

Betriebe wieder optimistischer

AHGZ-Monitor: 43 Prozent gaben für das letzte Quartal 2005 steigende Umsätze an / Am besten schnitten Großstädte ab

■ AHGZ, 4.2.06 / od

STUTT GART Das konjunkturelle Tal im Gastgewerbe scheint durchschritten zu sein, die Zuversicht in der Branche wächst: Immerhin melden 43 Prozent der deutschen Hoteliers und Gastronomen für das letzte Quartal 2005 gestiegene Umsätze – gegenüber 39 im gleichen Quartal des Vorjahres. In den Städten Berlin, Hamburg und Bremen sind es sogar mehr als 60 Prozent mit höheren Einnahmen nach weniger als 50 Prozent im Vorjahr. Entsprechend optimistisch sind die Zukunftsaussichten in der Branche. So rechnen immerhin rund 30 Prozent mit einer positiven Umsatzentwicklung für das laufende Quartal. Das ist das Ergebnis des AHGZ-Monitors, für den in der ersten Januar-Woche rund 14.000 Gastronomen befragt worden waren.

Bessere Aussichten für Hotels mit Restaurant

Allerdings entwickelten sich die Betriebe je nach Gastgewerbe-Typ höchst unterschiedlich. Während 45 Prozent der Hotels mit Restaurant angaben, im vergangenen Quartal im Vergleich zum Vorjahr einen besseren Umsatz gemacht zu haben, sind es bei den Hotels ohne Restaurant lediglich 13 Prozent. Von den Restaurantbetreibern meldeten 41 Prozent Zuwächse beim Umsatz.

Bei den Zukunftsaussichten das gleiche Bild: Bei den Hotels mit Restaurant rechnen 33 Prozent der Befragten mit einem Plus, bei den Hotels ohne Restaurant nur 10 Prozent. Un-

ter den Restaurantbetreibern sind es 27 Prozent, die von besseren Einnahmen ausgehen.

Zur Stärkung der wirtschaftlichen Situation trug im vergangenen Jahr auch das Weihnachts- und Silvester-Geschäft bei, das von den Befragten als zufriedenstellend eingestuft wurde.

ne, wenn auch nicht ganz so kräftig. Knapp 40 Prozent der Befragten freuen sich über eine verbesserte Ergebnissituation. Demgegenüber meldeten 32 Prozent sinkende Gewinne. Im Vorjahr hatten nur 36 Prozent Gewinnzuwächse angegeben, 34 Prozent dagegen Rückgänge.

sche Hauptstadt als Markt mit hoher Dynamik und starker Fluktuation, deren Abstand zu den anderen Regionen bei der Personal-Frage noch nie so groß war wie bei der jüngsten Umfrage. Sie braucht vor allem Fachpersonal. Bezogen auf alle befragten Unternehmen wird es in diesem Jahr offenbar zu geringfügigen Stellenbesetzungen kommen. Der überwiegende Teil aber plant keine kurzfristigen Neueinstellungen. Schon seit 2004 hat sich die Zahl der Mitarbeiter im Gastgewerbe kaum verändert, wie die Umfrage ergab. Was Investitionen betrifft, ist es wiederum die Stadt Berlin, die sehr optimistisch in die Zukunft zu blicken scheint. Die Zahl der Investitionswilligen liegt in der Hauptstadt deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnitt. Während im Bundesgebiet lediglich zwei Prozent der befragten Betriebe mehr Geld ausgeben wollen, sind es in Berlin 17 Prozent. Das legt den Schluss nahe, dass die Metropole auf Wachstumskurs ist. Insgesamt stehen bei der Höhe der geplanten Investitionen keine gravierenden Veränderungen an.

