

DIHK-Tourismus-Saisonumfrage "Frühjahr 2006"

Nach der DIHK-Tourismus-Saisonumfrage "Frühjahr 2006" steht das Geschäftsbarometer der deutschen Tourismuswirtschaft auf "sonnig". Vor allem Campingbetriebe hoffen auf gute Geschäfte. Die Bereitschaft zu Investitionen nimmt allgemein zu und die guten Aussichten wirken sich auch positiv auf die Beschäftigungspläne aus. Allerdings werden wegen der gestiegenen Ölpreise auch die Reisepreise im Veranstalterbereich steigen, da die Transportkosten dort einen erheblichen Anteil des Produkts ausmachen. Die Umfrage stützt sich auf insgesamt 6.000 Unternehmensantworten.

Ihr Ansprechpartner der IHK Siegen:

Rudolf König gen. Kersting,

☎ 0271 3302-320,

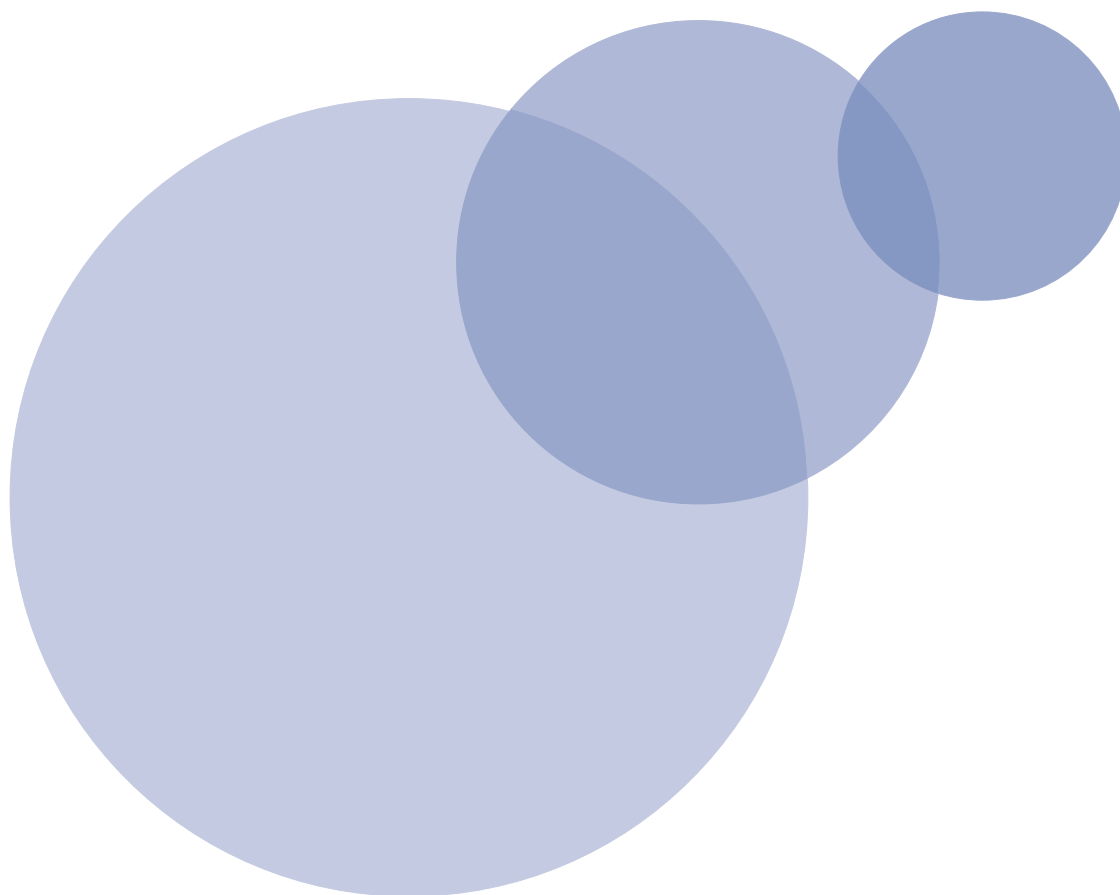
E-Mail rudolf.koenig@siegen.ihk.de

→ Anlage

Den gesamten Text der „DIHK-Tourismus-Saisonumfrage 2006“ finden Sie auf den nachfolgenden Seiten.

DIHK-Saisonumfrage Frühjahr 2006

Erwartungen an die Sommersaison 2006
Bilanz der Wintersaison 2005/2006



Tourismus



Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)
Bereich Dienstleistungen, Infrastruktur, Regionalpolitik – Berlin

Copyright Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise –
ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Herausgeber © Deutscher Industrie- und Handelskammertag | Berlin | Brüssel

DIHK Berlin:

Postanschrift: 11052 Berlin | Hausanschrift: Breite Straße 29 | Berlin-Mitte
Telefon (030) 20 308-0 | Telefax (030) 20 308 1000

DIHK Brüssel:

Hausanschrift: 19 A-D, Avenue des Arts | B-1000 Bruxelles
Telefon ++32-2-286 1611 | Telefax ++32-2-286 1605

Internet: www.ihk.de

Redaktion Ulrike Regele
DIHK – Bereich Dienstleistungen, Infrastruktur, Regionalpolitik

Stand Juni 2006

■ Inhalt

I	Geschäftslage in der Wintersaison 2005/06	7
	Geschäftslage im Gastgewerbe	7
	Umsatz- und Ertragslage	8
	Ankünfte, Übernachtungen, Auslastung	8
	Geschäftslage im Touristikmarkt	10
	Umsatz- und Ertragslage	10
	Buchungszahlen und Reiseausgaben	11
II	Erwartungen und Pläne für die Sommersaison 2006	12
	Erwartungen im Gastgewerbe	12
	Erwartungen im Touristikmarkt	13
	Preisentwicklung	14
	Investitionen – Absichten und Motive	15
	Beschäftigung	16
III	Auswirkungen der Fußball-Weltmeisterschaft	17
	Fußball-WM und Geschäftserwartungen im Gastgewerbe	18
	Fußball-WM und Beschäftigungspläne im Gastgewerbe	19
IV	Methodische Grundlagen	19
V	Tabellenanhang	20

■ Die wesentlichen Ergebnisse der DIHK-Saisonumfrage Frühjahr 2006

Geschäftslage im Winter 2005/06

Das Gastgewerbe in den Städten boomte im letzten Winter. Die Gastronomie legte am stärksten zu. Die Touristik ist mehrheitlich zufrieden, aber Wachstumsraten bei Veranstaltern und Reisebüros stagnierten.

Auslastung und Buchungszahlen

Die Zahl der Ankünfte stieg im Winter wieder stärker an als die der Übernachtungen, damit sinkt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer. Ausländische Gäste beleben den deutschen Tourismus weiterhin sehr stark. Die Auslastung verbessert sich leicht, aber der Wettbewerb bleibt hart. Die Hotelkapazitäten wachsen, Gasthöfe und Pensionen verlieren Betten.

Geschäftserwartungen für den Sommer 2006

Das Geschäftsbarometer der deutschen Tourismuswirtschaft steht auf „sonnig“. Das Gastgewerbe startet mit viel Optimismus in den Sommer. Vor allem die Campingbetriebe hoffen auf ein gutes Geschäft. Bei Reisebüros und -veranstaltern ist die Stimmung verhaltener. Die Busbetriebe machen endlich einen großen Sprung auf der Konjunkturleiter und gehen viel optimistischer als im Vorjahr in die neue Saison.

Preisentwicklung

Die große Mehrheit der Unternehmen hält die Preise stabil. Allerdings werden Reiseveranstalter und Busunternehmen die gestiegenen Treibstoffkosten für Flüge und Fahrbetrieb an die Kunden weitergeben.

Investitionen

Die Bereitschaft zu Investitionen wird durch die guten Geschäftsaussichten etwas stärker. Das Gastgewerbe wird mehr als im Vorjahr in kosten senkende und rationalisierende Maßnahmen investieren. Die Touristikbetriebe erhöhen ihre Investitionen in Produktinnovationen und Angebotsweiterungen.

Beschäftigung

Die guten Aussichten wirken sich positiv auf die Beschäftigungspläne der Tourismusbetriebe aus. Immer weniger Betriebe denken über Personalabbau nach. Im Gastgewerbe werden im Sommer 2006 mehr Betriebe Personal einstellen als im Vorjahr.

Auswirkungen Fußball WM

Das Gastgewerbe verspricht sich durch die WM vor allem an den Spielorten deutliche Impulse für das Sommergeschäft. Außerhalb der Fußballstätten ist allerdings Realismus eingekehrt. Nur wenige Betriebe versprechen sich ein zusätzliches Geschäft durch die WM.

I GESCHÄFTSLAGE IN DER WINTERSAISON 2005/06

Geschäftslage im Gastgewerbe

Der Deutschlandtourismus wächst wieder. Beherbergungs-, Gastronomie- und Campingbetriebe melden durchweg bessere Zahlen als im Vorjahr. 22 Prozent des Gastgewerbes bezeichneten ihre Lage in der vergangenen Wintersaison als gut und 33 Prozent als schlecht (vgl. Abb. 2).

Damit ergibt sich zwar ein negativer Lagesaldo von minus 11 Prozentpunkten. Gegenüber dem Vorjahreswert von minus 19 Prozentpunkten resultiert daraus aber eine Verbesserung um 8 Punkte. Vor allem der Beherbergungs- und der Gastronomie-sektor haben Boden wettgemacht (Lagesaldo plus 8 bzw. plus 9 Prozentpunkte). In der Campingbranche beträgt die Verbesserung plus 4 Prozentpunkte (vgl. Abb. 1).

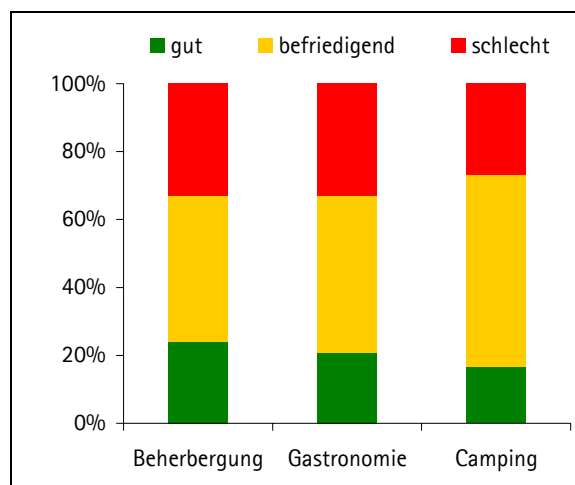


Abb. 2: Geschäftslage Wintersaison 2005/06

Besonders gute Geschäfte machten im Winter die Stadtstaaten Hamburg, Berlin und Bremen, die vom boomenden Städtetourismus profitierten. Auch das Saarland und Baden-Württemberg bewerten die Wintersaison überdurchschnittlich positiv.

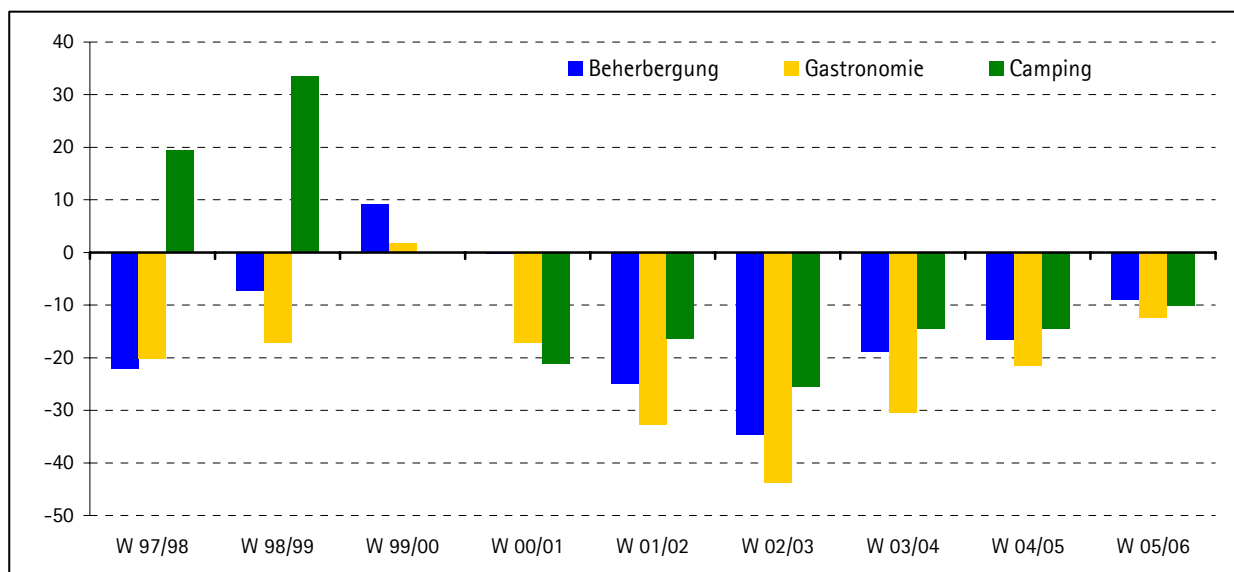


Abb. 1: Entwicklung: Bewertung der Geschäftslage im Gastgewerbe (Saldo: Anteil der Gut- abzüglich Anteil der Schlecht-Meldungen)

Umsatz- und Ertragslage

Der Umsatz entwickelte sich im letzten Winter insgesamt positiv. So konnten 57% der gastgewerblichen Betriebe steigende oder gleich bleibende Umsätze verzeichnen. Der Wert liegt damit 3 Prozentpunkte über dem des Vorjahres. Am stärksten verbesserte sich die Gastronomie. Der Umsatzsaldo stieg um 9 Punkte auf minus 12 Prozentpunkte (vgl. Abb. 3).

