

# DIHK-Schlaglicht Tourismuskonjunktur

Erwartungen an die Sommersaison 2015  
Bilanz der Wintersaison 2014/15



Deutscher  
Industrie- und Handelskammertag

Mit der Auswertung „Erwartungen für die Sommersaison 2015 – Bilanz der Wintersaison 2014/2015“ 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 2015 haben sie für die Tourismuswirtschaft über 5.500 Antworten ausgewertet, darunter sind 2.500 Beherbergungsbetriebe, 2.000 Gastronomiebetriebe, 120 Campingplätze sowie über 560 Reisebüros, 180 Reiseveranstalter und 200 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. Es erfolgt auch eine regionale Auswertung nach „Leuchtturmregionen“, Regions- und Stadttypen. Dazu wurden Antworten der Betriebe anhand der zugehörigen Gemeindekennziffer und den Reisegebiets-Zuordnungen des Statistischen Bundesamtes auch regional ausgewertet. Damit ist eine differenziertere Darstellung der konjunkturellen Lage nach Reisegebieten (auch Bundeslandübergreifend) möglich.

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 Mai 2015 statt. Die Auswertung im DIHK wurde Anfang Juni 2015 abgeschlossen. Die Daten wurden entweder schriftlich oder per Online-Fragebogen erhoben.

Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (DIHK)

Bereich Dienstleistungen, Infrastruktur, Regionalpolitik – Berlin, Juni 2015

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 ISSN 1863-0138  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: <a href="http://www.ihk.de">www.ihk.de</a>
Redaktion	Dr. Ulrike Regele DIHK – Bereich Dienstleistungen, Infrastruktur, Regionalpolitik Telefon (030) 20 308 2104   Telefax (030) 20 308 2111
Stand	Juni 2015

## ■ Inhalt

<b>Ergebnisse Gastgewerbe</b>	<b>5</b>
Lage und Erwartungen	6
Investitionen und Beschäftigung	7
Regionale Auswertung: Berge und Küsten im Trend	8
Kleinstädte und Gebirge setzen auf den Sommertourismus	9
Melderecht	10
<b>Ergebnisse Touristik</b>	<b>11</b>
Lage und Erwartungen	12
Investitionen und Beschäftigung	13
<b>Tabellenanhang</b>	<b>14</b>



## ERGEBNISSE GASTGEWERBE

### Geschäftslage im Winter/Frühjahr 2014/15

Die Geschäftslage im Beherbergungs- und Gastronomiebereich war im Frühjahr und Winter besser als zur gleichen Zeit im Vorjahr. Regional konnten die Küsten und die Mittelgebirge punkten. Vor allem das Sauerland und der Schwarzwald legten eine Top-Saison hin.

### Geschäftserwartungen für den Sommer 2015

Für die Sommersaison ist das Gastgewerbe verhalten optimistisch, Insgesamt geht ein gutes Viertel der gastgewerblichen Betriebe von einer günstigeren und knapp 60 Prozent von einer gleich bleibenden Geschäftslage für den Sommer aus.

### Wirtschaftliche Risiken

Bis auf Nachfrage und Finanzierung nennen die Unternehmen alle wirtschaftlichen Risiken häufiger als vor einem Jahr. An erster Stelle stehen die steigenden Arbeitskosten (66 Prozent). Die Gastronomie sieht dieses Risiko besonders oft (72 Prozent).

Einen drohenden Fachkräftemangel fürchten 54 Prozent der gastgewerblichen Betriebe. Überdurchschnittlich hoch bewerten die Unternehmen dieses Risiko in der speisegeprägten Gastronomie (62 Prozent) sowie regional vor allem in Hamburg, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Bayern.

Auch die Energie- und Rohstoffpreise sind für 50 Prozent des Gastgewerbes ein Risiko. Nur wenige Unternehmen rechnen dagegen derzeit mit Rückschlägen bei der Nachfrage. 2015 scheint ein weiteres Rekordjahr im Deutschlandtourismus möglich.

### Investitionen

Die Investitionsbereitschaft im gesamten Gastgewerbe bleibt im Vergleich zum Vorjahr weitgehend stabil mit einer leicht positiven Tendenz. Am niedrigsten ist die Investitionsneigung im Gastronomiebereich, am höchsten im Campingsektor.

Auch die Motive der Investitionsplanung bleiben mehr oder weniger unverändert: Es dominieren Modernisierungen und Ersatzbeschaffungen. Im Beherbergungsbereich gibt es ein deutliches Plus bei den Ausgaben für Produktinnovationen und Angebotserweiterung.

### Beschäftigung

Im Gastgewerbe werden die Beschäftigungspläne gegenüber dem Vorjahr leicht gekürzt. Gründe dafür sind zum einen die gestiegenen Arbeitskosten, nicht zuletzt durch den Mindestlohn. Zum anderen haben viele Unternehmen des Gastgewerbes, die gerne Personal einstellen würden, verstärkt Probleme, Fachkräfte zu finden.

### Lage und Erwartungen

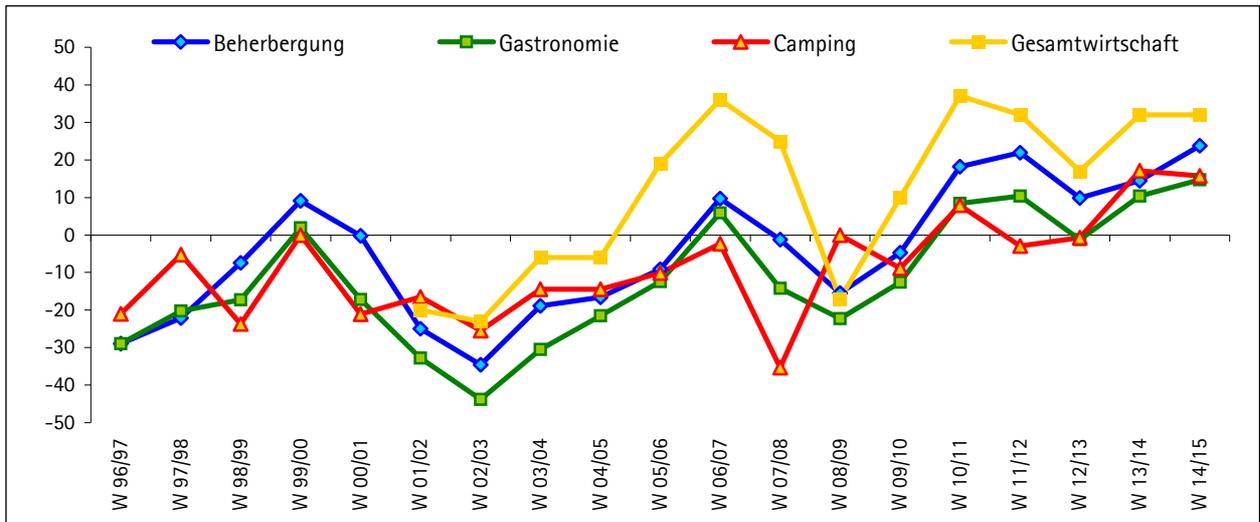


Abb. 1: Entwicklung der Geschäftslage im Gastgewerbe (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

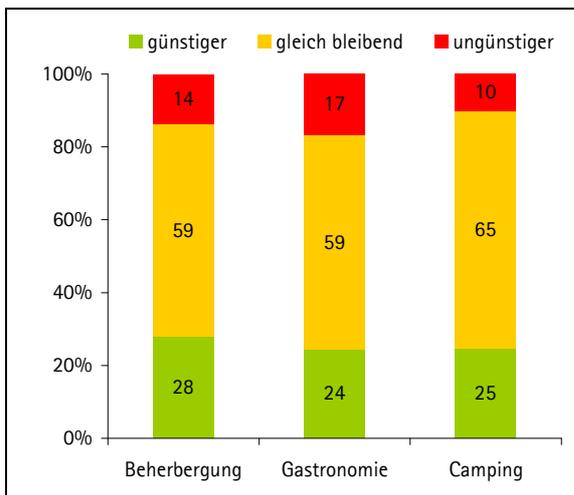


Abb. 2: Erwartete Geschäftslage im Gastgewerbe für die Sommersaison 2015

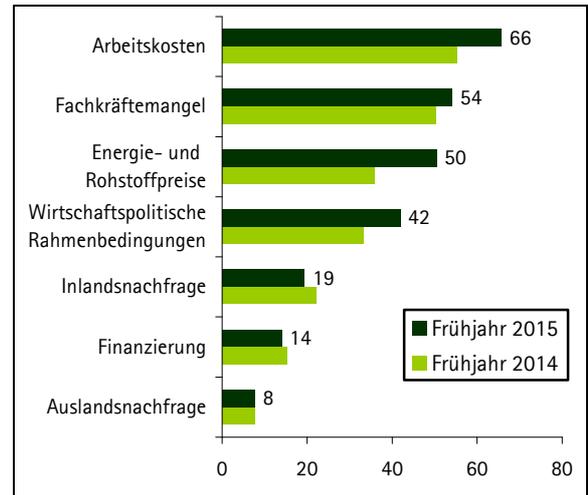


Abb. 4: Größte wirtschaftliche Risiken für das Unternehmen in den nächsten 12 Monaten (Angaben in %)