Schrumpfende Umsätze in ländlichen Regionen

Anders als in Berlin und den Großstädten Hamburg und Bremen ist der Anteil der Betriebe mit sinkenden Ergebnissen in ländlich geprägten Regionen groß. So hat etwa Brandenburg mit jeweils 53 Prozent die meisten Unternehmen mit rückläufigen Umsät-



AHGZ-Monitor ist die vierteljährliche Befragung von rund 14.000 repräsentativ ausgewählten Gastronomen und Hoteliers zu einem aktuellen Stimmungsbild der Branche. Die Umfrage wird nach streng wissenschaftlichen und statistischen Kriterien durchgeführt. Es kommen die gleichen Methoden zum Einsatz, wie sie auch beim Statistischen Bundesamt angewendet werden. Gemäß den aktuellen Erkenntnissen der Branchenstruktur des Statistischen Bundesamtes, wurde die Gastronomie und Hotellerie in 20 Segmente unterteilt. Die Segmente definieren sich nach Betriebsart und Unternehmensgröße. Aus jedem dieser Segmente wurden entsprechend ihrer Größe die jeweilige Anzahl von Stichproben selektiert. Interessierte können sich auf der Webseite in der Rubrik „Umfrage“ für die nächste Umfragewelle bewerben.

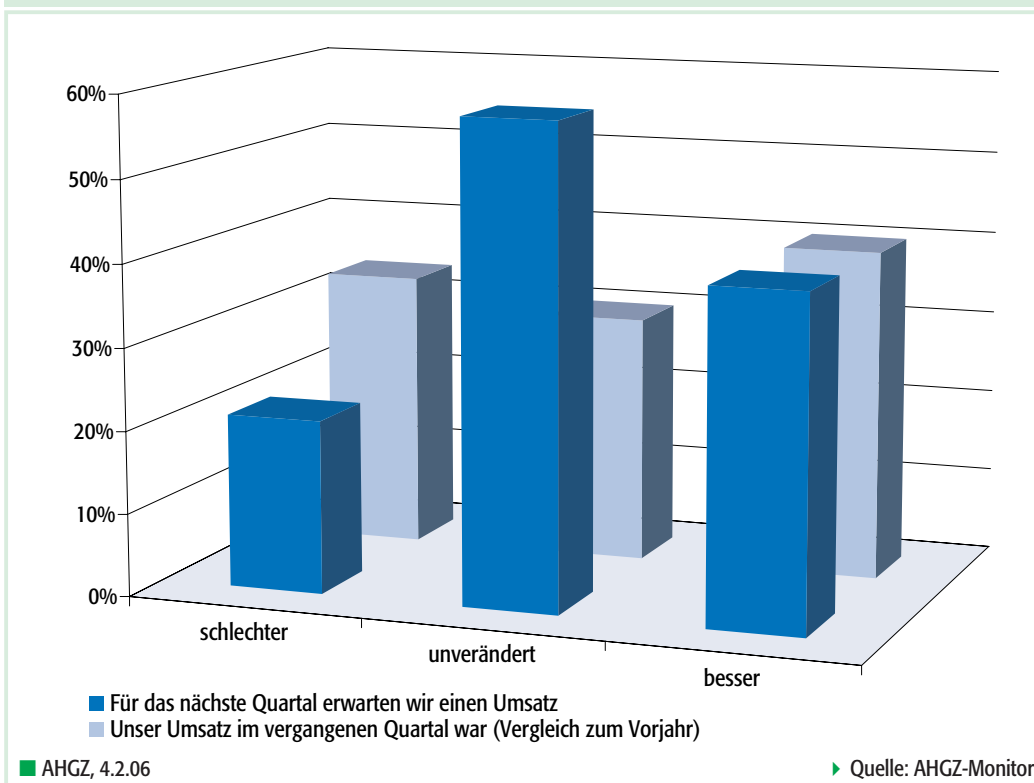
► www.ahgz-monitor.de

zen und Gewinnen. Zu den Verlierern gehört auch Mecklenburg-Vorpommern. Dort melden 41 Prozent der Betreiber und Geschäftsführer schrumpfende Umsätze und 47 Prozent schmelzende Gewinne.

