

DIHK-Saisonumfrage Frühjahr 2009

Erwartungen an die Sommersaison 2009
Bilanz der Wintersaison 2008/2009



Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Mit der Auswertung Saisonumfrage – „Bilanz der Wintersaisonsaison 2008/2009 – Erwartungen für die Sommersaison 2009“ präsentiert der DIHK die Ergebnisse seiner aktuellen Saisonumfrage bei den 80 Industrie- und Handelskammern (IHKs) in Deutschland.

Grundlage für die DIHK-Ergebnisse sind Befragungen der Unternehmen durch die IHKs. Die IHKs befragen jeweils eine repräsentative Auswahl von Mitgliedsunternehmen. Im Frühjahr 2009 haben sie für die Tourismuswirtschaft circa 5.700 Antworten ausgewertet, darunter sind knapp 2.400 Beherbergungsbetriebe, über 2.100 Gastronomiebetriebe, 139 Campingplätze sowie über 700 Reisebüros, knapp 200 Reiseveranstalter und über 150 Busunternehmen. Die Branchenzuteilung orientiert sich an der Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008) des Statistischen Bundesamtes. Die Unternehmen werden unter anderem nach der Einschätzung ihrer aktuellen und zukünftigen Geschäftslage sowie nach Investitions- und Beschäftigungsplänen gefragt.

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 Umfrage fand überwiegend im April/Mai 2009 statt. Die Auswertung im DIHK wurde Ende Juni 2009 abgeschlossen. Die Daten wurden entweder schriftlich oder per Online-Fragebogen erhoben.

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)

Bereich Dienstleistungen, Infrastruktur, Regionalpolitik – Berlin, Juli 2009

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

Herausgeber © Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. | 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
Telefon (030) 20 308-2103 | Telefax (030) 20 308 2111

Stand Juli 2009

■ Inhalt

Die wesentlichen Ergebnisse der DIHK-Saisonumfrage	5
I Geschäftslage in der Wintersaison 2008/09	7
Gastgewerbe: Krise zeigt Auswirkungen	7
Ankünfte und Übernachtungen	8
Auslastung	8
Touristikmarkt: Reisebüros melden Einbrüche	9
Buchungszahlen und Reiseausgaben	10
II Erwartungen und Pläne für die Sommersaison 2009	11
Erwartungen im Gastgewerbe	11
Erwartungen im Touristikmarkt	12
Preisentwicklung	13
Investitionsabsichten und -motive	14
Beschäftigungsentwicklung	16
III Erreichbarkeit	17
IV Tabellenanhang	20

Die wesentlichen Ergebnisse der DIHK-Saisonumfrage Frühjahr 2009

Geschäftslage im Winter 2008/09

Die Geschäftslage für Winter 2008 und Frühjahr 2009 wurde schlechter als im Vorjahr beurteilt. Mehr als die Hälfte der Betriebe verzeichnete gleichwohl gute oder befriedigende Geschäfte. Die Übernachtungszahlen gaben in diesem Zeitraum nur leicht nach, doch im Geschäftsreisemarkt schlug die schlechte Lage in der Industrie deutlich durch. Davon waren das Saarland und die Geschäftsreiseregionen in Hessen und Nordrhein-Westfalen besonders betroffen.

Geschäftserwartungen für den Sommer 2009

Auch die Tourismusbranche fürchtet wie die Gesamtwirtschaft die Auswirkungen der Krise. Pessimistisch gestimmt sind vor allem die Reisebüros: Das Geschäftsreisegeschäft bricht weg und mehr und mehr Reisende buchen im Internet. Einen Hoffnungsschimmer verbreitet die Campingbranche: Die Ergebnisse der Saisonumfrage und die Übernachtungszahlen in den ersten Monaten 2009 sprechen für eine „Renaissance“ des Campingtourismus.

Preisentwicklung

Die Preise für touristische Leistungen werden im Sommer und Herbst 2009 weitgehend stabil bleiben. Es ist sogar damit zu rechnen, dass aufgrund der schlechten Buchungszahlen einige Reiseveranstalter vorzeitig die Preise senken. Im Hotelsektor haben sich die Preise in den letzten Monaten bereits rückläufig entwickelt.

Investitionen

Die schlechten Aussichten für den Sommer lassen den Unternehmen wenig Spielraum bei den Investitionen. Die Salden haben sich – außer bei den Campingunternehmen – deutlich verschlechtert, das heißt, es werden weniger Unternehmen als im Vorjahr investieren.

Beschäftigung

Ein Großteil der Unternehmen möchte seine Mitarbeiter halten und nutzt dafür auch zunehmend das Instrument der Kurzarbeit. Aber die schlechten Erwartungen schlagen auch auf die Beschäftigungsentwicklung durch. Deutlich mehr Betriebe als in den Vorjahren – mit Ausnahme der Campingbranche – wollen Personal abbauen.

Erreichbarkeit

„Mobilität ist Zukunft“: Das IHK-Jahresthema 2009 gilt auch für den Tourismus. Die meisten Betriebe fühlen sich mit Auto gut erreichbar. Mankos werden bei ÖPNV und Bahnfernverkehr gesehen. Dort liegt nach dem Urteil der Unternehmen das größte Potential für Verbesserungen.

I GESCHÄFTSLAGE IN DER WINTERSAISON 2008/09

Gastgewerbe: Krise zeigt Auswirkungen

Die zurückliegende Wintersaison wurde vom Gastgewerbe mehrheitlich gut oder befriedigend beurteilt (s. Abb. 1). Allerdings verschlechterte sich die Lage im Vergleich zum Vorjahr (s. Abb. 2), abzulesen auch an Umsätzen und Erträgen (s. Abb. 3 und Abb. 4). Die Krise schlug nicht so deutlich auf die Branche durch wie in der Industrie. Probleme hatten aber vor allem Betriebe mit hohem Anteil an Geschäftsreisenden. Dort sind viele Umsätze weggebrochen.

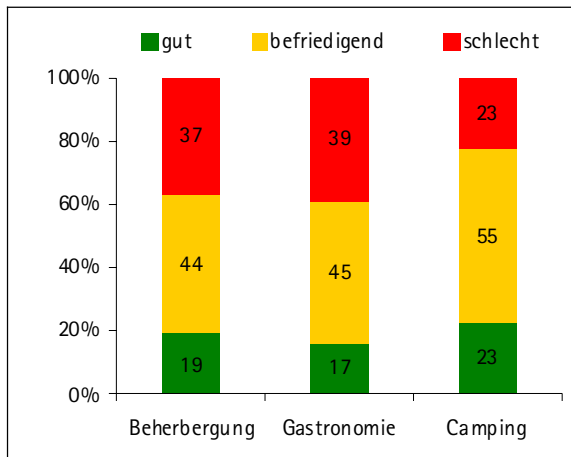


Abb. 1: Geschäftslage Wintersaison 2008/2009

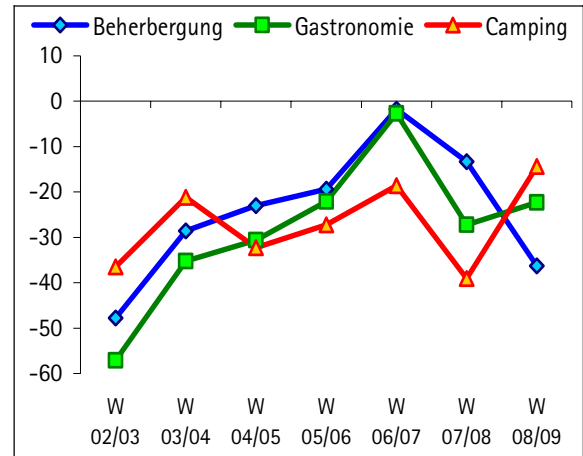


Abb. 3: Umsatzentwicklung im Gastgewerbe im Vergleich zum Vorjahr (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen-Anteile)

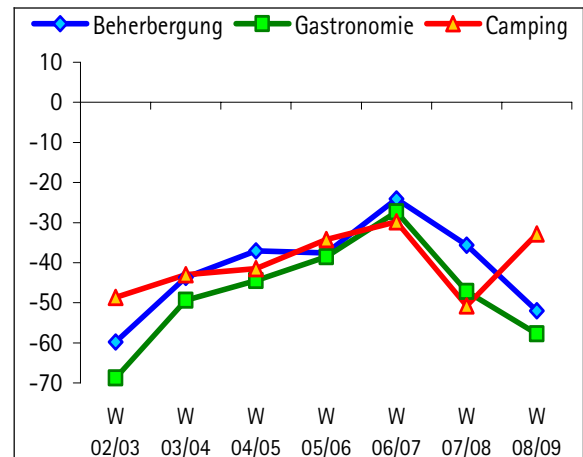


Abb. 4: Ertragsentwicklung im Gastgewerbe im Vergleich zum Vorjahr (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen-Anteile)

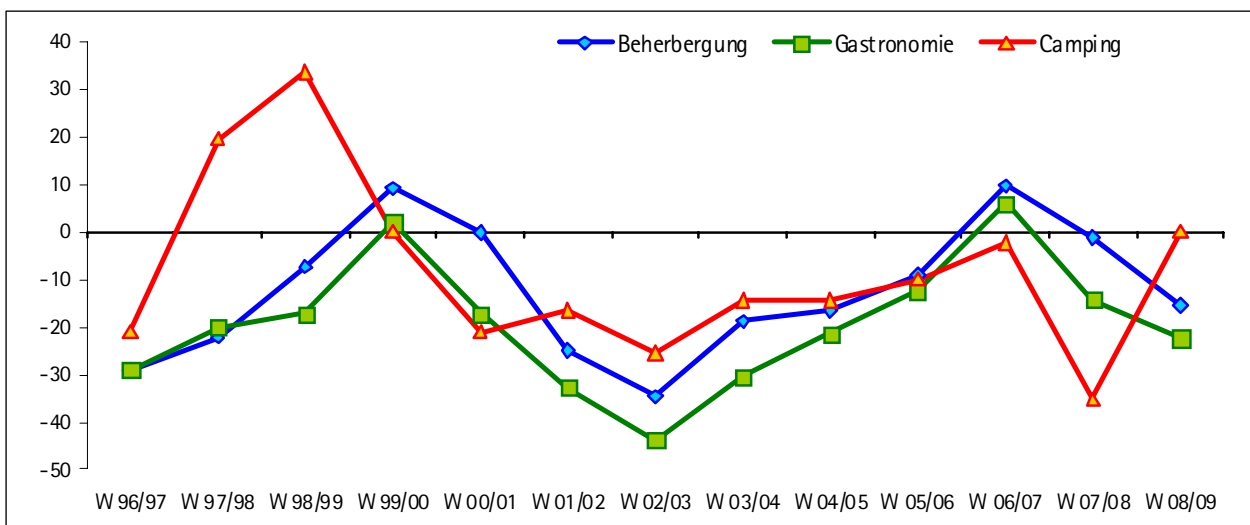


Abb. 2: Entwicklung: Bewertung der Geschäftslage im Gastgewerbe (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

Ankünfte und Übernachtungen

Ankunfts- und Übernachtungszahlen (s. Abb. 5 und Abb. 6) sind im Winterhalbjahr im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen. Nach einem goldenen Oktober lagen die Ankünfte und Übernachtungen weitgehend unter dem Vorjahresniveau. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Wintersaison lag bei 2,60 Nächten und ist wieder leicht gesunken (Vorjahr: 2,63).

