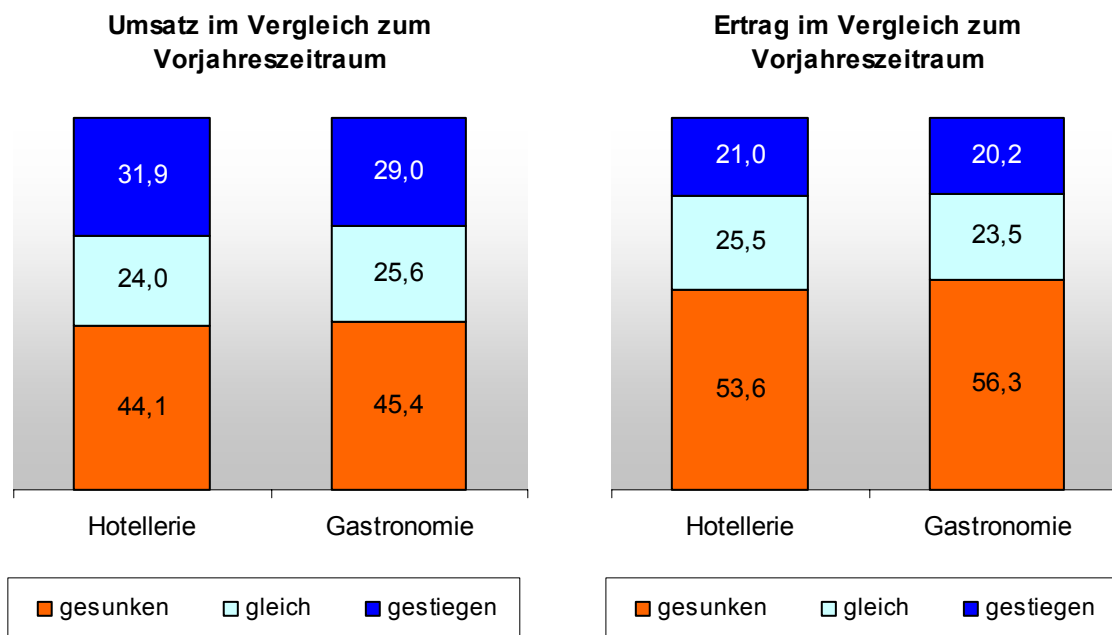
Gesamtbeurteilung der Geschäftslage im Sommer 2009



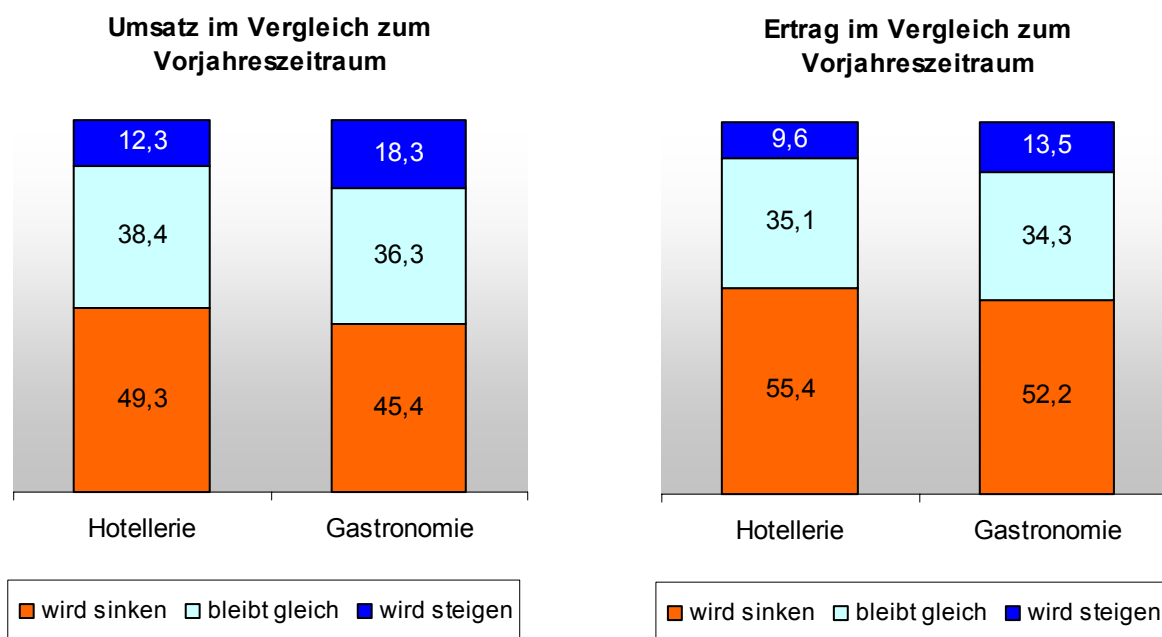
Gesamtbeurteilung der Geschäftserwartungen für den Winter 2009/10



Umsatz- und Ertragslage im Sommer 2009 (nach Anteil der Befragten in %)



Umsatz- und Ertragserwartungen für den Winter 2009/10 (nach Anteil der Befragten in %)



Hotellerie

Lage in der Hotellerie im Sommer 2009

Die Hotellerie bleibt auch im Sommer 2009 das Branchensegment innerhalb des Gastgewerbes, das von der Wirtschaftskrise am stärksten betroffen ist. Die Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe und Pensionen erlitten nach Angaben des Statistischen Bundesamtes in den Monaten Januar bis September Umsatzverluste von 6,6% (real -8,9%). Die schrumpfenden Hotellerie-Umsätze bekommen insbesondere die auf Tagungen spezialisierten Häuser zu spüren. Die Städte und Gemeinden ab 100.000 Einwohner als klassische Orte für Messen und Kongresse leiden dabei besonders stark.

Zu den Verlierern gehört auch die Luxushotellerie, die allein im ersten Halbjahr 2009 mit einem Umsatzminus von bis zu 20% zu kämpfen hatte. Während die Top-Hotels unter der zunehmenden Sparsamkeit der Geschäftsreisenden leiden, zeigen sich die Anbieter der preiswerteren Segmente teilweise etwas krisenresistenter. Insbesondere die sog. Budget-Hotels als Teil der Markenhotellerie mit einem standardisierten Angebot und reduziertem Service werden von Geschäftsreisenden stärker nachgefragt.

Die Anzahl der Übernachtungen sank in der Hotellerie in den ersten acht Monaten des Jahres 2009 um 1,9% auf 143 Millionen gegenüber dem Vorjahreszeitraum*. Der Rückgang hat sich im Laufe des Jahres weiter abgeschwächt. Das Minus bei den ausländischen Besuchern ist jedoch weiter signifikant: Das Volumen schrumpfte von Januar bis August um 6,7%. Den größten Rückgang gibt es bei den im Geschäftsreisemarkt besonders stark vertretenen Besuchern aus Asien, Amerika und Großbritannien. Die Hoteliers mit einem geringeren Ausländeranteil unter den Gästen spüren die Krise daher weniger. Der sich abschwächende Übernachtungsrückgang darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass viele Hoteliers versuchen, ihre Belegungsquote durch niedrigere Zimmerpreisen stabil zu halten.