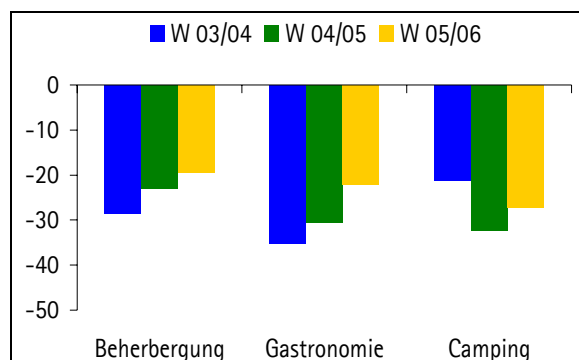


Abb. 3: Umsatzentwicklung im Gastgewerbe im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangene-Anteile)

Die Ertragslage verbessert sich nicht in dem Maße, wie es die Beurteilung der Geschäftslage erwarten lässt (vgl. Abb. 4). Im Beherbergungsbereich verschlechterte sich der Saldo sogar um einen knappen Prozentpunkt. Der lange und kalte Winter trieb bei vielen Beherbergungsbetrieben die Ausgaben für Heizung und Energie in die Höhe, was zu einer Schmälerung der Erlöse führte.

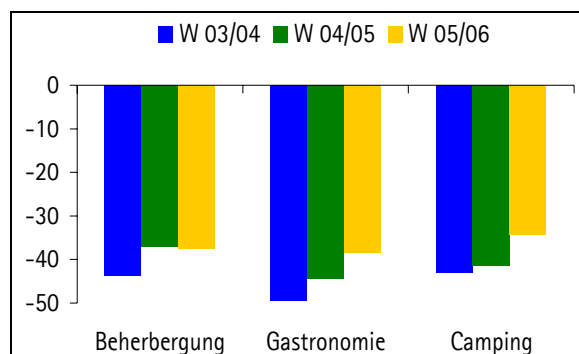


Abb. 4: Ertragsentwicklung im Gastgewerbe im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

Ankünfte, Übernachtungen, Auslastung

Grund für die gute Geschäftslage im vergangenen Winter sind die gestiegenen Ankunfts- und Übernachtungszahlen¹ in Deutschland (vgl. Abb. 5 und Abb. 6). Die Ankunftsdaten lagen in jedem Monat des Winterhalbjahres über denen des Vorjahres. Insgesamt waren von Oktober 2005 bis März 2006 50,4 Mio. Ankünfte zu verzeichnen. Das sind 3,5% mehr als im Vorjahreszeitraum.

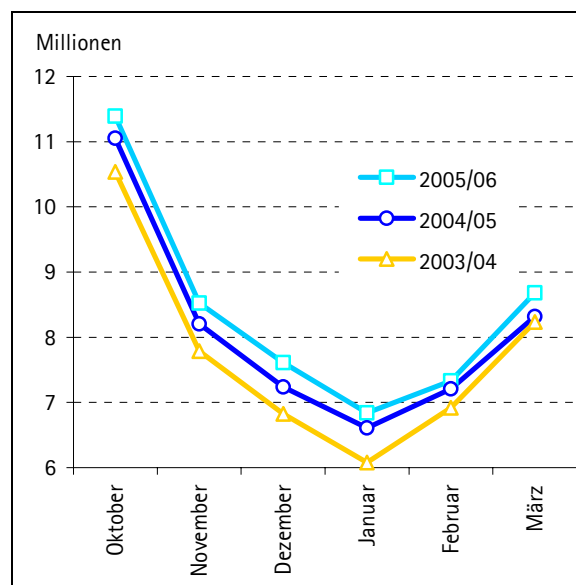


Abb. 5: Ankünfte in deutschen Beherbergungsstätten

Quelle: Statistisches Bundesamt

Die Gesamtzahl der Übernachtungen ist im Winterhalbjahr ebenfalls gestiegen. Von Oktober 2005 bis März 2006 nahm die Zahl der Übernachtungen gegenüber dem Vorjahr auf 132 Mio. (plus 0,6%) zu. Die auffällig hohen Übernachtungszahlen im März 2005 sind auf die frühen Osterferien im letzten Jahr zurückzuführen (vgl. Abb. 6). Das unterschiedlich starke Wachstum bei Ankünften und Übernachtungen zeigt, dass sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer weiter verkürzt und im Winter 05/06 nur noch bei 2,6 (VJ 2,7) Tagen lag.

¹ Bezogen auf Ankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsstätten mit 9 und mehr Gästebetten.

Besonders dynamisch entwickelten sich die Ankünfte aus dem Ausland. Diese konnten im Winterhalbjahr im Vergleich zum Vorjahr um 7%, die Zahl der Übernachtungen um 6% gesteigert werden.

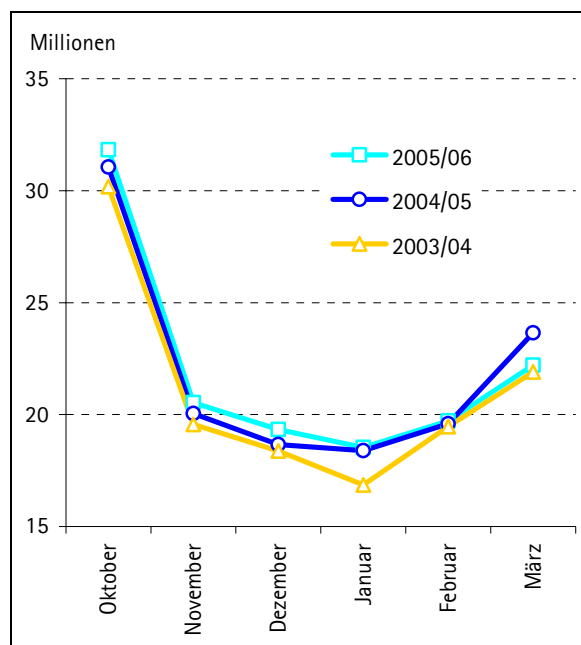


Abb. 6: Übernachtungen in deutschen Beherbergungsstätten

Quelle: Statistisches Bundesamt

Zimmerauslastung

Die Zimmerauslastung im Beherbergungsbereich nahm gegenüber dem Vorjahr um über einen Prozentpunkt zu (vgl. Abb. 7). Bei 23% der Betriebe hat sich die Zimmerauslastung verbessert, bei 33% ist sie gleich geblieben und bei 44% hat sie sich verschlechtert. Insgesamt ist hier im dritten Jahr in Folge wenig Bewegung zu verzeichnen. Trotz gesteigerter Übernachtungszahlen verbesserte sich die Auslastung der Beherbergungsbetriebe also kaum. Grund dafür ist, dass in Deutschland trotz der angespannten Wettbewerbssituation laufend weitere Kapazitäten entstehen. Vor allem in den Städten wird das Zimmerangebot ausgebaut.

Die Zahl der angebotenen Betten stieg im vergangenen Jahr insgesamt zwar nur um ca. 4.100 (plus

0,2%, Stand März 2006). Die Zuwächse in den Regionen und bei den Betriebstypen fielen jedoch sehr unterschiedlich aus. Gasthöfe, Pensionen und Kliniken verzeichneten Rückgänge. Dagegen kamen bei den Hotels über 8.000 Betten dazu. Die höchsten Wachstumsraten hatten die Boardinghäuser (plus 24% bzw. 1.100 Betten). In Berlin nahm die Zahl der Betten überdurchschnittlich zu (plus 6%). In Hessen waren die Zuwächse durch viele Hotelneueröffnungen in Frankfurt (plus 3%) ebenfalls sehr hoch. Verloren haben klassische Tourismusorte im Kur- und Erholungssektor.

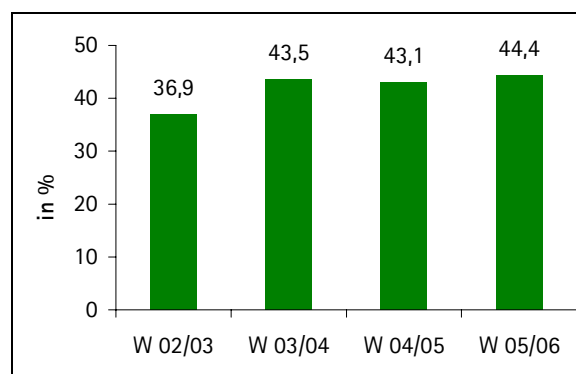


Abb. 7: Entwicklung Zimmerauslastung

Stellplatzauslastung

Auch die Auslastung der Campingplätze hat sich in der Wintersaison verbessert. Bei 55% der Betriebe nahm sie zu oder ist gleich geblieben. 45% hatten Rückgängen zu verzeichnen.

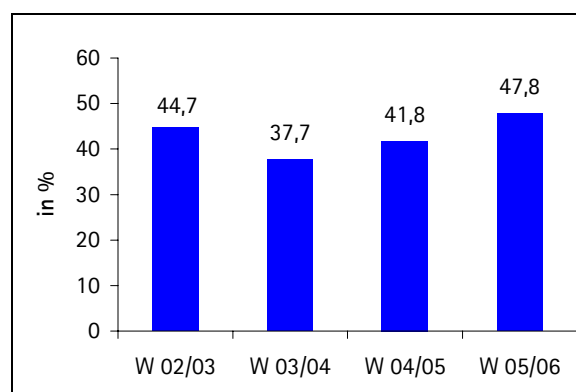


Abb. 8: Entwicklung der durchschnittlichen Stellplatzauslastung

Geschäftslage im Touristikmarkt

Bei Reisebüros und –veranstaltern fiel die Verbesserung der Geschäftslage nicht so gut aus wie im Gastgewerbe. Aber auch hier ist man allgemein zufrieden: ein Viertel der Reiseunternehmen berichtet von guten Geschäften im Winter 2005/06, für über die Hälfte war die Lage befriedigend.

Auch bei den Omnibusbetrieben hat sich die Stimmung im Vergleich zum Vorjahr gebessert: Fast doppelt so viele Betriebe wie im Winter 2004/05 berichteten von einer guten Geschäftslage und der Lagesaldo kletterte von minus 27 Prozentpunkte auf minus 17 Prozentpunkte.

Tab. 1: Regionale Unterschiede Geschäftslage Winter 2005/06 (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

	Reisebüro	Reiseveranstalter	Omnibusunternehmen
West	+ 8,1	+ 4,2	- 12,4
Ost	- 0,9	- 6,0	- 29,2

Die Geschäftslage wird in allen drei Segmenten in den alten Bundesländern besser beurteilt als in den neuen (vgl. Tab. 1). Die Differenz beträgt bei Reisebüros/–veranstaltern 9-10 Prozentpunkte, bei den Busbetrieben sogar fast 17 Prozentpunkte.