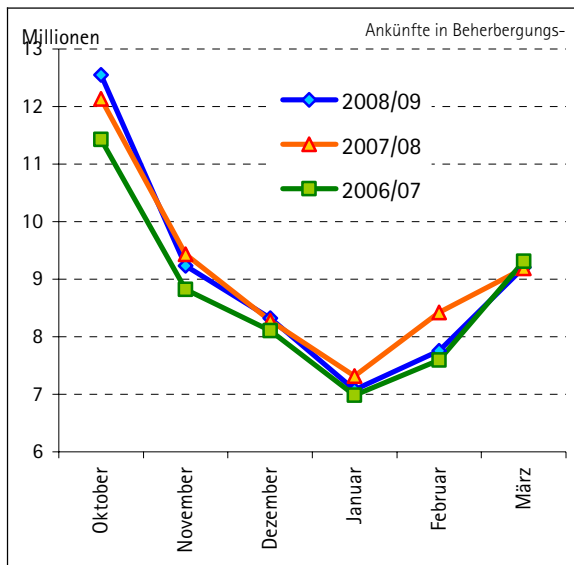


Abb. 5: Ankünfte in deutschen Beherbergungsstätten
Quelle: Statistisches Bundesamt

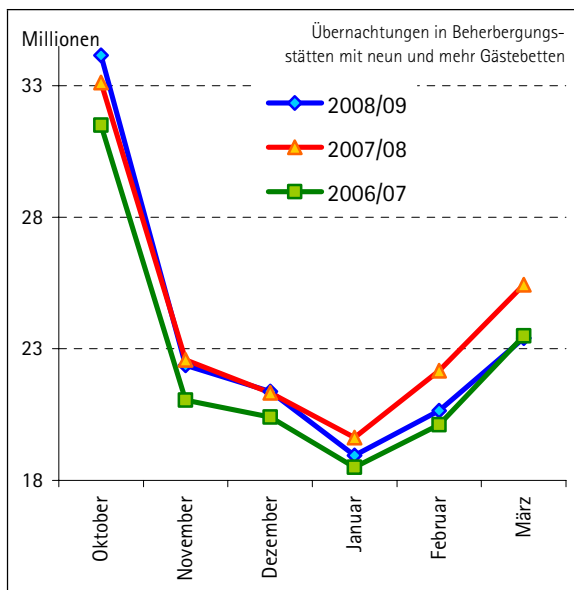


Abb. 6: Übernachtungen in deutschen Beherbergungsstätten
Quelle: Statistisches Bundesamt

Auslastung

Die Zimmerauslastung hat sich bei über der Hälfte der Beherbergungsbetriebe verschlechtert und ist um gut einen Prozentpunkt gefallen. Im Hotelbereich lag die Zimmerauslastung zwei Prozentpunkte höher. Bei den Pensionen war sie mit 30,6 % deutlich schlechter. Regional waren große Unterschiede zu verzeichnen: Die Auslastung lag im Osten bei 35,0%, im Westen bei 47,3%. Die höchste Auslastung hatten die Berliner Beherbergungsbetriebe mit 58,7%.

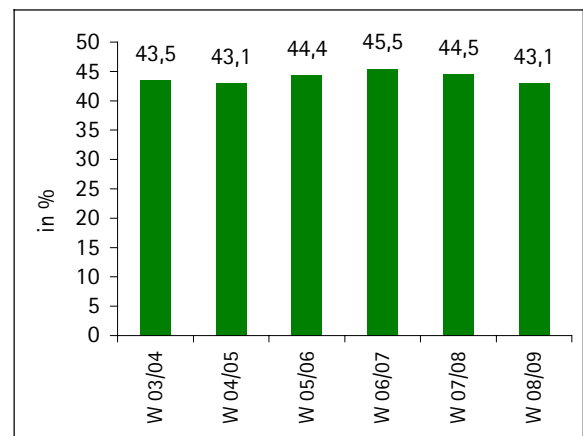


Abb. 7: Entwicklung Zimmerauslastung

Im Campingsektor hat sich die Stellplatzauslastung um fast zwei Prozentpunkte verbessert, liegt aber noch unter der Vierzig-Prozent-Marke. Knapp sechzig Prozent der Betriebe haben eine gestiegene bzw. gleich gebliebene Auslastung gemeldet.

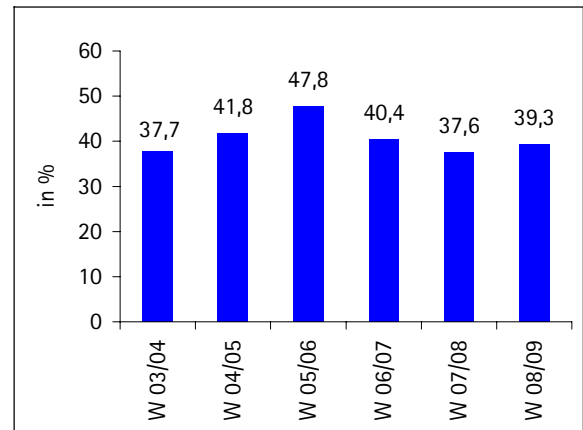


Abb. 8: Entwicklung der durchschnittlichen Stellplatzauslastung

Touristikmarkt: Reisebüros melden Einbrüche

Die Mehrheit der touristischen Unternehmen erlebte eine gute oder befriedigende Wintersaison (s. Abb. 9). Reisebüros vergaben aber auch zu über 40% das Urteil „schlecht“. Das wirkte sich auf den Saldo aus, der im Vergleich zum Vorjahr deutlich schlechter ausfiel (s. Abb. 11). Lediglich die Busunternehmen beurteilten ihre Lage – auf niedrigem Niveau – ähnlich wie im Vorjahr. Die Umsatz- und Ertragslage stellte sich in allen Sparten schlechter dar als im Vorjahr. Bei den Reisebüros war der Einbruch äußerst drastisch, hat aber noch nicht den Tiefpunkt aus dem Winter 02/03 erreicht (s. Abb. 10 und Abb. 12).

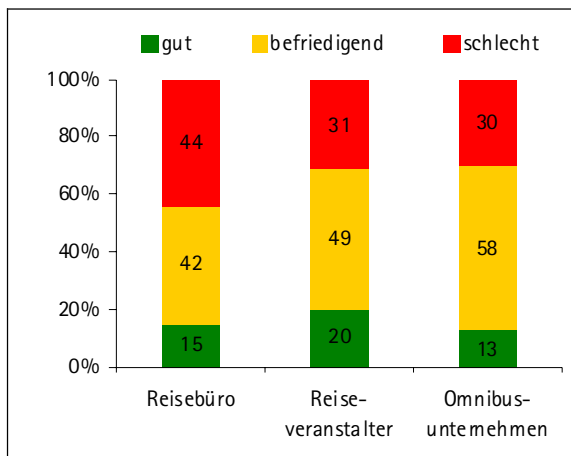


Abb. 9: Geschäftslage Wintersaison 2008/2009

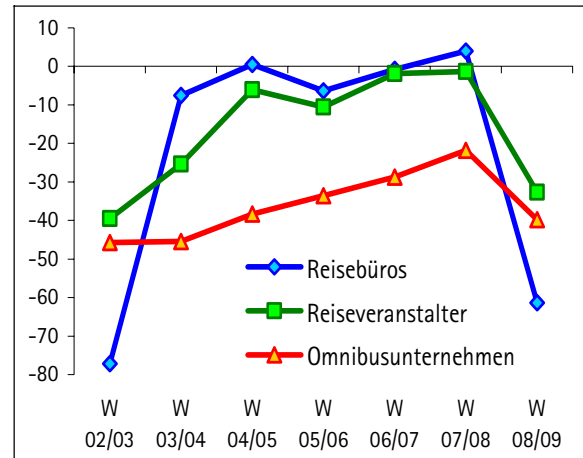


Abb. 10: Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Saldo Gestiegen-/Zurückgegangen-Anteile)

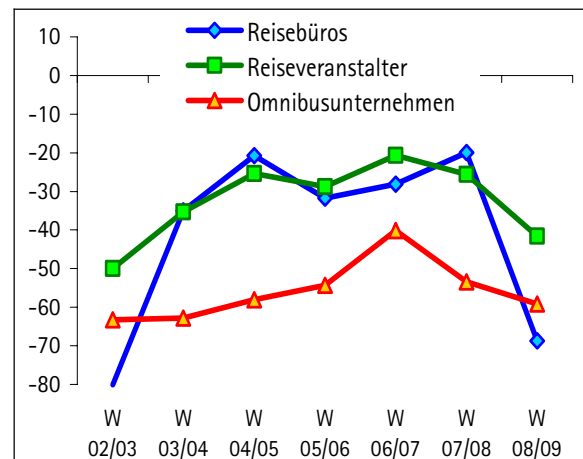


Abb. 12: Ertragsentwicklung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Saldo Gestiegen-/Zurückgegangen-Anteile)

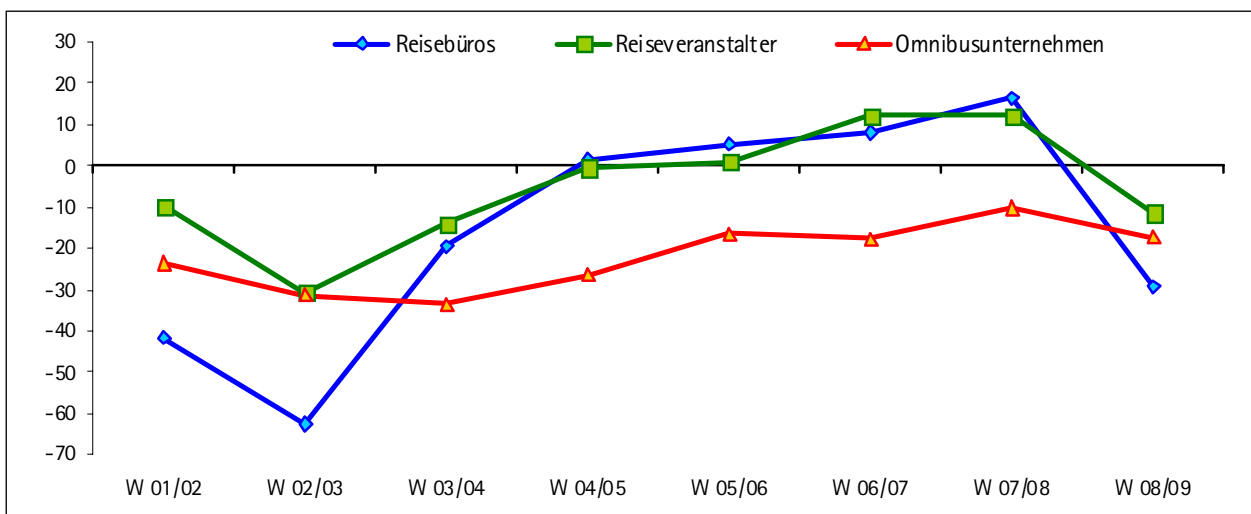


Abb. 11: Entwicklung: Bewertung der Geschäftslage im Touristikmarkt (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

Buchungszahlen und Reiseausgaben

Die Zahl der gebuchten Reisen nahm in der Wintersaison stark ab. Bei den Reisebüros ist dies am deutlichsten zu sehen (vgl. Abb. 13). Der Rückgang betraf vor allem Reisen ins Ausland (Details vgl. Tabellen im Anhang).

