

## **Die konjunkturelle Entwicklung von Hotellerie und Gastronomie in Deutschland**

**(Winter 2008/09 – Ausblick Sommer 2009)**

### **Die Krise erreicht Hotellerie und Gastronomie**

Mit dem Branchenbericht Gastgewerbe Winter 2008/09 – Ausblick Sommer 2009 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 Oktober 2008 bis März 2009 sowie die Geschäftserwartungen für die Monate April bis September 2009. Die Daten wurden entweder schriftlich oder per Online-Fragebogen im Zeitraum vom 6. April bis 4. Mai 2009 erhoben.

### **Die Lage im Überblick**

Mit der Verschärfung der Finanzkrise ist seit dem Herbst 2008 die wirtschaftliche Nachfrage weltweit eingebrochen. Anders als in vorherigen Rezessionsphasen gibt es derzeit kaum eine Region, die sich dem weltwirtschaftlichen Einbruch entziehen kann. So hat sich auch in Deutschland der Abschwung bis zuletzt mit nahezu unveränderter Geschwindigkeit fortgesetzt. Insbesondere die exportintensiven Industrien erleben zum Teil die höchsten Nachfragerückgänge in der Nachkriegsgeschichte.

Trotz des zurzeit noch vergleichsweise stabilen Konsumklimas hat die Wirtschaftskrise auch zunehmend Auswirkungen auf die Binnennachfrage. Der Anstieg der Arbeitslosigkeit und die Verunsicherung der Verbraucher führen dazu, dass die Konsumenten ihr Geld zurückhalten. Auch die niedrige Inflationsrate und der erwartete Anstieg der verfügbaren Einkommen werden der Kaufkraft keinen entscheidenden Impuls verleihen. Vielmehr sind Konjunkturprogramme wie die Abwrackprämie wenig dazu geeignet, den Konsum insgesamt anzukurbeln. Geld, das für Autos ausgegeben wird, fehlt für Ausgaben an anderer Stelle.

Das im Vergleich zu anderen Branchen besonders konjunktursensible Gastgewerbe bekommt dies bereits deutlich zu spüren: Für das erste Quartal 2009 verzeichnet die Branche nach Angaben des Statistischen Bundesamtes einen Umsatzrückgang von 4,7%. Inflationsbereinigt ergibt sich ein Minus von 6,9%. Das sind die schlechtesten Quartalszahlen seit der Rezession 2003.

Dabei ist auffallend, dass die Gastronomie der Hotellerie nicht mehr hinterherhinkt wie noch in den vergangenen Jahren. Mehr denn je gilt, dass weniger von einer Branchenkonjunktur, sondern von einer Unternehmenskonjunktur gesprochen werden kann. Die Krise trifft nicht alle, und nicht alle Betriebe gleichermaßen hart.

Besonders leiden die Kongress- und Tagungshotels. Sie spüren die Zurückhaltung und Sparneigung der Firmen als Erste, wenn Veranstaltungen gestrichen werden oder die Teilnehmerzahlen sinken. Auch der Rückgang ausländischer Touristen und Geschäftsreisender schlägt sich unmittelbar auf die Umsatzzahlen in der Hotellerie durch. Die Umsätze brachen hier im ersten Quartal um nominal 5,8% und real 7,8% ein.

Der Gastronomie, die schon seit Jahren unter sinkenden Einnahmen leidet, ging es im ersten Quartal 2009 nur unwesentlich besser als der Hotellerie: Die Erhebungen des Statistischen Bundesamtes weisen für dieses Branchensegment einen Umsatzrückgang von 4,7% aus (real -6,8%). Auch die stark vom Tagungsgeschäft abhängigen Caterer kämpfen seit Beginn des Jahres mit zum Teil gravierenden Umsatzeinbußen.

Nach der **DEHOGA-Konjunkturumfrage** beurteilen im Winterhalbjahr 2008/09 35,2% der Hoteliers und 38,2% der Gastronomen ihre Geschäftslage als schlecht. Lediglich 18,3% der Gastronomen und 21,0% der Hoteliers berichten von guten Geschäften. Damit ist der Lagesaldo in der Hotellerie auf dramatische Weise abgestürzt: Lag die Differenz zwischen Gut- und Schlechtmeldungen im Sommer 2008 noch eindeutig im positiven Bereich (31,4 Prozentpunkte), so überwiegt nur einige Monate später der Anteil der Negativmeldungen um 14,2 Prozentpunkte. Auch die Geschäftslage in den Restaurants, Cafés und Imbissen hat sich verschlechtert (Lagesaldo -19,9 Prozentpunkte). So verwundert es nicht, dass mehr als die Hälfte der Befragten sowohl in der Hotellerie als auch in der Gastronomie von sinkenden Umsätzen und Erträgen im Zeitraum Oktober 2008 bis März 2009 berichten.

Neben den Auswirkungen der Wirtschaftskrise stellen insbesondere die hohen Energie- und Betriebskosten für die Hoteliers und Gastronomen die größte Herausforderung dar. Zudem belasten die hohen Steuern und Sozialabgaben die Branche in besonderem Maße. Durchweg pessimistisch fallen daher auch die Erwartungen für die nahe Zukunft aus: 42,6% der Hoteliers und 30,9% der Gastronomen blicken mit Sorge auf das Sommerhalbjahr 2009 und erwarten eine weitere Verschlechterung ihrer Geschäfte. Drei Prozent der Gastronomen und vier Prozent der Hoteliers denken gar an eine Betriebsaufgabe, sollte sich die Krise weiter verschärfen.

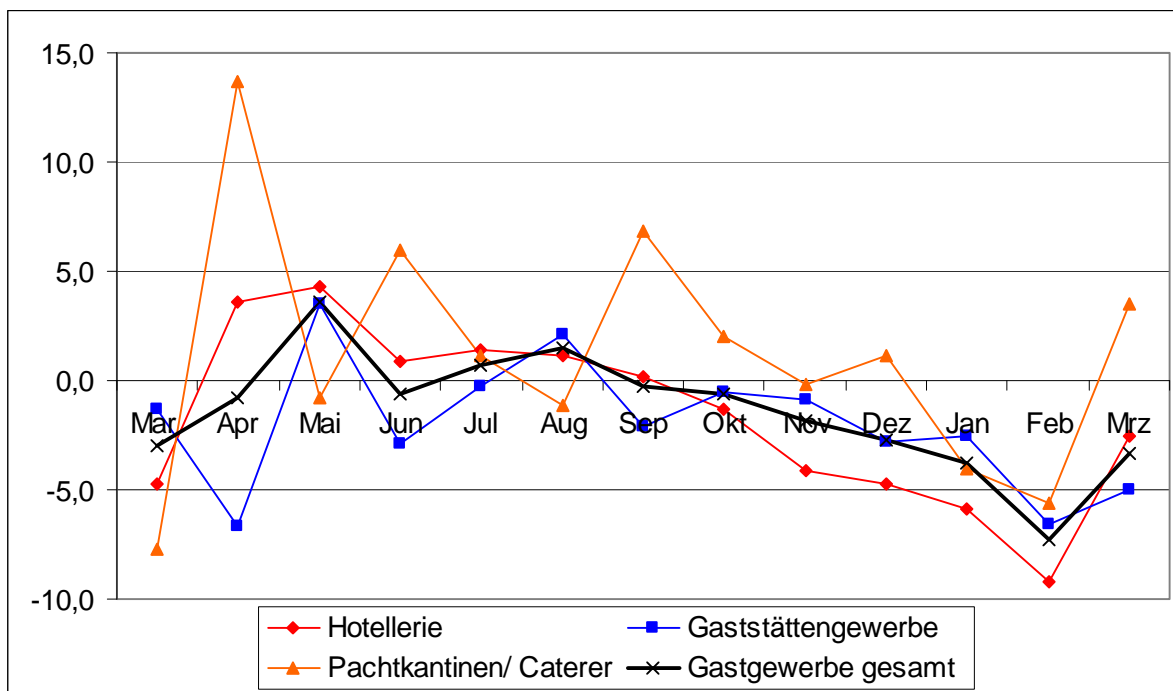
Insgesamt ist die Stimmung in der Branche durch eine große Verunsicherung geprägt. Da die weitere wirtschaftliche Entwicklung nur sehr schwer einzuschätzen ist und das Verbraucherverhalten von gegensätzlichen Einflüssen bestimmt wird, kann zu diesem Zeitpunkt auch noch keine genaue Prognose für die Branche für das Gesamtjahr 2009 abgegeben werden. Es ist jedoch davon auszugehen, dass am Ende des Jahres sowohl nominal als auch real ein deutliches Umsatzminus zu verbuchen sein wird.