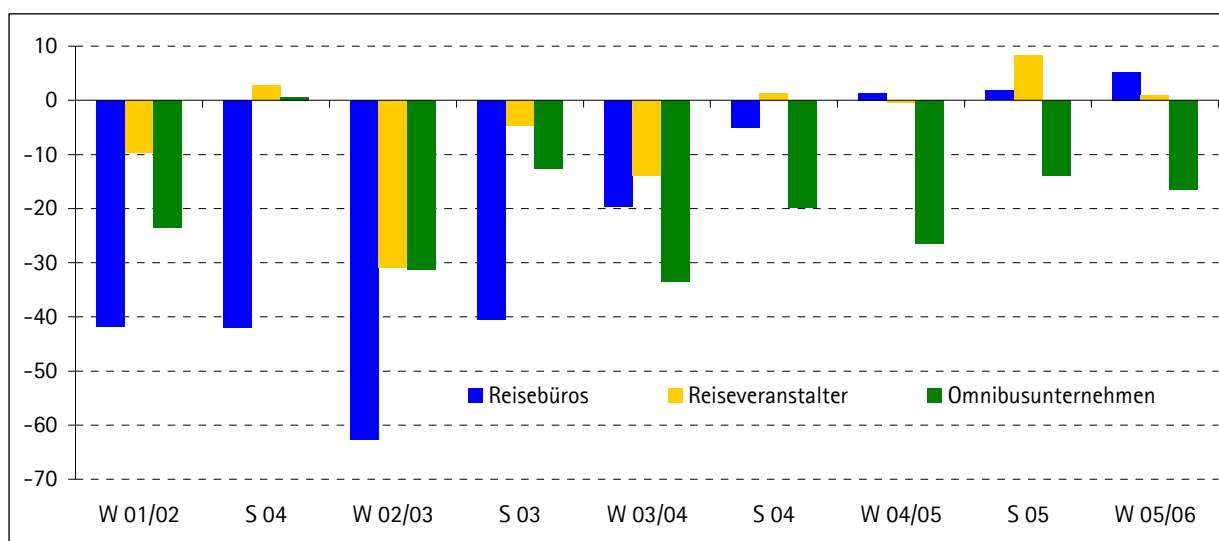


Abb. 9: Entwicklung der Geschäftslage im Touristikmarkt (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

Umsatz- und Ertragslage

Bei Reisebüros und Veranstaltern verschlechterten sich die Umsatzzahlen gegenüber dem Vorjahr.

Hatten die Reisebüros im Vorjahr noch eine schwarze Null beim Saldo zu verzeichnen, sackte der Wert für den vergangenen Winter auf minus 6 Prozentpunkte ab.

Bei den Reiseveranstaltern betrug die Verschlechterung nur minus 4 Punkte. Allerdings lag der Saldo im Vorjahr schon bei minus 10 Prozentpunkte.

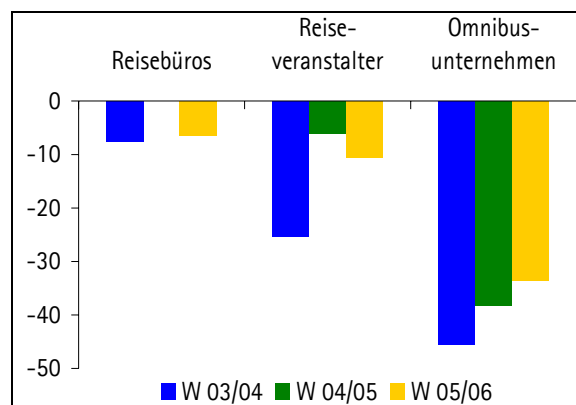


Abb. 10: Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Saldo Gestiegen-/Zurückgegangen-Anteile)

Lediglich die Busbetriebe beurteilten die Entwicklung der Umsätze etwas besser als im Vorjahr. Allerdings starteten sie von einem sehr niedrigen Niveau. Der Saldo lag im vergangenen Winter bei minus 54 Prozentpunkte und verbesserte sich somit gegenüber dem Vorjahr um 4 Punkte.

Auch bei den Erträgen kämpft die Touristikbranche weiterhin mit Rückgängen. Bei den Reisebüros war das Minus in der vergangenen Wintersaison am größten. Der Saldo für die Ertragsentwicklung verschlechterte sich im Vergleich zum Vorjahr um minus 11 Punkte, bei den Veranstaltern um minus 3 Punkte (vgl. Abb. 11). Nur ein knappes Fünftel der Betriebe konnte die Gewinne steigern, knapp die Hälfte musste Einbußen hinnehmen.

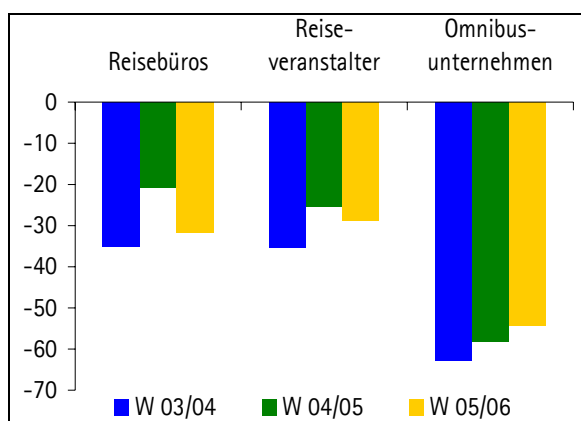


Abb. 11: Ertragsentwicklung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen-Anteile)

Beim Ertrag gab es nur in der Busbranche einen positiven Lichtblick. Zwar geht die Erholung von einem sehr niedrigen Niveau aus, aber der Saldo konnte um 4 Punkte von minus 58 Prozentpunkten auf minus 54 Prozentpunkte verbessert werden. Ein erstes Anzeichen, dass die Branche den konjunkturellen Tiefpunkt hinter sich lassen könnte.

Buchungszahlen und Reiseausgaben

Die Zahl der gebuchten Reisen hat sich im Winter 2005/06 im Vergleich zum Vorjahr bei Reisebüros- und -veranstaltern negativ entwickelt. Jeweils 37% gaben an, dass die Zahl der Reisen abgenommen hat und lediglich 29% bzw. 27% Prozent gaben gestiegene Buchungszahlen an. Damit verschlechterte sich der Saldo auf minus 7 bzw. minus 11 Prozentpunkte (vgl. Abb. 12). Auch hier konnte lediglich die Busbranche punkten: 11% der Betriebe hatten Zuwächse bei den Buchungen. Damit hat sich der Saldo um 8 Punkte auf minus 39 Prozentpunkte verbessert.

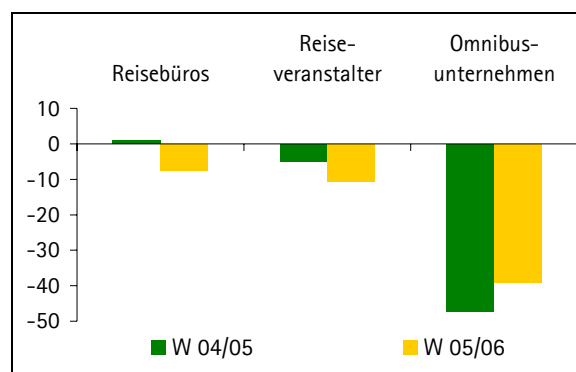


Abb. 12: Entwicklung der gebuchten Reisen (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen-Anteile)

Die Entwicklung der Kundenausgaben hat sich bei Reisebüros und -veranstaltern ebenfalls verschlechtert, während die Busbetriebe auch hier Boden gut machen konnten.

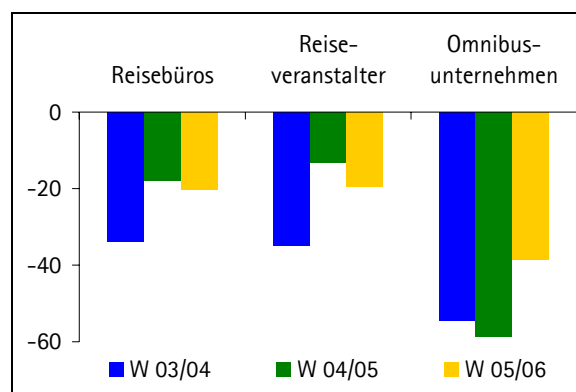


Abb. 13: Entwicklung der Kundenausgaben (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen-Anteile)

II ERWARTUNGEN UND PLÄNE FÜR DIE SOMMERSAISON 2006

Erwartungen im Gastgewerbe

Die Erwartungen für die kommende Sommersaison liegen deutlich im Plus. 29% der Betriebe im Gastgewerbe gehen von einer günstigeren Geschäftslage aus, 48% rechnen mit gleich bleibenden und nur 23% mit schlechteren Geschäften. Gründe für den Optimismus sind sicherlich die weiter ansteigenden Touristenzahlen für die Destination Deutschland, die in diesem Jahr durch die Fußball WM noch unterstützt werden (vgl. dazu den Punkt „Auswirkungen der Fußball-WM“ ab S. 17).

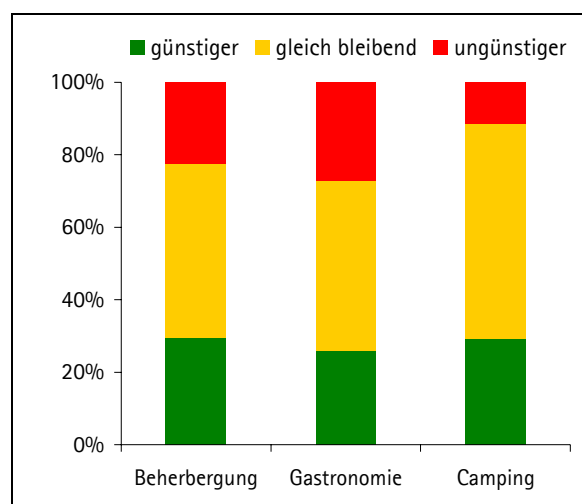


Abb. 14: Erwartete Geschäftslage im Gastgewerbe für die Sommersaison 2006

Der größte Optimismus herrscht in der Campingbranche (Erwartungssaldo: plus 18 Prozentpunkte), gefolgt vom Beherbergungssektor (plus 7 Prozentpunkte) und der Gastronomie (plus 3 Prozentpunkte). Damit hat sich in allen Segmenten die Einschätzung für die Sommersaison im Vergleich zum Vorjahr erheblich verbessert (vgl. Abb. 15). Diese Zahlen zeigen, dass sich die konjunkturelle Erholung im Tourismus weiter fortsetzt.

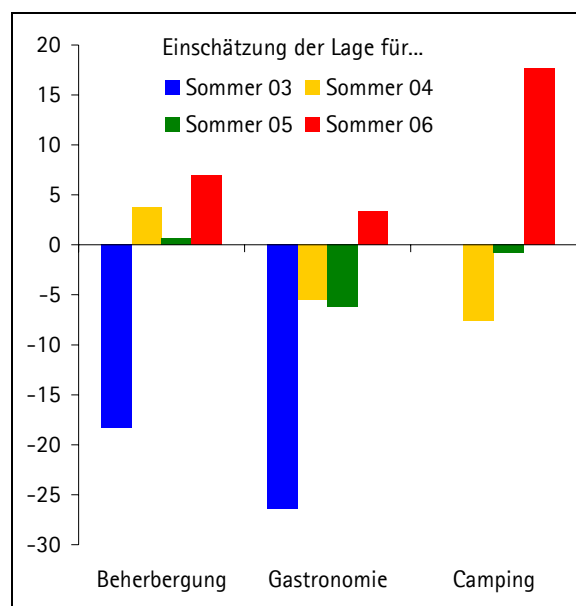


Abb. 15: Entwicklung der Einschätzung der Geschäftslage für die Sommersaison im Gastgewerbe (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

Bei allen alten Bundesländern liegt der Erwartungssaldo im positiven Bereich. Besonders optimistisch gehen die Betriebe in den Stadtstaaten Berlin und Hamburg in die nächste Saison, gefolgt vom Saarland und Baden-Württemberg. In allen neuen Bundesländern gibt es dagegen ein Minus, das in Thüringen besonders hoch ausfällt.

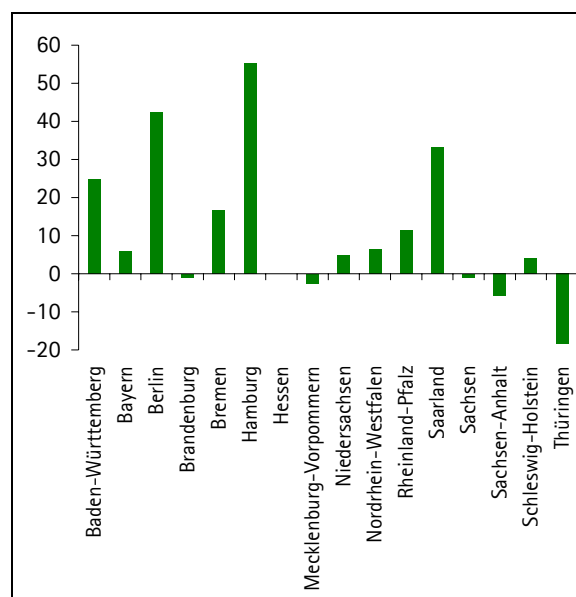


Abb. 16: Einschätzung der Geschäftslage für die Sommersaison im Gastgewerbe - Vergleich nach Bundesländern (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

Erwartungen im Touristikmarkt

Im Touristikmarkt werden die Aussichten etwas verhaltener eingeschätzt als im Gastgewerbe. Reisebüros und –veranstalter starten etwas weniger optimistisch als im letzten Sommer in die Saison. 24% bzw. 27% gehören zu der optimistisch gestimmten Fraktion, während 28% bzw. 23% eine ungünstigere Entwicklung für das Sommergeschäft befürchten. Bei den Busbetrieben rechnen lediglich 15% mit einer günstigeren Geschäftslage, die doppelte Zahl, nämlich 30%, stellt sich auf ein schlechteres Sommergeschäft ein (vgl. Abb. 17).