Der Saldo der Kundenausgaben sank im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls (vgl. Abb. 14). Auch hier waren die Reisebüros am stärksten betroffen. Grund dafür war u. a. die nachlassende Nachfrage im Geschäftsreisemarkt und die Kostenreduktion bei Businessstrips.

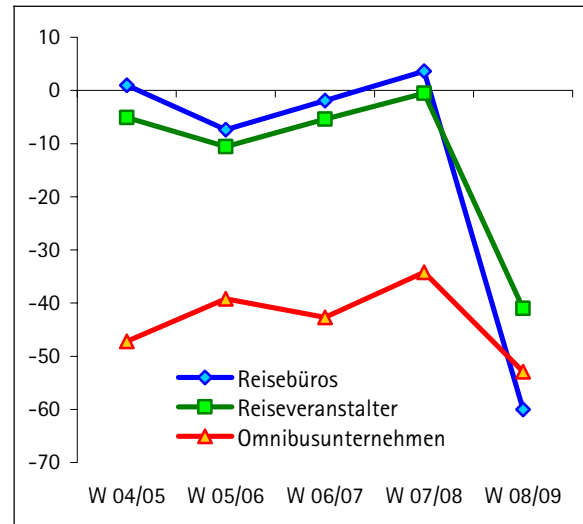


Abb. 13: Entwicklung der gebuchten Reisen (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen-Anteile)

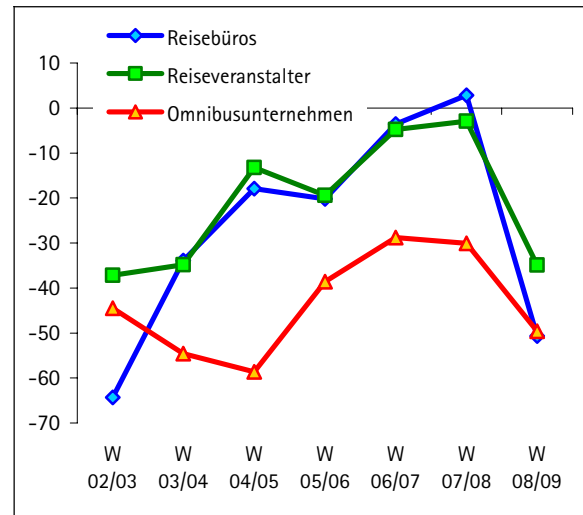


Abb. 14: Entwicklung der Kundenausgaben (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen-Anteile)

II ERWARTUNGEN UND PLÄNE FÜR DIE SOMMERSAISON 2009

Erwartungen im Gastgewerbe

Die Wirtschaftskrise beeinflusst die Erwartungen für die Sommersaison spürbar. Zwar rechnet noch gut die Hälfte der Hoteliers und Gastronomen mit mehr oder gleich bleibenden Geschäften, aber 45% bzw. 46 % sind skeptisch und befürchten schlechtere Geschäfte. Lediglich die Campingbranche scheint von der derzeitigen Situation zu profitieren. Dort befürchtet nur jedes fünfte Unternehmen weniger Gäste im Sommer.

Insgesamt haben sich gegenüber dem Vorjahr die Erwartungen weiter eingetrübt (vgl. Abb. 16), nur die Campingbranche hält sich auf Vorjahresniveau.

Die gastgewerblichen Betriebe sind in allen Bundesländern pessimistisch: überall fällt der Erwartungssaldo negativ aus. Die schlechtesten Werte gibt es in Berlin, gefolgt von Baden-Württemberg, Bremen und dem Saarland. Eine der Ursachen liegt darin, dass Städtekurzreisen meist konjunkturenfälliger sind als Urlaubsreisen. Außerdem sind viele Destinationen in Baden-Württemberg und dem Saarland vom Geschäftsreisetourismus geprägt, der zu großen Teilen eingebrochen ist.

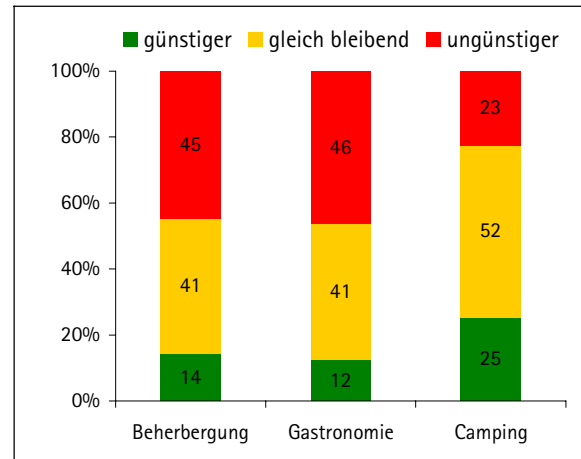


Abb. 15: Erwartete Geschäftslage im Gastgewerbe für die Sommersaison 2009

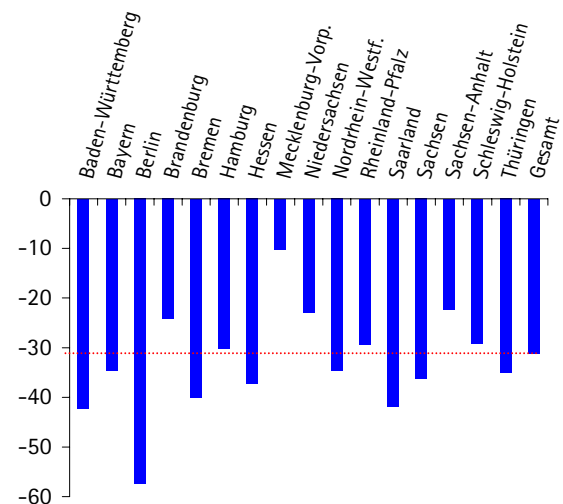


Abb. 17: Einschätzung der Geschäftslage für die Wintersaison im Gastgewerbe – Vergleich nach Bundesländern (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

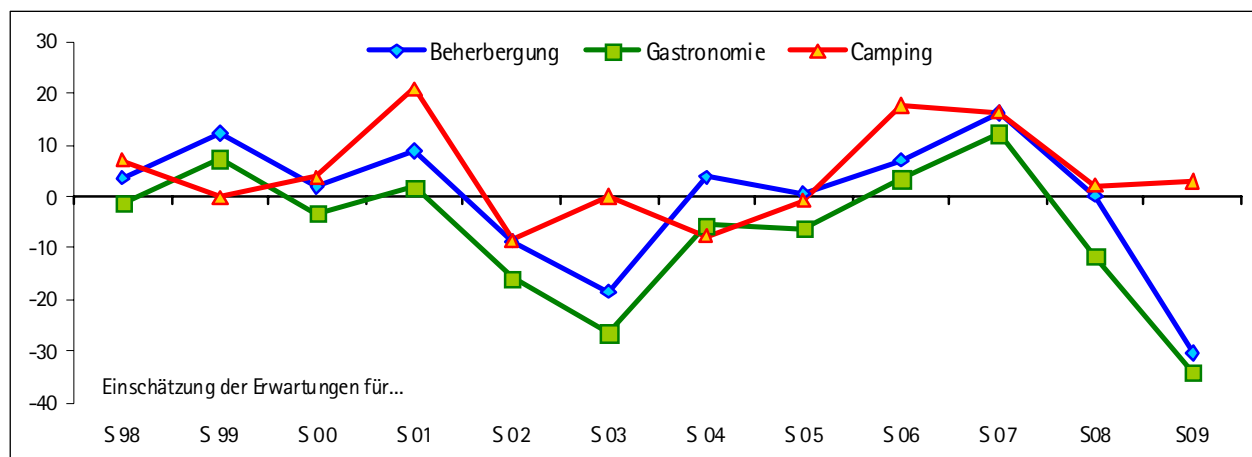


Abb. 16: Entwicklung der Einschätzung der Geschäftslage für die Sommersaison im Gastgewerbe (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

Erwartungen im Touristikmarkt

Die meisten Reisebüros sehen auch für die Sommersaison keine Verbesserung ihrer Geschäftslage. Nur knapp 40% gehen von besseren oder gleich bleibenden Geschäften aus. Reiseveranstalter und Busunternehmen sind etwas optimistischer: mehr als die Hälfte gehen von besseren oder unveränderten Geschäften aus (vgl. Abb. 18).

Gegenüber dem Vorjahr haben sich die Erwartungen in allen Sparten, jedoch vor allem bei den Reisebüros verschlechtert (s. Abb. 19). Dort ist der Saldo um über 50 Prozentpunkte abgestürzt.

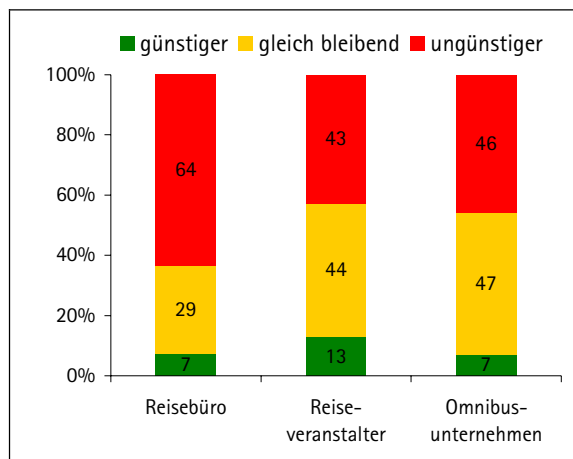


Abb. 18: Erwartete Geschäftslage im Touristikmarkt für die Sommersaison 2009

In einer Zusatzfrage wurde die Entwicklung der Reisebuchungen nach Verkehrsmitteln abgefragt. Der stärkste Rückgang wird für Flugreisen erwartet, gefolgt von den Busreisen. Am wenigsten betroffen sind die PKW-Reisen. Diese Ergebnisse sind ein Indiz dafür, dass in diesem Sommer verstärkt Inlandsreisen gebucht werden.

