



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

GASTGEWERBESTUDIE BRANDENBURG 2019

GASTGEWERBESTUDIE BRANDENBURG 2019

Ihre Ansprechpartner



HEIKO RAINER

Senior Consultant
h.rainer@dwif.de
Tel. +49(0)89 / 237 028 9-22



CONSTANTIN SCHAFFER

Junior Consultant
c.schaffer@dwif.de
Tel. +49(0)89 / 237 028 9-26

dwif-Consulting GmbH
Marienstr. 19/20, 10117 Berlin
Sonnenstr. 27, 80331 München
www.dwif.de

dwif-Consulting GmbH
München / Berlin, den 13. November 2019



Die Gastgewerbestudie wurde von folgenden Projektpartnern (in alphabetischer Reihenfolge) unterstützt und finanziert:

- DEHOGA Brandenburg
- Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern des Landes Brandenburg
- Ministerium für Wirtschaft und Energie des Landes Brandenburg
- TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH



INTERNER GEBRAUCH UND BILDQUELLEN

Zur Veranschaulichung von guten Beispielen und Vorbildern werden im Bericht Fotos und Abbildungen verwendet, für die dem dwif keine Rechte zur allgemeinen Veröffentlichung vorliegen. Deshalb ist dieser Teil des Berichts ausdrücklich nur für den internen Gebrauch bestimmt. Mit Ausnahme der Fotos und Abbildungen, für die der Auftraggebende selbst oder das dwif über Bildrechte verfügen, dürfen diese nicht weitergegeben oder öffentlich publiziert werden. Die Fundstellen im Internet sind jeweils unter den Fotos und Abbildungen im Bericht vermerkt.,

INHALT

I.	AUSGANGSSITUATION & BERICHTAUFBAU	- 7 -
1.	Ausgangssituation und Zielsetzung	- 7 -
2.	Berichtsaufbau	- 8 -
II.	SITUATION UND ENTWICKLUNG DES GASTGEWERBES IN BRANDENBURG	- 9 -
1.	Ökonomische Bedeutung des Tourismus in Brandenburg.....	- 9 -
2.	Übersicht zur Angebotsstruktur des Gastgewerbes	- 11 -
2.1	Struktur des Gastgewerbes auf Basis der Umsatzsteuerstatistik	- 14 -
2.2	Angebotsstruktur im Beherbergungsgewerbe in Brandenburg.....	- 17 -
2.3	Betriebsgröße und Bettenkapazitäten nach Betriebstypen.....	- 18 -
2.4	Touristische Angebote nach Regionen in Ostdeutschland.....	- 19 -
2.5	Fazit Angebotsstruktur	- 20 -
3.	Nachfragestruktur im Beherbergungsgewerbe	- 21 -
3.1	Vergleich der Nachfrageentwicklung in Deutschland und Brandenburg	- 21 -
3.2	Angebots- und Nachfrageentwicklung nach Betriebstypen.....	- 22 -
3.3	Entwicklung der Auslastung der Beherbergungskapazität	- 24 -
3.4	Fazit Nachfragestruktur	- 25 -
4.	Umsatzentwicklung im Brandenburger Gastgewerbe.....	- 26 -
4.1	Nominale und reale Umsatzentwicklung zwischen 2013 und 2018	- 26 -
4.2	Umsatzentwicklung und Anteil des Gastgewerbes an allen Branchen -	27 -
4.3	Umsatzentwicklung nach Betriebstypen in Brandenburg.....	- 28 -
4.4	Einzelbetriebliche Entwicklung des Umsatzes pro Unternehmen.....	- 29 -
4.5	Fazit Umsatzentwicklung.....	- 32 -
5.	Entwicklung der Beschäftigtenzahlen im Gastgewerbe in Brandenburg.....	- 32 -
5.1	Beschäftigungsvolumen in Brandenburg.....	- 33 -
5.2	Weitere Daten zur Beschäftigungsstruktur	- 34 -
5.2.1	Sozialversicherungspflichtige Arbeitnehmer	- 34 -
5.2.2	Fachkräftemangel im Gastgewerbe in Brandenburg	- 35 -

5.3	Fazit Beschäftigungsentwicklung.....	- 36 -
III.	HERAUSFORDERUNGEN IM GASTGEWERBE	- 37 -
1.	Personal im Gastgewerbe.....	- 37 -
1.1	Personalbedarf und offene Stellen	- 37 -
1.2	Herausforderungen durch den Fachkräftemangel	- 39 -
1.3	Fazit Personal	- 40 -
2.	Betriebswirtschaftliche Situation und Investitionen im Gastgewerbe.....	- 43 -
2.1	Rahmenbedingungen	- 43 -
2.2	Betriebswirtschaftliche Situation.....	- 43 -
2.3	Investitionen im Gastgewerbe.....	- 46 -
2.3.1	Investitionsbereitschaft	- 47 -
2.3.2	Herausforderungen und Hemmfaktoren.....	- 48 -
2.3.3	Investitionstätigkeit	- 50 -
2.4	Fazit zur betriebswirtschaftlichen Situation und den Investitionen	- 51 -
3.	Digitalisierung im Gastgewerbe	- 53 -
3.1	Digitalisierungsgrad.....	- 53 -
3.2	Ansatzpunkte zur Umsetzung der Digitalisierung.....	- 55 -
3.2.1	Strategie und Fachkräfte	- 56 -
3.2.2	Produktivität.....	- 57 -
3.2.3	Kundenbeziehungen und Services durch Datenmanagement.....	- 60 -
3.2.4	Marketing- und Vertrieboptimierung.....	- 61 -
3.3	Fazit zur Digitalisierung.....	- 62 -
IV.	HANDLUNGSBEREICHE FÜR DIE POLITIK, BRANCHENVERBÄNDE UND UNTERNEHMEN.....	- 65 -
1.	Handlungsbereiche für die Politik.....	- 65 -
1.1	Personal und Fachkräftemangel	- 65 -
1.2	Betriebswirtschaftliche Situation der Betriebe und Investitionen im Gastgewerbe.....	- 66 -
1.3	Digitalisierung im Gastgewerbe.....	- 67 -
2.	Handlungsbereiche für die Branchenverbände in Brandenburg	- 69 -
2.1	Personal und Fachkräftemangel	- 69 -
2.2	Betriebswirtschaftliche Situation und Investitionen im Gastgewerbe	- 70 -

2.3	Digitalisierung im Gastgewerbe.....	- 71 -
3.	Handlungsbereiche für die Betriebe im Gastgewerbe.....	- 74 -
V.	KOMPENDIUM: ZAHLEN & DATEN & FAKTEN	- 90 -
1.	Steuerpflichtige Unternehmen und deren Umsätze nach wirtschaftlicher Gliederung	- 90 -
2.	Beschäftigte im Brandenburgischen Gastgewerbe	- 102 -
3.	Entwicklung der Angebotsstruktur im Beherbergungsgewerbe in Deutschland und Brandenburg.....	- 109 -
4.	Entwicklung der Auslastung im Beherbergungsgewerbe in Deutschland und Brandenburg.....	- 112 -
5.	Entwicklung der Nachfragestruktur im Beherbergungsgewerbe in Deutschland und Brandenburg.....	- 113 -
6.	Die Zahl unserer Beschäftigten wird in der kommenden Saison voraussichtlich "zunehmen":.....	- 118 -
7.	Die Zahl unserer Beschäftigten wird in der kommenden Saison voraussichtlich "zunehmen" + "gleichbleiben":.....	- 119 -
8.	Können Sie in Ihrem Unternehmen derzeit offene Stellen längerfristig nicht besetzen, weil Sie keine passenden Arbeitskräfte finden?.....	- 121 -
9.	Für welches Qualifikationsniveau suchen Sie ohne Erfolg Arbeitskräfte?..	- 122 -
10.	Falls Sie offene Stellen längerfristig nicht besetzen können: Worin sehen Sie die Hauptgründe?.....	- 124 -
11.	Aus welchem Motiv suchen Sie Fachkräfte?	- 125 -
12.	Welche Folgen würde ein anhaltender Fachkräftemangel für Ihr Unternehmen haben?.....	- 127 -
13.	Wie sollten die Rahmenbedingungen verändert werden, um Ihrem Unternehmen bei der Fachkräftesicherung zu helfen?.....	- 128 -
14.	Was würde Ihrem Unternehmen helfen, Fachkräfte aus Nicht-EU-Ländern einzustellen?.....	- 130 -
15.	Unser Unternehmen wird zukünftig auf den Fachkräftemangel folgendermaßen reagieren:.....	- 131 -
16.	Für folgende Bereiche suchen wir ohne Erfolg Arbeitskräfte:	- 133 -
17.	Wir beschäftigen in unserem Unternehmen derzeit Flüchtlinge, die in den letzten fünf Jahren nach Deutschland gekommen sind:.....	- 134 -
18.	Falls ja (siehe Frage 17) oder derzeit nicht, Beschäftigung als.....	- 135 -

19.	Die Geschäftslage war "gut":.....	- 136 -
20.	Die Geschäftslage war "gut" + "befriedigend":	- 137 -
21.	Unsere Geschäftslage entwickelt sich in der kommenden Saison voraussichtlich "günstiger":.....	- 138 -
22.	Unsere Geschäftslage entwickelt sich in der kommenden Saison voraussichtlich "günstiger" + "gleichbleibend":	- 139 -
23.	Cash-Flow-Rate	- 140 -
24.	Umsatzrendite.....	- 141 -
25.	Gesamtkapitalverzinsung	- 143 -
26.	Rohertragsquote.....	- 144 -
27.	Warenaufwandsquote.....	- 146 -
28.	Personalaufwandsquote.....	- 147 -
29.	Zinsaufwandsquote	- 149 -
30.	Mietaufwandsquote	- 150 -
31.	Eigenkapitalquote.....	- 152 -
32.	Dynamischer Verschuldungsgrad.....	- 153 -
33.	Absetzung für Abnutzung	- 155 -
34.	Investitionsquote	- 156 -
35.	Unsere Investitionen werden in der kommenden Saison voraussichtlich "zunehmen":	- 157 -
36.	Unsere Investitionen werden in der kommenden Saison voraussichtlich "zunehmen" + "gleichbleiben":.....	- 159 -
37.	Unsere Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf:	- 160 -
38.	Wo sehen Sie die größten Risiken bei der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens in den kommenden 12 Monaten?	- 164 -
39.	Mit welchen Auswirkungen der Digitalisierung der Arbeitswelt rechnen Sie für Ihr Unternehmen in den kommenden Jahren?.....	- 169 -
40.	Digitalisierungsindex im Ländervergleich	- 171 -
VI.	ANHANG.....	- 173 -
1.	Fragebogen Teil I.....	- 173 -
2.	Fragebogen Teil II.....	- 179 -

I. AUSGANGSSITUATION & BERICHTAUFBAU

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Das Gastgewerbe ist mit seinen Wertschöpfungseffekten und Beschäftigungswirkungen eine wichtige Wirtschaftsbranche im Land Brandenburg. Die Stärkung der gastgewerblichen Betriebe ist als zentrale Aufgabe in der Landestourismuskonzeption (LTK) festgeschrieben.

Vor diesem Hintergrund wurde die Erstellung einer Gastgewerbestudie für Brandenburg durch folgende Auftraggeber beauftragt:

- Industrie- und Handelskammer (IHK) Potsdam
- Industrie- und Handelskammer (IHK) Ostbrandenburg
- Industrie- und Handelskammer (IHK) Cottbus
- Ministerium für Wirtschaft und Energie des Landes Brandenburg
- TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
- DEHOGA Brandenburg

Die Studie versteht sich als Grundlagenuntersuchung, die den Entwicklungsprozess der Branche im Land Brandenburg schwerpunktmäßig nachzeichnet, den betriebswirtschaftlichen IST-Zustand der Unternehmen aufnimmt und kommentiert sowie die aktuellen Herausforderungen aufzeigt. Zielsetzung der Auftraggebergemeinschaft ist es, den Unternehmen des Gastgewerbes in Brandenburg, aber auch Branchenvertretern, Investoren und anderen Interessenten, eine realistische Standortbestimmung zur Branchenentwicklung als Informationsinstrument an die Hand zu geben. Zudem stellt die Studie auch für politische Entscheidungsträger im Land Brandenburg eine wichtige Informationsbasis zur Ableitung von Entwicklungsszenarien und Gestaltungsfeldern dar. Damit leistet sie auch einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung und Weiterentwicklung der Landestourismuskonzeption. Durch die vorliegende Studie sollen folgende wesentlichen Fragen beantwortet werden:

- Wie hat sich das Gastgewerbe in Brandenburg in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die aktuelle Situation bewertet?
- Welche Herausforderungen bestehen im Gastgewerbe bei ausgewählten Themen (Personal, betriebswirtschaftliche Situation, Investitionen, Digitalisierung)?
- Welche Schlussfolgerungen lassen sich daraus für welche Akteure ableiten? Was können die Betriebe selbst tun? Welche Hilfestellungen können Branchenverbände und die Politik geben?

2. Berichtsaufbau

Die Gastgewerbestudie Brandenburg 2019 ist inhaltlich wie folgt aufgebaut:

- Zu Beginn erfolgt eine Basisanalyse. Deren Ziel ist die Darstellung der Entwicklung und aktuellen Situation des Gastgewerbes auf Basis von Sekundärdaten. Neben der wirtschaftlichen Bedeutung des Gastgewerbes werden die Branchenstruktur und allgemeine Umsatzentwicklungen dargestellt und bewertet.
- Darüber hinaus erfolgten für drei ausgewählte Themenbereiche weiterführende Analysen. Aufgrund der zunehmend verschärften Lage am Arbeitsmarkt wird das Thema Personal im Gastgewerbe besonders beleuchtet. Zwei weitere Themenblöcke analysieren die betriebswirtschaftliche Situation und damit verbunden die Investitionsbereitschaft/-tätigkeiten der Betriebe. Wie in vielen weiteren Branchen, steht auch das Gastgewerbe vor den Herausforderungen der Digitalisierung. Dieser Themenblock schließt den Berichtsteil mit weiteren Analysen ab.
- In einem abschließenden Kapitel fließen die Analysen zusammen mit Schlussfolgerungen und Handlungsbereichen für die Politik, Branchenverbände und die Betriebe selbst.
- Neben den Basis- und erweiterten Analysen sind alle relevanten Zahlen und Daten im hinteren Berichtsteil aufgeführt. Dieser Part versteht sich als Zahlenkompendium zum Nachschlagen ausgewählter Fakten.

Abb. 1: Übersicht zum Berichtsaufbau



Quelle: dwif 2019

II. SITUATION UND ENTWICKLUNG DES GASTGEWERBES IN BRANDENBURG

Das nachfolgende Kapitel dient vor allem einer Gesamtdarstellung der aktuellen Situation und einer Bewertung der Entwicklung in den letzten Jahren. Der erste Schritt stellt die ökonomische Bedeutung der Tourismuswirtschaft in Brandenburg dar und erläutert die Bedeutung des Gastgewerbes.¹ Danach erfolgt eine Übersicht zur Beherbergungs- und Gastronomiestruktur in Brandenburg. Ein Blick auf die Angebots- und Nachfrageentwicklung veranschaulicht danach mögliche strukturelle Veränderungen im Gastgewerbe. Zusätzlich werden in den weiteren Kapiteln weitere verfügbare Sekundärdaten wie die Umsatz- und Beschäftigungsentwicklung für die Analyse herangezogen.

1. Ökonomische Bedeutung des Tourismus in Brandenburg

Der Tourismus und damit verbunden auch das Gastgewerbe stellen in Brandenburg einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar. Die ökonomische Bedeutung der Querschnittsbranche wurde in einer Studie aus dem Jahr 2017 ermittelt.²

7,6% der Erwerbstätigen in Brandenburg sind im Tourismus beschäftigt.

Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Brandenburg lässt sich wie folgt aus der Studie zusammenfassen:³

- Die Ausgaben der Tages- und Übernachtungsgäste beliefen sich im Jahr 2015 auf rund 6,1 Mrd. Euro. Davon entfällt mit 1,29 Mrd. Euro der größte Anteil auf das Gaststättengewerbe. Auf das Beherbergungsgewerbe entfallen rund 0,56 Mrd. Euro. Daraus folgt, dass das Gastgewerbe mit einem Ausgabenanteil von 30,3% einen wesentlichen Beitrag zur touristischen Wertschöpfung leistet.
- Der auf den Tourismus zurückzuführende Anteil an der gesamten Bruttowertschöpfung beläuft sich auf 4,2%.
- Rund 81.900 Erwerbstätige können direkt dem Tourismus zugerechnet werden. Dies entspricht einem Anteil von 7,6% aller Erwerbstätigen in Brandenburg. Mehr als die Hälfte davon entfallen auf das Gastgewerbe (44.154 Erwerbstätige).
- Durch die Vorleistungsverflechtungen der Branche ergeben sich zusätzliche indirekte Effekte. Durch die Lieferung von Waren- und Dienstleistungen entstehen weitere 900 Mio. Euro an Bruttowertschöpfung. Dies entspricht einem Äquivalent von rund 18.400 Erwerbstätigen.

¹ Das Gastgewerbe setzt sich zusammen aus allen Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben.

² Die detaillierte Studie finden Sie unter <https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/marktforschung-statistik>

³ Regionales Tourismus-Satellitenkonto Brandenburg 2015, Institut für Management und Tourismus (IMT) der Fachhochschule Westküste, 2018.

Im Vergleich zu den Deutschlandwerten fallen die Umsatz- und Beschäftigungseffekte in Brandenburg, gemessen an allen Branchen, überdurchschnittlich hoch aus. Bundesweit trägt der Tourismus zu 3,9% zur gesamten direkten Bruttowertschöpfung bei, in Brandenburg sind es 4,2%. Beim Anteil der touristischen Erwerbstätigen an allen Erwerbstätigen liegt Deutschland bei 6,8% und Brandenburg bei 7,6%. Daraus folgt, dass der Tourismus in Brandenburg überdurchschnittlich stark zur Gesamtwirtschaftskraft des Bundeslandes beiträgt.

Hinweis: Die Ergebnisse aus der Studie „Regionales Tourismus-Satellitenkonto Brandenburg 2015. Die ökonomische Bedeutung der Tourismuswirtschaft in Brandenburg“ können unter folgendem [Link](#) abgerufen werden.

Das Gastgewerbe stellt durch die zahlreichen Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe innerhalb der Tourismusbranche einen wichtigen Grundpfeiler dar. Für Brandenburg gibt es keine auf diese Teilbranche heruntergebrochenen Studien. Auf der Bundesebene wurde durch den DEHOGA Bundesverband eine Studie zu den wirtschaftlichen Effekten veranlasst.⁴ Die zentralen Ergebnisse dieser Studie sehen wie folgt aus:

- Im Jahr 2016 waren insgesamt rund 1,87 Mio. Personen im Gastgewerbe beschäftigt und der Branchenumsatz lag bei 80,9 Mrd. Euro Nettoumsatz.
- Damit bewegt sich das Gastgewerbe auf dem Niveau der Chemischen Industrie, der Herstellung von Nahrungsmitteln und Getränken sowie der Herstellung von elektrischen Ausrüstungen.
- Die Branche erwirtschaftete mit 44,9 Mrd. Euro rund 1,6% der gesamten Bruttowertschöpfung in Deutschland.
- Zudem löst jeder direkt im Gastgewerbe ausgegebene Euro weitere 0,89 Euro an zusätzlicher Wertschöpfung bei den Lieferanten von Waren- und Dienstleistungen aus.
- Jeder 17. Arbeitsplatz ist in Deutschland direkt oder indirekt durch das Gastgewerbe induziert.

Setzt man die Brandenburger Ergebnisse in Relation zur bundesweiten Studie für das Gastgewerbe, können vorsichtig folgende Schlussfolgerungen gezogen werden:

- Die Anteilswerte der Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte in Brandenburg liegen über dem Bundesdurchschnitt.
- Damit werden höchstwahrscheinlich auch die jeweiligen Effekte durch das Gastgewerbe höher ausfallen.

⁴ DEHOGA Bundesverband: Die Bedeutung des Hotel- und Gaststättengewerbes in Deutschland (2017)

- Es ist davon auszugehen, dass in Brandenburg der Anteil des Gastgewerbes an der Bruttowertschöpfung höher als 1,6% ausfällt und mindestens jeder 17. Arbeitsplatz direkt oder indirekt vom Gastgewerbe abhängt.

2. Übersicht zur Angebotsstruktur des Gastgewerbes

Das Gastgewerbe wird in die zwei Teilbranchen „Beherbergung“ und „Gastronomie“ untergliedert. Das Amt für Statistik Berlin-Brandenburg weist zur Bewertung der Marktstruktur folgende Daten aus:

- Die Umsatzsteuerstatistik lässt Rückschlüsse zur Betriebsstruktur sowohl für das Beherbergungs-, als auch Gastronomiegewerbe zu.
- Für das Beherbergungsgewerbe gibt es zudem weitere fortlaufende Erhebungen zum Angebot und zur Nachfrage. Für die Gastronomie liegen keine weiteren Daten aus Erhebungen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg vor.

Tabelle 1: Übersicht zu den Betriebstypen mit Definitionen/Erläuterungen

Bezeichnung	Definition/Erläuterung
Gastgewerbe	Dieser Abschnitt umfasst die kurzzeitige Gewährung von Unterkunft sowie die Bereitstellung von kompletten Mahlzeiten und von Getränken zum in der Regel sofortigen Verzehr. Art und Umfang von zusätzlichen Dienstleistungen können innerhalb dieses Abschnitts stark variieren.
Beherbergungsgewerbe	Diese Abteilung umfasst die kurzzeitige Beherbergung von Besuchern und anderen Reisenden. Inbegriffen ist auch die längerfristige Unterbringung von Studenten, Berufstätigen und ähnlichen Personen. Einige Einheiten gewähren nur Unterkunft, während andere auch Mahlzeiten und/oder Freizeitaktivitäten anbieten.
Campingplätze	Abgegrenzte Gelände, die jedermann zum vorübergehenden Aufstellen von Wohnwagen, Wohnmobilen und Zelten zugänglich sind. In der Monatserhebung im Tourismus werden nur Campingplätze berücksichtigt, die Urlaubscamping anbieten, nicht aber sogenannte Dauercampingplätze. Die Unterscheidung zwischen Urlaubs- oder Dauercamping bezieht sich auf die vertraglich vereinbarte Dauer der Campingplatzbenutzung. Im Urlaubscamping wird der Stellplatz in der Regel für die Dauer von Tagen oder Wochen gemietet, im Dauercamping dagegen zumeist auf Monats- oder Jahresbasis.
Erholungs- und Ferienheime	Beherbergungsstätten, die nur bestimmten Personenkreisen, zum Beispiel Mitgliedern eines Vereins oder einer Organisation, Beschäftigten eines Unternehmens, Kindern, Müttern oder betreuten Personen sozialer Einrichtungen zugänglich sind. Speisen und Getränke werden nur an Hausgäste abgegeben.
Ferienhäuser und Ferienwohnungen	Beherbergungsstätten, die allgemein zugänglich sind. Speisen und Getränke werden nicht abgegeben, aber eine Kochgelegenheit ist vorhanden.

Bezeichnung	Definition/Erläuterung
Ferienzentren	<p>Beherbergungsstätten, die allgemein zugänglich sind und dazu dienen, wahlweise unterschiedliche Wohn- und Aufenthaltsmöglichkeiten sowie gleichzeitig Freizeiteinrichtungen in Verbindung mit Einkaufsmöglichkeiten und persönlichen Dienstleistungen zum vorübergehenden Aufenthalt anzubieten. Als Mindestausstattung gilt das Vorhandensein einer Hotelunterkunft und anderen Wohngelegenheiten auch mit Kochgelegenheit, einer Gaststätte, von Einkaufsmöglichkeiten zur Deckung des täglichen Bedarfs und des Freizeitbedarfs sowie von Einrichtungen für persönliche Dienstleistungen, zum Beispiel Massageeinrichtungen, Solarium, Sauna, Friseur, und zur aktiven Freizeitgestaltung, wie beispielsweise Schwimmbad, Tennis-, Golf- oder Fitness-Anlagen.</p>
Gasthöfe	<p>Beherbergungsstätten, die allgemein zugänglich sind und in denen außer einem auch für Passanten zugänglichen Gastraum, in der Regel keine weiteren Aufenthaltsräume zur Verfügung stehen.</p>
Hotels	<p>Beherbergungsstätten, die allgemein zugänglich sind und in denen auch für Passanten ein Restaurant vorhanden ist. In der Regel stehen weitere Einrichtungen oder Räume für unterschiedliche Zwecke (Konferenzen, Seminare, Sport, Freizeit, Erholung) zur Verfügung.</p>
Hotels garnis	<p>Beherbergungsstätten, die allgemein zugänglich sind und in denen als Mahlzeit höchstens ein Frühstück angeboten wird.</p>
Jugendherbergen und Hütten	<p>Beherbergungsstätten, die in der Regel eine einfache Ausstattung aufweisen und vorzugsweise Jugendlichen und Familien oder Angehörigen der sie tragenden Organisation, z. B. ein Wanderverein, zur Verfügung stehen. Speisen und Getränke werden im Allgemeinen nur an Hausgäste abgegeben.</p>
Pensionen	<p>Beherbergungsstätten, die allgemein zugänglich sind und in denen Speisen und Getränke nur an Hausgäste abgegeben werden.</p>
Privatquartiere	<p>Hierzu zählen Kleinbeherbergungsstätten mit weniger als 10 Betten, die für jedermann zugänglich sind und in denen Gäste zum vorübergehenden Aufenthalt gegen Entgelt aufgenommen werden (auch als Bestandteil der Wohnung einer Privatvermieterin bzw. eines Privatvermieters).</p>
Schulungsheime	<p>Beherbergungsstätten mit einem Übernachtungsangebot, die dazu dienen, Unterricht außerhalb des regulären Schul- und Hochschulsystems anzubieten. Sie dienen überwiegend der Erwachsenenbildung.</p>
Sonstige Beherbergungsstätten a. n. g.	<p>Diese Unterklasse umfasst die vorübergehende oder längerfristige Unterbringung in Einzel- oder Gemeinschaftszimmern oder Schlafsälen für Studenten, Wanderarbeiter (Saisonarbeiter) und andere Personen. Diese Unterklasse umfasst: Wohnheime für Studentinnen und Studenten, Auszubildende, Schülerinnen und Schüler, Schulschlafsäle, Berufstätigenwohnheime sowie den Betrieb von Schlafwagen soweit von selbstständigen Einheiten.</p>

Bezeichnung	Definition/Erläuterung
Vorsorge- und Rehabilitationskliniken	<p>Beherbergungsstätten, die ausschließlich oder überwiegend Kurgästen zur Verfügung stehen. Das Ziel des Aufenthalts ist die Erhaltung oder Wiederherstellung ihrer Gesundheit oder der Berufs- oder Arbeitsfähigkeit sowie die Inanspruchnahme der allgemein angebotenen Kureinrichtungen außerhalb des Beherbergungsbetriebs. Zu den Vorsorge- und Rehabilitationskliniken zählen auch Kinderheilstätten, Sanatorien, Kur- und ähnliche Krankenhäuser. Im Unterschied zur Krankenhausstatistik werden Vorsorge- und Rehabilitationskliniken in der Beherbergungsstatistik nur dann erfasst, wenn die dort untergebrachten Personen überwiegend in der Lage sind, während des vorübergehenden Aufenthaltes die Klinik zu verlassen und die Tourismusangebote der Gemeinde in Anspruch zu nehmen.</p>
Gastronomie	<p>Diese Abteilung umfasst die Bewirtung mit kompletten Mahlzeiten oder mit Getränken zum sofortigen oder alsbaldigen Verzehr. Dabei kann es sich um herkömmliche Restaurants, Selbstbedienungsrestaurants oder Restaurants handeln, die Speisen und Getränke zum Mitnehmen verkaufen, unabhängig davon, ob diese fest oder mobil sind und über Sitzgelegenheiten verfügen oder nicht. Entscheidend ist die Tatsache, dass Mahlzeiten zum sofortigen Verzehr angeboten werden, und nicht die Art der Einrichtung, von der sie angeboten werden.</p>
Bars und Vergnügungslö- kale	<p>Verkaufen Getränke, im Allgemeinen zum Verzehr an Ort und Stelle, unter Umständen auch mit begleitendem Unterhaltungsprogramm.</p>
Cafés	<p>Bewirtschaftungsstätten mit Verkauf von Speisen, insbesondere von Konditoreierzeugnissen und sonstigen kalten Speisen, im Allgemeinen zum Verzehr an Ort und Stelle, sowie damit verbundenem Verkauf von Getränken, unter Umständen auch mit begleitendem Unterhaltungsprogramm.</p>
Caterer	<p>Liefern in einer Produktionszentrale zubereitete verzehrfertige Speisen sowie Getränke an bestimmte Einrichtungen (z.B. Fluggesellschaften, "Essen auf Rädern") oder Personengruppen und für bestimmte Anlässe (z.B. Hochzeiten und andere Feiern oder Feierlichkeiten).</p>
Discotheken und Tanzlö- kale	<p>Lokale mit Tanzmusik, verbunden mit Verkauf von Getränken, im Allgemeinen zum Verzehr an Ort und Stelle, unter Umständen auch mit begleitendem Unterhaltungsprogramm.</p>
Eissalons	<p>Bewirtschaftungsstätten, von denen insbesondere Speiseeis sowie ein eng begrenztes Sortiment von Getränken zum Verzehr an Ort und Stelle oder zum Mitnehmen abgegeben werden.</p>
Erbringung sonstiger Ver- pflegungsdienstleistungen	<p>Hierzu zählen vertraglich vereinbarte Verpflegungsdienstleistungen für eine bestimmte Zeitdauer (z. B. für Verkehrsunternehmen), Bewirtschaftungsleistungen auf Lizenzbasis in Sport- und ähnlichen Anlagen sowie der Betrieb von Kantinen (z. B. in Fabriken, Bürogebäuden, Krankenhäusern, Universitäten oder Schulen) auf Lizenzbasis.</p>

Bezeichnung	Definition/Erläuterung
Imbissstuben	Bewirtschaftungsstätten, die keine oder wenig Sitzgelegenheiten aufweisen und von denen ein eng begrenztes Sortiment von Speisen mit und ohne Ausschank von Getränken zum Verzehr an Ort und Stelle oder zum Mitnehmen abgegeben wird, z.B. Würstchenstände.
Kantinen	Verpflegungseinrichtung mit Verkauf von Speisen und Getränken, gewöhnlich zu ermäßigten Preisen, an bestimmte Personengruppen durch: Sport-, Betriebs- und Bürokantinen; Schulkantinen und -küchen; Mensen; Messen und Kantinen für Armeangehörige.
Restaurants	Bewirtschaftungsstätten mit Verkauf von Speisen, im Allgemeinen zum Verzehr an Ort und Stelle, sowie damit verbundenem Verkauf von Getränken, unter Umständen auch mit begleitendem Unterhaltungsprogramm. Restaurants, auch als Speisewagenbetriebe, gibt es mit herkömmlicher und mit Selbstbedienung.
Schankwirtschaften	Bewirtschaftungsstätten mit Ausschank von Getränken zum Verzehr an Ort und Stelle.
Sonstige getränkegeprägte Gastronomie	Diese Unterklasse umfasst die Zubereitung und das Servieren von Getränken, im Allgemeinen zum sofortigen Verzehr an Ort und Stelle (z. B. Betrieb von mobilen Getränkeverkaufseinrichtungen).
Trinkhallen	Bewirtschaftungsstätten, die keine oder wenig Sitzgelegenheiten aufweisen und von denen ein engbegrenztes Sortiment von Getränken abgegeben wird.

Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis)

2.1 Struktur des Gastgewerbes auf Basis der Umsatzsteuerstatistik

Die Daten der Umsatzsteuerstatistik werden aufgrund von Nachreichungen der Betriebe in der Regel zeitverzögert veröffentlicht. Aus diesem Grund liegt die Übersicht zur Anzahl der Betriebe nur bis zum Jahr 2017 vor. Deutschlandweit gibt es 222.740 Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe. In Brandenburg liegt die gemeldete Zahl der gewerblichen Betriebe bei 5.472 (Marktanteil 2,46%).

Der Anteil der Gastronomiebetriebe an allen gastgewerblichen Betrieben liegt deutschlandweit bei 80,3%, in Brandenburg bei 77,3%, der der Beherbergungsbetriebe bei 19,7% bzw. 22,7%.

In Brandenburg stieg seit 2012 die Anzahl der Beherbergungsbetriebe.

Insgesamt fand in Brandenburg von 2012 bis 2017, gemessen an der Anzahl der Betriebe, eine positive Entwicklung statt. Folgende auffälligen Entwicklungen lassen sich festhalten:

- Im deutschlandweiten Gastgewerbe findet allgemein ein Konzentrationsprozess statt. D. h. größere neue Betriebe kommen auf den Markt, während eine größere Zahl an kleinen Betrieben schließt. Aus diesem Grund ist auch der deutschlandweite Rückgang der Betriebsanzahl um 0,7% nicht verwunderlich.

- In Brandenburg fand entgegen dem Deutschlandtrend ein leichtes Wachstum von 0,4% statt. Dieses ist durch einen deutlichen Zuwachs bei den Beherbergungsbetrieben getrieben. Bei der Gastronomie sank die Betriebsanzahl um 0,9%. Dem steht ein Gesamtzuwachs (alle Branchen) von 1,8% gegenüber.
- Gemessen an dem jeweiligen Anteil der Betriebsarten an der Gesamtbetriebsanzahl zeigt sich, dass in Brandenburg im Vergleich zu Deutschland mehr kleinere Pensionen und Gasthöfe und dafür etwas weniger Hotels und Hotels garnis angesiedelt sind. Darüber hinaus ist der Betriebstyp „Camping“ in Brandenburg häufiger vertreten.
- Bei der Gastronomie liegt in Brandenburg der Anteilswert klassischer Restaurants mit Bedienung und Cafés hinter dem Deutschlandniveau, dafür sind mehr Eissalons und Caterer und Anbieter sonstiger Verpflegungsleistungen vorhanden. Zudem liegen die Werte von Bars (Ausschank von Getränken) und Schankwirtschaften unter dem bundesweiten Anteil.
- Die Anzahl der Betriebe des Gastgewerbes, gemessen an allen Betrieben Deutschlands, liegt bei 6,8%. In Brandenburg liegt dieser mit 5,9% doch deutlich darunter. Auf beiden Ebenen sank der Anteil seit 2012 jeweils um 0,1 Prozentpunkte.

Tabelle 2: Anzahl der Betriebe nach Betriebsarten in Deutschland und Brandenburg

Betriebsart	Deutschland			Brandenburg		
	2012	2017	Ver. 17 ggü. 12	2012	2017	Ver. 17 ggü. 12
<i>Gastgewerbe</i>	224.309	222.740	-0,7%	5.450	5.472	0,4%
<i>Beherbergung</i>	45.774	43.939	-4,0%	1.238	1.296	4,7%
<i>Gastronomie</i>	178.535	178.801	0,1%	4.212	4.176	-0,9%
<i>Wirtschaftszweige insgesamt</i>	3.250.319	3.266.806	0,5%	90.928	92.597	1,8%
Anteil Gastgewerbe an Wirtschaftszweigen insgesamt in %	6,9%	6,8%	-0,1 ppt.	6,0%	5,9%	-0,1 ppt.

Beherbergungsgewerbe im Detail

Hotels (ohne Hotels garnis)	11.407	11.158	-2,2%	263	245	-6,8%
Hotels garnis	3.664	3.699	1,0%	59	58	-1,7%
Gasthöfe	16.035	12.635	-21,2%	407	348	-14,5%
Pensionen	5.502	5.091	-7,5%	236	261	10,6%

Betriebsart	Deutschland			Brandenburg		
	2012	2017	Ver. 17 ggü. 12	2012	2017	Ver. 17 ggü. 12
Ferienunterkünfte u.a. Beherbergungsstätten	5.861	7.948	35,6%	141	239	69,5%
Erholungs- und Feri- enheime	305	260	-14,8%	11	9	-18,2%
Ferienzentren	230	233	1,3%	10	5	-50,0%
Ferienhäuser und Fe- rienwohnungen	5.069	7.137	40,8%	110	208	89,1%
Jugendherbergen und Hütten	257	318	23,7%	10	17	70,0%
Campingplätze	1.212	1.248	3,0%	67	66	-1,5%
Sonstige Beherber- gungsstätten	2.093	2.160	3,2%	65	79	21,5%
Privatquartiere	1.450	1.387	-4,3%	33	38	15,2%
Sonstige Beherber- gungsstätten a.n.g.	643	773	20,2%	32	41	28,1%

Gastronomiegewerbe im Detail

Restaurants, Gast- stätt., Imbiss, Cafés, Eissalons u. ä.	123.140	124.324	1,0%	2.954	2.983	1,0%
Restaurants mit her- kömmlicher Bedie- nung	72.719	69.249	-4,8%	1.642	1.591	-3,1%
Restaurants mit Selbstbedienung	2.521	2.538	0,7%	52	56	7,7%
Imbissstuben u. Ä.	31.086	35.458	14,1%	853	954	11,8%
Cafés	11.043	11.608	5,1%	251	238	-5,2%
Eissalons	5.771	5.471	-5,2%	156	144	-7,7%
Caterer u. Erbring. sonst. Verpflegungs- dienstleist.	12.588	13.757	9,3%	482	515	6,8%

Betriebsart	Deutschland			Brandenburg		
	2012	2017	Ver. 17 ggü. 12	2012	2017	Ver. 17 ggü. 12
Event-Caterer	3.010	4.979	65,4%	124	199	60,5%
Erbringung sonstiger Verpflegungsdienstleist.	9.578	8.778	-8,4%	358	316	-11,7%
Ausschank von Getränken	42.807	40.720	-4,9%	776	678	-12,6%
Schankwirtschaften	33.296	30.168	-9,4%	630	533	-15,4%
Diskotheiken u. Tanzlokale	1.813	1.489	-17,9%	51	49	-3,9%
Bars	1.695	2.403	41,8%	*	31	k. A.
Vergnügungsorte	421	452	7,4%	*	7	k. A.
Sonstige getränkegeprägte Gastronomie	5.582	6.208	11,2%	61	58	-4,9%

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Umsatzsteuerstatistik

2.2 Angebotsstruktur im Beherbergungsgewerbe in Brandenburg

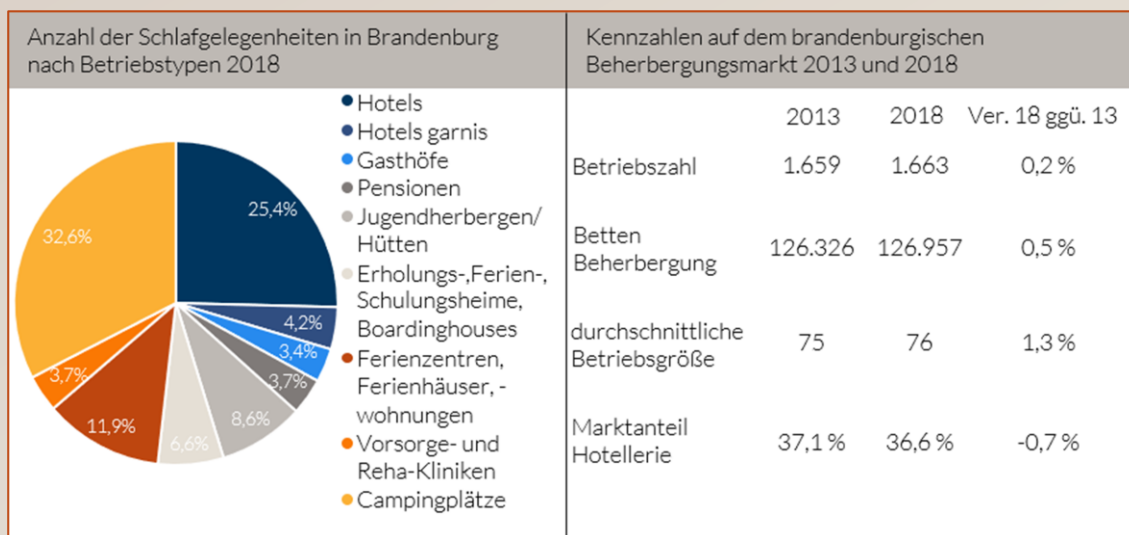
Für das Beherbergungsgewerbe können weitere und aktuellere Strukturkennzahlen für Brandenburg herangezogen werden. Das Amt für Statistik Berlin-Brandenburg erhebt bei den Beherbergungsbetrieben fortlaufend die Anzahl der Betriebe und Schlafgelegenheiten (Betten). Für die Gastronomie gibt es keine fortlaufenden Erhebungen.

Aufgrund der unterschiedlichen Methodiken zur Datenerhebung kommt es bei der Betriebsanzahl zu deutlichen Unterschieden. Laut dieser Statistik waren in Brandenburg im Jahr 2018 1.663 gewerbliche Betriebe gemeldet. Das Wachstum im Beobachtungszeitraum von 2012 bis 2018 fällt mit 0,2% etwas geringer als bei den Werten der Umsatzsteuerstatistik aus. In der Tendenz fand aber auch hier ein Wachstum statt. Neben der Betriebsanzahl ist beim Beherbergungsgewerbe ein Blick auf das Angebot der Schlafgelegenheiten (Betten)⁵ sinnvoll. Folgende wesentlichen Aussagen lassen sich im Vergleich zu 2013 ableiten:

⁵ Das Statistische Amt erhebt die Anzahl der Schlafgelegenheiten. Nachfolgend wird der Begriff Schlafgelegenheiten und Betten aus Gründen der besseren Lesbarkeit synonym verwendet.