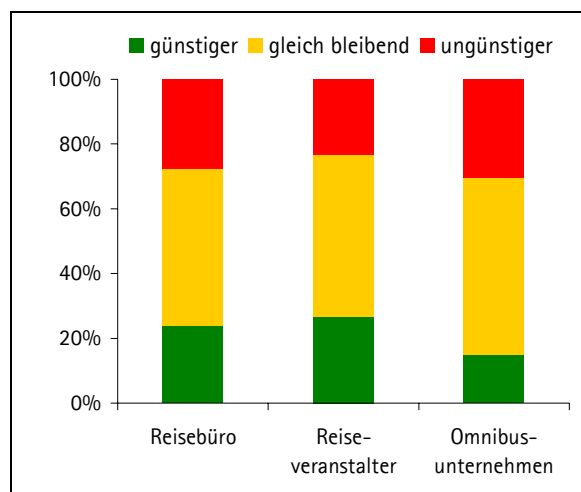


Abb. 17: Erwartete Geschäftslage im Touristikmarkt für die Sommersaison 2006

Im zeitlichen Vergleich (vgl. Abb. 18) zeigt sich, dass Reiseveranstalter und –büros weniger positiv als im Vorjahr in die Sommersaison gehen. Dabei sind die Reiseveranstalter die Einzigen mit einem positiven Saldo (plus 3 Prozentpunkte). Die Reisebüros sind im Vergleich zu den beiden Vorjahren weiter ins Minus gerutscht. Die Busunternehmen bewegen sich deutlich in der negativen Zone. Allerdings blicken sie deutlich positiver als in den letzten beiden Jahren auf die kommende Saison.

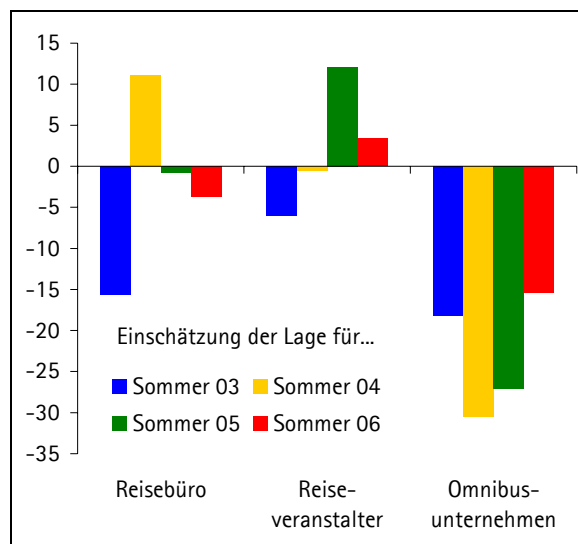


Abb. 18: Entwicklung der Einschätzung der Geschäftslage für die Sommersaison im Touristikmarkt (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

Ein interregionaler Vergleich der Betriebe zeigt, dass sich die allgemein schlechte wirtschaftliche Lage im Osten auch auf das Geschäft im Touristiksektor auswirkt. Während Reisebüros und –veranstalter im Westen sogar einen positiven Saldo bei den Erwartungen zu verzeichnen haben, liegt er im Osten deutlich im negativen Bereich. Auch die Busbetriebe sehen im Westen optimistischer in die Zukunft als im Osten (Abb. 19).

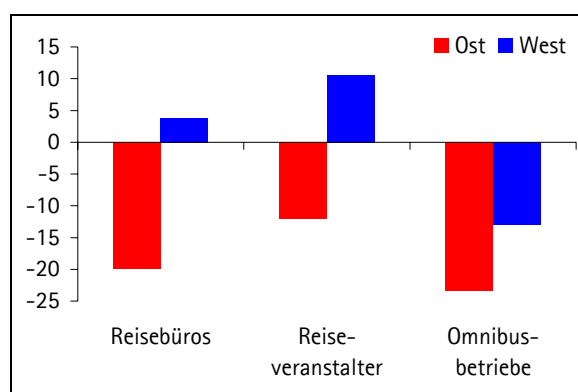


Abb. 19: Erwartete Geschäftslage für die Sommersaison 2006 – Vergleich Ost- und Westdeutschland (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

Preisentwicklung

Der größte Teil der Unternehmen im Tourismus wird die Preise im Sommer stabil halten: 71% der Beherbergungsbetriebe, 73% der Gastronomen und 76% der Campingplatzbetreiber rechnen mit gleich bleibenden Preisen (vgl. Abb. 20). Allerdings ist im Vergleich zum Vorjahr der Anteil der Unternehmen gestiegen, die Preiserhöhungen planen. Aus diesem Grund fällt der Saldo für die Preisentwicklung deutlich höher aus als im Vorjahr (vgl. Abb. 21).

Auch in der Touristikbranche will die Mehrheit der Unternehmen die Preise stabil halten. Allerdings sieht sich ein Teil der Reiseveranstalter und Omnibusunternehmen gezwungen, die gestiegenen Energiepreise weiter zu geben (vgl. Abb. 22). Grund dafür ist der hohe Rohölpreis, der sich auf die Flugkosten auswirkt. Auch bei den Busbetrieben muss mehr für den Treibstoff bezahlt werden, was sich in den Reisepreisen niederschlägt. Aus diesen Gründen steigen die Preisentwicklungssalden gegenüber dem Vorjahr weiter an (vgl. Abb. 23).

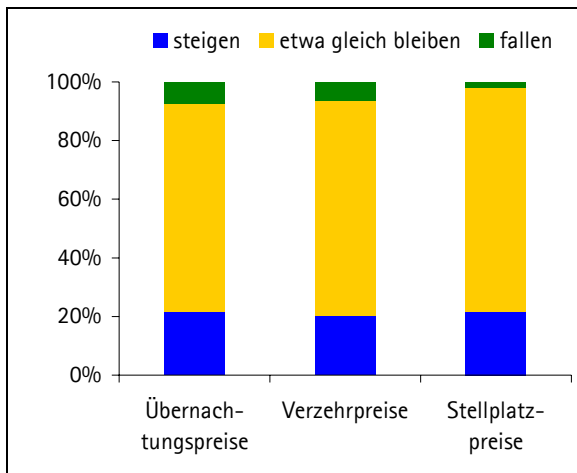


Abb. 20: Entwicklung der Preise im Gastgewerbe

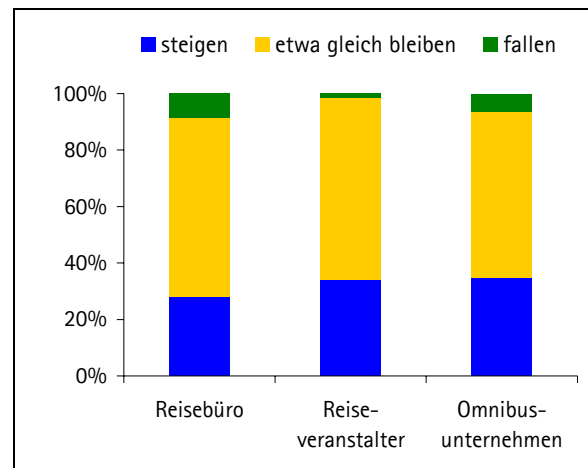


Abb. 22: Entwicklung der Verkaufspreise in der Touristik

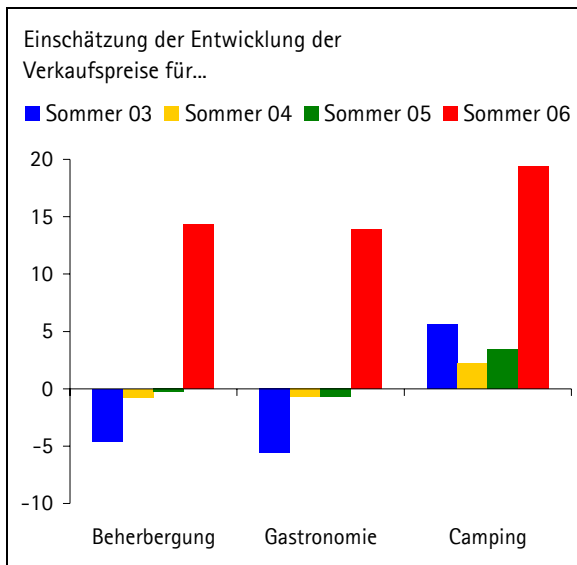


Abb. 21: Entwicklung der Preise für die Sommersaison im Gastgewerbe (Saldo Steigen-/Fallen-Anteile)

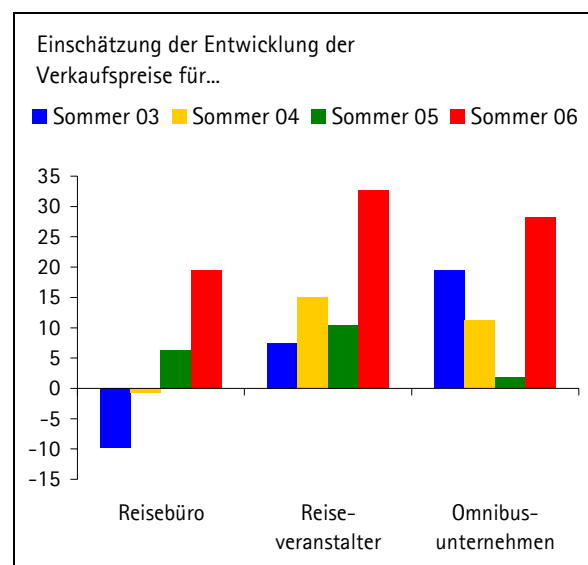


Abb. 23: Entwicklung der Verkaufspreise für die Sommersaison im Touristikmarkt (Saldo Steigen-/Fallen-Anteile)

Investitionen – Absichten und Motive

72% der gastgewerblichen Betriebe beabsichtigen in den nächsten Monaten zu investieren. Dies gilt vor allem für die Campingbetreiber (vgl. Abb. 24). Gegenüber dem Vorjahr hat sich in allen Segmenten der Investitionswille verstärkt.

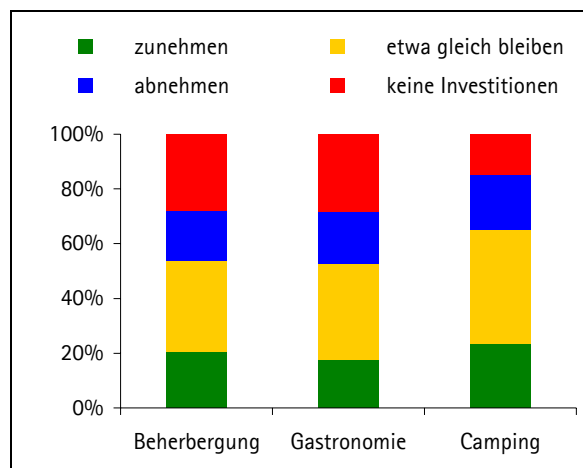


Abb. 24: Investitionsbereitschaft im Gastgewerbe

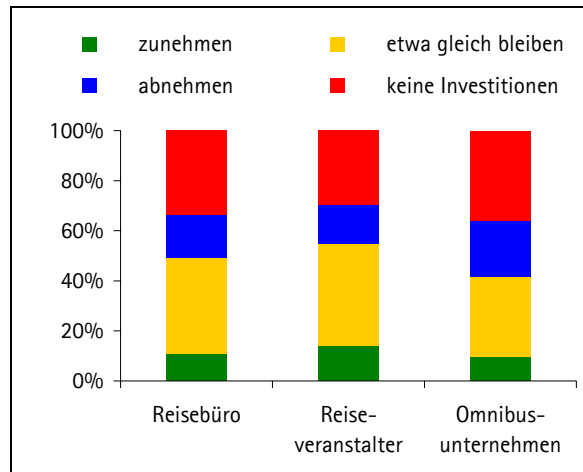


Abb. 25: Investitionsbereitschaft im Touristikmarkt

Im Touristikmarkt ist die Investitionsbereitschaft etwas geringer. Im Schnitt wollen 67% der Betriebe investieren. Am niedrigsten ist der Anteil bei den Busbetrieben. Dort wollen nur 64% überhaupt investieren. Dagegen planen 70% der Reiseveranstalter und 66% der Reisebüros Investitionen (vgl. Abb. 25).