**Umsatzentwicklung nominal/real**  
(Veränderungen gegenüber dem Vorjahreszeitraum in %)

	2008		Januar-März 2009	
	nominal	real	nominal	real
<b>Gastgewerbe insgesamt</b>	0,1	-2,4	-4,7	-6,9
<b>Hotellerie</b>	0,6	-2,5	-5,8	-7,8
<b>Beherbergungsgewerbe insgesamt</b>	0,9	-2,2	-5,7	-7,6
<b>Speisengeprägte Gastronomie</b>	-0,5	-3,0	-4,1	-6,1
<b>Getränkegeprägte Gastronomie</b>	-2,2	-4,2	-8,2	-10,1
<b>Gaststättengewerbe insgesamt</b>	-0,7	-3,1	-4,7	-6,8
<b>Pachtkantinen/Caterer</b>	2,4	-0,2	-2,0	-4,5

Quelle: Statistisches Bundesamt

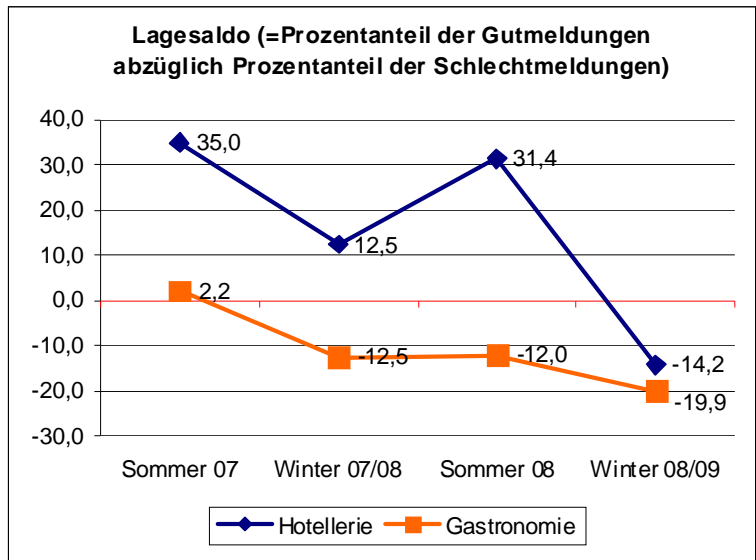
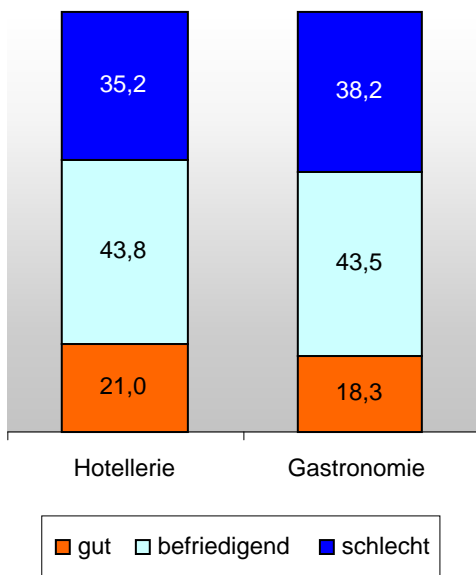
**Nominale Umsatzentwicklung im Gastgewerbe März 2008 - März 2009 (in %)**



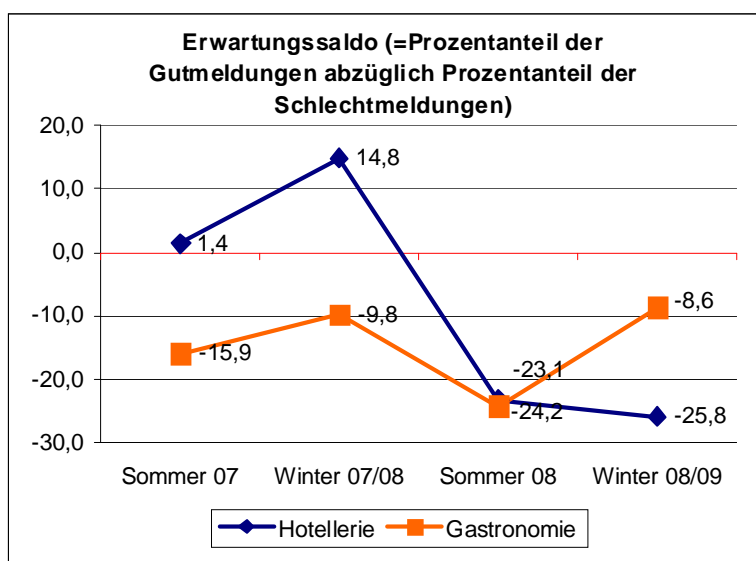
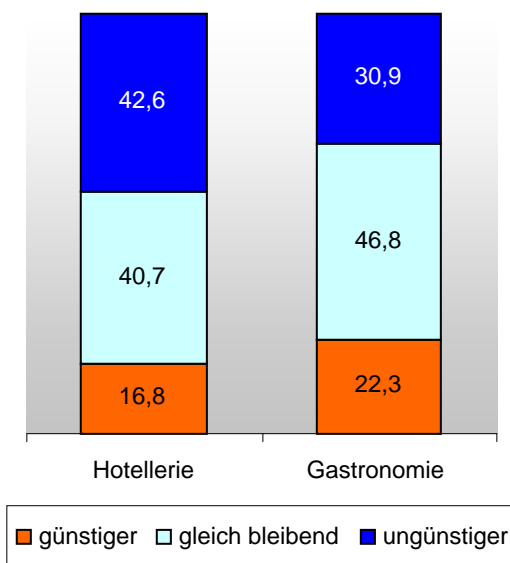
Quelle: Statistisches Bundesamt