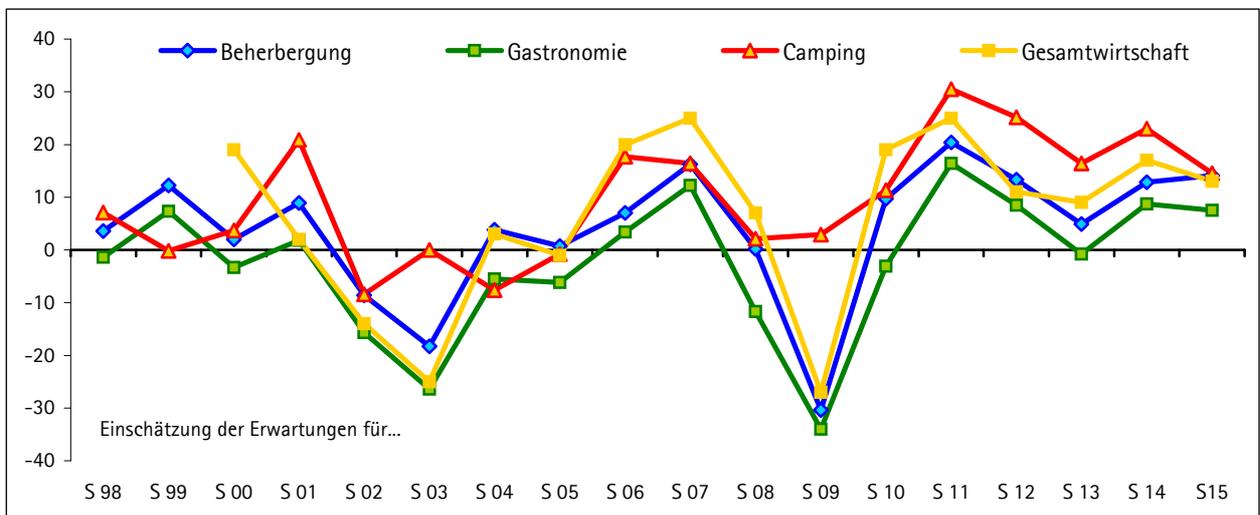


Abb. 3: Geschäftserwartungen im Gastgewerbe (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

## Investitionen und Beschäftigung

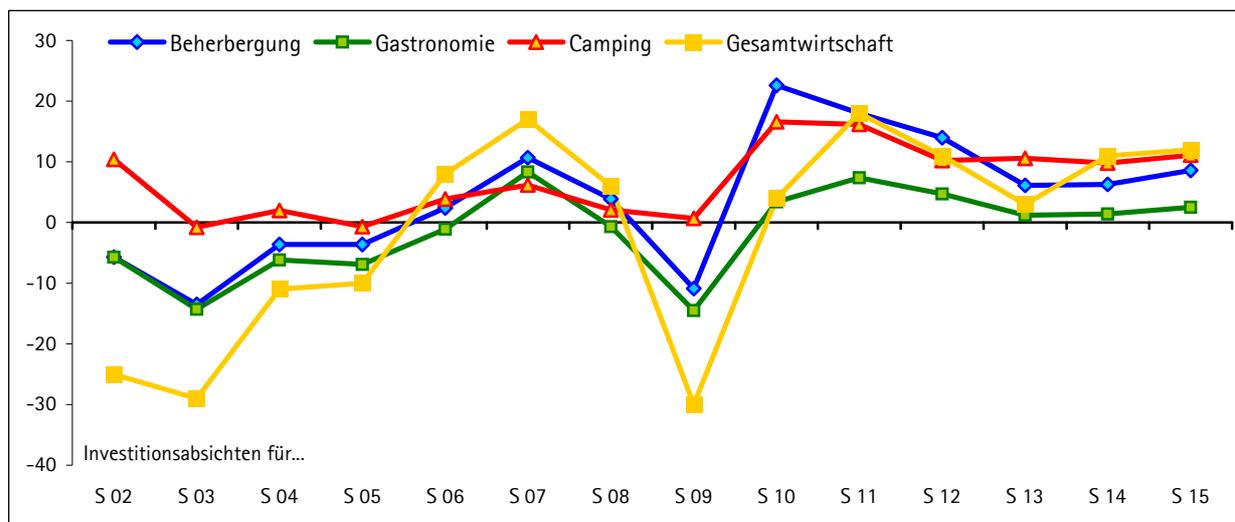


Abb. 5: Entwicklung: Investitionsabsichten im Gastgewerbe (Saldo Zunehmen/Abnehmen-Anteile), Basis: Unternehmen, die Investitionen planen

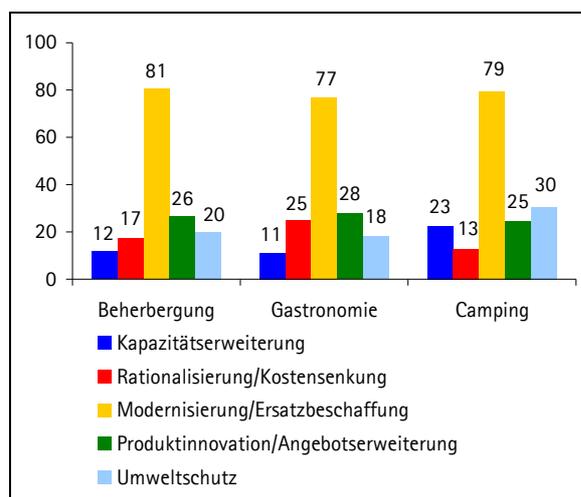


Abb. 7: Bereiche der Investitionsplanung (Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich)

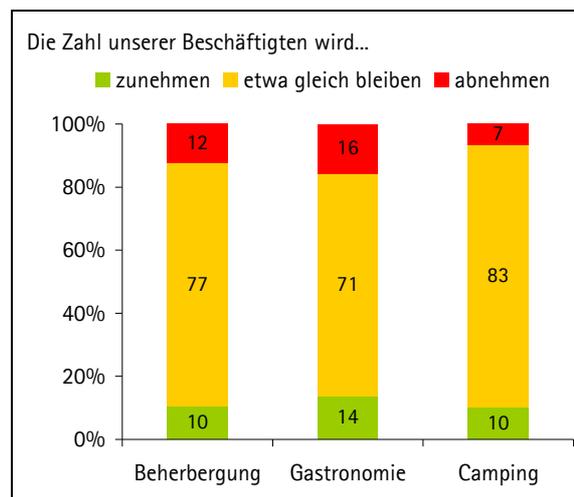


Abb. 8: Entwicklung der Beschäftigten im Gastgewerbe

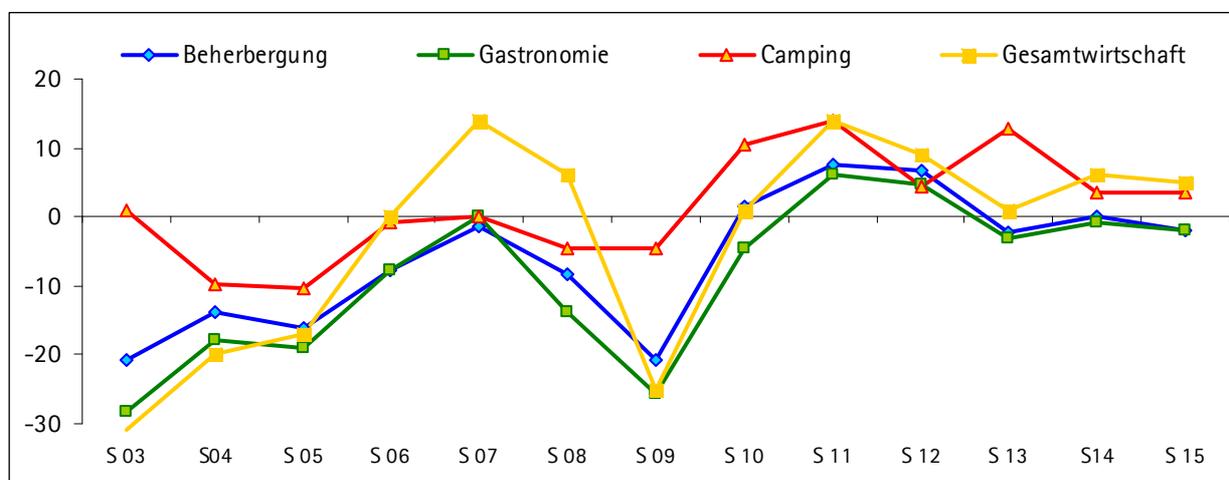


Abb. 6: Entwicklung der Beschäftigten im Gastgewerbe (Saldo Zunehmen-/Abnehmen-Anteile)

## Regionale Auswertung: Berge und Küsten im Trend

Im Winter und Frühjahr 2014/15 war Urlaub an den Küsten und in den Bergen der Renner. Vor allem die gastgewerblichen Betriebe im Allgäu, dem Sauerland und dem Schwarzwald bewerteten die Saison überdurchschnittlich positiv. Aber nicht in allen Mittelgebirgsregionen lief es so gut: Im Harz verschlechterte sich die Lagebewertung erheblich. Dennoch verbesserte sich der Saldo bei den Mittelgebirgen insgesamt (s. Abb. 9 / Abb. 10)\*.