So ging nach Zahlen des Hotelverbands Deutschlands (IHA) die Zimmerauslastung in den Monaten Januar bis September um 6,0% auf 59,9 Prozent zurück, die Zimmerpreise fielen um 8,1% auf nun 81 Euro. Dramatische Verschlechterungen ergaben sich auch beim durchschnittlichen Zimmerertrag, dem sog. RevPAR. Dieser sank um 13,6% und entsprach nur noch einem durchschnittlichen Zimmererlös in der Höhe von 49 Euro. Der durchschnittliche Zimmerpreis in Deutschland liegt mittlerweile im europäischen Vergleich im untersten Drittel und ist damit so niedrig wie seit fünf Jahren nicht mehr.

Mutmacher im Sommerhalbjahr ist die Ferienhotellerie. Insbesondere in den Seebädern an Nord- und Ostsee und in den klassischen Ferienregionen im Süden des Landes ist die Buchungslage stabil geblieben bzw. hat sich sogar verbessert. Allein die Küstenregionen konnten von Januar bis August 2009 2,3% mehr Übernachtungen verzeichnen. Insgesamt kann dies den dramatischen Einbruch im Business-Segment jedoch nicht auffangen. Auch profitierten von dem Übernachtungszuwachs überdurchschnittlich Betriebe jenseits des klassischen Beherbergungsgewerbes wie zum Beispiel Campingplätze oder die Anbieter von Ferienwohnungen.

*Die Übernachtungszahlen für den September für die Hotellerie lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.

Ergebnisse der DEHOGA-Konjunkturumfrage im Detail:






Nach der Konjunkturumfrage beurteilen 38,1% der 2.000 befragten Beherbergungsbetriebe ihre Geschäftslage im Sommer 2009 als gut bzw. 41,2% als befriedigend. 20,6% der Befragten vermelden eine schlechte Geschäftsentwicklung. Der Lagesaldo (Prozentanteil der Positivmeldungen abzüglich Prozentanteil der Negativmeldungen) kletterte wieder in den positiven Bereich und liegt jetzt bei 17,5 Prozentpunkten. Er ist damit jedoch noch weit von den Werten der zurückliegenden Sommer entfernt. Dabei bewerten vor allem die Betriebe in den Ballungszentren mit einem hohen Anteil von Tagungs- und Geschäftsreisenden ihre Lage deutlich negativer als in den Vorjahren.

Der Anteil der „Umsatzverlierer“ in der Hotellerie liegt bei 44,1% (Vorjahr 26,6%). Nur knapp jeder dritte Betrieb (31,9%) konnte den Umsatz steigern (Vorjahr 42,4%). Ursache hierfür ist ein weiter fallender Zimmerpreis bei sinkender Belegungsquote. So ist der Übernachtungspreis im Sommerhalbjahr bei 20,6% der Hoteliere zurückgegangen (Vorjahr 7,8%). Gleichzeitig sank auch die Zimmerauslastung in 40,2% der Betriebe weiter (Vorjahr 27,3%).

Bei einer anhaltend hohen Kosten- und Abgabenbelastung führt dies zwangsläufig zu einer weiteren Verschlechterung des Unternehmensergebnisses. Seit 2006 ist der Anteil der Ertragsverlierer in der Hotellerie konstant angestiegen und liegt im Sommer 2009 bei 53,6% (Vorjahr 42,5%). Auch die Investitionsneigung ist bei 36,1% der Hoteliere weiter gesunken (Vorjahr 26,7%).

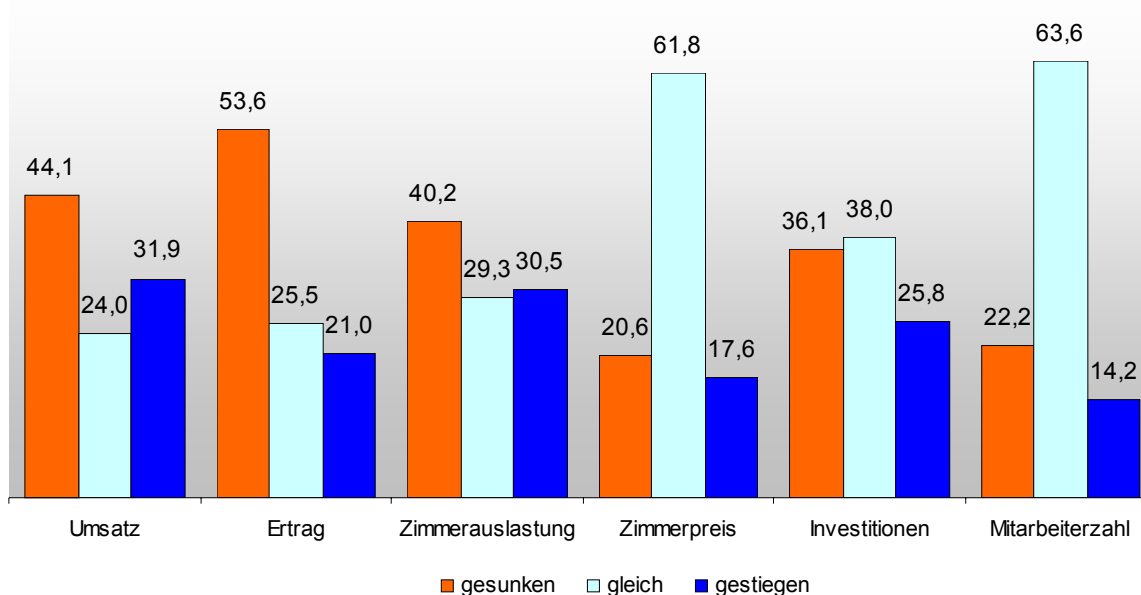
Neben den von den Hoteliere genannten Hauptproblembereichen, die sich unmittelbar aus der Wirtschaftskrise ergeben, gehören im Sommer 2009 vor allem die hohen Betriebskosten, Steuern und Sozialabgaben. Dabei stellen die Energiekosten für die Hälfte der Unternehmer (54%) weiterhin die größte Belastung dar. Dieser Wert ist aufgrund der sinkenden Preise für Energie im Vergleich zum Vorjahr jedoch zurückgegangen. So lagen allein die Heizölpreise im Sommer 2008 noch um 60% höher als in dieser Saison.

Ferner spielen steigende Personalkosten und sich verschlechternde Finanzierungsbedingungen wieder eine größere Rolle. Das Thema Rauchverbot verliert im Vergleich zur Vorjahressaison weiter an Bedeutung und stellt nur noch für 6% der Unternehmer eine Belastung in ihrem Geschäftsalltag dar.