**Ergebnisse aus der DEHOGA-Konjunkturumfrage  
Gastgewerbe Winter 2008/09 – Ausblick Sommer 2009**

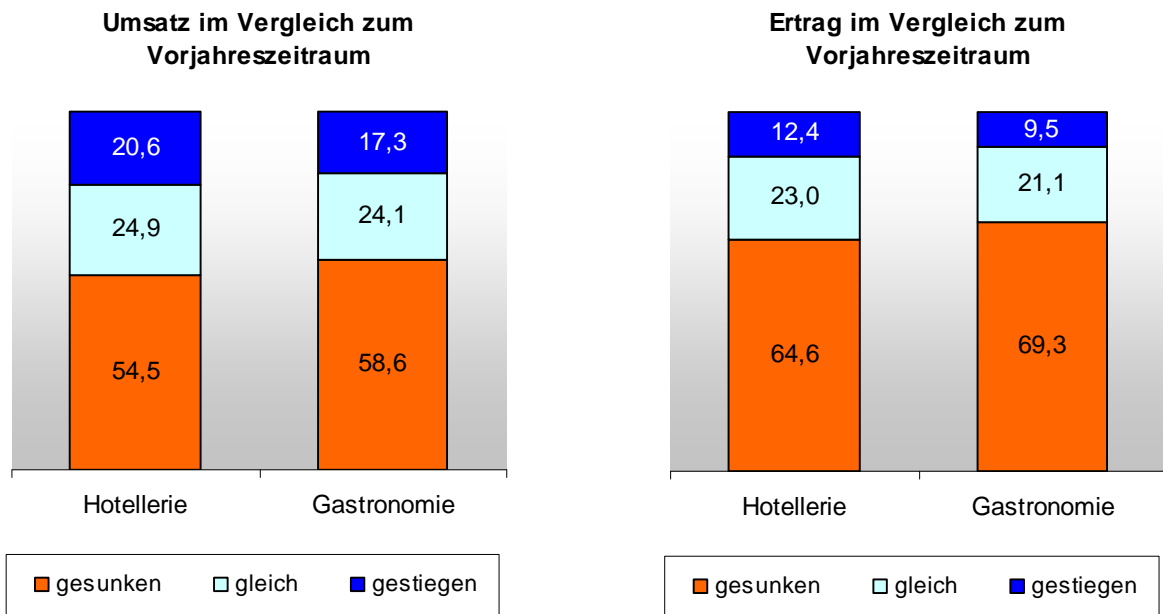
**Gesamtbeurteilung der Geschäftslage im Winter 2008/09**



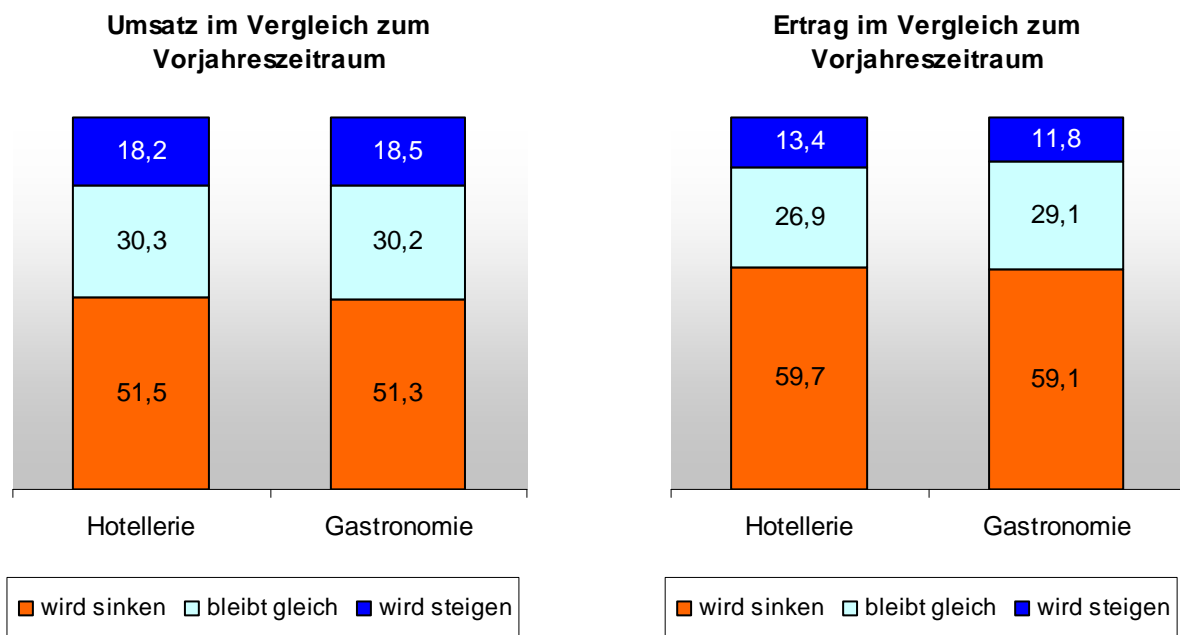
**Gesamtbeurteilung der Geschäftserwartungen für den Sommer 2009**



Umsatz- und Ertragslage im Winter 2008/09 (nach Anteil der Befragten in %)



Umsatz- und Ertragserwartungen für den Sommer 2009 (nach Anteil der Befragten in %)



## Hotellerie

### Lage in der Hotellerie im Winter 2008/09

Die Wirtschaftskrise trifft den weltweiten Tourismus und Geschäftsreiseverkehr und damit auch unmittelbar die deutsche Hotellerie. Konnten 2008 die Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe und Pensionen noch ein Übernachtungsplus von 1,7% verbuchen, so hat sich mit Beginn des Jahres 2009 die Situation deutlich verschärft: Die Anzahl der Übernachtungen ist im Zeitraum Januar bis März 2009 um 4,2% gegenüber dem Vorjahreszeitraum gesunken. Insbesondere die Nachfrage aus dem Ausland, die im Vorjahr noch Wachstumstreiber für die deutschen Beherbergungsbetriebe war, ist eingebrochen. Das Minus in diesem Bereich beträgt 8,0%. Allein die Übernachtungen von Gästen aus den USA und Großbritannien sind um 11,0% bzw. 16,2% gesunken.

Die Zahlen des Statistischen Bundesamtes sprechen für sich: die Umsätze in der Hotellerie brachen im ersten Quartal 2009 um 5,8% ein. Preisbereinigt fiel der Umsatz sogar um 7,8%. Die Hotellerie hat sich damit zum ersten Mal seit sechs Jahren wieder negativer entwickelt als das Gastgewerbe insgesamt. Betrachtet man nur die klassischen Hotelbetriebe ohne die Gasthöfe und Pensionen fällt der Rückgang noch gravierender aus.

Die deutlichsten Auslastungsrückgänge müssen insbesondere die auf Tagungen und Kongresse spezialisierten Hotels hinnehmen. Viele Unternehmen reduzieren ihre Veranstaltungen auf ein notwendiges Minimum, und Übernachtungen werden nicht mehr als unbedingt nötig gebucht. Da die Großstädte zu den beliebtesten Veranstaltungsregionen gehören, hat insbesondere die Stadthotellerie mit Gästerückgängen zu kämpfen.

Besonders stark bekommen auch die Häuser des Luxussegments die Wirtschaftskrise zu spüren. Während die Top-Hotels unter der zunehmenden Sparsamkeit der Geschäftsreisenden leiden, hoffen die Anbieter in den preiswerteren Segmenten von der Wirtschaftskrise profitieren zu können. Viele Häuser reagieren bereits mit einem Einstellungsstopp, der Reduzierung des Angebots oder einem Verschieben von Investitionen, um die Kosten bei sinkenden Einnahmen in den Griff zu bekommen. Auch versuchen viele Betriebe durch Preissenkungen ihren Marktanteil stabil zu halten. Der Druck auf die Raten wächst. Dadurch sinkt der im europäischen Vergleich ohnehin schon niedrige durchschnittliche Zimmerpreis in Deutschland.

### Ergebnisse der DEHOGA-Konjunkturumfrage im Detail:

Nach der Konjunkturumfrage beurteilen 21,0% der 2.000 befragten Beherbergungsbetriebe ihre Geschäftslage im Winterhalbjahr 2008/09 als gut und 43,8% als befriedigend. 35,2% der Befragten vermelden eine schlechte Geschäftsentwicklung. Innerhalb eines Halbjahres hat sich damit die Lage in der Hotellerie eklatant verschlechtert, und der Lagesaldo ist auf Minus 14,2 Prozentpunkte gesunken (Vorjahr +12,5 Prozentpunkte). Dabei fällt die Stimmung in der Ferienhotellerie und in den Gasthöfen und Pensionen, die weniger vom Geschäftsreiseverkehr abhängig sind, im Vergleich zur klassischen Hotellerie positiver aus. Doch selbst eine gute Feriensaison wird die Einbrüche im Businesssegment nicht vollständig kompensieren können.