Auch der Städtetourismus verzeichnete weiter gute Geschäfte. Die Betriebe in Großstädten waren dabei am zufriedensten. Dort weist der Lagesaldo den höchsten Wert auf (s. Abb. 11).

\* Die rote Linie stellt in den Abb. 9 bis Abb. 14 den durchschnittlichen Saldo der Geschäftserwartungen im Gastgewerbe dar.

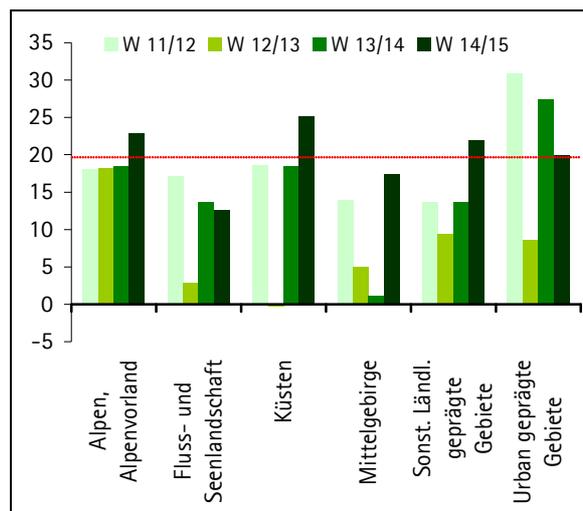


Abb. 10: Geschäftslage im Gastgewerbe - Regionstypen (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

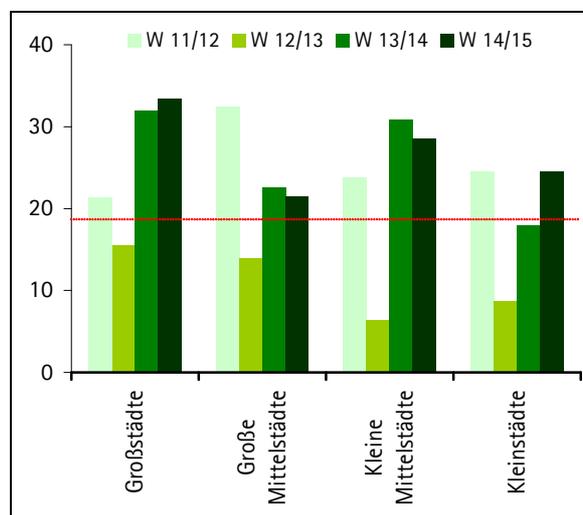


Abb. 11: Geschäftslage im Gastgewerbe - Städte (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

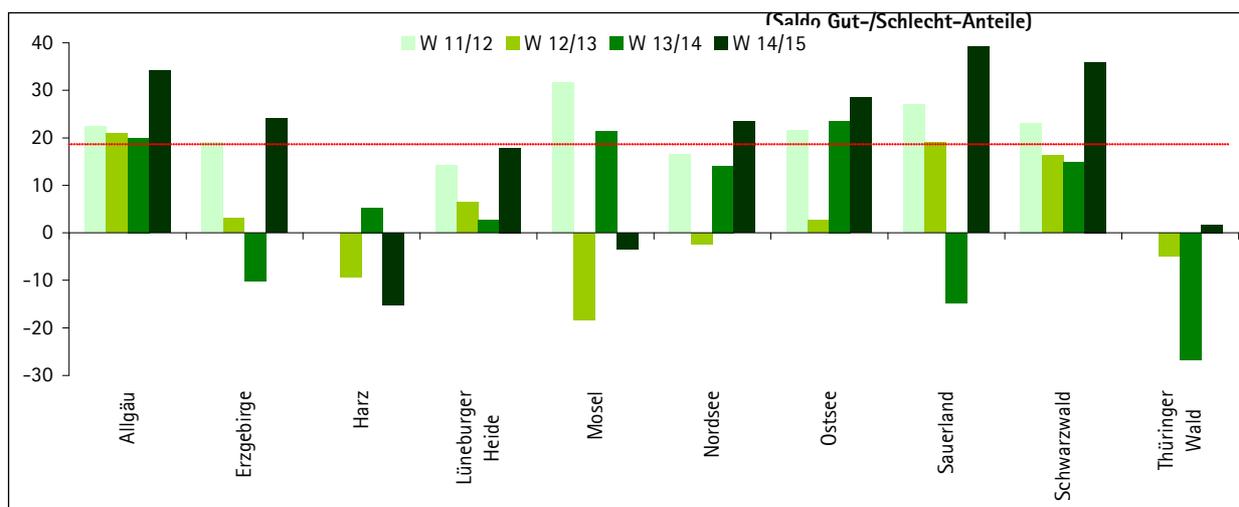


Abb. 9: Geschäftslage im Gastgewerbe - Ausgewählte Tourismusregionen (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

## Kleinstädte und Gebirge setzen auf den Sommertourismus

Die Geschäftserwartungen des Gastgewerbes sind in allen Regionen positiv. Am höchsten ist der Saldo im Allgäu (28 Punkte). Im Erzgebirge und in Thüringen überwiegt erstmals seit Start der regionalen Auswertung der Anteil der Optimisten (s. Abb. 12).

Die Betrachtung nach Regionstypen zeigt: Vor allem die Betriebe in der Alpenregion erhoffen sich gute Geschäfte. Zurückhaltender sind die Erwartungen bei Betrieben in den Fluss- und Seenlandschaften und den sonstigen ländlich geprägten Gebieten (s. Abb. 13).

In den deutschen Städten sind die Erwartungen im Vergleich zum Vorjahr leicht gedämpft, aber die Salden liegen immer noch im positiven Bereich. Ausnahme sind die Kleinstädte (weniger als 50.000 Einwohner). Dort liegt der Saldo um sechs Punkte höher als im Vorjahr (s. Abb. 14).

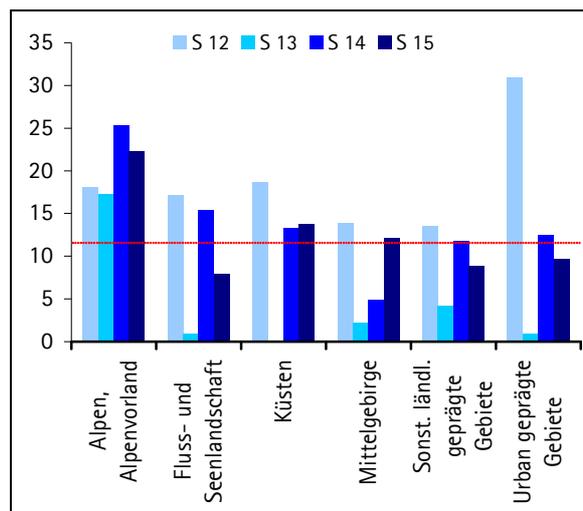


Abb. 13: Geschäftserwartungen im Gastgewerbe - Regionstypen (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

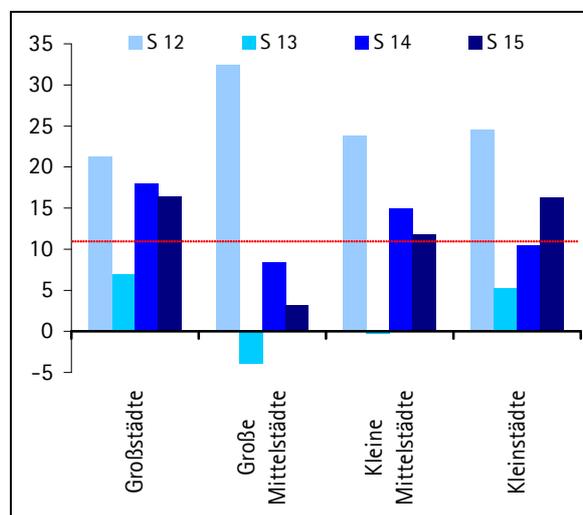


Abb. 14: Geschäftserwartungen im Gastgewerbe - Städte (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