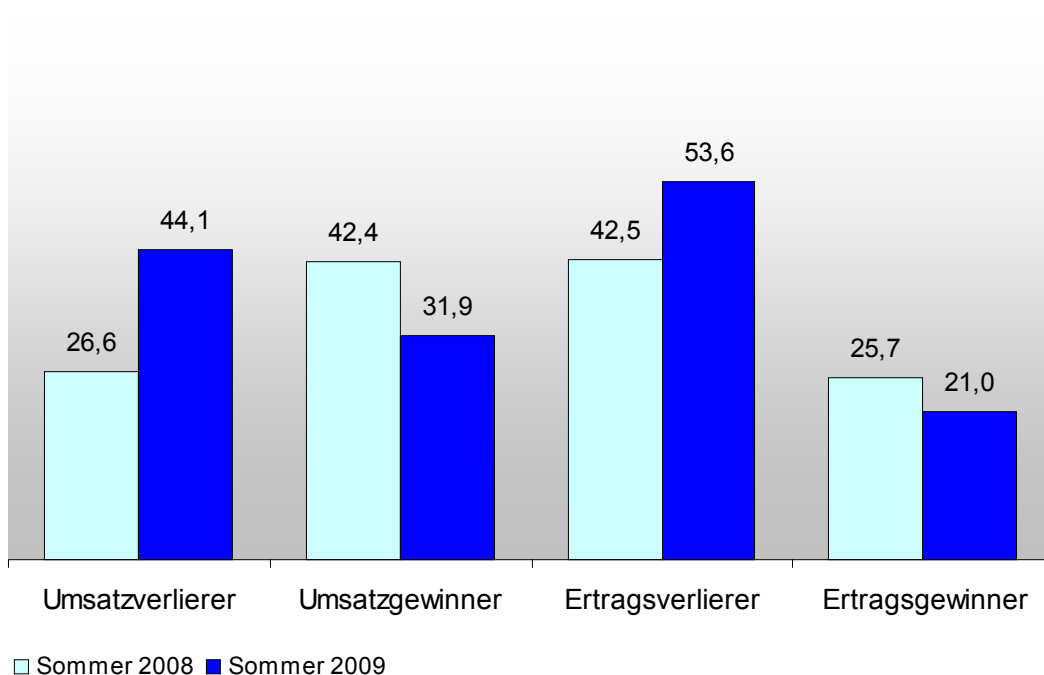
Hauptproblembereiche in der Hotellerie im Sommer 2009 nach Anteil der Befragten (Mehrfachnennungen möglich):	
1. Energiekosten: 54% (Vorjahr: 74%)	
2. Betriebskosten allgemein: 50% (Vorjahr: 51%)	
3. Steuern/Sozialabgaben: 48% (Vorjahr: 32%)	
4. weniger Umsatz pro Gast: 33% (Vorjahr: nicht erhoben)	
5. weniger Gäste: 33% (Vorjahr: nicht erhoben)	

6. Personalkosten: 27% (Vorjahr: 19%)	↑
7. Finanzierung/ Liquidität: 23% (Vorjahr: 18%)	↑
8. Preispolitik: 22% (Vorjahr 17%)	↑
9. Behördliche Auflagen: 18% (Vorjahr 14%)	↑
10. Personalgewinnung: 18% (Vorjahr 17%)	↑
11. Stornierungen von Gästen: 10% (Vorjahr nicht erhoben)	↑
12. Rauchverbot: 6% (Vorjahr 8%)	↓

Entwicklung betriebswirtschaftlicher Kenndaten in der Hotellerie
im Sommer 2009 (Anteil der Befragten in %)



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



Erwartungen in der Hotellerie für den Winter 2009/10

Die Hoteliers sind, was die Geschäftserwartungen für das Winterhalbjahr 2008/09 angeht, noch negativer gestimmt als es die Bewertung der derzeitigen Geschäftslage vermuten lässt. Der große Abstand zwischen Lage und Erwartungen bei den Negativaussagen deutet darauf hin, dass die Branche weiter stark verunsichert ist, was die zukünftige Geschäftsentwicklung angeht („Differenz-Indikator“). So erwarten 40,6% der Befragten eine weitere Verschlechterung für die Monate Oktober 2009 bis März 2010. Nur 12,3% prognostizieren eine bessere Geschäftslage. Im Vergleich zur Prognose der letzten Konjunkturumfrage ist damit der Anteil der Optimisten noch einmal zurückgegangen.

12,3% der Unternehmer im Beherbergungsgewerbe glauben, ihren Vorjahresumsatz weiter ausbauen zu können (Vorjahr 20,0%). Damit ist der Anteil der Umsatzoptimisten auf den schlechtesten Wert seit der Konjunkturumfrage im Sommer 2004 gesunken. Dagegen gehen 49,3% der Befragten von einer Umsatzverschlechterung im nächsten Halbjahr aus (Vorjahr 38,6%). Auch die Ertragsaussichten trüben sich weiter ein: Der Anteil der Ertragspessimisten ist mit 55,4% im Vergleich zum Vorjahr (49,0%) weiter gestiegen. Nur 9,6% der Hoteliers kalkulieren mit einer höheren Gewinnspanne (Vorjahr 13,1%). Etwas besser gestimmt ist die Ferienhotellerie, deren Umsatz- und Ertragserwartungen positiver ausfallen als in der Stadt- und Tagungshotellerie.

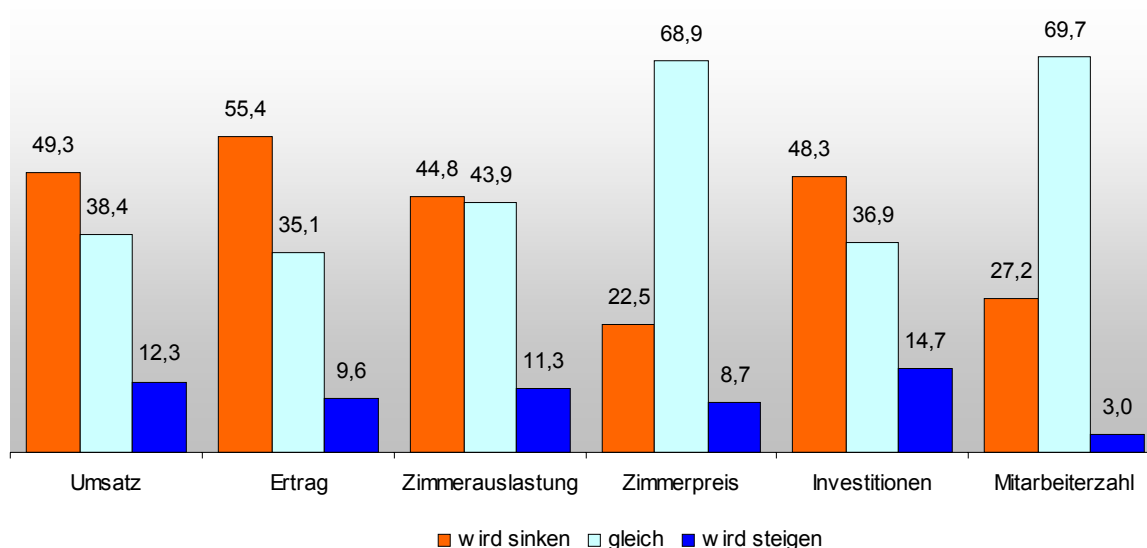
Pessimistischer als im Vorjahr fallen auch die Prognosen hinsichtlich des Zimmerpreises aus: Nur 8,7% der Beherbergungsbetriebe gehen davon aus, höhere Raten am Markt durchsetzen zu können. Im Vorjahr lag dieser Wert noch bei 22,1%. Dagegen rechnen 22,5% der Hoteliers mit weiter sinkenden Preisen (Vorjahr 11,5%). Der Abwärtstrend beim durchschnittlichen Zimmerpreis scheint damit weiter anzuhalten.

Auch bei der künftigen Belegung macht sich wenig Optimismus bemerkbar. Nur 11,3% Prozent der Hoteliers meinen, dass die Auslastung steigen wird (Vorjahr 14,3%). Auf eine niedrigere Zimmerauslastung stellen sich 44,8% der Unternehmer ein (Vorjahr 38,0%).

