



»aktuell«

Nr. 06/24

DEHOGA zieht Halbzeitbilanz zur WM

1:1 zwischen Gewinnern und Verlierern im Gastgewerbe

Stimmung fantastisch / Branche setzt auf Langzeitwirkung

(Berlin, 29. Juni 2006) 36 Prozent der Hoteliers und Gastronomen in Deutschland zeigen sich mit dem bisherigen Umsatzverlauf zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft zufrieden, 12 Prozent sind sehr bis vollkommen zufrieden, so das Ergebnis einer repräsentativen Blitzlicht-Umfrage des Marktforschungsinstituts TNS Infratest im Auftrag des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA Bundesverband). 18,7 Prozent der 150 befragten gastgewerblichen Unternehmer gaben an, weniger zufrieden zu sein, jeder Vierte (25,3 Prozent) ist unzufrieden. Die Erwartungen der Hotellerie, insbesondere in WM-Spielstädten, haben sich eher erfüllt (41,3 Prozent) als die Hoffnungen der Gastronomen (20 Prozent). So ist auch der Zufriedenheitsgrad bei den Hotels höher als bei den Restaurants und Kneipen. 14,7 Prozent der Hoteliers sind sehr bis vollkommen zufrieden, dem stehen 9,3 Prozent der Gastronomen gegenüber, die gleiches sagen.

„Nicht jeder gastgewerbliche Unternehmer profitiert unmittelbar von der WM. Des einen Freud ist des anderen Leid“, kommentiert DEHOGA-Präsident Ernst Fischer die vorliegenden Zahlen. „Das schöne Wetter treibt die Fußball-Fans nach draußen.“ Große Gewinner seien deshalb vor allem Gartenlokale, Biergärten oder Terrassen mit Leinwänden zur Live-Übertragung von Fußballspielen. Die hochsommerlichen Temperaturen machten Kneipen und Restaurants dagegen zu den Umsatzverlierern. „Darüber hinaus ziehen Fanmeilen und Public-Viewing-Areas viele Gäste an.“ Davon hätten dann nur die Betriebe etwas, die sich in unmittelbarer Nähe dieser Orte befinden.

„Für die Hotellerie birgt ein mediales Großereignis wie die WM auch immer die Gefahr, das Stammgeschäft zu verdrängen“, berichtet der DEHOGA-Präsident weiter. Städte- oder Kulturreisende blieben aus, Tagungen oder Kongresse fänden nicht statt. Viele Hoteliers setzten jetzt auf das Last-Minute-Geschäft. „Hotels in WM-Spielstädten verbuchen derzeit kurzfristig eine deutlich gestiegene Nachfrage“, so Fischer.

„Insgesamt fällt die Halbzeitbilanz unserer Branche positiv aus“, macht Fischer deutlich. „Die Stimmung im Land ist, auch dank der Erfolge unserer National-Elf, fantastisch. Wir haben die Welt bei uns zu Gast und die Welt schaut auf uns. Wir präsentieren uns als weltoffene, herzliche und fröhliche Gastgeber. Das sind die Bilder, die in den Köpfen bleiben und die zum Kommen oder Wiederkommen anregen. Die WM ist eine hervorragende Werbung für das Reiseland Deutschland.“ ■

Pressemitteilung