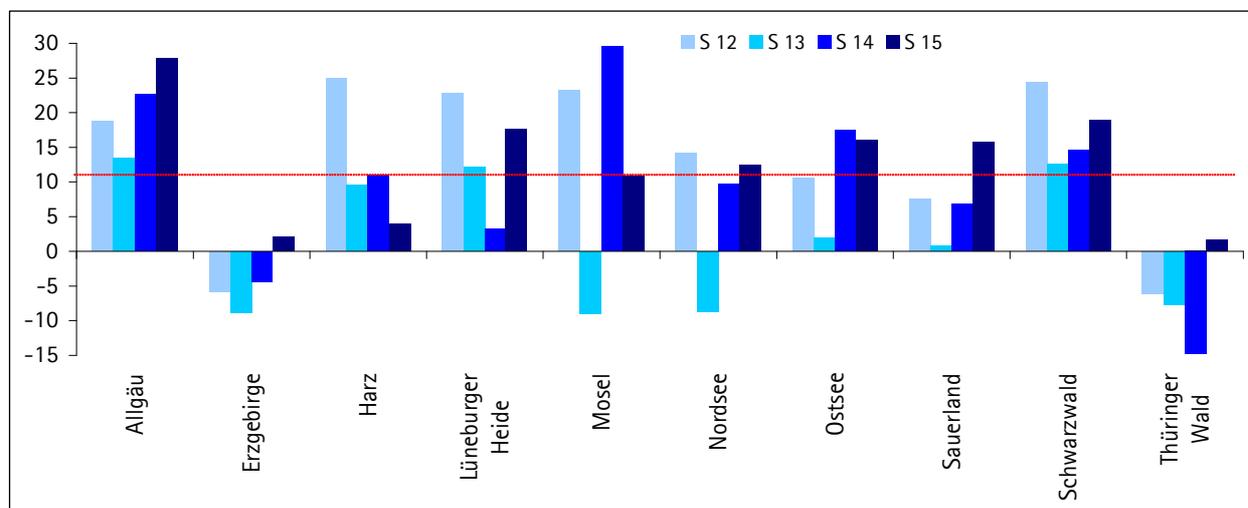


Abb. 12: Geschäftserwartungen im Gastgewerbe - Ausgewählte Tourismusregionen (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

## Melderecht

Ab 1. November 2015 tritt das neue Bundesmelde-recht in Kraft. Nach der neuen Regelung müssen Gäste den Meldeschein im Beherbergungsbetrieb nicht mehr komplett per Hand ausfüllen, sondern lediglich unterschreiben. Damit wurde ein Teil der Forderungen der IHK-Organisation im Rahmen des Bürokratieabbaus erfüllt.

Der Großteil der Beherbergungsbetriebe wird von dieser Möglichkeit Gebrauch machen. Im Cam-pingbereich sind es nur 40 Prozent der Betriebe.

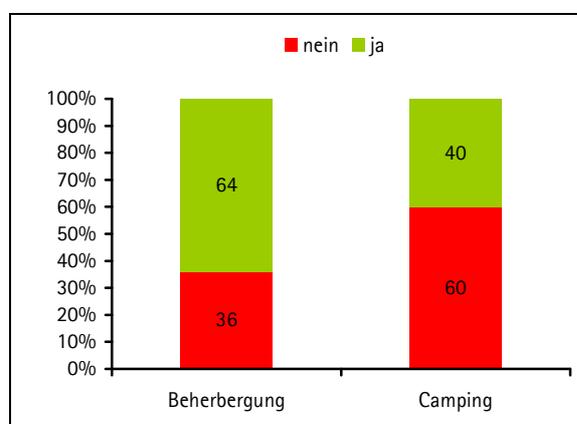


Abb. 15: Wird den Gästen ab November 2015 ein vorausgefüllter Meldeschein zur Verfügung gestellt? (Angaben in %)

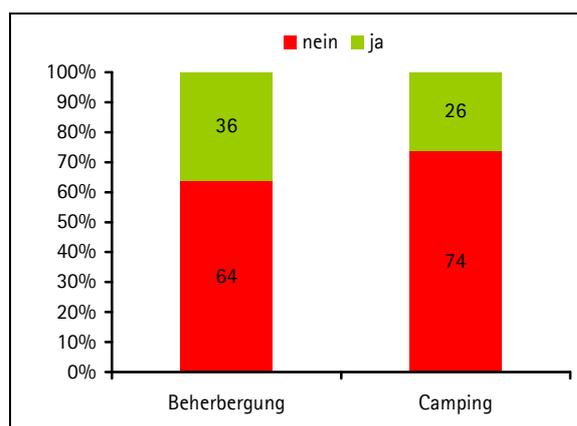


Abb. 16: Weitergabe der Daten zur Ausstellung von Gästekarten bzw. Erhebung von Kurabgaben (Angabe in %)

Ein weiteres wichtiges Anliegen aus Sicht der Wirtschaft ist es, eine einfache und effiziente Weiterverarbeitung der Meldedaten zu ermöglichen. 36 Prozent der Hotels bzw. 26 Prozent der Cam-pingplätze müssen die Daten ihrer Gäste zum Zwecke der Ausstellung von Gästekarten oder zur Erhebung von Kurabgaben weitergeben (z.B. an Kurverwaltung, Tourist Information). Die Weiter-gabe der Daten erfolgt zum größten Teil per Durchschlag oder Kopie. Diese Methode ist fehler-anfällig und erfordert einen hohen zeitlichen Auf-wand. Im Durchschnitt liegt er bei Beherbergungs-betrieben bei 8,5 Stunden pro Monat, bei Cam-pingbetrieben sind es knapp 9 Stunden im Monat. Ein knappes Drittel der Betriebe nutzt digitale We-ge für die Datenweitergabe: entweder komfortabel über eine automatische Funktion des Reservie-rungssystems oder den Versand digitaler Listen. Eine weitere Automatisierung und Digitalisierung könnte den Erfüllungsaufwand erheblich reduzie-ren.

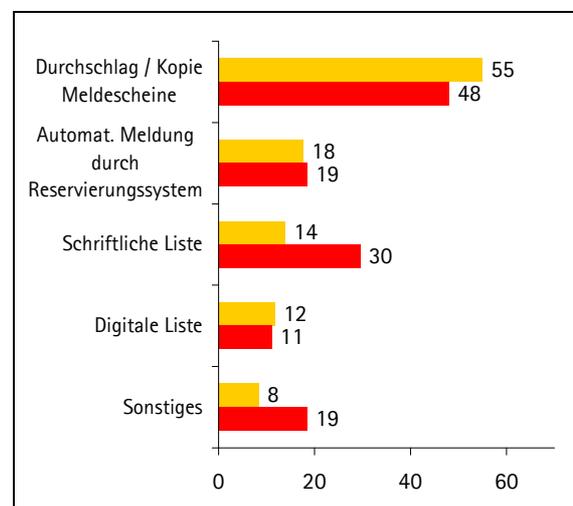


Abb. 17: Weitergabe der Daten durch ... (Angaben in %)

## ERGEBNISSE TOURISTIK

### Geschäftslage im Winter/Frühjahr 2014/15

Im Frühjahr und Winter konnten Reiseveranstalter das relativ hohe Niveau des Vorjahres halten. Bei den Reisebüros war der Saldo leicht rückläufig und sank um drei Zähler auf 38 Punkte. Bei den Busunternehmen stieg der Saldo der Lagebewertungen – dank des wachsenden Fernbusmarktes – weiter an.

### Geschäftserwartungen für den Sommer 2015

Die Erwartungen im Touristikgeschäft sind im Vergleich zum Vorjahr teilweise deutlich gedämpft: Bei den Veranstalter sinkt der Saldo von 30 auf 15 Punkte. Bei den Reisebüros trüben sich die Erwartungen nur leicht ein: der Saldo sinkt von acht auf vier Punkte. Die Busunternehmen erhöhen ihre Erwartungen sogar leicht von null auf vier Punkte. Grund ist vor allem der anhaltende Boom auf dem Fernbusmarkt.

### Wirtschaftliche Risiken

Die größten wirtschaftlichen Risiken sehen die Reisebüros in den wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (49 %). Vor allem die Novellierung der EU-Pauschalreiserichtlinie führt hier zu Unsicherheiten. Bei den Reiseveranstaltern steht das Wechselkursrisiko momentan an erster Stelle (46 %) – Reisen außerhalb des Euroraums sind wegen des schwachen Euros derzeit deutlich teurer. In der Busbranche bereiten den Betrieben zwar die Energie- und Rohstoffpreise (45 %) Sorgen – allerdings deutlich weniger als im Vorjahr. Problematischer sind zurzeit der Fachkräftemangel (63 %) sowie steigende Arbeitskosten (54 %).