Gegenüber dem Vorjahr ergeben sich wenige Veränderungen. Lediglich bei den Reiseveranstaltern werden die Investitionen geringer ausfallen als im Vorjahr.

Die Verteilung der Mittel auf die verschiedenen Investitionsbereiche bleibt in der Grundstruktur gleich wie in den Vorjahren. Das meiste Geld fließt wie bisher vorrangig in Modernisierungsmaßnahmen und Ersatzbeschaffungen (vgl. Abb. 26). In Teilbereichen gibt es aber kleine Veränderungen. So neigen im Gastgewerbe mehr Betriebe als im Vorjahr dazu, in kosten senkende und rationalisierende Maßnahmen zu investieren. Im Touristikbereich werden stärker als im Vorjahr Mittel in Produktinnovationen und Angebotserweiterungen gelenkt. Vor allem die Busbetriebe (plus 13 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahr) und die Reiseveranstalter (plus 11 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahr) setzen auf neue Angebote.

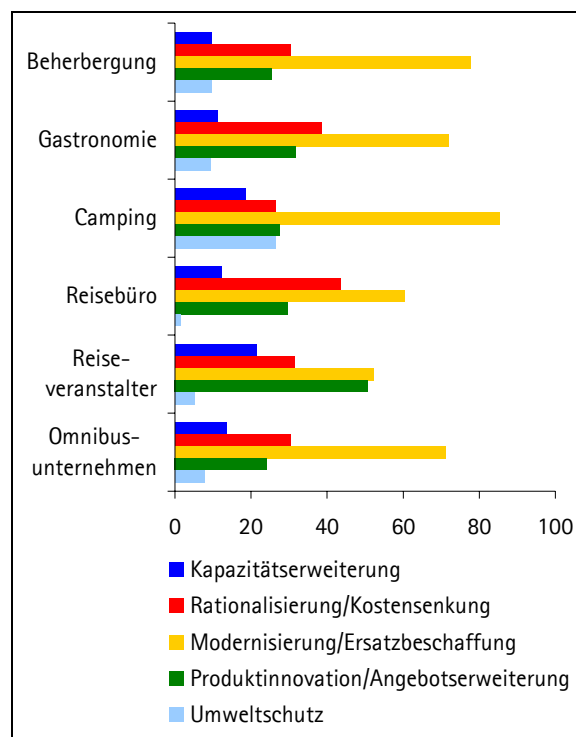


Abb. 26: Bereiche der Investitionsplanung (Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich)

Beschäftigung

Die guten Aussichten für den Sommer schlagen sich auch deutlich in den Beschäftigungsplänen der Unternehmen nieder. Weniger Unternehmen als im Vorjahr wollen Personal abbauen und mehr wollen neue Beschäftigte einstellen. Am stärksten plant die Gastronomie den Einsatz neuer Kräfte (vgl. Abb. 27).

Der Saldo liegt zwar immer noch im negativen Bereich, entwickelt sich aber weiterhin sehr positiv. Bei den Campingbetrieben scheint der Personalabbau sogar gestoppt. Dort beträgt der Saldo nur noch minus 1 Prozentpunkt (vgl. Abb. 28).

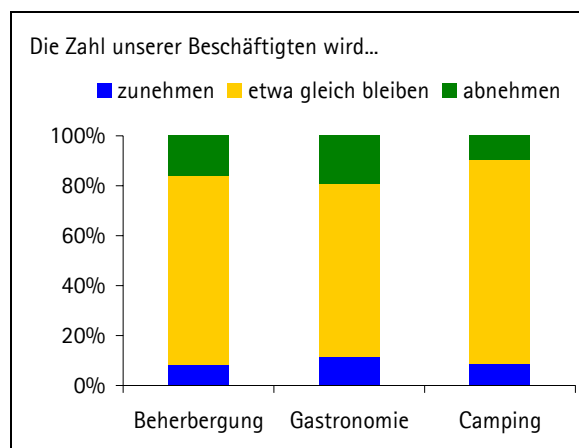


Abb. 27: Zukünftige Entwicklung der Beschäftigtenanzahl im Gastgewerbe

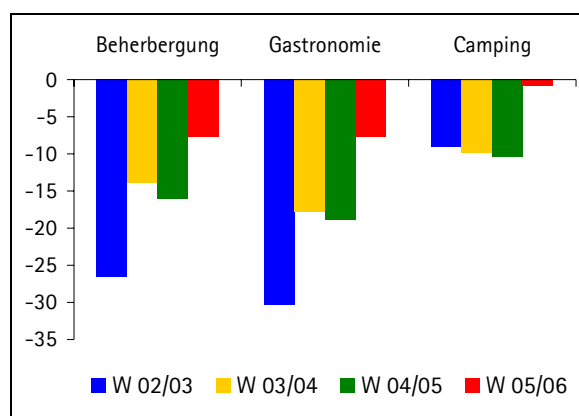


Abb. 28: Entwicklung der Beschäftigtenanzahl im Gastgewerbe (Saldo Steigen-/Abnehmen-Anteile)

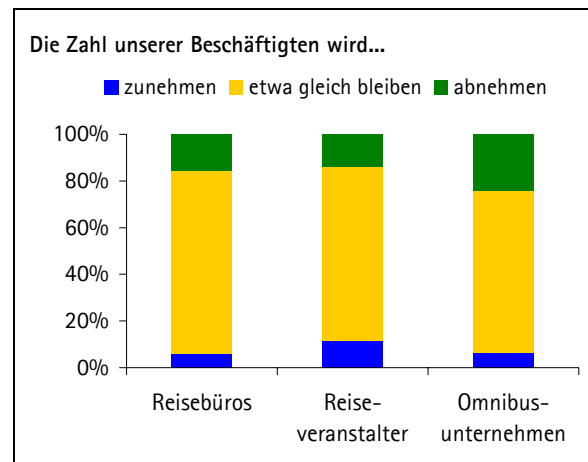


Abb. 29: Zukünftige Entwicklung der Beschäftigtenanzahl im Touristikmarkt

12% der Reiseveranstalter und je 6% der Busbetriebe und Reisebüros wollen in den nächsten sechs Monaten mehr Personal beschäftigen (vgl. Abb. 29). Damit steigen die Werte gegenüber dem Vorjahr zwar leicht an, sind jedoch nicht so stark gewachsen wie im Gastgewerbe. Der Saldo entwickelt sich ebenfalls weiterhin positiv, aber auch hier sind die Veränderungen gegenüber dem Vorjahr gering. Insgesamt am besten stehen die Reiseveranstalter mit einem Saldo von minus zwei Prozentpunkten da (vgl. Abb. 30).

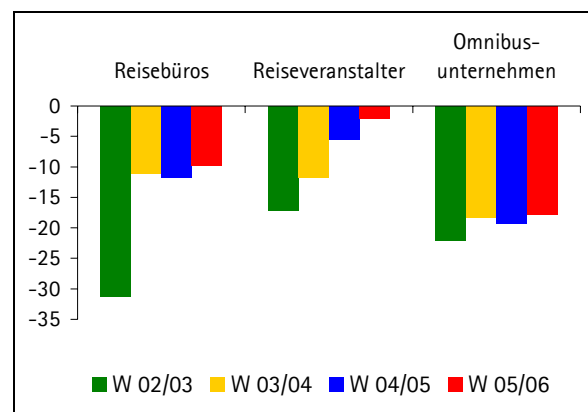


Abb. 30: Entwicklung der Beschäftigtenanzahl im Touristikmarkt (Saldo Steigen-/Abnehmen-Anteile)

III AUSWIRKUNGEN DER FUßBALL-WELTMEISTERSCHAFT

Nach der allgemeinen Konjunkturumfrage des DIHK im Herbst 2005 war die Stimmung in Hotels und Gastronomie in Bezug auf die WM 2006 überdurchschnittlich gut (vgl. Abb. 2). Da das Gastgewerbe einer der Hauptgewinner der WM ist, wurde die gleiche Fragestellung noch einmal in der Saisonumfrage im Frühjahr 2006 gestellt. Es zeigt sich, dass Hoteliers und Gastronomen die direkten Auswirkungen jetzt nüchterner sehen.

An den Spielorten sind Beherbergungsgewerbe und Gastronomie nach wie vor optimistisch und hoffen auf direkte Wirkungen durch mehr Konsum der Fußballzuschauer. In den IHK-Regionen mit Spielorten rechnen 43% der Übernachtungsbetriebe (ohne Camping) mit positiven Auswirkungen. Negative Effekte befürchten 7%. Die Gastronomie ist etwas schlechter gestimmt. Hier sehen nur 27% der Betriebe an den Spielorten positive, 11% dagegen negative Wirkungen.

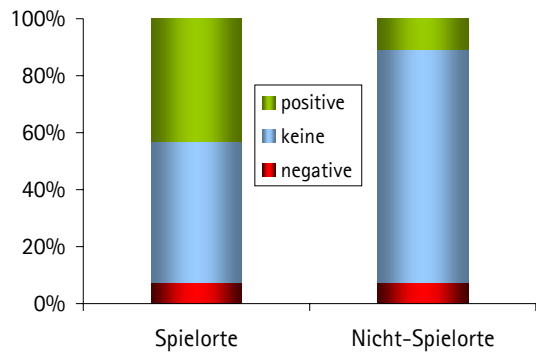


Abb. 32: Auswirkungen der WM auf das Beherbergungsgewerbe

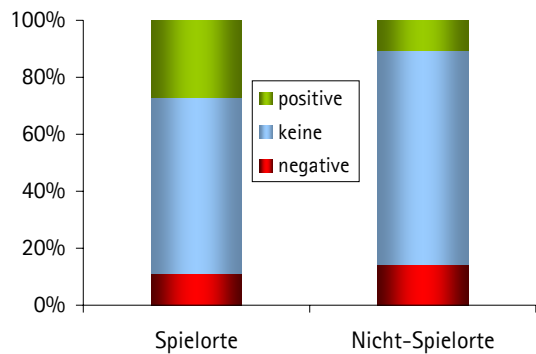


Abb. 33: Auswirkungen der WM auf die Gastronomie

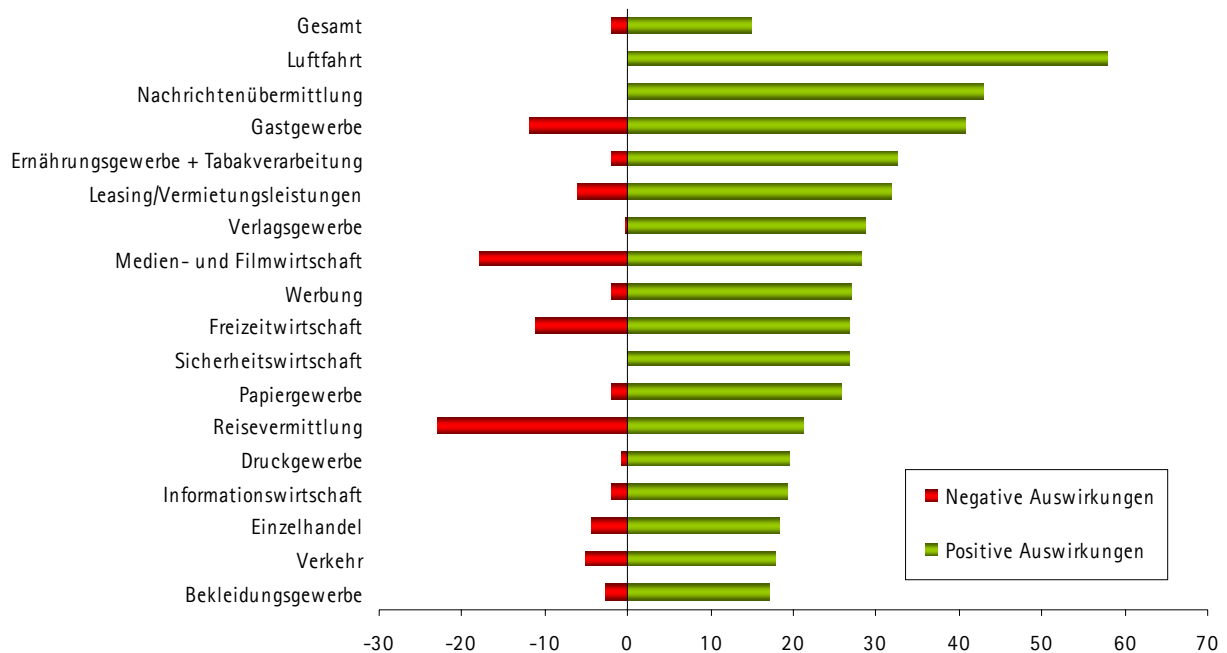


Abb. 31: Einschätzung der Auswirkungen der Fußball WM – Herbst 2005

Auch im Touristikgewerbe ist inzwischen mehr Realismus als im Herbst 2005 eingetreten. Bei Reisebüros und -veranstaltern glauben nur wenige an positive Effekte durch die WM für ihr Unternehmen. Nur bei den Busbetrieben, die u. a. von den zahlreichen Transfers bei der WM profitieren, ist der Anteil der positiv gestimmten Betriebe mit 13% deutlich höher. An den Spielorten der WM liegt der Anteil sogar bei 23%.