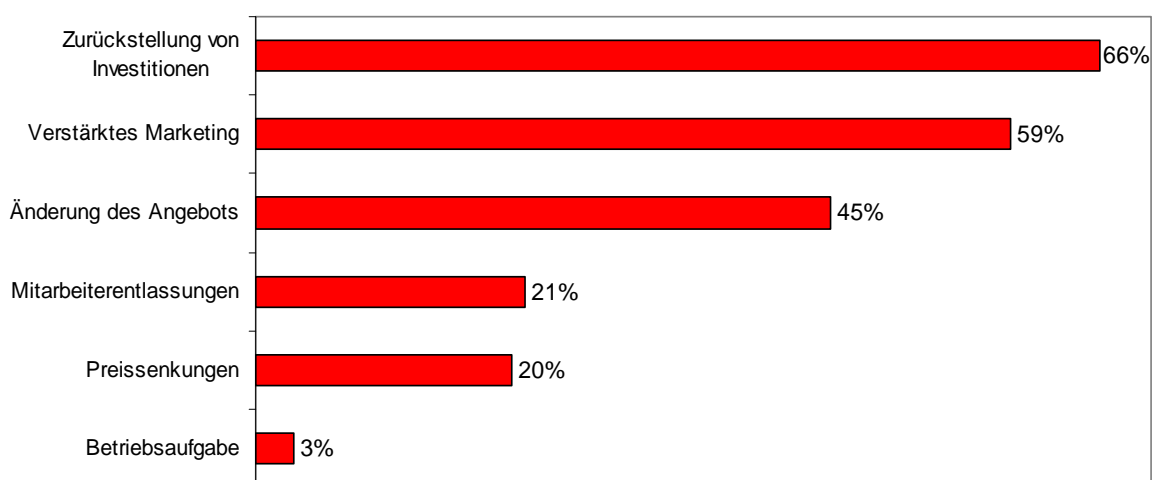
Nur 20,6% der deutschen Hoteliers konnten im Winterhalbjahr höhere Umsätze generieren (Vorjahr 35,8%). Mehr als jeder Zweite (54,5%) musste dagegen Umsatzeinbußen hinnehmen (Vorjahr 32,7%). Anhaltend hohe Kosten- und Abgabenbelastung führen zwangsläufig zu einer Verschlechterung des Unternehmensergebnisses. So ist der Anteil der Ertragsverlierer mit 64,6% weiter gestiegen (Vorjahr 47,8%). Nur noch 12,4% konnten höhere Erträge im Berichtszeitraum erwirtschaften (Vorjahr 21,2%).

Der Nachfrageeinbruch in Folge der Wirtschafts- und Finanzkrise hat auch den Preiswettbewerb zwischen den Betrieben wieder verschärft: Nur noch knapp jedem fünften Betrieb (19,3%) war es möglich, höhere Zimmerpreise am Markt durchzusetzen (Vorjahr 30,6%). 16,8% mussten gar ihr Preise nach unten korrigieren, um im Wettbewerb bestehen zu können (Vorjahr 8,2%). Dennoch ist die Zimmerauslastung insbesondere in der Großstadthotellerie und den Flughafenhotels aufgrund fehlender Geschäftsreisender gesunken. Insgesamt beklagen 52,4% der Befragten eine niedrigere Belegungsquote (Vorjahr 33,0%).

Dies lässt nicht mehr viel Spielraum für notwendige Investitionen. 39,3% der Beherbergungsbetriebe haben ihre Modernisierungs- und Rationalisierungsinvestitionen eingeschränkt (Vorjahr 26,5%). Die Investitionsbereitschaft unter den deutschen Hoteliers ist damit so gering wie seit dem Jahr 2003 nicht mehr.

Dies zeigt auch die in diesem Halbjahr gestellte aktuelle Zusatzfrage, mit welchen Maßnahmen die Hoteliers auf die Finanz- und Wirtschaftskrise reagieren: Zwei Drittel der Befragten wollen sich zunächst mit investiven Maßnahmen zurückhalten und die wirtschaftliche Entwicklung abwarten. Zudem versuchen die Betriebe durch verstärktes Marketing und eine Profilierung des Angebots für die Gäste attraktiv zu bleiben. Jeder fünfte Betrieb sieht sich gezwungen, den Mitarbeiterstamm zu reduzieren, um in der Krise bestehen zu können. Drei Prozent der Befragten denken gar an eine Betriebsaufgabe.

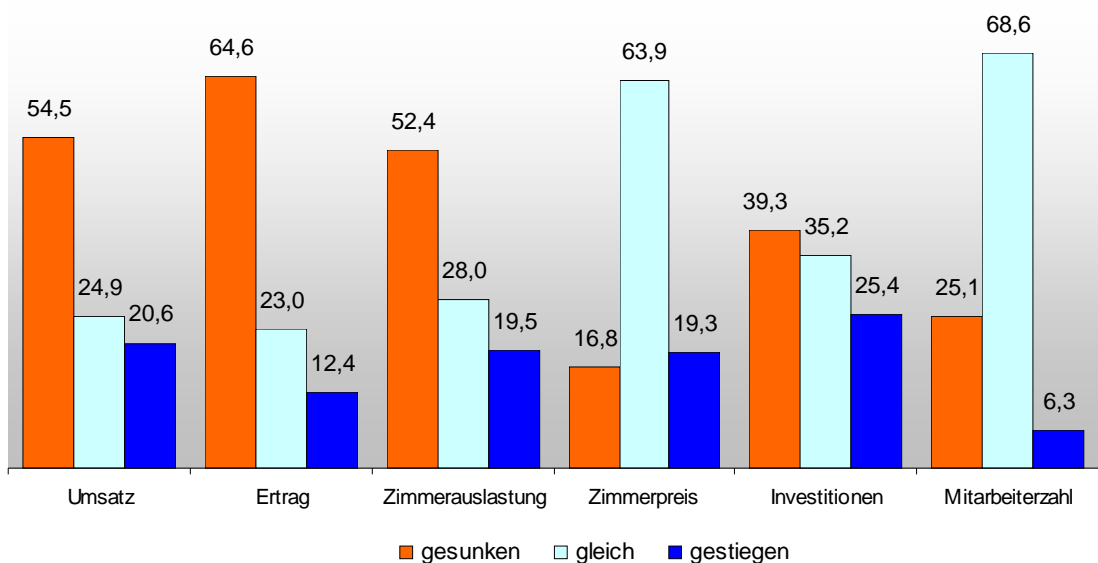
**Mit welchen Maßnahmen reagieren Sie auf die Finanz- und Wirtschaftskrise?  
(Anteil der Befragten)**