- Die durchschnittliche Betriebsgröße stieg von 75 auf 76 Betten pro Betrieb an. Aus diesem Grund fällt das Wachstum, gemessen am Bettenangebot, mit 0,5% höher als der Zuwachs der Betriebsanzahl aus.
- Den größten Teil des Beherbergungsangebotes stellen die Campingplätze (32,6%), gefolgt von Hotels (25,4%) und Ferienzentren/Ferienhäusern/Ferienwohnungen (11,9%).
- Tendenziell hat der Marktanteil der Hotellerie (Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen) und Campingplätze etwas ab-, und die des sonstigen Beherbergungsgewerbes (Jugendherbergen/Hütten, Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime, Ferienhäuser, -zentren, -wohnungen, Vorsorge- und Reha-Kliniken) zugenommen.

Abb. 2: Angebotsstruktur auf dem brandenburgischen Beherbergungsmarkt 2018 (inkl. Camping)



Quelle: dwif 2019, Daten: Statistisches Landesamt, Stand zum Juli, Betriebe ab 10 Betten

2.3 Betriebsgröße und Bettenkapazitäten nach Betriebstypen

In Brandenburg bieten 1.663 Betriebe rund 126.957 Schlafgelegenheiten an. Die durchschnittliche Zahl der Schlafgelegenheiten liegt bei 76 und damit etwas über dem Deutschlandwert von 73.⁶ Die etwas höhere Betriebsgröße in Brandenburg resultiert vor allem aus einer überdurchschnittlichen Zahl größerer Anbieter bei den Vorsorge- und Rehakliniken und leicht größeren Angeboten aus den Segmenten Jugendherbergen, Erholungs- und Schulungsheimen. Die Hotellerie selbst liegt in Brandenburg mit rund 9 Schlafgelegenheiten (Betten) pro Betrieb unter dem Deutschlandwert von 58.

Bezogen auf die Bettenkapazitäten fanden von 2013 bis 2018 folgende auffällige Veränderungen im Gastgewerbe in Brandenburg statt: >> Abb. 2, Anhang: Tabelle 17

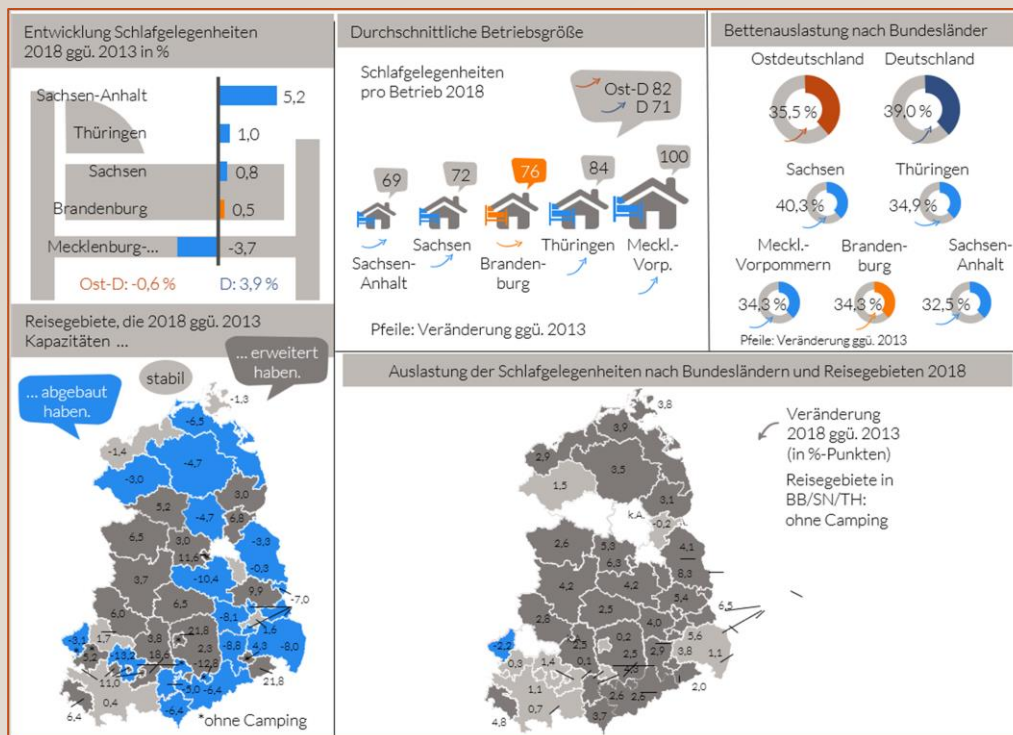
⁶ Ohne Campingplätze standen 2018 85.585 Schlafgelegenheiten verteilt auf 1.496 Betriebe zur Verfügung. Die durchschnittliche Betriebsgröße lag bei knapp 57.

- Am stärksten wuchs das Angebot bei den Ferienzentren/Ferienhäusern und Ferienwohnungen (+12,6%).
- Auch bei den Hotels garnis (+8,2%), Gasthöfen (+6,5%) sowie Vorsorge- und Reha-Kliniken (+5,7%) stiegen die Kapazitäten deutlich an.
- Rückgänge verzeichneten die Hotels (-2,9%), Jugendherbergen/Hütten/Erholungs-, Ferien-/Schulungsheime (-1,8%), Campingplätze (-1,5%), und Pensionen (-0,6%).

2.4 Touristische Angebote nach Regionen in Ostdeutschland

Während in Deutschland insgesamt durch die gute konjunkturelle Lage und durch das historisch niedrige Zinsniveau, deutlich größere Wachstumsraten beim Angebot verzeichnet wurden, blieb das Niveau in Ostdeutschland aufgrund des deutlichen Rückgangs in Mecklenburg-Vorpommern weitgehend konstant. Die Entwicklung in Brandenburg kann im Vergleich zu derjenigen in den weiteren ostdeutschen Bundesländern als verhalten positiv bewertet werden. Insgesamt ist die Wachstumsdynamik bei den Beherbergungskapazitäten in Ostdeutschland und Brandenburg zu schwach. Zudem konzentrieren sich die Zuwächse vor allem auf die Städte und deren Speckgürtel. Außerhalb dieser Regionen ist die Investitionsbereitschaft sehr verhalten. Insbesondere die Mittelgebirgsregionen verlieren sogar Betriebe und Bettenkapazitäten. Das heißt, dort, wo neue, innovative Beherbergungsangebote gebraucht werden, entstehen zu wenige. Darunter leidet letztendlich auch die Wettbewerbsfähigkeit der touristischen Regionen.

Abb. 3: Touristisches Angebot in Ostdeutschland (inkl. Camping)



Quelle: dwif 2019, Daten: Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter, Betriebe ab 10 Betten

2.5 Fazit Angebotsstruktur

Das Gastgewerbe in Brandenburg umfasst 4.176 Gastronomie- sowie 1.296 Beherbergungsbetrieben und stellt damit 5,9% aller Betriebe in Deutschland. Während die Betriebszahl im Gastgewerbe in Deutschland sank, stieg diese in Brandenburg durch einen Zuwachs im Beherbergungsgewerbe an. Das Brandenburger Gastgewerbe ist insgesamt im Vergleich zu Deutschland stärker durch tendenziell kleinere Betriebe geprägt. Dementsprechend fällt der Anteil der Betriebstypen Pensionen und Gasthöfe höher und dafür jene der Hotels und Hotels garnis geringer aus. Darüber hinaus stellt das Campingsegment ein wichtiges Segment dar.

Bei der Gastronomie liegt in Brandenburg der Anteilswert klassischer Restaurants und Cafés unter dem Bundesniveau, dafür sind anteilig mehr Eissalons, Caterer und sonstige Anbieter auf dem Markt.

Für das Beherbergungsgewerbe wird zudem das Angebot an Schlafgelegenheiten erfasst. Insgesamt gibt es in Brandenburg 126.957 Schlafgelegenheiten. Lässt man das Segment Camping außen vor, stellen die Hotels sowie Ferienwohnungen/-häuser/-zentren den größten Teil des Angebotes. Die stärksten Wachstumswahlen verzeichneten die Betriebstypen Feriencentren/Ferienhäuser/Ferienwohnungen sowie Hotels garnis und Gasthöfe. Alles in allem ist eine positive Gesamtdynamik

festzustellen. Sowohl die Betriebsanzahl als auch das Bettenangebot stiegen über das gesamte Beherbergungsgewerbe an.

3. Nachfragestruktur im Beherbergungsgewerbe

3.1 Vergleich der Nachfrageentwicklung in Deutschland und Brandenburg

Die Nachfrageentwicklung kann nur für das Beherbergungsgewerbe und nicht für die Gastronomie dargestellt werden. Für letztgenannte Teilbranche erhebt das Statistische Amt Berlin-Brandenburg keine Nachfragedaten.



In Deutschland fanden im Jahr 2018 rund 478 Mio. Übernachtungen statt. Der größte Anteil entfällt mit rund 41% auf die Hotels. Danach folgen Hotels garnis (14%), Vorsorge- und Rehakliniken (10%), Ferienhäuser-/Ferienwohnungen (9%) und Campingplätze (7%). Der Anteil Brandenburgs an der bundesweiten touristischen Nachfrage liegt bei 2,8% bzw. 13,6 Mio. Übernachtungen. Auch in Brandenburg verzeichnet der Betriebstyp Hotels mit 38,2% den größten Übernachtungsanteil. Im Vergleich zu Deutschland ist das Segment der Hotels garnis (5,5%) deutlich unterrepräsentiert, dafür werden die Betriebstypen Vorsorge- und Rehakliniken (12%) und Camping (9,5%) stärker nachgefragt.

Insgesamt fand sowohl in Deutschland, als auch in Brandenburg von 2013 bis 2018 eine positive Entwicklung statt. In Brandenburg stiegen die Übernachtungszahlen um 17,6% und damit sogar stärker als in Deutschland (+16,1%). >> Anhang: Tabellen 19-22

GRAUER MARKT – EIN WICHTIGES NACHFRAGESEGMENT

Neben den vom Statistischen Amt Berlin-Brandenburg erfassten gewerblichen Übernachtungen, finden darüber hinaus zahlreiche weitere Gästeübernachtungen in nicht-gewerblichen Betrieben, bei Verwandten und Bekannten (in Privatwohnungen), in Beherbergungsbetrieben unter 10 Betten sowie über Community-Marktplätze wie airbnb statt. Im Rahmen des DestinationMonitor Brandenburg werden diese Daten zum Teil erfasst. Für das Jahr 2018 wurden durch den DestinationMonitor für Brandenburg insgesamt rund 24,4 Mio. Übernachtungen durch Inländer ermittelt. Der Marktanteil des „Grauen Markt“ beträgt mit 13,4 Mio. Übernachtungen mehr als die Hälfte der Gesamtübernachtungen. <https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/marktforschung-statistik/>

Abb. 4: Nachfragestruktur im brandenburgischen Beherbergungsmarkt 2018 (inkl. Camping)

Nachfragekennzahlen der brandenburgischen Beherbergungsbetriebe nach Betriebstypen 2018			Marktanteile der Betriebstypen gemessen an den Übernachtungszahlen 2013 und 2018		
	2018	Ver. 18 ggü. 13		2018	Ver. 18 ggü. 13 (in %-Punkten)
Gästeankünfte	5.055.130	20,2 %	Hotellerie	50,6 %	-0,2
Übernachtungen	13.546.724	17,6 %	Hotels	38,2 %	-0,9
Aufenthaltsdauer (in Tagen)	2,68	-2,1 %	Hotels garnis	5,5 %	0,3
Ausländische Übernachtungen	1.069.451	28,8 %	Gasthöfe	3,1 %	0,4
			Pensionen	3,7 %	-0,1
			Jugendherbergen/ Hütten	7,2 %	-1,0
			Erholungs-, Ferien, Schulungsheime, Boardinghäuser	6,8 %	-0,9
			Ferienzentren, Ferienhäuser, -wohnungen	13,8 %	2,4
			Vorsorge- und Reha-Kliniken	12,0 %	-1,4
			Campingplätze	9,5 %	1,2

Quelle: dwif 2019, Daten: Statistisches Bundes- und Landesamt, Betriebe ab 10 Betten

3.2 Angebots- und Nachfrageentwicklung nach Betriebstypen

Ein Blick auf die Angebots- und Nachfrageentwicklung der einzelnen Betriebstypen lässt auf mögliche Chancen (positive Dynamik) oder Risiken (Überkapazitäten) schließen. Die wesentlichen Schlussfolgerungen können wie folgt zusammengefasst werden (vgl. Tabelle 3):

- Bei fast allen Betriebstypen stieg die Nachfrage stärker als das Angebot, weshalb in den letzten Jahren und auch aktuell von geringem Risiko bezogen auf mögliche Überkapazitäten gesprochen werden kann. Lediglich bei den Erholungs-, Ferien- und Schulungsheimen sank das Angebot leicht stärker als die Nachfrage.
- Sehr dynamisch war die Entwicklung im Bereich „Ferienzentren, Ferienhäuser und Ferienwohnungen“. Hier stieg die Nachfrage um 41,9 %, das Angebot um 12,6 %. Dies liegt vor allem an den Ferienwohnungen und -häusern, welche einen Zuwachs von rund 25 % verzeichneten, während die Ferienzentren Schlafgelegenheiten verloren haben.
- Dem steht eine stabile und gleichmäßige Angebots- und Nachfrageentwicklung bei den Vorsorge- und Reha-Kliniken gegenüber.
- Potenzial zum Ausbau der Angebote besteht insbesondere bei den Betriebstypen Hotels und Camping. Bei diesen beiden sank das Angebot, bei gleichzeitig deutlichen Nachfragesteigerungen.

- Darüber hinaus fand ebenfalls ein starkes Wachstum bei begrenztem Nachfragezuwachs im Segment der Gasthöfe und Hotels garnis statt.

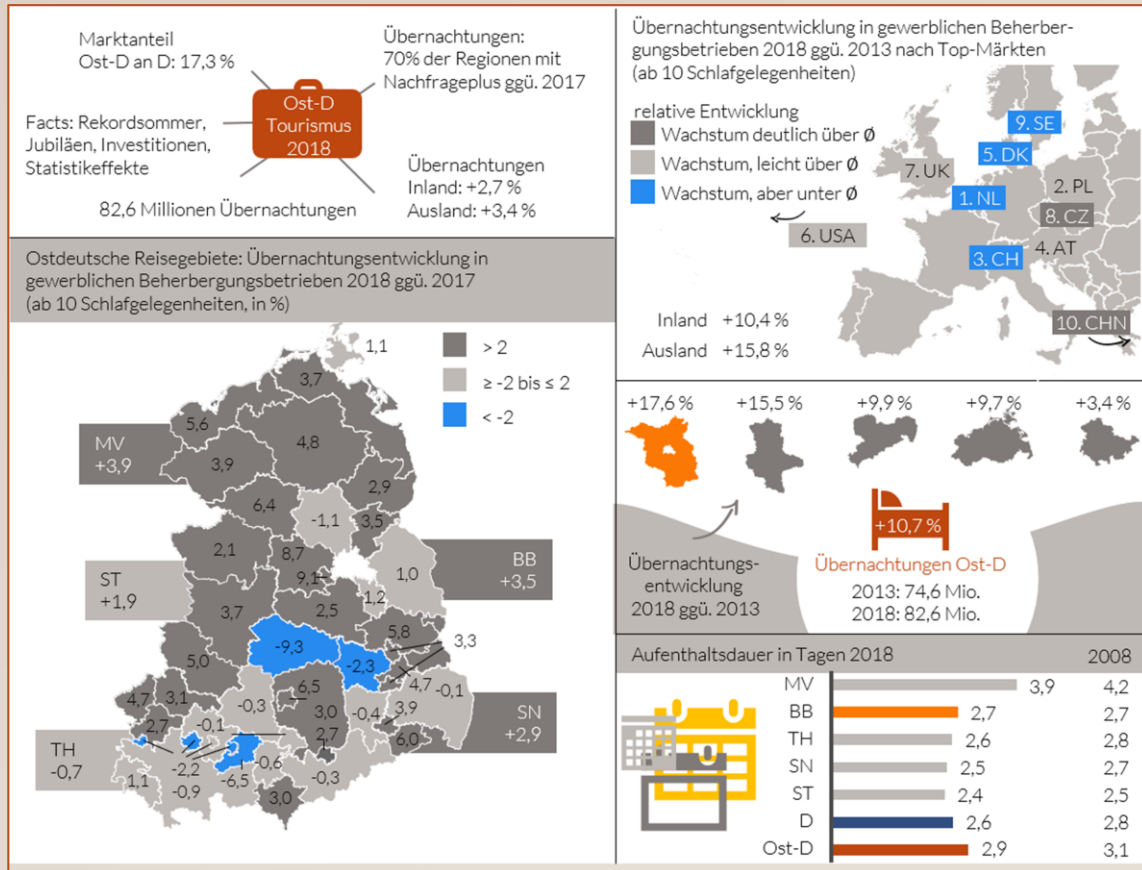
Tabelle 3: Veränderung der Anzahl der Schlafgelegenheiten und Übernachtungen auf dem brandenburgischen Beherbergungsmarkt 2018 gegenüber 2013

Betriebstyp	Schlafgelegenheiten 2018 ggü. 2013	Übernachtungen 2018 ggü. 2013
Hotels	-2,9 %	+15,0 %
Hotels garnis	+8,2 %	+25,3 %
Gasthöfe	+6,5 %	+35,3 %
Pensionen	-0,6 %	+14,1 %
Jugendherbergen, Hütten	-0,1 %	+2,9 %
Erholungs-, Ferien- und Schulungs- heime, Boardinghouses	-3,8 %	+3,6 %
Ferienzentren	-9,4 %	+41,9 %
Ferienhäuser und -wohnungen	+24,8 %	
Vorsorge- und Reha-Kliniken	+5,7 %	+5,4 %
Campingplätze	-1,5 %	+34,9 %

Quelle: dwif 2019, Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

Insgesamt stieg die Nachfrage in Ostdeutschland in über 70% der Regionen im Vergleich zum Vorjahr an. Innerhalb des Bundesländervergleichs schneidet Brandenburg mit einem Zuwachs von 17,6% deutlich besser als die ostdeutschen Bundesländer ab. Diese legten zwischen 3,4% und 15,5% bei den Übernachtungen von 2013 bis 2018 zu (vgl. Abb. 5).

Abb. 5: Weitere Informationen zur touristischen Nachfrage in Ostdeutschland (inkl. Camping)



3.3 Entwicklung der Auslastung der Beherbergungskapazität

Aufgrund der in den letzten Jahren gestiegenen Nachfrage bei einer vergleichsweise moderaten Angebotsentwicklung, stieg die Bettenauslastung in Deutschland um 4,2 und in Brandenburg sogar um 4,6 Prozentpunkte. Damit nähert sich das Beherbergungsgewerbe in Brandenburg (34,3%) dem Deutschlandwert (39,0%) an. Ohne Camping liegen die Bettenauslastungen jeweils bei 41,1% in Brandenburg und 44,8% in Deutschland. Hervorzuheben ist dabei, dass die Auslastung jedes Jahr konstant etwas zunahm und damit eine nachhaltig positive Entwicklung zur ganzjährigen Auslastung der Betriebe und nicht nur ein einmaliger Effekt für die gute Entwicklung verantwortlich ist.

Ein detaillierter Blick auf die jeweiligen Betriebstypen in Brandenburg zeigt, dass grundsätzlich alle Betriebsformen bei der Auslastung zulegen. Am stärksten sind die Zuwächse bei den Hotels und Gasthöfen, gefolgt von Hotels garnis. Relativ stabil blieben die Werte der Vorsorge- und Reha-Kliniken sowie bei den Jugendherbergen/Hütten. >> Anhang: Tabelle 18

Tabelle 4: Bettenauslastung nach Betriebstypen 2013 und 2018 in Brandenburg

	Bettenauslastung 2013 (in %)	Bettenauslastung 2018 (in %)	Veränderung 2018 ggü. 2013 (in %-Punkten)
Hotels	37,8	44,5	+6,7
Hotels garnis	34,5	39,2	+4,7
Gasthöfe	21,9	28,2	+6,3
Pensionen	27,6	31,2	+3,6
Hotellerie gesamt	35,1	41,2	+6,1
Jugendherbergen / Hütten	28,4	28,7	+0,3
Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime, Boardinghouses	31,0	33,4	+2,4
Vorsorge- und Reha- Kliniken	94,8	95,0	+0,2
Campingplätze	9,6	12,9	+3,3
Gesamt mit Camping- betrieben	29,7	34,3	+4,6

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

3.4 Fazit Nachfragestruktur

Bundesweit fanden 2018 rund 478 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben statt. Der Anteil Brandenburgs liegt bei 2,8% bzw. 13,6 Mio. Übernachtungen. In den brandenburgischen Beherbergungsbetrieben stieg die Nachfrage (+17,6 %) seit 2013 deutlich stärker als das Angebot (+0,5 %). Die Betriebe verzeichneten dabei in den letzten fünf Jahren eine durchschnittliche Steigerung pro Jahr von über 400.000 Übernachtungen.

Bis auf eine relativ gleichmäßige Angebots- und Nachfrageentwicklung im Vorsorge- und Reha-Segment, stieg die Nachfrage bei allen Betriebstypen stärker als das Angebot. In Brandenburg legten im Vergleich zu den Deutschlandwerten insbesondere die kleinen Betriebe (Gasthöfe und Pensionen), sowie, bezogen auf das Preisniveau, tendenziell günstigere Unterkunftsformen (Ferienzentren, Ferienhäuser, Ferienwohnungen und Camping) bei der Nachfrage stärker zu als die größeren. Der Betriebstyp „Hotel“ erlebte im Deutschlandvergleich ein etwas verhalteneres Wachstum. Insgesamt fand damit nachfrageseitig, ebenso wie angebotsseitig, eine durchwegs positive Entwicklung in Brandenburg statt.

4. Umsatzentwicklung im Brandenburger Gastgewerbe

Die Tatsache, dass in den letzten Jahren die Nachfrage und damit die Auslastung insgesamt stärker als das Angebot gestiegen sind, stellt noch nicht zwingend eine positive Entwicklung dar. Denn die Wachstumswahlen könnten durch sinkende Preise erkaufte worden sein. Da es keine fortlaufende und umfängliche Erhebung zu den Preisstrukturen in der Branche gibt, hilft ein Blick auf folgende zwei vorliegende Sekundärdaten zur Umsatzentwicklung:

- Einen ersten Überblick liefern die Zahlen zur nominalen und realen Umsatzentwicklung. Diese Daten sind aktuell und reichen bis zum Jahr 2018, dafür basieren sie auf Stichproben und Hochrechnungen.
- Vollständig, aber dafür mit zwei Jahren Zeitverzug, sind die Werte aus der Umsatzsteuerstatistik verfügbar. Bei dieser besteht zudem die Möglichkeit, weitere Aussagen auf Betriebsebene zu treffen. Damit liefert diese Analyse für die Gastronomie zumindest indirekt Hinweise auf die Nachfrageentwicklung, da für diese Teilbranche keine anderen Daten erhoben werden.

Nominal stieg der Gastgewerbeumsatz in Brandenburg seit 2013 um 4,2% an.

4.1 Nominale und reale Umsatzentwicklung zwischen 2013 und 2018

Die nominellen Umsätze stiegen in Deutschland konstant an. Im Durchschnitt wuchs der Gastgewerbeumsatz pro Jahr um rund 2,9%. In Brandenburg fielen die Zuwachsraten aufgrund eines Rückgangs im Jahr 2013, sowie den zwei schwächeren Jahren 2014 und 2018, mit rund 2,0% signifikant geringer aus.

Der reale Umsatz spiegelt die inflationsbereinigte Entwicklung wider. Wichtig für die Betriebe ist, dass durch Nachfrage- und/oder Preissteigerungen zumindest die jährliche Inflation aufgefangen werden kann, da ansonsten eine schleichende betriebswirtschaftliche Verschlechterung vonstattengeht. Im deutschen Gastgewerbe wurde dieses Ziel nur im Jahr 2013 verfehlt.

Über den gesamten Beobachtungszeitraum stiegen die Umsatzzahlen in Deutschland auch nach Berücksichtigung der Inflation um durchschnittlich 0,7% pro Jahr, bzw. kumuliert über sechs Jahre, um 4,2%. In Brandenburg konnte das Gastgewerbe aufgrund der deutlichen Rückgänge im Jahr 2013 hierbei nicht ganz mithalten. Von 2014 bis 2018 stiegen die Umsätze zwar insgesamt, auch unter Einbezug der Inflation, im Durchschnitt aber nur pro Jahr um 0,6%.

>> Anhang: Tabellen 6 & 7

Tabelle 5: Gesamtüberblick zur Entwicklung nominaler und realer Umsätze

Branchenbezeichnung		2013	2014	2015	2016	2017	2018
Gastgewerbe Deutschland	Umsatzentwicklung nominal	1,2	3,2	4,1	2,9	3,0	3,2
	Umsatzentwicklung real	-1,1	1,0	1,6	0,8	0,9	1,0
Gastgewerbe Brandenburg	Umsatzentwicklung nominal	-2,7	1,9	3,4	4,6	3,2	1,3
	Umsatzentwicklung real	-4,9	-0,2	1,0	2,6	1,2	-0,8

Quelle: dwif 2019, Daten: Statistisches Bundesamt 2013-2018

4.2 Umsatzentwicklung und Anteil des Gastgewerbes an allen Branchen

Neben den Hochrechnungen der Statistischen Ämter zur realen und nominalen Umsatzentwicklung werden in der Umsatzsteuerstatistik alle „steuerbaren Umsätze“ und die Anzahl der gemeldeten Betriebe erfasst.

Über alle Branchen betrachtet, legten die Umsätze in Deutschland um 10,6% und in Brandenburg um 13,4% zu. Dem steht eine Umsatzsteigerung des Gastgewerbes in Deutschland um 26,4% und in Brandenburg um 41,3% gegenüber. Das Gastgewerbe in Deutschland erwirtschaftete 2017 rund 87 Mrd. und in Brandenburg 1,7 Mrd. Euro.

Die gesamtwirtschaftliche Relevanz des Gastgewerbes in Brandenburg wächst.

Gemessen am Gesamtumsatz aller Branchen, stieg der Anteil des Gastgewerbes in Deutschland von 1,2% auf 1,4% und in Brandenburg von 1,5% auf 1,9%. Dieser, im Vergleich zu der Vielzahl unterschiedlicher Branchen, leicht überdurchschnittliche Anstieg, untermauert die Bedeutung des Tourismus für das Land Brandenburg.

Differenziert nach Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe zeigt sich folgende Entwicklung:

- Auf Bundesebene stiegen in beiden Teilbranchen die Umsätze an. Die Gastronomie war mit einem Plus von 45,6% ein stärkerer Umsatztreiber als das Beherbergungssegment (41,3%).
- In Brandenburg fand mit einem Umsatzzuwachs von 46,8% in der Gastronomie und von 33,6% im Beherbergungsgewerbe eine ähnliche Entwicklung statt.

4.3 Umsatzentwicklung nach Betriebstypen in Brandenburg

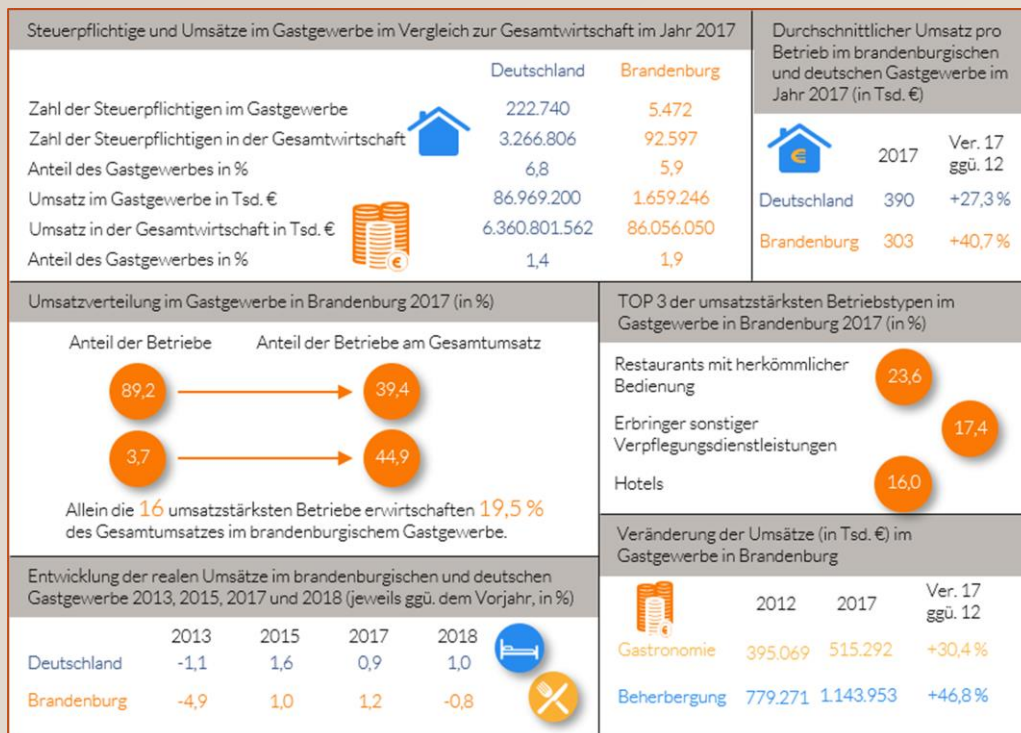
Die einzelnen Betriebstypen des Gastgewerbes in Brandenburg verzeichnen zwischen 2012 bis 2017 eine positive Umsatzentwicklung: >>Abb. 6, Anhang: Tabellen 1-4

- Innerhalb des Beherbergungsgewerbes stiegen vor allem die Umsätze bei den Hotels garnis (+76 Mio. Euro / +25,9%), den Ferienhäusern/Ferienwohnungen (+15 Mio. Euro / + 134,7%) und den Gasthöfen (+11 Mio. Euro / +14,0%). Rückläufige Umsätze weisen lediglich die Segmente Hotels garnis (-9 Mio. Euro / - 26,8%) und Ferienzentren (-2,9 Mio. Euro / - 53,8%) aus.
- Die Nachfrage in der Gastronomie ist in den letzten Jahren deutlich angestiegen. Fast alle Betriebstypen konnten bei den Umsätzen zulegen. Allen voran die Erbringer sonstiger Verpflegungsleistungen (+166 Mio. Euro / +135,6%), Restaurants mit Bedienung (+89 Mio. Euro / + 29,3%), Caterer (+37 Mio. Euro / +151,9%) sowie Restaurants mit Selbstbedienung (+45,6%). Rückgänge waren lediglich bei den Bars (-1 Mio. Euro / -14,7%) und bei der sonstigen getränkegeprägten Gastronomie (-0,2 Mio. Euro / -2,3%) festzustellen.

EXKURS: HOHER KONZENTRATIONSGRAD IM GASTGEWERBE

Eine große Bandbreite und ein hoher Konzentrationsgrad kennzeichnen die Betriebsgrößenstruktur des Gastgewerbes in Brandenburg: Über 89 % der Betriebe erzielten im Jahr 2017 einen Jahresumsatz von weniger als einer halben Mio. Euro. Der Anteil dieser Gruppe (gemessen am Gesamtumsatz) liegt jedoch lediglich bei etwas mehr als einem Drittel (39,4%). Auf der anderen Seite erwirtschaften 3,7% der Betriebe fast die Hälfte (44,9 %) des gesamten Branchenumsatzes. Allein die 16 Großunternehmen mit einem Jahresumsatz von über 10 Mio. Euro sind zu fast einem Fünftel für den Gesamtumsatz im Gastgewerbe verantwortlich. Daraus lässt sich ableiten, dass die Branche – gemessen an den Umsätzen - aus einem sehr hohen Anteil an kleinen Betrieben besteht. >> Abb. 6, Anhang: Tabelle 5

Abb. 6: Umsatzstruktur gastgewerblicher Betriebe



Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundesamt, Finanzen und Steuern, Umsatzsteuerstatistik (Vorankündigungen), 2014-2019, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistischer Bericht, L IV 1 - j / 2012-2017, Steuerpflichtige Betriebe mit jährlichen Lieferungen und Leistungen über 17 500 Euro.

4.4 Einzelbetriebliche Entwicklung des Umsatzes pro Unternehmen

Neben der allgemeinen Umsatzentwicklung ist der Blick auf die durchschnittliche Umsatzhöhe und deren Veränderung seit 2012 aufschlussreich. Die Zahlen veranschaulichen unter anderem die Kleinteiligkeit der Branchen. Zahlreiche Betriebe befinden sich auf einem, im Vergleich zur Industrie und anderen Branchen, niedrigen Umsatzniveau.

Im Durchschnitt liegt der steuerbare Umsatz im deutschen Beherbergungsgewerbe bei 704.000 Euro pro Jahr. Aufgrund kleinerer Betriebsgrößen und Preise liegt Brandenburg mit einem Durchschnittsumsatz von 398.000 Euro deutlich darunter. Bei der Gastronomie fällt der Unterschied geringer aus. In Deutschland liegt der durchschnittliche Umsatz bei 313.000 Euro und in Brandenburg bei 274.000 Euro pro Jahr.

Die Bandbreite der in Brandenburg durchschnittlich erzielten Umsätze ist erheblich (Zeitraum 2012 bis 2017):

- Im Beherbergungsgewerbe reichen die durchschnittlichen Umsätze von 100.000 Euro bei Erholungs- und Ferienheimen bis rund 1,1 Mio. Euro bei den Hotels.

- Die erzielten Umsätze der Betriebe in Brandenburg liegen (mit Ausnahme der Ferienhäuser/Ferienwohnungen, Jugendherbergen/Hütten und sonstigen Beherbergungsbetrieben) zum Teil deutlich unterhalb der deutschlandweiten Werte. Bei den Hotels beträgt der Unterschied beispielsweise rund 700.000 Euro pro Betrieb und Jahr.
- In der Gastronomie variieren die durchschnittlichen Umsätze von Bars und Restaurants mit Selbstbedienung zwischen 131.000 Euro und 1,6 Mio. Euro. Klassische Restaurants mit Bedienung liegen bei rund 246.000 Euro pro Jahr. Das entspricht einem durchschnittlichen Tagesumsatz von 674 Euro.

Nachfolgend werden die durchschnittlichen Umsätze pro Betrieb sowie deren prozentuale Veränderung zwischen 2017 und 2012 in Brandenburg und Deutschland aufgeführt.

>> Anhang: Tabellen 1-4

Tabelle 6: Entwicklung der Umsätze pro Betrieb in Brandenburg und Deutschland 2012 und 2017

	2012 (in Tsd. Euro)		2017 (in Tsd. Euro)		Veränderung 2017 ggü. 2012	
	BB	D	BB	D	BB	D
<i>Beherbergung insgesamt</i>	<i>319</i>	<i>523</i>	<i>398</i>	<i>704</i>	<i>24,6 %</i>	<i>34,8 %</i>
Hotels, Gasthöfe und Pensionen	342	583	456	845	33,3 %	45,0 %
Hotels (ohne Hotels garnis)	717	1.294	1.084	1.786	51,0 %	38,1 %
Hotels garnis	566	517	421	686	-25,6 %	32,7 %
Gasthöfe	190	239	253	324	33,3 %	35,7 %
Pensionen	132	156		193	10,7 %	23,8 %
Ferienunterkünfte und ähnliche Beherbergungsstätten	251	283	211	273	-15,9 %	-3,7 %
Erholungs- und Ferienheime	99	1.607	100	2.025	0,8 %	26,0 %
Ferienzentren	540	1.753	499	2.144	-7,6 %	22,3 %
Ferienhäuser und Ferienwoh- nungen	105	119	131	126	24,1 %	6,0 %
Jugendherbergen und Hütten	1.728	636	1.164	759	-32,7 %	19,4 %
Campingplätze	225	351	300	437	33,3 %	24,5 %
Sonstige Beherbergungsstätten	222	237	370	321	67,0 %	35,2 %
Privatquartiere	265	98	317	122	19,4 %	24,9 %

	2012 (in Tsd. Euro)		2017 (in Tsd. Euro)		Veränderung 2017 ggü. 2012	
	BB	D	BB	D	BB	D
Anderweitig nicht genannte Beherbergungsstätten	177	552	420	677	137,4 %	22,8 %
<i>Gastronomie insgesamt</i>	<i>185</i>	<i>251</i>	<i>274</i>	<i>313</i>	<i>48,1 %</i>	<i>24,7 %</i>
Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons u. Ä.	182	253	231	314	27,3 %	24,1 %
Restaurants mit herkömmlicher Bedienung	185	254	246	338	33,4 %	32,8 %
Restaurants mit Selbstbedienung	1.175	1.733	1.588	1.959	35,2 %	13,0 %
Imbissstuben u. Ä.	138	160	152	186	10,1 %	16,1 %
Cafés	134	203	160	245	19,5 %	21,2 %
Eissalons	132	188	177	231	33,6 %	22,9 %
Caterer und Erbringer sonstiger Verpflegungsdienstleistungen	305	525	679	657	123,0 %	25,2 %
Event-Caterer	195	283	307	383	56,9 %	35,2 %
Erbringung sonstiger Verpflegungsdienstleistungen	342	601	914	813	166,9 %	35,2 %
Ausschank von Getränken	124	166	155	194	24,7 %	17,2 %
Schankwirtschaften	121	142	159	173	31,1 %	21,9 %
Diskotheiken und Tanzlokale	176	430	156	440	-11,3 %	2,4 %
Bars	.	175	131	183	.	4,6 %
Vergnügungslokale	.	296	133	322	.	8,9 %
Sonstige getränkegeprägte Gastronomie	127	206	130	231	2,8 %	11,7 %
<i>Gastgewerbe insgesamt</i>	<i>215</i>	<i>307</i>	<i>303</i>	<i>390</i>	<i>40,7 %</i>	<i>27,3 %</i>

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundesamt, Finanzen und Steuern, Umsatzsteuerstatistik (Vorankündigungen), 2014-2019, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistischer Bericht, L IV 1 - j / 2012-2017

4.5 Fazit Umsatzentwicklung

Die Entwicklung der Umsatzzahlen lässt sich auf Basis zweier Erhebungen der Statistischen Ämter darstellen:

- Die hochgerechneten Werte auf Basis von Stichproben zeigen, dass die Umsätze in Deutschland (+2,9%) etwas stärker gewachsen sind als in Brandenburg (+2,0%). Aufgrund eines sehr deutlichen Rückgangs in Brandenburg im Jahr 2013 sank der inflationsbereinigte Umsatz im Mehrjahresvergleich. Ohne das – doch deutlich von der normalen Entwicklung abweichende – Ausreißerjahr 2013 sind die inflationsbereinigten Umsätze zwischen 2014 und 2018 durchschnittlich pro Jahr um 0,6% gestiegen.
- Aus der Umsatzsteuerstatistik können die vollständigen, dafür jedoch etwas zeitverzögert verfügbaren Daten bezogen werden. Diese liegen aktuell bis zum Jahr 2017 vor. Die Entwicklung zeigt, dass die gesamtwirtschaftliche Relevanz des Brandenburger Gastgewerbes zugenommen hat: Gemessen am Umsatz aller Branchen stieg der Gastgewerbeanteil innerhalb von fünf Jahren von 1,5% auf 1,9%. Der Gesamtumsatz lag in Brandenburg zuletzt bei 1,7 Mrd. Euro (+41,3%) und ist deutlich stärker gestiegen als in Deutschland (+26,4%). Dabei konnte die Gastronomie (+46,8%) stärker zulegen, als das Beherbergungsgewerbe (+33,6%).

Alles in allem sind die Branchenumsätze des Gastgewerbes in Brandenburg deutlich stärker gewachsen als in Deutschland. Gleiches gilt für die Entwicklung der Umsatzzahlen über alle Branchen in Brandenburg (+13,4%) und Deutschland (+10,6%).

5. Entwicklung der Beschäftigtenzahlen im Gastgewerbe in Brandenburg

Weitere Informationen zur aktuellen Situation und Entwicklung im Gastgewerbe liefern die Beschäftigungszahlen der Statistischen Ämter und der Arbeitsagentur. Durch die vorliegenden Zahlen können folgende Fragen beantwortet werden:

- Wie viele Beschäftigte sind im Gastgewerbe in Brandenburg tätig?
- Wie haben sich die Beschäftigtenzahlen in den letzten Jahren entwickelt?
- Durch welche Beschäftigungsstruktur ist die Branche geprägt?
- Wie stark wirkt sich der Fachkräftemangel auf das Gastgewerbe aus?

5.1 Beschäftigungsvolumen in Brandenburg

Abhängig Beschäftigte (Lohn- und Gehaltsempfänger)

Ende Juni 2018 wurden von der Bundesagentur für Arbeit in Brandenburg mehr als 46.000 abhängig Beschäftigte registriert.⁷ Gegenüber dem Jahr 2013 bedeutete dies eine Zunahme um mehr als 14%. Differenziert nach den verschiedenen Beschäftigungsverhältnissen zeigen sich folgende Unterschiede: >> Abb. 7

- Generell ist festzuhalten, dass die Bedeutung der Teilzeitbeschäftigung im weitesten Sinne zunimmt. Betrug deren Anteil an der gesamten Beschäftigtenzahl 2013 noch insgesamt 59,6%⁸, stieg dieser bis 2018 auf 66,6% an.
- Am stärksten sind die Anteile der ausschließlich kurzfristig Beschäftigten gestiegen. Aber auch bei den kurzfristigen Beschäftigten im Nebenjob gab es einen Zuwachs von 136% sowie bei den geringfügig entlohnten Beschäftigten im Nebenjob von knapp 57%. Insgesamt werden zwei von drei Stellen im Gastgewerbe in Brandenburg durch Teilzeitbeschäftigte besetzt.
- Die Zahl der Vollbeschäftigten ist demgegenüber um 5,5% auf 15.507 Beschäftigte gesunken. Ihr Anteil an allen Beschäftigten im Gastgewerbe in Brandenburg hat sich von 40,4% auf 33,4% reduziert.