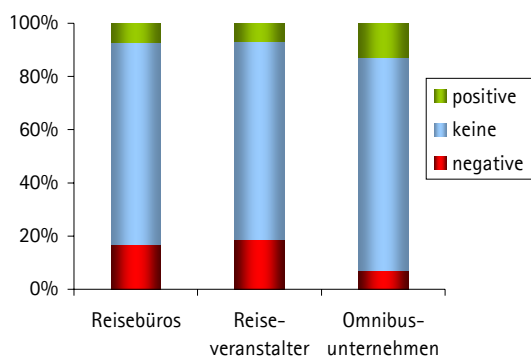


Abb. 34: Auswirkungen der WM auf die Touristikbranche

Fußball-WM und Geschäftserwartungen im Gastgewerbe

Die Fußball-WM ist im Gastgewerbe weiter Hoffnungsträger Nr. 1 für diesen Sommer – zumindest an den Spielorten. Dort bewerten Unternehmen die Geschäftsaussichten für den Sommer 2006 deutlich positiver als in den restlichen Regionen.

In den IHK-Bezirken, in denen die Spielorte der WM liegen, bewertet das Gastgewerbe die Erwartungen so: 34% sehen dort bessere und nur 19% eher schlechtere Geschäfte für den Sommer 2006. Zum Vergleich: Insgesamt 29% der Betriebe aus dem gesamten Gastgewerbe sehen eine Verbesserung der Geschäftslage, 48% gehen von gleichbleibenden Geschäften aus und nur 23% sehen einen schlechteren Sommer kommen.

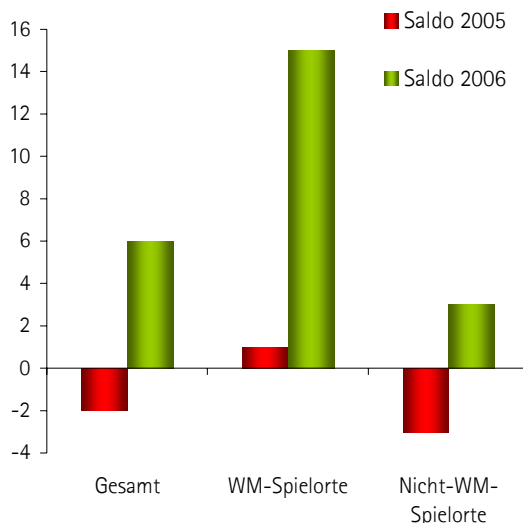


Abb. 35: Einschätzung des Gastgewerbes zur Geschäftslage Sommersaison 2006 (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Meldungen)

Der Saldo bei den Geschäftserwartungen für die Sommersaison liegt damit an den Spielorten bei plus 15 Prozentpunkte, in den anderen Regionen beträgt er nur plus 3 Prozentpunkte. Spitzenreiter der Optimisten ist Hamburg mit einem Saldo von plus 55 Prozentpunkten. Größter Gewinner im Vergleich zum Vorjahr ist Dortmund. Dort verbesserte sich der Erwartungssaldo im Vergleich zum Frühjahr 2005 um über 50 Prozentpunkte.

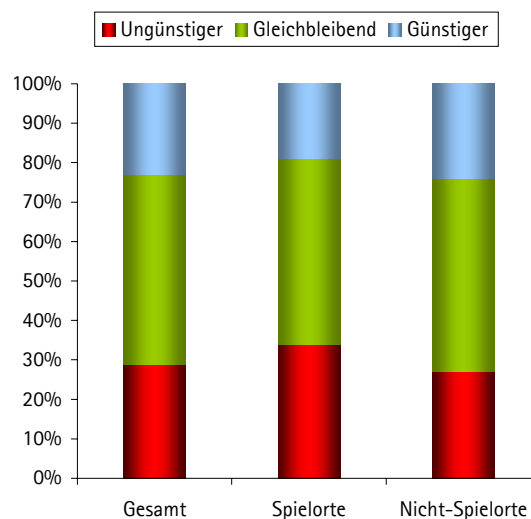


Abb. 36: Einschätzung des Gastgewerbes zur Geschäftslage Sommersaison 2006

Fußball-WM und Beschäftigungspläne im Gastgewerbe

Die guten WM-bedingten Geschäftsaussichten wirken sich auch auf die Entwicklung der Beschäftigung im Gastgewerbe aus. An den Spielorten liegt der Saldo von Betrieben, die mehr, und Betrieben, die weniger Beschäftigte einstellen wollen, bei 0 Prozentpunkten. Im Bundesdurchschnitt liegt der Wert bei minus 8 Prozentpunkte.

Das deutet an den Spielorten auf einen möglichen Beschäftigungszuwachs durch die WM hin. Erfahrungsgemäß sind die Unternehmen bei der Beantwortung der Frage nach den Personalplänen sehr vorsichtig, so dass eine „Null“ ein Indikator für die Einstellung von mehr Personal bei einem Teil der Unternehmen darstellt.

An der Spitze der WM-Städte liegt hier Frankfurt am Main mit einem Saldo von fast plus siebzehn Prozentpunkten. Den größten Sprung in der „Tabelle“ macht Stuttgart. Dort hat sich der Saldo binnen des letzten Jahres von minus 38 auf plus 10 Prozentpunkte verbessert.

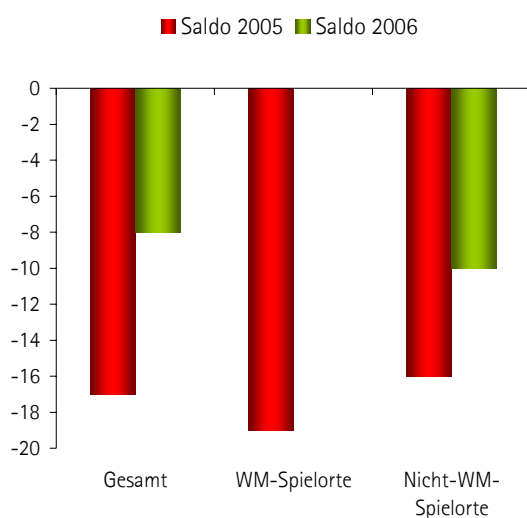


Abb. 37: Einschätzung des Gastgewerbes zur Beschäftigungsentwicklung (Saldo Zunehmen-/Abnehmen-Meldungen)

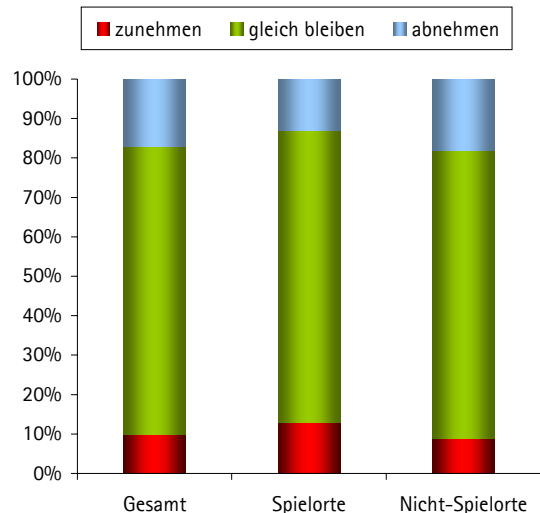


Abb. 38: Einschätzung des Gastgewerbes zur Beschäftigungsentwicklung

IV METHODISCHE GRUNDLAGEN

Die Saisonumfrage Tourismus des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) stützt sich auf die Antworten von ca. 2.700 Beherbergungs- und 2.000 Gastronomiebetrieben, 130 Campingplätzen sowie über 700 Reisebüros, 200 Reiseveranstaltern und 200 Busunternehmen. Die Befragung wurde im Frühjahr 2006 durch die Industrie- und Handelskammern in Deutschland durchgeführt. Die Daten wurden entweder schriftlich oder per Online-Fragebogen erhoben.

Für die Darstellung der Ergebnisse werden zumeist Salden verwendet, die z.B. die Differenz zwischen „Günstiger“- und „Ungünstiger“-Anteilen bzw. „Zunehmen“- und „Abnehmen“-Anteilen ausweisen. Die Aussagen für die Spielorte beziehen sich auf den jeweiligen IHK-Bezirk, der zum Teil über das enge Gebiet des Spielortes hinausreicht.

Für Rückfragen zu den Ergebnissen steht Ihnen Frau Ulrike Regele zur Verfügung (Tel.: 030/20308-2104, eMail: regele.ulrike@berlin.dihk.de).

V TABELLENANHANG

	W 02/03	S 03	W 03/04	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06
Beherbergungsbereich							
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung							
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...							
gut	13,0	25,9	18,9	26,2	18,8	29,3	24,0
befriedigend	39,4	43,2	43,3	47,4	45,8	48,4	42,9
schlecht	47,6	30,9	37,8	26,4	35,4	22,4	33,1
Saldo	-34,6	-5,0	-18,9	-0,2	-16,6	6,9	-9,1
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...							
gestiegen	12,6	23,0	19,0	25,0	21,9	28,9	24,0
gleich geblieben	26,9	31,1	33,4	33,7	33,2	34,5	32,6
zurückgegangen	60,4	45,9	47,6	41,3	44,9	36,6	43,4
Saldo	-47,8	-22,9	-28,6	-16,3	-23,0	-7,7	-19,4
3.1 Die Ausgaben unserer Kunden sind insgesamt...							
gestiegen					7,9	11,4	10,1
gleich geblieben					37,8	42,9	41,5
zurückgegangen					54,3	45,8	48,4
Saldo					-46,4	-34,4	-38,3
3.2 Die Ausgaben unserer Kunden – Geschäftsreisende – sind ...							
gestiegen					7,7	10,2	8,3
gleich geblieben					43,3	48,2	47,2
zurückgegangen					49,0	41,6	44,5
Saldo					-41,3	-31,4	-36,2
3.3 Die Ausgaben unserer Kunden – Urlaubsreisende – sind ...							
gestiegen					7,6	13,2	9,2
gleich geblieben					41,2	42,7	42,3
zurückgegangen					51,2	44,2	48,5
Saldo					-43,6	-31,0	-39,3
4 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist die Zimmerauslastung ...							
gestiegen	14,1	25,9	22,8	25,7	22,6	28,6	22,8
gleich geblieben	25,6	30,3	31,6	32,8	32,3	35,2	33,2
zurückgegangen	60,2	43,8	45,7	41,6	45,1	36,2	44,0
Saldo	-46,1	-17,9	-22,9	-15,9	-22,5	-7,6	-21,2
Die Zimmerauslastung lag bei	36,9	46,0	43,5	49,2	43,1	50,7	44,4
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...							
gestiegen	8,2	16,8	12,9	18,5	13,8	18,8	15,2
gleich geblieben	23,8	31,9	30,5	31,5	35,5	35,1	32,0
zurückgegangen	68,0	51,3	56,6	50,0	50,8	46,0	52,8
Saldo	-59,8	-34,5	-43,7	-31,5	-37,0	-27,2	-37,6