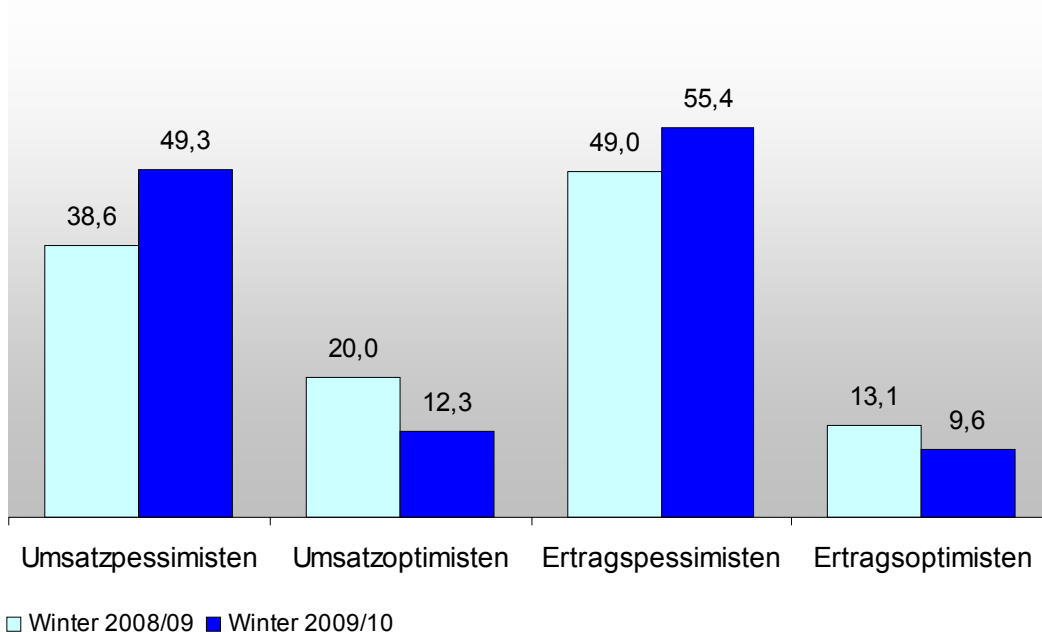
Die sinkende Nachfrage bei gleichzeitig steigenden Kosten sorgt zwangsläufig für ein ungünstiges Investitionsklima. So werden sich die Investitionsaufwendungen nur bei 14,7% der Betriebe erhöhen und damit noch unter dem Niveau des Vorjahres (19,5%) liegen. Hierbei ist jedoch noch nicht die von der Bundesregierung beschlossene Senkung der Mehrwertsteuer für Übernachtungen auf 7% berücksichtigt, die den Hoteliers Spielraum für zusätzliche Investitionen geben wird.

Insgesamt setzen die Hoteliers auch im kommenden Halbjahr alles daran, der Krise die Stirn zu bieten. Besondere Angebote, ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und erstklassiger Service werden als die entscheidenden Bausteine angesehen, um dies zu erreichen.

Erwartungen in der Hotellerie für den Winter 2009/10 (Anteil der Befragten in %)



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



Trends und Perspektiven in der Hotellerie

- Markenhotellerie
- Budgethotels
- Luxushotels
- Design- und Boutiquehotels
- Demografischer Wandel
- Wellness- und Gesundheitstourismus

Das Hotelangebot in Deutschland – wenn auch durch die Wirtschaftskrise etwas gedämpft – steigt weiter. Hotelketten und Nischenanbieter sind die Gewinner dieser Entwicklung. Die **Markenkonzentration** nimmt langsam, aber stetig zu – zu Lasten von Hotelmittelstand und nicht markengebundenen Hotels. Der umsatzbezogene Marktanteil der Markenhotellerie lag 2008 bei 50,6%. 2007 betrug dieser noch 50,1%. Hinsichtlich der Zimmeranzahl hat die Markenhotellerie mittlerweile einen Marktanteil von 34,9% (Vorjahr

35,2%, siehe Branchenreport des Hotelverbandes Deutschland „Hotelmarkt Deutschland 2009“).

Der Kraft der Marken ist es auch zu verdanken, dass sich die **Budgethotellerie** im Aufwind befindet. Allein auf „billig“ zu setzen, funktioniert hier allerdings nicht. Neben attraktiven Preisen zählen der ideale Standort, die genaue Marktkenntnis und ein überzeugendes Konzept zu den Schlüsselfaktoren für den unternehmerischen Erfolg. Zudem entstehen vermehrt Hotels mit Budget-Ausrichtung und Designcharakter.

Obwohl die **Luxushotellerie** von der Krise besonders betroffen ist, setzen Investoren weiter auf das Fünfsterne-segment. Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen streben neue Ketten auf den deutschen Markt, um Präsenz zu zeigen.

Architektur und Design sind als Faktoren der Marktpositionierung und Ausstrahlung erkannt worden. Erfolgreich sind Häuser mit persönlicher Handschrift. Diesem Trend kommen **Design-, Kunst und Architekturhotels** entgegen. Boutique- oder Themenhotels mit einer eher begrenzten Zimmerkapazität, einem klaren Konzept und einer genauen Zielgruppenansprache haben sich am Markt etabliert.

Mehr denn je kommt es auf eine klare Profilierung und Spezialisierung an. Das gilt auch für den weiter wachsenden Markt **Gesundheitstourismus und Aktivurlaub**. Immer mehr Gäste wollen im Urlaub etwas für das eigene Wohlbefinden und die Gesundheit tun. Nirgends kann Wellness in seinem ganzheitlichen Ansatz so ausgelebt werden wie in einem Hotel.

Mit Blick auf den **demografischen Wandel** gilt es darüber hinaus, attraktive Angebote für die jung gebliebenen und reisefreudigen Ü-60-iger/Ü-70-iger („Best Agers“) zu entwickeln (neben Wellnessangeboten zum Beispiel Studien- und Kulturreisen, Busreisen oder auch Fahrrad- oder Wanderreisen).

Gastronomie

Lage in der Gastronomie im Sommer 2009

Wie die Hotellerie befindet sich auch die Gastronomie weiter im Sog der Wirtschaftskrise. Die Erhebungen des Statistischen Bundesamtes weisen für die Monate Januar bis September 2009 einen Umsatzrückgang von nominal 2,9% aus. Real ergaben sich Verluste in Höhe von 4,9%.

Insbesondere die getränkegeprägten Betriebe mussten trotz des relativ guten Sommerwetters im Vergleich zum Vorjahr größere Umsatzeinbußen hinnehmen. Der Rückgang in den ersten neun Monaten betrug 6,3% (real 8,3%). Das Umsatzvolumen lag damit nur noch bei 75% des im Jahr 2000 ermittelten Wertes. Neben der allgemeinen Konsumzurückhaltung belasten viele Kneipen und Schankwirtschaften auch noch die Nichtraucherschutzgesetze, die teilweise zu gravierenden Besucherrückgängen geführt haben.

Etwas besser stellt sich die Situation in der speisengeprägten Gastronomie dar: Die Restaurants, Cafés und Imbissbetriebe mussten einen Umsatzrückgang von 2,2% in den ersten neun Monaten verkraften. Inflationsbereinigt ergab sich ein Minus von 4,2%.

Dabei werden die Verluste vor allem von der klassischen Individualgastronomie im Full-service-Segment getragen. Diesen macht insbesondere der Gästerückgang, der geringere Pro-Kopf-Umsatz und der Ausfall geschäftlich veranlasster Bewirtungen zu schaffen.