Unabhängig Beschäftigte

Die Zahl der tatsächlich im brandenburgischen Gastgewerbe angebotenen Arbeitsplätze ist aus den Statistiken der Bundesanstalt für Arbeit nicht vollständig abzuleiten, da eine wichtige Gruppe – die der mitarbeitenden Inhaber und ihrer Familienangehörigen, die nicht auf den Lohn- und Gehaltslisten stehen – dort nicht erfasst wird.

In Brandenburg sind rund 55.000 Personen im Gastgewerbe beschäftigt.

Zu diesem Segment des gastgewerblichen Arbeitsmarktes gibt die „Erwerbstätigenrechnung des Bundes und der Länder“ der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder wertvolle Hinweise. In dieser Erhebung werden für Brandenburg für das Jahr 2018 rund 8.200 Personen als „Selbstständige / mithelfende Familienangehörige“ gesondert ausgewiesen. Dieser Wert ist seit 2013 um 4,7% gesunken. Ein Grund hierfür dürfte unter anderem ein Rückgang der Betriebsanzahl sein. Die

⁷ Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte umfassen alle Arbeitnehmer, die kranken-, renten-, pflegeversicherungspflichtig und/oder beitragspflichtig nach dem Recht der Arbeitsförderung sind oder für die Beitragsanteile zur gesetzlichen Rentenversicherung oder nach dem Recht der Arbeitsförderung zu zahlen sind. Dazu gehören insbesondere auch Auszubildende, Altersteilzeitbeschäftigte, Praktikanten, Werkstudenten und Personen, die aus einem sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnis zur Ableistung von gesetzlichen Dienstplichten (z. B. Wehrübung) einberufen werden. Nicht zu den sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten zählen dagegen Beamte, Selbstständige, mithelfende Familienangehörige, Berufs- und Zeitsoldaten sowie Wehr- und Zivildienstleistende (siehe o. g. Ausnahme), Bundesagentur für Arbeit.

⁸ Teilzeit, geringfügig entlohnte und kurzfristig Beschäftigte zusammengefasst.

Gewerbeabmeldungen überstiegen die Anmeldungen in den letzten fünf Jahren um durchschnittlich 158 Betriebe pro Jahr.

Anhand der unterschiedlichen statistischen Datenquellen lässt sich der quantitative Umfang des gastgewerblichen Arbeitsmarktes mit hinreichender Genauigkeit bestimmen: Insgesamt sind in Brandenburg 54.666 Personen im Gastgewerbe beschäftigt.⁹ Seit 2013 stieg das Gesamtbeschäftigungsvolumen in Brandenburg um mehr als 11%.

5.2 Weitere Daten zur Beschäftigungsstruktur

Neben der unter Kapitel 5.1 aufgeführten Untergliederung in Voll- und Teilzeit, gibt es noch weitere fortlaufende Erhebungen mit einer Differenzierung nach Geschlecht sowie nach Herkunft (In- und Ausland). >> Abb. 7; >> Anhang: Tabelle 8-10

5.2.1 Sozialversicherungspflichtige Arbeitnehmer

Das Gastgewerbe bleibt weiterhin ein Wachstumsmotor. Seit 2013 stieg die Anzahl sozialversicherungspflichtiger Beschäftigter in Deutschland um 19,4% und in Brandenburg um 13,4%. Die rund 31.000 sozialversicherungspflichtig gemeldeten Arbeitnehmer im Gastgewerbe in Brandenburg weisen folgende Strukturmerkmale auf: >> Anhang: Tabellen 11-14

- Der Frauenanteil liegt bei 58%. und ist vor allem im Beherbergungssegment mit 63,6% höher als in der Gastronomie (55,9%).
- Zwischen 2013 und 2018 hat sich das Verhältnis etwas angenähert, da die Anzahl der sozialversicherungspflichtig beschäftigten Männer um 24% (und damit deutlich stärker als jene der Frauen mit +5,6%) angestiegen ist.
- Die gastgewerblichen Unternehmen greifen zunehmen auf ausländische Beschäftigte zurück. Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten aus dem Ausland hat sich in den letzten fünf Jahr mehr als verdoppelt und stieg von 2.458 auf 5.325. Zuletzt lag der Anteil an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Gastgewerbe in Brandenburg bei mehr als 17%, wobei die Gastronomiebetriebe (20,4%) häufiger als Beherbergungsbetriebe (10,9%) auf Mitarbeiter aus dem Ausland zurückgreifen.
- Auch innerhalb der Gruppe der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stieg die Anzahl der Teilzeitkräfte um 40,2%, während das Volumen der Vollzeitkräfte um 5,5% sank. Zuletzt lagen beide Werte bei etwas mehr als 15.000 Beschäftigten gleich auf. Damit ist jede zweite sozialversicherungspflichtige Stelle durch eine Teilzeitkraft besetzt.
- Interessant ist auch ein Blick auf die Verteilung der sozialversicherungspflichtigen Arbeitnehmer im Gastgewerbe nach dem Berufsausbildungsabschluss. Mit 63,9% dominieren Arbeitnehmer mit anerkanntem Berufsabschluss. Ein akademischer Abschluss spielt demgegenüber

⁹ Die Gesamtzahl setzt sich aus den abhängigen Beschäftigten und unabhängig Beschäftigten zusammen. Daten stammen aus dem Jahr 2018.

eine untergeordnete Rolle (3,2%). Etwas mehr als jeder zehnte Mitarbeiter ist ohne beruflichen Abschluss beschäftigt.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass das Gastgewerbe in Brandenburg zunehmend von Teilzeitkräften und Mitarbeitern aus dem Ausland geprägt ist.

5.2.2 Fachkräftemangel im Gastgewerbe in Brandenburg

Der Fachkräftemangel beschäftigt nahezu alle Branchen in Deutschland. Die Anzahl der offenen Stellen ist von 2013 bis 2018 in Deutschland um 84,2% und in Brandenburg um 129,6% gestiegen. Ausgehend vom Jahr 2018 sind die Vergleichszahlen im Gastgewerbe etwas moderater, aber nichts desto trotz alarmierend. Im Jahr 2018 gab es im Gastgewerbe bundesweit 41.946 gemeldete unbesetzte Arbeitsstellen. Seit 2013 stieg diese Zahl in Deutschland um 49,8% an. Im gleichen Zeitraum erhöhten sich die nicht besetzten Stellen im Gastgewerbe in Brandenburg von 823 auf 1.403 (+70,5%).


Anzahl der offenen Stellen im Brandenburger Gastgewerbe seit 2013 deutlich angestiegen.

Beim Nachwuchs bzw. den Auszubildenden zeigt sich ebenfalls eine weitgehend negative Entwicklung, die in Brandenburg stärker als bundesweit ausfällt. Obwohl in Deutschland (-15,2%) und Brandenburg (-13,8%) in den letzten Jahren grundsätzlich weniger Ausbildungsstellen zur Verfügung stehen, ist die Zahl der unbesetzten Ausbildungsstellen gewachsen. In Deutschland blieben 2018 rund 6.565 (+11,0%) und in Brandenburg 275 (+56,3%) gastgewerbliche Ausbildungsplätze unbesetzt. Anhand der IHK-Statistik für die Bezirke Cottbus, Ostbrandenburg und Potsdam lassen sich neben den gemeldeten und offenen auch die eingetragenen Ausbildungsverhältnisse für Brandenburg darstellen. >> Abb. 7, >> Anhang: Tabelle 15

Auch hier ist die Zahl der eingetragenen Ausbildungsverhältnisse seit 2013 um rund 25% rückläufig. Zuletzt waren 1.298 Ausbildungsstellen bei den Industrie- und Handelskammern gemeldet. Im Detail zeigt sich folgende Entwicklung nach Berufsbildern:

- Auf Hotelkaufleute entfielen 2018 die wenigsten eingetragenen Ausbildungsverhältnisse. Immerhin hat sich die Anzahl gegenüber dem Basisjahr 2013 zumindest erhöht.
- Der Systemgastronomie sind doppelt so viele eingetragene Ausbildungsverhältnisse zuzuordnen (+39,0% seit 2013).
- Im Hotelfach und bei den Restaurantfachleuten ging die Anzahl der Auszubildenden zurück. Dabei sank die Auszubildendenzahl der Restaurantfachleute (-26,6%) deutlich stärker als die der Hotelfachleute (-15,1%). Die Ausbildungsverhältnisse bei Köchen und Köchinnen reduzierte sich um ein Drittel auf 539.
- Die geringsten Rückgänge sind beim Berufsbild „Fachkraft im Gastgewerbe“ festzustellen. Hier reduzierten sich die Ausbildungsverhältnisse von 131 auf 122 (-6,9%).

Abb. 7: Beschäftigte im Gastgewerbe in Brandenburg

Bestand gemeldeter Arbeitsstellen im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg im Jahr 2018				Beschäftigungsstruktur im Gastgewerbe in Brandenburg (in %)		
	Deutschland	Ostdeutschland	Brandenburg		2018	Ver. 18 ggü. 13
Gemeldete Arbeitsstellen	41.946	7.372	1.403	Frauenanteil	2018	Ver. 18 ggü. 13
Anteil gemeldete Arbeitsstellen an allen Branchen	5,2%	5,8%	5,8%	Beherbergung	63,6	-0,8
				Gastronomie	55,9	-8,8
Unbesetzte Ausbildungsstellen im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg im Jahr 2018				Ausländeranteil	2018	Ver. 18 ggü. 13
	Deutschland	Ostdeutschland	Brandenburg	Beherbergung	10,9	194,6
Unbesetzte Ausbildungsstellen	6.565	1.245	275	Gastronomie	20,4	75,9
Anteil unbesetzter Stellen an gemeldeten Stellen	19,8%	21,6%	24,9%	Anteil Vollzeitstellen	2018	Ver. 18 ggü. 13
Beschäftigungsvolumen im Gastgewerbe in Brandenburg				Beherbergung	66,0	-13,6
	2013	2018	Ver. 18 ggü. 13	Gastronomie	43,6	-17,0
 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	27.197	30.631	13,4%	Eingetragene Ausbildungsverhältnisse im Gastgewerbe in Brandenburg 2018	2018	Ver. 18 ggü. 13
Vollzeit	16.407	15.507	-5,5%	Weiblich	581	-29,7%
Teilzeit	10.786	15.124	40,2%	Männlich	717	-20,0%
Geringfügig Beschäftigte	13.241	15.013	13,4%	Insgesamt	1.298	-24,7%
ausschließlich	10.312	10.428	1,1%			
im Nebenjob	2.929	4.585	56,5%			
Kurzfristig Beschäftigte	202	822	306,9%			
ausschließlich	166	737	344,0%			
im Nebenjob	36	85	136,1%			
Beschäftigte Insgesamt	40.640	46.466	14,3%			

Quelle: dwif 2019, Daten: Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2013 bis 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Tabellen, Länderreport über Beschäftigte (Quartalszahlen), 2013 und 2018, Arbeitskreis „Erwerbstätigenrechnung des Bundes und der Länder“ im Auftrag der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder, 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Tabellen, Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008) (Quartalszahlen), 2018, DIHK Statistik IHK-Bezirke 2018 und 2013

5.3 Fazit Beschäftigungsentwicklung

Insgesamt sind im Brandenburger Gastgewerbe 54.666 Personen beschäftigt. Die statistischen Kennzahlen des Statistischen Amtes und der Arbeitsagentur verdeutlichen die Bedeutung des Gastgewerbes als Wachstumsmotor für den Brandenburger Beschäftigungsmarkt. Die Zahl der unabhängig Beschäftigten stieg seit 2013 um 14%, die der sozialversicherungspflichtigen Arbeitnehmer um 13,4%. Die Beschäftigungsstruktur hat sich in den letzten Jahren verändert. Der Anteil der Teilzeitstellen sowie der kurzfristig Beschäftigten legte deutlich zu. Zuletzt waren zwei Drittel der Stellen abhängiger Beschäftigter durch Teilzeitmitarbeiter besetzt. Die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe beschäftigen tendenziell mehr Frauen (58%) als Männer und eine wachsende Zahl ausländischer Mitarbeiter. Das Gastgewerbe bleibt weiterhin ein Beschäftigungsmotor in Brandenburg. Einerseits werden im Gastgewerbe verstärkt Mitarbeiter gesucht, andererseits bestehen zunehmend Probleme, die Stellen zu besetzen. Die Anzahl der unbesetzten Stellen stieg in Brandenburg zwischen 2013 und 2018 um 70,5%. Auch die Entwicklung der Auszubildendenzahlen stimmen nachdenklich: Trotz einer geringeren Zahl an gemeldeten Ausbildungsstellen, stieg die Anzahl der nicht besetzten Ausbildungsstellen um deutliche 56,3% (bundesweit +11,0%).

III. HERAUSFORDERUNGEN IM GASTGEWERBE

In den nachfolgenden Teilkapiteln werden vier (für das Gastgewerbe wichtige) Themen dargestellt:

- Kapitel III.1 vertieft nochmals die Situation auf dem Arbeitnehmermarkt. Im Konjunkturteil des Kapitels wurden die Zahlen und Daten des Statistischen Amtes zur Bewertung herangezogen. Nachfolgend werden vor allem betriebsbezogene Aspekte rund um das Thema **Personal im Gastgewerbe** aufgegriffen. Wie hat sich die Situation auf dem Arbeitnehmermarkt in den vergangenen Jahren entwickelt und vor welchen Herausforderungen steht die gastgewerbliche Branche in den kommenden Jahren?
- Kapitel III.2: Anhand der sogenannten „Ebil-Daten“¹⁰, die dem dwif durch den Ostdeutschen Sparkassenverband (OSV) zur Verfügung gestellt werden, sind Aussagen zur **Leistungsfähigkeit der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe** in Brandenburg möglich. Zudem werden das **Investitionsverhalten und die Investitionsbereitschaft** der gastgewerblichen Unternehmen dargestellt.
- Kapitel III.3 fokussiert das wichtige Thema **Digitalisierung im Gastgewerbe**.

1. Personal im Gastgewerbe

Der branchenübergreifende Fachkräftemangel ist in aller Munde und entsprechend auch für das Gastgewerbe in Brandenburg ein wichtiges Thema. Qualifizierte und freundliche Mitarbeiter sind ein elementarer Bestandteil der touristischen Dienstleistungsbranche, haben maßgeblichen Anteil am Unternehmenserfolg und großen Einfluss auf die Gästezufriedenheit. Vor diesem Hintergrund gilt es, zeitnah Lösungsansätze und entsprechende Maßnahmen abzuleiten. >> Anhang: Tabellen 23-61

1.1 Personalbedarf und offene Stellen

Wie bereits in Kapitel II.5 beschrieben, blieben im vergangenen Jahr zahlreiche Erwerbs- und Ausbildungsstellen im Gastgewerbe unbesetzt. Dieser Umstand könnte sich bei einer weiterhin steigenden Nachfrageentwicklung künftig als noch größere Herausforderung herausstellen, da die Zahl der Arbeitsplatzstellen im Gastgewerbe wachsen wird.

Die Beschäftigungszahlen im brandenburgischen Gastgewerbe sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich angestiegen. Der Personalbedarf wächst. Aktuell ist nicht davon auszugehen, dass diese Arbeitsplätze allein durch Nachwuchskräfte besetzt werden können, da (wie bereits erwähnt) die Zahl der Ausbildungsverhältnisse seit Jahren abnimmt und immer mehr Ausbildungsstellen unbesetzt bleiben. Bereits jetzt bleibt jede vierte Ausbildungsstelle in Brandenburg unbesetzt.¹¹

¹⁰ EBIL-Daten sind elektronische Bilanzkennzahlen, welche im Zuge der Kreditvergabe durch die zuständigen Sparkassen analysiert werden.

¹¹ Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Tabellen, Länderreport über Beschäftigte, Nürnberg, Dezember 2018-2013.

Die jährliche DIHK-Umfrage zeigt, dass jedes neunte befragte gastgewerbliche Unternehmen in Deutschland 2019 plant, die Zahl der Beschäftigten zu erhöhen. In Brandenburg ist es jedes sechste, was einer Verdoppelung gegenüber 2013 entspricht. Dieser deutliche Anstieg im Fünfjahresvergleich liegt in erster Linie an den Expansionsplänen der Beherbergungsbetriebe, aber auch die Prozentwerte der Gastronomiebetriebe in Brandenburg sind gestiegen und liegen deutlich über den Ergebnissen der gesamtdeutschen und ostdeutschen Unternehmen.¹²

Jeder 2. Betrieb kann offene Stellen dauerhaft nicht besetzen!

Diese Entwicklung stellt die Branche vor wachsende Herausforderungen. Bereits 2012 hatten die Beherbergungsbetriebe in Brandenburg erhebliche Probleme, geeignete Mitarbeiter zu finden.¹³ Jeder zweite Betrieb erhält keine Rückmeldungen auf Job-Annoncen und häufig scheitert die Mitarbeitersuche aufgrund mangelnder fachlicher Eignung der Bewerber. Im Vergleich zu den weiteren ostdeutschen Bundesländern ist Brandenburg zusammen mit Thüringen am stärksten betroffen.

Tabelle 7: Herausforderungen bei der Personalakquise

Herausforderung	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen
Fachkräfte an Standort holen	62%	61%	49%	55%	59%
Keine Bewerber	51%	48%	56%	63%	62%
Fachliche Eignung der Bewerber	43%	32%	32%	41%	38%
Flexibilität der Bewerber	37%	29%	28%	33%	38%
Gehaltsvorstellungen der Bewerber	34%	21%	33%	35%	38%

Quelle: dwif 2012, n=432

Schon heute haben die Unternehmen Schwierigkeiten, offene Stellen dauerhaft zu besetzen. In der Bundesrepublik konnte 2018 jeder zweite Gastgewerbebetrieb offene Stellen längerfristig nicht

¹² DIHK Saisonumfrage 2018-2013 „Die Zahl unserer Beschäftigten wird in der kommenden Saison voraussichtlich zunehmen/gleichbleiben“.

¹³ Sparkassen Tourismus-Barometer Ostdeutschland 2012

besetzen. In Ostdeutschland und Brandenburg sieht es ähnlich aus. Die Gastronomiebetriebe haben dabei größere Probleme als ihre Kollegen im Beherbergungsgewerbe. Zwar lag der Anteil der Beherbergungsbetriebe in Brandenburg, die offene Stellen längerfristig nicht besetzen konnten, im vergangenen Jahr rund sechs Prozentpunkte unter dem gesamtdeutschen Vergleichswert, allerdings hat sich dieser seit 2014 um 52,7% erhöht. Im selben Zeitraum stieg der Anteil der betroffenen Gastronomie in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg deutlich an. In Brandenburg klagten 2018 rund 46,1% der Gastronomiebetriebe über Probleme bei der dauerhaften Besetzung offener Stellen.¹⁴

Als Ursachen für die Nichtbesetzung offener Stellen im brandenburgischen Gastgewerbe sind mehrere Gründe zu nennen:

- Mehr als drei Viertel der Unternehmen, die Stellen langfristig nicht besetzen können, geben an, keine Mitarbeiter oder Mitarbeiter mit einer zu geringen bzw. unpassenden Qualifikation (43,5 %) zu finden.
- Vier von zehn Betrieben sehen sich mit „zu hohen Forderungen“ (z. B. bei Gehaltsforderungen oder Arbeitsbedingungen) konfrontiert.
- Drei von zehn Gastgewerbebetrieben schätzen den Unternehmensstandort als nicht attraktiv genug für Arbeitskräfte ein.
- Eine zu geringe Berufserfahrung spielt eine eher untergeordnete Rolle.

Wie sieht es bei den Qualifikationsanforderungen der Unternehmen aus?¹⁵ Über die Hälfte der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe sucht nach Arbeitskräften mit dualer Berufsausbildung und Mitarbeitern ohne abgeschlossene Berufsausbildung. Fachwirte und Meister (22,8%) sowie (Fach-)Hochschulabsolventen (10,9%) sind im Vergleich deutlich weniger nachgefragt.¹⁶ Die Gründe für die Suche nach neuen Arbeitskräften sind insbesondere die häufigen Mitarbeiterwechsel, altersbedingtes Ausscheiden aus dem gastgewerblichen Betrieb sowie eine stärkere ganzjährige Ausrichtung der Betriebe. Weitere Motive für die Fachkräftesuche sind zunehmende Qualifikationsanforderungen in den verschiedenen Unternehmensbereichen sowie die Erweiterung der Mitarbeiterkapazitäten aufgrund einer expansiven Geschäftslage.¹⁷

1.2 Herausforderungen durch den Fachkräftemangel

75 % der im Rahmen der DIHK-Umfrage 2017 befragten Unternehmen sind der Ansicht, dass die Auswirkungen eines anhaltenden Fachkräftemangels im brandenburgischen Gastgewerbe eine Mehrbelastung der bereits angestellten Arbeitnehmer bewirken. Aber auch Einschränkungen in

¹⁴ DIHK Saisonumfrage 2018-2014 „Können Sie in Ihrem Unternehmen derzeit offene Stellen längerfristig nicht besetzen, weil Sie keine passenden Arbeitskräfte finden“.

¹⁵ DIHK Saisonumfrage 2018 „Falls Sie offene Stellen längerfristig nicht besetzen können: Worin sehen Sie die Hauptgründe“.

¹⁶ DIHK Saisonumfrage 2018-2014 „Für welches Qualifikationsniveau suchen Sie ohne Erfolg Arbeitskräfte“.

¹⁷ DIHK Saisonumfrage 2017 „Aus welchem Motiv suchen Sie Fachkräfte“.

der Angebotsvielfalt sind für einen Großteil der Unternehmen die Konsequenz, gefolgt von nicht ausgeschöpften Wachstumspotenzialen, steigenden Arbeitskosten sowie dem Verlust von Innovationsfähigkeit und Wissen.¹⁸

Um dem anhaltenden Fachkräftemangel entgegenzuwirken, müssen die Betriebe neue Wege gehen bzw. noch deutlich stärker auf die gesellschaftlichen Veränderungen reagieren. Einer Umfrage des DIHK aus dem Jahr 2016 ist zu entnehmen, dass die Gastgewerbebetriebe in Ostdeutschland künftig vor allem mehr Arbeitskräfte aus dem Ausland (53,5%) einstellen, die Arbeitgeberattraktivität (40,3%) erhöhen sowie die Beschäftigung älterer Mitarbeiter ausweiten (37,9%) wollen. Es folgen Maßnahmen wie z. B. die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie mehr Ausbildung und Weiterbildung. Jeder vierte Betrieb in Ostdeutschland würde auf den Fachkräftemangel mit der Einstellung von Geflüchteten reagieren.¹⁹

Die Schwierigkeiten bei der Suche nach Fachkräften unterscheiden sich zwischen Betrieben in Gesamt-Deutschland und Ostdeutschland: Während in Ostdeutschland 70% der Unternehmen sowohl Service-, als auch Küchenpersonal suchen, sind es in Deutschland insgesamt „lediglich“ 60%. Hotelmitarbeiter werden im Osten von fast der Hälfte der Betriebe nachgefragt, in der Bundesrepublik bei insgesamt vier von zehn Betrieben. Gastgewerblichen Unternehmen in Ostdeutschland fällt die Suche damit schwerer. Aber auch innerhalb der Gastgewerbesegmente ist ein erheblicher Unterschied auszumachen: Gastronomiebetriebe haben im Vergleich zu Beherbergungsbetrieben deutlich größere Schwierigkeiten, Küchen- und Servicepersonal zu finden.²⁰

HINWEIS: WAS KÖNNEN SIE ZUR FACHKRÄFTEENTWICKLUNG TUN?

Mehr Informationen, Ansprechpartner und Förderprogramme finden Sie unter:

www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/fachkraefte/

1.3 Fazit Personal

Die Zahl der unbesetzten Erwerbs- und Ausbildungsplätze hat in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Gleichzeitig stieg die Nachfrage nach gastgewerblichen Produkten an, weshalb jeder sechste Betrieb in Brandenburg die Beschäftigtenzahl erhöhen will. Der Engpass beim Fachkräftemangel nimmt zu und verschärft sich.

Im Jahr 2018 hatte jeder zweite Betrieb im Gastgewerbe in Deutschland und auch in Brandenburg Probleme, offene Stellen längerfristig zu besetzen. Die Gastronomie ist davon stärker betroffen als das Beherbergungsgewerbe. Rund 75% der Betriebe in Brandenburg geben an, dass sie häufig

¹⁸ DIHK Saisonumfrage 2017 „Welche Folgen würde ein anhaltender Fachkräftemangel für Ihr Unternehmen haben?“

¹⁹ DIHK Saisonumfrage 2016 „Unser Unternehmen wird zukünftig auf den Fachkräftemangel folgendermaßen reagieren“.

²⁰ DIHK Saisonumfrage 2016 „Für folgende Bereiche suchen wir ohne Erfolg Arbeitskräfte“.

keine oder unpassende Bewerbungen erhalten. 40% sehen sich häufig auch mit zu hohen Gehaltsforderungen konfrontiert. Der anhaltende Fachkräftemangel wirkt sich zunehmend auch auf die strategische und operative Betriebsführung aus. Als Folgen werden unter anderem folgende Punkte genannt:

- Mehr Belastung für die bestehenden Mitarbeiter
- Einschränkungen bei der Angebotsvielfalt (Reduktion von Angeboten)
- Nicht ausgeschöpftes Wachstumspotenzial
- Steigende Arbeitskosten

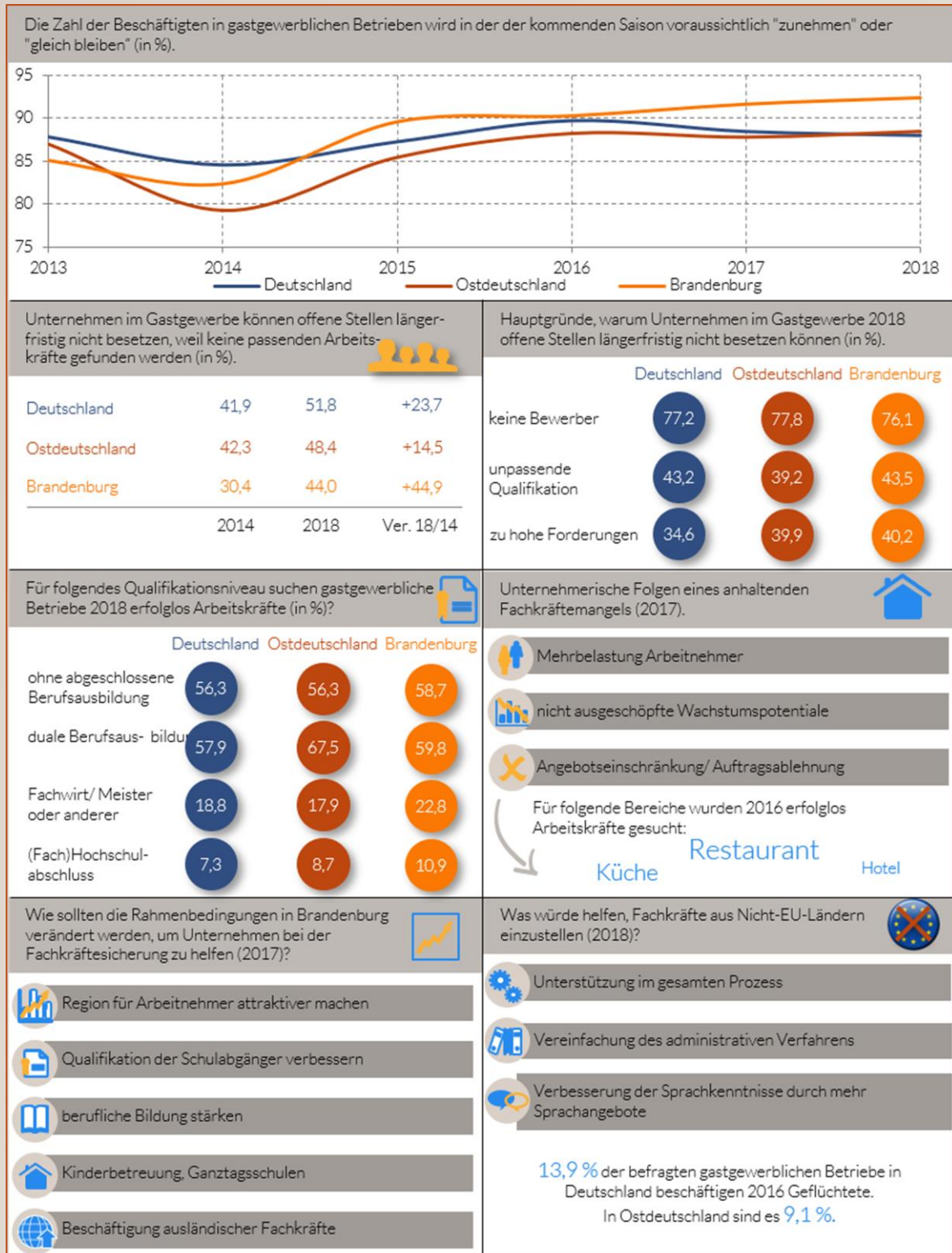
Beim Nachwuchs gilt es vor allem die Ausbildungsinhalte attraktiv zu gestalten und die positiven Aspekte der gastgewerblichen Jobs hervorzuheben. Hier müssen insbesondere auch die Betriebe an der internen Personalpolitik und der bisherigen Betriebsführung Veränderungen vornehmen. Laut einer DIHK-Umfrage aus dem Jahr 2016 versuchen die Betriebe vor allem durch folgende Maßnahmen neue Mitarbeiter zu gewinnen:

- Verstärkte Rekrutierung von Mitarbeiter*innen aus dem Ausland
- Erhöhung der Arbeitgeberattraktivität
- Ausweitung der Beschäftigung älterer Mitarbeiter*innen
- Optimierung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf

In Zukunft müssen entsprechend gleichermaßen förderliche Aktivitäten auf übergeordneter (Imagekampagnen, Tarifverträge etc.) und Betriebsebene (Unternehmensklima etc.) noch weiter verstärkt werden.

Abb. 8: Situation der gastgewerblichen Unternehmen in Bezug auf Beschäftigungsverhältnisse, Fachkräfte und Rahmenbedingungen

Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg im Vergleich*



Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2013-2018

*Daten liegen nicht immer für alle oder mehrere Jahre vor. Datenreihen beginnen immer mit dem frühestmöglichen Zeitpunkt.

2. Betriebswirtschaftliche Situation und Investitionen im Gastgewerbe

2.1 Rahmenbedingungen

Die deutsche Wirtschaft verzeichnete zehn Jahre in Folge Wachstum. Auch bei zuletzt gedrosselten Erwartungen geht die Bundesregierung für das Jahr 2019 immer noch von einer Steigerung des Bruttoinlandsprodukts von 0,8% aus. In den letzten Jahren lag das Wachstum in Deutschland bei 1,5% und in der EU bei 1,9%. Parallel zum Wirtschaftswachstum vollzog sich eine gute Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt. Mit einer Arbeitslosenquote von zuletzt 3,2 % (nach ILO-Kriterien) belegt Deutschland innerhalb Europas Platz zwei.

Aktuell leicht gebremstes Wachstum führt zu moderaterer Einschätzung auf dem Markt.

Der ifo-Geschäftsklimaindex, der die Erwartungen aller Unternehmen hinsichtlich Auftragslage, Investitionsbereitschaft und der weiteren Geschäftslage widerspiegelt, erreichte im Februar 2019 mit 98,5 Punkten den niedrigsten Stand seit fünf Jahren. Ähnliche Werte zeigt auch die DIHK-Saisonumfrage bei den gastgewerblichen Betrieben. Auch wenn knapp 93% der gastgewerblichen Unternehmen in Ostdeutschland die Geschäftslage im vergangenen Jahr als gut bis befriedigend eingeschätzt haben, erwarteten nur 85% für dieses Jahr günstigere oder zumindest gleichbleibende Bedingungen. In Brandenburg waren 94,5% mit dem Vorjahr (2018) zufrieden und für das kommende Jahr erwarten rund 88% eine gleichbleibende bis steigende Geschäftslage.

>> Anhang: Tabellen 62-106

2.2 Betriebswirtschaftliche Situation

Aufgrund der bereits dargestellten kleinteiligen Strukturen sowie im Vergleich zur Gesamtwirtschaft unterdurchschnittlichen Umsätzen pro Betrieb, fallen dem Gastgewerbe fortlaufende Instandhaltungs- und mittelfristig anfallende größere Modernisierungsmaßnahmen schwer. Nachhaltige Investitionen lassen sich in der Regel nur bei ausreichend guten Betriebsergebnissen umsetzen. Zur Bewertung der betriebswirtschaftlichen Situation kann auf anonymisierte elektronische Bilanzdaten der Sparkassen (EBIL) zurückgegriffen werden. Der Vorteil dieser Daten ist, dass es sich in der Regel um die Bilanzzahlen kleinerer und mittelständischer Betriebe aus dem Gastgewerbe und damit der am meisten vertretenen Betriebe in Brandenburg handelt. Der Nachteil der Daten liegt darin begründet, dass diese nur zwei Jahre zeitversetzt vorliegen, weshalb der Beobachtungszeitraum lediglich von 2012 bis 2017 reicht.

Die Cash-Flow-Rate, also die Innenfinanzierungskraft eines Unternehmens, zählt zu den wichtigsten Indikatoren zur Beurteilung der betriebswirtschaftlichen Lage. Sie veranschaulicht, welche finanziellen Mittel pro Jahr für unternehmerische Entscheidungen (u. a. Investitionen, Weiterbildung, Gehaltserhöhungen etc.) zur Verfügung stehen.

In Brandenburg stellt sich die Situation wie folgt dar:

- Zuletzt lag die Cash-Flow-Rate, gemessen am Umsatz, bei 12,6% und damit unter dem Wert für Ostdeutschland (13,9%) und Deutschland (14,6%).
- In den letzten fünf Jahren stieg die Innenfinanzierungskraft in Brandenburg (+1,9 Prozentpunkte) stärker als in Ostdeutschland (+0,9 Prozentpunkte) und Deutschland (+0,2 Prozentpunkte).
- Ursächlich für die gute Entwicklung in Brandenburg ist vor allem das Beherbergungsgewerbe. Die Cash-Flow-Rate lag hier im Median im Jahr 2017 mit 15,8% sogar über dem Deutschlandwert von 15,4%. Die Gastronomie blieb weitgehend konstant bei 10,2% (Brandenburg) und damit unter den Bundeswerten (13,6%).

Insgesamt zeigt sich weiterhin eine deutliche Diskrepanz zwischen dem Gastgewerbe in Brandenburg und in Deutschland. Neben den geringeren prozentualen Cash-Flow-Werten fallen auch die absoluten Umsatzzahlen (vgl. Kap. II.4) in Brandenburg deutlich geringer aus. Nachfolgende Tabelle veranschaulicht zwei wichtige Sachverhalte:

- Zum einen verfügt ein Betrieb in Brandenburg jährlich über eine fast 19.000 Euro geringere Innenfinanzierungskraft als bundesweite Betriebe. Auf zehn Jahre gerechnet, können die Unternehmen in Brandenburg damit rund 190.000 Euro weniger investieren.
- Zum anderen zeigen die Werte für Brandenburg und Deutschland die Herausforderung der gastgewerblichen Betriebe: Mit einem Cash-Flow von rund 38.000 bis 57.000 Euro pro Jahr, müssen sowohl Investitionstätigkeiten, mögliche Inhabergehälter sowie weitere strategische Maßnahmen finanziert werden. Die verfügbaren Mittel hierfür fallen entsprechend relativ moderat aus.

Tabelle 8: Innenfinanzierungskraft im Gastgewerbe in Deutschland und Brandenburg (2017)

Region	Ø-steuerbarer Umsatz pro Betrieb	Cash-Flow-Rate (Median)	Cash-Flow in Euro pro Jahr
Deutschland	390.000 €	14,6 %	56.940 €
Brandenburg	303.000 €	12,6 %	38.178 €

Quelle: Statistisches Landesamt und Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik; EBIL-Bilanzdaten von den Sparkassen

Die Kostenbelastung im Gastgewerbe stieg leicht an.

Für Brandenburg lassen sich folgende Schlussfolgerungen für die Entwicklung der Kosten im Gastgewerbe ziehen:

- Die Gesamtkostenbelastung stieg zwischen 2012 und 2017 um einen Prozentpunkt und damit deutlich weniger als in Deutschland (+2,5 Prozentpunkte).

- Der Wareneinkauf wurde effizienter gestaltet und die diesbezügliche Kostenbelastung sank.
- Die Personalkosten stiegen (unter anderem bedingt durch die Einführung des Mindestlohns) in den letzten Jahren deutlich an.
- Aufgrund der aktuellen Niedrigzinspolitik sank die Zinsaufwandsquote deutlich unter das Niveau von 2012.
- Die Mietaufwendungen stiegen an.

Tabelle 9: Übersicht zur Kostenstruktur des Gastgewerbes in Deutschland und Brandenburg

	Deutschland 2012 / 2017 in %	Brandenburg 2012 / 2017 in %
Wareneinsatzquote	23,5 / 20,5	25,6 / 22,5
Personalaufwandsquote	28,1 / 32,7	29,2 / 34,0
Zinsaufwandsquote	2,2 / 1,4	2,9 / 1,3
Mietaufwandsquote	4,9 / 6,6	5,0 / 5,8
Gesamt	58,7 / 61,2	62,7 / 63,7

Quelle: EBIL-Bilanzdaten der Sparkassen

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass trotz höherer Kostenbelastungen die Innenfinanzierungskraft in den gastgewerblichen Betrieben in Brandenburg angestiegen ist. Der durchschnittliche Cash-Flow-Wert von rund 38.000 Euro pro Betrieb lässt jedoch keine großen (eigenfinanzierten) Investitionssprünge zu.

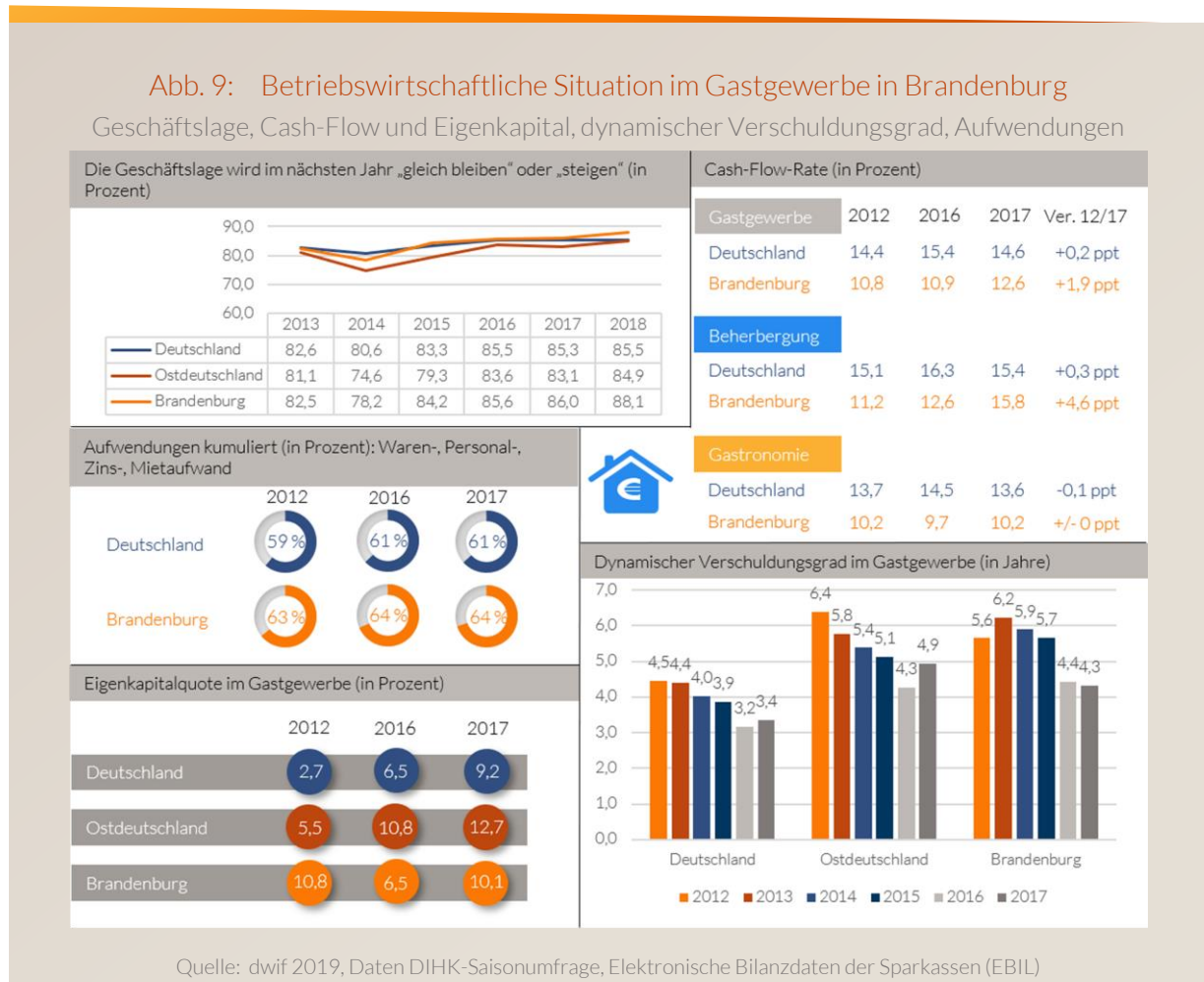
Eigenkapitalquote weiterhin auf einem geringen Niveau

Eigenkapitalquote

Die Eigenkapitalquote deutscher und ostdeutscher Gastgewerbebetriebe wächst weiter. Die Werte stiegen deutschlandweit um 6,5 und in Ostdeutschland um 7,2 Prozentpunkte. Die Betriebe in Brandenburg konnten von dieser Entwicklung leider nicht im selben Maße profitieren. Dort sank die Eigenkapitalquote 2017 im Vergleich zu 2012 um 0,7 Prozentpunkte. Festzuhalten bleibt aber auch, dass der Durchschnittswert der Jahre 2013 bis 2016 mit 4,4% deutlich unter dem Wert des Jahres 2017 mit 10,1% lag.