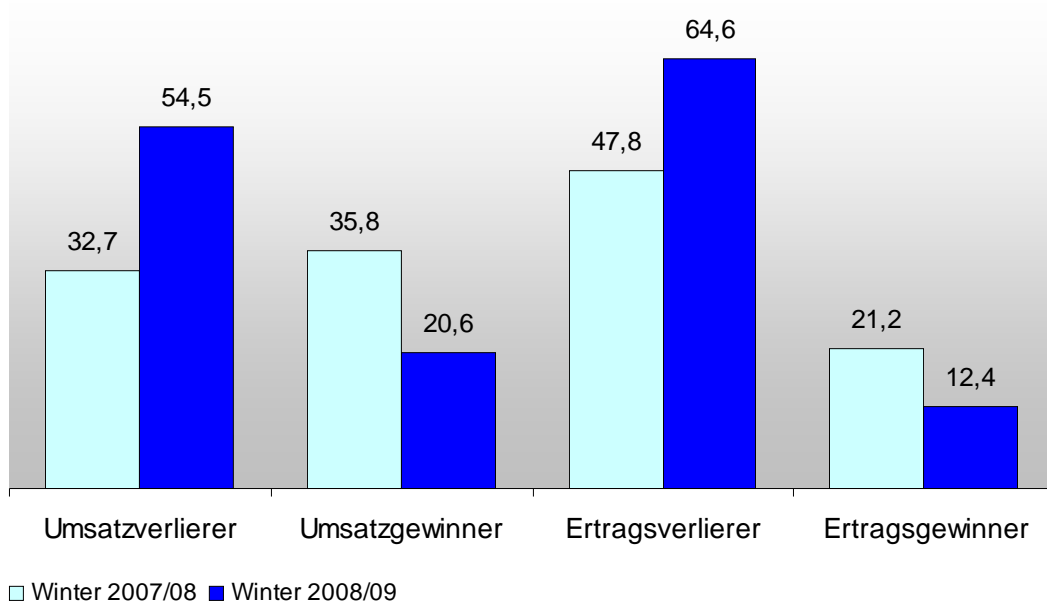
Zu den von den Hoteliers genannten Hauptproblemfeldern im Winterhalbjahr 2008/09 gehören wie schon im Vorjahr die hohen Energiekosten. Wenn auch die Preise in den letzten Monaten gesunken sind, so stellen für 58% der Befragten die Ausgaben für Energie und Kraftstoffe die größte Belastung dar. Eine wieder zunehmende Brisanz gewinnen die Betriebskosten und Steuern und Sozialabgaben. Immer mehr Hoteliers fühlen sich insbesondere im Vergleich mit den europäischen Nachbarstaaten benachteiligt. Zu nennen sei hier insbesondere der hohe Mehrwertsteuersatz oder auch die besondere Belastung durch die Rundfunkgebühren. Aktuell von Bedeutung sind außerdem die Probleme, die sich unmittelbar aus der Wirtschaftskrise ergeben: Viele Hoteliers beklagen einen Gästerückgang und einen sinkenden Pro-Kopf-Umsatz.

Hauptproblemfelder in der Hotellerie nach Anteil der Befragten: (Mehrfachnennungen möglich)	
1. Energiekosten: 58% (Vorjahr: 68%)	↓
2. Betriebskosten allgemein: 52% (Vorjahr: 49%)	↑
3. Steuern/Sozialabgaben: 41% (Vorjahr: 25%)	↑
4. weniger Gäste: 40% (Vorjahr: nicht erhoben)	↑
5. weniger Umsatz pro Gast: 36% (Vorjahr: nicht erhoben)	↑

Entwicklung betriebswirtschaftlicher Kenndaten in der Hotellerie im Winter 2008/09 (Anteil der Befragten in %)



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



### Erwartungen in der Hotellerie für den Sommer 2009

Die allgemeine Unsicherheit über die Dauer und die weiteren Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise lassen auch die Hoteliers pessimistisch in die Zukunft blicken. Naturgemäß fallen die Prognosen für den Sommer stets positiver aus als für das Winterhalbjahr. Doch dieses Jahr haben sich die Geschäftserwartungen für den Sommer 2009 noch einmal verschlechtert: 42,6% der Befragten erwarten eine negative Entwicklung der Geschäfte in diesem Zeitraum, nur 16,8% prognostizieren eine bessere Geschäftslage. Im Vergleich zur Sommerprognose 2008 hat sich damit der Anteil der Pessimisten mehr als verdoppelt.

Nur 18,2% der Unternehmer glauben, ihren Vorjahresumsatz im Sommer 2009 weiter ausbauen zu können. Damit ist der Anteil der Umsatzoptimisten im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesunken (36,9%). 51,5% erwarten eine Umsatzverschlechterung (Vorjahr 22,0%). Positiver fallen die Erwartungen in der Ferienhotellerie aus. Knapp jeder Dritte in diesem Segment kalkuliert mit Umsatzzuwächsen im Sommer 2009.

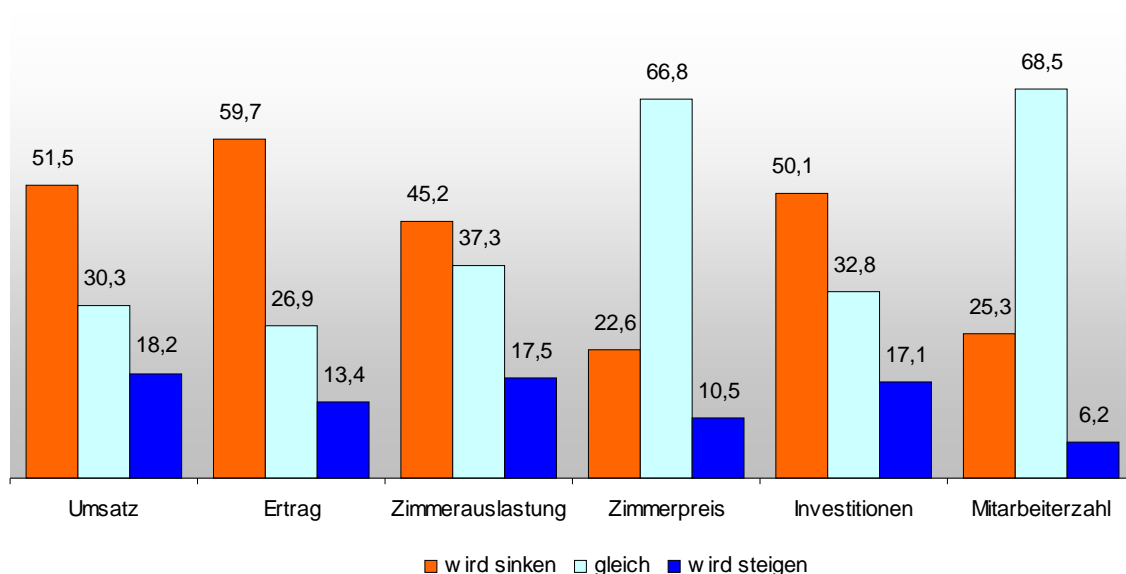
Auch der Anteil der Ertragspessimisten ist mit 59,7% so hoch wie seit der letzten Konjunkturumfrage im Jahr 2002 nicht mehr (Vorjahr 34,8%). Eine bessere Ertragssituation im Winter 2007/08 erhoffen sich lediglich 13,4% der Betriebe (Vorjahr 24,6%). Für das laufende Jahr prognostiziert der Hotelverband Deutschland (IHA) einen Rückgang der durchschnittlichen Zimmererträge (RevPAR) von 5,0%.

Pessimistischer als im Vorjahr fallen auch die Prognosen hinsichtlich des Zimmerpreises aus: Nur 10,5% der Befragten gehen davon aus, höhere Raten am Markt durchsetzen zu können. Im Vorjahr lag dieser Wert noch bei 25,1%. Der moderate Anstieg der durchschnittlichen Zimmerpreise in Deutschland im Laufe des Jahres 2008 ist damit wieder gestoppt.