Der Quick-Service-Bereich erweist sich dagegen als umsatzstabil. Die Verbraucher weichen in Zeiten der Krise auf günstigere Marktsegmente aus und greifen verstärkt auf Sonderangebote zurück. Insbesondere Familien haben ihre Ausgaben in den klassischen Restaurants deutlich eingeschränkt. Danach verstärkt die Wirtschaftskrise den Trend, wonach die „funktionalen Verzehrakte“ mit dem Zweck der reinen Versorgungsleistung weiter zunehmen. Davon profitieren neben den Fastfood-Restaurants vor allem auch der Einzelhandel und die Tankstellen.

Relativ unberührt von der Krise zeigen sich auch die Unternehmen der Systemgastronomie, die ihre Umsätze im Sommer zum Teil sogar steigern konnten. Zudem hat sich der Marktanteil dieses Segmentes durch eine weitere Flächenexpansion erhöht.

Weiter vom Abschwung betroffen ist die Gruppe der Kantinen und Caterer: Die auf Veranstaltungen und Events spezialisierten Caterer verzeichnen zum Teil Umsatzrückgänge im zweistelligen Bereich. Produktionsstopps und Kurzarbeit in den Industriebetrieben führen zu Umsatzrückgängen in der Betriebs- und Gemeinschaftsverpflegung. Das Umsatzminus im gesamten Segment betrug in den ersten neun Monaten des Jahres 2009 insgesamt 4,3% (real -6,4%).

Ergebnisse der DEHOGA-Konjunkturumfrage im Detail:

Nach der DEHOGA-Konjunkturumfrage beurteilen 29,9% der 2.000 befragten Gastronomen ihre Geschäftslage im Sommer 2009 als gut. 27,2% verzeichneten schlechte Geschäfte. Der Saldo aus Negativ- und Positivmeldungen ist damit überraschenderweise im Vergleich zum Sommer 2008 um 14,7 Prozentpunkte auf Plus 2,7 Prozentpunkte gestie-

gen. Ursache scheint hierfür insbesondere das etwas bessere Sommerwetter in diesem Jahr zu sein.

Dennoch musste fast jeder zweite Betrieb (45,4%) Umsatzeinbußen hinnehmen (Vorjahr 50,6%). Leicht gestiegen im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der „Umsatzgewinner“: 29,0% der Befragten hatten am Ende der Sommersaison mehr Geld in der Kasse (Vorjahr 22,0%).




Etwas verbessert hat sich die Ertragssituation im Sommer 2009: Sinkende Umsätze bei gleichzeitig steigenden Betriebskosten und Abgaben ließen die Erträge bei 56,3% der Restaurant-, Café- und Diskothekenbetreiber schmelzen (Vorjahr 66,3%). Jedem fünften Betrieb (20,2%) gelang es, seine Erträge im Sommer zu steigern (Vorjahr 12,1%).

Wie schon erläutert, fällt die Entwicklung in den einzelnen Gastronomiesegmenten stark unterschiedlich aus. Quick-Service-Betriebe wie Hamburger-Restaurants, Back-Cafés oder Pizzalieferdienste behaupten sich als relativ krisenresistent, während Fullservice-Restaurants, die Sternegastronomie und der Cateringbereich besonders stark die sinkende Geschäftsnachfrage spüren.

Das Gästeaufkommen in den Monaten April bis September 2009 sank bei 41,4% der Befragten (Vorjahr 49,5%). Im Gegenzug verzeichneten nur 26,7% der Betriebe einen Gästezuwachs (Vorjahr 18,9%). In Folge dessen konnten auch nur 13,2% der Gastronomen höhere Preise für Speisen und Getränke durchsetzen. Im Vorjahr gelang dies noch 32,2% der Unternehmer.

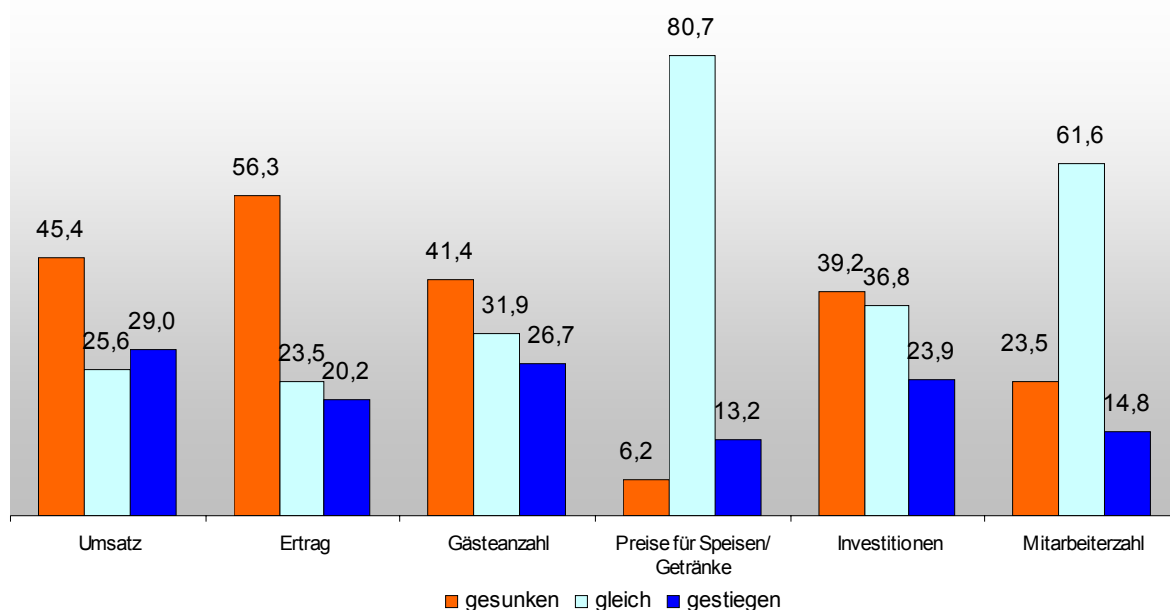
Gleichzeitig wird jedoch kaum Spielraum für Preissenkungen gesehen. Nur 6,2% der Restaurantbesitzer nutzte diese Möglichkeit, um mehr Gäste anzusprechen (Vorjahr 3,5%). Vielen Unternehmen der Branche fehlen weiterhin die notwendigen Investitionsmittel, um am Markt langfristig zu überleben. 39,2% der Gastronomen mussten ihre Modernisierungs- und Investitionsmaßnahmen im Sommer 2009 zurückfahren (Vorjahr 38,4%).

Die Kosten laufen den Gastronomen nach wie vor davon. So stellen wie schon im Vorjahr die hohen Steuern und Sozialabgaben und die steigenden Betriebskosten die größte Herausforderung in der Gastronomie dar. Dabei haben die Energiekosten aufgrund der sinkenden Preise jedoch etwas an Brisanz verloren. Auch in den Kostenpositionen Personal, Wareneinsatz und Finanzierung überwiegt der anhaltende Pessimismus. Das Rauchverbot bereitet insbesondere den getränkegeprägten Gastronomiebetrieben weiter Sorgen. Immer noch jeder fünfte gastronomische Betrieb ist davon negativ betroffen.