### Investitionen

Die Busunternehmen wollen deutlich mehr investieren. Allerdings stehen vor der Kapazitätserweiterung zunächst Modernisierung und Ersatzbeschaffung an erster Stelle der Investitionsmotive. Auch Reiseveranstalter wollen ihre Investitionen verstärken. Bei den Reisebüros geht der Investitionssaldo hingegen leicht zurück. Bei den Investitionsmotiven gewinnen wieder Produktinnovationen und Angebotserweiterung sowie der Umweltschutz an Bedeutung.

### Beschäftigung

Reiseveranstalter und -büros sind bei den Personalplanungen zurückhaltender als im Vorjahr. Im Busmarkt ist der Saldo dagegen deutlich von minus sechs auf plus 5 Punkte angestiegen. Hier werden dringend Fahrer gesucht, um die neuen Verbindungen im Fernbusverkehr zu bedienen.

### Lage und Erwartungen

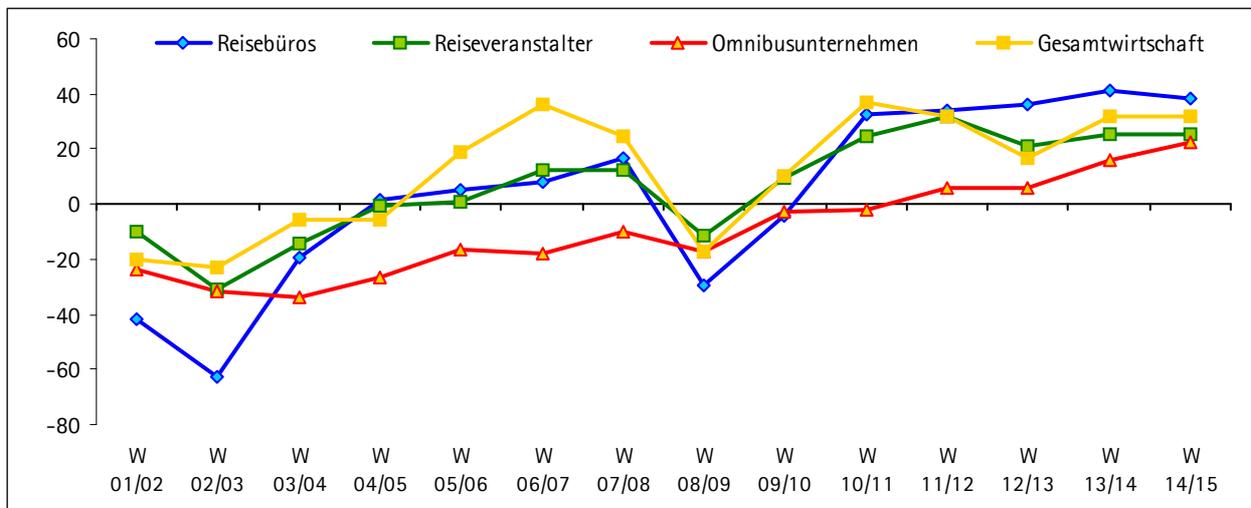


Abb. 18: Entwicklung der Geschäftslage im Touristikmarkt (Saldo Gut-/Schlecht-Anteile)

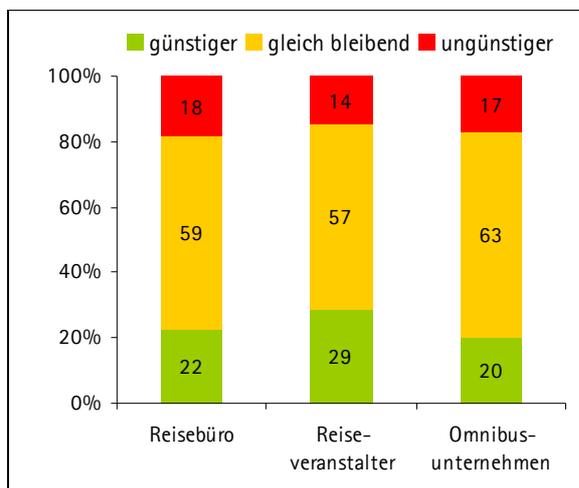


Abb. 19: Geschäftserwartungen im Touristikmarkt für die Sommersaison 2015

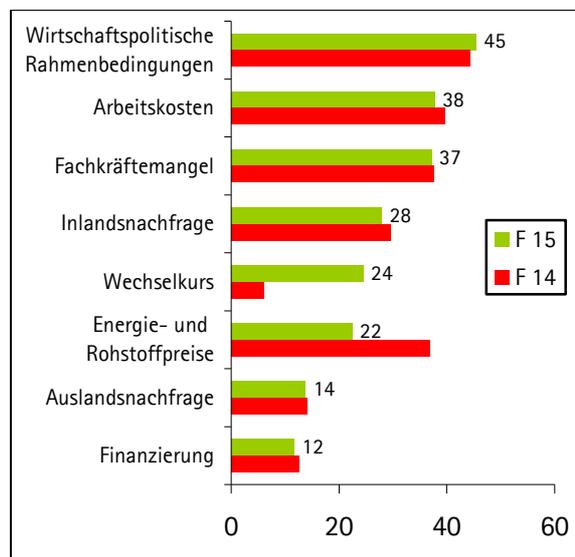


Abb. 21: Größte wirtschaftliche Risiken für das Unternehmen in den nächsten 12 Monaten (Angaben in %)

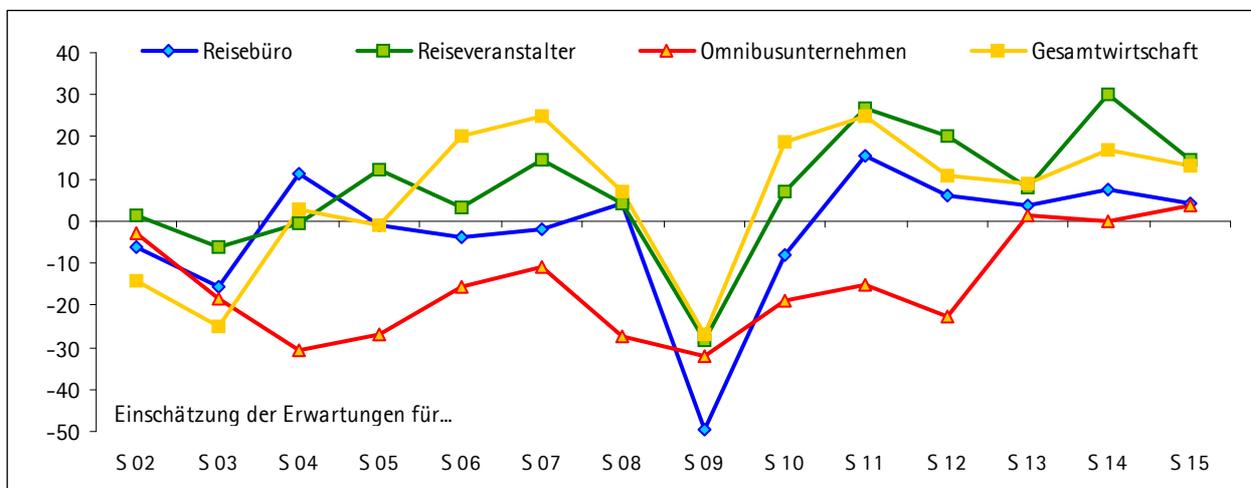


Abb. 20: Geschäftserwartungen im Touristikmarkt (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile)

## Investitionen und Beschäftigung

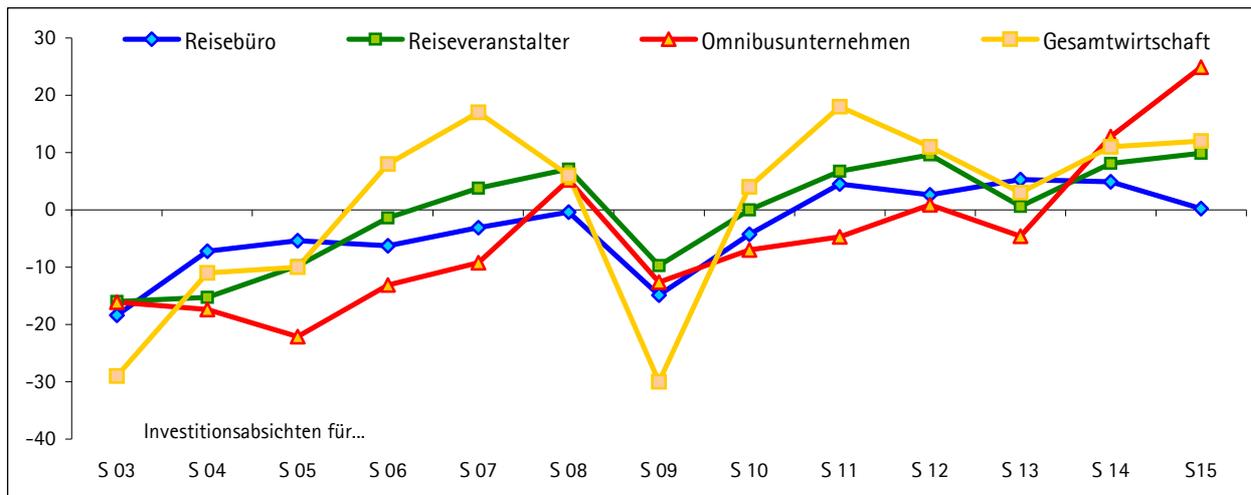


Abb. 22: Entwicklung: Investitionsabsichten im Touristikmarkt (Saldo Zunehmen-/Abnehmen-Anteile)  
Basis: Unternehmen, die Investitionen planen