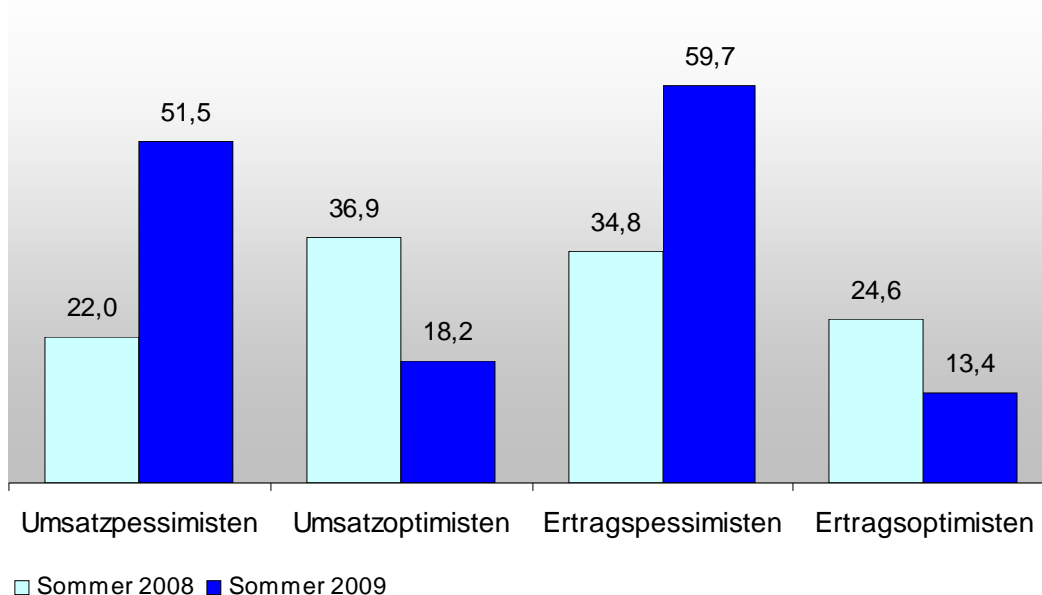
Auf eine sinkende Zimmerauslastung stellen sich 45,2% der Unternehmer (Vorjahr 20,4%) ein. Die Investitionsaufwendungen werden bei 50,1% der Betriebe (Vorjahr 29,4%) zurückgehen. Jeder vierte Betrieb (Vorjahr 10,2%) sieht sich gezwungen, im Sommer 2009 Mitarbeiterreduzierungen vorzunehmen.

Viele Beherbergungsbetriebe hoffen, dass die Nachfrageausfälle aus dem Ausland und der Rückgang bei Tagungen und Kongressen zumindest teilweise durch eine Stärkung des Inlandstourismus aufgefangen werden können. Die Vergangenheit hat gezeigt, dass auch in Krisenzeiten der Urlaub eine hohe Konsumpräferenz genießt. Es bleibt abzuwarten, wie sich das Verbraucherverhalten, das immer mehr durch die Kurzfristigkeit der Buchungen gekennzeichnet ist, in den nächsten Monaten entwickelt.

### Erwartungen in der Hotellerie für den Sommer 2009 (Anteil der Befragten in %)



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



### Trends und Perspektiven in der Hotellerie

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

Das Hotelangebot in Deutschland 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 Markenhhotellerie lag 2008 bei 50,6%. 2007 betrug dieser noch 50,1%. Hinsichtlich der Zimmeranzahl hat die Markenhhotellerie 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** klar im Aufwind befindet. Insbesondere vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise verbuchen die günstigen Hotels überdurchschnittliche Steigerungsraten bei Zimmerauslastung, Zimmerpreisen und Zimmererträgen. Allein auf „billig“ zu setzen, funktioniert hier allerdings nicht. Neben attraktiven Preisen zählen der ideale Standort, die genaue Marktkennntnis 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. Luxus liegt immer Trend.

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 Winter 2008/09

Die Wirtschaftskrise trifft auch die deutschen Gastronomiebetriebe mit voller Stärke. Seit dem Herbst letzten Jahres verschärft sich die Geschäftslage der Gastronomen, die ohnehin schon seit Jahren unter merklichen Umsatzeinbußen zu leiden haben, zusehends. Nach den Zahlen des Statistischen Bundesamtes erlebt die Branche im ersten Quartal 2009 den größten Einbruch seit dem Jahr 2003. Das Umsatzminus betrug in diesem Zeitraum nominal 4,7%, real 6,8%. Vor allem der Rückgang von geschäftlich veranlassten Bewirtungen und Veranstaltungen macht vielen Gastronomen zu schaffen.

Am stärksten vom Rückgang betroffen sind die getränkegeprägten Betriebe, die in den Monaten Januar bis März 2009 Umsatzverluste von 8,2% hinnehmen mussten (real -10,1%). Die Umsätze in diesem Branchensegment betragen nur noch 75% des für das Jahr 2000 ermittelten Wertes. Der Umsatzrückgang in den speisegeprägten Betrieben betrug in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres 4,1% (real 6,1%).

Auch die Kantinen und Caterer, die sich in den Vorjahren immer positiv von der Entwicklung der Gesamtbranche abgekoppelt haben, spüren den Konjunkturbruch: 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 Betriebsverpflegung.

Relativ immun gegen den konjunkturellen Abschwung zeigt sich weiterhin die Systemgastronomie. Die 100 größten Unternehmen erzielten nach Angaben der Wirtschaftsfachzeitschrift Food Service des Deutschen Fachverlages in ihren 16.699 Betrieben 2008 ein Umsatzplus von 4,2% gegenüber dem Vorjahr. Während die Anzahl der Betriebe im Gaststättengewerbe seit 1995 kontinuierlich gesunken ist, konnten die einhundert umsatzstärksten Systemgastronomen ihre Betriebszahl mehr als verdoppeln. Die Unternehmen sind dabei überwiegend der speiseorientierten Gastronomie zuzuordnen. Davon entfallen allein auf den Quickservice-Bereich, zu dem Unternehmen wie McDonald's, Burger King oder Nordsee gehören, im Jahr 2008 10.158 Betriebe mit einem Umsatzvolumen von 5,4 Milliarden Euro. Vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise wird insbesondere der Quickservice-Bereich im Gegensatz zur klassischen Gastronomie weiter wachsen.

### Ergebnisse der DEHOGA-Konjunkturumfrage im Detail:

Nach der DEHOGA-Konjunkturumfrage beurteilen 38,2% der 2.000 befragten Gastronomen ihre Geschäftslage im Winterhalbjahr als schlecht. 18,3% verzeichneten gute Geschäfte. Der Saldo aus Negativ- und Positivmeldungen ist damit im Vergleich zur Lage im Sommer 2008 um 7,9 Prozentpunkte auf Minus 19,9 Prozentpunkte gefallen.

So berichten 55,0% der Betriebe von gesunkenen Gästezahlen (Vorjahr 50,6%) mit unmittelbaren Auswirkungen auf den Umsatz: Lediglich 17,3% der Gastwirte konnten in der zurückliegenden Wintersaison ihre Umsätze steigern (Vorjahr 21,9%). Dagegen beklagt mehr als jeder zweite Betrieb (58,6%) einen Umsatzeinbruch (Vorjahr 51,5%).

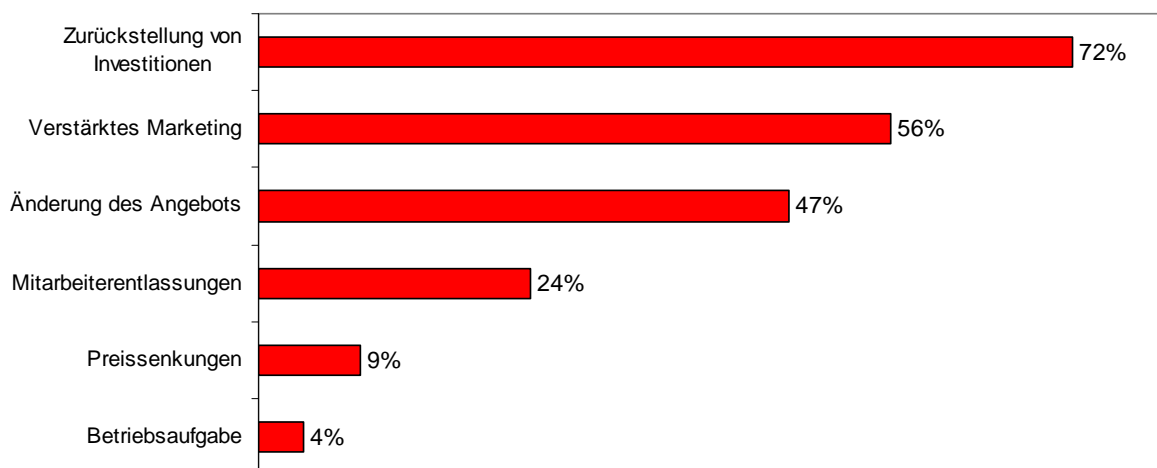
Der Wettbewerbsdruck macht es dagegen unmöglich, dies teilweise durch höhere Preise zu kompensieren. 81,8% der Gastronomen mussten in den Monaten Oktober 2008 bis März 2009 ihre Preise stabil halten (Vorjahr 67,7%). Nur 13,7% konnten höhere Preise durchsetzen (Vorjahr 29,6%).