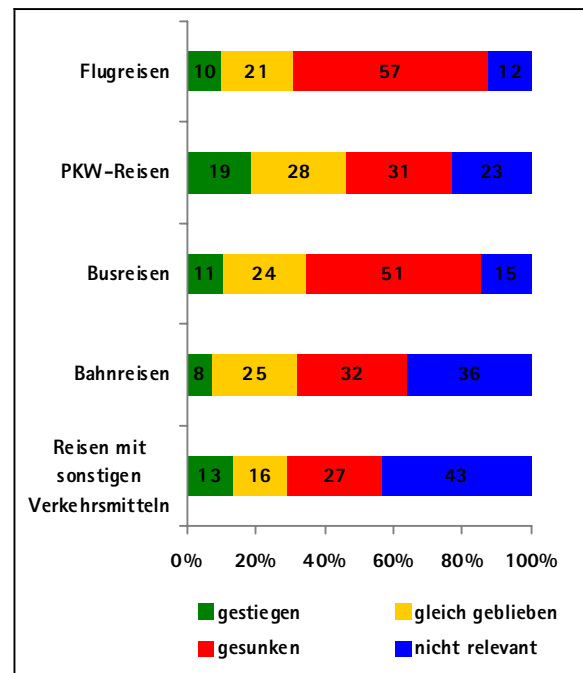


Abb. 20: Entwicklung der gebuchten Reisen für den Sommer 2009 nach Art des Verkehrsmittels (Angaben in %)

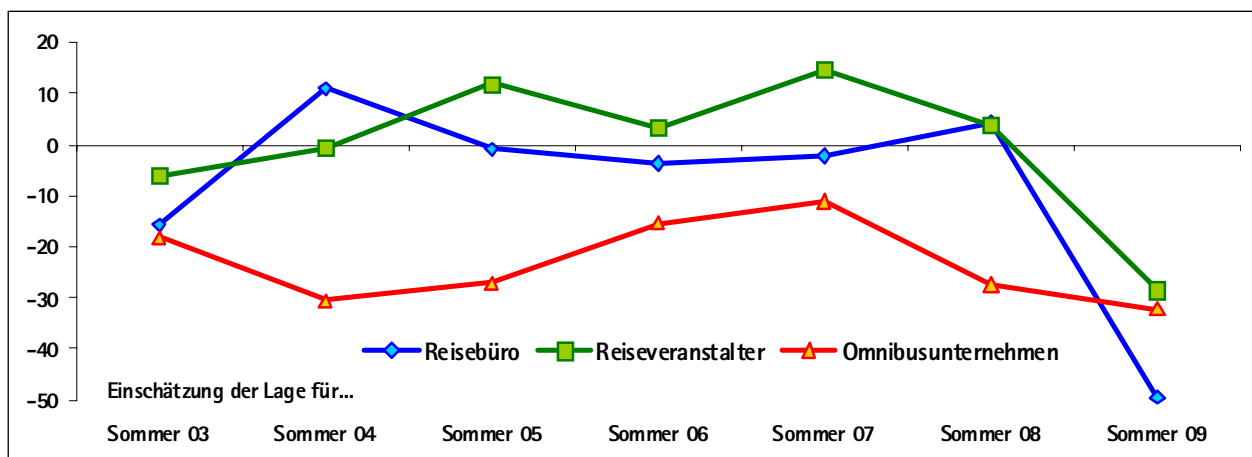


Abb. 19: Entwicklung der Einschätzung der Geschäftslage für die Sommersaison im Touristikmarkt (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

Preisentwicklung

Die Reisepreise folgen der allgemeinen Preisstabilität. Im Beherbergungsbereich ist an vielen Orten sogar mit sinkenden Preisen zu rechnen. Sechzehn Prozent der Hotels und Pensionen planen Senkungen, nur zehn Prozent wollen die Preise erhöhen. Die hohe Nachfrage trägt im Campingsektor sicherlich dazu bei, dass hier am ehesten damit gerechnet wird, Preissteigerungen durchzusetzen. Jeder fünfte Betrieb will die Preise erhöhen (s. Abb. 21). Im Vergleich zum Vorjahr sind die Salden im Beherbergungsbereich und der Gastronomie deutlich gefallen (s. Abb. 22). Günstigere Einkaufspreise für Energie und Lebensmittel sorgen hier für Spielraum, um die Preise zu senken.

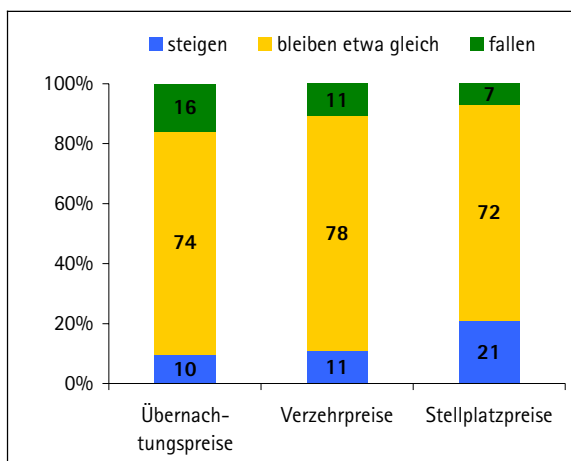


Abb. 21: Entwicklung der Preise im Gastgewerbe

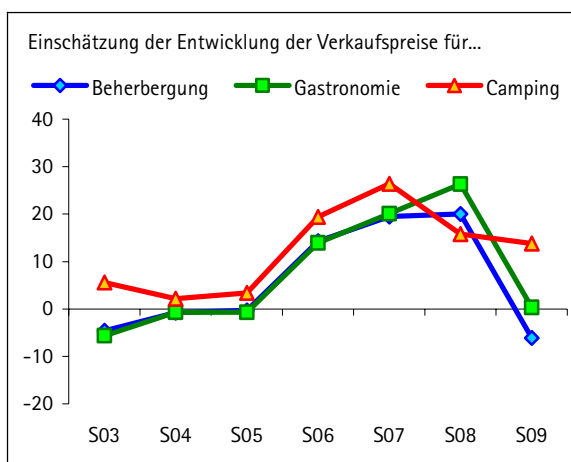


Abb. 22: Entwicklung der Preise für die Sommersaison im Gastgewerbe (Saldo Steigen-/Fallen-Anteile)

Im Touristikmarkt rechnen die Reisebüros mit fallenden Preisen. Das betrifft vor allem den Geschäftsreisebereich, wo in den letzten Monaten die Hotelpreise bereits deutlich zurückgegangen sind. Reiseveranstalter und Busunternehmen, die vorwiegend im Privatkundensegment tätig sind, wollen die Preise weitgehend stabil halten (s. Abb. 23). Hier bleibt abzuwarten, ob die Veranstalter in diesem Sommer abwarten oder versuchen mit vorzeitigen Preissenkungen die noch fehlenden Buchungen zu generieren. Erste Tendenzen dazu sind im Markt bereits sichtbar.

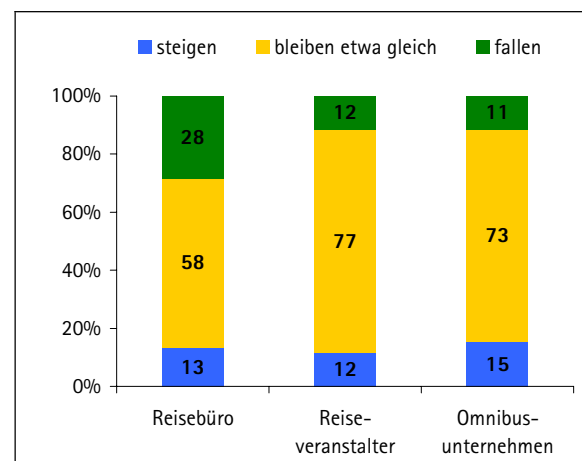


Abb. 23: Entwicklung der Preise in der Touristik

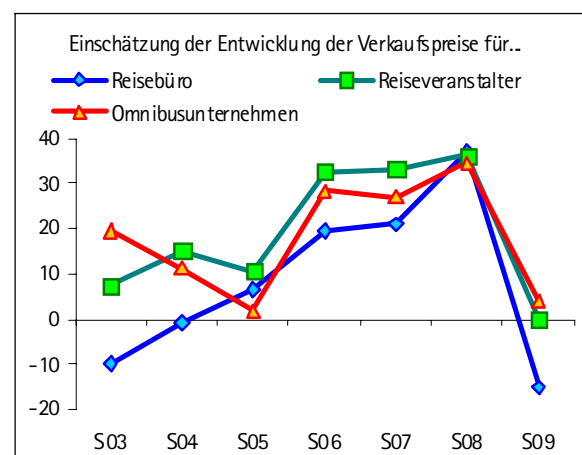


Abb. 24: Entwicklung der Preise für die Sommersaison im Touristikmarkt (Saldo Steigen-/Fallen-Anteile)

Investitionsabsichten und -motive

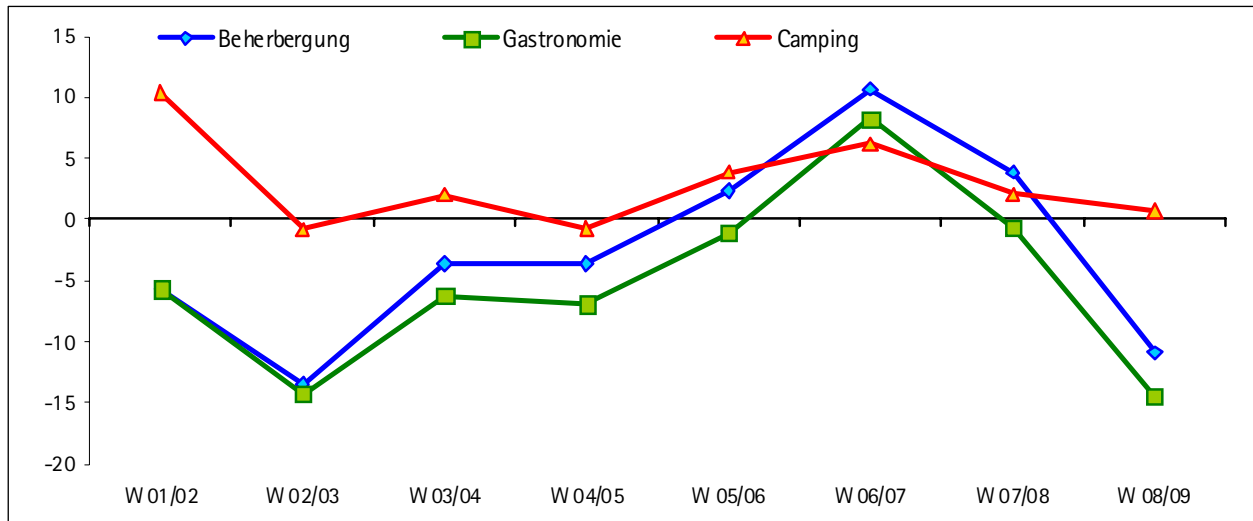


Abb. 25: Entwicklung: Investitionsabsichten im Gastgewerbe (Saldo: Anteil der „Zunehmen“- abzüglich Anteil der „Abnehmen“-Meldungen)