Neben der Eigenkapitalquote steht im Rahmen der elektronischen Bilanzdaten der Sparkassen mit dem „dynamischen Verschuldungsgrad“ eine weitere spannende Kennzahl zur Verfügung. Diese benennt die Zeitspanne, die ein Betrieb bis zur frühestmöglichen Schuldentilgung – bei Volleinzahlung des jährlichen Cash-Flows – benötigen würde. Der dynamische Verschuldungsgrad lag 2017 in

Deutschland bei 3,4 und in Ostdeutschland bei 4,9 Jahren. Das Gastgewerbe in Brandenburg reiht sich mit 4,3 Jahren in der Mitte ein. Seit 2012 sank der Wert in Brandenburg (-1,3 Jahre) stärker als in Deutschland (-1,1 Jahre). Anders ausgedrückt: Die Schuldentilgungsfähigkeit der gastgewerblichen Betriebe in Brandenburg ist somit stärker als in Deutschland gestiegen.



2.3 Investitionen im Gastgewerbe

Im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe sind fortlaufende Instandhaltungs- und regelmäßig anfallende Modernisierungsmaßnahmen notwendig, damit die Wettbewerbsfähigkeit erhalten bzw. gesteigert werden kann. Insofern ist es gut, dass der betriebswirtschaftliche Handlungsspielraum für potenzielle Investitionen in den letzten Jahren gestiegen ist.

Gestiegene Investitionsbereitschaft im Gastgewerbe in Brandenburg.

Bedingt durch die guten konjunkturellen und etwas besseren betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist die allgemeine Investitionsbereitschaft in Brandenburg insbesondere in den letzten drei Jahren deutlich gewachsen. Rund 88% der gastgewerblichen Betriebe in Brandenburg geben

an, dass ihre Investitionssummen im nächsten Jahr „gleichbleiben“ oder „steigen“.²¹ Damit wird der bundesweite Vergleichswert von rund 72% deutlich überschritten. Während in anderen Bundesländern das Geschäftsklima besser als die geplanten Investitionen eingeschätzt werden, liegen in Brandenburg beide Werte etwa gleichauf. Daraus folgt, dass in Brandenburg grundsätzlich eine überdurchschnittlich hohe Bereitschaft für Investitionen vorhanden ist. >> Anhang: Tabellen 107-121

2.3.1 Investitionsbereitschaft

Im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers für Ostdeutschland fand eine ausführliche Untersuchung zum Investitionsverhalten der gastgewerblichen Betriebe statt. Folgende wichtige Schlussfolgerungen zum Investitionsverhalten konnten auf Basis der damaligen Studie für Ostdeutschland und Brandenburg herausgearbeitet werden:

- Neben den wirtschaftlichen Rahmendaten spielen vor allem die Einschätzungen der Betriebe zur Geschäftslage sowie das Nachfrageniveau eine wichtige Rolle bei der Entscheidung für oder gegen eine Investition. Das Wettbewerbsumfeld wirkt nur leicht und indirekt auf Investitionsentscheidungen.
- Innerhalb eines Zeithorizontes von fünf Jahren führten rund 82% der befragten Betriebe in Ostdeutschland eine oder mehrere Investitionen in die Infrastruktur durch. Im Durchschnitt tätigte jeder dieser Betriebe pro Jahr eine Investition.
- Im Durchschnitt investierte jeder Beherbergungsbetrieb rund 310.000 Euro und jeder Gastronomiebetrieb rund 120.000 Euro. Daraus folgt ein jährliches Investitionsvolumen von 62.000 Euro bei Beherbergungs-, und 24.000 Euro bei Gastronomiebetrieben. Der Kapitalbedarf pro Investition liegt zwischen 8.000 Euro und 188.000 Euro. Dieser steigt mit der Größe der Betriebe.
- Brandenburg lag mit einem durchschnittlichen Investitionsvolumen pro Betrieb von 230.000 Euro im Mittelfeld. Mecklenburg-Vorpommern setzte sich mit 480.000 Euro klar ab und Sachsen bildet mit 160.000 Euro das Schlusslicht in Ostdeutschland.

Jeder zweite Betrieb in Ostdeutschland investiert weniger als 25.000 Euro pro Jahr.

Die Primärerhebungen in den ostdeutschen Betrieben zeigen eindeutig: Investitionen lohnen sich. Denn sowohl die Wettbewerbsfähigkeit als auch die Qualität der Betriebe steigen, was sich wiederum positiv auf die Kundenzufriedenheit auswirkt. Zudem sehen die Betriebe häufig die Möglichkeit, durch Betriebskostenoptimierungen bessere Betriebsergebnisse zu erreichen. Im Beherbergungsgewerbe lassen sich nach Investitionen tendenziell Preiserhöhungen, in der Gastronomie Nachfragesteigerungen verwirklichen.

²¹ DIHK Saisonumfrage (Herbst 2018).

Aktuelle Erhebungen aus dem Jahr 2018 zeigen, dass der Großteil der Betriebe in Brandenburg zumindest kleine Investitionen durchführt. Rund 8,6% der Betriebe gaben an, dass sie in den letzten fünf Jahren keine Investitionen tätigten. Weitere 23% investierten unter 10.000 Euro und weitere 21% zwischen 10.000 und 25.000 Euro. Größere Investitionen mit einem Volumen von mehr als 250.000 Euro werden nur von jedem fünften Betrieb getätigt.²² Bei der Gestaltung der Rahmenbedingungen (z. B. Coaching, Beratung, Fördermittel) sollte berücksichtigt werden, dass es sich bei vielen Vorhaben aus der Gastronomie und dem Beherbergungsgewerbe um kleine bis mittlere Darlehen handelt.

2.3.2 Herausforderungen und Hemmfaktoren

Insgesamt zeigen die Ergebnisse des Sparkassen-Tourismusbarometers Ostdeutschland 2015, dass sowohl bei den getätigten als auch bei den geplanten Investitionen, ein klarer Fokus auf dem Substanzerhalt liegt. Die Beseitigung bestehender Instandhaltungsstaus ist eine Grundvoraussetzung für den nachhaltigen erfolgreichen Betrieb. Dabei sind übergeordnete Strategien, kombiniert mit größeren investiven Sprüngen erfolgsversprechend. Warum wagen die Betriebe trotz der sichtlich positiven Effekte nicht häufiger umfangreiche und innovative Investitionen?

Zum einen hat bereits ein Teil der Betriebe Investitionen auch mit größeren Volumina getätigt. Zum anderen – und das ist die größte Herausforderung im Gastgewerbe – fehlt vielen Betrieben häufig das (Eigen-)Kapital (vgl. Kap. III.2.2). Rund 75% der gastgewerblichen Betriebe äußerten, dass „sie gerne mehr investieren würden, ihnen aber die Mittel fehlen“.²³ Fast zwei Drittel der Betriebe gaben zudem an, dass sie wichtige und notwendige Investitionen nicht umsetzen konnten. Gastronomiebetriebe (71%) sind davon stärker betroffen als Beherbergungsbetriebe (65%) und kleine Betriebe (73%) häufiger als große (56%).

Im Gastgewerbe scheitern die Betriebsinhaber häufig schon an kleinen Investitionsvolumina.

Den Betrieben zufolge gibt es unterschiedliche Gründe, warum notwendige Investitionen nicht realisiert werden konnten:

- Nicht neu, aber durch die Erhebungen nochmals bestätigt, sind die zu geringe Eigenkapitalausstattung und das vergleichsweise schlechte Rating des Gastgewerbes bei der Kreditwirtschaft.
- Zudem fallen laut den Betrieben die Fördermittel mitunter zu gering aus. Die Gastronomie sieht hier einen stärkeren Handlungsbedarf als das Beherbergungsgewerbe. Im Bundesländervergleich sehen vor allem die Betriebe aus Brandenburg die zu geringen Förderquote oder die zu geringe Transparenz der Förderprogramme als Hemmfaktor für Investitionen.

²² Primärerhebung im Rahmen der Gastgewerbestudie Brandenburg 2019. Teilauswertung der vorliegenden Daten.

²³ dwif 2014/2015; Online-Erhebung im ostdeutschen Gastgewerbe.

- Jeder dritte Betrieb ist selbstkritisch und erkennt, dass er über eine zu geringe Kapitaldienstfähigkeit verfügt. Fast jedes fünfte Unternehmen ist bereits zu hoch verschuldet und kann deshalb keine weiteren Darlehen für Investitionen aufnehmen.

Zudem wirken sich wirtschaftliche Risikofaktoren hemmend auf die Investitionstätigkeit aus. Neben dem Fachkräftemangel und damit einhergehend steigenden Arbeitskosten geben rund 41% der Betriebe an, dass die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (z. B. bürokratische Hürden, Zeiterfassung, Allergenkennzeichnung etc.) das wirtschaftliche Risiko erhöhen.

Der Investitionsbedarf ist zudem abhängig von der Betriebsgröße und -struktur. Festzuhalten bleibt, dass das ostdeutsche Gastgewerbe häufig bereits an der Finanzierung kleinerer Investitionen scheitert. So benötigen rund 62% der Betriebe weniger als 100.000 Euro, um nach Eigeneinschätzung eine „gute Wettbewerbsfähigkeit“ zu erreichen. In der Gastronomie (82%) ist die Lage angespannter als im Beherbergungsgewerbe (60%).

Es gibt kaum Alternativen zur klassischen Darlehensfinanzierung.

Neben dem Investitionsverhalten wurde zudem die Finanzierungsstruktur der Betriebe im ostdeutschen Gastgewerbe im Rahmen des Sparkassen Tourismusbarometers untersucht. Dabei lässt sich festhalten, dass im Grunde die klassischen Finanzierungsformen wie Eigen- und Fremdkapital durch Darlehen und Fördermittel vorherrschen:

- Bei kleinen Investitionen bis zu 50.000 Euro werden 74% durch Eigenkapital und 20% durch Darlehen aufgebracht. Weitere 4% stammen aus Fördermitteln und 2% aus sonstigen Quellen (z. B. Finanzierung durch Familienmitglieder).
- Bei größeren Investitionen über 500.000 Euro lag der Eigenkapitalanteil bei 20% und die Darlehenshöhe bei 45%. Rund 27% stammten aus Fördermitteln und 8% aus sonstigen Mitteln.
- Zudem lässt sich festhalten, dass Gastronomiebetriebe tendenziell mehr Eigenkapital als Beherbergungsbetriebe einsetzen.

HINWEIS: AKTUELLE FÖRDERINFORMATIONEN UND PUBLIKATIONEN FÜR TOURISMUSANBIETER IN BRANDENBURG.

Mehr Informationen und Ansprechpartner finden Sie unter:

www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/foerderprogramme-fuer-den-tourismus-in-brandenburg/

Insgesamt zeigen die Ergebnisse der Primärerhebungen aus dem Jahr 2015 sehr gut das Spannungsfeld, in dem sich das Gastgewerbe befindet.²⁴ Grundsätzlich artikuliert ein Großteil der Betriebe die Notwendigkeit für Investitionen. Die benötigten Mittel zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit fallen dabei nicht so hoch aus. Dennoch scheitern diese Investitionen an den zu geringen Eigenkapitaldecken und auch an mangelnden mittel- bis langfristigen Konzepten, weshalb die Branche, häufiger als andere, bei Kreditvergaben weniger gut bewertet wird. Daraus lassen sich zwei zentrale Handlungsbedarfe ableiten:

- Zum einen benötigen viele kleine und mittlere Betriebe durch Fördermittel (Zuschüsse / Zuwendungen oder aber auch zinslose Darlehen und Bürgschaften) eine Unterstützung, da die Innenfinanzierungskraft häufig nicht ausreicht.
- Zum anderen müssen mögliche Fördermittel jedoch an Anreize gekoppelt werden, die Betriebe dazu auffordern, mittel- und langfristige Konzepte als Basis für die fortlaufenden Investitionen zu erarbeiten, um nicht nur punktuelle, isolierte Investitionen umzusetzen. Hierzu können auch Informations- und Weiterbildungsmaßnahmen beitragen, die in Brandenburg bereits zur Verfügung stehen.

2.3.3 Investitionstätigkeit

Wie vorangegangen erwähnt, fällt die grundsätzliche Investitionsbereitschaft im Brandenburger Gastgewerbe hoch aus. Eine höhere Investitionsbereitschaft bedeutet nicht automatisch, dass die tatsächliche Investitionstätigkeit im gleichen Maße gestiegen ist. Die elektronischen Bilanzdaten der Sparkassen liefern hierzu mit der „Investitionsquote“ und den „Abschreibungen“ zwei relevante Kennzahlen. Seit 2012 ist sowohl bundesweit als auch in Brandenburg, eine leichte Steigerung der Investitionsquote festzustellen. Während in Deutschland der Anteil der Investitionsvolumina bis 2017, gemessen am Gesamtumsatz, leicht (+0,3 Prozentpunkte) zulegen konnte, verzeichnete Brandenburg einen höheren Sprung auf zuletzt 2,1% (+0,8 Prozentpunkte). In Deutschland lag der Wert im Jahr 2017 lediglich bei 1,5%. In Brandenburg trug insbesondere das Beherbergungsgewerbe mit höheren Investitionen dazu bei, aber auch die Gastronomie liegt über dem bundesweiten Wert.

Die Investitionstätigkeit stieg in Brandenburg stärker als bundesweit.

Eine ähnliche Entwicklung verzeichnet auch die Abschreibungsquote. Aus dieser Kennzahl ist leicht zeitversetzt die Investitionstätigkeit der Betriebe abzulesen. Während in Deutschland die Abschreibungsquote 2017 leicht unter das Niveau von 2012 rutschte, konnte diese in Brandenburg im Median um 0,2 Prozentpunkte gesteigert werden. Zudem fällt die Abschreibungsquote in Brandenburg mit 3,4% höher als im bundesweiten Durchschnitt (2,8%) aus. Es zeigt sich erneut, dass der etwas größere finanzielle Handlungsspielraum der Brandenburger Betriebe (vgl. Kapitel III.2.3)

²⁴ Sparkassen Tourismusbarometer Ostdeutschland 2015

auch für mehr Investitionen genutzt wird. Die DIHK-Saisonumfrage 2018 befasste sich unter anderem mit der Frage nach der Art der Investitionen im Gastgewerbe. Dabei zeigen sich folgende Auffälligkeiten:

- Bundesweit (75,8%) und in Brandenburg (70,6%) sind Investitionen zur „Modernisierung“ der Betriebe mit Abstand am wichtigsten.
- Im Brandenburger Gastgewerbe werden häufiger als im Bundesdurchschnitt Investitionen für „Rationalisierungen“ sowie für „Kapazitätserweiterungen“ durchgeführt.
- In Deutschland insgesamt wird dafür mehr in „Produktinnovationen“ investiert.

Im Rahmen der Gastgewerbestudie Brandenburg 2019 liegen zum Thema „Investitionsgründe“ auswertbare Daten für 53 Betriebe vor.²⁵ Dabei zeigen sich im Grunde ähnliche Ergebnisse: Mit 64% steht das Thema Modernisierung an erster Stelle, gefolgt von „Werterhalt der Immobilie“ (49%), „Küchen- und Haustechnik“ (47%), „Ersatzbeschaffung Einrichtung“ (43%) sowie, weit abgeschlagen, „Kapazitätserweiterung“ (12%). >> Abb. 10

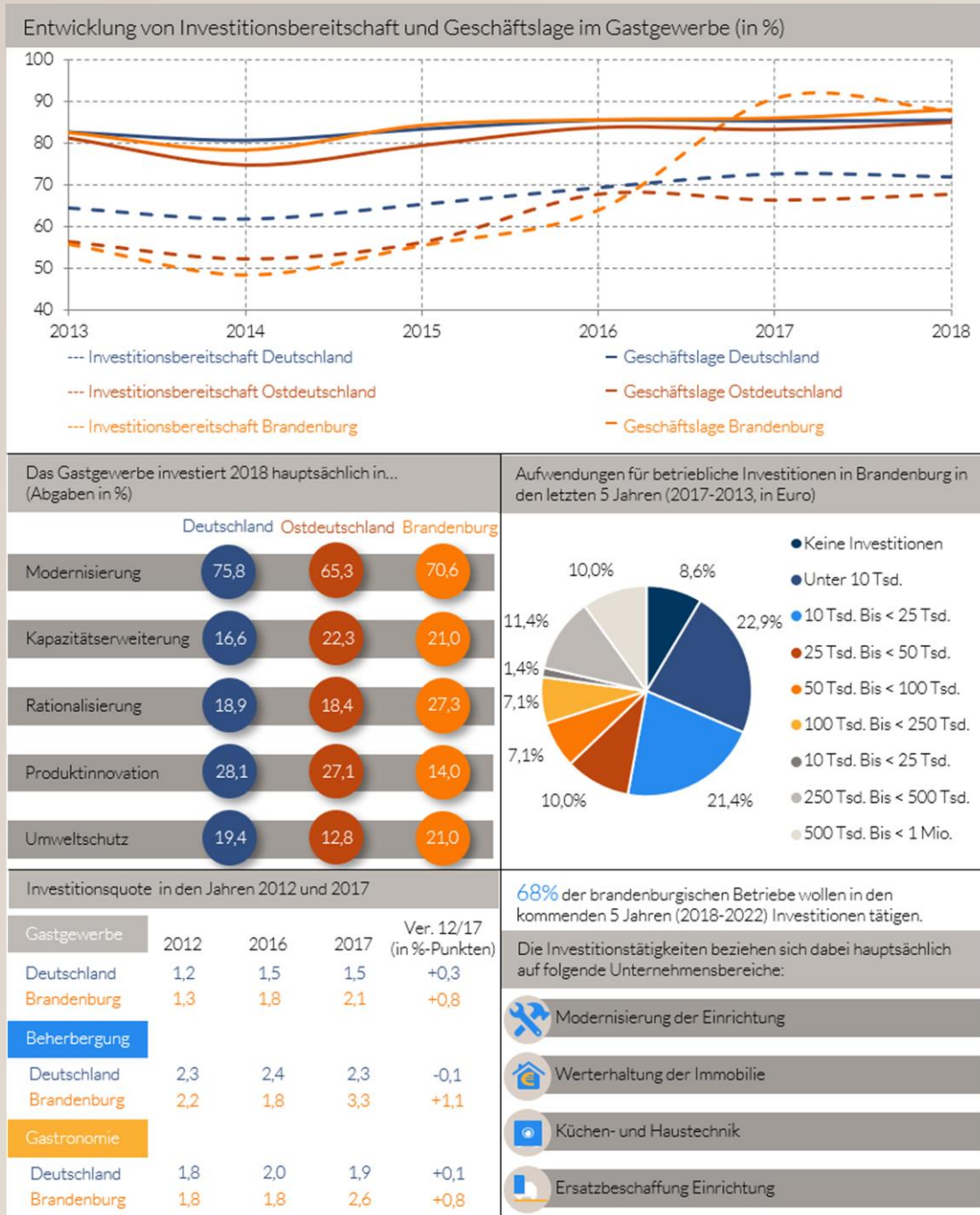
2.4 Fazit zur betriebswirtschaftlichen Situation und den Investitionen

Die bundesweite Konjunktur ist seit Jahren von Wachstum geprägt und wirkt sich positiv auf das Gastgewerbe aus. Zuletzt wurde das Geschäftsklima im Brandenburger Gastgewerbe zwar etwas moderater, aber weiterhin sehr positiv eingeschätzt. Diese Rahmenbedingungen führten in den letzten fünf Jahren zu einer leichten Steigerung der Innenfinanzierungskraft der gastgewerblichen Betriebe in Brandenburg. Das Niveau lag zuletzt aber weiterhin unter dem bundesweiten Durchschnitt. Neben den leicht geringeren Cash-Flow-Raten fällt zudem das durchschnittliche Umsatzniveau der Brandenburger Betriebe im Vergleich zu Deutschland geringer aus. Betrieben in Brandenburg stehen im Vergleich zur Bundesebene durchschnittlich 19.000 Euro pro Jahr weniger Innenfinanzierungskraft zur Verfügung. Insgesamt hat die Investitionstätigkeit im Gastgewerbe in Brandenburg zugenommen. In der Regel handelt es sich hierbei aber um kleine Investitionen und fortlaufende Instandhaltungsmaßnahmen. Für signifikante Qualitätssteigerungen wären jedoch größere Investitionen notwendig.

Die betriebswirtschaftlich besseren Rahmenbedingungen reichen jedoch weiterhin nicht für Top-Konditionen bei Darlehensanträgen aus. In der Regel dürften viele Betriebe weiterhin auf externe Finanzierungsmöglichkeiten angewiesen sein. Hier können neben den klassischen Darlehen auch Fördermittel in Form von Zuwendungen und / oder zinslose Darlehen den kleinen und mittleren Betrieben bei größeren Investitionsvorhaben helfen. Darüber hinaus kann das Investitionsniveau der Betriebe durch Senkung bürokratischer Hürden angehoben werden.

²⁵ Dwif 2019, Erhebungen bei Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben.

Abb. 10: Investitionsbereitschaft und Investitionsverhalten im Gastgewerbe



Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013.

*Daten liegen nicht immer für alle oder mehrere Jahre vor. Datenreihen beginnen immer mit dem frühestmöglichen Zeitpunkt.

3. Digitalisierung im Gastgewerbe

Wie bereits im vorangegangenen Kapitel III.2.3 erwähnt, bedarf es im Gastgewerbe konstanter und fortlaufender Investitionen. Ein nicht unerheblicher Anteil der Investitionsvolumina wird zukünftig in die Infrastruktur und Weiterbildung zum Thema Digitalisierung fließen. Zukunftsforscher sind sich einig: Digitalisierung ist kein kurzfristiger Hype, sondern einer der Megatrends, der sich vollumfänglich auf die Lebens- und Arbeitswelt auswirkt. Laut DIHK-Unternehmensbarometer zur Digitalisierung²⁶ liegen die größten Herausforderungen für die Unternehmen im Bereich IT-Sicherheit, Weiterbildung und Investitionen. Rund 87% der befragten Betriebe (aller Branchen) sehen die Notwendigkeit, in Weiterbildung zu investieren. Rund 75% rechnen mit Ausgaben für die Verbesserung der Sicherheitsvorkehrungen.

Die Digitalisierung wird die Tourismusbranche in der Zukunft noch deutlich stärker als bislang prägen und verändern, unter anderem²⁷ weil die Gäste zunehmend digitaler werden. Schon jetzt nutzen immer mehr Gäste digitale Informations- und Kommunikationsmedien entlang der gesamten Customer Journey (von der Inspiration, über die Information, Buchung, den Aufenthalt bis hin zur Reflexion).²⁸ Gleichzeitig erscheinen mit der digitalen Revolution völlig neue Wettbewerber auf dem Markt. Traditionelle Akteure stehen zunehmend in Konkurrenz mit digitalen Playern, die eine enorme disruptive Kraft entfalten können. Insbesondere junge Startups haben den Mut, Neues zu wagen und damit ganze Märkte auf den Kopf zu stellen. Sie sind von Beginn an mit einer „digitalen DNA“ ausgestattet, die es ihnen erlaubt, sich schneller und flexibler auf Markterfordernisse einzustellen und auf die Veränderungen, die die Digitalisierung nach sich zieht, zu reagieren. >> Anhang: Tabellen 122 - 125

3.1 Digitalisierungsgrad

Nachfolgend soll zum einen die Frage geklärt werden, wie es um die Digitalisierung der gastgewerblichen Betriebe steht und wie digital die Betriebe Brandenburgs in Zukunft sein sollten. Hinweise auf die Digitalperformance in den Bundesländern gibt der Digitalisierungsindex Mittelstand. Bundesweit reiht sich das Gastgewerbe mit 53 von möglichen 100 Punkten nur knapp unter dem Gesamtdurchschnitt aller Branchen (55 Punkte) ein. Es gibt bereits zahlreiche gute Maßnahmen und Aktivitäten zur Verbesserung der Digitalisierung des Tourismus in Brandenburg. Die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH betreut ein landesweites Contentnetzwerk, es gibt E-Learnings in Form von kurzen Erklärvideos, Ratgeber für Bewertungsplattformen, Blogger Relations bis hin zur Workshopreihe „Digitale Sprechstunde Brandenburg“. Eine wichtige Anlaufstelle für weiterführende Informationen stellt dazu das Tourismusnetzwerk Brandenburg dar.

²⁶ IHK-Unternehmensbarometer zur Digitalisierung 2017

²⁷ Sparkassen Tourismusbarometer Ostdeutschland 2016 & Sparkassen Tourismusbarometer Saarland 2018.

²⁸ Roland Berger: Hotellerie 4.0 Gäste gewinnen und effizienter werden.

Trotz der zahlreichen Aktivitäten und Angebote besteht noch Handlungsbedarf zum weiteren Ausbau digitaler Aktivitäten. Für das Bundesland Brandenburg wird der Digitalisierungsindex gemeinsam für Handel und Gastgewerbe ausgewiesen. Mit 45 Punkten liegt das Bundesland hinter dem bundesweiten Durchschnitt von 51 Punkten. In anderen Worten: Der Digitalisierungsgrad im Brandenburger Handel/Gastgewerbe ist noch ausbaufähig.²⁹

Insgesamt ist das Gastgewerbe in Deutschland beim Thema Digitalisierung 2018 im Vergleich zum Vorjahr vorangekommen.³⁰ Keine Bewegung gab es jedoch bei der prozentualen Verteilung der Unternehmen, die sich bislang in der Planungsphase zur Umsetzung von digitalen Prozessen befinden (16 %) oder sich noch gar nicht mit dem Thema befassen haben (11 %). Das gilt vor allem für kleine Betriebe mit weniger als 50 Mitarbeitern.³¹ Insbesondere aufgrund der kleinteilig geprägten Betriebsstruktur Brandenburgs (88,5% der Betriebe aller Wirtschaftszweige sind als Kleinstunternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern einzustufen - Deutschlandwert: 80,0%)³² benötigen speziell diese Betriebe Unterstützung bei der digitalen Transformation.

Für 33% der gastgewerblichen Betriebe in Deutschland stellen die Investitionskosten die größte Hürde dar. Digitalisierung gibt es nicht umsonst und somit ist, aufgrund der begrenzten personellen sowie finanziellen Ressourcen und der geringen Umsatzspannen, der Spielraum für ein innovatives Ausprobieren digitaler Möglichkeiten häufig stark eingeschränkt. Erfreulich ist jedoch, dass laut Aussage der Betriebe bereits in 36% der gastgewerblichen Betriebe der Nutzen der digitalen Maßnahmen die finanziellen Aufwände übersteigt. Bei weiteren 37% stehen Kosten und Nutzen zumindest im Gleichgewicht.³³

Weitere Untersuchungen zur Zufriedenheit mit den Unternehmenskennzahlen der digital führenden Unternehmen (Digital Leader) zeigen, dass Investitionen in die digitale Transformation durchaus sinnvoll bewertet werden:³⁴

- So sind die Digital Leader des Gastgewerbes deutlich zufriedener mit Absatz (Zufriedenheit Gastgewerbe: 43%; Digital Leader des Gastgewerbes: 86%) und
- Umsatz (Zufriedenheit Gastgewerbe: 45%; Digital Leader des Gastgewerbes: 87%).

Festzuhalten bleibt: Die Digitalisierung bietet zahlreiche Vorteile. Sie hilft, interne Prozesse effizienter zu gestalten und Ressourcen zu sparen. Gleichzeitig ermöglicht sie, den Gast – weil datenbasiert – noch optimaler und individueller anzusprechen.

²⁹ www.digitalisierungsindex.de

³⁰ www.digitalisierungsindex.de

³¹ Deutsche Telekom AG: Digitalisierungsindex Mittelstand, Bonn 2018.

³² www-genesis.destatis.de

³³ Deutsche Telekom AG: Digitalisierungsindex Mittelstand, Bonn 2018.

³⁴ Deutsche Telekom AG: Digitalisierungsindex Mittelstand, Bonn 2018.

Wenn gastgewerbliche Betriebe sich nicht von Wettbewerbern verdrängen lassen wollen, müssen sie sich trotz begrenzter finanzieller Ressourcen mit der Digitalisierung beschäftigen.

Noch immer stehen zu viele Unternehmen aller Branchen in Deutschland dem Thema Digitalisierung kritisch gegenüber und haben die Notwendigkeit in Bezug auf die Wettbewerbsfähigkeit (noch) nicht vollumfänglich erkannt. Im jährlichen World Competitiveness Ranking der Schweizer Management-Schule IMD, welche die Wettbewerbsfähigkeit von 63 Volkswirtschaften weltweit untersucht, erreichte Deutschland zuletzt Platz 17 (2014 noch Platz 6). Die Ökonomen nennen verschiedene Gründe für diese Negativentwicklung, unter anderem auch die Digitalisierung.³⁵ Anders ausgedrückt: Deutschland ist unumstritten eine starke Volkswirtschaft. Beim Thema Digitalisierung sind viele Länder weiter und nutzen die Chancen, die sich daraus ergeben, deutlich stärker.

Für das Gastgewerbe in Brandenburg können Digitalisierungsmaßnahmen, professionell umgesetzt, zu Effizienz- und Wertschöpfungssteigerungen sowie zu mehr Gästeorientierung und Servicesdenken führen. Hervorzuheben ist weiter, dass das Gastgewerbe durch die Implementierung digitaler Technologien in die Prozessabläufe der wohl größten Herausforderung der Branche – dem Fachkräftemangel – zumindest begegnen kann. Für eine nachhaltige Wettbewerbssicherung ist daher eine digitale Transformation der Betriebe unabdingbar.

Hinweis: Self-Check zur Digitalisierung für Ihr Unternehmen unter www.digitalisierungsindex.de

3.2 Ansatzpunkte zur Umsetzung der Digitalisierung

In der Dienstleistungsbranche gilt es, bei allen Strategien auf eine gute Balance zwischen technischen Neuerungen und dem Faktor Mensch zu achten. Insbesondere dort, wo der Gast mit Serviceleistungen in Kontakt kommt oder innovative Ideen gefragt sind, wird der Faktor Mensch auch zukünftig eine entscheidende Rolle spielen.

Die Studienergebnisse aus dem Digitalisierungsindex für das Gastgewerbe machen jedoch wie bereits erwähnt deutlich, dass die digitalen Vorreiter bereits stark von der Transformation profitieren. Sie sind mit den Unternehmenskennzahlen weit zufriedener als der Rest der Branche.

Nachfolgende Aufgabenbereiche sind wichtige Handlungsfelder für die digitale Transformation:

- Strategie und Fachkräfte
- Produktivität
- Kundenbeziehungen und Services (durch Datenmanagement)
- Marketing und Vertrieb

³⁵ <https://www.welt.de/wirtschaft/article194367351/IMD-Ranking-Im-Jahrestakt-verliert-Deutschland-unerbittlich-an-Wettbewerbsfaehigkeit.html>

3.2.1 Strategie und Fachkräfte

Die Einführung einer Digitalstrategie funktioniert nicht bottom-up. Vielmehr braucht es einen Anstoß und Vertrauen auf der Geschäftsführungsebene. Diese muss die Federführung übernehmen, die Entscheidungen verantworten, die Umsetzung vorantreiben und die notwendigen Ressourcen bereitstellen. Um dies zu gewährleisten, haben erste Unternehmen bereits die Position eines Chief Digital Officer (CDO) geschaffen. Im Gastgewerbe dürfte diese Stelle nur bei größeren Betrieben finanzierbar sein. Bei kleinen und mittleren Unternehmen muss der Inhaber, Geschäftsführer oder eine Führungskraft aus dem Back-Office die Aufgaben für die digitale Transformation übernehmen.

Erfolgreiche Digitalisierung braucht die richtigen Chefs – und die richtigen Mitarbeiter.

Wesentlich ist, dass auch die versierteste Geschäftsführer*in oder CDO die Transformation nicht im Alleingang durchsetzen kann. Vielmehr sind grundsätzlich eine digitale Unternehmenskultur und Mitarbeiter*innen mit entsprechendem Know-how als Basis für eine erfolgreiche Umsetzung von neuen digitalen Ideen, Prozessen, Produkten etc. notwendig. Für eine erfolgreiche digitale Transformation brauchen die Unternehmen nicht nur eine technologische Basis. Sie sind genauso auf Mitarbeiter*innen angewiesen, die mit digitalen Technologien umgehen können und dem Wandel positiv gegenüberstehen. Rund 57% der befragten Unternehmen in Brandenburg (alle Branchen) halten diese digitale Kompetenz ihrer Mitarbeiter*innen künftig für ebenso entscheidend wie die fachlichen oder sozialen Fähigkeiten ihrer Beschäftigten (Bundesdurchschnitt: 52%). 46 % glauben, dass die digitale Kompetenz ein wichtiger Erfolgsfaktor fürs eigene Unternehmen sei. Aber nur 34% der Befragten sind der Meinung, dass ihre Belegschaft optimal qualifiziert sei (Bundesdurchschnitt 35%).³⁶

Auch das IHK Unternehmensbarometer zur Digitalisierung verdeutlicht die Notwendigkeit von Fachkräften mit digitalem Wissen und schreibt „Eine digitalisierte Wirtschaft benötigt Fachkräfte, die nicht nur über Fach- und Führungskompetenzen, sondern zunehmend auch über Digitalkompetenzen verfügen.“³⁷ Folgende Aussagen können auf Basis der Erhebungen getroffen werden:

- Vier von zehn Unternehmen wollen, dass die Bundesregierung sich vorrangig um die Sicherstellung der Vermittlung von digitalen Basiskompetenzen in allen Bildungsbereichen kümmert.
- Digitalkompetenzen umfassen neben Medienkompetenzen und Technologieverständnis auch domänenübergreifend den Erwerb sozialer Kompetenzen wie Kooperations- und Teamfähigkeit, Kommunikations- und Innovationsfähigkeit sowie Interdisziplinarität.

³⁶ Digitalisierungsindex für Brandenburg 2018

³⁷ IHK Digitalisierungsbarometer 2017, S.

- Digitale Bildung sollte entlang der gesamten Bildungskette vermittelt werden: Dies reicht von der Förderung von Projekten in Kitas und Grundschulen über die Vermittlung digitaler Kompetenzen in den weiterführenden Schulen, bis in die duale Aus- und Fortbildung.

Für die Gastgewerbebetriebe in Brandenburg bedeutet das ein Vorhandensein einer übergeordneten Strategie. Diese muss von der Geschäftsführung getragen und gemeinsam mit den Mitarbeiter*innen implementiert werden. Diese müssen über ein ausreichendes Basiswissen zum Thema Digitalisierung verfügen.

HINWEIS: E-LEARNING FREI ZUGÄNGLICH UND KOSTENLOS

Mehr Informationen und Ansprechpartner finden Sie unter:

www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/e-learning/

3.2.2 Produktivität

Neben der übergeordneten Strategie und der Beteiligung der Belegschaft ist die „Steigerung der Produktivität des Gastgewerbes“ ein wichtiges Handlungsfeld. Diese kann in den Brandenburger Betrieben unter anderem auch durch Prozessoptimierungen und durch neue technische Möglichkeiten erfolgen. Dabei bewegt sich die Digitalisierung interner Prozesse stets im Spannungsfeld zwischen Bewahrung der Servicequalität und Notwendigkeit für Effizienzsteigerung.

Alles, was innerhalb eines Betriebes standardisierbar ist und ohne Gästekontakt abläuft, kann theoretisch digitalisiert werden – und sollte es möglichst auch. Denn genau in diesen Bereichen entfaltet die Digitalisierung ihr Potenzial zur Effizienzsteigerung. Schon heute sind in vielen Betrieben digitale Technologien im Einsatz. Andere hingegen sind noch Zukunftsmusik, zeigen aber das Spektrum der digitalen Möglichkeiten für die Prozessoptimierung im Gastgewerbe auf. Mittlerweile gibt es nahezu für jeden einzelnen Arbeitsschritt Unterstützung in digitaler Gestalt. Ein gutes Praxisbeispiel in Brandenburg ist „MiniBrandenburg“. MiniBrandenburg ist ein kleines "JavaScript", das sich jeder kostenfrei in die eigene Webseite einbauen kann. Über dieses Script werden aktuelle Veranstaltungen, Ausflugsziele, Touren, Gastronomie und Unterkünfte in der Umgebung aus den zentralen touristischen Datenbanken Brandenburgs auf der Webseite dargestellt. Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe können ihre Homepages durch diese Schnittstelle aufwerten und ohne großen Personalaufwand den Gästen einen Zusatznutzen in Form von Informationen aus der Region bieten.

BEISPIEL: SOFTWARE PROJEKT “MEINBRANDENBURG”

Kostenfreier digitaler Gästeservice

Der Gast hat gebucht und möchte sich über Angebote und Produkte in der Region informieren. Früher holte sich der Gast die wesentlichen Informationen über die Tourist-Informationen. Heute nutzen die Gäste das Internet und recherchieren die jeweiligen Informationen. Mögliche Fragen, die sich ein Gast vor der Anreise oder während des Aufenthaltes stellt, lauten:

- „Was sollte ich unbedingt besichtigen?“
- „Welche Veranstaltungen gibt es für Kinder?“
- „Wo können wir gut essen?“

Diese Fragen können durch die Software “MeinBrandenburg” nun auch digital beantwortet werden. Diese spielt Informationen aus den zentralen Datenbanken der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg für buchbare Angebote, interessante Sehenswürdigkeiten etc. auf digitale Endgeräte aus.

Damit ist eine digital-gestützte Beratung in Tourist-Informationen möglich. Hotels und Gaststätten, aber auch Kultur- und Freizeiteinrichtungen können selbst zu kleinen Tourist-Informationen werden.

Mehr Informationen unter: <https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de>

Folgende Bereiche bieten sich zur stärkeren Integration von digitalen Lösungen in die Geschäftsprozesse und damit zur Steigerung der Produktivität im Gastgewerbe an:

- **Vernetzte Bestell- und Bezahlssysteme** (erhältlich als klassische Registrierkasse oder als Smartphone oder Tablet-Anwendung) nehmen viel Arbeit ab. Durch das Aufnehmen von Bestellungen über mobile Endgeräte werden die Aufträge direkt in die Küche oder an die Bar weitergeleitet. Vor allem für gastronomische Betriebe, wo Kellner vergleichsweise weite Wege vom Gast zur Küche zurücklegen müssen (z. B. Biergärten, große Terrassen, unterschiedliche Etagen von Gastraum und Küche) beschleunigen digitale Kassensysteme die Kommunikationswege zwischen Service und Küche. Heutzutage sollte kein Beherbergungsbetrieb mehr auf ein derartiges System verzichten, denn neben der Beschleunigung des Bestellvorgangs ist noch viel entscheidender, dass auf diese Weise alle Umsätze sofort in der Datenbank zur Weiterverarbeitung zur Verfügung stehen. Zwar bieten zahlreiche Unternehmen technische Lösungen an, dennoch verfügen erst 51% der Betriebe in Deutschland über ein digitales Kassensystem.³⁸

³⁸ Deutsche Telekom AG: Digitalisierungsindex Mittelstand, Bonn 2017. Zu ähnlichen Ergebnissen kommt die METRO Gründerstudie (54 Prozent; Metro Gründerstudie: So digital ist die Branche. 2015).

- **Warenwirtschaftssysteme** sind in erster Linie hilfreich für den Einkauf. Vollumfänglich eingesetzt können sie an vielen Stellen (z. B. Bestellung, Lagerung, Inventur) die Warenwirtschaft eines Betriebes erleichtern. Die Verzahnung mit Inventur-, Kassen- und Buchhaltungssystemen ergeben Effizienzvorteile und ermöglichen schnelle Analysen. Vernetzt eingesetzt können z. B. Speiserezepturen hinterlegt und die Deckungsbeiträge ermittelt werden. In Kombination mit dem Kassensystem lassen sich schnell abrufbare Angebotsdiagnosen erstellen, die Gastronomen wichtige Anhaltspunkte für rentable und weniger rentable Speisen und Getränke liefern.
- Auf **moderne Küchentechnik** sollte heute kein Gastronom und keine Hotelküche mehr verzichten. Allzu häufig klagen die Betriebe über Personalmangel und die damit verbundenen Qualitätseinbußen. Viele Küchengeräte leisten heute effiziente und sogar kompetente Unterstützung. So können sie mittlerweile z. B. ein gutes Stück Entrecôte wie durch einen Toaster schieben und erhalten ein perfekt auf den Punkt gegartes Stück Fleisch. Künftig nur noch per App oder Display einen Knopf für das Rezept zu drücken und den Rest der Maschine zu überlassen, ist längst keine Science-Fiction-Vision mehr.
- Auch beim **Thema Energie**, das neben Waren und Personal häufig eine hohe Kostenposition im Unternehmen darstellt, lassen sich durch Einsatz moderner Technologien Kosten sparen. Von Kühl- bis zur Spültechnik, von der Überwachung bis zur Steuerung - das Angebot an digitalen Helfern ist groß. Bereiche wie Qualitätsmanagement, Rückverfolgung von Prozessen, Einhaltung von HACCP³⁹, Instandhaltungsmanagement und Energiemanagement spielen in der Küche 4.0 zunehmend eine Rolle.

Die angesprochenen möglichen Maßnahmen – vernetzte Bestell- und Bezahlssysteme, Warenwirtschaftssysteme sowie moderne Küchentechnik – stellen sowohl für Gastronomen als auch für das Beherbergungswesen wichtige Aufgabenbereiche dar.