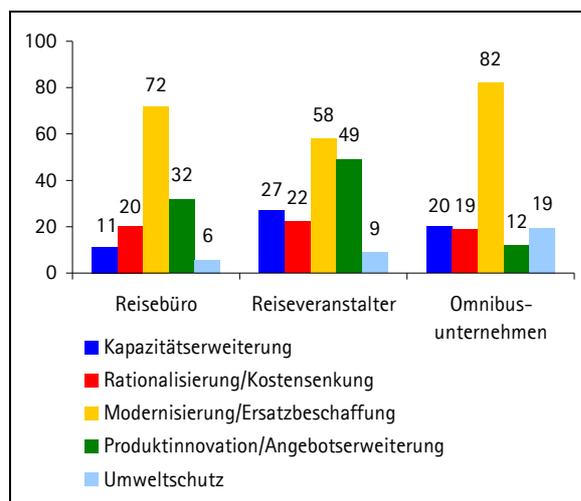


Abb. 23: Bereiche der Investitionsplanung (Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich)

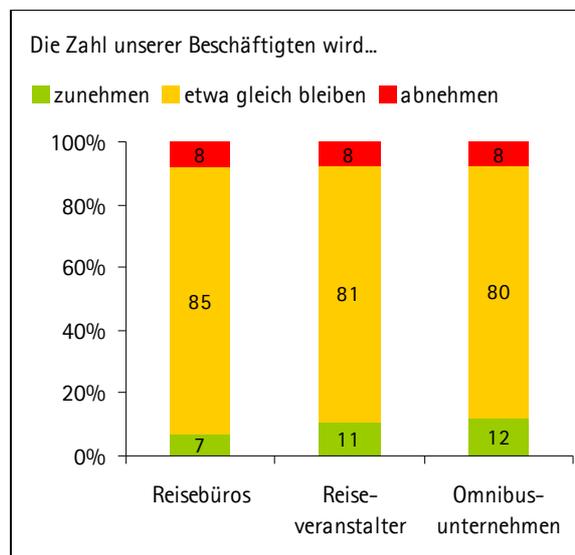


Abb. 24: Entwicklung der Beschäftigten im Touristikmarkt

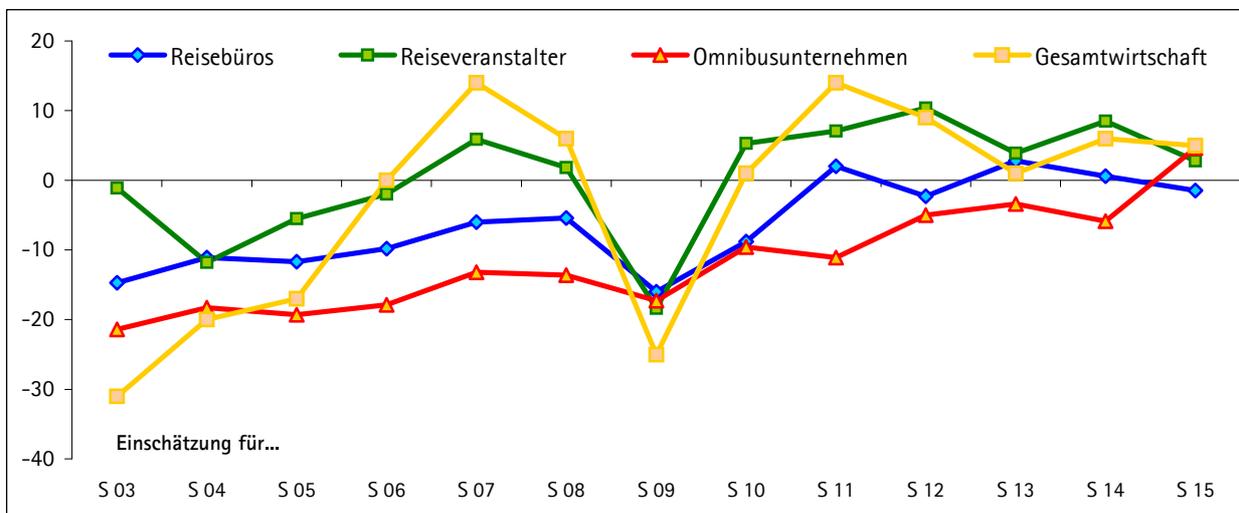


Abb. 25: Entwicklung der Beschäftigten im Touristikmarkt (Saldo Zunehmen-/Abnehmen-Anteile)

## TABELLENANHANG

	S 09	W 09/10	S 10	W 10/11	S 11	W 11/12	S 12	W 12/13	S13	W 13/14	S14	W 14/15
<b>Beherbergungsbereich</b>												
<b>A Gegenwärtige Lage/Beurteilung</b>												
<b>1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...</b>												
gut	35,2	25,5	43,6	36,9	49,2	38,6	47,8	31,7	45,7	35,2	50,6	39,8
befriedigend	42,5	44,2	43,2	44,5	40,7	44,7	42,0	46,6	43,1	44,1	40,6	44,2
schlecht	22,3	30,2	13,2	18,7	10,1	16,7	10,2	21,7	11,2	20,7	8,8	16,0
Saldo	12,9	-4,7	30,4	18,2	39,1	21,9	37,6	9,9	34,5	14,5	41,8	23,8
<b>B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...</b>												
<b>2 Unsere Geschäftslage wird...</b>												
günstiger	15,8	30,4	24,0	33,1	20,7	28,5	17,0	24,7	19,5	28,1	19,3	27,8
gleichbleibend	54,3	48,9	58,9	54,2	62,2	56,3	65,1	55,5	64,8	56,6	62,8	58,5
ungünstiger	30,0	20,7	17,1	12,7	17,2	15,2	17,9	19,8	15,7	15,3	17,9	13,7
Saldo	-14,2	9,7	6,9	20,4	3,5	13,3	-0,9	4,9	3,8	12,8	1,4	14,1
<b>3 Die Zahl unserer Beschäftigten wird voraussichtlich ...</b>												
zunehmen	5,7	12,0	12,5	15,4	12,4	13,8	8,4	9,1	9,3	9,7	9,3	10,4
etwa gleich bleiben	72,8	77,3	76,7	76,8	78,0	79,0	81,8	79,4	80,6	80,6	77,0	77,2
abnehmen	21,5	10,6	10,8	7,9	9,6	7,2	9,8	11,4	10,1	9,7	13,6	12,4
Saldo	-15,8	1,4	1,7	7,5	2,8	6,6	-1,4	-2,3	-0,8	0,0	-4,3	-2,0
<b>4 Unsere Investitionen werden voraussichtlich ...</b>												
zunehmen	20,1	36,3	34,5	32,1	29,2	28,6	27,1	23,8	27,1	23,2	21,8	24,5
gleich bleiben	36,5	33,3	35,8	36,9	40,8	39,3	40,3	38,6	40,7	40,7	42,7	42,0
abnehmen	21,3	13,7	13,3	14,1	13,2	14,6	15,4	17,7	15,6	16,9	17,2	15,9
keine Investitionen	22,1	16,7	16,4	16,9	16,8	17,5	17,2	20,0	16,7	19,2	18,3	17,7
Saldo	-1,2	22,6	21,2	18,0	16,0	14,0	11,7	6,1	11,5	6,3	4,6	8,6
<b>5 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...</b>												
Kapazitätserweiterung	10,0	11,3	14,1	12,0	12,3	12,4	11,5	11,2	11,5	11,2	11,0	11,7
Rationalisierung/ Kostensenkung	28,5	23,0	21,6	22,8	22,6	24,0	25,5	25,3	24,5	24,0	16,0	17,2
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	76,6	84,2	78,9	78,1	78,6	79,5	77,6	77,9	79,2	78,2	82,2	80,9
Produktinnovation/ Angebotsverbreiterung	18,5	23,5	23,7	22,5	20,8	22,8	22,8	22,6	22,0	23,8	23,9	26,4
Umweltschutz	20,9	19,0	22,6	26,5	23,4	24,2	24,7	25,2	23,2	22,4	20,5	19,8