Ein Grund dafür könnte jedoch auch im saisonalen Charakter des Geschäfts liegen. In den alten Bundesländern sind vor allem Baden-Württemberg und Hessen von negativen Tendenzen betroffen.

► *Weitere Informationen und Auswertungen sowie Zahlenmaterial und Stimmen von Gastronomen finden Sie auf der Webseite www.ahgz-monitor.de in der Rubrik „Ergebnisse“.*

Branchenumsatz mit Positiv-Trend



Allein vom dritten Quartal 2005 bis zum vierten desselben Jahres stiegen bei 43 Prozent der Betriebe die Umsätze, was einem Plus von einem Prozentpunkt entspricht. Die positive Entwicklung spiegelt sich auch in dem Anteil der Unternehmen, die rückläufige Umsätze angaben. Der sank nämlich von 28 im vierten Quartal 2004 auf 27 Prozent im letzten Quartal 2005. Entsprechend den Umsatzzuwächsen kletterten die Quartalsgewin-

Im Vergleich der Regionen stehen die Städte am besten da, was sich dort offenbar auch auf den Arbeitsmarkt auswirkt. Vor allem in Berlin werden Mitarbeiter gesucht. Dort wollen nach der Umfrage mehr als 57 Prozent der Betriebe zusätzliches Personal einstellen, während bundesweit nur etwa ein Drittel der Befragten Mitarbeiter sucht. Die Mehrheit kündigt an, die Zahl der Beschäftigten nicht zu verändern. Dagegen entpuppt sich die deut-

Mehrheit will Steuererhöhung an Gäste weitergeben

AHGZ-Monitor: 23 Prozent haben bereits mit moderaten Preissteigerungen begonnen / 4 Prozent der befragten Betriebe wollen dagegen billiger werden

■ AHGZ, 4.2.06 / od

STUTT GART Zwei Drittel der vom AHGZ-Monitor befragten gastgewerblichen Betriebe wollen die für 2007 angekündigte Mehrwertsteuererhöhung an ihre Gäste weitergeben.

Mit einer moderaten Preissteigerung haben jetzt schon 23 Prozent der Unternehmen vor allem in Baden-Württemberg, Berlin und Nordrhein-Westfalen begonnen, 47 Prozent wollen frühestens Ende des Jahres oder Anfang kommenden Jahres teurer werden.

Weitere 3 Prozent der Unternehmen streben einen Preisanstieg noch vor der im Sommer stattfindenden Fußballwelt-Meisterschaft an. Befragt

wurden 14.000 Hoteliers und Gastronomen. Sie sollten angeben, wie sich die Steuerpläne auf die Preise auswirken.

Speisen und Getränke werden nach der Umfrage im AHGZ-Monitor am stärksten von Preiserhöhungen durch die Mehrwertsteuerpläne der Bundesregierung betroffen sein. Bei Übernachtungen zeigen sich die Betriebe dagegen eher zurückhaltend.

Der Grund könnte darin liegen, dass im Hotelmarkt die Höhe des Preises ohnehin ausgereizt ist. Viele Beherbergungsunternehmen betreiben bereits ein ausgeklügeltes Yield-Management, das stark auf Preisdifferenzierung setzt. Das heißt: Die Preise

werden je nach Auslastung des Hotels und der Nachfrage nach Betten täglich nach oben oder unten korrigiert.

Insgesamt geben längst nicht alle Gastgewerbe-Unternehmen die höhere Mehrwertsteuer einfach weiter: Rund 23 Prozent der Betriebe gaben in der Umfrage an, dass sie ihre Preise stabil halten werden.