Weitere Prozessoptimierungen für das Beherbergungswesen sind z. B.:

- Digitale Helfer in Zimmerservice und Housekeeping
- Smart Home-Anwendungen für Hotelzimmer
- Digitale Concierges
- Self-Check-In-Schalter

³⁹ Gefahrenanalyse und kritische Kontrollpunkte (z. B. Hygienemanagement)

PRAXISBEISPIEL: FUTUREKITCHEN IM BLEICHE RESORT UND SPA IN BURG/ SPREEWALD

Das Bleiche Resort und Spa in Burg/ Spreewald versucht dem (digitalen) Fortschritt mit einem ständigen Prozess der Erneuerung, Umwandlung und erneuter Suche zu begegnen. Wie das gesamte Hotel, so wird auch die Hotelküche in „der Bleiche“ einer radikalen Transformation unterzogen. Auf der einen Seite stehen dabei die Digitalisierung und technische Optimierung aller Prozesse, auf der anderen Seite ein neues ästhetisches Level. Hightech trifft hier auf Wohlfühlatmosphäre. Neben der digitalen Steuerung von Geräten, Produktionsprozessen, HACCP-Konzepten, Einkauf und Logistik durch Smartphones und Apps, dem Einsatz modernster Küchentechnik, einem modernen Energie- und Ressourcenmanagement sowie der Vernetzung mit anderen Hotelbereichen steht auch die ästhetische und gesunde Raumgestaltung sowie die Mitarbeitermotivation (angenehme, kreative Arbeitsatmosphäre, Mediathek zur Unterhaltung bei Routinearbeiten etc.) im Fokus. Ziel ist eine neue Hotelküche, in der sich Mitarbeiter und Gäste auf Augenhöhe begegnen.



Quelle: Bleiche Resort und Spa

3.2.3 Kundenbeziehungen und Services durch Datenmanagement

Das Gastgewerbe ist aufgrund der Nähe zum Kunden sehr stark dienstleistungsorientiert. Die Kundengewinnung und Kundenbindung ist ein wichtiger Aspekt der Digitalisierung.⁴⁰ Auch im direkten Gästekontakt wird zunehmend auf digitale Technologien und Kanäle zurückgegriffen.

Daten sind der Rohstoff der Zukunft und Beherbergungs- sowie Gastronomiebetriebe, die über ausreichend Wissen über ihre Gäste und Zielgruppen verfügen, können diese besser ansprechen und an sich binden. Die strategische Kundenbindung auf Basis einer zielgerichteten Auswertung von relevanten Kundendaten gewinnt massiv an Bedeutung für den Unternehmenserfolg. Im Hinblick auf das digitale Datenmanagement kommen künftig zwei wichtige Kernaufgaben auf die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe zu:

- Systematischer Umgang mit Daten (sammeln, auswerten, analysieren).
- Gezielte Anwendung und Verwertung der vorhandenen Daten zur Gewährleistung von besseren Dienstleistungen und einer optimalen Kundenansprache.

Im Optimalfall werden die Daten aus unterschiedlichen Quellen nutzenstiftend verknüpft, damit aus Big Data ein strategischer Maßnahmenplan für das Marketing, den Vertrieb und das Kundenbindungsprogramm erstellt werden kann.

⁴⁰ Digitalisierungsindex Gastgewerbe 2018.

3.2.4 Marketing- und Vertrieboptimierung

Die Zielgruppen genau zu kennen ist für die digitale Vertrieboptimierung von zentraler Bedeutung. Das Wissen darüber, auf welchen Kanälen sich die Gäste inspirieren lassen, Informationen recherchieren, Angebote buchen und ihre Reise reflektieren und bewerten, ist für gastgewerbliche Betriebe sehr wichtig. Denn erst durch eine fundierte Zielgruppenkenntnis bringen Investitionen in den digitalen Vertrieb den gewünschten Erfolg.

Im Bereich Marketing and Sales sollten sich gastgewerbliche Betriebe primär um vertriebsbezogene Maßnahmen kümmern. Die eigene top gepflegte Website ist für die gastgewerblichen Betriebe in Brandenburg auch weiterhin ein wichtiger Dreh- und Angelpunkt ihrer Online-Präsenz. Und hier zeigen sich noch deutliche Verbesserungspotenziale: Gerade mal 40% des deutschen Gastgewerbes haben ihre Homepage umfassend für mobile Endgeräte optimiert. 20% sehen dafür keine Notwendigkeit.⁴¹

Sichtbarkeit und Reichweite im Internet ist wichtig und kann durch relevanten Content erhöht werden.

Einige digital agierende Unternehmen bezweifeln jedoch, dass ein Hotel heutzutage noch zwingend eine eigene Website braucht. Marco Nussbaum, CEO von prizeotel, beispielsweise würde für „ein neues 50-Zimmer-Hotel in Hamburg aktuell keine eigene Website mehr aufbauen.“⁴² Hingegen ist die herausfordernde Kommunikation über das Social Web in erster Linie für jene Akteure sinnvoll, die eine gewisse Sichtbarkeit über die Verbreitung relevanter Inhalte gewährleisten können, die dem Gast einen Mehrwert bieten. Oft sind Partner (etwa Tourismusorganisationen wie die Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, aber auch Online-Plattformen oder externe Agenturen) dafür deutlich besser geeignet als der eigene Kanal. Gerade kleinere und mittlere Betriebe, die ohnehin Schwierigkeiten haben, in puncto Online-Marketing auf der Höhe der Zeit zu bleiben, sollten daher mit Bedacht auswählen, auf welchen Kanälen sie mit welchem Aufwand agieren (können). In jedem Fall gilt für den Direktvertrieb:

- Schaffung von Reichweite.
- Bereitstellung einer unkomplizierten Buchungsmöglichkeit.
- Prominente Platzierung buchbarer Angebote auf der Website.
- Angebot von Bestpreis-Konditionen auf der eigenen Website.

Die Wahl der richtigen Partner für den Fremdvertrieb hängt in hohem Maße von der Positionierung des Betriebes ab. So ist es häufig sinnvoller, möglichst gezielt auf wenige, zum Unternehmen passende Spezialanbieter zu setzen, als die eigenen Angebote nach dem Gießkannenprinzip über das World Wide Web zu verstreuen. Dennoch: Gerade Hoteliers werden wohl kaum an den drei

⁴¹ Deutsche Telekom AG: Digitalisierungsindex Mittelstand, Bonn 2018.

⁴² prizeotel 2016.

Big Playern (Booking.com, HRS und Expedia), die zusammen einen Marktanteil im OTA-Segment von über 90% auf sich vereinen⁴³, vorbeikommen.

In der Gastronomie sind Online-Buchungsportale noch seltener verbreitet. Hier dominiert die Plattform Tripadvisor. Zudem gibt es verschiedene Portale, die Reservierungen im Fremdvertrieb übernehmen, unter anderem opentable, quandoo und bookatable. Die Preismodelle variieren stark von Anbieter zu Anbieter, gängig sind jedoch ein monatlicher Pauschalbeitrag und/oder eine erfolgsabhängige Vergütung pro Reservierung. Vertriebsempfehlungen für Gastronomiebetriebe können jedoch nicht pauschal ausgesprochen werden. Wenn ein Betrieb beispielgebend stark von der lokalen Bevölkerung besucht wird, sind touristisch ausgerichtete Plattformen nicht notwendig. Weiterhin kommen hier die großen Unterschiede zwischen Stadt und Land zum Tragen.

3.3 Fazit zur Digitalisierung

Im Brandenburger Tourismus gibt es bereits zahlreiche gute Praxisbeispiele und Ansätze zur Umsetzung von digitalen Angeboten, Prozessen und Weiterbildungen. Hierzu zählen E-Learnings, eine Workshop-Reihe (Digitale Sprechstunde Brandenburg), das Script MiniBrandenburg sowie das landesweite ContentNetzwerk Brandenburg, für das die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH zusammen mit ihren Partnern in der brandenburgischen Tourismuswirtschaft mit dem Deutschen Tourismuspreis 2018 ausgezeichnet worden ist.

Dennoch zeigt der Digitalisierungsindex Mittelstand, dass das Gastgewerbe Brandenburgs die Chancen der Digitalisierung noch nicht ausreichend nutzt. Viele Unternehmen sind aufgrund hoher Investitionskosten dem Thema gegenüber noch zu wenig aufgeschlossen. Unternehmen, die sich frühzeitig mit der digitalen Transformation und ihren Möglichkeiten beschäftigt haben, sind deutlich zufriedener mit den eigenen Unternehmenskennzahlen. Es ist zu erwarten, dass der Einfluss der Digitalisierung auf die Wettbewerbsfähigkeit künftig noch wächst. Jeder Betrieb sollte daher im Rahmen seiner Möglichkeiten genau prüfen, welche Maßnahmen den größtmöglichen Nutzen mit sich bringen.

Die digitale Umsetzung von Prozessen sollte auf Basis einer Digitalstrategie erfolgen. Im Optimalfall erfolgen also keine punktuellen Neuerungen, sondern es besteht ein mehrstufiger Plan inklusive einer Prioritätenliste der notwendigen Umsetzungsschritte. Diese strategische Guideline muss von der Geschäftsführung und/oder den Führungskräften getragen werden. Die besten Ansatzpunkte zur Digitalisierung bieten Programme/Tools für die internen Prozesse zur Steigerung der Produktivität, ein verbessertes Datenmanagement als Basis zur Kundenakquise und -bindung sowie digitale Marketing- und Vertriebstools.

⁴³ HOTREC und Hochschule für Wirtschaft und Tourismus Wallis: European Hotel Distribution Study Preliminary Results for the Reference Year 2017, Sierre 2018

Neben den betrieblichen Aspekten sind auch entsprechende Rahmenbedingungen für die Betriebe wichtig. Die flächendeckende Verfügbarkeit von leistungsfähigen Internetanschlüssen ist Voraussetzung für zahlreiche betriebliche Digitalisierungsmaßnahmen. Dies ist bekanntlich in ländlichen Regionen vielerorts in Deutschland noch nicht gegeben. Das Land Brandenburg ist sich dessen bewusst und arbeitet am Ausbau des Gigabitnetzes.⁴⁴

Alles in allem bleibt festzuhalten, dass die Digitalisierung im Gastgewerbe weiter voranschreitet. Wer von Beginn an bei der Umsetzung relevanter digitaler Tools, Produkte und neuen Angeboten aktiv ist, verschafft sich einen Wettbewerbsvorsprung.

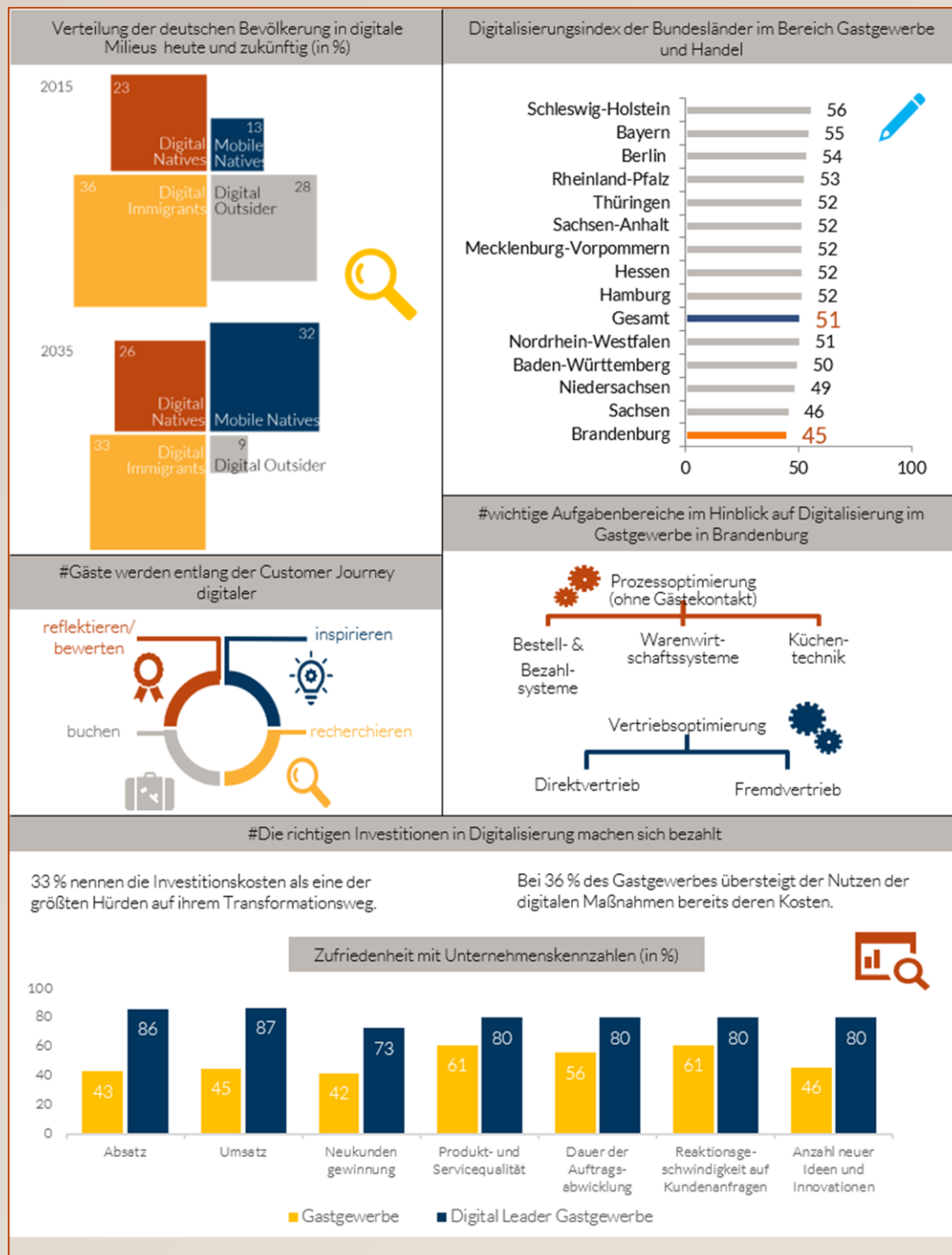
HINWEIS: DIGITALISIERUNG IN BRANDENBURG

Mehr Informationen und Ansprechpartner finden Sie unter:

www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/digitalisierung/

⁴⁴ <https://mwe.brandenburg.de/de/brandenburg-treibt-den-breitbandausbau-voran/bb1.c.478824.de>

Abb. 11: Digitalisierung im Gastwerbe



Quelle: dwif 2019, Daten: Sparkassen Tourismusbarometer Ostdeutschland und Saarland, Hotrec, Telekom AG,

IV. HANDLUNGSBEREICHE FÜR DIE POLITIK, BRAN- CHENVERBÄNDE UND UNTERNEHMEN

Aus den vorangegangenen Analysen ergeben sich für die Adressatengruppen „Politik“, „Branchenverbände“ sowie „Betriebe“ eine Reihe von Handlungsempfehlungen und Maßnahmen. Für die Beherbergungs- und Gastronomieunternehmen stehen zudem vier Checklisten für eine Selbstüberprüfung zur Verfügung. Diese sollen ihnen als Basis für eine erste Bestandsaufnahme und zur Ableitung nächster Schritte für betriebliche Verbesserungen dienen.

1. Handlungsbereiche für die Politik

Der Tourismus und das Gastgewerbe sind wichtige Wirtschaftsfaktoren für Brandenburg. Rund 82.000 Erwerbstätige und damit 7,6% der gesamten Erwerbstätigen sind direkt im Tourismus beschäftigt. Die Umsatz- und Beschäftigungseffekte sind im Vergleich zu den Deutschlandwerten überdurchschnittlich. Insgesamt tragen der Tourismus inklusive des Gastgewerbes mit 4,2% zur gesamten direkten Bruttowertschöpfung des Landes bei. Die in den letzten Jahren stetig steigenden Beschäftigtenzahlen zeigen zudem, dass die Branche ein erheblicher Beschäftigungsmotor für Brandenburg ist und damit indirekt auch für Unternehmensansiedlungen Relevanz besitzt. Für Touristen ist eine gute gastronomische Ausstattung, gerade der weitläufigen ländlichen Regionen, eine wesentliche Frage des Grundangebotes und für die weiterhin erfolgreiche Tourismusedwicklung ein unbedingtes Muss. Für die Bevölkerung ist sie ein entscheidender Faktor der Lebensqualität und wichtiger sozialer Ort für die Stabilisierung und damit den Erhalt ländlicher Orte und Räume.

Die Anerkennung der hohen **wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Relevanz des Gastgewerbes durch die Politik** und die kontinuierliche Unterstützung bei ihrem Erhalt und Ausbau, ist für Brandenburg somit eine Kernaufgabe der Regionalentwicklung.

Bezogen auf die in dieser Studie aufgeführten ausgewählten Themenbereiche (Herausforderungen) ergeben sich folgende zentrale Handlungsfelder für die politischen Akteure in Brandenburg.

1.1 Personal und Fachkräftemangel

Das Gastgewerbe steht, zum Teil noch mehr als andere Branchen, vor großen Herausforderungen auf dem touristischen Arbeitsmarkt. Auf politischer Ebene rücken vor allem Maßnahmen zur Verbesserung der rechtlichen Rahmenbedingungen und die Bereitstellung entsprechender Ressourcen in den Vordergrund.

Dem aktuellen Fachkräftemangel im Tourismus wie auch in anderen Branchen begegnet die brandenburgische Landesregierung im Rahmen ihrer Fachkräftestrategie mit Ausbildungs- und Qualifizierungsinitiativen. Hierzu zählen der Aufbau dualer Studienangebote (MWFK), Maßnahmen am

Übergang Schule – Beruf wie das ESF-Programm „Türöffner: Zukunft Beruf (MBS) oder Ausbildungs-offensiven wie „Brandenburg will Dich!“ des MASGF⁴⁵. Die Wirtschaftsförderung Land Brandenburg (WFBB) unterhält das Fachkräfteinformationssystem (FIS), das Daten zur Arbeitsmarktsituation im Gastgewerbe liefert (www.fis-brandenburg.de) und das Fachkräfteportal Brandenburg mit einem Informationsangebot für Rückkehrer und Zuwanderer aus dem In- und Ausland (www.fachkraefportal-brandenburg.de) sowie Regionalbüros für Fachkräftesicherung mit bedarfsgerechten Informations- und Beratungsangeboten für brandenburgische Unternehmen. Die vom Ministerium für Wirtschaft und Energie mitgetragene Online-Plattform „Tourismusnetzwerk Brandenburg“ liefert verschiedene Weiterbildungsmöglichkeiten (Informationen zu Seminaren und Fachveranstaltungen, E-Learning Module etc.).

Die genannten Angebote sind noch stärker an die gastgewerblichen Betriebe zu kommunizieren. Auch sollten zur Verbesserung der sich zuspitzenden Situation rund um den Arbeits- und Fachkräftemangel die nachfolgenden Handlungsfelder (in Anlehnung an eine Adhoc-Arbeitsgruppe der Wirtschaftsministerkonferenz von Bund und Ländern von 2018⁴⁶) im Fokus stehen:

- Image der Branche verbessern
- Aus- und Weiterbildung im Gastgewerbe fortlaufend attraktiv gestalten; Tourismus und Hotelfachschulen stärken und einer Zerstreung von Ausbildungszentren im Land entgegenwirken.
- Rahmenbedingungen für flexible Arbeits(zeit-)modelle schaffen
- Rahmenbedingungen für Akquise ausländischer Mitarbeiter verbessern
- Wissenstransfer und Vernetzung fördern
- Anreize zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität schaffen
- Vereinbarkeit von Beruf und Familie erleichtern

1.2 Betriebswirtschaftliche Situation der Betriebe und Investitionen im Gastgewerbe

Die betriebswirtschaftliche Situation der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe hat sich seit 2010 stetig verbessert und der Handlungsspielraum für unternehmerische Entscheidungen ist in den letzten Jahren gestiegen. Dennoch bleibt zu berücksichtigen, dass das Gastgewerbe in Brandenburg sehr kleinteilig strukturiert ist und die Cash-Flow-Rate (Innenfinanzierungskraft) pro Betrieb und Jahr in Brandenburg rund 19.000 Euro unter dem bundesweiten Niveau liegt. Bezogen auf einen Zeitraum von zehn Jahren stehen den gastgewerblichen Betrieben in Brandenburg somit 190.000 Euro weniger für potenzielle Investitionen in die Infrastruktur, Weiterbildung und/oder Digitalisierung zur Verfügung. Zahlreiche Betriebe geben an, dass sie bei Investitionen auf externe Hilfen (z. B. Fördermittel, Darlehen etc.) angewiesen sind.

⁴⁵ Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Frauen und Familie des Landes Brandenburg

⁴⁶ https://www.saarland.de/dokumente/thema_tourismus/Bericht_Ad_hoc_Arbeitsgruppe.pdf (2018)

Investitionen waren, sind und bleiben ein Schlüsselfaktor für die touristische Entwicklung in Brandenburg. Neben kommunalen und öffentlichen Investitionen bilden zahlreiche kleine und mittlere Betriebe (KMU) des Gastgewerbes das Rückgrat der Tourismuslandschaft. Bleiben dort notwendige Investitionen aus, sinkt die Gesamtattraktivität des Angebotes. Investitionen in Qualität und Innovation sind daher notwendiger denn je.

Die betriebswirtschaftlichen Ergebnisse hängen gleichermaßen von der Entwicklung von Angebot und Nachfrage, den internen betrieblichen Prozessen, der Geschäftsführung und indirekt von den bestehenden Rahmenbedingungen auf überbetrieblicher Ebene ab. Die politische Ebene kann im Grunde nur letzteren Punkt beeinflussen und damit indirekt positiv auf die Betriebsergebnisse und das Investitionsverhalten wirken. Unter anderem bestehen folgende Handlungsfelder:

- **Anreize für strategische Investitionspläne:** Zahlreiche Betriebe führen häufig nur punktuelle Investitionen durch. Sinnvoller wäre ein kurz-, mittel- und langfristiger Investitionsplan, welcher auf einer Strategie beruht. Förderprogramme mit verbindlichen Kriterien, welche mittel- bis langfristige Strategien fordern, können Anreize für gezieltere Investitionen schaffen.
- **Einfache Förderprogramme für kleine Betriebe:** Die Analysen der Gastgewerbestudie zeigen, dass zahlreiche kleine Betriebe nur kleine Investitionsvolumina zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit benötigen. Diesbezüglich sollten entsprechende Förderprogramme unter Einbezug von Kriterien zu den Themen Qualität und Digitalisierung etabliert werden. Wichtig sind dabei einfache und unkomplizierte Fördermittelanträge (Bsp. BAFA Förderung von unternehmerischem Know-how).
- **Kommunikation der Informationen über Fördermöglichkeiten verbessern:** Stärkere Kommunikation der Publikation „Förderfibel für Gastgeberinnen und Gastgeber“, der Rubrik „Förderung“ im Tourismusnetzwerk Brandenburg sowie des Fördernavigators Wirtschaft Brandenburg.⁴⁷
- **Reduzierung und Vereinfachung der Auflagen von Behörden** Zahlreiche Betriebe geben an, dass die Anzahl und Art der Dokumentationen der behördlichen Auflagen zu einem überproportionalen Aufwand und Kosten führen. Insbesondere die Dokumentationspflichten sollten nochmals hinterfragt und, da wo möglich und notwendig, an die branchenspezifischen Gegebenheiten angepasst werden.

1.3 Digitalisierung im Gastgewerbe

Der digitale Wandel bietet große Chancen und stellt die Betriebe gleichzeitig vor große Herausforderungen. Das Gastgewerbe reiht sich, unter den im Rahmen des Digitalisierungsindex Deutschland gelisteten Branchen, leicht unter dem Durchschnitt ein. Damit sind die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe keine digitalen Anfänger, aber eben auch keine fortgeschrittenen Profis. Der digitale Wandel wird sich im Gastgewerbe wie auch in den anderen Branchen noch stark

⁴⁷ Siehe: www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/foerderprogramme-fuer-den-tourismus-in-brandenburg; <https://foedernavigator-brandenburg.de>

weiterentwickeln. Aufgabe der Politik ist es, die Rahmenbedingungen zur weiteren Integration von digitalen Lösungen, Prozessen und Angeboten im Gastgewerbe zu verbessern.

Auf der politischen Ebene gilt es, die in der Zukunftsstrategie Digitales Brandenburg verankerten und für das Gastgewerbe relevanten Maßnahmen zügig umzusetzen. Zur Unterstützung der Digitalisierung im Gastgewerbe werden vor allem folgende Handlungsfelder gesehen:

- **Flächendeckendes schnelles Internet:** Viele gastgewerbliche Betriebe in Brandenburg befinden sich in ländlichen Räumen mit aktuell noch vergleichsweise langsamem Internet. Der geplante flächendeckende Ausbau eines hochleistungsfähigen Gigabit-Netzes durch Bund und Land bis zum Jahr 2025 ist ein richtiger Ansatz, um digitale Prozesse und Angebote im Gastgewerbe entwickeln und etablieren zu können.
- **Rechts- und Datensicherheit schaffen:** Durch die Digitalisierung ergeben sich viele neue Rechtsfragen, die aktuell nicht ausreichend abgedeckt sind. Betroffen sind vor allem das Vertrags- und Urheberrecht und der Datenschutz und darüber hinaus Teilaspekte des Arbeits- und Wettbewerbsrechtes. Die bisher bestehenden Regelungen zu diesen Themen müssen hinterfragt und angepasst werden.
- **Flächendeckende Bereitstellung der Software „MeinBrandenburg“ unterstützen:** Mit Hilfe der kostenfreien Software können gastgewerbliche Betriebe Gästeinformationen auf verschiedenen digitalen Endgeräten (z. B. Tablets, Monitore) darstellen. Für die Weiterentwicklung und Verbreitung der Software bedarf es entsprechender finanzieller Ressourcen.
- **Bildungsangebot anpassen:** Mit der Digitalisierung steigen die Anforderungen an die Kompetenzen der Mitarbeiter*innen. Insbesondere bei den Themen IT-Sicherheit und Datenschutz besteht Qualifizierungsbedarf. Hier sollten entsprechende Maßnahmen schon frühzeitig in allen Schulausbildungsbereichen getroffen werden, damit mittelfristig ausreichend kompetentes Personal zur Verfügung steht. Schulungsangebote für touristische Betriebe wie die „Digitale Sprechstunde“ des Clustermanagement Tourismus (in Kooperation mit den Industrie- und Handelskammern und den regionalen Tourismusverbänden) sollen fortgeführt werden.
- **Digitale Innovation fördern:** Gezielte Förderprogramme mit einem Fokus auf innovative, digitale Produkte, Angebote, Prozesse und Vernetzungen fördern und unterstützen die (digitale) Innovationsfähigkeit der Branche. Diesbezüglich ist der Brandenburgische Innovationsgutschein Digitalisierung („BIG Digital“) ein guter Ansatz, der jedoch noch stärker an die Branche kommuniziert werden muss.
- **Rahmenbedingungen für Start-ups schaffen:** Start-ups sind meist junge Unternehmer mit innovativen Geschäftsideen. Diese gibt es in allen Bereichen und Branchen. Zur Ansiedelung dieser Start-ups müssen entsprechende Rahmenbedingungen geschaffen werden. Neben Fördermöglichkeiten stehen Wissenstransfer, kostengünstige Co-Working-Spaces sowie Kompetenzcluster im Fokus.

2. Handlungsbereiche für die Branchenverbände in Brandenburg

Es gibt bereits zahlreiche Anlaufstellen, Aktivitäten, Projekte und Instrumente für das Gastgewerbe in Brandenburg, welche durch die überbetrieblichen Akteure angeboten und etabliert wurden. Beispielsweise wurde unter Zusammenarbeit von Interessensverbänden das Tourismusnetzwerk Brandenburg als eine zentrale und wichtige Anlaufstelle für Informationen und Kooperationen ins Leben gerufen. Die Industrie- und Handelskammern bieten zudem Informationen und Hilfestellungen von der Gründung über den laufenden Betrieb bis hin zur Betriebsübernahme.

In allen nachfolgend aufgezeigten Handlungsfeldern sind die Branchenverbände bereits engagiert. Die Ausführungen verstehen sich daher als Vorschläge zur Überprüfung der bestehenden Aktivitäten und zur Festlegung der zukünftigen Prioritäten bei der Planung von Aktivitäten, Maßnahmen und Projekten.

2.1 Personal und Fachkräftemangel

Die diesbezüglichen Handlungsfelder wurden bei den Maßnahmenvorschlägen für die Politik bereits genannt. Aus den umfangreichen Arbeitsmarktanalysen des dwif zu diesem Thema in den letzten Jahren lassen sich folgende Aktivitäten speziell für die Branchenverbände ableiten (s. Tabelle):

- **Image der Branche verbessern:** Die bestehenden gemeinschaftlichen Kampagnen müssen fortgeführt werden. Wesentlich ist dabei die inhaltliche Konzentration auf die positiven Werte des Gastgewerbes und die Bedeutung für das Land Brandenburg und die Regionalentwicklung.
- **Tourismusbewusstsein stärken:** Vor allem in Regionen, in denen der Tourismus und damit das Gastgewerbe große Bedeutung haben ist es wichtig, dass Kinder und Jugendliche schonfrühzeitig mit der Branche in Berührung kommen und ihr Interesse geweckt wird. Es gibt bereits zahlreiche Bemühungen zur Interessensweckung von Jugendlichen und Kindern (z. B. exklusives Berufswahl-Dinner/Azubi-Dinner, Kochaktivitäten mit Schulen). Diese sollten weitergeführt, evaluiert und fortlaufend verbessert werden.
- **Ausbildungsinhalte fortlaufend anpassen:** Primär müssen die Betriebe selbst die Ausbildung innerhalb der Unternehmen attraktiv gestalten. Zudem sollte das Thema Digitalisierung im Gastgewerbe stärker in die Ausbildungsinhalte integriert werden. Branchenverbände können hier positiv auf die Rahmenbedingungen (z. B. Ausbildungsinhalte, Beratungsstellen, Zertifizierungen etc.) und durch Bewusstseinsbildung bei den Betrieben einwirken.
- **Unterstützung bei der Integration älterer Mitarbeiter sowie bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie:** Die Branchenverbände können zu diesen Themen vor allem zusammen mit der Politik nach Lösungen hinsichtlich passender Arbeitszeitmodelle und einer ausreichenden Abdeckung der Kinderbetreuung suchen. Darüber hinaus bieten sich Informationskampagnen zur Sensibilisierung und Motivation der Betriebe zur Ausweitung der Mitarbeitersuche auf diese Arbeitsmarktgruppen an. Einen kompakten Überblick zum Arbeitsmarkt in

Brandenburg liefert das Brandenburger Fachkräfteinformationssystem (FIS) der Wirtschaftsförderung Brandenburg. Das Innovationsbüro Fachkräfte für die Region versucht zudem die zahlreichen individuellen Projekte und Initiativen zum Thema Fachkräfte transparent zu machen und gute Ideen zu veröffentlichen.

Tabelle 10: Handlungsfelder für den Arbeitsmarkt im Gastgewerbe in Brandenburg

Arbeitsphase	Übergeordnetes Ziel	Handlungsfelder	Priorität
Berufsorientierung	Für die Branche begeistern, Tourismusbewusstsein schaffen	Image verbessern, Tourismusbewusstsein stärken	sehr hoch hoch
Ausbildung	Neue Wege in der Nachwuchssicherung	Auszubildende durch Mehrwert motivieren, Tourismusstudium praxisnah gestalten, Leistungsschwachen Nachwuchs besser integrieren	sehr hoch hoch mittel
Beschäftigung	Arbeitskräftepotenziale ausschöpfen	Ältere Arbeitskräfte integrieren, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Innovative Ideen bei Personalarbeit, Fachkräfte aus dem Ausland	sehr hoch sehr hoch hoch hoch
Weiterbildung	Lebenslanges Lernen fördern	Weiterbildungsinhalte und -qualität anpassen Zugänglichkeit von Angeboten erhöhen,	sehr hoch hoch

Quelle: dwif 2019

2.2 Betriebswirtschaftliche Situation und Investitionen im Gastgewerbe

Die Branchenverbände in Brandenburg bieten bereits zahlreiche branchenspezifische Hilfestellungen für das Gastgewerbe an. Diese reichen von Leitfäden und Checklisten über Workshops bis hin zur betrieblichen Beratung. Die Analysen der Gastgewerbestudie zeigen, dass sich die betriebswirtschaftliche Lage der Betriebe zwar gebessert hat, jedoch weiterhin viele Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe mit Herausforderungen rund um das Investitionsthema konfrontiert werden. Folgende Handlungsbereiche lassen sich auf Basis der Ergebnisse der Analysekapitel ableiten:

- **Daueraufgabe Professionalisierung der Branche:** Hier sind die Branchenverbände und die zahlreich am Markt vertretenen Berater gefragt. Sie alle bieten sowohl strategische als auch operative Hilfestellungen. Die aktuelle Herausforderung besteht nicht so sehr auf der Seite der Beratungsangebote, als vielmehr auf der Seite der Unternehmer: zu viele Betriebsinhaber informieren sich nicht über die bestehenden Angebote oder erachten diese nicht als notwendig. Im Fokus sollte eine noch stärkere Kommunikation der bestehenden Angebote wie des Tourismusnetzwerks Brandenburg, des Fördernavigators Brandenburg und der bestehenden Beratungsangebote von DEHOGA Brandenburg und der Industrie- und Handelskammern (z. B. Brandenburger Gastlichkeit, Kleines Gastro-Wörterbuch) stehen.

- **Ausbau Information & Beratungen, Schwerpunkte Betriebskonzepte, Digitalisierung und Unternehmensnachfolge:** Die Branchenverbände bieten bereits jetzt zahlreiche Informationen und Beratungen von der Gründung über die laufende Betriebsführung bis hin zur Betriebsübergabe an (z. B. IHK-Nachfolgeservice, IHK-Bankensprechtag, Beratungsgespräche beim DEHOGA Brandenburg etc.). In drei Bereichen dürfte der Beratungsbedarf gerade für Klein(st-) Betriebe signifikant steigen:
 - a) in Bezug auf strategische und auf spezifische Zielgruppen ausgerichtete Betriebskonzepte statt „Allerweltsbetriebe für Alle“,
 - b) bezüglich aller Fragen rund um die Digitalisierung (siehe Kapitel IV.2.3) sowie
 - c) in Hinblick auf die Unternehmensnachfolge.

Für alle diese Bereiche werden weiterhin intensive Beratungsleistungen benötigt. Die Betriebe und auch die Berater können sich an der Landestourismuskonzeption Brandenburg orientieren.

- **Förderung der betriebswirtschaftlichen Kompetenzen:** Gespräche mit Firmenkundenberatern von Kreditinstituten und touristischen Experten zeigen, dass weiterhin viele Inhaber und Geschäftsführer über mangelnde betriebswirtschaftliche (Grund-) Kenntnisse verfügen. Durch die Fortsetzung ihrer Sensibilisierungs- und Weiterbildungsangebote der Branchenverbände muss hier dauerhaft entgegengewirkt werden. Unter anderem stehen den Betrieben zahlreiche (Weiter-)Bildungsangebote der Tourismusakademie Brandenburg, die Seminare des DEHOGA Brandenburg oder die Nachfolgeberatungen der Industrie- und Handelskammern zur Verfügung.
- **Investiver Strategieplan statt Einzel-Investitionen:** Wie bereits bei den Ausführungen auf der politischen Ebene erwähnt, werden zahlreiche Investitionen im Gastgewerbe eher punktuell durchgeführt. Zielführender sind dagegen mittel- bis langfristige, zielgruppenorientierte Strategiepläne, auf deren Basis fortlaufend und fokussiert Investitionen geplant und umgesetzt werden. Eine solche strategische Vorgehensweise mahnen auch die kreditierenden Finanzinstitute an. Die Branchenverbände können durch die Sensibilisierung der Betriebe sowie Leitfäden und Informationen zur Erstellung von langfristigen Investitionsstrategien und -plänen unterstützen.
- **Transparenz von Förderprogrammen:** Neben der politischen Ebene müssen die Branchenverbände als Schnittstelle zu Fördermittelgebern weiterhin Hilfestellungen durch Beratungen und eine transparente Darstellung der Fördermöglichkeiten unterstützen. Genau das wurde bereits im Rahmen der „Förderfibel für Gastgeberinnen und Gastgeber im Reiseland Brandenburg“ sowie beim „Fördernavigator Wirtschaft Brandenburg“ umgesetzt.

2.3 Digitalisierung im Gastgewerbe

Der digitale Wandel schreitet voran und wird in den nächsten Jahrzehnten enorme Auswirkungen auf alle Branchen und Lebensbereiche haben. Wesentlich ist dabei, dass sich bisherige Spielregeln von Geschäftsabläufen und Geschäftsmodellen verändern werden. Darüber hinaus sehen sich die Unternehmen von der Start-up-Szene bis hin zu etablierten Betrieben mit komplexer werdenden

Aufgaben und steigenden Unsicherheiten konfrontiert. Die Möglichkeiten und Erfolgsaussichten von neuen digitalen Produkten, Angeboten und Prozessen können von den digitalen Vorreiterbetrieben häufig nur im „Trial-and-Error-Verfahren“ getestet werden, da es keine Patentrezepte gibt. Zudem befinden sich die Betriebe in einem sich schnell wandelnden Umfeld, weshalb oftmals wenig Zeit für die Umsetzung im Rahmen der Digitalisierung bleibt.

In diesem Sinne fungieren Branchenverbände vor allem als Ideengeber, Wissenstransfermanager und Brücke zwischen den Betrieben und der Politik. Einen Überblick zu bestehenden Angeboten, Aktivitäten, Weiterbildungen etc. liefert das Tourismusnetzwerk Brandenburg. Neben der Digitalisierungsstrategie der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg gibt es zahlreiche Weiterbildungsangebote (z. B. Workshopreihe Digitale Sprechstunde, E-Learning Onlineplattformen), Förderungen von Digitalisierungsvorhaben (z. B. Brandenburger Innovationsgutschein) sowie Hinweise für Veranstaltungen und Events. Folgende Themen sollten unter anderem bei den Branchenverbänden im Fokus stehen:

- **Digitalisierungskampagne:** Die Branche bezogen auf die Chancen und Potenziale der Digitalisierung fortlaufend sensibilisieren und aufklären und damit den digitalen Unternehmergeist und die Zukunftsfähigkeit der Branche stärken.
- **Brücke zwischen Betrieben und Politik:** Aufgrund der sich schnell verändernden Rahmenbedingungen auf dem Weg zur Digitalisierung sollten die Branchenverbände beim Gastgewerbe fortlaufend den Bedarf an übergeordneten Hilfestellungen (z. B. politische, rechtliche, technische, arbeitsmarktpolitische Voraussetzungen) erheben, damit rechtzeitig entsprechende Anpassungen vorgenommen werden können.
- **Wissensvermittler und Datenmanagement:** Eine wesentliche Aufgabe, im Rahmen der komplexer werdenden und häufig nicht ganz klaren Lösungen, liegt in der Gewährleistung von Wissensvermittlung. In diesem Sinne sollten die Branchenverbände fortlaufend für die Betriebe neues Wissen, mögliche Best-Practice Beispiele sowie innovative Möglichkeiten rund um das Thema Digitalisierung zugänglich machen. Diesbezüglich ist der Brandenburgische Innovationsgutschein Digitalisierung („Big Digital“) ein guter Ansatz, der jedoch noch stärker an die Branche kommuniziert werden muss. Zudem bietet es sich an, gezielt Marktforschungen und Studien durchzuführen oder zu beauftragen, damit auch die zahlreichen kleinen und mittleren Betriebe im Gastgewerbe Zugang zu entsprechendem Wissen zur Umsetzung von Datenmanagement erhalten.
- **Beratungs- und Informationsangebote:** Neben der Wissensvermittlung sollen die Branchenverbände die Beratungs- und Informationsangebote zum Thema Digitalisierung verstärken. Hierzu gehört neben der eigenen Beratung, die Weitervermittlung an entsprechende Kompetenzpartner und die Aufbereitung von Leitfäden und Checklisten als Hilfestellung für die Betriebe (ähnlich der bestehenden Workshop-Reihe „Digitale Sprechstunde Brandenburg“).

- **Vernetzung von (digitalen) Partnern:** Die Digitalisierung findet meist in einem vernetzten Umfeld statt. Häufig benötigen die Unternehmen entweder (technische) Schnittstellen zu Daten oder weiteren Partnern. Die Branchenverbände können hier als Vermittler und Wegbereiter agieren. Zudem bieten sich entsprechende digitale Foren, Plattformen und Workshops an. Das bereits erwähnte Tourismusnetzwerk Brandenburg sowie das mit dem deutschen Tourismuspreis 2018 ausgezeichnete ContentNetzwerk stellen gute Beispiele aus Brandenburg dar.
- **Digitale Weiterbildungsangebote:** Viele Betriebe haben bereits jetzt Probleme, ausreichend qualifizierte und für den digitalen Wandel gerüstete Mitarbeiter zu bekommen. Die Branchenverbände können hier gleichermaßen Druck auf die politische Ebene ausüben und mit dieser konstruktiv nach Lösungen suchen und aber auch eigene Weiterbildungsangebote zum Thema Digitalisierung organisieren und/oder durchführen.
- **Transparenz von Förderprogrammen:** Ähnlich wie beim Investitionsthema bedarf es auch für mögliche Förderprogramme für die Umsetzung von digitalen Angeboten, Prozessen etc. einer für die Betriebe leicht verständlichen und zugänglichen Aufbereitung der Unterstützungsmöglichkeiten. In diesem Sinne sind der „Fördernavigator Wirtschaft Brandenburg“ und die „Förderfibel für Gastgeberinnen und Gastgeber im Reiseland Brandenburg“ die richtigen Instrumente. Diese müssen weitergeführt, fortlaufend aktualisiert und die Inhalte noch stärker an die Inhaber und Geschäftsführer von Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben kommuniziert werden.