	S 09	W 09/10	S 10	W 10/11	S 11	W 11/12	S 12	W 12/13	S13	W 13/14	S14	W 14/15
<b>Gastronomiebereich</b>												
<b>A Gegenwärtige Lage/Beurteilung</b>												
<b>1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...</b>												
gut	29,5	21,1	30,4	29,9	37,0	29,4	35,8	24,6	34,9	31,6	40,2	33,0
befriedigend	45,1	45,2	48,4	48,6	46,5	51,6	48,1	49,5	46,6	47,1	45,2	48,6
schlecht	25,3	33,7	21,2	21,5	16,5	19,0	16,0	25,8	18,5	21,2	14,6	18,3
Saldo	4,2	-12,6	9,2	8,4	20,5	10,4	19,8	-1,2	16,4	10,4	25,6	14,7
<b>B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...</b>												
<b>2 Unsere Geschäftslage wird...</b>												
günstiger	14,9	22,6	21,0	31,3	19,7	24,9	14,6	21,1	18,4	27,2	18,0	24,3
gleichbleibend	52,8	51,6	58,6	53,8	61,5	58,7	63,4	56,9	61,8	54,3	60,2	59,0
ungünstiger	32,3	25,7	20,3	14,9	18,8	16,4	22,0	21,9	19,8	18,5	21,8	16,8
Saldo	-17,4	-3,1	0,7	16,4	0,9	8,5	-7,4	-0,8	-1,4	8,7	-3,8	7,5
<b>3 Die Zahl unserer Beschäftigten wird voraussichtlich ...</b>												
zunehmen	6,4	11,3	12,9	17,0	14,8	15,6	10,0	11,6	10,8	13,0	11,1	13,7
etwa gleich bleiben	68,6	72,9	72,3	72,0	71,6	73,6	76,3	73,9	73,6	73,3	70,9	70,6
abnehmen	25,0	15,8	14,8	11,0	13,6	10,8	13,7	14,6	15,5	13,7	18,0	15,7
Saldo	-18,6	-4,5	-1,9	6,0	1,2	4,8	-3,7	-3,0	-4,7	-0,7	-6,9	-2,0
<b>4 Unsere Investitionen werden voraussichtlich ...</b>												
zunehmen	16,7	20,8	22,3	22,6	19,3	21,0	19,3	18,8	18,3	17,6	16,8	19,2
gleich bleiben	36,8	35,4	37,8	38,4	41,5	38,6	39,9	37,9	41,5	39,4	40,8	39,6
abnehmen	21,5	17,4	15,8	15,2	15,5	16,3	14,9	17,6	16,3	16,2	17,8	16,7
keine Investitionen	25,0	26,4	24,1	23,8	23,7	24,1	25,9	25,6	23,9	26,9	24,6	24,5
Saldo	-4,8	3,4	6,5	7,4	3,8	4,7	4,4	1,2	2,0	1,4	-1,0	2,5
<b>5 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...</b>												
Kapazitätserweiterung	10,9	10,6	12,2	12,8	14,1	13,5	10,6	12,8	12,9	12,8	11,4	11,2
Rationalisierung/ Kostensenkung	37,7	31,8	30,1	29,2	30,5	31,3	30,5	31,8	28,9	28,6	24,6	24,9
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	69,6	76,6	76,5	75,5	76,6	74,7	76,4	74,5	76,3	76,2	76,9	77,1
Produktinnovation/ Angebotsverbreiterung	25,4	26,1	23,8	26,2	24,6	26,4	23,8	23,0	24,2	27,7	24,8	27,8
Umweltschutz	18,0	15,3	16,2	18,1	16,5	18,4	19,2	15,6	17,2	15,9	17,5	18,1

	S 09	W 09/10	S 10	W 10/11	S 11	W 11/12	S 12	W 12/13	S13	W 13/14	S14	W 14/15
<b>Camping</b>												
<b>A Gegenwärtige Lage/Beurteilung</b>												
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...												
gut	44,2	20,4	27,3	27,0	31,5	26,7	41,0	23,2	42,8	34,2	49,7	37,4
befriedigend	35,8	50,3	53,2	53,9	44,4	43,7	46,8	52,9	48,2	48,6	39,6	40,9
schlecht	20,0	29,3	19,5	19,1	24,2	29,6	12,2	23,9	9,0	17,1	10,7	21,7
Saldo	24,2	-8,9	7,8	7,9	7,3	-2,9	28,8	-0,7	33,8	17,1	39,0	15,7
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...												
2. Die Geschäftslage wird...												
günstiger	13,5	27,2	20,5	41,5	22,7	37,4	21,6	30,6	15,7	33,6	13,5	24,8
gleich bleiben	58,9	57,0	54,1	47,5	55,7	50,4	60,8	55,2	66,0	55,8	71,6	65,0
ungünstiger	27,5	15,9	25,3	11,0	21,6	12,2	17,6	14,2	18,2	10,6	14,8	10,3
Saldo	-14,0	11,3	-4,8	30,5	1,1	25,2	4,0	16,4	-2,5	23,0	-1,3	14,5
3. Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...												
zunehmen	8,0	16,9	4,7	19,0	3,9	9,4	8,7	18,2	8,3	11,6	10,9	10,3
gleich bleiben	77,4	76,6	83,1	75,9	83,7	85,5	82,7	76,5	82,1	80,4	78,2	82,9
abnehmen	14,6	6,5	12,2	5,2	12,4	5,1	8,7	5,3	9,6	8,0	10,9	6,8
Saldo	-6,6	10,4	-7,5	13,8	-8,5	4,3	0,0	12,9	-1,3	3,6	0,0	3,5
4. Die Investitionen werden voraussichtlich ...												
zunehmen	27,0	33,3	22,7	31,6	25,6	24,8	29,4	22,6	21,9	25,7	23,4	23,9
etwa gleich bleiben	33,6	35,3	40,3	38,5	43,3	46,0	45,1	47,4	42,5	40,7	43,0	47,9
abnehmen	17,1	16,7	20,1	15,4	11,7	14,6	9,8	12,0	16,3	15,9	17,1	12,8
keine Investitionen	22,3	14,7	16,9	14,5	19,4	14,6	15,7	18,0	19,4	17,7	16,5	15,4
Saldo	9,9	16,6	2,6	16,2	13,9	10,2	19,6	10,6	5,6	9,8	6,3	11,1
5. Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...												
Kapazitätserweiterung	11,1	12,3	9,2	15,5	14,1	13,3	18,5	16,1	14,8	22,2	19,4	22,5
Rationalisierung/ Kostensenkung	20,5	25,4	26,7	22,7	18,3	22,1	23,8	26,8	27,4	14,1	7,5	12,7
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	80,7	81,5	78,6	78,4	77,5	76,1	80,8	78,6	84,4	80,8	88,1	79,4
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	30,4	26,2	27,5	30,9	23,9	33,6	30,8	38,4	23,7	36,4	26,9	24,5
Umweltschutz	25,1	32,3	26,7	27,8	31,0	24,8	26,2	25,9	24,4	31,3	29,1	30,4