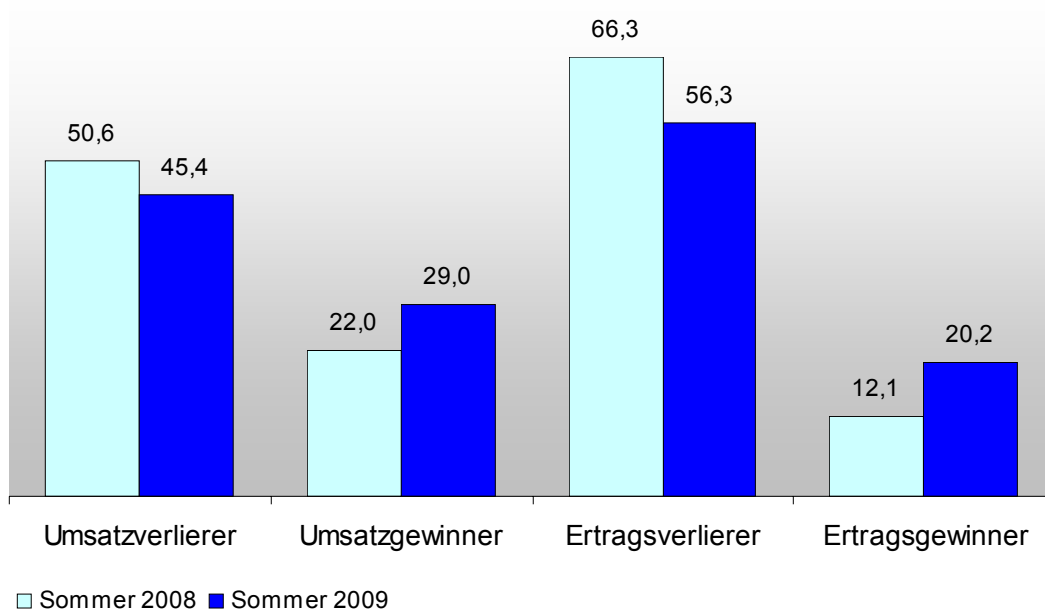
Hauptproblemfelder in der Gastronomie nach Anteil der Befragten: (Mehrfachnennungen möglich)	
1. Steuern/Sozialabgaben: 52% (Vorjahr: 36%)	
2. Betriebskosten allgemein: 52% (Vorjahr: 49%)	
3. Energiekosten: 49% (Vorjahr: 64%)	

4. weniger Umsatz pro Gast: 38% (Vorjahr: nicht erhoben)	↑
5. weniger Gäste: 29% (Vorjahr: nicht erhoben)	↑
6. Personalkosten: 28% (Vorjahr: 19%)	↑
7. Finanzierung/ Liquidität: 24% (Vorjahr: 22%)	↑
8. Personalgewinnung: 22% (Vorjahr 13%)	↑
9. Rauchverbot: 21% (Vorjahr 27%)	↓
10. Behördliche Auflagen: 19% (Vorjahr 12%)	↑
11. Preispolitik: 14% (Vorjahr 17%)	↓
12. Stornierungen von Gästen: 3% (Vorjahr nicht erhoben)	↑

Entwicklung betriebswirtschaftlicher Kenndaten in der Gastronomie im Sommer 2009 (Anteil der Befragten in %)



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



Erwartungen in der Gastronomie für den Winter 2009/10

Die Erwartungen der Gastronomen für die Wintersaison fallen ähnlich schlecht aus wie im vorigen Sommer, als viele Betriebe in ihrer Prognose schon die beginnende Wirtschaftskrise antizipiert hatten. Lediglich 16,9% der Befragten erwarten eine bessere Geschäftslage (Vorjahr 16,2%). Dagegen stellen sich 37,5% der Restaurant-, Café- und Diskothekenbetreiber auf schlechtere Geschäfte ein (Vorjahr 40,4%).

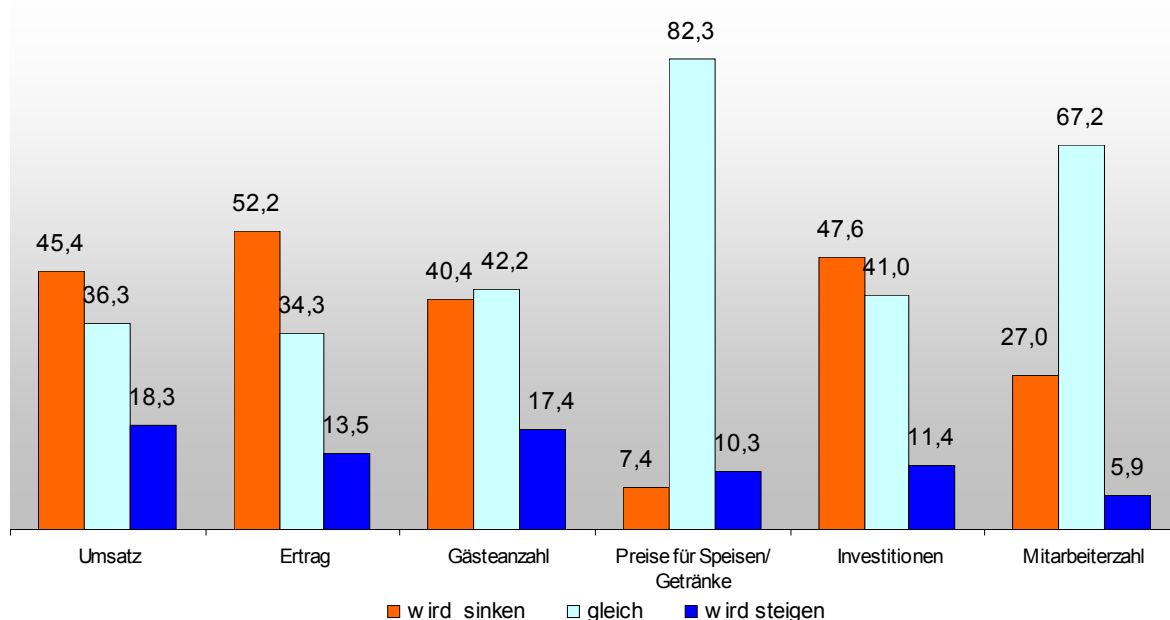
Die Erwartungen fallen damit nur unwesentlich besser aus als in der Hotellerie. Auch bei den Gastronomen herrscht große Unsicherheit darüber, wie sich die Konjunktur entwickeln wird. Zwar verbessern sich die Aussichten, jedoch scheint vor dem Hintergrund des befürchteten Anstiegs der Arbeitslosigkeit die Befürchtung groß zu sein, dass der Binnenkonsum weiter einbrechen wird. Das besonders konjunktursensible Gaststättengewerbe wäre als eine der ersten Branchen davon betroffen.

Dieser Pessimismus zeigt sich auch in den konkreten Umsatz- und Ertragserwartungen: 45,4% der Befragten befürchten Umsatzverluste (Vorjahr 48,6%) und 52,2% kalkulieren mit geringeren Erträgen (Vorjahr 58,3%). Nur knapp jeder Fünfte (18,3%) glaubt an Umsatzsteigerungen (Vorjahr 17,6%), 13,5% an höhere Gewinne (Vorjahr 11,3%).