3. Handlungsbereiche für die Betriebe im Gastgewerbe

Die Politik und Branchenverbände können für die Betriebe bestmögliche Rahmenbedingungen gestalten, aber schlussendlich hängt der Erfolg aller Maßnahmen von der Umsetzung in den Unternehmen selbst ab. Viele Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe in Brandenburg müssen deutlich mehr Eigeninitiative und Mut zur zukünftigen, aktiven Gestaltung der Betriebsführung mitbringen und sich aktiv an der Lösung von bestehenden Herausforderungen beteiligen.

HINWEIS:

Weitere hilfreiche Informationen für die Betriebe im Gastgewerbe stellt das Businessportal für Tourismus zur Verfügung. >> www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de

Auf betrieblicher Ebene dürften die Handlungsfelder je nach Betriebsgröße, Lage der Betriebe und dem aktuellen Umsetzungsstand bezogen auf die Themenbereiche „Personal“, „betriebswirtschaftliche Situation und Investitionen“ sowie „Digitalisierung“ unterschiedlich ausfallen. Aus diesem Grund wurden für die Gastgewerbestudie Brandenburg die Betriebe nachfolgend drei Checklisten zur ersten Standortbestimmung als Basis für die Erarbeitung eines strategischen und operativen Maßnahmenkataloges erarbeitet. Die Handlungsempfehlungen für die betriebliche Ebene sind in Form von Fragen formuliert. Diese kann jeder Betrieb für sich beantworten und daraus die notwendigen Schlüsse für die Zukunft ziehen.

Wichtig

Jedes gastgewerbliche Unternehmen ist individuell für sich zu betrachten. Daher kann es in den folgenden Checklisten vorkommen, dass nicht alle Fragen für Jeden relevant sind. Zur besseren Übersicht wird die Checkliste in zwei Bereiche gegliedert:

- **Basis:** An diesen Fragen sollten sich weitestgehend alle Betriebe orientieren und, bei Bedarf, daran arbeiten, sie umzusetzen.
- **Erweitert:** Sollten die Basisvoraussetzungen erfüllt sein, kann der nächste Schritt gegangen werden. Diese Fragen richten sich vor allem auch an größere, sehr professionell geführte und leistungsstarke Unternehmen. Kleinere Betriebe haben hier oftmals nicht die Voraussetzungen und Möglichkeiten, diese Aktivitäten zu bewerkstelligen.

Die Fragen dienen also zunächst als Instrument zur Orientierung und stellen nicht per se eine pauschale Umsetzungspflicht dar. Die Umsetzung einzelner Maßnahmen ist u. a. abhängig von der Unternehmensstruktur, Positionierung und den jeweiligen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

HINWEIS:

Die nachfolgenden **Checklisten** stehen den Betrieben **auch als separater Download** in Form einer Excel Datei zur Verfügung.

CHECKLISTE: PERSONAL IM GASTGEWERBE

Fragen	Ja	Nein	Aktivitätslevel (gering - hoch)	Weiterführende Informationen
Basis				
Können Ihre Mitarbeiter neue/innovative Ideen an die Unternehmensleitung herantragen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Hat die Unternehmensleitung ein(e) "Offene Tür" bzw. "Offenes Ohr" für ihre Mitarbeiter?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Werden in Ihrem Unternehmen mit den Mitarbeitern Zielvereinbarungen getroffen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Gibt es in Ihrem Unternehmen Beurteilungs- und Feedbackgespräche mit dem Vorgesetzten (mindestens jährlich oder sogar quartalsweise)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Sind unternehmerische Entscheidungen für alle Mitarbeiter transparent und nachvollziehbar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Sind in Ihrem Unternehmensleitbild Aussagen bzw. Grundsätze enthalten, welche die Mitarbeiter betreffen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Hier finden Sie weitere Informationen zum Thema Unternehmensleitbild .
Orientieren sich die Führungskräfte an verbindlichen Standards zur Mitarbeiterführung (Führungsstil, Einbezug in Entscheidungen, usw.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Werden Ihre Mitarbeiter, unabhängig vom Geschlecht, für dieselbe Arbeit gleich entlohnt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Orientieren Sie sich bei den Mitarbeitergehältern am gastgewerblichen Tariflohn (ja besser, ja exakt, nein)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Die aktuelle Tarifsynopse 2019 für die Hotellerie und Gastronomie in Brandenburg kann auf der Webseite des DEHOGA Brandenburg eingesehen werden.

CHECKLISTE: PERSONAL IM GASTGEWERBE

Fragen	Ja	Nein	Aktivitätslevel (gering - hoch)	Weiterführende Informationen
Bieten Sie Ihren Mitarbeitern neben dem Gehalt Zusatzleistungen an? Hierzu zählen z. B. betriebliche Altersvorsorge, Zuschüsse zu vermögenswirksamen Leistungen, Fahrtkostenzuschüsse oder leistungsbezogene Boni.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Hier finden Sie weitere Informationen zu den Zusatzleistungen, wie z. B. Fahrtkostenzuschüsse .
Gibt es in Ihrem Unternehmen Essenszuschüsse oder Essensgutscheine?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Erste Informationen bzgl. steuerrechtlicher Vorgaben und Regelungen finden Sie hier . Darüber hinaus bietet es sich an für konkrete steuerrechtliche Fragen seinen Steuerberater hinzuzuziehen.
Engagiert sich Ihr Betrieb z. B. im sozialen Bereich oder in irgendeiner Form für die nähere Region?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Nutzen Sie für die Mitarbeitersuche neben klassischen Printmedien auch Onlineportale (z. B. Hotelcareer, Monster)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Achten Sie bei der Formulierung Ihrer Stellenanzeigen auf eine zielgruppengenaue Ansprache? (Stichwort Generation Y, Millenials etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Veröffentlichen Sie offenen Ausbildungsstellen auf den gängigen Stellenbörsen (IHK, Arbeitsagentur)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Hier finden Sie weitere Informationen zu den Lehrstellenbörsen der IHK und der Arbeitsagentur .
Bilden Sie bereits Auszubildende in Ihrem Betrieb aus?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Auf den Webseiten der IHK Cottbus , IHK Ostbrandenburg und IHK Potsdam sowie des DEHOGA Brandenburg finden Sie Informationen rund um das Thema Ausbildung.
Gehen Sie aktiv in Schulen und werben dort für eine Ausbildung im Gastgewerbe in Brandenburg?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Der Verein Netzwerk Zukunft vernetzt Unternehmen mit Schülern und verfolgt das Ziel Jugendlichen Ausbildungs- und Berufsperspektiven in Brandenburg näherzubringen.

CHECKLISTE: PERSONAL IM GASTGEWERBE

Fragen	Ja	Nein	Aktivitätslevel (gering - hoch)	Weiterführende Informationen
Haben Sie bereits darüber nachgedacht, Flüchtlinge auszubilden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Informationen zur Ausbildung von Flüchtlingen erhalten Sie u. a. auf den Webseiten der IHK Cottbus , IHK Ostbrandenburg oder IHK Potsdam .
Haben Sie bereits darüber nachgedacht, Flüchtlinge einzustellen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Informationen zur Einstellung von Flüchtlingen erhalten Sie u. a. auf den Webseiten der IHK Cottbus , IHK Ostbrandenburg oder IHK Potsdam .
Kennen Sie die Projekte, Initiativen und Netzwerke zur Fachkräftesicherung des Landes Brandenburg?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Weitere Informationen zu Fachkräftesicherung finden Sie hier .
Fördert Ihr Betrieb familienfreundliches Arbeiten (z.B. Sonderregelungen mit Kitas/ Schulen, flexible Arbeitszeiten, Home Office, keine Teildienste)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Nutzen Sie den Online-Bewerbercheck der IHK zur besseren Einschätzung von potenziellen Kandidaten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Den Online-Bewerbercheck der IHK finden Sie hier .
Beschäftigen Sie sich aktiv mit Arbeitgeberbewertungsportalen (z. B. Kununu)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Erweitert				
Gibt es in Ihrem Unternehmen ein Organigramm (Klarheit im Hinblick auf Über- und Unterstellungen, Aufgaben und Verantwortlichkeiten, Stellenbeschreibungen)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Ein Organigramm ist eine Aufbauorganisation, welche die organisatorischen Einheiten (Positionen) innerhalb des Unternehmens abbildet.
Nutzen Sie Instrumente bzw. effektive Strategien zur Erhöhung der Mitarbeiterbindung (z.B. in den Bereichen Mitarbeitergewinnung, -einarbeitung, -führung, -motivation, bzw. -entwicklung und -qualifizierung)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Hilfreiche Informationen hierzu finden Sie auf der Webseite der ServiceQualität Deutschland .

CHECKLISTE: PERSONAL IM GASTGEWERBE

Fragen	Ja	Nein	Aktivitätslevel (gering - hoch)	Weiterführende Informationen
Gibt es in Ihrem Betrieb Mitarbeiterumfragen (z. B. zu Zufriedenheit und Betriebsklima)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Gibt es gemeinsame Veranstaltungen für alle Mitarbeiter (Betriebsausflüge, Feiern)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Bieten Sie ihren Mitarbeitern Weiterbildungen und Schulungen in Form von (online-)Seminaren, Trainings oder (online-) Kursen an?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Auf den Webseiten des Tourismusnetzwerk Brandenburg sowie den Webseiten der IHK Cottbus , IHK Ostbrandenburg und IHK Potsdam finden Sie zahlreiche Weiterbildungsangebote und nützliche Informati- onen.
Bieten Sie ihren Mitarbeitern Weiterentwicklungsmöglich- keiten (u. a. (internationale) Aufstiegschancen oder Mentoren- programme) an?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Gibt es Standards für die Arbeitsbedingungen, die über die gesetzlichen Mindeststandards hinausgehen (z. B. hinsichtlich Arbeitszeit, Urlaubstage, Pausen)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Bieten Sie Ihren Mitarbeitern Vergünstigungen an? Hierunter fallen u. a. Personalrabatte für eigene Produkte und Dienstleistungen oder Zuschüsse zu Sehhilfen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Als Zusatzdienstleistung bietet sich beispielsweise das Firmenticket der VBB
Gibt es in Ihrem Unternehmen Jubiläums- oder ähnliche Zulagen (z. B. Geburtstagsgeschenk)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Steuerrechtliche Informationen zum Thema Jubiläumszuwendungen finden Sie hier .
Bieten Sie Ihren Mitarbeitern z.B. Incentive-Reisen für besondere Leistungen/Erfolge oder Urlaubsgeld?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Steuerrechtliche Informationen zum Thema Jubiläums-zuwendungen finden Sie hier .

CHECKLISTE: PERSONAL IM GASTGEWERBE

Fragen	Ja	Nein	Aktivitätslevel (gering - hoch)	Weiterführende Informationen
Stellen Sie Ihren Mitarbeitern auf Wunsch eine Unterkunft zur Verfügung bzw. unterstützen Sie neue Mitarbeiter bei der Unterkunftssuche?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Suchen Sie mit scheidenden Mitarbeitern Austrittsgespräche (Analyse der Fluktuationsgründe)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Gibt es in Ihrem Unternehmen Freizeit-Betriebsgruppen (z. B. Betriebssport)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Gibt es in Ihrem Betrieb ergonomische und/oder behindertengerechte Arbeitsplätze?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Nutzen Sie digitale Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung (z. B. Bewerbungsvideos auf Social-Media-Kanälen)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Bieten Sie Ihren Auszubildenden Auslandspraktika an?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Informationen zum Auslandspraktikum für Auszubildende finden Sie auf den Webseiten der IHK Cottbus , IHK Ostbrandenburg und IHK Potsdam .
Gibt es in Ihrem Betrieb einen zentralen Ausbildungsbeauftragten, der sich konkret um die Belange der Azubis kümmert und als fester Ansprechpartner für diese und als Schnittstelle zur Geschäftsführung da ist?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	

CHECKLISTE: BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE SITUATION IM GASTGEWERBE

	Ja	Nein	Aktivitätslevel (gering – hoch)	Weiterführende Informationen
Basis				
Gibt es für Ihr Unternehmen einen aktuellen Business-Plan?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Hier finden Sie weitere Informationen für Ihr Unternehmenskonzept sowie ihre Ansprechpartner der IHK Cottbus , IHK Ostbrandenburg oder IHK Potsdam .
Haben Sie eine Strategie und einen Weg für kurzfristige, mittelfristige und langfristige Ziele erarbeitet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Haben Sie eine klar definierte Zielgruppe und eine dementsprechende Positionierungsstrategie?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Aus Unternehmenssicht wird es zukünftig immer wichtiger seine Zielgruppen zu kennen und den Betrieb auf diese auszurichten. Die TMB hat bereits fünf relevante Zielgruppen für Brandenburg ermittelt.
Ist Ihnen die Tourismus-Marke Brandenburg bekannt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Hier lernen Sie die Grundsätze der Tourismus-Marke Brandenburg kennen und können diese in Ihr Strategiepapier einfließen lassen.
Kennen Sie die Landestourismuskonzeption Brandenburg?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Die aktuelle Landestourismuskonzeption und weitere Strategiepapiere finden Sie auf der Webseite des Tourismusnetzwerk Brandenburg .
Nutzen Sie bereits das Businessportal Tourismusnetzwerk Brandenburg zur Informationsgewinnung über Projekte, Veranstaltungen, Weiterbildungen, Marktforschung und Ansprechpartnern zum Tourismus im Land Brandenburg?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Hier geht es auf die Webseite des Tourismusnetzwerk Brandenburg . Den Marketingplan Ihres Reisegebietes können Sie hier einsehen
Sind Ihnen die Klassifizierungen und Zertifizierungen im brandenburgischen Tourismus geläufig?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Einen Überblick über die verschiedenen Qualitätsprodukte erhalten Sie auf der Webseite des Tourismusnetzwerk Brandenburg .
Lesen Sie regelmäßig Branchennewsletter, Fachzeitschriften oder -Magazine, um auf dem aktuellsten Stand zu bleiben?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Informationen zum Newsletter des Tourismusnetzwerk Brandenburg erhalten Sie hier .

CHECKLISTE: BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE SITUATION IM GASTGEWERBE

	Ja	Nein	Aktivitätslevel (gering – hoch)	Weiterführende Informationen
Nehmen Sie regelmäßig an Weiterbildungsmaßnahmen oder Schulungen für Führungskräfte bzw. Geschäftsführer teil?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Weiter Informationen zu Seminaren und Fachveranstaltungen finden Sie auf der Webseite des Tourismusnetzwerk Brandenburg sowie des DEHOGA Brandenburg .
Kennen Sie Ihren optimalen Personalbedarf?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Sind Ihre Verkaufspreise kaufmännisch kalkuliert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Kennen Sie die Deckungsbeiträge für Ihre verkauften Produkte und Leistungen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Der Deckungsbeitrag bezeichnet die Differenz zwischen den Erlösen und den variablen Kosten. Er gibt an, wie viel ein bestimmtes Produkt zur Deckung der Fixkosten beiträgt und kann bspw. dazu genutzt werden, den Break-Even-Point zu berechnen.
Kontrollieren Sie regelmäßig Ihre Ertrags- und Aufwandsstruktur?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Beurteilen Sie Ihre kaufmännischen Kenntnisse als ausreichend, um Ihren Betrieb in allen Bereichen professionell führen zu können?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Auf den Webseiten des Tourismusnetzwerk Brandenburg sowie den Webseiten der IHK Cottbus , IHK Ostbrandenburg , IHK Potsdam und des DEHOGA Brandenburg finden Sie zahlreiche Weiterbildungsangebote und nützliche Informationen.
Vergleichen Sie Ihren Betrieb regelmäßig mit der direkten Konkurrenz (Mitbewerberanalyse)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Wenden Sie die Speisekartendiagnose (Renner, Schläfer, Gewinner und Verlierer) an?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Die Speisekartendiagnose misst zum einen den Beliebtheitsgrad der Speisen bei den Gästen und zum anderen gibt sie Aufschluss über den Bruttogewinn einer Speise gegenüber den anderen Speisen.

CHECKLISTE: BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE SITUATION IM GASTGEWERBE

	Ja	Nein	Aktivitätslevel (gering – hoch)	Weiterführende Informationen
Entwickeln Sie regelmäßig neue Angebote (z. B. neue Gerichte auf der Speisekarte) um Ihren Gästen Abwechslung zu bieten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Erweitert				
Verwenden Sie für Ihre Einkaufspolitik ein digitales Warenwirtschaftssystem?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Warenwirtschaftssysteme bieten zahlreiche Möglichkeiten, um Einkauf, Lager und Vertrieb zu optimieren. Bspw. können durch Automatisierungsprozesse vieler Arbeitsabläufe Arbeitszeit eingespart oder Lagerbestand und Einkauf optimiert werden.
Nutzen Sie die Möglichkeiten einer dynamischen Preispolitik (Yield-Management)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Yield Management wird eingesetzt, um den Gesamtumsatz des Unternehmens zu maximieren, indem die Nachfrage mit der höchsten Zahlungsbereitschaft mit Priorität befriedigt wird.
Kennen Sie Ihre Vertriebskosten (z. B. Provisionen für Buchungsportale, Reiseveranstalter)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Nutzen Sie Auswertungstechniken, um die Produktivität Ihrer Mitarbeiter zu messen und wissen Sie die Ergebnisse richtig zu interpretieren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Integrieren Sie Innovationen oder Technologien in Ihr Unternehmen, um den Arbeitsalltag zu vereinfachen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Weitere Informationen zu Beratung und Coachings zu Themen der Digitalisierung finden Sie auf der Webseite des Tourismusnetzwerk Brandenburg .
Haben Sie die Richtlinien der Datenschutzgrundverordnung bereits umgesetzt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Weiterführende Informationen und Checklisten zum Europäischen Datenschutz Grundgesetz finden Sie auf der Webseite des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie .

CHECKLISTE: INVESTITIONSVERHALTEN IM GASTGEWERBE

	Ja	Nein	Aktivitätslevel (gering – hoch)	Weiterführende Informationen
Basis				
Sind Ihre für den Gast zugänglichen Räume ansprechend, zeitgemäß und zielgruppenorientiert ausgestattet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Vermeiden Sie Investitionsstaus durch regelmäßige und rechtzeitige Investitionen (Modernisierung)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Investieren Sie in Rationalisierungsprozesse?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Rationalisierungsmaßnahmen beziehen sich auf Prozesse, die bestehende betriebliche Abläufe verbessern (z. B. die Automatisierung von Abläufen). Ziel ist meist die Steigerung der Produktivität und Rentabilität.
Nutzen Sie bereits ServiceQualität Deutschland oder Klassifizierungen / Zertifizierungen im Tourismus um betriebinterne Prozesse und Qualitäten zu optimieren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Weitere Informationen hierzu finden Sie auf der Webseite von ServiceQualität Deutschland .
Ist Ihnen die Beratungsstelle der lokalen IHK bekannt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Hier gelangen Sie zu den jeweiligen Regional Centern der IHK Cottbus , IHK Ostbrandenburg und IHK Potsdam .
Sind Sie für Gespräche und Verhandlungen mit Ihrem Bankinstitut gut vorbereitet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Tipps zum Führen von Bankgesprächen mit Ihrer Hausbank finden Sie hier .
Sind Ihnen die Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten im Gastgewerbe bekannt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Der Förderfinder und die Förderfibel helfen Ihnen dabei, die für Ihr Vorhaben richtigen Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten zu finden.
Kennen Sie bereits den Brandenburgischen Innovationsgutschein?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Auf den Webseiten des Ministeriums für Wirtschaft und Energie sowie der Investitionsbank des Landes Brandenburg finden Sie Formulare und Vorlagen zum Brandenburgischen Innovationsgutschein.

CHECKLISTE: INVESTITIONSVERHALTEN IM GASTGEWERBE

	Ja	Nein	Aktivitätslevel (gering – hoch)	Weiterführende Informationen
Erweitert				
Investieren Sie in die Erweiterung Ihrer Zimmer- oder Sitzplatzkapazitäten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Haben Sie einen mittel- bis langfristigen Investitionsplan für Ihr Unternehmen entwickelt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Der Investitionsplan enthält Aufstellungen der für einen bestimmten Zeitraum geplanten Investitionen und ist Bestandteil des Finanzplans.
Investieren Sie in Produktinnovationen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Kennen Sie neben den klassischen Fördermitteln auch alternative Finanzierungsquellen (z. B. Crowdfunding)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Beim Crowdfunding handelt es sich um die Finanzierung durch eine Vielzahl kleiner Investoren. Über spezielle Plattformen können Privatpersonen oder Unternehmen Hotelprojekte finanziell unterstützen. Während beim Crowdfunding meist höhere Beträge die Regel sind können kleinere Vorhaben auch über Crowdfunding abgedeckt werden.

CHECKLISTE: DIGITALISIERUNG IM GASTGEWERBE

	Ja	Nein	Aktivitätslevel (gering – hoch)	Weiterführende Informationen
Basis				
Ist in Ihrem Betrieb eine schnelle und stabile Internetverbindung vorhanden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Hier können Sie ihre DSL-Geschwindigkeit messen und vergleichen. Informationen zum Breitbandausbau in Brandenburg finden Sie auf der Webseite des Ministeriums für Wirtschaft und Energie .
Stellen Sie Ihren Gästen einen WLAN-Zugang zur Verfügung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Verfügt ihr Betrieb über eine Webseite im responsiven Design?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Responsive Webdesign bedeutet, dass sich die Größe des Browserfensters so an das genutzte Endgerät anpasst, dass letztlich die Webseite auf jedem Gerät optimal angezeigt wird.
Ist ihr Betrieb online buchbar (z. B. OpenTable, booking.com o. ä.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Nutzen Sie einen Channel Manager zur Steuerung der Zimmerraten je nach Auslastung zur Optimierung des Revenue-Managements?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Mit Hilfe eines Channel Managers können Hoteliers ihre genutzten Buchungsportale verwalten. Dabei werden die Verfügbarkeiten des Hotel-Verwaltungssystems mit den jeweiligen Portalen abgeglichen. So können u. a. Überbuchungen vermieden und regelmäßiges, manuelles Pflegen der Portale vereinfacht werden.
Ist Ihre Speisekarte online (eigene Webseite, Drittanbieter) verfügbar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Nutzen Sie in Ihrem Betrieb Handhelds oder Tablets mit direkter Verbindung zur Kasse mit Bon-Ausdruck?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Bespielen Sie Social-Media-Kanäle (Facebook, YouTube, Instagram, Pinterest, Blogs)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	E-Learning-Kurse zu den einzelnen Social-Media-Kanälen stellt das Tourismusnetzwerk Brandenburg auf ihrer Webseite zur Verfügung.

CHECKLISTE: DIGITALISIERUNG IM GASTGEWERBE

	Ja	Nein	Aktivitätslevel (gering – hoch)	Weiterführende Informationen
Nutzen Sie das Branchentool Tourismusnetzwerk Brandenburg zum Thema "Digitalisierung im Tourismus in Brandenburg"?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Hier gelangen Sie auf die Webseite des Tourismusnetzwerk Brandenburg .
Kennen Sie das Softwareprojekt „MeinBrandenburg“?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Mit der Softwarelösung „ MeinBrandenburg “ können Sie touristische Informationen und Angebote an Ihre Gäste weitergeben.
Sind Ihnen die E-Learning Onlineplattformen des Tourismusnetzwerkes Brandenburg bekannt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Hier gelangen Sie zum Angebot auf dem Tourismusnetzwerk Brandenburg
Lesen und beantworten Sie regelmäßig Gästebewertungen auf Onlineportalen (z. B. google, Tripadvisor)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Kennen Sie die Fördermöglichkeiten von Digitalisierungsangeboten im Land Brandenburg?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Weitere Informationen finden Sie hier .
Erweitert				
Verwenden Sie eine digitale „Stempeluhr“ mit direkter Verknüpfung zum Dienstplanmanagement?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Für die gesetzlich vorgeschriebene Dokumentation der Arbeitszeiten der Mitarbeiter bieten sich digitale Zeiterfassungssysteme an. Diese erfassen aber nicht nur die jeweiligen Arbeitsstunden, sondern auch Sollarbeitsstunden und Überstunden und bieten so ein hohes Maß an Übersichtlichkeit.
Haben Sie ein digitales Kassen- und Warenwirtschaftssystem?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Warenwirtschaftssysteme bieten zahlreiche Möglichkeiten, um Einkauf, Lager und Vertrieb zu optimieren. Bspw. können durch Automatisierungsprozesse vieler Arbeitsabläufe Arbeitszeit eingespart oder Lagerbestand und Einkauf optimiert werden.

CHECKLISTE: DIGITALISIERUNG IM GASTGEWERBE

	Ja	Nein	Aktivitätslevel (gering – hoch)	Weiterführende Informationen
Gibt es in Ihrem Betrieb die Möglichkeit, bargeldlos per Handy zu bezahlen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Beim mobilen Bezahlen wird an der Kasse das Handy eingesetzt. Hierfür wird entweder die Banking-App des Bankinstituts oder eine Zahlungs-App von Anbietern wie Apple oder Google genutzt.
Bedienen Sie sich der Möglichkeit eines mobilen Check-ins?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Wenden Sie Maßnahmen zur nachhaltigen Gästebindung (z. B. E-Mail nach Check-out) an?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Haben sie in Ihrem Betrieb einen mobilen „Concierge“ mit verschiedenen Funktionen (Check in/-out-Funktion, digitale Gästemappe, Planung Freizeitaktivitäten,) integriert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Mit einem digitalem „Concierge“ können dem Gast Tipps oder Informationen zum Hotel oder der Umgebung zur Verfügung gestellt und bspw. gezielt Angebote eingestellt werden.
Bieten Sie Ihren Mitarbeitern Weiterbildungen zum Thema Digitalisierung an?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Hier erhalten Sie Informationen zu den Weiterbildungsangeboten der IHK Cottbus , IHK Ostbrandenburg , IHK Potsdam und des Tourismusnetzwerk Brandenburg .
Wenden Sie zentrale Datenbankmanagementsysteme im Land Brandenburg (DAMAS, Veranstaltungsdatenbank) an?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	Hier erhalten Sie weitere Informationen zu DAMAS und der Veranstaltungsdatenbank .
Gibt es in Ihrem Betrieb Smart Home-Anwendungen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	
Verfügen Ihre Zimmer über Smart TV oder Hotainment-Programme?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	□□□□□	

Kompendium

Zahlen – Daten – Fakten

V. KOMPENDIUM: ZAHLEN & DATEN & FAKTEN

1. Steuerpflichtige Unternehmen und deren Umsätze nach wirtschaftlicher Gliederung

Tab. 1: Anzahl der steuerpflichtigen Unternehmen im Gastgewerbe in Deutschland (2012-2017)

Wirtschaftsgliederung	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Gastgewerbe	224.309	221.816	220.745	221.309	222.365	222.740
Beherbergung	45.774	45.038	44.506	44.123	44.085	43.939
Hotels, Gasthöfe und Pensionen	36.608	35.684	34.744	33.886	33.240	32.583
Hotels (ohne Hotels garnis)	11.407	11.311	11.213	11.137	11.089	11.158
Hotels garnis	3.664	3.606	3.623	3.619	3.664	3.699
Gasthöfe	16.035	15.467	14.778	14.011	13.359	12.635
Pensionen	5.502	5.300	5.130	5.119	5.128	5.091
Ferienunterkünfte u.a. Beherbergungsstätten	5.861	6.030	6.409	6.864	7.442	7.948
Erholungs- und Ferienheime	305	296	280	265	268	260
Ferienzentren	230	234	239	237	230	233
Ferienhäuser und Ferienwohnungen	5.069	5.244	5.629	6.091	6.640	7.137
Jugendherbergen und Hütten	257	256	261	271	304	318

Wirtschaftsgliederung	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Campingplätze	1.212	1.187	1.205	1.234	1.258	1.248
Sonstige Beherbergungsstätten	2.093	2.137	2.148	2.139	2.145	2.160
Privatquartiere	1.450	1.462	1.449	1.429	1.402	1.387
Sonstige Beherbergungsstätten a.n.g.	643	675	699	710	743	773
<i>Gastronomie</i>	178.535	176.778	176.239	177.186	178.280	178.801
Restaurants, Gaststätt., Imbiss, Café, Eissalon u.ä.	123.140	122.348	122.315	123.124	123.809	124.324
Restaurants mit herkömmlicher Bedienung	72.719	72.027	71.455	70.901	69.958	69.249
Restaurants mit Selbstbedienung	2.521	2.471	2.464	2.465	2.523	2.538
Imbissstuben u.Ä.	31.086	31.077	31.613	32.869	34.295	35.458
Cafés	11.043	11.135	11.166	11.298	11.487	11.608
Eissalons	5.771	5.638	5.617	5.591	5.546	5.471
Caterer u. Erbring. sonst. Verpflegungsdienstleist.	12.588	12.770	13.014	13.268	13.655	13.757
Event-Caterer	3.010	3.256	3.596	3.956	4.452	4.979
Erbringung sonstiger Verpflegungsdienstleist.	9.578	9.514	9.418	9.312	9.203	8.778
Ausschank von Getränken	42.807	41.660	40.910	40.794	40.816	40.720
Schankwirtschaften	33.296	32.348	31.650	31.108	30.725	30.168

Wirtschaftsgliederung	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Diskotheken u. Tanzlokale	1.813	1.742	1.679	1.630	1.552	1.489
Bars	1.695	1.828	1.964	2.114	2.221	2.403
Vergnügungslokale	421	404	408	412	434	452
Sonstige getränkegeprägte Gastronomie	5.582	5.338	5.209	5.530	5.884	6.208
<i>Wirtschaftszweige A-S insgesamt</i>	<i>3.250.319</i>	<i>3.243.538</i>	<i>3.240.221</i>	<i>3.255.537</i>	<i>3.266.429</i>	<i>3.266.806</i>

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundesamt, Finanzen und Steuern, Umsatzsteuerstatistik (Vor Anmeldungen), 2014-2019

Tab. 2: Anzahl der steuerpflichtigen Unternehmen im Gastgewerbe in Brandenburg (2012-2017)⁴⁸

Wirtschaftsgliederung	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Gastgewerbe</i>	<i>5.450</i>	<i>5.346</i>	<i>5.377</i>	<i>5.416</i>	<i>5.467</i>	<i>5.472</i>
<i>Beherbergung</i>	<i>1.238</i>	<i>1.205</i>	<i>1.216</i>	<i>1.244</i>	<i>1.268</i>	<i>1.296</i>
Hotels, Gasthöfe und Pensionen	965	917	907	911	921	912
Hotels (ohne Hotels garnis)	263	253	253	268	259	245
Hotels garnis	59	53	53	51	54	58
Gasthöfe	407	385	371	368	363	348
Pensionen	236	226	230	224	245	261

⁴⁸ Mit „*“ gekennzeichnete Felder unterliegen der statistischen Geheimhaltung.

Wirtschaftsgliederung	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ferienunterkünfte u.a. Beherbergungsstätten	141	153	176	185	207	239
Erholungs- und Ferienheime	11	12	11	6	9	9
Ferienzentren	10	10	12	6	7	5
Ferienhäuser und Ferienwohnungen	110	120	143	161	177	208
Jugendherbergen und Hütten	10	11	10	12	14	17
Campingplätze	67	64	63	70	68	66
Sonstige Beherbergungsstätten	65	71	70	78	72	79
Privatquartiere	33	33	33	38	34	38
Sonstige Beherbergungsstätten a.n.g.	32	38	37	40	38	41
<i>Gastronomie</i>	4.212	4.141	4.161	4.172	4.199	4.176
Restaurants, Gaststätt., Imbiss, Café, Eissalon u.ä.	2.954	2.942	2.975	2.995	3.009	2.983
Restaurants mit herkömmlicher Bedienung	1.642	1.627	1.650	1.625	1.625	1.591
Restaurants mit Selbstbedienung	52	51	43	45	53	56
Imbissstuben u.Ä.	853	862	881	922	935	954
Cafés	251	253	256	266	250	238
Eissalons	156	149	145	137	146	144

Wirtschaftsgliederung	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Caterer u. Erbring. sonst. Verpflegungsdienstleist.	482	457	471	481	510	515
Event-Caterer	124	122	131	145	166	199
Erbringung sonstiger Verpflegungsdienstleist.	358	335	340	336	344	316
Ausschank von Getränken	776	742	715	696	680	678
Schankwirtschaften	630	592	574	563	545	533
Diskotheken u. Tanzlokale	51	49	46	*	47	49
Bars	*	33	30	31	29	31
Vergnügungslokale	*	7	7	*	5	7
Sonstige getränkegeprägte Gastronomie	61	61	58	52	54	58
<i>Wirtschaftszweige A-S insgesamt</i>	<i>90.928</i>	<i>91.272</i>	<i>91.978</i>	<i>93.156</i>	<i>94.190</i>	<i>92.597</i>

Quelle: dwif 2019, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistischer Bericht, L IV 1 - j / 2012-2017

Tab. 3: Steuerbare Umsätze (Lieferungen und Leistungen) im Gastgewerbe in Deutschland (in 1.000 €, 2012-2017)

Wirtschaftsgliederung	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Gastgewerbe	68.794.073	70.777.040	74.180.588	78.687.394	83.047.606	86.969.200
Beherbergung	23.917.416	24.638.536	26.027.032	27.943.969	29.558.944	30.946.283
Hotels, Gasthöfe und Pensionen	21.336.312	21.958.115	23.174.298	24.885.188	26.172.047	27.540.879

Wirtschaftsgliederung	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hotels (ohne Hotels garnis)	14.757.631	15.345.897	16.335.888	17.781.933	18.725.086	19.928.650
Hotels garnis	1.893.953	1.899.677	2.028.978	2.176.182	2.421.245	2.537.935
Gasthöfe	3.825.716	3.863.202	3.956.474	4.027.820	4.073.472	4.090.261
Pensionen	859.012	849.339	852.958	899.253	952.244	984.033
Ferienunterkünfte u.a. Beherbergungsstätten	1.659.085	1.693.860	1.775.803	1.914.080	2.088.666	2.166.940
Erholungs- und Ferienheime	490.007	494.480	500.842	496.283	542.781	526.467
Ferienzentren	403.136	418.077	434.628	436.704	468.288	499.462
Ferienhäuser und Ferienwohnungen	602.611	613.794	666.229	766.048	842.323	899.632
Jugendherbergen und Hütten	163.332	167.509	174.103	215.045	235.274	241.379
Campingplätze	425.310	439.256	459.278	492.023	532.640	545.194
Sonstige Beherbergungsstätten	496.709	547.304	617.653	652.678	765.591	693.271
Privatquartiere	142.088	153.392	161.101	157.752	164.914	169.811
Sonstige Beherbergungsstätten a.n.g.	354.621	393.912	456.552	494.926	600.677	523.460
<i>Gastronomie</i>	44.876.657	46.138.504	48.153.556	50.743.425	53.488.662	56.022.917
Restaurants, Gaststätt., Imbiss, Café, Eissalon u.ä.	31.172.765	32.124.602	33.486.140	35.316.570	37.141.885	39.072.971
Restaurants mit herkömmlicher Bedienung	18.502.243	19.107.048	19.979.491	21.058.365	22.169.185	23.393.909

Wirtschaftsgliederung	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Restaurants mit Selbstbedienung	4.368.322	4.475.989	4.371.914	4.589.225	4.770.455	4.970.812
Imbissstuben u.Ä.	4.979.121	5.164.310	5.415.762	5.806.562	6.210.782	6.593.559
Cafés	2.236.327	2.293.522	2.544.813	2.661.598	2.752.052	2.848.263
Eissalons	1.086.752	1.083.731	1.174.160	1.200.819	1.239.411	1.266.428
Caterer u. Erbring. sonst. Verpflegungsdienstleist.	6.611.110	6.963.182	7.462.639	8.067.725	8.709.028	9.043.642
Event-Caterer	852.599	1.071.197	1.249.978	1.536.215	1.751.410	1.906.943
Erbringung sonstiger Verpflegungsdienstleist.	5.758.511	5.891.985	6.212.661	6.531.510	6.957.618	7.136.699
Ausschank von Getränken	7.092.782	7.050.720	7.204.776	7.359.129	7.637.749	7.906.305
Schankwirtschaften	4.740.197	4.749.105	4.897.465	4.990.273	5.132.596	5.233.389
Diskotheken u. Tanzlokale	778.852	736.485	694.210	688.693	652.051	654.850
Bars	297.203	318.904	350.518	374.949	406.891	440.932
Vergnügungslokale	124.478	122.148	125.521	129.931	139.394	145.550
Sonstige getränkegeprägte Gastronomie	1.152.052	1.124.077	1.137.063	1.175.283	1.306.816	1.431.584
<i>Wirtschaftszweige A-S insgesamt</i>	<i>5.752.249.357</i>	<i>5.765.567.027</i>	<i>5.870.874.836</i>	<i>5.989.743.477</i>	<i>6.088.287.141</i>	<i>6.360.801.562</i>

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundesamt, Finanzen und Steuern, Umsatzsteuerstatistik (Vor Anmeldungen), 2014-2019

Tab. 4: Steuerbare Umsätze (Lieferungen und Leistungen) im Gastgewerbe in Brandenburg (in 1.000€, 2012-2017)⁴⁹

Wirtschaftsgliederung	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Gastgewerbe	1.174.340	1.183.976	1.285.507	1.378.779	1.445.948	1.659.246
Beherbergung	395.069	402.016	434.689	466.960	488.826	515.292
Hotels, Gasthöfe und Pensionen	330.233	332.376	358.512	393.703	400.790	415.869
Hotels (ohne Hotels garnis)	188.670	196.110	214.690	259.173	267.649	265.473
Hotels garnis	33.366	29.326	32.122	18.863	23.201	24.419
Gasthöfe	77.163	75.835	76.151	80.516	73.679	87.969
Pensionen	31.034	31.105	35.550	35.152	36.261	38.007
Ferienunterkünfte u.a. Beherbergungsstätten	35.368	38.725	42.606	36.959	50.231	50.390
Erholungs- und Ferienheime	1.091	1.033	782	596	1.389	900
Ferienzentren	5.401	5.373	5.911	2.315	2.418	2.495
Ferienhäuser und Ferienwohnungen	11.596	14.462	18.005	22.209	26.892	27.212
Jugendherbergen und Hütten	17.280	17.857	17.909	11.838	19.533	19.782
Campingplätze	15.050	15.000	17.495	18.229	18.261	19.768
Sonstige Beherbergungsstätten	14.418	15.916	16.076	18.069	19.543	29.265

⁴⁹ Mit „**“ gekennzeichnete Felder unterliegen der statistischen Geheimhaltung.

Wirtschaftsgliederung	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Privatquartiere	8.753	9.417	8.656	9.530	11.453	12.032
Sonstige Beherbergungsstätten a.n.g.	5.665	6.499	7.421	8.539	8.091	17.233
<i>Gastronomie</i>	<i>779.271</i>	<i>781.960</i>	<i>850.818</i>	<i>911.819</i>	<i>957.122</i>	<i>1.143.953</i>
Restaurants, Gaststätt., Imbiss, Café, Eissalon u.ä.	536.240	537.535	585.036	620.851	648.323	689.295
Restaurants mit herkömmlicher Bedienung	303.305	307.467	334.096	344.872	364.267	392.080
Restaurants mit Selbstbedienung	61.114	65.691	73.477	86.136	87.826	88.952
Imbissstuben u.Ä.	117.470	111.478	119.998	128.324	133.341	144.624
Cafés	33.713	31.418	34.560	38.627	38.038	38.185
Eissalons	20.638	21.481	22.905	22.891	24.851	25.453
Caterer u. Erbring. sonst. Verpflegungsdienstleist.	146.831	150.196	170.601	191.804	204.687	349.822
Event-Caterer	24.219	28.372	35.301	46.142	49.136	60.997
Erbringung sonstiger Verpflegungsdienstleist.	122.612	121.824	135.300	145.662	155.551	288.825
Ausschank von Getränken	96.200	94.229	95.181	99.164	104.112	104.836
Schankwirtschaften	76.288	74.831	75.736	78.353	84.045	84.610
Diskotheken u. Tanzlokale	8.991	8.286	8.233	*	6.923	7.665
Bars	*	3.223	3.371	3.846	3.743	4.069

Wirtschaftsgliederung	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Vergnügungslokale	*	603	498	*	718	929
Sonstige getränkegeprägte Gastronomie	7.742	7.286	7.343	7.409	8.684	7.564
Wirtschaftszweige A-S insgesamt	75.918.766	77.152.106	77.749.943	80.761.937	84.688.899	86.056.050

Quelle: dwif 2019, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistischer Bericht, L IV 1 - j / 2012-2017

Tab. 5: Umsatz nach Größenklassen im brandenburgischem Gastgewerbe 2017⁵⁰

	Umsatz aus Lieferungen und Leistungen in Mill. €	Steuerpflichtige
Gesamt	1.659.246	5.472
über 17.500 - 50.000	43.190	1.326
50.000 - 100.000	91.168	1.255
100.000 - 250.000	242.869	1.512
250.000 - 500.000	276.951	789
500.000 - 1 Mio.	260.541	385
1 Mio. - 2 Mio.	173.385	127
2 Mio.- 5 Mio.	143.196	48
5 Mio. - 10 Mio.	103.595	14

⁵⁰ Mit „*“ gekennzeichnete Felder unterliegen der statistischen Geheimhaltung.