	S 09	W 09/10	S 10	W 10/11	S 11	W 11/12	S 12	W 12/13	S13	W 13/14	S14	W 14/15
<b>Reisebüros</b>												
<b>A Gegenwärtige Lage/Beurteilung</b>												
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...												
gut	16,8	22,2	34,7	44,0	43,7	45,9	48,4	46,5	49,8	49,4	45,4	46,1
befriedigend	44,6	51,0	47,2	44,4	45,8	42,2	43,0	42,9	40,5	42,4	46,7	45,8
schlecht	38,6	26,7	18,1	11,6	10,5	11,9	8,7	10,6	9,7	8,2	8,0	8,1
Saldo	-21,8	-4,5	16,6	32,4	33,2	34,0	39,7	35,9	40,1	41,2	37,4	38,0
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...												
2. Die Geschäftslage wird...												
günstiger	13,0	24,3	31,9	33,7	23,1	24,8	19,6	22,8	19,4	23,9	18,6	22,4
gleichbleibend	46,9	43,5	48,7	47,9	58,7	56,4	63,2	58,2	63,9	59,9	64,7	59,3
ungünstiger	40,1	32,2	19,4	18,4	18,2	18,8	17,2	19,0	16,7	16,2	16,7	18,4
Saldo	-27,1	-7,9	12,5	15,3	4,9	6,0	2,4	3,8	2,7	7,7	1,9	4,0
3. Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...												
zunehmen	2,9	5,5	7,6	9,7	8,0	7,7	9,6	10,7	8,5	8,5	8,9	6,9
gleich bleiben	79,5	80,1	80,9	82,6	82,2	82,3	84,2	81,4	82,1	83,6	81,9	84,7
abnehmen	17,5	14,3	11,5	7,7	9,8	10,0	6,3	7,9	9,3	7,9	9,2	8,4
Saldo	-14,6	-8,8	-3,9	2,0	-1,8	-2,3	3,3	2,8	-0,8	0,6	-0,3	-1,5
4. Die Investitionen werden voraussichtlich...												
zunehmen	9,1	9,1	13,0	13,2	12,4	12,4	8,9	12,7	11,6	13,2	11,0	10,9
gleich bleiben	31,1	30,8	33,0	35,6	36,6	37,1	39,5	36,5	39,1	40,4	36,2	40,0
abnehmen	19,0	13,4	10,8	8,7	8,8	9,8	11,6	7,4	7,4	8,3	9,3	9,3
keine Investitionen	40,9	46,7	43,2	42,5	42,2	40,8	40,0	43,4	42,0	38,1	43,4	39,8
Saldo	-9,9	-4,3	2,2	4,5	3,6	2,6	-2,7	5,3	4,2	4,9	1,7	0,2
5. Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...												
Kapazitätserweiterung	17,1	12,8	18,1	19,2	16,6	17,2	12,8	15,4	14,6	12,6	12,3	11,3
Rationalisierung/ Kostensenkung	48,3	39,5	35,5	28,3	28,3	33,2	29,7	27,9	30,4	24,6	17,5	20,2
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	50,1	63,5	61,3	64,9	66,0	66,8	65,4	64,3	68,4	68,3	69,8	71,9
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	21,1	30,6	29,5	29,8	32,4	28,0	30,8	29,8	28,7	30,6	26,3	31,8
Umweltschutz	8,2	5,9	4,0	3,2	4,0	6,9	6,3	7,5	7,8	3,7	6,3	5,6

	S 09	W 09/10	S 10	W 10/11	S 11	W 11/12	S 12	W 12/13	S13	W 13/14	S14	W 14/15
<b>Reiseveranstalter</b>												
<b>A Gegenwärtige Lage/Beurteilung</b>												
<b>1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...</b>												
gut	28,1	28,6	42,5	37,5	43,7	43,1	46,8	36,3	41,9	41,2	44,4	38,0
befriedigend	47,1	52,4	44,5	49,5	49,5	46,0	42,6	48,4	44,4	42,9	43,8	49,2
schlecht	24,8	19,0	13,0	13,0	6,8	10,9	10,6	15,4	13,8	15,9	11,9	12,8
Saldo	3,3	9,6	29,5	24,5	36,9	32,2	36,2	20,9	28,1	25,3	32,5	25,2
<b>B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...</b>												
<b>2. Die Geschäftslage wird...</b>												
günstiger	17,3	28,0	41,4	40,5	34,3	35,3	24,9	26,3	22,8	40,1	32,3	28,9
gleichbleibend	56,3	50,8	48,5	46,0	49,5	49,8	61,9	55,3	62,9	50,0	58,9	56,7
ungünstiger	26,4	21,2	10,1	13,5	16,2	14,9	13,2	18,4	14,4	9,9	8,9	14,4
Saldo	-9,1	6,8	31,3	27,0	18,1	20,4	11,7	7,9	8,4	30,2	23,4	14,5
<b>3. Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...</b>												
zunehmen	7,8	14,7	15,7	13,7	17,4	18,6	14,4	15,1	10,9	13,0	10,8	10,7
gleich bleiben	70,7	75,9	74,2	79,7	76,1	73,2	75,9	73,7	77,6	82,5	83,4	81,4
abnehmen	21,5	9,4	10,1	6,6	6,5	8,2	9,6	11,2	11,5	4,5	5,7	7,9
Saldo	-13,7	5,3	5,6	7,1	10,9	10,4	4,8	3,9	-0,6	8,5	5,1	2,8
<b>4. Die Investitionen werden voraussichtlich...</b>												
zunehmen	17,9	14,6	21,0	14,4	16,3	19,7	15,0	10,4	12,7	15,6	14,0	11,6
gleich bleiben	43,5	35,1	37,4	46,2	45,4	41,9	39,6	48,0	41,2	50,3	46,7	44,2
abnehmen	12,1	14,6	10,8	7,7	12,8	10,1	13,9	9,8	8,5	7,5	7,3	9,9
keine Investitionen	26,6	35,7	30,8	31,8	25,5	28,3	31,6	31,8	37,6	26,6	32,0	34,3
Saldo	5,8	0,0	10,2	6,7	3,5	9,6	1,1	0,6	4,2	8,1	6,7	9,9
<b>5. Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...</b>												
Kapazitätserweiterung	23,3	22,4	27,7	26,6	29,5	32,1	22,1	17,7	28,1	25,4	27,6	26,8
Rationalisierung/ Kostensenkung	38,7	28,8	23,4	27,3	29,5	25,5	28,2	32,3	26,0	19,2	16,2	22,3
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	54,7	64,8	59,6	54,0	52,7	57,7	56,5	52,4	58,3	64,6	59,0	58,0
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	37,3	43,2	36,9	43,2	49,3	46,0	49,6	48,4	54,2	41,5	41,0	49,1
Umweltschutz	13,3	10,4	9,9	10,8	9,6	9,5	3,1	6,5	11,5	5,4	8,6	8,9

	S 09	W 09/10	S 10	W 10/11	S 11	W 11/12	S 12	W 12/13	S13	W 13/14	S14	W 14/15
<b>Omnibusunternehmen</b>												
<b>A Gegenwärtige Lage/Beurteilung</b>												
<b>1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...</b>												
gut	26,5	19,8	24,1	19,0	32,1	23,3	25,5	17,6	32,0	27,4	38,0	31,0
befriedigend	50,3	57,4	64,9	59,9	58,1	59,2	66,5	70,7	60,5	61,1	54,2	60,4
schlecht	23,2	22,8	11,0	21,1	9,8	17,5	8,0	11,7	7,5	11,5	7,8	8,6
Saldo	3,3	-3,0	13,1	-2,1	22,3	5,8	17,5	5,9	24,5	15,9	30,2	22,4
<b>B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...</b>												
<b>2. Die Geschäftslage wird...</b>												
günstiger	11,0	12,5	15,1	15,3	14,9	12,9	9,1	20,4	19,1	15,9	14,0	20,4
gleichbleibend	58,7	56,0	61,3	54,2	62,5	51,3	61,2	60,7	63,8	68,2	67,6	62,8
ungünstiger	30,3	31,5	23,6	30,5	22,6	35,8	29,7	18,9	17,1	15,9	18,4	16,8
Saldo	-19,3	-19,0	-8,5	-15,2	-7,7	-22,9	-20,6	1,5	2,0	0,0	-4,4	3,6
<b>3. Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...</b>												
zunehmen	9,9	6,0	7,5	6,0	5,9	10,5	9,0	8,5	10,9	9,2	10,6	12,2
gleich bleiben	70,4	78,4	76,5	76,9	79,6	73,9	77,7	79,6	80,1	75,7	77,7	80,2
abnehmen	19,7	15,6	15,9	17,1	14,5	15,5	13,3	11,9	9,0	15,1	11,7	7,6
Saldo	-9,8	-9,6	-8,4	-11,1	-8,6	-5,0	-4,3	-3,4	1,9	-5,9	-1,1	4,6
<b>4. Die Investitionen werden voraussichtlich...</b>												
zunehmen	12,5	11,8	18,5	14,2	9,7	14,2	12,1	13,3	15,8	19,9	13,2	16,9
gleich bleiben	30,9	36,0	35,1	37,3	45,4	41,2	42,2	41,0	46,8	45,5	50,6	49,2
abnehmen	21,7	18,8	18,0	18,9	15,7	13,3	15,0	17,9	11,3	7,1	13,2	9,5
keine Investitionen	34,9	33,3	28,4	29,6	29,2	31,3	30,6	27,7	26,1	27,5	23,0	24,3
Saldo	-9,2	-7,0	0,5	-4,7	-6,0	0,9	-2,9	-4,6	4,5	12,8	0,0	24,9
<b>5. Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...</b>												
Kapazitätserweiterung	6,4	7,8	16,4	11,9	12,3	19,4	15,5	17,0	24,0	17,6	17,4	20,1
Rationalisierung/ Kostensenkung	21,8	27,6	16,4	21,2	19,0	26,5	23,0	21,6	14,4	14,7	9,4	18,8
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung	68,2	87,9	82,4	79,5	89,0	75,5	82,0	80,4	87,0	81,2	83,3	81,9
Produktinnovation/ Angebotserweiterung	10,9	15,5	10,9	11,9	9,8	11,0	8,1	9,8	8,2	7,1	13,8	11,8
Umweltschutz	40,0	16,4	21,2	27,2	28,2	28,4	26,7	26,1	21,2	25,9	25,4	19,4