Weiterhin besorgniserregend stellt sich die Ertragssituation der Restaurant-, Café- und Diskothekenbetreiber dar: 69,3% hatten einen Ertragsrückgang zu beklagen (Vorjahr 65,8%). Nur jeder zehnte Betrieb konnte die Erträge steigern. Dies ist das schlechteste Umfrageergebnis seit der Rezession im Jahr 2002.

Dennoch konnten 67,3% der Betriebe trotz der schwierigen Rahmenbedingungen ihre Mitarbeiterzahl konstant halten (Vorjahr 69,4%). 26,3% der Befragten waren gezwungen, Personal abzubauen (Vorjahr 22,7%). Die Investitionstätigkeit der Betriebe befindet sich weiterhin auf einem niedrigen Niveau. Nur jeder fünfte Betrieb war wirtschaftlich dazu in der Lage, Rationalisierungs- oder Modernisierungsmaßnahmen durchzuführen (Vorjahr 24,2%).

Unter den Gastronomen besteht wenig Hoffnung auf eine grundlegende Trendwende in diesem Jahr. Es ist daher verständlich, dass sich fast Dreiviertel der Unternehmer mit Investitionsmaßnahmen zurückhalten. Wie in der Hotellerie versucht die Hälfte der Befragten durch Angebotsanpassungen und einem verstärkten Marketing der Krise zu trotzen. Spielraum für Preissenkungen wird hier jedoch von den Wenigsten gesehen. Jeder vierte Betrieb sieht sich gezwungen, zumindest zeitweise Mitarbeiter freizustellen. Vier Prozent der Betriebe sehen bei einem Anhalten der Krise nur noch die Möglichkeit, ihren Betrieb zu schließen.

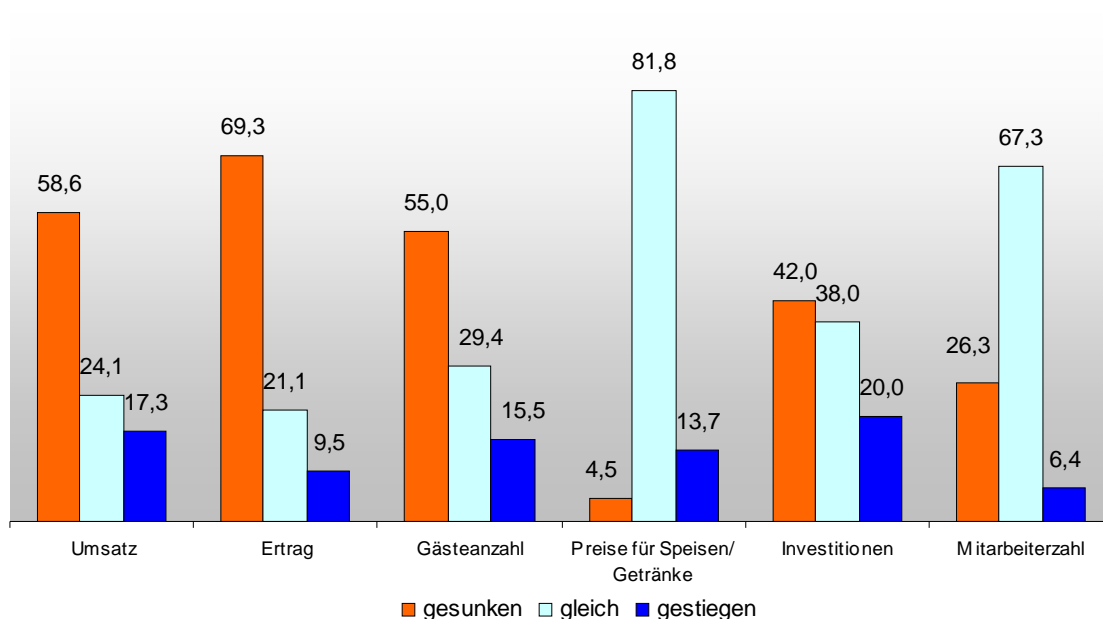
**Mit welchen Maßnahmen reagieren Sie auf die Finanz- und Wirtschaftskrise?  
(Anteil der Befragten)**



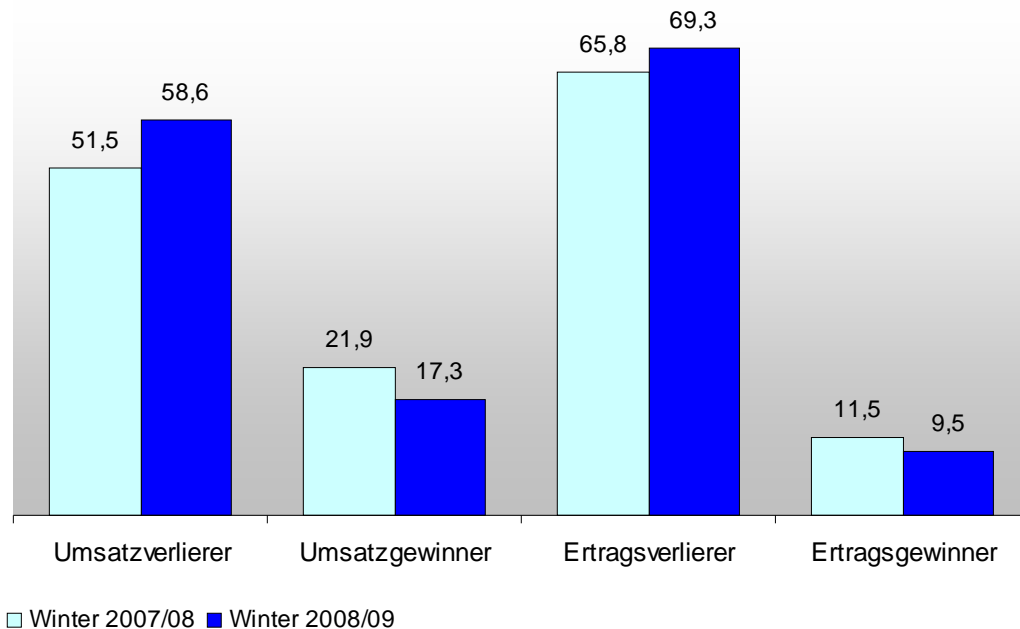
Wie schon im Vorjahr stellen die hohen Energie- und Betriebskosten die größte Herausforderung in der Gastronomie dar. Als belastend werden auch die hohen Steuern und Sozialabgaben gesehen. Zudem schürt die Wirtschaftskrise die Angst, dass sich der Gästerückgang verstärkt und der Pro-Kopf-Umsatz weiter sinkt.

Hauptproblemfelder in der Gastronomie nach Anteil der Befragten: (Mehrfachnennungen möglich)	
1. Energiekosten: 55% (Vorjahr: 62%)	↓
2. Betriebskosten allgemein: 53% (Vorjahr: 50%)	↑
3. Steuern/Sozialabgaben: 50% (Vorjahr: 31%)	↑
4. weniger Umsatz pro Gast: 41% (Vorjahr: nicht erhoben)	↑
5. weniger Gäste: 38% (Vorjahr: nicht erhoben)	↑

**Entwicklung betriebswirtschaftlicher Kenndaten in der Gastronomie im Winter 2008/09 (Anteil der Befragten in %)**



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



### Erwartungen in der Gastronomie für den Sommer 2009

Anders als in den Vorjahren sind die Gastronomen hinsichtlich der Geschäftserwartungen für den Sommer 2009 positiver gestimmt als ihre Kollegen aus der Hotellerie. Der Einbruch des internationalen Geschäftsreiseverkehrs wirkt sich in der Hotellerie unmittelbarer aus als in den Restaurants und Kneipen, die bisher noch von einer relativ stabilen Binnennachfrage profitieren.