	W 02/03	S 03	W 03/04	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06
Beherbergungsbereich							
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...							
6 Unsere Geschäftslage wird...							
günstiger	18,5	18,8	26,1	22,4	24,7	19,9	29,6
gleichbleibend	44,7	56,6	51,6	57,0	50,0	52,8	47,8
ungünstiger	36,8	24,6	22,3	20,6	24,0	26,1	22,6
Saldo	-18,3	-5,8	3,8	1,8	0,7	-6,2	7,0
7 Unsere Übernachtungs/ Verzehrpriese werden überwiegend ...							
steigen	7,6	12,9	10,3	13,9	10,3	19,4	21,7
etwa gleich bleiben	80,2	76,5	78,5	76,3	78,0	69,9	70,8
fallen	12,2	10,5	11,1	9,8	10,6	10,3	7,5
Saldo	-4,6	2,4	-0,8	4,1	-0,3	9,1	14,2
8 Die Zahl unserer Beschäftigten wird voraussichtlich ...							
zunehmen	4,3	3,8	7,0	6,0	5,9	5,1	8,4
etwa gleich bleiben	64,8	75,4	72,0	75,2	72,0	73,8	75,5
abnehmen	30,9	20,6	20,9	18,7	22,0	21,1	16,1
Saldo	-26,6	-16,8	-13,9	-12,7	-16,1	-16,0	-7,7
9 Unsere Investitionen werden voraussichtlich ...							
zunehmen	11,9	15,8	17,2	17,8	16,6	18,7	20,6
gleich bleiben	25,0	35,6	30,3	36,1	32,4	36,0	33,0
abnehmen	25,4	19,4	20,8	17,3	20,2	17,5	18,2
keine Investitionen	37,8	29,2	31,7	28,8	30,8	27,8	28,2
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...							
Kapazitätserweiterung					9,4	10,3	9,6
Rationalisierung/ Kostensenkung					25,8	29,6	30,2
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung					77,7	80,5	77,7
Produktinnovation/ Angebotserweiterung					22,7	23,1	25,3
Umweltschutz					7,8	10,7	9,6

	W 02/03	S 03	W 03/04	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06
Gastronomiebereich							
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung							
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...							
gut	9,0	18,2	13,0	17,7	15,7	23,2	20,7
befriedigend	38,2	40,3	43,5	46,0	47,1	48,7	46,2
schlecht	52,8	41,5	43,5	36,3	37,2	28,2	33,1
Saldo	-43,8	-23,3	-30,5	-18,6	-21,5	-5,0	-12,4
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...							
gestiegen	8,9	19,5	16,3	18,9	17,9	24,9	21,5
gleich geblieben	25,0	26,1	32,2	28,8	33,6	34,7	34,9
zurückgegangen	66,0	54,4	51,5	52,3	48,5	40,5	43,6
Saldo	-57,1	-34,9	-35,2	-33,4	-30,6	-15,6	-22,1
3.1 Die Ausgaben unserer Kunden sind insgesamt...							
gestiegen					8,6	11,6	10,8
gleich geblieben					34,8	40,9	42,9
zurückgegangen					56,7	47,4	46,3
Saldo					-48,1	-35,8	-35,5
3.2 Die Ausgaben unserer Kunden – Geschäftsreisende – sind ...							
gestiegen					6,1	8,9	9,2
gleich geblieben					41,1	47,0	48,3
zurückgegangen					52,9	44,1	42,5
Saldo					-46,8	-35,2	-33,3
3.3 Die Ausgaben unserer Kunden – Urlaubsreisende – sind ...							
gestiegen					8,3	12,1	8,7
gleich geblieben					37,4	40,7	43,7
zurückgegangen					54,3	47,2	47,6
Saldo					-46,0	-35,1	-38,9
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...							
gestiegen	5,3	12,0	11,2	12,8	12,4	15,3	15,2
gleich geblieben	20,6	26,2	28,2	28,0	30,7	33,5	31,1
zurückgegangen	74,1	61,9	60,6	59,2	56,9	51,2	53,7
Saldo	-68,8	-49,9	-49,4	-46,4	-44,5	-35,9	-38,5

	W 02/03	S 03	W 03/04	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06
Gastronomiebereich							
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...							
6 Die Geschäftslage wird...							
günstiger	15,7	19,5	22,0	18,6	21,5	17,4	27,2
gleichbleibend	42,2	52,8	50,5	57,6	50,4	53,8	49,0
ungünstiger	42,1	27,7	27,5	23,7	27,7	28,5	23,8
Saldo	-26,4	-8,2	-5,5	-5,1	-6,2	-11,1	3,4
7 Die Übernachtungs/ Verzehrpriese werden überwiegend ...							
steigen	6,3	11,2	9,0	11,4	8,6	15,6	20,3
etwa gleich bleiben	81,8	81,6	81,3	81,2	81,6	77,9	73,3
fallen	11,9	7,2	9,7	7,5	9,3	6,4	6,4
Saldo	-5,6	4,0	-0,7	3,9	-0,7	9,2	13,9
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...							
zunehmen	5,5	4,8	7,7	5,6	6,2	6,1	11,7
etwa gleich bleiben	58,5	69,4	66,8	70,6	68,7	69,2	69,0
abnehmen	35,9	25,4	25,5	23,8	25,1	24,6	19,3
Saldo	-30,4	-20,6	-17,8	-18,2	-18,9	-18,5	-7,6
9 Die Investitionen werden voraussichtlich ...							
zunehmen	9,6	11,7	13,1	14,5	14,0	15,0	17,6
gleich bleiben	24,8	36,2	32,0	35,7	34,3	37,4	35,2
abnehmen	23,9	21,0	19,3	17,6	20,9	18,6	18,7
keine Investitionen	41,7	31,1	35,5	32,2	30,8	29,0	28,5
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...							
Kapazitätserweiterung					10,6	8,9	11,2
Rationalisierung/ Kostensenkung					35,2	39,2	38,5
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung					72,9	72,8	72,0
Produktinnovation/ Angebotserweiterung					30,4	29,3	31,7
Umweltschutz					8,0	9,3	9,3

	W 02/03	S 03	W 03/04	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06
Camping							
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung							
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...							
gut	16,9	46,8	18,8	21,8	13,7	30,8	16,8
befriedigend	40,7	36,7	47,8	52,9	58,0	47,3	56,3
schlecht	42,4	16,5	33,3	25,3	28,2	22,0	26,9
Saldo	-25,5	30,3	-14,5	-3,5	-14,5	8,8	-10,1
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...							
gestiegen	12,7	44,8	14,6	9,5	9,2	22,9	10,5
gleich geblieben	38,1	35,1	49,6	37,9	49,2	36,9	51,8
zurückgegangen	49,2	20,1	35,8	52,7	41,5	40,2	37,7
Saldo	-36,5	24,7	-21,2	-43,2	-32,3	-17,3	-27,2
3.1 Die Ausgaben unserer Kunden sind insgesamt...							
gestiegen					0,0	7,2	1,1
gleich geblieben					45,5	38,8	57,1
zurückgegangen					54,5	54,0	41,8
Saldo					-54,5	-46,8	-40,7
3.2 Die Ausgaben unserer Kunden – Geschäftsreisende – sind ...							
gestiegen					2,0	9,5	0,0
gleich geblieben					49,0	54,0	73,2
zurückgegangen					49,0	36,5	26,8
Saldo					-47,0	-27,0	-26,8
3.3 Die Ausgaben unserer Kunden – Urlaubsreisende – sind ...							
gestiegen					4,7	13,7	5,3
gleich geblieben					43,0	38,7	51,3
zurückgegangen					52,3	47,6	43,4
Saldo					-47,6	-33,9	-38,1
4 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist die Stellplatzauslastung ...							
gestiegen	13,8	56,5	11,3	12,4	9,4	16,0	11,7
gleich geblieben	37,2	32,6	51,3	32,4	44,3	41,4	43,6
zurückgegangen	48,9	10,9	37,5	55,2	46,2	42,6	44,7
Saldo	-35,1	45,6	-26,2	-42,8	-36,8	-26,6	-33,0
Die durchschnittliche Auslastung lag bei	44,7	58,7	37,7	48,6	41,8	49,3	47,8
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...							
gestiegen	7,8	28,9	11,1	6,8	7,7	9,7	7,5
gleich geblieben	35,7	43,0	34,8	32,9	43,1	41,5	50,8
zurückgegangen	56,5	28,2	54,1	60,2	49,2	48,9	41,7
Saldo	-48,7	0,7	-43,0	-53,4	-41,5	-39,2	-34,2

	W 02/03	S 03	W 03/04	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06
Camping							
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...							
6 Die Geschäftslage wird...							
günstiger	21,1	17,2	17,1	20,9	22,7	17,3	29,2
gleich bleiben	57,7	60,5	58,2	55,8	53,8	55,5	59,2
ungünstiger	21,1	22,3	24,7	23,3	23,5	26,6	11,6
Saldo	0,0	-5,1	-7,6	-2,4	-0,8	-9,3	17,6
7 Die Stellplatzpreise werden überwiegend ...							
steigen	10,2	11,9	9,9	18,0	8,6	22,0	22,2
gleich bleiben	85,2	86,2	82,4	78,4	85,3	71,1	75,9
fallen	4,6	1,9	7,7	3,6	5,2	6,9	1,9
Saldo	5,6	10,0	2,2	14,4	3,4	15,1	20,3
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...							
zunehmen	2,5	6,6	5,6	4,2	4,8	4,2	8,8
gleich bleiben	86,0	82,9	78,9	81,8	80,0	81,8	81,5
abnehmen	11,6	10,5	15,5	13,9	15,2	13,9	9,7
Saldo	-9,1	-3,9	-9,9	-9,7	-10,4	-9,7	-0,9
9 Die Investitionen werden voraussichtlich ...							
zunehmen	16,1	19,1	21,9	20,1	21,3	25,3	23,6
etwa gleich bleiben	36,3	40,8	25,2	42,0	39,4	31,9	41,7
abnehmen	16,9	14,0	19,9	14,9	22,0	27,7	19,7
keine Investitionen	30,6	26,1	33,1	23,0	17,3	15,1	15,0
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...							
Kapazitätserweiterung					15,6	11,6	18,6
Rationalisierung/ Kostensenkung					13,3	24,5	26,5
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung					77,8	74,8	85,3
Produktinnovation/ Angebotserweiterung					33,3	31,3	27,5
Umweltschutz					15,6	28,6	26,5

	W 02/03	S 03	W 03/04	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06
Reisebüros							
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung							
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...							
gut	4,4	9,3	14,3	20,9	24,1	23,2	25,3
befriedigend	28,6	40,8	51,7	53,2	53,3	55,4	54,7
schlecht	67,1	49,9	34,0	25,9	22,7	21,4	20,0
Saldo	-62,7	-40,6	-19,7	-5,0	1,4	1,8	5,3
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...							
gestiegen	5,0	10,9	30,6	33,8	32,2	29,6	28,1
gleich geblieben	12,8	17,6	31,3	30,2	36,1	35,8	37,4
zurückgegangen	82,2	71,5	38,1	36,0	31,7	34,6	34,5
Saldo	-77,2	-60,6	-7,5	-2,2	0,5	-5,0	-6,4
3.1 Die Zahl der gebuchten Reisen ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum insgesamt...							
gestiegen					35,2	33,8	29,3
gleich geblieben					30,6	32,1	34,0
zurückgegangen					34,2	34,1	36,7
Saldo					1,0	-0,3	-7,4
3.2 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Inland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...							
gestiegen	24,3	30,5	29,2	30,2	24,6	27,0	21,7
gleich geblieben	28,9	33,9	43,9	37,4	42,8	42,0	45,6
zurückgegangen	46,8	35,6	26,9	32,2	32,6	31,1	32,7
Saldo	-22,5	-5,1	2,3	-2,0	-8,0	-4,1	-11,0
3.3 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Ausland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...							
gestiegen	4,3	10,7	26,6	32,7	34,7	34,7	31,2
gleich geblieben	11,0	15,2	26,3	25,4	27,7	26,9	28,5
zurückgegangen	84,7	74,1	47,2	41,8	37,6	38,4	40,3
Saldo	-80,4	-63,4	-20,6	-9,1	-2,9	-3,7	-9,1
4.1 Die Reiseausgaben der Kunden sind insgesamt...							
gestiegen	10,8	13,2	16,8	22,0	21,0	24,0	22,0
gleich geblieben	14,1	13,6	32,5	28,4	40,1	32,9	35,9
zurückgegangen	75,1	73,2	50,7	49,6	38,9	43,1	42,1
Saldo	-64,3	-60,0	-33,9	-27,6	-17,9	-19,1	-20,1
4.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...							
gestiegen					14,6	15,4	15,1
gleich geblieben					41,2	38,9	44,7
zurückgegangen					44,2	45,7	40,2
Saldo					-29,6	-30,3	-25,1
4.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...							
gestiegen					23,6	24,0	23,3
gleich geblieben					37,5	33,0	35,2
zurückgegangen					38,7	42,9	41,5
Saldo					-15,1	-18,9	-18,2
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...							
gestiegen	2,6	8,2	16,9	21,0	21,9	20,1	17,5
gleich geblieben	14,7	18,7	31,1	30,2	35,4	33,9	33,2
zurückgegangen	82,7	73,1	51,9	48,9	42,7	46,0	49,3
Saldo	-80,1	-64,9	-35,0	-27,9	-20,8	-25,9	-31,8