Erstaunlich: 4 Prozent der Unternehmen wollen die Mehrwertsteuererhöhung sogar nutzen, um ihre Preise

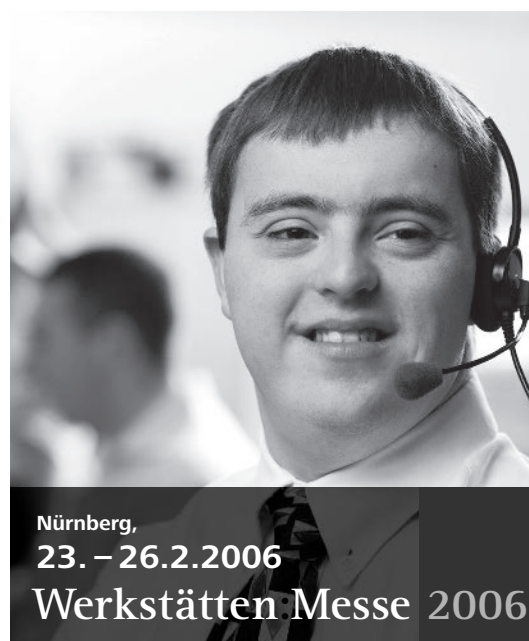
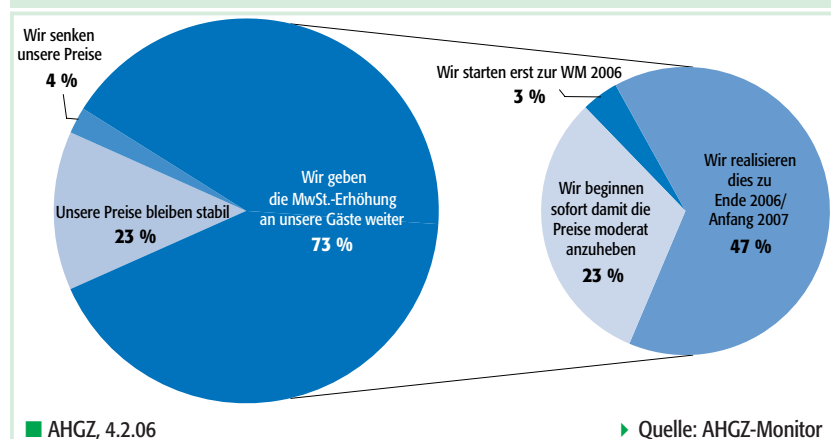
zu senken. Sie erhoffen sich durch diese Maßnahme Wettbewerbsvorteile im hart umkämpften Markt. Betriebe in Schleswig-Holstein verfolgen diese Strategie am häufigsten. Im nördlichsten Bundesland ist der Anteil an Gastronomen und Hoteliers, die ihre Preise senken wollen, überdurchschnittlich hoch.

Zwar würden wohl einige Fans zur Fußball-Weltmeisterschaft höhere Preise für Speisen und Getränke ak-

zeptieren. Andere aber werden dorthin strömen, wo es billiger ist. Und dies könnte kräftige Umsatzzuwächse nach sich ziehen – was trotz niedriger Preise für klingelnde Kassen sorgen würde. Das zumindest hoffen manche Gastronomen.

► *Weitere Informationen und Auswertungen sowie Zahlenmaterial und Stimmen von Gastronomen finden Sie auf der Webseite www.ahgz-monitor.de in der Rubrik „Ergebnisse“.*

Mehrwertsteuererhöhung – wie reagiert Ihr Betrieb?



Lassen Sie sich überzeugen!

Entdecken Sie die Leistung, Vielfalt und Qualität aus den zahlreichen Werkstätten für behinderte Menschen. Produkte, auf Wunsch auch individuell gefertigt, die Sie gern einkaufen – und gut wiederverkaufen können.

- Dienstleistungen
- Freizeit und Garten
- Haushaltsartikel und Heimwerkerbedarf
- Möbel und Textilien
- Kunstgewerbliche Artikel und Lederwaren
- Papier und Bürobedarf
- Spielwaren

Fragen? Wir informieren Sie gern:

NürnbergMesse
Tel +49 (0) 9 11. 86 06-49 22
besucherinfo@nuernbergmesse.de

www.messe2006.bagwfbm.de

Ideeller Träger
BAG
WfbM

NÜRNBERG MESSE

Nürnberg,
23. – 26.2.2006
Werkstätten Messe 2006