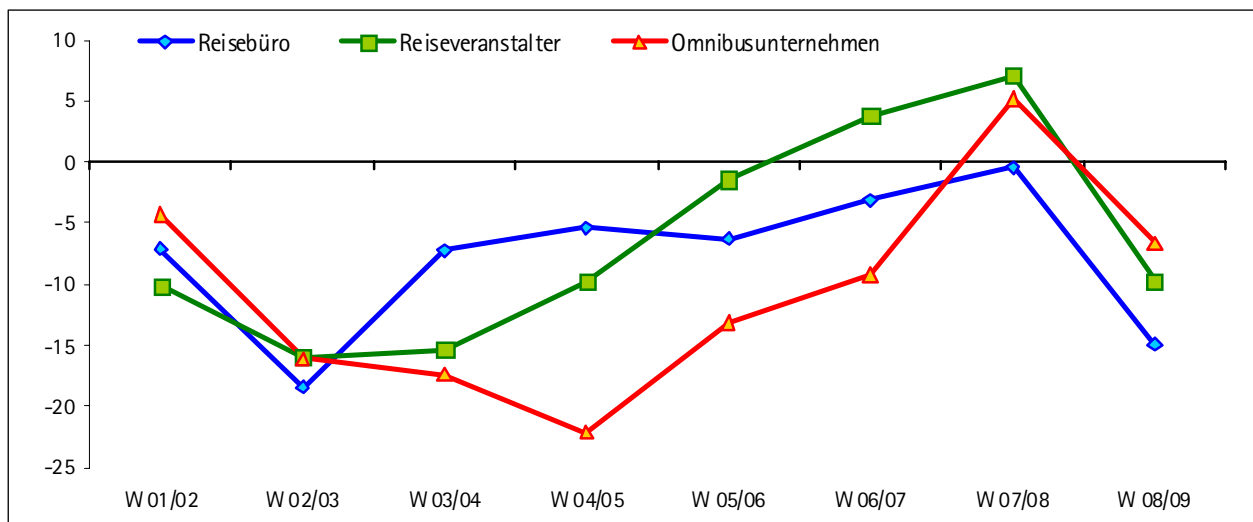


Abb. 26: Entwicklung: Investitionsabsichten im Touristikmarkt (Saldo: Anteil der „Zunehmen“- abzüglich Anteil der „Abnehmen“-Meldungen)

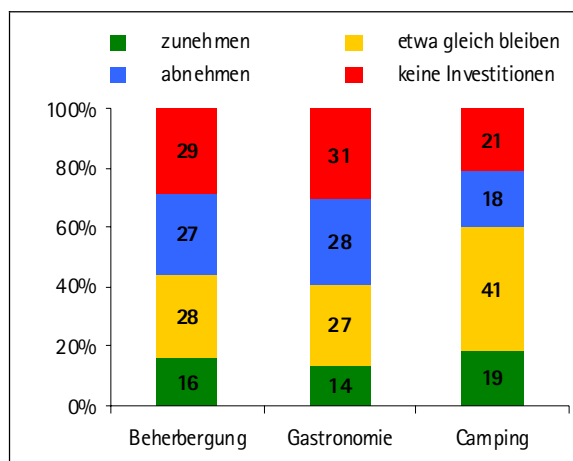


Abb. 27: Investitionsbereitschaft im Gastgewerbe

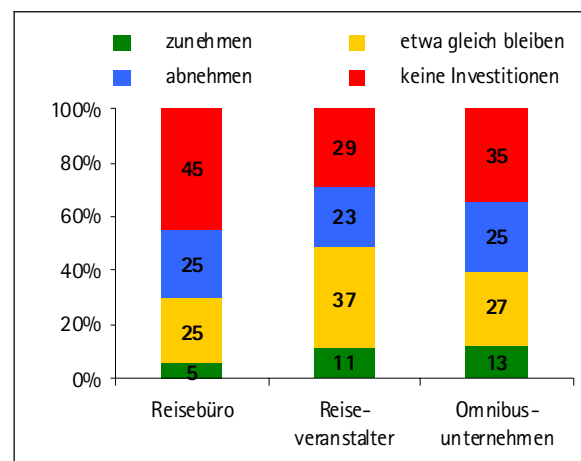


Abb. 28: Investitionsbereitschaft im Touristikmarkt

Die schlechten Geschäftserwartungen für den Sommer 2009 schlagen sich – bedeutend stärker als in der Gesamtwirtschaft – auf die Investitionspläne der Unternehmen nieder. Deutlich mehr Unternehmen als im Vorjahr wollen die Mittel für Investitionen verringern. Das gilt sowohl für das Gastgewerbe als auch für die Touristikbetriebe. Der Investitionssaldo hat sich fast überall deutlich verschlechtert (s. Abb. 25 und Abb. 26). Ausnahme ist die Campingbranche: dort schrumpfen die Investitionsbudgets angesichts der relativ guten Geschäftserwartungen nur wenig. Ungefähr ein Drittel der Betriebe wird überhaupt nicht investieren. Die Gruppe der Nicht-Investoren war in den Vorjahren geringfügig kleiner. Nur im Reisebürosektor ist die Zahl derjenigen, die gar keine Mittel für Investitionen in die Hand nehmen, deutlich gestiegen. Die schlechten Aussichten haben den Reisebüros die Investitionslaune vermiest.

An erster Stelle bei den Investitionen stehen Modernisierung und Ersatzbeschaffung. Nur bei den Reisebüros werden angesichts der wirtschaftlichen Lage und Erwartungen Rationalisierungs- und Kostensenkungsmaßnahmen häufiger durchgeführt. Bei den Reiseveranstaltern spielen auch Produktinnovationen und Angebotserweiterungen eine wichtige Rolle. Bei den Busunternehmen sind die Investitionen für Umweltschutzmaßnahmen deutlich gestiegen (s. Tabellen im Anhang). Grund dafür dürften die an vielen Orten eingerichteten Umweltzonen sein. Sie machen die Umrüstung oder Neuanschaffung von Fahrzeugen nötig.

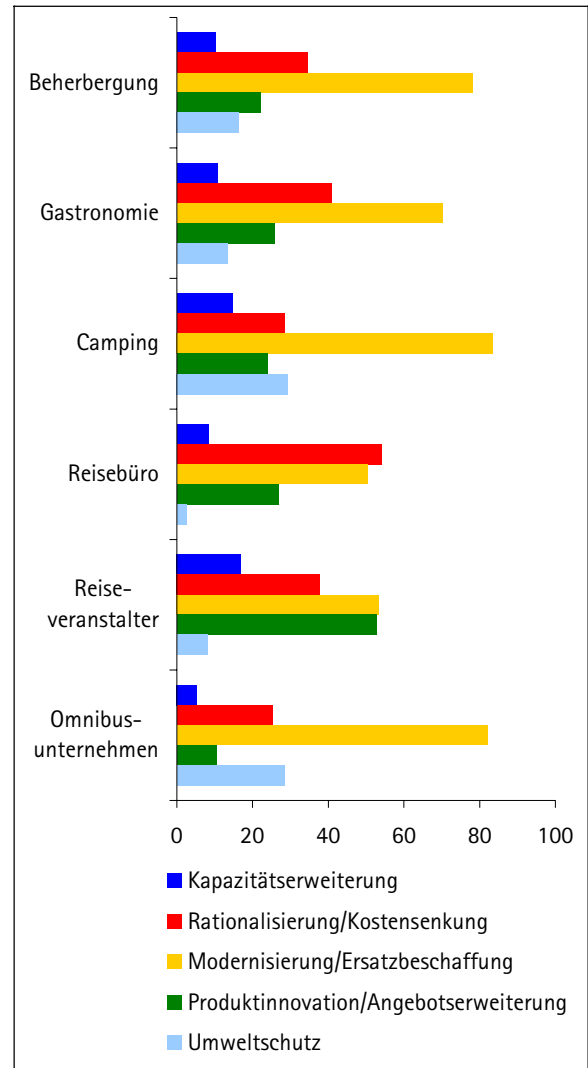


Abb. 29: Bereiche der Investitionsplanung (Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)

Beschäftigungsentwicklung

Die schlechten Erwartungen für den Sommer 2009 schlagen auf die Beschäftigungspläne durch. Im Beherbergungs- und Gastronomiebereich sinkt der Saldo im Vergleich mit dem Vorjahr um 12 Punkte (s. Abb.31): 26 bzw. 32 Prozent der Betriebe wollen Personal abbauen. Lediglich der Campingsektor hält sich relativ stabil. Dort wird die Personaldecke gleich bleiben. Auch viele Betriebe im Beherbergungs- und Gastronomiebereich versuchen zumindest das Personal zu halten. Zunehmend kommt dabei Kurzarbeit zum Einsatz. Im Zeitraum Oktober 2008 bis einschließlich März 2009 zeigten über 600 Betriebe aus dem Gastgewerbe für über 6.000 Mitarbeiter Kurzarbeit an. Im April und Mai diesen Jahres kamen weitere 400 Betriebe mit gut 4.000 Mitarbeitern dazu.

Auch im Touristiksektor sind die Chancen für Neueinstellungen nicht gut. Nur ungefähr jedes zwanzigste Unternehmen sieht zunehmende Beschäftigungsabsichten. Ein großer Teil versucht auch hier die Mitarbeiter zu halten, jedoch rechnet ungefähr ein Viertel mit abnehmender Beschäftigung. Auch hier haben einige Unternehmen Kurzarbeit eingesetzt. Vor allem Reisebüros im Geschäftsreisesegment nutzen dieses Instrument.