	Umsatz aus Lieferungen und Leistungen in Mill. €	Steuerpflichtige
10 Mio. - 25 Mio.	*	*
25 Mio. - 50 Mio.	*	*
50 Mio. und mehr	*	*

Quelle: dwif 2019, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistischer Bericht, L IV 1 - j / 2017

Tab. 6: Nominale und reale Umsatzentwicklung im Gastgewerbe in Deutschland (2013-2018) in Prozent

Branchenbezeichnung		2013	2014	2015	2016	2017	2018
Gastgewerbe	Umsatzentwicklung nominal	1,2	3,2	4,1	2,9	3,0	3,2
	Umsatzentwicklung real	-1,1	1,0	1,6	0,8	0,9	1,0
Beherbergung	Umsatzentwicklung nominal	0,9	3,1	4,3	3,7	2,9	3,7
	Umsatzentwicklung real	-1,2	0,9	2,1	1,9	0,9	1,4
Gastronomie	Umsatzentwicklung nominal	1,4	3,2	4,0	2,5	3,0	2,9
	Umsatzentwicklung real	-1,0	1,1	1,3	0,2	0,9	0,7

Quelle: dwif 2019, Daten: Statistisches Bundesamt 2013-2018

Tab. 7: Nominale und reale Umsatzentwicklung im Gastgewerbe in Brandenburg (2013-2018) in Prozent

Branchenbezeichnung		2013	2014	2015	2016	2017	2018
Gastgewerbe	Umsatzentwicklung, nominal	-2,7	1,9	3,4	4,6	3,2	1,3
	Umsatzentwicklung real	-4,9	-0,2	1,0	2,6	1,2	-0,8
Beherbergung	Umsatzentwicklung, nominal	-1,6	1,8	5,0	1,6	6,3	1,7
	Umsatzentwicklung real	-3,6	-0,4	2,8	-0,1	4,2	-0,4
Gastronomie	Umsatzentwicklung, nominal	-3,5	2,0	2,4	6,4	1,3	1,0
	Umsatzentwicklung real	-5,8	-0,1	-0,2	4,1	-0,7	-1,1

Quelle: dwif 2019, Daten: Statistisches Bundesamt 2013-2018

2. Beschäftigte im Brandenburgischen Gastgewerbe

Tab. 8: Bestand gemeldeter Stellen und registrierter Ausbildungsverhältnisse in Brandenburg und Deutschland

	Bezeichnung	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Brandenburg	Bestand gemeldete Arbeitsstellen	823	1.059	1.062	1.287	1.454	1.403
	gemeldete Ausbildungsstellen	1.279	1.259	1.284	1.279	1.203	1.103
	unbesetzte Ausbildungsstellen	176	301	273	310	283	275
Deutschland	Bestand gemeldete Arbeitsstellen	28.006	31.145	34.078	38.844	40.700	41.946
	gemeldete Ausbildungsstellen	39.160	38.783	36.852	37.457	35.552	33.201
	unbesetzte Ausbildungsstellen	5.915	6.590	6.669	6.629	6.328	6.565

Quelle: dwif 2019, Daten: Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2013 bis 2018

Tab. 9: Beschäftigungszahlen im Gastgewerbe in Brandenburg 2013 und 2018

Art der Beschäftigung	2013	2018
Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte insgesamt	27.197	30.631
- Vollzeit	16.407	15.507
- Teilzeit	10.786	15.124
Geringfügig entlohnte Beschäftigte insgesamt	13.241	15.013
- ausschließlich	10.312	10.428

Art der Beschäftigung	2013	2018
- im Nebenjob	2.929	4.585
Kurzfristig Beschäftigte insgesamt	202	822
- ausschließlich	166	737
- im Nebenjob	36	85
<i>Insgesamt</i>	40.640	46.466

Quelle: dwif 2019, Daten: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Tabellen, Länderreport über Beschäftigte (Quartalszahlen), 2013 und 2018

Tab. 10: Selbstständige und mithelfende Familienangehörige im Gastgewerbe in Brandenburg und Deutschland

	2013	2018
Brandenburg	8.600	8.200
Deutschland	282.000	277.000

Quelle: dwif 2019, Daten: Arbeitskreis „Erwerbstätigenrechnung des Bundes und der Länder“ im Auftrag der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder, 2018

Tab. 11: Struktur der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten im Gastgewerbe in Brandenburg 2018 - Abschnitt 1

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Insgesamt	darunter Geschlecht		Staatsangehörigkeit	
		Männer	Frauen	Deutsche	Ausländer
<i>55 Beherbergung</i>	9.597	3.490	6.107	8.550	1.044
551 Hotels, Gasthöfe und Pensionen	7.490	2.752	4.738	6.605	882
552 Ferienunterkünfte und ähnliche Beherbergungsstätten	1.654	553	1.101	1.537	117
553 Campingplätze	338	150	188	316	22
559 Sonstige Beherbergungsstätten	115	35	80	92	23
<i>56 Gastronomie</i>	21.034	9.279	11.755	16.690	4.281
561 Rest., Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons u. Ä.	13.776	6.646	7.130	9.842	3.875
562 Caterer und Erbringung sonstiger Verpflegungs-DL	6.697	2.380	4.317	6.365	328
563 Ausschank von Getränken	561	253	308	483	78

Quelle: Dwif 2019, Daten: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Tabellen, Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008) (Quartalszahlen), 2018

Tab. 12: Struktur der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten im Gastgewerbe in Brandenburg 2018 - Abschnitt 2⁵¹

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Insgesamt	Altersgruppen				
		"unter 25 Jahre"	25 bis unter 55 Jahre	55 bis unter 65 Jahre	65 Jahre und älter	darunter bis zur Regelaltersgrenze
55 Beherbergung	9.597	1.183	6.608	1.741	65	14
551 Hotels, Gasthöfe und Pensionen	7.490	1.022	5.215	1.211	42	11
552 Ferienunterkünfte und ähnliche Beherbergungsstätten	1.654	131	1.122	387	14	3
553 Campingplätze	338	*	189	114	*	0
559 Sonstige Beherbergungsstätten	115	*	82	29	*	0
56 Gastronomie	21.034	2.047	14.985	3.880	122	29
561 Rest., Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons u. Ä.	13.776	1.720	9.978	2.007	71	21
562 Caterer und Erbringung sonstiger Verpflegungs-DL	6.697	*	4.589	1.787	*	*

⁵¹ Aus Datenschutzgründen und Gründen der statistischen Geheimhaltung werden Zahlenwerte von 1 oder 2 und Daten, aus denen rechnerisch auf einen solchen Zahlenwert geschlossen werden kann, anonymisiert. Gleiches gilt, wenn eine Region oder ein Wirtschaftszweig 1 oder 2 Betriebe aufweist oder einer der Betriebe einen so hohen Beschäftigtenanteil auf sich vereint, dass die Beschäftigtenzahl praktisch eine Einzelan-gabe über diesen Betrieb darstellt (Dominanzfall). In Fällen, in denen Werte von Null eine Information über den Merkmalsträger offenlegen, werden auch diese Nullwerte anonymisiert.

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Insgesamt	Altersgruppen				
563 Ausschank von Getränken	561	*	418	86	*	*

Quelle: Dwif 2019, Daten: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Tabellen, Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008) (Quartalszahlen), 2018

Tab. 13: Struktur der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten im Gastgewerbe in Brandenburg 2018 - Abschnitt 3

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Insgesamt	darunter		Anforderungsniveau aus der KldB2010			
		in Vollzeit	in Teilzeit	Helfer	Fachkraft	Spezialist	Experte
		55 Beherbergung	9.597	6.331	3.266	2.138	5.880
551 Hotels, Gasthöfe und Pensionen	7.490	5.223	2.267	1.617	4.767	671	435
552 Ferienunterkünfte und ähnliche Beherbergungsstätten	1.654	869	785	405	817	238	194
553 Campingplätze	338	186	152	81	231	17	9
559 Sonstige Beherbergungsstätten	115	53	62	35	65	12	3
56 Gastronomie	21.034	9.176	11.858	7.268	12.560	435	771
561 Rest., Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons u. Ä.	13.776	5.828	7.948	4.429	8.721	205	421

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Insgesamt	darunter		Anforderungsniveau aus der KldB2010			
562 Caterer und Erbringung sonstiger Verpflegungs-DL	6.697	3.123	3.574	2.712	3.445	217	323
563 Ausschank von Getränken	561	225	336	127	394	13	27

Quelle: Dwif 2019, Daten: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Tabellen, Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008) (Quartalszahlen), 2018

Tab. 14: Berufsausbildungsabschluss der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten im Gastgewerbe in Brandenburg 2018

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Insgesamt	Berufsausbildungsabschluss			
		ohne berufliche Ausbildungsabschluss	Abschluss einer anerkannten Berufsausbildung ⁵²	mit akademischem Berufsabschluss ⁵³	Ausbildung unbekannt
<i>55 Beherbergung</i>	9.597	1.024	6.882	517	1.174
551 Hotels, Gasthöfe und Pensionen	7.490	859	5.329	355	947
552 Ferienunterkünfte und ähnliche Beherbergungsstätten	1.654	130	1.255	138	131
553 Campingplätze	338	28	230	13	67
559 Sonstige Beherbergungsstätten	115	7	68	11	29
<i>56 Gastronomie</i>	21.034	2.606	12.681	475	5.272

⁵² "mit anerkanntem Berufsabschluss" ist die Summe aus "mit anerkannter Berufsausbildung" und "Meister-/Techniker-/gleichw. Fachschulabschluss".

⁵³ "mit akademischem Abschluss" ist die Summe aus "Bachelor", "Diplom/Magister/Master/Staatsexamen" und "Promotion".

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Insgesamt	Berufsausbildungsabschluss			
561 Rest., Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons u. Ä.	13.776	1.983	7.286	315	4.192
562 Caterer und Erbringung sonstiger Verpflegungs-DL	6.697	560	5.057	146	934
563 Ausschank von Getränken	561	63	338	14	146

Quelle: Dwif 2019, Daten: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Tabellen, Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008) (Quartalszahlen), 2018

Tab. 15: Eingetragene Ausbildungsverhältnisse in Brandenburg im Hotel- und Gaststättengewerbe 2013 und 2018

	2013			2018		
	Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Fachkraft im Gastgewerbe	131	39	92	122	56	66
Systemgastronom*in	59	28	31	36	19	17
Hotelfachmann /-frau	431	135	296	366	131	235
Hotelkaufmann /-frau	4	1	3	17	10	7
Koch, Köchin	801	532	269	539	422	117
Restaurantfachmann /-frau	297	90	207	218	79	139
Hotel- und Gaststättengewerbe zusammen	1.723	896	827	1.298	717	581

Quelle: Dwif 2019, Daten: DIHK Statistik IHK-Bezirke 2018 und 2013

3. Entwicklung der Angebotsstruktur im Beherbergungsgewerbe in Deutschland und Brandenburg

Tab. 16: Entwicklung der Anzahl der Beherbergungsbetriebe in Deutschland und Brandenburg (2013-2018)

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	13.307	13.270	13.193	12.965	12.962	12.920
Hotels garnis	7.581	7.400	7.263	7.137	7.119	7.109
Gasthöfe	7.864	7.540	7.312	7.087	6.890	6.614
Pensionen	5.251	5.189	5.203	5.133	5.111	5.107
<i>Hotellerie gesamt</i>	<i>34.003</i>	<i>33.399</i>	<i>32.971</i>	<i>32.322</i>	<i>32.082</i>	<i>31.750</i>
<i>Sonstiges Beherbergungsgewerbe</i>	<i>18.470</i>	<i>18.466</i>	<i>18.448</i>	<i>18.502</i>	<i>18.707</i>	<i>18.955</i>
Gesamt ohne Campingbetriebe	49.655	49.008	48.546	47.905	47.834	47.728
<i>Gesamt mit Campingbetriebe</i>	<i>52.473</i>	<i>51.865</i>	<i>51.419</i>	<i>50.824</i>	<i>50.789</i>	<i>50.705</i>
Brandenburg	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	445	435	426	411	407	404
Hotels garnis	97	104	109	112	118	113
Gasthöfe	201	190	194	195	202	200
Pensionen	241	231	239	240	235	226
<i>Hotellerie gesamt</i>	<i>984</i>	<i>960</i>	<i>968</i>	<i>958</i>	<i>962</i>	<i>943</i>

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Sonstiges Beherbergungsgewerbe	675	674	687	692	686	720
Gesamt ohne Campingbetriebe	1.487	1.465	1.485	1.481	1.483	1.496
Gesamt mit Campingbetriebe	1.659	1.634	1.655	1.650	1.648	1.663

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundesamt 2019

Tab. 17: Entwicklung der Schlafgelegenheiten im Beherbergungsgewerbe in Deutschland und Brandenburg (2013-2018)

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	1.086.346	1.095.075	1.109.050	1.113.293	1.130.746	1.153.445
Hotels garnis	353.262	359.386	365.708	372.694	385.559	402.091
Gasthöfe	191.512	185.093	180.600	176.758	173.732	168.636
Pensionen	127.110	125.353	124.810	122.624	120.989	121.368
Hotellerie gesamt	1.758.230	1.764.907	1.780.168	1.785.369	1.811.026	1.845.540
Sonstiges Beherbergungsgewerbe	1.805.558	1.798.688	1.796.736	1.783.907	1.796.339	1.852.765
Gesamt ohne Campingbetriebe	2.680.792	2.683.279	2.692.100	2.689.220	2.725.809	2.806.897
Gesamt mit Campingbetriebe	3.563.788	3.563.595	3.576.904	3.569.276	3.607.365	3.698.305
Brandenburg	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	33.225	32.933	33.268	32.491	32.637	32.245

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels garnis	4.941	5.172	5.279	5.283	5.497	5.348
Gasthöfe	4.032	3.971	4.001	4.118	4.278	4.294
Pensionen	4.667	4.479	4.606	4.773	4.687	4.638
<i>Hotellerie gesamt</i>	46.865	46.555	47.154	46.665	47.099	46.525
<i>Sonstiges Beherbergungsgewerbe</i>	79.461	78.561	78.340	78.588	78.779	80.432
Gesamt ohne Campingbetriebe	84.326	84.576	84.946	84.581	84.926	85.585
<i>Gesamt mit Campingbetriebe</i>	126.326	125.116	125.494	125.253	125.878	126.957

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundesamt 2019

4. Entwicklung der Auslastung im Beherbergungsgewerbe in Deutschland und Brandenburg

Tab. 18: Entwicklung der Auslastung im Beherbergungsgewerbe in Deutschland und Brandenburg (2013-2018)⁵⁴

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	42,9	43,9	45,0	45,9	46,8	47,3
Hotels garnis	44,1	45,5	46,8	47,5	48,3	48,7
Gasthöfe	26,9	27,8	28,7	29,6	30,2	30,7
Pensionen	32,0	32,8	33,5	34,3	34,8	35,4
<i>Hotellerie gesamt</i>	40,6	41,8	43,0	43,9	44,8	45,3
<i>Sonstiges Beherbergungsgewerbe</i>	28,2	29,5	30,1	30,9	31,1	31,7
Gesamt ohne Campingbetriebe	40,8	42,0	43,1	44,0	44,6	44,8
<i>Gesamt mit Campingbetriebe</i>	34,8	36,1	37,0	37,9	38,5	39,0
Brandenburg	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	37,8	39,0	40,7	42,4	43,3	44,5
Hotels garnis	34,5	35,6	37,4	38,8	39,8	39,2
Gasthöfe	21,9	24,0	24,7	25,9	27,0	28,2
Pensionen	27,6	28,4	29,2	30,0	31,0	31,2

⁵⁴ „..“ = Daten unterliegen der statistischen Geheimhaltung.

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotellerie gesamt	35,1	36,4	37,9	39,3	40,3	41,2
Sonstiges Beherbergungsgewerbe	*	*	*	*	*	*
Gesamt ohne Campingbetriebe	36,8	37,8	39,3	40,6	41,1	41,1
Gesamt mit Campingbetriebe	29,7	31,0	32,5	33,3	33,6	34,3

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundesamt 2019

5. Entwicklung der Nachfragestruktur im Beherbergungsgewerbe in Deutschland und Brandenburg

Tab. 19: Entwicklung der Übernachtungszahlen im Beherbergungsgewerbe in Deutschland und Brandenburg (2013-2018)

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	167.405.773	172.925.317	178.717.767	183.724.473	189.708.698	195.144.367
Hotels garnis	55.278.191	58.085.456	60.828.320	62.990.500	66.274.502	69.635.473
Gasthöfe	18.115.828	18.017.734	18.148.619	18.398.005	18.286.883	18.057.818
Pensionen	14.021.642	14.129.826	14.322.908	14.483.787	14.489.183	14.717.233
Hotellerie gesamt	254.821.434	263.158.333	272.017.614	279.596.765	288.759.266	297.554.891
Sonstiges Beherbergungsgewerbe	156.957.498	160.903.192	164.215.187	167.580.759	170.694.467	180.443.136
Gesamt ohne Campingbetriebe	385.779.255	396.185.031	407.012.371	416.715.163	428.402.471	443.440.233
Gesamt mit Campingbetriebe	411.778.932	424.061.525	436.232.801	447.177.524	459.453.733	477.998.027

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Brandenburg	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	4.502.719	4.643.802	4.845.570	4.962.440	5.062.283	5.176.658
Hotels garnis	598.569	652.487	693.159	719.948	771.516	749.848
Gasthöfe	307.783	324.142	342.407	366.520	396.576	416.413
Pensionen	442.827	442.562	454.923	487.890	498.624	505.265
<i>Hotellerie gesamt</i>	<i>5.851.898</i>	<i>6.062.993</i>	<i>6.336.059</i>	<i>6.536.798</i>	<i>6.728.999</i>	<i>6.848.184</i>
<i>Sonstiges Beherbergungsgewerbe</i>	<i>5.668.543</i>	<i>5.872.676</i>	<i>6.182.888</i>	<i>6.343.475</i>	<i>6.361.101</i>	<i>6.698.540</i>
Gesamt ohne Campingbetriebe	10.561.394	10.932.425	11.403.141	11.753.236	11.970.126	12.253.341
<i>Gesamt mit Campingbetriebe</i>	<i>11.520.441</i>	<i>11.935.669</i>	<i>12.518.947</i>	<i>12.880.273</i>	<i>13.090.100</i>	<i>13.546.724</i>

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundes- und Landesamt 2014-2019

Tab. 20: Entwicklung der ausländischen Übernachtungszahlen im Beherbergungsgewerbe in Deutschland und Brandenburg (2013-2018)

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	40.361.408	42.216.586	44.757.220	45.348.796	46.969.784	48.547.705
Hotels garnis	13.640.850	14.713.387	15.532.691	15.882.578	16.930.755	18.101.933
Gasthöfe	2.472.173	2.459.568	2.517.643	2.517.290	2.558.569	2.462.811
Pensionen	1.848.233	1.922.348	2.082.637	2.112.086	2.193.749	2.306.043

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotellerie gesamt	58.322.664	61.311.889	64.890.191	65.860.750	68.652.857	71.418.492
Sonstiges Beherbergungsgewerbe	13.596.721	14.265.187	14.782.221	14.926.762	15.222.548	16.267.814
Gesamt ohne Campingbetriebe	67.804.833	71.395.394	75.286.480	76.488.305	79.596.793	82.891.914
Gesamt mit Campingbetriebe	71.919.385	75.577.076	79.672.412	80.787.512	83.875.405	87.686.306
Brandenburg	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	447.948	483.152	492.695	514.697	505.171	546.552
Hotels garnis	88.243	107.312	114.656	108.845	97.623	97.803
Gasthöfe	14.398	17.446	16.285	17.194	23.200	24.219
Pensionen	29.425	24.229	34.721	46.008	48.750	56.079
Hotellerie gesamt	580.014	632.139	658.357	686.744	674.744	724.653
Sonstiges Beherbergungsgewerbe	250.613	280.500	302.475	283.455	287.584	344.798
Gesamt ohne Campingbetriebe	746.286	831.615	868.917	884.754	875.764	966.111
Gesamt mit Campingbetriebe	830.627	912.639	960.832	970.199	962.328	1.069.451

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundes- und Landesamt 2014-2019

Tab. 21: Entwicklung der Gästeankünfte im Beherbergungsgewerbe in Deutschland und Brandenburg (2013-2018)

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	83.161.146	86.018.654	89.153.281	91.585.559	95.519.044	98.330.075
Hotels garnis	25.768.820	27.289.571	28.864.008	30.050.623	31.776.154	33.431.038
Gasthöfe	8.494.903	8.508.688	8.633.577	8.763.248	8.772.392	8.677.089
Pensionen	4.797.499	4.907.728	5.023.213	5.079.887	5.070.877	5.151.678
<i>Hotellerie gesamt</i>	<i>122.222.368</i>	<i>126.724.641</i>	<i>131.674.079</i>	<i>135.479.317</i>	<i>141.138.467</i>	<i>145.589.880</i>
<i>Sonstiges Beherbergungsgewerbe</i>	<i>32.968.755</i>	<i>34.066.143</i>	<i>35.113.106</i>	<i>36.084.820</i>	<i>37.093.040</i>	<i>39.489.095</i>
Gesamt ohne Campingbetriebe	147.662.771	152.700.707	158.068.709	162.524.468	168.841.741	174.274.060
<i>Gesamt mit Campingbetriebe</i>	<i>155.191.123</i>	<i>160.790.784</i>	<i>166.787.185</i>	<i>171.564.137</i>	<i>178.231.507</i>	<i>185.078.975</i>
Brandenburg	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	2.250.625	2.333.631	2.429.498	2.466.677	2.538.257	2.583.170
Hotels garnis	292.346	319.659	345.773	359.753	383.213	371.129
Gasthöfe	152.847	161.391	168.361	171.425	182.135	187.011
Pensionen	170.969	172.527	178.896	193.419	194.231	199.278
<i>Hotellerie gesamt</i>	<i>2.866.787</i>	<i>2.987.208</i>	<i>3.122.528</i>	<i>3.191.274</i>	<i>3.297.836</i>	<i>3.340.588</i>
<i>Sonstiges Beherbergungsgewerbe</i>	<i>1.340.334</i>	<i>1.413.228</i>	<i>1.535.974</i>	<i>1.588.789</i>	<i>1.600.973</i>	<i>1.714.542</i>

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Gesamt ohne Campingbetriebe	3.916.352	4.089.258	4.292.654	4.420.028	4.545.125	4.628.622
Gesamt mit Campingbetriebe	4.207.121	4.400.436	4.658.502	4.780.063	4.898.809	5.055.130

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundes- und Landesamt 2014-2019

Tab. 22: Entwicklung der Aufenthaltsdauer in Tagen im Beherbergungsgewerbe in Deutschland und Brandenburg (2013-2018)

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Hotels garnis	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
Gasthöfe	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
Pensionen	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9
Hotellerie gesamt	2,1	2,1	2,1	2,1	2,0	2,0
Sonstiges Beherbergungsgewerbe	4,8	4,7	4,7	4,6	4,6	4,6
Gesamt ohne Campingbetriebe	2,6	2,6	2,6	2,6	2,5	2,5
Gesamt mit Campingbetriebe	2,7	2,6	2,6	2,6	2,6	2,6
Brandenburg	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotels	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Hotels garnis	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0

Deutschland	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Gasthöfe	2,0	2,0	2,0	2,1	2,2	2,2
Pensionen	2,6	2,6	2,5	2,5	2,6	2,5
Hotellerie gesamt	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Sonstiges Beherbergungsgewerbe	4,2	4,2	4,0	4,0	4,0	3,9
Gesamt ohne Campingbetriebe	2,7	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6
Gesamt mit Campingbetriebe	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundes- und Landesamt 2014-2019

6. Die Zahl unserer Beschäftigten wird in der kommenden Saison voraussichtlich "zunehmen":

Tab. 23: Zustimmung der Befragten im Gasgewerbe in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	9,9	10,1	11,8	12,7	12,1	11,5
Ostdeutschland	6,5	7,7	9,2	12,7	8,0	10,4
Brandenburg	8,0	6,7	9,5	16,0	14,8	16,2

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018 – 2013

Tab. 24: Zustimmung der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	9,3	9,3	11,3	12,0	11,4	10,4
Ostdeutschland	5,6	7,4	8,2	11,5	7,7	10,7
Brandenburg	7,1	4,1	7,8	15,3	15,5	17,1

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018 – 2013

Tab. 25: Zustimmung der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	10,8	11,1	12,1	13,7	12,9	12,5
Ostdeutschland	8,0	8,1	10,1	13,0	8,2	9,7
Brandenburg	9,2	8,9	10,5	15,3	14,2	15,2

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018 – 2013

7. Die Zahl unserer Beschäftigten wird in der kommenden Saison voraussichtlich "zunehmen" + "gleichbleiben":

Tab. 26: Zustimmung der Befragten im Gasgewerbe in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	87,8	84,6	87,3	89,7	88,4	88,0
Ostdeutschland	87,0	79,3	85,5	88,2	87,8	88,5
Brandenburg	85,1	82,4	89,6	90,3	91,6	92,4

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018 – 2013

Tab. 27: Zustimmung der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	89,9	86,3	88,9	91,2	90,2	89,5
Ostdeutschland	88,5	81,1	86,4	90,1	89,3	89,8
Brandenburg	85,7	84,9	92,2	92,0	93,0	94,3

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018 – 2013

Tab. 28: Zustimmung der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	84,5	82,0	84,5	87,8	86,4	86,0
Ostdeutschland	84,2	76,3	83,6	85,5	86,0	86,2
Brandenburg	83,1	81,0	86,3	87,3	90,3	90,5

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018 – 2013

8. Können Sie in Ihrem Unternehmen derzeit offene Stellen längerfristig nicht besetzen, weil Sie keine passenden Arbeitskräfte finden?

Tab. 29: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2018-2014)

	ja				nein, keine Probleme				nein, kein Personalbedarf			
	2014	2016	2017	2018	2014	2016	2017	2018	2014	2016	2017	2018
Deutschland	41,9	47,7	54,8	51,8	21,7	16,3	14,7	14,0	36,3	35,7	30,5	34,1
Ostdeutschland	42,3	47,9	54,3	48,4	28,1	13,1	13,2	15,5	29,2	37,5	32,5	35,9
Brandenburg	30,4	k. A.	44,4	44,0	28,8	k. A.	13,2	16,7	39,2	k. A.	42,4	39,2

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2016, 2014

Tab. 30: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018-2014)

	ja				nein, keine Probleme				nein, kein Personalbedarf			
	2014	2016	2017	2018	2014	2016	2017	2018	2014	2016	2017	2018
Deutschland	43,0	44,5	53,0	48,5	22,5	16,9	14,8	15,0	34,5	38,0	32,2	36,4
Ostdeutschland	43,3	45,7	51,9	46,3	29,6	15,4	13,7	16,8	26,9	36,6	34,4	36,6
Brandenburg	27,5	k. A.	36,0	42,1	32,3	k. A.	16,7	15,0	38,9	k. A.	47,4	43,0

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2016, 2014

Tab. 31: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018-2014)

	ja				nein, keine Probleme				nein, kein Personalbedarf			
	2014	2016	2017	2018	2014	2016	2017	2018	2014	2016	2017	2018
Deutschland	42,6	53,2	57,6	56,8	20,9	15,5	14,5	12,7	36,3	31,3	27,8	30,5
Ostdeutschland	41,3	50,9	57,8	52,9	25,0	9,4	12,3	13,8	33,1	39,7	29,8	33,3
Brandenburg	32,3	k. A.	51,9	46,1	26,5	k. A.	10,1	18,6	39,7	k. A.	38,0	35,3

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2016, 2014

9. Für welches Qualifikationsniveau suchen Sie ohne Erfolg Arbeitskräfte?

Tab. 32: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2018/2016/2014)

	ohne abgeschlossene Berufsausbildung			Duale Berufsausbildung			Fachwirt/Meister oder anderer			(Fach-)Hochschulabschluss		
	2014	2016	2018	2014	2016	2018	2014	2016	2018	2014	2016	2018
Deutschland	36,9	44,1	56,9	71,1	64,6	57,9	20,1	20,2	18,8	5,7	5,5	7,3
Ostdeutschland	34,2	37,2	56,3	75,0	74,4	67,5	19,1	22,5	17,9	6,0	4,2	8,7
Brandenburg	40,6	k. A.	58,7	70,3	k. A.	59,8	18,1	k. A.	22,8	2,9	k. A.	10,9

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018, 2016 und 2014

Tab. 33: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018/2016/2014)

	ohne abgeschlossene Berufsaus- bildung			Duale Berufsausbildung			Fachwirt/Meister oder anderer			(Fach-)Hochschulabschluss		
	2014	2016	2018	2014	2016	2018	2014	2016	2018	2014	2016	2018
Deutschland	35,4	42,3	54,2	72,9	64,9	59,9	20,3	20,8	18,6	6,4	6,4	7,4
Ostdeutschland	35,4	38,0	52,5	76,4	73,8	68,2	19,1	21,0	17,0	7,1	4,8	7,5
Brandenburg	36,8	k. A.	57,8	77,2	k. A.	62,2	19,3	k. A.	24,4	3,5	k. A.	11,1

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018, 2016 und 2014

Tab. 34: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018/2016/2014)

	ohne abgeschlossene Berufsaus- bildung			Duale Berufsausbildung			Fachwirt/Meister oder anderer			(Fach-)Hochschulabschluss		
	2014	2016	2018	2014	2016	2018	2014	2016	2018	2014	2016	2018
Deutschland	36,7	45,1	58,9	70,8	64,8	56,4	20,6	19,7	19,1	4,8	4,8	7,1
Ostdeutschland	30,1	33,9	60,7	74,5	76,0	65,6	19,9	25,6	19,2	4,2	3,3	9,8
Brandenburg	40,5	k. A.	59,6	68,9	k. A.	57,4	17,6	k. A.	21,3	2,7	k. A.	10,6

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018, 2016 und 2014

10. Falls Sie offene Stellen längerfristig nicht besetzen können: Worin sehen Sie die Hauptgründe?

Tab. 35: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2018)

	Keine Bewerber	Zu geringe/unpas- sende Qualifikation	Zu geringe Berufserfahrung	Zu hohe Forderungen (z.B. Gehalt, Arbeitsbedingungen)	Unternehmensstandort/ Region nicht attraktiv genug	Sonstiges
Deutschland	77,2	43,2	11,3	34,6	21,5	10,0
Ostdeutschland	77,8	39,2	9,2	39,9	24,5	11,2
Brandenburg	76,1	43,5	7,6	40,2	31,5	13,0

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018

Tab. 36: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018)

	Keine Bewerber	Zu geringe/unpas- sende Qualifikation	Zu geringe Berufserfahrung	Zu hohe Forderungen (z.B. Gehalt, Arbeitsbedingungen)	Unternehmensstandort/ Region nicht attraktiv genug	Sonstiges
Deutschland	77,4	42,4	10,4	33,4	23,9	9,9
Ostdeutschland	76,8	36,7	9,6	39,9	25,7	11,9
Brandenburg	75,6	40,0	6,7	44,4	35,6	11,1

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018

Tab. 37: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018)

	Keine Bewerber	Zu geringe/unpas- sende Qualifikation	Zu geringe Berufserfahrung	Zu hohe Forderungen (z.B. Gehalt, Arbeitsbedingungen)	Unternehmensstandort/ Region nicht attraktiv genug	Sonstiges
Deutschland	77,3	44,1	12,5	35,2	19,6	10,1
Ostdeutschland	79,4	41,7	9,0	39,0	23,8	10,8
Brandenburg	76,6	46,8	8,5	36,2	27,7	14,9

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018

11. Aus welchem Motiv suchen Sie Fachkräfte?

Tab. 38: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2017)

	Ersatz altersbedingten Aus- scheidens	Ersatz wegen Fluktuation	Erweiterung wg. expansiver Geschäftslage	zunehmende Qualifikations- anforderungen
Deutschland	34,9	64,5	17,6	21,2
Ostdeutschland	43,5	63,8	15,5	21,0
Brandenburg	32,9	60,2	20,4	24,5

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2017

Tab. 39: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2017)

	Ersatz altersbedingten Aus- scheidens	Ersatz wegen Fluktuation	Erweiterung wg. expansiver Geschäftslage	zunehmende Qualifikations- anforderungen
Deutschland	36,6	64,8	17,4	21,5
Ostdeutschland	45,2	65,3	15,9	21,1
Brandenburg	33,3	58,6	23,2	24,2

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2017

Tab. 40: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2017)

	Ersatz altersbedingten Aus- scheidens	Ersatz wegen Fluktuation	Erweiterung wg. expansiver Geschäftslage	zunehmende Qualifikations- anforderungen
Deutschland	32,6	64,5	17,8	20,9
Ostdeutschland	41,0	62,4	14,9	21,0
Brandenburg	32,5	61,5	17,9	24,8

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2017

12. Welche Folgen würde ein anhaltender Fachkräftemangel für Ihr Unternehmen haben?

Tab. 41: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2017)

	Keine Folgen	Steigende Arbeitskosten	Mehrbelastung der vorhandenen Arbeitnehmer	Verlust von Innovationsfähigkeit und Wissen	Wachstumspotenzial kann nicht ausgeschöpft werden	Einschränkung des Angebots/ Ablehnung von Aufträgen	sinkende Investitionstätigkeit in Deutschland	Sonstiges
Deutschland	10,0	32,6	73,5	19,3	39,6	54,9	15,8	5,8
Ostdeutschland	8,5	30,1	74,3	17,2	40,7	63,0	17,3	7,3
Brandenburg	8,3	27,2	72,4	18,9	47,2	63,0	11,8	5,9

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2017

Tab. 42: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2017)

	Keine Folgen	Steigende Arbeitskosten	Mehrbelastung der vorhandenen Arbeitnehmer	Verlust von Innovationsfähigkeit und Wissen	Wachstumspotenzial kann nicht ausgeschöpft werden	Einschränkung des Angebots/ Ablehnung von Aufträgen	sinkende Investitionstätigkeit in Deutschland	Sonstiges
Deutschland	11,9	33,1	72,7	18,1	37,5	51,7	15,1	5,7
Ostdeutschland	10,3	30,5	74,2	16,9	38,2	61,0	15,7	7,3
Brandenburg	10,7	25,6	72,7	17,4	43,8	55,4	9,1	4,1

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2017

Tab. 43: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2017)

	Keine Folgen	Steigende Arbeitskosten	Mehrbelastung der vorhandenen Arbeitnehmer	Verlust von Innovationsfähigkeit und Wissen	Wachstumspotenzial kann nicht ausgeschöpft werden	Einschränkung des Angebots/ Ablehnung von Aufträgen	sinkende Investitionstätigkeit in Deutschland	Sonstiges
Deutschland	7,5	32,7	74,8	20,9	42,2	59,3	16,6	6,1
Ostdeutschland	6,3	29,6	73,9	17,9	44,1	66,0	19,3	7,4
Brandenburg	6,0	28,6	72,2	20,3	50,4	69,9	14,3	7,5

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2017

13. Wie sollten die Rahmenbedingungen verändert werden, um Ihrem Unternehmen bei der Fachkräftesicherung zu helfen?

Tab. 44: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2017)

	Berufliche Bildung stärken	Beschäftigung ausländischer Fachkräfte	Kinderbetreuung, Ganztagschulen	Qualifikation der Schulabgänger verbessern	Region für Arbeitnehmer zum Leben und Arbeiten attraktiver machen	Keine Maßnahmen nötig	Sonstiges
Deutschland	42,3	42,2	32,3	40,9	48,0	7,9	9,9
Ostdeutschland	41,0	41,1	34,4	40,6	58,3	7,2	10,8
Brandenburg	32,1	38,0	34,2	46,0	68,8	6,3	11,4

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2017

Tab. 45: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2017)

	Berufliche Bildung stärken	Beschäftigung ausländischer Fachkräfte	Kinderbetreuung, Ganztagschulen	Qualifikation der Schulabgänger verbessern	Region für Arbeitnehmer zum Leben und Arbeiten attraktiver machen	Keine Maßnahmen nötig	Sonstiges
Deutschland	41,2	42,7	33,6	39,2	49,7	8,7	9,2
Ostdeutschland	39,4	40,8	34,6	37,8	58,7	8,2	10,6
Brandenburg	29,2	38,1	33,6	40,7	64,6	10,6	10,6

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2017

Tab. 46: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2017)

	Berufliche Bildung stärken	Beschäftigung ausländischer Fachkräfte	Kinderbetreuung, Ganztagschulen	Qualifikation der Schulabgänger verbessern	Region für Arbeitnehmer zum Leben und Arbeiten attraktiver machen	Keine Maßnahmen nötig	Sonstiges
Deutschland	44,4	42,4	31,6	43,1	46,0	6,6	10,8
Ostdeutschland	43,5	42,2	34,5	43,9	57,0	6,0	11,3
Brandenburg	34,7	37,9	34,7	50,8	72,6	2,4	12,1

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2017

14. Was würde Ihrem Unternehmen helfen, Fachkräfte aus Nicht-EU-Ländern einzustellen?

Tab. 47: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2018)

	Kein Bedarf an Fachkräften aus	Keine Hilfe nötig	Vereinfachung des administrativen Verfahrens	Erleichterung der Zuwanderungsregelungen	Unterstützung im gesamten Prozess	Mehr Transparenz/Übersichtlichkeit der aktuellen Regelungen	Verbesserung der Sprachkenntnisse durch mehr Sprachangebote	Sonstiges
Deutschland	24,4	13,0	39,8	24,2	35,1	28,0	40,7	2,7
Ostdeutschland	33,7	15,3	30,2	19,4	31,1	27,9	38,3	3,1

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018

Tab. 48: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018)

	Kein Bedarf an Fachkräften aus	Keine Hilfe nötig	Vereinfachung des administrativen Verfahrens	Erleichterung der Zuwanderungsregelungen	Unterstützung im gesamten Prozess	Mehr Transparenz/Übersichtlichkeit der aktuellen Regelungen	Verbesserung der Sprachkenntnisse durch mehr Sprachangebote	Sonstiges
Deutschland	25,0	13,7	38,6	23,6	34,2	27,2	39,9	2,5
Ostdeutschland	34,0	15,9	30,0	18,5	29,5	26,7	37,7	2,8

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018

Tab. 49: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018)

	Kein Bedarf an Fachkräften aus	Keine Hilfe nötig	Vereinfachung des administrativen Verfahrens	Erleichterung der Zuwanderungsregelungen	Unterstützung im gesamten Prozess	Mehr Transparenz/Übersichtlichkeit der aktuellen Regelungen	Verbesserung der Sprachkenntnisse durch mehr Sprachangebote	Sonstiges
Deutschland	23,5	11,7	42,1	25,6	36,3	29,0	42,2	3,0
Ostdeutschland	33,0	13,3	32,6	22,2	34,1	30,5	40,1	3,6

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018

15. Unser Unternehmen wird zukünftig auf den Fachkräftemangel folgendermaßen reagieren:

Tab. 50: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2016)

	Mehr Ausbildung	Mehr Weiterbildung	Vereinbarkeit von Familie und Beruf	Beschäftigung/Einstellung älterer Mitarbeiter ausweiten	Einstellung von Fachkräften aus dem Ausland	Einstellung von Auszubildenden. a. d. Ausland (ohne Flüchtlinge)	Einstellung von Flüchtlingen	Steigerung der Arbeitgeberattraktivität
Deutschland	30,8	23,7	33,4	35,9	46,0	23,2	29,6	42,2
Ostdeutschland	31,7	21,3	33,4	37,9	53,5	30,2	24,0	40,3

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2016

Tab. 51: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2016)

	Mehr Ausbil- dung	Mehr Wei- terbildung	Vereinbarkeit von Familie und Beruf	Beschäftigung/ Einstellung älterer Mitarbeiter aus- weiten	Einstellung von Fachkräf- ten aus dem Ausland	Einstellung von Auszubildenden. a. d. Ausland (ohne Flüchtlinge)	Einstellung von Flüchtlin- gen	Steigerung der Arbeitgeberat- traktivität
Deutschland	30,3	25,1	34,8	36,7	46,5	25,1	27,3	43,1
Ostdeutschland	30,1	21,6	34,9	38,7	55,4	30,5	25,7	39,4

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2016

Tab. 52: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2016)

	Mehr Ausbil- dung	Mehr Wei- terbildung	Vereinbarkeit von Familie und Beruf	Beschäftigung/ Einstellung älterer Mitarbeiter aus- weiten	Einstellung von Fachkräf- ten aus dem Ausland	Einstellung von Auszubildenden. a. d. Ausland (ohne Flüchtlinge)	Einstellung von Flüchtlin- gen	Steigerung der Arbeitgeberat- traktivität
Deutschland	31,7	22,0	32,6	34,9	45,7	21,8	32,6	41,7
Ostdeutschland	34,1	19,0	30,2	34,1	50,8	30,2	20,6	41,3

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2016

16. Für folgende Bereiche suchen wir ohne Erfolg Arbeitskräfte:

Tab. 53: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2016)

	Küche (Köche, Küchenhelfer, etc.)	Restaurant / Service	Hotel (Rezeption, Zimmerreinig	Sonstige
Deutschland	58,7	62,7	38,5	11,6
Ostdeutschland	68,0	70,4	45,5	8,3

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2016

Tab. 54: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2016)

	Küche (Köche, Küchenhelfer, etc.)	Restaurant / Service	Hotel (Rezeption, Zimmerreinig	Sonstige
Deutschland	47,1	52,1	64,3	12,0
Ostdeutschland	67,0	67,0	51,9	8,1

Tab. Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2016

Tab. 55: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2016)

	Küche (Köche, Küchenhelfer, etc.)	Restaurant / Service	Hotel (Rezeption, Zimmerreinig	Sonstige
Deutschland	72,1	75,1	13,8	8,5
Ostdeutschland	76,3	84,7	20,3	5,1

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2016

17. Wir beschäftigen in unserem Unternehmen derzeit Flüchtlinge, die in den letzten fünf Jahren nach Deutschland gekommen sind:

Tab. 56: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2016)

	Ja, wir beschäftigen aktuell Flüchtlinge	Derzeit nicht, haben aber vorher...	derzeit nicht, in Zukunft geplant	Nein
Deutschland	13,9	3,3	11,9	72,9
Ostdeutschland	9,1	3,6	13,7	75,9

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2016

Tab. 57: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2016)

	Ja, wir beschäftigen aktuell Flüchtlinge	Derzeit nicht, haben aber vorher...	derzeit nicht, in Zukunft geplant	Nein
Deutschland	11,5	2,8	12,6	75,0
Ostdeutschland	8,2	3,0	14,9	76,4