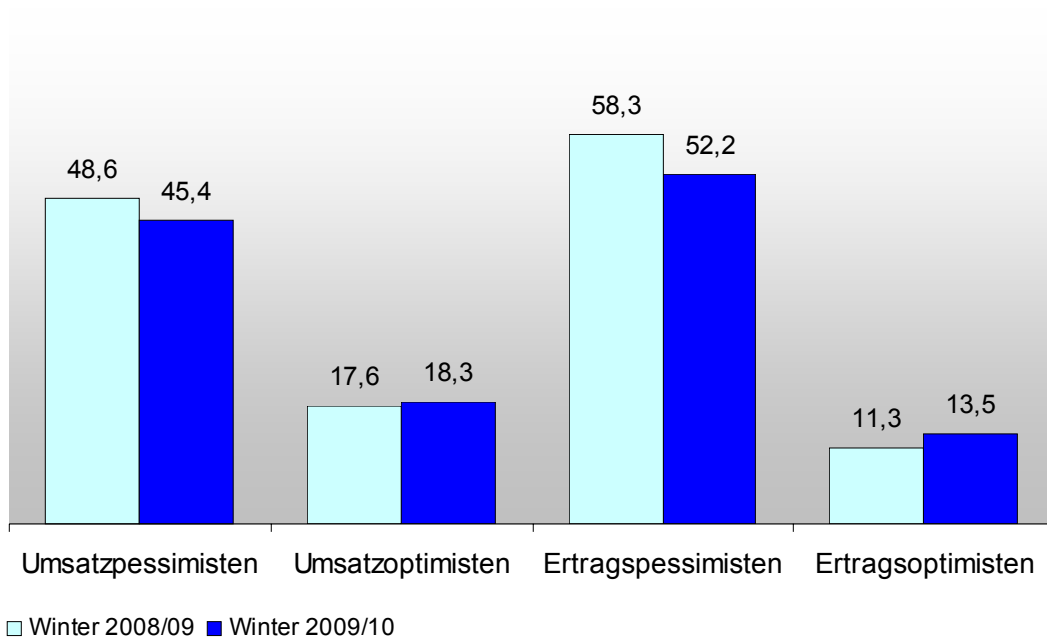
Auch gehen die meisten Gastronomen davon aus, dass der Pro-Kopf-Umsatz weiter sinken wird. Die Hoffnung, dies zumindest teilweise durch Preissteigerungen wieder wett-

machen zu können, haben aber nur die wenigsten. Die Befürchtungen sind groß, dass die Gäste den Gürtel zukünftig noch enger schnallen werden. Nur jeder Zehnte glaubt, höhere Preise für Speisen und Getränke erzielen zu können (11,4%). Im Sommer 2008 erwartete dies noch jeder vierte Betrieb (25,2%). Die Konsequenz ist, dass die Investitionsvorhaben im Vergleich zum Vorjahr weiter sinken werden und jeder vierte Betrieb (27,0%) seinen Mitarbeiterstamm reduzieren möchte (Vorjahr 25,6%).

Erwartungen in der Gastronomie für den Winter 2009/10 (Anteil der Befragten in %)



Umsatz- und Ertragswartung in der Gastronomie im Saisonvergleich (Anteil der Befragten in %)



Trends und Perspektiven in der Gastronomie

- Regionale Herkunft, Frische, Qualität
- Gesunde, bewusste Ernährung (Bio, Wellfood, Slowfood)
- Gehobenes Fastfood/Fast Casual
- Ethno-Food
- Inszenierung/Erlebnis
- Take-away

Man isst und trinkt wieder „Heimat“ – in der Krise mehr denn je. Die Gäste legen Wert auf **frische, saisonale Angebote** und **regionale Herkunft**. Die einheimische Küche steht vor der italienischen Küche auf der Beliebtheitsskala der Deutschen ganz oben. Entscheidend sind Qualität, Geschmack und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis.

Einhergehend mit der Rückbesinnung auf heimische Produkte und regionale Spezialitäten lässt sich auch bei der Einrichtung von Gastronomiebetrieben ein Trend zum „Heimatlichen“ feststellen – zurück zu den Wurzeln. In Zeiten, in denen immer mehr Menschen

die Globalisierung kritisch hinterfragen, haben regionale Küche und eine gemütliche Wohnzimmer- oder Hüttenatmosphäre – bitte mit frischen Blumen – Konjunktur. Gefragt sind **Wohlfühlorte** zur Kommunikation, Inspiration, und Entspannung. Neben qualifizierter Beratung zählen mehr denn je eine ehrliche, aufrichtige Zuwendung und herzliche Gastfreundschaft. Die Gäste wollen verwöhnt, nicht versorgt werden.

Der Hunger nach **Gesundheit** ist groß. Dabei schließen sich gesunde und genussvolle Ernährung nicht aus. Die Einstellung zu Slowfood oder Bio hat sich radikal geändert. Gesucht sind Produkte, die gut für Körper und Seele sind (Wellfood).

Vor diesem Hintergrund ist auch der Markt des schnellen Essens stark in Bewegung: Fastfood wird neu definiert. Ob Sushi, Suppen oder Smoothies – **gehobenes Fastfood** (Fast Casual) entspricht dem Wunsch der Gäste nach leichten, vitaminreichen und schnellen Snacks, angeboten in modernem und stilvollem Ambiente. Zukunftskonzepte gehorchen der Formel: frisch, schnell, schön.

Aber wie in der Mode hat auch in der Küche Vielfalt Konjunktur. Deutschland punktet mit einer schier einzigartigen Bandbreite ausländischer Spezialitätenrestaurants. **Ethno Food** wie die asiatische, indische oder mexikanische Küche setzt häufig auf das kleine Leichte und trifft damit den Nerv der Zeit.

Take-away ist und bleibt der stärkste Trend im Außer-Haus-Markt – besonders in Zeiten der Krise. Angesichts gesteigener Mobilität, zunehmender Flexibilität und wechselnder Arbeitswelten verzeichnet diese Angebotsform weiterhin steigende Zuwachsraten. Gastro-Quickservice-Betriebe und Bäckereien sind unbestritten diejenigen, die sich im Take-away-Business am stärksten profiliert haben.

Berlin, November 2009

Wirtschaftsfaktor Gastgewerbe im Überblick

1.105.000 Beschäftigte

Beherbergungsgewerbe	358.000
Gaststättengewerbe	637.000
Pachtkantinen und Caterer	110.000

103.578 Auszubildende

Koch/Köchin	40.995
Restaurantfachmann/-frau	15.650
Hotelfachmann/-frau	30.803
Hotelkaufmann/-frau	1.113
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	6.992
Fachkraft im Gastgewerbe	8.025

239.794 Betriebe*

Beherbergungsgewerbe	45.227
Gaststättengewerbe	183.500
Pachtkantinen und Caterer	11.067

55,5 Mrd. Euro Jahresumsatz (netto)

Beherbergungsgewerbe	18,7 Mrd. Euro
Gaststättengewerbe	32,4 Mrd. Euro
Pachtkantinen und Caterer	4,4 Mrd. Euro

*nach Umsatzsteuerstatistik

Quellen: Statistisches Bundesamt/DIHK/eigene Berechnungen

Tabellen und Grafik zur Ausbildung in Hotellerie und Gastronomie 2008

Aktuelle Entwicklung der neu abgeschlossenen Ausbildungsverhältnisse nach Berufen