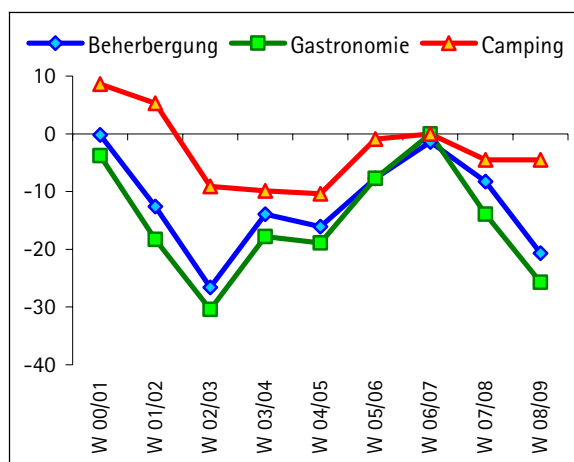


Abb. 30: Entwicklung der Beschäftigten im Gastgewerbe (Saldo Zunehmen-/Abnehmen-Anteile)

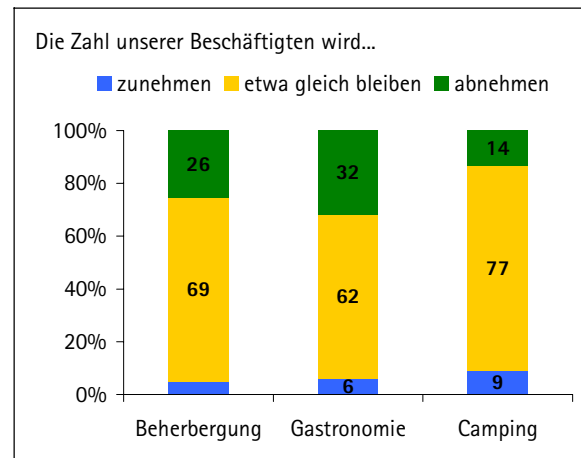


Abb. 31: Entwicklung der Beschäftigten im Gastgewerbe

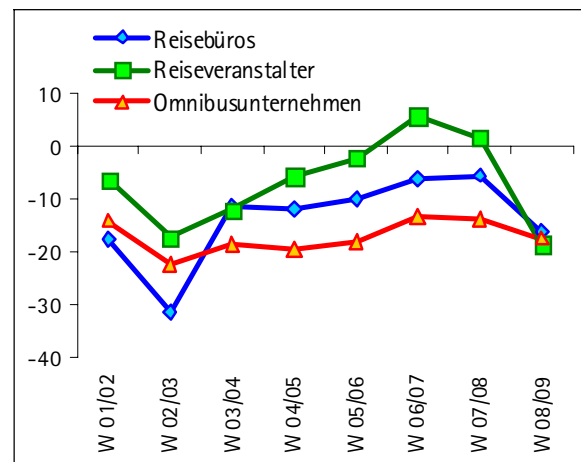


Abb. 32: Entwicklung der Beschäftigten im Touristikmarkt (Saldo Zunehmen-/Abnehmen-Anteile)

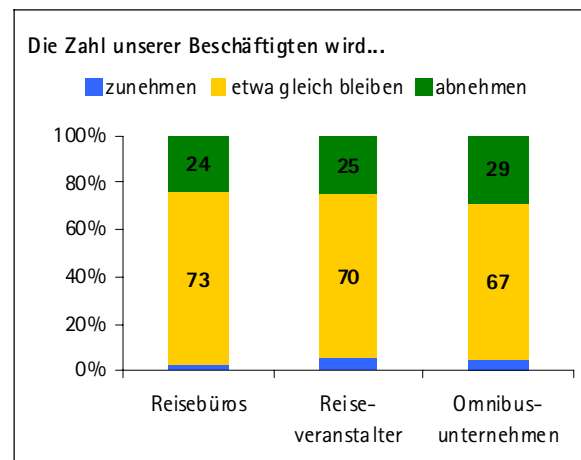


Abb. 33: Entwicklung der Beschäftigten im Touristikmarkt

III ERREICHBARKEIT

Das IHK-Jahresthema 2009 lautet „Mobilität ist Zukunft“. Das gilt nicht nur für den Güterverkehr, sondern auch für die Mobilität von Menschen. Ohne Mobilität gäbe weder Urlaubstourismus noch Geschäftsreisen. Deswegen wurden die Unternehmen befragt, wie sie die Erreichbarkeit ihres Standortes mit verschiedenen Verkehrsmitteln beurteilen.

Grundsätzlich muss zwischen der Erreichbarkeit von Orten und der Mobilität am Ort unterschieden werden. Erreichbarkeit und Mobilität sind außerdem stark vom Typ der Destination abhängig: Unternehmen in ländlichen Räumen haben andere Erreichbarkeitsprobleme als die in Städten.

Das wichtigste Verkehrsmittel aus Sicht der touristischen Betriebe ist der PKW. Dieser ist sowohl für die Erreichbarkeit von außerhalb als auch für die Mobilität vor Ort wichtig. In der Bedeutung für die Mobilität am Urlaubsort folgen das Fahrrad, die fußläufige Mobilität und der ÖPNV (s. Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.).

Tab. 1: Relevanz der Verkehrsmittel nach Betriebsart

Angaben in %	Beherbergung	Gastronomie	Camping
PKW	99	99	100
Reisebus	90	87	70
Eisenbahn	90	85	79
Flugzeug	68	62	38
ÖPNV	92	91	92
Fahrrad	95	94	99
Zu Fuß	93	93	94
Sonstige	49	48	43

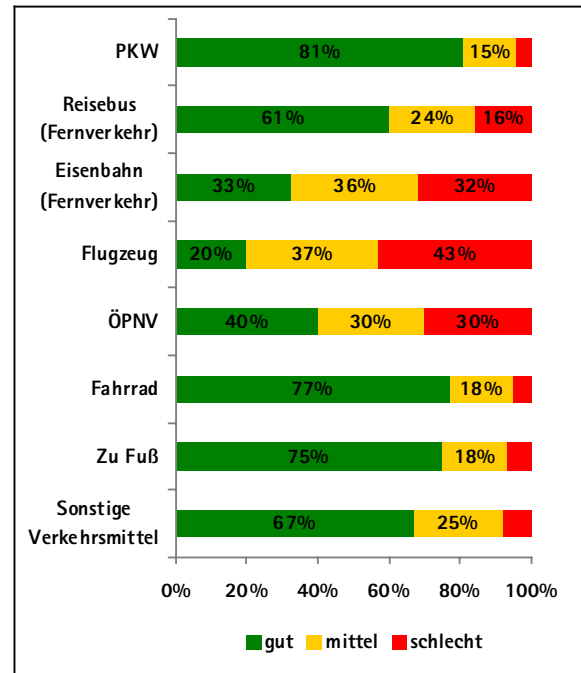


Abb. 34: Beurteilung der Erreichbarkeit mit verschiedenen Verkehrsmitteln (in Prozent)

In der Erreichbarkeit deutlich schlechter als der PKW schneiden der Bahnfernverkehr und der ÖPNV ab (s. Abb. 34).

Weiterhin wurden die Betriebe nach dem Handlungsbedarf zur Verbesserung der Erreichbarkeit gefragt. Insgesamt sehen drei Viertel der Betriebe Verbesserungsbedarf bei PKW-Verkehr und ÖPNV (s. Tab. 2). Der relativ hohe Handlungsbedarf beim Autoverkehr scheint im Widerspruch zu der guten Beurteilung der Erreichbarkeit zu stehen. Dahinter dürfte der Wunsch nach Verbesserungen bei der An- und Abreise (Staus auf den Hauptverkehrsachsen) und mehr Parkmöglichkeiten vor Ort stehen. Auch bei den anderen Verkehrsmitteln sehen viele Betriebe Handlungsbedarf. Knapp zwei Drittel wünschen sich Verbesserungen im Bus- und Bahnfernverkehr.

Tab. 2: Relevanz des Handlungsbedarfs nach Betriebsart

Angaben in %	Beherbergung	Gastronomie	Camping
PKW	73	71	82
Reisebus	68	64	61
Eisenbahn	66	61	59
Flugzeug	49	42	21
ÖPNV	73	71	82
Fahrrad	69	68	86
Zu Fuß	64	62	74
Sonstige	30	29	35

Um die Erreichbarkeit zu verbessern, muss auf mehreren Ebenen gehandelt werden. Erstens müssen vor Ort verschiedene Maßnahmen ergriffen werden (z.B. Beschilderung). Diese sollten auf einem integrierten Verkehrskonzept basieren. Zusätzlich kann jeder Betrieb individuelle Maßnahmen ergreifen (z.B. Fahrradabstellplätze). Um die überregionale Erreichbarkeit zu erleichtern, müssen die Engpässe im Autobahnnetz beseitigt sowie die Erreichbarkeit und Bedienungsqualität mit der Bahn – auch in der Fläche – verbessert werden.

Tab. 1: Mögliche Verbesserungsmaßnahmen

PKW	Qualität der Infrastruktur, Parkplatzsituation (Anzahl, Preise), Beschilderung, Verkehrs- und Parkleitsysteme
Reisebus	Spezielle Parkplätze, Beschilderung, Ein- und Aussteigeplätze, Leitsysteme
Eisenbahn	Netzausbau, Taktzeiten, Preisgestaltung, Fahrradmitnahme, Pünktlichkeit
Flugzeug	Pünktlichkeit, Erreichbarkeit der Flughäfen, Parkmöglichkeiten am Flughafen
ÖPNV	Taktzeiten, Ausweitung des Zeitkorridors (abends/am Wochenende), Preisgestaltung, Leitsysteme, einfache Nutzung/Tarife, Barrierefreiheit
Fahrrad	Wegequalität, Wegenetz, Beschilderung, spezielle Radrouten
Zu Fuß	Wegequalität, Beschilderung, Barrierefreiheit, Sicherheit, Beleuchtung
Sonstige	Motorradstellplätze, Anlegestellen für Boote

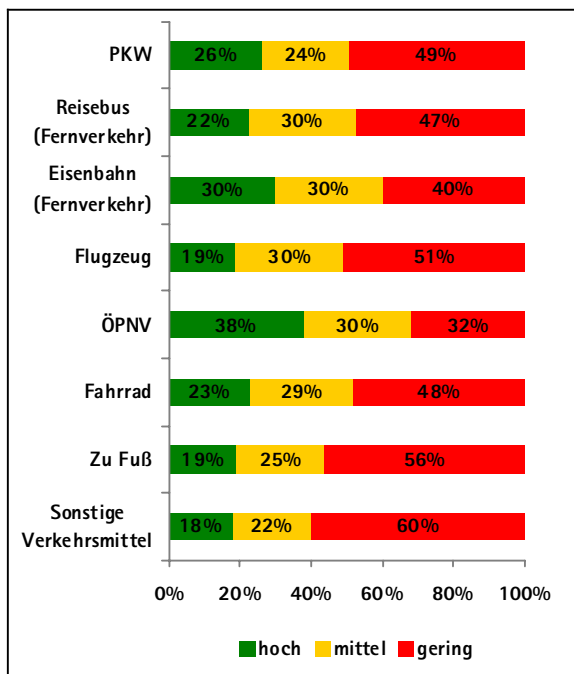


Abb. 35: Handlungsbedarf zur Verbesserung der Erreichbarkeit nach Verkehrsmitteln (in Prozent)