	W 02/03	S 03	W 03/04	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06
Reisebüros							
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...							
6 Die Geschäftslage wird...							
günstiger	24,1	35,8	32,9	26,8	25,7	20,0	24,0
gleichbleibend	36,1	49,1	45,2	53,9	47,8	51,3	48,4
ungünstiger	39,8	15,2	21,8	19,3	26,5	28,7	27,6
Saldo	-15,7	20,6	11,1	7,5	-0,8	-8,7	-3,6
7 Die Verkaufspreise werden überwiegend ...							
steigen	9,7	7,5	11,8	25,9	17,9	42,0	28,0
gleich bleiben	70,8	69,0	75,6	67,4	70,5	50,3	63,4
fallen	19,5	23,5	12,6	6,7	11,5	7,8	8,6
Saldo	-9,8	-16,0	-0,8	19,2	6,4	34,2	19,4
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...							
zunehmen	3,6	4,9	7,7	5,8	6,6	5,3	6,0
gleich bleiben	61,6	75,4	73,3	76,8	74,9	77,2	78,2
abnehmen	34,8	19,6	18,8	17,5	18,3	17,5	15,8
Saldo	-31,2	-14,7	-11,1	-11,7	-11,7	-12,2	-9,8
9 Die Investitionen werden voraussichtlich...							
zunehmen	6,1	9,2	11,0	11,2	12,7	11,2	10,7
gleich bleiben	23,6	30,9	32,3	35,2	35,6	37,4	38,5
abnehmen	24,5	22,2	18,2	18,0	18,1	18,4	17,0
keine Investitionen	45,8	37,7	38,5	35,6	33,6	33,0	33,8
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...							
Kapazitätserweiterung					14,6	14,4	12,2
Rationalisierung/ Kostensenkung					40,3	41,7	43,6
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung					57,5	62,0	60,3
Produktinnovation/ Angebotserweiterung					24,9	30,8	29,6
Umweltschutz					0,4	1,4	1,4

	W 02/03	S 03	W 03/04	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06
Reiseveranstalter							
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung							
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...							
gut	13,9	25,1	20,9	28,4	24,9	31,3	24,9
befriedigend	41,2	44,9	44,2	44,7	49,8	45,8	51,2
schlecht	44,8	29,9	34,9	26,9	25,4	22,9	23,9
Saldo	-30,9	-4,8	-14,0	1,5	-0,5	8,4	1,0
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...							
gestiegen	15,3	30,4	22,0	30,2	26,9	32,9	25,5
gleich geblieben	29,9	25,0	30,6	35,1	40,1	32,1	38,5
zurückgegangen	54,8	44,6	47,4	34,7	33,0	35,0	36,0
Saldo	-39,5	-14,2	-25,4	-4,5	-6,1	-2,1	-10,5
3.1 Die Zahl der gebuchten Reisen insgesamt ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...							
gestiegen					29,5	34,9	26,7
gleich geblieben					35,9	28,6	36,0
zurückgegangen					34,6	36,5	37,3
Saldo					-5,1	-1,6	-10,6
3.2 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Inland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...							
gestiegen	20,0	31,7	17,6	23,2	16,8	25,4	25,0
gleich geblieben	36,2	29,6	35,9	33,1	49,6	38,7	45,5
zurückgegangen	43,8	38,7	46,5	43,7	33,6	35,9	29,5
Saldo	-23,8	-7,0	-28,9	-20,5	-16,8	-10,5	-4,5
3.3 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Ausland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...							
gestiegen	14,4	23,1	17,0	27,5	25,7	31,4	28,5
gleich geblieben	27,3	26,5	28,7	31,4	33,6	31,4	28,5
zurückgegangen	58,3	50,3	54,4	41,2	40,8	37,3	43,0
Saldo	-43,9	-27,2	-37,4	-13,7	-15,1	-5,9	-14,5
4.1 Die Reiseausgaben der Kunden sind insgesamt...							
gestiegen	19,8	15,8	15,5	12,5	20,1	20,1	16,5
gleich geblieben	23,1	32,4	34,2	35,5	46,5	43,0	47,6
zurückgegangen	57,0	51,8	50,3	52,0	33,3	36,9	35,9
Saldo	-37,2	-36,0	-34,8	-39,5	-13,2	-16,8	-19,4
4.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...							
gestiegen					12,7	13,4	13,0
gleich geblieben					54,4	34,1	58,0
zurückgegangen					32,9	52,4	29,0
Saldo					-20,2	-39,0	-16,0
4.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...							
gestiegen					23,4	18,4	18,3
gleich geblieben					45,4	42,3	45,8
zurückgegangen					31,2	39,3	35,9
Saldo					-7,8	-20,9	-17,6
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...							
gestiegen	11,0	19,7	17,2	22,3	19,6	23,1	17,9
gleich geblieben	27,9	27,5	30,4	34,0	35,4	31,6	35,4
zurückgegangen	61,0	52,8	52,5	43,7	45,0	45,3	46,7
Saldo	-50,0	-33,1	-35,3	-21,4	-25,4	-22,2	-28,8

	W 02/03	S 03	W 03/04	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06
Reiseveranstalter							
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...							
6 Die Geschäftslage wird...							
günstiger	29,5	38,5	27,6	34,0	34,1	24,2	26,6
gleichbleibend	34,9	47,3	44,3	46,6	43,9	53,8	50,2
ungünstiger	35,5	14,3	28,1	19,4	22,0	22,1	23,2
Saldo	-6,0	24,2	-0,5	14,6	12,1	2,1	3,4
7 Die Verkaufspreise werden überwiegend ...							
steigen	16,3	22,1	21,8	29,6	19,5	37,3	34,1
gleich bleiben	75,0	72,9	71,4	64,3	71,5	55,5	64,4
fallen	8,8	5,0	6,8	6,0	9,0	7,2	1,5
Saldo	7,5	17,1	15,0	23,6	10,5	30,1	32,6
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...							
zunehmen	8,5	13,7	11,4	11,4	10,0	9,8	11,7
gleich bleiben	65,9	71,4	65,4	71,3	74,5	73,6	74,6
abnehmen	25,6	14,8	23,2	17,3	15,5	16,6	13,7
Saldo	-17,1	-1,1	-11,8	-5,9	-5,5	-6,8	-2,0
9 Die Investitionen werden voraussichtlich...							
zunehmen	13,6	22,8	14,8	14,4	15,8	17,4	14,1
gleich bleiben	31,5	35,9	37,8	40,3	42,4	41,9	40,8
abnehmen	25,3	16,8	17,2	15,9	16,3	14,1	15,5
keine Investitionen	29,6	24,5	30,1	29,4	25,6	26,6	29,6
Saldo	-16,0	-1,7	-15,3	-15,0	-9,8	-9,2	-1,4
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...							
Kapazitätserweiterung					17,9	17,9	21,4
Rationalisierung/ Kostensenkung					23,1	33,3	31,4
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung					56,4	59,5	52,1
Produktinnovation/ Angebotserweiterung					39,7	46,4	50,7
Umweltschutz					2,6	4,8	5,0

	W 02/03	S 03	W 03/04	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06
Omnibusunternehmen							
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung							
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...							
gut	5,6	11,9	5,5	8,6	5,9	11,6	11,4
befriedigend	57,6	63,5	55,5	62,9	61,8	63,0	60,7
schlecht	36,8	24,5	39,0	28,5	32,4	25,5	27,9
Saldo	-31,2	-12,6	-33,5	-19,9	-26,5	-13,9	-16,5
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...							
gestiegen	10,1	12,7	6,7	12,5	10,8	13,1	14,9
gleich geblieben	34,1	41,2	41,0	41,7	40,1	42,1	36,6
zurückgegangen	55,8	46,1	52,2	45,1	49,1	44,9	48,5
Saldo	-45,7	-33,4	-45,5	-32,6	-38,3	-31,8	-33,6
3.1 Die Zahl der gebuchten Reisen insgesamt ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...							
gestiegen					7,0	13,0	11,4
gleich geblieben					38,7	37,3	38,0
zurückgegangen					54,2	49,7	50,6
Saldo					-47,2	-36,7	-39,2
3.2 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Inland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...							
gestiegen	7,7	12,5	6,6	10,6	12,8	13,5	15,8
gleich geblieben	31,5	34,0	34,7	38,6	37,6	43,2	36,8
zurückgegangen	60,8	53,5	58,7	50,8	49,6	43,2	47,4
Saldo	-53,1	-41,0	-52,1	-40,2	-36,8	-29,7	-31,6
3.3 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Ausland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...							
gestiegen	7,3	9,2	3,8	8,8	6,3	7,6	10,9
gleich geblieben	27,6	33,1	28,8	29,6	30,5	37,3	33,6
zurückgegangen	64,2	57,7	67,5	61,6	63,3	55,1	55,5
Saldo	-56,9	-48,5	-63,7	-52,8	-57,0	-47,5	-44,6
4.1 Die Reiseausgaben der Kunden sind insgesamt...							
gestiegen	13,3	14,8	7,1	11,5	6,4	9,9	9,0
gleich geblieben	28,9	27,4	30,5	30,3	28,6	33,7	43,4
zurückgegangen	57,8	57,8	61,7	58,2	65,0	56,4	47,6
Saldo	-44,5	-43,0	-54,6	-46,7	-58,6	-46,5	-38,6
4.2 Die Ausgaben unserer Kunden – Geschäftsreisende – sind ...							
gestiegen					4,6	10,5	8,5
gleich geblieben					41,4	41,9	53,7
zurückgegangen					54,0	47,7	37,8
Saldo					-49,4	-37,2	-29,3
4.3 Die Ausgaben unserer Kunden – Urlaubsreisende – sind ...							
gestiegen					6,6	9,1	9,9
gleich geblieben					36,4	37,1	39,7
zurückgegangen					66,9	53,8	50,4
Saldo					-60,3	-44,7	-40,5
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...							
gestiegen	5,1	5,3	2,3	8,3	5,8	7,4	7,5
gleich geblieben	26,5	35,1	32,6	32,3	30,3	24,8	30,7
zurückgegangen	68,4	59,6	65,1	59,4	63,9	67,8	61,8
Saldo	-63,3	-54,3	-62,8	-51,1	-58,1	-60,4	-54,3

	W 02/03	S 03	W 03/04	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06
Omnibusunternehmen							
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...							
6 Die Geschäftslage wird...							
günstiger	16,8	13,0	9,6	12,4	15,7	6,5	14,9
gleichbleibend	48,3	55,3	50,3	52,4	41,6	47,9	54,7
ungünstiger	35,0	31,7	40,1	35,2	42,8	45,6	30,4
Saldo	-18,2	-18,7	-30,5	-22,8	-27,1	-39,1	-15,5
7 Die Verkaufspreise werden überwiegend ...							
steigen	27,3	29,1	21,1	31,9	15,2	51,2	34,6
gleich bleiben	64,7	66,9	69,0	61,6	71,3	42,2	59,0
fallen	7,9	4,1	9,9	6,5	13,4	6,6	6,4
Saldo	19,4	25,0	11,2	25,4	1,8	44,6	28,2
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...							
zunehmen	6,2	5,0	5,1	4,9	4,2	2,8	6,2
gleich bleiben	64,8	68,6	71,4	71,1	72,3	67,3	69,7
abnehmen	28,3	26,4	23,4	23,9	23,5	29,9	24,1
Saldo	-22,1	-21,4	-18,3	-19,0	-19,3	-27,1	-17,9
9 Die Investitionen werden voraussichtlich...							
zunehmen	7,0	11,5	9,3	7,0	6,6	9,7	9,6
gleich bleiben	37,1	26,8	23,3	31,0	29,9	26,3	31,8
abnehmen	23,1	23,6	26,7	26,8	28,7	27,6	22,7
keine Investitionen	32,9	38,2	40,7	35,2	34,7	36,4	35,9
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...							
Kapazitätserweiterung					6,5	8,0	13,6
Rationalisierung/ Kostensenkung					32,6	37,0	30,3
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung					67,4	71,0	71,2
Produktinnovation/ Angebotserweiterung					10,9	19,6	24,2
Umweltschutz					0,0	11,6	7,6