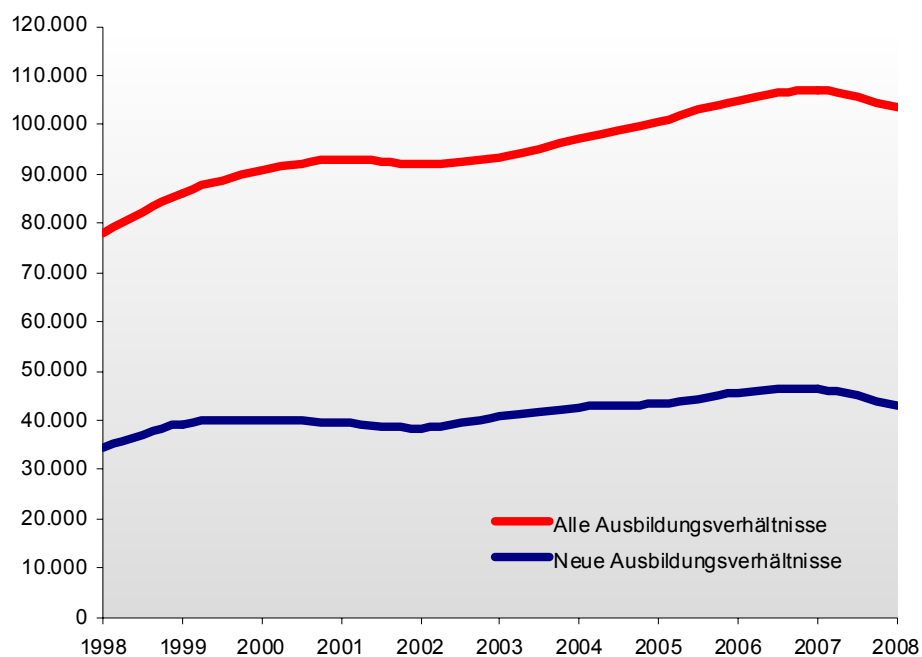
Beruf	2007	2008	Entwicklung in %
Koch/Köchin	18.103	16.131	-10,9
Restaurantfachmann/-frau	7.395	6.821	-7,8
Hotelfachmann/-frau	12.802	12.349	-3,5
Hotelkaufmann/-frau	453	434	-4,2
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	2.798	3.096	+10,7
Fachkraft im Gastgewerbe	4.803	4.242	-11,7
Summe	46.354	43.073	-7,1

Aktuelle Entwicklung aller fortbestehenden und neu abgeschlossenen Ausbildungsverhältnisse nach Berufen

Beruf	2007	2008	Entwicklung in %
Koch/Köchin	43.466	40.995	-5,7
Restaurantfachmann/-frau	16.450	15.650	-4,9
Hotelfachmann/-frau	31.212	30.803	-1,3
Hotelkaufmann/-frau	1.152	1.113	-3,4
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	6.273	6.992	+11,5
Fachkraft im Gastgewerbe	8.488	8.025	-5,5
Summe	107.041	103.578	-3,2

Quelle: DIHK, März 2009

Entwicklung aller fortbestehenden und neu begonnenen gastgewerblichen Ausbildungsverhältnisse 1998 bis 2008



Umsatzzahlen des Statistischen Bundesamtes Januar bis September 2009 im Detail

Umsatz im Gastgewerbe (real/nominal) (Messzahlen und prozentuale Veränderung)

Jahr Monate	Preisarten			
	Real		Nominal	
	Umsatz	Veränderung zur Vorjahresperiode	Umsatz	Veränderung zur Vorjahresperiode
	2005=100	in (%)	2005=100	in (%)
WZ08-55 Beherbergung Gesamt				
2009 Januar	70,7	-7,6	76,3	-5,9
Februar	72,8	-12,3	79,1	-9,6
März	83,2	-5,1	90,3	-3,2
April	86,0	-13,7	92,9	-10,8
Mai	104,6	-8,5	113,3	-5,7
Juni	100,8	-7,8	109,5	-5,6
Juli	99,5	-6,0	109,9	-3,7
August	101,7	-5,4	112,1	-2,9
September	109,9	-8,3	120,5	-6,8
WZ08-551 Hotels, Gasthöfe und Pensionen				
2009 Januar	70,7	-8,2	76,4	-6,3
Februar	73,3	-12,6	79,8	-9,9
März	83,5	-4,7	90,8	-2,9
April	84,4	-15,3	91,4	-12,5
Mai	104,4	-8,4	113,2	-5,7
Juni	99,8	-8,4	108,6	-6,2
Juli	96,5	-6,9	106,2	-4,5
August	98,8	-6,2	108,7	-3,5
September	109,4	-9,0	120,3	-7,5
WZ08-561 Speisengeprägte Gastronomie				
2009 Januar	74,5	-5,6	80,0	-3,3
Februar	73,1	-9,3	78,7	-7,5
März	81,6	-6,6	88,1	-4,6
April	89,2	1,6	96,3	3,9
Mai	96,4	-4,1	104,1	-2,2
Juni	90,5	-3,3	97,8	-1,4
Juli	95,6	-3,4	103,7	-1,5
August	96,7	-3,9	104,9	-2,1
September	90,0	-3,1	97,8	-1,3
WZ08-562 Pachtkantinen und Caterer				
2009 Januar	88,0	-6,7	94,9	-4,0
Februar	88,1	-8,0	95,3	-5,9
März	96,8	2,7	104,8	5,0
April	92,1	-13,2	99,9	-11,1
Mai	96,5	-3,2	104,6	-1,2
Juni	99,1	-9,1	107,7	-7,0
Juli	96,8	-4,6	105,3	-2,8

	August	89,5	-5,2	97,5	-3,3
	September	99,2	-9,9	108,1	-8,4
WZ08-563 Getränkegeprägte Gastronomie					
2009	Januar	71,8	-6,9	77,2	-4,7
	Februar	71,1	-13,4	76,7	-11,5
	März	73,4	-13,0	79,3	-11,1
	April	79,4	-5,8	85,9	-3,6
	Mai	86,1	-8,7	93,2	-6,7
	Juni	77,0	-7,7	83,5	-5,8
	Juli	80,0	-5,4	86,9	-3,4
	August	81,9	-8,7	89,1	-6,7
	September	79,3	-5,0	86,4	-3,0
WZ08-561-01 Gaststättengewerbe					
2009	Januar	74,0	-6,0	79,6	-3,5
	Februar	72,8	-10,0	78,4	-8,2
	März	80,2	-7,7	86,6	-5,8
	April	87,6	0,3	94,5	2,5
	Mai	94,7	-4,8	102,3	-2,8
	Juni	88,2	-4,0	95,4	-2,1
	Juli	92,9	-3,7	100,8	-1,9
	August	94,2	-4,7	102,3	-2,8
	September	88,2	-3,5	95,9	-1,5
WZ08-55-01 Gastgewerbe					
2009	Januar	74,3	-6,5	79,9	-4,5
	Februar	74,4	-10,7	80,4	-8,4
	März	83,1	-5,6	89,8	-3,6
	April	87,6	-6,5	94,5	-4,2
	Mai	98,6	-6,2	106,6	-3,9
	Juni	94,0	-6,0	101,8	-4,0
	Juli	95,8	-4,8	104,6	-2,7
	August	96,6	-5,0	105,4	-2,9
	September	97,3	-6,2	106,1	-4,5

Statistisches Bundesamt Stand 17.11.2009