IV TABELLENANHANG

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09
Beherbergungsbereich								
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung								
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...								
gut	29	24	39	33	43	28	38	21
befriedigend	48	43	45	44	43	43	45	42
schlecht	22	33	16	23	14	29	17	37
Saldo	7	-9	23	10	29	-1	21	-16
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...								
gestiegen	29	24	36	32	37	26	33	16
gleich geblieben	35	33	36	35	35	35	37	31
zurückgegangen	37	43	28	34	28	39	30	53
Saldo	-8	-19	8	-2	9	-13	3	-36
3.1 Die Ausgaben unserer Kunden sind insgesamt...								
gestiegen	11	10	17	17	20	12	14	7
gleich geblieben	43	42	47	48	49	44	44	37
zurückgegangen	46	48	36	35	31	44	42	56
Saldo	-34	-38	-19	-18	-10	-33	-28	-49
3.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...								
gestiegen	10	8	13	16	19	13	14	6
gleich geblieben	48	47	52	53	53	51	53	38
zurückgegangen	42	45	35	31	28	36	33	56
Saldo	-31	-36	-22	-15	-10	-22	-19	-51
3.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...								
gestiegen	13	9	18	13	20	10	14	7
gleich geblieben	43	42	48	49	47	44	42	40
zurückgegangen	44	49	34	38	33	47	44	54
Saldo	-31	-39	-17	-25	-14	-37	-31	-47
4 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist die Zimmerauslastung ...								
gestiegen	29	23	34	31	35	23	30	16
gleich geblieben	35	33	37	34	37	35	38	31
zurückgegangen	36	44	29	35	27	42	32	53
Saldo	-8	-21	5	-4	8	-19	-3	-37
Die Zimmerauslastung lag bei	51	44	50	46	52	45	53	43
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...								
gestiegen	19	15	25	20	25	16	22	10
gleich geblieben	35	32	35	35	37	32	34	28
zurückgegangen	46	53	40	45	38	52	45	62
Saldo	-27	-38	-16	-24	-14	-36	-23	-52
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09
Beherbergungsbereich								
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
6 Unsere Geschäftslage wird...								
günstiger	20	30	20	34	24	26	16	14
gleichbleibend	53	48	53	49	58	48	52	41
ungünstiger	26	23	27	17	19	26	33	45
Saldo	-6	7	-6	16	5	0	-17	-30
7 Unsere Übernachtungs-/Verzehrpreise werden überwiegend ...								
steigen	19	22	49	24	33	26	35	10
etwa gleich bleiben	70	71	46	71	63	68	60	74
fallen	10	8	5	5	4	6	6	16
Saldo	9	14	44	20	30	20	29	-6
8 Die Zahl unserer Beschäftigten wird voraussichtlich ...								
zunehmen	5	8	8	11	9	9	7	5
etwa gleich bleiben	74	76	76	77	78	74	77	69
abnehmen	21	16	16	12	13	17	16	26
Saldo	-16	-8	-9	-1	-4	-8	-10	-21
9 Unsere Investitionen werden voraussichtlich ...								
zunehmen	19	21	23	25	26	22	21	16
gleich bleiben	36	33	38	37	40	34	36	28
abnehmen	18	18	15	15	14	18	19	27
keine Investitionen	28	28	24	23	20	26	24	29
Saldo	1	2	8	11	12	4	3	-11
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...								
Kapazitätserweiterung	10	10	11	11	12	12	12	10
Rationalisierung/ Kostensenkung	30	30	28	29	28	31	31	35
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	81	78	82	81	80	81	81	78
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	23	25	23	23	25	21	21	22
Umweltschutz	11	10	11	16	15	17	16	16
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09
Gastronomiebereich								
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung								
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...								
gut	23	21	28	30	31	21	25	17
befriedigend	49	46	47	46	49	45	48	45
schlecht	28	33	25	24	20	35	27	39
Saldo	-5	-12	3	6	11	-14	-2	-22
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...								
gestiegen	25	22	28	30	30	18	23	13
gleich geblieben	35	35	34	38	37	36	35	31
zurückgegangen	41	44	37	32	33	46	42	57
Saldo	-16	-22	-9	-3	-3	-27	-19	-44
3.1 Die Ausgaben unserer Kunden sind insgesamt...								
gestiegen	12	11	18	19	21	12	13	7
gleich geblieben	41	43	45	45	48	40	39	36
zurückgegangen	47	46	38	35	32	48	48	57
Saldo	-36	-36	-20	-16	-11	-36	-35	-50
3.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...								
gestiegen	9	9	14	19	20	13	13	4
gleich geblieben	47	48	52	50	52	51	50	37
zurückgegangen	44	43	34	31	28	37	36	59
Saldo	-35	-33	-20	-11	-9	-24	-23	-54
3.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...								
gestiegen	12	9	18	15	18	9	12	6
gleich geblieben	41	44	46	48	49	41	43	39
zurückgegangen	47	48	36	37	33	50	45	55
Saldo	-35	-39	-18	-22	-15	-41	-33	-49
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...								
gestiegen	15	15	19	18	20	12	15	7
gleich geblieben	34	31	34	36	36	29	30	28
zurückgegangen	51	54	47	46	45	59	55	65
Saldo	-36	-39	-28	-27	-25	-47	-40	-58
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09
Gastronomiebereich								
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
6 Die Geschäftslage wird...								
günstiger	17	27	19	31	22	21	14	12
gleichbleibend	54	49	50	50	56	47	47	41
ungünstiger	29	24	31	19	23	32	39	46
Saldo	-11	3	-12	12	-2	-12	-25	-34
7 Die Übernachtungs/ Verzehrpriese werden überwiegend ...								
steigen	16	20	47	24	39	32	32	11
etwa gleich bleiben	78	73	48	72	58	62	63	78
fallen	6	6	5	4	3	6	6	11
Saldo	9	14	42	20	36	26	26	0
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...								
zunehmen	6	12	9	14	11	8	8	6
etwa gleich bleiben	69	69	72	72	73	69	69	62
abnehmen	25	19	20	14	17	22	23	32
Saldo	-19	-8	-11	0	-6	-14	-16	-26
9 Die Investitionen werden voraussichtlich ...								
zunehmen	15	18	21	23	23	18	19	14
gleich bleiben	37	35	37	38	40	33	35	27
abnehmen	19	19	15	14	15	19	19	28
keine Investitionen	29	29	27	25	23	30	28	31
Saldo	-4	-1	5	8	8	-1	-1	-15
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...								
Kapazitätserweiterung	9	11	11	13	12	11	12	11
Rationalisierung/ Kostensenkung	39	39	36	35	34	41	38	41
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	73	72	75	75	74	72	71	70
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	29	32	29	29	27	27	26	26
Umweltschutz	9	9	10	15	14	14	14	13
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09
Camping								
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung								
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...								
gut	31	17	34	22	29	10	28	23
befriedigend	47	56	49	53	48	44	52	55
schlecht	22	27	18	25	23	46	20	23
Saldo	9	-10	16	-2	6	-35	8	0
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...								
gestiegen	23	11	24	17	20	14	25	17
gleich geblieben	37	52	43	48	42	33	41	51
zurückgegangen	40	38	33	36	38	53	34	32
Saldo	-17	-27	-10	-19	-18	-39	-9	-14
3.1 Die Ausgaben unserer Kunden sind insgesamt...								
gestiegen	7	1	13	10	10	6	13	6
gleich geblieben	39	57	46	52	50	51	47	54
zurückgegangen	54	42	41	37	41	44	40	40
Saldo	-47	-41	-29	-27	-31	-38	-27	-35
3.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...								
gestiegen	10	0	0	0	2	3	3	0
gleich geblieben	54	73	72	69	64	57	63	68
zurückgegangen	37	27	28	31	33	41	35	32
Saldo	-27	-27	-28	-31	-31	-38	-33	-32
3.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...								
gestiegen	14	5	16	10	12	10	15	7
gleich geblieben	39	51	47	51	50	48	45	56
zurückgegangen	48	43	37	39	38	42	41	37
Saldo	-34	-38	-21	-29	-26	-32	-26	-30
4 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist die Stellplatzauslastung ...								
gestiegen	16	12	23	17	20	12	21	20
gleich geblieben	41	44	44	46	38	35	41	40
zurückgegangen	43	45	33	36	42	52	38	40
Saldo	-27	-33	-10	-19	-23	-40	-18	-21
Die durchschnittliche Auslastung lag bei	49	48	47	40	49	38	47	39
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...								
gestiegen	10	8	17	14	11	7	12	14
gleich geblieben	42	51	44	43	41	35	45	39
zurückgegangen	49	42	39	44	48	58	43	47
Saldo	-39	-34	-22	-30	-37	-51	-30	-33
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09
Camping								
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
6 Die Geschäftslage wird...								
günstiger	17	29	16	31	20	26	12	25
gleich bleiben	56	59	61	54	58	50	57	52
ungünstiger	27	12	24	15	23	24	31	23
Saldo	-9	18	-8	16	-3	2	-18	3
7 Die Stellplatzpreise werden überwiegend ...								
steigen	22	22	34	32	19	18	25	21
gleich bleiben	71	76	63	62	74	80	68	72
fallen	7	2	4	6	7	2	7	7
Saldo	15	20	30	26	12	16	18	14
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...								
zunehmen	4	9	1	10	8	6	7	9
gleich bleiben	82	82	90	80	81	84	80	77
abnehmen	14	10	9	10	11	10	13	14
Saldo	-10	-1	-8	0	-3	-5	-7	-5
9 Die Investitionen werden voraussichtlich ...								
zunehmen	25	24	21	25	24	20	19	19
etwa gleich bleiben	32	42	44	40	39	47	38	41
abnehmen	28	20	20	19	19	18	18	18
keine Investitionen	15	15	15	17	18	15	25	21
Saldo	-2	4	1	6	4	2	2	1
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...								
Kapazitätserweiterung	12	19	14	17	13	10	13	15
Rationalisierung/ Kostensenkung	25	27	28	27	31	40	34	28
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	75	85	77	79	82	78	71	84
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	31	28	27	29	34	27	23	24
Umweltschutz	29	27	26	29	27	24	24	29
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09
Reisebüros								
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung								
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...								
gut	23	25	21	28	29	34	28	15
befriedigend	55	55	52	52	51	49	52	42
schlecht	21	20	27	20	20	17	21	44
Saldo	2	5	-7	8	9	16	7	-29
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...								
gestiegen	30	28	23	32	28	34	32	9
gleich geblieben	36	37	33	36	38	36	36	20
zurückgegangen	35	35	44	33	34	30	33	71
Saldo	-5	-6	-20	-1	-7	4	-1	-61
3.1 Die Zahl der gebuchten Reisen ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum insgesamt...								
gestiegen	34	29	24	32	30	37	29	12
gleich geblieben	32	34	31	34	34	30	35	17
zurückgegangen	34	37	46	34	37	33	36	72
Saldo	0	-7	-22	-2	-7	4	-7	-60
3.2 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Inland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
gestiegen	27	22	23	23	26	25	31	15
gleich geblieben	42	46	39	46	41	43	39	32
zurückgegangen	31	33	38	31	33	31	30	53
Saldo	-4	-11	-15	-8	-7	-6	2	-39
3.3 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Ausland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
gestiegen	35	31	24	33	27	38	29	9
gleich geblieben	27	29	24	29	31	28	29	18
zurückgegangen	38	40	52	38	42	35	42	74
Saldo	-4	-9	-28	-5	-15	3	-13	-65
4.1 Die Reiseausgaben der Kunden sind insgesamt...								
gestiegen	24	22	21	28	25	32	32	13
gleich geblieben	33	36	34	41	39	38	31	24
zurückgegangen	43	42	45	32	36	30	37	64
Saldo	-19	-20	-24	-4	-10	3	-4	-51
4.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...								
gestiegen	15	15	18	16	20	23	26	7
gleich geblieben	39	45	40	53	43	51	44	25
zurückgegangen	46	40	42	31	38	27	29	68
Saldo	-30	-25	-23	-16	-18	-4	-3	-62
4.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...								
gestiegen	24	23	22	29	25	34	31	14
gleich geblieben	33	35	30	37	38	35	32	25
zurückgegangen	43	42	48	35	37	31	37	61
Saldo	-19	-18	-26	-7	-12	2	-6	-47
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...								
gestiegen	20	18	14	20	19	25	22	6
gleich geblieben	34	33	29	33	31	31	30	19
zurückgegangen	46	49	57	48	49	45	48	75
Saldo	-26	-32	-43	-28	-30	-20	-26	-69
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09
Reisebüros								
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
6 Die Geschäftslage wird...								
günstiger	20	24	18	25	22	28	14	7
gleichbleibend	51	48	48	48	54	49	48	29
ungünstiger	29	28	34	27	24	23	39	64
Saldo	-9	-4	-16	-2	-2	4	-25	-56
7 Die Verkaufspreise werden überwiegend ...								
steigen	42	28	50	27	40	42	70	13
gleich bleiben	50	63	46	67	57	54	27	58
fallen	8	9	4	6	3	5	3	28
Saldo	34	19	47	21	37	37	67	-15
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...								
zunehmen	5	6	4	8	5	9	6	3
gleich bleiben	77	78	78	79	81	78	79	73
abnehmen	18	16	18	14	14	14	15	24
Saldo	-12	-10	-14	-6	-10	-5	-9	-21
9 Die Investitionen werden voraussichtlich...								
zunehmen	11	11	11	13	12	14	10	5
gleich bleiben	37	39	35	39	38	37	35	25
abnehmen	18	17	20	16	16	15	19	25
keine Investitionen	33	34	34	33	35	34	36	45
Saldo	-7	-6	-9	-3	-4	0	-9	-20
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...								
Kapazitätserweiterung	14	12	15	16	14	18	15	8
Rationalisierung/ Kostensenkung	42	44	45	42	42	39	46	54
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	62	60	58	59	53	61	54	50
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	31	30	33	33	32	28	28	27
Umweltschutz	1	1	3	5	3	5	3	3
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09
Reiseveranstalter								
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung								
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...								
gut	31	25	32	29	34	29	36	20
befriedigend	46	51	48	54	50	55	47	49
schlecht	23	24	20	17	16	17	17	31
Saldo	8	1	13	12	18	12	18	-12
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...								
gestiegen	33	26	32	28	40	31	35	19
gleich geblieben	32	39	31	42	33	36	31	30
zurückgegangen	35	36	37	30	27	32	34	52
Saldo	-2	-11	-5	-2	14	-1	1	-33
3.1 Die Zahl der gebuchten Reisen insgesamt ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
gestiegen	35	27	33	28	44	33	31	17
gleich geblieben	29	36	29	39	26	33	31	25
zurückgegangen	37	37	38	33	30	34	38	58
Saldo	-2	-11	-5	-5	15	-1	-7	-41
3.2 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Inland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...								
gestiegen	25	25	29	23	38	30	33	15
gleich geblieben	39	46	39	52	37	44	37	41
zurückgegangen	36	30	32	25	25	26	30	44
Saldo	-11	-5	-4	-2	14	4	3	-30
3.3 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Ausland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...								
gestiegen	31	29	32	30	38	31	25	17
gleich geblieben	31	29	31	36	28	35	33	24
zurückgegangen	37	43	37	34	34	34	41	59
Saldo	-6	-15	-5	-4	4	-3	-16	-43
4.1 Die Reiseausgaben der Kunden sind insgesamt...								
gestiegen	20	17	22	22	30	27	24	12
gleich geblieben	43	48	44	51	47	43	46	40
zurückgegangen	37	36	34	27	24	30	30	47
Saldo	-17	-19	-13	-5	6	-3	-6	-35
4.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...								
gestiegen	13	13	17	14	20	27	18	9
gleich geblieben	34	58	52	50	57	56	51	39
zurückgegangen	52	29	31	37	22	17	32	52
Saldo	-39	-16	-15	-23	-2	9	-14	-44
4.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...								
gestiegen	18	18	27	26	32	31	26	13
gleich geblieben	42	46	39	44	39	40	40	40
zurückgegangen	39	36	34	30	29	29	34	47
Saldo	-21	-18	-7	-5	3	2	-9	-34
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...								
gestiegen	23	18	21	22	26	23	24	15
gleich geblieben	32	35	33	36	30	28	30	29
zurückgegangen	45	47	45	43	44	49	46	56
Saldo	-22	-29	-24	-21	-19	-26	-22	-42
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09
Reiseveranstalter								
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
6 Die Geschäftslage wird...								
günstiger	24	27	27	33	31	29	16	13
gleichbleibend	54	50	51	49	50	47	51	44
ungünstiger	22	23	22	18	20	25	33	43
Saldo	2	3	5	15	11	4	-16	-30
7 Die Verkaufspreise werden überwiegend ...								
steigen	37	34	49	37	38	40	48	12
gleich bleiben	56	64	49	60	61	57	48	77
fallen	7	2	2	3	1	4	3	12
Saldo	30	33	47	33	36	36	45	0
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...								
zunehmen	10	12	11	14	15	14	10	5
gleich bleiben	74	75	78	78	76	74	78	70
abnehmen	17	14	11	8	9	12	11	25
Saldo	-7	-2	-1	6	6	2	-1	-20
9 Die Investitionen werden voraussichtlich...								
zunehmen	17	14	15	17	18	22	16	11
gleich bleiben	42	41	46	47	52	39	38	37
abnehmen	14	16	15	13	11	15	21	23
keine Investitionen	27	30	25	24	19	23	25	29
Saldo	-9	-1	1	4	7	7	-5	-12
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...								
Kapazitätserweiterung	18	21	20	19	24	28	24	17
Rationalisierung/ Kostensenkung	33	31	30	36	27	34	34	38
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	60	52	55	59	66	59	59	53
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	46	51	49	43	37	45	43	53
Umweltschutz	5	5	3	7	5	6	8	8
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09
Omnibusunternehmen								
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung								
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...								
gut	12	11	20	13	22	13	16	13
befriedigend	63	61	62	57	68	63	63	58
schlecht	26	28	18	31	10	23	21	30
Saldo	-14	-17	2	-18	11	-10	-5	-17
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...								
gestiegen	13	15	21	14	18	14	19	10
gleich geblieben	42	37	47	43	49	50	46	40
zurückgegangen	45	49	32	43	33	36	36	50
Saldo	-32	-34	-11	-29	-14	-22	-17	-40
3.1 Die Zahl der gebuchten Reisen insgesamt ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
gestiegen	13	11	16	8	18	11	15	11
gleich geblieben	37	38	49	41	40	44	40	25
zurückgegangen	50	51	35	51	42	45	46	64
Saldo	-37	-39	-19	-43	-23	-34	-31	-53
3.2 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Inland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...								
gestiegen	14	16	22	15	22	13	18	9
gleich geblieben	43	37	48	45	52	48	45	39
zurückgegangen	43	47	30	40	26	39	37	52
Saldo	-30	-32	-8	-26	-5	-26	-19	-43
3.3 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Ausland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...								
gestiegen	8	11	11	12	16	10	12	8
gleich geblieben	37	34	40	32	37	37	35	27
zurückgegangen	55	56	49	56	47	53	54	65
Saldo	-48	-45	-37	-45	-32	-43	-42	-57
4.1 Die Reiseausgaben der Kunden sind insgesamt...								
gestiegen	10	9	17	16	16	17	15	10
gleich geblieben	34	43	41	39	46	36	34	30
zurückgegangen	56	48	43	45	39	47	51	60
Saldo	-47	-39	-27	-29	-23	-30	-35	-50
4.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...								
gestiegen	11	9	12	10	17	19	15	3
gleich geblieben	42	54	53	49	47	51	43	36
zurückgegangen	48	38	35	41	36	31	42	61
Saldo	-37	-29	-23	-31	-19	-12	-27	-57
4.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...								
gestiegen	9	10	16	19	17	14	14	3
gleich geblieben	37	40	40	35	38	37	31	35
zurückgegangen	54	50	44	47	45	49	55	62
Saldo	-45	-41	-29	-28	-29	-35	-41	-59
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...								
gestiegen	7	8	13	13	10	7	9	4
gleich geblieben	25	31	37	35	40	33	35	33
zurückgegangen	68	62	51	53	50	60	56	63
Saldo	-60	-54	-38	-40	-40	-54	-47	-59
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09