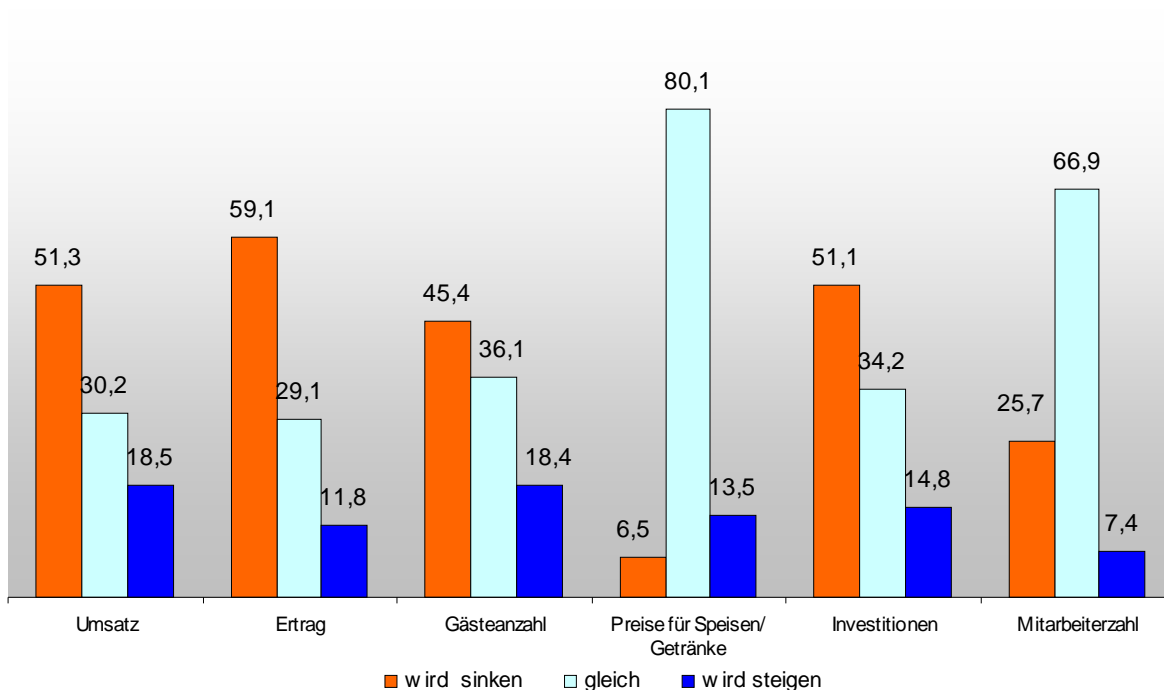
Eine wirkliche Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Situation erhoffen sich jedoch auch in diesem Segment des Gastgewerbes nur die Wenigsten: Lediglich 22,3% der Befragten prognostizieren eine bessere Geschäftslage als im vorangegangenen Winter (Vorjahr 24,1%). Dagegen stellen sich 30,9% der Restaurant-, Café- und Diskothekenbetreiber auf schlechtere Geschäfte ein (Vorjahr 33,9%). Der Saldo der erwarteten Geschäftslage bewegt sich mit Minus 8,6 Prozentpunkten damit auf ähnlich „hohem“ Niveau wie im Vorjahr.

Dieser Pessimismus zeigt sich auch in den konkreten Umsatz- und Ertragserwartungen: 51,3% der Befragten befürchten Umsatzverluste (Vorjahr 38,8%) und 59,1% kalkulieren mit geringeren Erträgen (Vorjahr 50,0%). Nur knapp jeder Fünfte (18,5%) glaubt an Umsatzsteigerungen (Vorjahr 26,3%). 11,8% kalkulieren im Sommer 2009 mit höheren Erträgen (Vorjahr 17,0%).

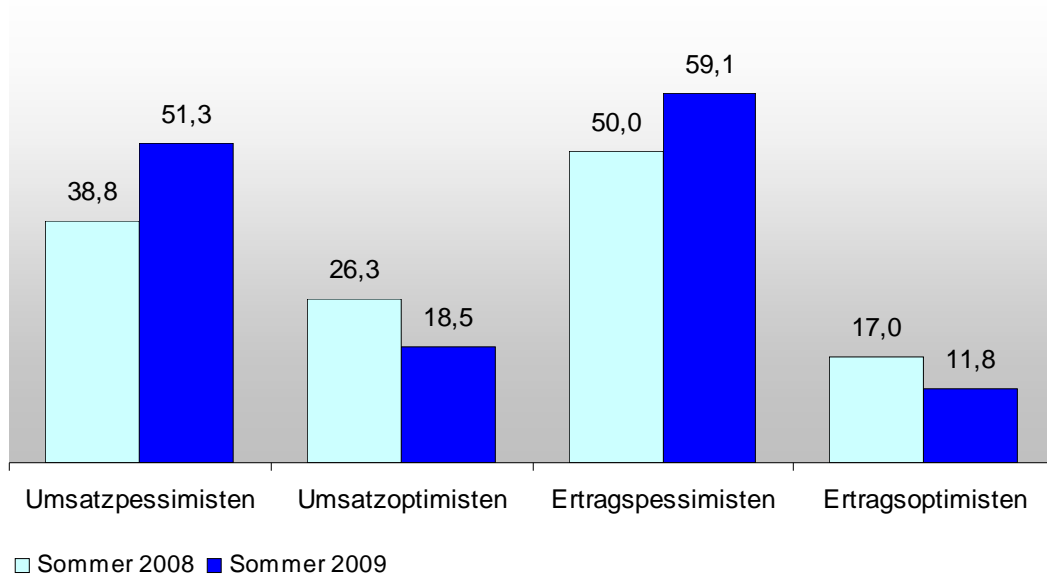
Fast jeder zweite Gastwirt geht davon aus, dass weniger Gäste kommen werden (Vorjahr 34,3%), nur 18,4% rechnen im Sommer 2009 mit einem höheren Gästeaufkommen. Im Vorjahreszeitraum lag dieser Wert bei 24,7%. In der Folge verschlechtert sich auch die Investitionsbereitschaft: 51,1% der Befragten wollen ihre Investitionen zurückfahren (Vorjahr 39,8%). Erfreulich ist, dass die Mehrheit der Befragten ihren Mitarbeiterstamm trotz der schwierigen Rahmenbedingungen zunächst konstant halten möchte.

Insgesamt sehen die Gastronomen den folgenden Monaten mit Skepsis entgegen. Es bleibt zu hoffen, dass das Wetter im Sommer 2009 der Branche einen unterstützenden Impuls gibt. Sollte dies nicht der Fall sein, wird sich die Geschäftslage weiter verschlechtern. Lediglich im Quickservice-Bereich kann auch weiterhin mit zufriedenstellenden Ergebnissen gerechnet werden.

### Erwartungen in der Gastronomie für den Sommer 2009 (Anteil der Befragten in %)



### Umsatz- und Ertragserwartung 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 – back to the roots. 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. Angesichts gesteigerter 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, Juni 2009

## Wirtschaftsfaktor Gastgewerbe im Jahr 2008

### 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
<b>Summe</b>	<b>46.354</b>	<b>43.073</b>	<b>-7,1</b>

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
<b>Summe</b>	<b>107.041</b>	<b>103.578</b>	<b>-3,2</b>

Quelle: DIHK, März 2009

Entwicklung aller fortbestehenden und neu begonnenen gastgewerblichen Ausbildungsverhältnisse 1998 bis 2008