	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09
Omnibusunternehmen								
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
6 Die Geschäftslage wird...								
günstiger	7	15	15	17	15	14	13	7
gleichbleibend	48	55	58	54	54	44	48	47
ungünstiger	46	30	27	28	31	42	39	46
Saldo	-39	-16	-13	-11	-16	-27	-26	-39
7 Die Verkaufspreise werden überwiegend ...								
steigen	51	35	53	33	42	36	55	15
gleich bleiben	42	59	45	60	53	62	42	73
fallen	7	6	2	6	6	2	3	11
Saldo	45	28	51	27	36	34	51	4
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...								
zunehmen	3	6	4	8	8	7	8	5
gleich bleiben	67	70	76	71	73	72	68	67
abnehmen	30	24	20	21	20	21	24	29
Saldo	-27	-18	-16	-13	-12	-14	-16	-24
9 Die Investitionen werden voraussichtlich...								
zunehmen	10	10	12	12	11	16	16	13
gleich bleiben	26	32	34	33	44	34	34	27
abnehmen	28	23	23	22	18	11	23	25
keine Investitionen	36	36	31	34	28	39	27	35
Saldo	-18	-13	-11	-9	-7	5	-7	-13
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...								
Kapazitätserweiterung	8	14	8	11	7	8	13	5
Rationalisierung/ Kostensenkung	37	30	26	32	33	27	34	25
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	71	71	83	73	79	75	76	82
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	20	24	12	12	10	20	12	11
Umweltschutz	12	8	7	14	14	17	22	28
	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08	S 08	W 08/09