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2016

Tab. 58: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2016)

	Ja, wir beschäftigen aktuell Flüchtlinge	Derzeit nicht, haben aber vorher...	derzeit nicht, in Zukunft geplant	Nein
Deutschland	17,8	4,2	11,2	69,1
Ostdeutschland	11,0	5,0	11,0	75,0

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2016

18. Falls ja (siehe Frage 17) oder derzeit nicht, Beschäftigung als...

Tab. 59: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2016)

	Praktikant/ Einstiegsqualifikation	Auszubildender	Helfer	Fachkraft/ Führungskraft
Deutschland	40,0	36,7	67,3	20,0
Ostdeutschland	37,9	41,8	60,8	30,1

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2016

Tab. 60: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2016)

	Praktikant/ Einstiegsqualifikation	Auszubildender	Helfer	Fachkraft/ Führungskraft
Deutschland	39,4	40,3	68,8	22,3
Ostdeutschland	35,0	46,6	59,2	28,2

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2016

Tab. 61: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2016)

	Praktikant/ Einstiegsqualifikation	Auszubildender	Helfer	Fachkraft/ Führungskraft
Deutschland	41,5	33,9	64,9	18,4
Ostdeutschland	43,8	31,3	62,5	35,4

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2016

19. Die Geschäftslage war "gut":

Tab. 62: Zustimmung der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	41,3	46,1	53,0	55,3	52,2	57,1
Ostdeutschland	43,5	49,8	55,1	58,3	51,4	57,5
Brandenburg	43,1	51,9	56,8	59,7	56,5	55,0

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 63: Zustimmung der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	45,7	50,6	58,1	61,8	59,2	60,3
Ostdeutschland	48,1	52,1	58,7	63,3	55,3	60,8
Brandenburg	48,1	58,4	64,7	63,4	65,4	60,7

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 64: Zustimmung der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	34,9	40,2	46,7	47,6	44,8	52,1
Ostdeutschland	35,3	45,2	49,7	50,5	46,4	51,5
Brandenburg	38,2	46,2	47,5	53,9	48,1	49,1

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

20. Die Geschäftslage war "gut" + "befriedigend":

Tab. 65: Zustimmung der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	85,9	88,6	90,7	92,3	91,6	92,6
Ostdeutschland	86,3	90,1	90,5	92,9	92,2	92,7
Brandenburg	84,8	91,8	89,7	93,4	93,9	94,5

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 66: Zustimmung der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	88,8	91,2	92,1	94,4	94,7	94,3
Ostdeutschland	88,0	90,7	91,1	93,8	94,5	94,9
Brandenburg	88,4	92,2	93,5	95,1	98,4	97,3

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 67: Zustimmung der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	81,5	85,4	88,8	89,8	88,3	90,4
Ostdeutschland	82,6	89,0	89,1	91,3	89,1	89,8
Brandenburg	80,6	90,8	85,2	90,8	89,6	91,5

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

21. Unsere Geschäftslage entwickelt sich in der kommenden Saison voraussichtlich "günstiger":

Tab. 68: Zustimmung der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	19,0	18,6	19,7	20,4	20,2	19,4
Ostdeutschland	16,3	14,8	18,0	22,0	17,2	19,1
Brandenburg	19,9	17,6	20,5	20,9	20,2	17,9

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 69: Zustimmung der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	19,5	19,3	20,8	21,3	21,1	19,7
Ostdeutschland	16,6	15,3	18,3	22,2	17,6	20,2
Brandenburg	20,3	20,3	19,6	21,0	22,7	17,7

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 70: Zustimmung der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	18,4	18,0	18,3	19,5	19,2	18,8
Ostdeutschland	15,7	14,2	17,6	21,9	16,6	17,8
Brandenburg	19,7	16,4	22,1	22,0	17,8	18,1

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

22. Unsere Geschäftslage entwickelt sich in der kommenden Saison voraussichtlich "günstiger" + "gleichbleibend":

Tab. 71: Zustimmung der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	82,6	80,6	83,3	85,5	85,3	85,5
Ostdeutschland	81,1	74,6	79,3	83,6	83,1	84,9
Brandenburg	82,5	78,2	84,2	85,6	86,0	88,1

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 72: Zustimmung der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	84,3	82,1	83,8	86,3	87,2	86,9
Ostdeutschland	82,0	75,8	78,5	83,2	85,0	87,3
Brandenburg	85,9	79,7	81,0	84,1	88,3	91,2

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 73: Zustimmung der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	80,2	78,2	82,6	84,3	83,2	83,8
Ostdeutschland	79,5	71,8	79,7	83,9	80,9	81,8
Brandenburg	79,6	76,4	85,7	86,7	83,7	84,8

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

23. Cash-Flow-Rate

Tab. 74: Cash-Flow-Rate im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	14,4	14,4	14,9	15,0	15,4	14,6	0,2
Ostdeutschland	13,1	14,2	14,3	14,2	14,6	13,9	0,9
Brandenburg	10,8	12,1	11,8	13,3	10,9	12,6	1,9

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 75: Cash-Flow-Rate im Beherbergungsgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	15,1	15,1	15,5	15,8	16,3	15,4	0,3
Ostdeutschland	14,1	15,2	15,3	15,2	16,3	14,8	0,7
Brandenburg	11,2	12,4	11,7	14,3	12,6	15,8	4,6

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 76: Cash-Flow-Rate in der Gastronomie in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	13,7	13,6	14,3	14,1	14,5	13,6	-0,1
Ostdeutschland	11,5	12,8	13,0	12,8	12,4	12,5	1,0
Brandenburg	10,2	11,8	11,9	12,1	9,7	10,2	0,0

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

24. Umsatzrendite

Tab. 77: Umsatzrendite im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	9,1	9,0	9,9	10,1	10,8	9,5	0,3
Ostdeutschland	7,2	8,0	8,2	8,5	8,8	7,7	0,5
Brandenburg	8,7	5,8	6,8	7,3	6,4	6,3	-2,3

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 78: Umsatzrendite im Beherbergungsgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	8,3	8,3	9,2	9,6	10,5	9,1	0,8
Ostdeutschland	7,1	7,3	7,6	7,8	8,5	6,9	-0,2
Brandenburg	10,1	4,5	5,3	6,1	7,2	7,7	-2,4

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 79: Umsatzrendite in der Gastronomie in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	10,0	9,8	10,7	10,6	11,1	9,9	-0,1
Ostdeutschland	7,3	9,0	9,1	9,4	9,2	9,0	1,7
Brandenburg	6,9	7,3	8,7	8,7	5,8	5,3	-1,6

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

25. Gesamtkapitalverzinsung

Tab. 80: Gesamtkapitalverzinsung im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	16,7	17,7	18,8	19,5	20,5	18,4	1,7
Ostdeutschland	11,1	12,9	14,2	14,9	16,0	13,2	2,2
Brandenburg	13,8	11,2	12,7	13,4	14,3	12,2	-1,6

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 81: Gesamtkapitalverzinsung im Beherbergungsgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	11,0	11,1	12,2	12,4	13,3	12,3	1,3
Ostdeutschland	8,8	8,9	9,7	8,9	9,6	9,1	0,3
Brandenburg	12,4	8,3	10,4	8,1	11,7	10,5	-1,9

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 82: Gesamtkapitalverzinsung in der Gastronomie in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	22,5	24,3	25,6	26,8	27,9	25,8	3,3
Ostdeutschland	14,4	18,4	20,3	23,1	24,4	19,9	5,5
Brandenburg	15,5	14,6	15,5	19,3	16,2	13,5	-2,0

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

26. Rothertragsquote

Tab. 83: Rothertragsquote im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	76,5	76,9	77,5	78,2	78,6	79,5	3,0
Ostdeutschland	76,3	76,5	77,0	78,1	78,2	79,8	3,5
Brandenburg	74,4	75,4	75,1	77,0	76,0	77,5	3,1

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 84: Rothertragsquote im Beherbergungsgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	83,2	83,6	84,1	84,7	85,3	85,6	2,4
Ostdeutschland	80,9	81,2	81,4	82,3	82,6	83,7	2,8
Brandenburg	79,6	80,4	79,8	81,2	81,8	82,5	2,9

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 85: Rothertragsquote in der Gastronomie in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	69,8	70,2	70,7	71,6	71,8	72,1	2,3
Ostdeutschland	69,7	69,7	71,0	72,6	72,6	73,6	3,9
Brandenburg	67,8	69,7	69,4	72,2	72,0	73,6	5,8

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

27. Warenaufwandsquote

Tab. 86: Warenaufwandsquote im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	23,5	23,1	22,5	21,8	21,4	20,5	-3,0
Ostdeutschland	23,7	23,5	23,0	21,9	21,8	20,2	-3,5
Brandenburg	25,6	24,6	24,9	23,0	24,0	22,5	-3,1

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 87: Warenaufwandsquote im Beherbergungsgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	16,8	16,4	15,9	15,3	14,7	14,4	-2,4
Ostdeutschland	19,1	18,8	18,6	17,7	17,4	16,3	-2,8
Brandenburg	20,4	19,6	20,2	18,8	18,2	17,5	-2,9

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 88: Warenaufwandsquote in der Gastronomie in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	30,2	29,8	29,3	28,4	28,2	27,9	-2,3
Ostdeutschland	30,3	30,3	29,0	27,4	27,4	26,4	-3,9
Brandenburg	32,2	30,3	30,6	27,8	28,0	26,4	-5,8

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

28. Personalaufwandsquote

Tab. 89: Personalaufwandsquote im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	28,1	28,8	29,3	30,7	31,1	32,7	4,6
Ostdeutschland	29,7	29,7	30,3	32,3	32,6	35,8	6,1
Brandenburg	29,2	31,1	31,4	32,8	32,0	34,0	4,8

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 90: Personalaufwandsquote im Beherbergungsgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	27,9	28,7	29,1	30,1	30,6	32,5	4,6
Ostdeutschland	29,8	29,4	30,5	32,1	32,3	35,9	6,1
Brandenburg	29,5	32,4	32,1	32,3	32,6	34,3	4,8

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 91: Personalaufwandsquote in der Gastronomie in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	28,3	29,0	29,5	31,3	31,7	32,9	4,6
Ostdeutschland	30,0	29,1	29,9	32,7	33,0	35,6	5,5
Brandenburg	28,8	29,7	30,5	33,3	31,6	33,7	4,9

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

29. Zinsaufwandsquote

Tab. 92: Zinsaufwandsquote im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	2,2	2,0	1,7	1,4	1,5	1,4	-0,8
Ostdeutschland	3,7	3,3	3,0	2,5	2,3	2,3	-1,4
Brandenburg	2,9	2,7	2,5	2,6	1,6	1,3	-1,6

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 93: Zinsaufwandsquote im Beherbergungsgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	3,2	2,9	2,4	2,0	2,1	1,9	-1,3
Ostdeutschland	5,3	4,7	4,6	3,8	3,4	3,4	-1,9
Brandenburg	4,5	4,1	3,6	3,7	2,7	2,1	-2,4

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 94: Zinsaufwandsquote in der Gastronomie in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	1,2	1,0	0,9	0,7	0,8	0,7	-0,5
Ostdeutschland	1,4	1,2	0,9	0,8	0,8	0,6	-0,8
Brandenburg	0,9	1,1	1,2	1,3	0,8	0,7	-0,2

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

30. Mietaufwandsquote

Tab. 95: Mietaufwandsquote im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	4,9	5,0	5,0	5,2	6,6	6,6	1,7
Ostdeutschland	4,0	4,0	4,2	4,1	4,9	4,6	0,7
Brandenburg	5,0	4,2	5,0	3,3	6,1	5,8	0,8

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 96: Mietaufwandsquote im Beherbergungsgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	2,6	2,8	3,0	3,2	5,6	5,8	3,2
Ostdeutschland	1,6	1,6	1,6	1,6	2,4	2,4	0,9
Brandenburg	1,9	1,6	2,3	1,2	2,2	1,1	-0,8

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 97: Mietaufwandsquote in der Gastronomie in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	7,3	7,3	7,1	7,2	7,6	7,6	0,3
Ostdeutschland	7,4	7,4	7,7	7,3	8,0	8,2	0,8
Brandenburg	8,9	7,1	8,2	5,6	8,9	9,5	0,6

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

31. Eigenkapitalquote

Tab. 98: Eigenkapitalquote im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	2,7	3,3	3,9	4,6	6,5	9,2	6,5
Ostdeutschland	5,5	7,2	6,9	7,4	10,8	12,7	7,2
Brandenburg	10,8	9,6	5,0	1,8	6,5	10,1	-0,7

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 99: Eigenkapitalquote im Beherbergungsgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	5,3	6,5	7,7	8,9	11,5	12,7	7,4
Ostdeutschland	6,9	8,1	6,3	9,8	10,8	13,1	6,2
Brandenburg	9,4	7,6	3,8	2,2	6,0	9,7	0,3

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 100: Eigenkapitalquote in der Gastronomie in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	0,0	0,0	0,0	0,3	1,3	4,9	4,9
Ostdeutschland	3,4	6,0	7,8	4,2	10,7	12,1	8,7
Brandenburg	12,6	11,9	6,4	1,3	6,9	10,4	-2,2

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

32. Dynamischer Verschuldungsgrad

Tab. 101: Dynamischer Verschuldungsgrad im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	4,5	4,4	4,0	3,9	3,2	3,4	-1,1
Ostdeutschland	6,4	5,8	5,4	5,1	4,3	4,9	-1,4
Brandenburg	5,6	6,2	5,9	5,7	4,4	4,3	-1,3

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 102: Dynamischer Verschuldungsgrad im Beherbergungsgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	6,0	5,9	5,4	5,2	4,2	4,4	-1,6
Ostdeutschland	8,1	7,4	7,1	6,9	5,9	6,4	-1,6
Brandenburg	7,2	7,4	7,3	7,6	6,3	5,9	-1,3

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 103: Dynamischer Verschuldungsgrad in der Gastronomie in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	2,9	2,9	2,6	2,5	2,1	2,1	-0,8
Ostdeutschland	4,0	3,4	3,1	2,8	2,2	2,6	-1,5
Brandenburg	3,7	4,9	4,2	3,5	3,1	3,1	-0,6

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

33. Absetzung für Abnutzung

Tab. 104: Absetzung für Abnutzung im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	3,2	3,1	3,0	2,9	2,8	2,8	-0,4
Ostdeutschland	3,8	3,4	3,3	3,3	3,2	3,2	-0,6
Brandenburg	3,2	4,1	4,2	3,9	3,6	3,4	0,2

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 105: Absetzung für Abnutzung im Beherbergungsgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	6,0	5,7	5,4	5,3	5,2	5,1	-0,9
Ostdeutschland	7,6	7,6	7,6	7,0	6,9	7,3	-0,3
Brandenburg	7,1	7,7	6,8	6,6	6,1	7,2	0,1

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 106: Absetzung für Abnutzung in der Gastronomie in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	4,6	4,4	4,2	4,1	4,0	4,1	-0,5

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Ostdeutschland	6,0	5,9	5,8	5,4	5,3	5,8	-0,3
Brandenburg	5,4	6,0	5,6	5,3	4,6	5,1	-0,3

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

34. Investitionsquote

Tab. 107: Investitionsquote im Gastgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	1,2	1,1	1,2	1,2	1,5	1,5	0,3
Ostdeutschland	1,6	1,5	1,3	1,4	1,7	2,1	0,5
Brandenburg	1,3	1,5	1,6	1,1	1,8	2,1	0,8

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 108: Investitionsquote im Beherbergungsgewerbe in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	2,3	1,9	1,9	2,1	2,4	2,2	-0,1
Ostdeutschland	2,2	2,2	2,0	2,0	2,1	2,3	0,1
Brandenburg	2,2	2,0	1,4	1,5	1,8	3,3	1,1

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

Tab. 109: Investitionsquote in der Gastronomie in Deutschland, Ostdeutschland und Brandenburg 2012-2017 (Median, in %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung 17 ggü.12 in Prozentpunkten
Deutschland	1,8	1,5	1,6	1,7	2,0	1,9	0,1
Ostdeutschland	1,9	1,9	1,7	1,7	1,9	2,2	0,3
Brandenburg	1,8	1,8	1,5	1,3	1,8	2,6	0,8

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL)

35. Unsere Investitionen werden in der kommenden Saison voraussichtlich "zunehmen":

Tab. 110: Zustimmung der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	23,4	19,7	22,5	26,0	26,5	25,3
Ostdeutschland	18,5	13,7	16,3	23,7	21,8	23,7

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Brandenburg	20,2	13,6	15,6	18,4	39,1	38,1

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 111: Zustimmung der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	27,1	21,8	26,0	29,2	28,9	27,4
Ostdeutschland	21,0	15,4	18,4	26,1	24,3	24,3
Brandenburg	24,8	14,8	17,8	19,0	42,4	35,5

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 112: Zustimmung der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	18,3	16,8	17,8	22,8	23,7	22,9
Ostdeutschland	14,4	9,8	13,5	20,7	18,1	21,7
Brandenburg	15,8	10,8	13,4	19,1	35,3	41,3

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

36. Unsere Investitionen werden in der kommenden Saison voraussichtlich "zunehmen" + "gleichbleiben":

Tab. 113: Zustimmung der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	64,4	61,7	65,2	69,3	72,6	71,9
Ostdeutschland	56,5	52,4	56,3	67,8	66,4	67,8
Brandenburg	55,9	48,5	55,6	64,0	90,8	87,8

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 114: Zustimmung der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	67,7	64,5	68,2	71,7	76,0	74,8
Ostdeutschland	58,1	55,5	57,8	71,4	68,7	70,7
Brandenburg	58,9	49,0	55,1	63,6	90,9	89,5

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 115: Zustimmung der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018-2013)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	59,7	57,6	60,7	66,3	69,0	68,4
Ostdeutschland	53,1	45,5	52,7	62,6	63,0	63,3
Brandenburg	52,1	46,4	52,9	63,5	90,6	85,7

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

37. Unsere Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf:

Tab. 116: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2018-2013)

	Kapazitätserweiterung						Rationalisierung						Modernisierung		
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015
Deutschland	12,2	11,5	13,1	14,3	14,5	16,6	26,3	19,2	17,9	18,1	19,6	18,9	78,2	80,3	81,4
Ostdeutschland	11,1	10,6	12,1	14,7	13,2	22,3	32,9	20,3	17,7	19,4	21,1	18,4	79,5	84,2	85,4
Brandenburg	16,8	10,3	11,5	16,2	21,8	21,0	34,6	25,3	21,1	19,1	27,9	27,3	77,6	85,0	81,2
	Modernisierung			Produktinnovation						Umweltschutz					
	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018

	Kapazitätserweiterung						Rationalisierung						Modernisierung		
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015
Deutschland	81,0	78,5	75,8	22,9	24,4	26,5	27,7	27,3	28,1	21,0	19,7	19,0	17,9	17,1	19,4
Ostdeutschland	79,8	83,0	65,3	19,3	16,7	19,7	23,3	20,0	27,1	12,7	14,0	12,3	13,6	11,4	12,8
Brandenburg	80,5	68,0	70,6	22,4	18,2	21,1	27,1	16,8	14,0	14,5	13,0	13,0	14,8	13,2	21,0

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 117: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018-2013)

	Kapazitätserweiterung						Rationalisierung						Modernisierung		
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015
Deutschland	11,5	11,0	12,9	14,3	14,3	15,8	24,5	16,0	14,9	15,2	15,8	15,6	79,2	82,2	83,1
Ostdeutschland	10,4	10,1	11,3	14,1	13,8	20,8	32,9	17,4	15,0	17,3	16,6	16,0	81,3	85,4	88,9
Brandenburg	18,9	11,8	9,9	19,3	24,8	21,1	28,4	19,3	16,5	13,3	20,8	19,7	80,0	85,7	86,0
	Modernisierung			Produktinnovation						Umweltschutz					

	Kapazitätserweiterung						Rationalisierung						Modernisierung		
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015
	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	82,4	80,1	75,3	22,0	23,9	26,9	26,5	26,5	29,3	23,2	20,5	19,8	18,1	18,8	18,6
Ostdeutschland	81,7	83,8	63,4	17,0	16,1	19,0	19,5	18,9	29,0	12,3	14,9	11,3	12,1	12,0	12,1
Brandenburg	83,0	67,3	71,8	21,1	16,8	17,4	22,2	11,9	11,3	17,9	13,4	15,7	11,1	13,9	21,1

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 118: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018-2013)

	Kapazitätserweiterung						Rationalisierung						Modernisierung		
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015
Deutschland	12,9	11,3	12,5	13,7	14,5	17,1	28,9	24,6	22,9	21,7	24,7	23,5	76,3	76,9	79,0
Ostdeutschland	11,4	9,2	12,4	14,2	11,5	22,2	33,3	27,0	22,8	23,2	27,4	22,8	75,6	81,7	80,2
Brandenburg	13,9	7,5	11,0	13,0	18,8	20,8	40,6	32,5	27,1	26,0	35,4	34,7	74,3	83,3	75,4
	Modernisierung			Produktinnovation						Umweltschutz					
	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	79,0	76,3	75,9	24,2	24,8	25,9	29,0	28,4	26,4	17,2	17,5	16,8	16,9	14,6	19,6
Ostdeutschland	76,3	81,7	68,0	22,8	17,3	21,0	28,5	21,8	23,1	13,3	11,1	12,4	14,5	10,0	13,0
Brandenburg	77,2	68,8	69,4	23,8	19,2	26,3	30,1	21,9	16,7	11,9	11,7	9,3	17,1	12,5	20,8

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

38. Wo sehen Sie die größten Risiken bei der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens in den kommenden 12 Monaten?

Tab. 119: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2018-2013)

	Inlandsnachfrage						Auslandsnachfrage					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	19,9	20,2	16,5	14,9	14,4	k. A.	8,1	7,0	8,4	6,5	6,1
Ostdeutschland	k. A.	16,9	19,6	14,4	15,3	11,2	k. A.	4,7	5,6	5,0	6,0	4,8
Brandenburg	k. A.	17,9	14,9	13,0	15,7	8,0	k. A.	3,1	1,9	2,8	5,0	1,4
	Finanzierung						Arbeitskosten					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	13,3	11,6	11,0	10,4	10,1	k. A.	57,7	61,9	59,5	56,5	56,8
Ostdeutschland	k. A.	10,3	10,1	9,0	9,4	8,5	k. A.	64,8	63,4	61,8	56,6	52,3
Brandenburg	k. A.	9,3	6,3	7,6	8,0	4,2	k. A.	69,8	60,4	61,4	58,2	51,2
	Fachkräftemangel						Wechselkurs					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	52,4	59,4	65,1	66,7	70,0	k. A.	0,6	1,5	0,7	0,6	0,8
Ostdeutschland	k. A.	48,8	57,7	64,7	64,2	67,3	k. A.	0,2	2,5	1,5	0,7	1,1

	Inlandsnachfrage						Auslandsnachfrage					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Brandenburg	k. A.	46,6	53,2	64,2	64,8	69,0	k. A.	0,0	0,3	0,9	1,1	0,5
	Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen						Energie- und Rohstoffpreise					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	36,1	42,9	37,9	35,8	34,3	k. A.	65,8	43,6	44,8	50,3	52,0
Ostdeutschland	k. A.	34,5	38,9	36,8	38,0	37,3	k. A.	64,5	47,0	51,1	56,9	54,9
Brandenburg	k. A.	35,5	35,8	36,1	41,4	38,0	k. A.	46,6	43,0	60,8	62,5	58,7
	Energiepreise						Lebensmittel- und Rohstoffpreise					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	k. A.	27,5	28,2	k. A.	29,2	k. A.	k. A.	18,4	20,5	k. A.	26,0
Ostdeutschland	k. A.	k. A.	34,5	36,3	k. A.	34,9	k. A.	k. A.	24,8	26,9	k. A.	36,1
Brandenburg	k. A.	k. A.	33,9	46,8	k. A.	43,7	k. A.	k. A.	22,2	34,5	k. A.	39,4

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 120: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2018-2013)

	Inlandsnachfrage						Auslandsnachfrage					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	20,8	23,1	18,1	16,3	16,8	k. A.	10,4	9,7	11,7	9,5	8,6
Ostdeutschland	k. A.	18,2	24,2	15,5	17,0	13,3	k. A.	6,5	7,4	5,6	7,7	6,2
Brandenburg	k. A.	22,6	20,6	14,4	18,1	12,8	k. A.	4,8	1,4	2,0	7,1	2,8
	Finanzierung						Arbeitskosten					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	13,6	11,7	11,1	10,0	9,4	k. A.	54,6	59,3	55,8	52,3	52,1
Ostdeutschland	k. A.	10,6	10,3	9,1	8,4	8,5	k. A.	61,6	60,5	57,2	52,6	48,4
Brandenburg	k. A.	10,3	6,4	8,5	7,1	4,6	k. A.	61,6	56,0	56,9	55,9	49,5
	Fachkräftemangel						Wechselkurs					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	50,6	57,6	62,4	64,1	67,2	k. A.	0,6	1,7	0,8	0,7	0,9
Ostdeutschland	k. A.	47,7	54,0	60,7	59,1	62,5	k. A.	0,2	3,0	1,3	0,9	1,4
Brandenburg	k. A.	39,7	44,7	52,3	55,1	59,6	k. A.	0,0	0,0	0,7	1,6	0,0
	Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen						Energie- und Rohstoffpreise					

	Inlandsnachfrage						Auslandsnachfrage					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	36,8	44,6	39,0	36,0	34,3	k. A.	64,1	39,1	41,0	45,5	47,1
Ostdeutschland	k. A.	34,1	39,9	37,0	37,2	37,8	k. A.	62,5	42,6	47,8	52,1	49,6
Brandenburg	k. A.	39,0	39,7	37,3	41,7	39,4	k. A.	40,4	36,2	57,5	59,1	53,2
	Energiepreise						Lebensmittel- und Rohstoffpreise					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	k. A.	25,5	29,0	k. A.	28,8	k. A.	k. A.	11,4	14,3	k. A.	18,6
Ostdeutschland	k. A.	k. A.	33,0	37,5	k. A.	33,4	k. A.	k. A.	17,9	19,3	k. A.	27,9
Brandenburg	k. A.	k. A.	32,6	49,7	k. A.	44,0	k. A.	k. A.	12,8	24,8	k. A.	28,4

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

Tab. 121: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2018-2013)

	Inlandsnachfrage						Auslandsnachfrage					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	18,5	16,3	14,7	13,4	12,0	k. A.	4,8	3,2	4,6	3,3	3,1
Ostdeutschland	k. A.	15,5	14,2	12,8	13,4	8,4	k. A.	2,0	3,2	4,3	4,0	2,8

	Inlandsnachfrage						Auslandsnachfrage					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Brandenburg	k. A.	13,7	10,5	11,0	13,4	2,9	k. A.	1,9	2,6	3,4	3,0	0,0
	Finanzierung						Arbeitskosten					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	13,1	10,9	10,9	10,7	10,7	k. A.	63,0	66,3	64,2	61,7	62,4
Ostdeutschland	k. A.	10,5	9,6	9,1	10,3	7,7	k. A.	71,1	67,0	66,2	61,8	56,3
Brandenburg	k. A.	9,3	6,5	6,8	9,0	3,8	k. A.	78,9	62,1	65,1	60,4	52,9
	Fachkräftemangel						Wechselkurs					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	57,2	64,1	69,8	70,7	74,2	k. A.	0,5	1,3	0,7	0,5	0,7
Ostdeutschland	k. A.	52,2	62,7	70,2	70,3	74,5	k. A.	0,2	1,9	1,8	0,5	0,7
Brandenburg	k. A.	54,0	62,1	76,7	73,9	78,8	k. A.	0,0	0,7	1,4	0,7	1,0
	Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen						Energie- und Rohstoffpreise					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	34,5	40,9	36,2	35,5	34,8	k. A.	67,9	48,7	48,5	55,3	57,4
Ostdeutschland	k. A.	33,8	37,8	37,7	39,1	37,4	k. A.	67,6	53,0	54,7	62,5	61,7

	Inlandsnachfrage						Auslandsnachfrage					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Brandenburg	k. A.	30,4	30,1	35,6	41,0	36,5	k. A.	50,9	49,7	64,4	65,7	64,4
	Energiepreise						Lebensmittel- und Rohstoffpreise					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	k. A.	k. A.	29,3	26,5	k. A.	28,3	k. A.	k. A.	28,0	28,1	k. A.	35,1
Ostdeutschland	k. A.	k. A.	36,2	33,6	k. A.	36,0	k. A.	k. A.	35,2	36,4	k. A.	48,1
Brandenburg	k. A.	k. A.	34,6	43,2	k. A.	43,3	k. A.	k. A.	33,3	44,5	k. A.	51,0

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2018-2013

39. Mit welchen Auswirkungen der Digitalisierung der Arbeitswelt rechnen Sie für Ihr Unternehmen in den kommenden Jahren?

Tab. 122: Antworten der Befragten im Gastgewerbe in Prozent (2015)

	keine Auswirkungen	Wegfall von Routinetätigkeiten	steigende Arbeitsproduktivität	Fachkräftemangel insb. bei IT/technische Berufe	steigende Qualifikationsanforderungen an Mitarbeiter	steigender Koordinierungsaufwand	Personal-aufbau	Personal-abbau
Deutschland	36,9	11,5	16,5	10,5	39,1	25,3	6,4	9,5
Ostdeutschland	39,4	11,1	17,7	9,6	36,9	21,4	4,6	8,6

Quelle: DIHK Saisonumfrage 2015

Tab. 123: Antworten der Befragten im Beherbergungssegment in Prozent (2015)

	keine Aus- wirkungen	Wegfall von Routinetätig- keiten	steigende Arbeitspro- duktivität	Fachkräftemangel insb. bei IT/techni- sche Berufe	steigende Qualifika- tionsanforderungen an Mitarbeiter	steigender Koordi- nungsaufwand	Personal- aufbau	Personal- abbau
Deutschland	35,3	12,2	17,8	12,0	41,1	26,2	6,8	8,6
Ostdeutschland	41,2	10,9	17,8	10,0	35,9	20,9	4,8	6,9

Quelle: DIHK Saisonumfrage 2015

Tab. 124: Antworten der Befragten in der Gastronomie in Prozent (2015)

	keine Aus- wirkungen	Wegfall von Routinetätig- keiten	steigende Ar- beitsproduktivi- tät	Fachkräfte- mangel insb. bei IT/techni- sche Berufe	steigende Qualifikati- onsanforderungen an Mitarbeiter	steigender Koordi- nungsaufwand	Personal- aufbau	Personalab- bau
Deutschland	38,6	10,1	14,3	9,0	36,6	24,9	5,8	11,2
Ostdeutsch- land	36,3	11,5	17,7	9,0	37,9	22,4	4,3	11,8

Quelle: dwif 2019, Daten DIHK Saisonumfrage 2015

40. Digitalisierungsindex im Ländervergleich

Tab. 125: Digitalisierungsindex im Ländervergleich
Absteigend sortiert nach Handel (Handel und Gastgewerbe)

	Gesamt	Handel (Handel und Gastgewerbe)	Dienstleistung (Dienstleistung und Gesundheitswesen)	Industrie
Schleswig-Holstein	56	56	59	52
Bayern	54	55	52	58
Berlin	57	54	58	57
Rheinland-Pfalz	53	53	51	56
Hamburg	56	52	57	59
Hessen	54	52	54	55
Mecklenburg-Vorpommern	53	52	54	53
Sachsen-Anhalt	56	52	56	61
Thüringen	53	52	56	51
Nordrhein-Westfalen	56	51	58	56
<i>Gesamt</i>	<i>55</i>	<i>51</i>	<i>56</i>	<i>56</i>
Baden-Württemberg	56	50	58	56

	Gesamt	Handel (Handel und Gastgewerbe)	Dienstleistung (Dienstleistung und Gesundheitswesen)	Industrie
Niedersachsen	55	49	58	55
Sachsen	52	46	58	50
<i>Brandenburg</i>	<i>53</i>	<i>45</i>	<i>55</i>	<i>59</i>
Bremen	-	-	-	-
Saarland	-	-	-	-

Quelle: dwif 2019, Deutsche Telekom AG: Digitalisierungsindex Mittelstand, Bonn 2018.

VI. ANHANG

1. Fragebogen Teil I

Fragebogen / Erhebungsbogen Betriebsvergleich Brandenburg 2018

Der Betriebsvergleich ist ein wichtiges Informations- und Steuerungsinstrument für Ihr Unternehmen. Sie können wichtige Einblicke zur Leistungsfähigkeit, Wirtschaftlichkeit und Produktivität Ihres Betriebes gewinnen. Damit werden Gewinnreserven aufgezeigt, die in einem immer enger werdenden Markt notwendig sind. Die Untersuchung in Brandenburg sichert die Vergleichbarkeit mit Betrieben im regionalen Wettbewerbsumfeld. Selbstverständlich garantieren wir Ihnen eine absolut vertrauliche Behandlung Ihrer Daten und sichern die Anonymität des Betriebes zu.

1. Welchem Gastgewerbe-Segment würden Sie Ihren Betrieb zuordnen?

Nur eine Antwort möglich!

- Beherbergung (Anteil Beherbergung > 50% Gesamtumsatz)
- Gastronomie (Anteil Gastronomie > 50% Gesamtumsatz)

2. Bitte geben Sie Ihren Betriebsnamen und Ihre Postleitzahl an.

Name des Betriebs: _____ Postleitzahl: _____

Nur wenn Frage 1 = Beherbergung

3. Welchem Betriebstyp würden Sie Ihren Betrieb hauptsächlich zuordnen?

Nur eine Antwort möglich!

- Hotel • Pension
- Hotel garni • Gasthof
- Sonstiges, und zwar: _____

4. Bitte machen Sie Angaben zum Umfang Ihres Beherbergungsangebotes (Angaben inkl. Aufbettung, Zustell- und Sofabetten).

Sofern Sie über eine bestimmte Zimmerkategorie nicht verfügen, tragen Sie bitte eine 0 ein.

Anzahl der Einzelzimmer: _____

Anzahl der Doppelzimmer: _____

Anzahl der Suiten und/oder Appartements: _____

Anzahl der Zimmer insgesamt: _____

Anzahl der Betten insgesamt: _____

5. An wie vielen Tagen im Jahr hat Ihr Beherbergungsbetrieb geöffnet?

Jährliche Öffnungszeit in Tagen: _____

6. Bitte geben Sie die durchschnittliche Zimmer-/Bettenauslastung im Jahr 2017 an.

Ø Zimmerauslastung: _____% Ø Bettenauslastung: _____%

7. Bitte nennen Sie den durchschnittlichen Zimmerpreis pro Person im Jahr 2017.

Bitte geben Sie ggf. eine Schätzung ab.

Ø Zimmerpreis pro Person (ohne Frühstück): _____ €

8. Wie setzt sich die Struktur Ihrer Gäste zusammen?

(Bitte achten Sie darauf, dass die Summe Ihrer Angaben jeweils 100% ergibt. Sollten Ihnen die konkreten Zahlen nicht vorliegen, geben Sie bitte eine Schätzung ab.)

Anteil an allen Übernachtungen

Geschäftsreisende

Übernachtungen durch Seminar-, Tagungs- und Kongressgäste _____ %

Übernachtungen durch Messebesucher _____ %

Übernachtungen durch Monteure _____ %

Übernachtungen durch sonstige Geschäftsreisende _____ %

Urlaubsgäste _____ %

Σ 100%

9. Welche Komplementärangebote bieten Sie an?

Mehrfachnennungen möglich.

- Seminar- und Tagungsbereich
- Wellnessbereich
- Kinderbetreuung
- Verleih (z. B. Fahrräder, Kanus)
- Umsatzstarken Nebenbetrieb, und zwar: _____
- Sonstige, und zwar: _____
- Wir bieten keine Komplementärangebote an

Nur wenn Frage 1 = Gastronomie

10. Welcher Betriebsart würden Sie Ihren Gastronomiebetrieb zuordnen?

Nur eine Antwort möglich!

- Speisengeprägt (Küchenumsatz > 50 % vom Gastronomieumsatz)
- Getränkegeprägt z.B. Café, Eiscafé, Kneipe (Getränkeumsatz > 50% vom Gastronomieumsatz)

11. Bitte geben Sie die Sitzplatz-Kapazitäten Ihres Gastronomiebetriebs an.

Anzahl der Sitzplätze in Gaststuben/Restaurant- u. Nebenräumen: _____

Anzahl der Sitzplätze auf Terrassen und im Garten: _____

Anzahl der Sitzplätze im Saal (Tischbestuhlung): _____

Anzahl der Sitzplätze in der Bar und in sonstigen Räumen: _____

Anzahl der Sitzplätze insgesamt: _____

12. Bitte geben Sie die Öffnungszeiten Ihres Gastronomiebetriebs an.

Durchschnittliche tägliche Öffnungszeit in Stunden: _____

Anzahl der Ruhetage pro Woche: _____

Durchschnittliche jährliche Öffnungszeit in Tagen: _____

13. Wie viele Gedecke (Restaurantbereich inkl. Frühstücks- u. Kaffeegeschäft) wurden 2017 abgegeben?

Gedeck=Gesamtverzehr (Speisen u. Getränke) eines Gastes während eines Besuches.

Zahl der abgegebenen Gedecke: _____ • weiß nicht

Ab hier wieder alle Befragten:

14. Wie ist die Eigentumssituation in Ihrem Unternehmen?

Nur eine Antwort möglich!

- Eigentumsbetrieb
- Pacht-/Mietbetrieb
- Management-/Betriebsführungsvertrag

15. Welcher Gesellschaftsform gehören Sie an?

Nur eine Antwort möglich!

- Einzelfirma/-kaufmann
- Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR)
- Kommanditgesellschaft (KG)
- OHG
- GmbH
- GmbH & Co KG
- UG
- Limited
- AG
- Sonstige, und zwar: _____

16. Bitte geben Sie die Anzahl der Mitarbeiter in Ihrem Betrieb an.

Bitte geben Sie jeweils die durchschnittliche Anzahl pro Jahr an.

Anzahl der Beschäftigten, die nicht Lohn- und Gehaltsempfänger sind (z.B. Inhaber, Familienmitglieder): _____

- davon Vollzeit: _____
- davon Teilzeit: _____

Anzahl der Lohn- und Gehaltsempfänger: _____

- davon Vollzeit (ohne Auszubildende): _____
- davon Teilzeit (ohne Auszubildende): _____
- davon geringfügig Beschäftigte: _____
- davon Auszubildende: _____

17. Bitte füllen Sie nachfolgend die Gewinn- und Verlustrechnung für das Jahr 2017 aus.

Erträge in vollen €, inkl. Bedienung ohne MwSt. € Erläuterungen

Beherbergungsertrag – ohne Frühstück

Erträge im Gastronomiebereich (inkl. Personalverpflegung)

- davon Speisen
- davon Getränke
- davon außer Haus (z.B. Catering)

Erträge besonderer Positionen (Wellness & Spa, Kongress)

Sonstige Erträge (z.B. Vermietungserträge)

Gesamterträge

Aufwand in vollen €, ohne MwSt. € Erläuterungen

Warenaufwand gesamt (inkl. Personalverpflegung)

- davon Speisen
- davon Getränke
- davon sonstige Waren (Handelsware)

Personal

Energie

Betriebliche Steuern/Versicherung/Abgaben

Sonstige Betriebs- und Verwaltungskosten gesamt

Instandhaltung/Reparatur/Wartung

AfA/ GWG´s

Leasing

Fremdkapital - Zinsen

Pacht/Miete

Aufwendungen gesamt

Betriebsergebnis

18. Ist der Inhaber in den o.g. Personalkosten enthalten?

Nur eine Antwort möglich!

- Ja, mit _____ €
- Nein

19. Bitte geben Sie nachfolgend die Bilanzwerte für das Jahr 2017 an.

Bitte übertragen Sie die entsprechenden Zahlen aus Ihrer Bilanz in nachfolgende Felder. Bei Besonderheiten oder nur einmaligen Effekten bitte eine kurze Erläuterung in Stichpunkten hinzufügen. Sie können auch gerne die Hilfe Ihres Steuerberaters zum Ausfüllen der Felder in Anspruch nehmen.

Aktiva in vollen € Erläuterungen

Anlagevermögen

Umlaufvermögen

Aktive Rechnungsabgrenzung und Wertberichtigung

Bilanzverlust

Minuskapital

Bilanzsumme

Passiva in vollen € Erläuterungen

Verbindlichkeiten

Rückstellungen

Passive Rechnungsabgrenzung und Wertberichtigung

Eigenkapital inkl. Rücklagen

Bilanzgewinn

Bilanzsumme

20. Wie hoch war Ihre Tilgungsbelastung inkl. Zinsen im Jahr 2017 (z.B. Darlehen, Kredite, etc.)?

ca. _____ € p.a.

21. Wie viel haben Sie insgesamt für betriebliche Investitionen (Instandhaltung, Modernisierung, Erweiterungsmaßnahmen) in den letzten 5 Jahren aufgewendet?

(Sollten Ihnen die konkreten Zahlen nicht vorliegen, geben Sie bitte eine Schätzung ab!) Nur eine Antwort möglich!

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| • keine Investitionen | • 100 Tsd. bis < 250 Tsd. Euro |
| • Unter 10 Tsd. Euro | • 250 Tsd. bis < 500 Tsd. Euro |
| • 10 Tsd. bis < 25 Tsd. Euro | • 500 Tsd. bis < 1 Mio. Euro |
| • 25 Tsd. bis < 50 Tsd. Euro | • 1 Mio. Euro und mehr |
| • 50 Tsd. bis < 100 Tsd. Euro | |

Davon aus Fördermitteln (ca.) _____ Tsd. Euro

22. Planen Sie in den nächsten 5 Jahren Investitionen? Nur eine Antwort möglich!

- Ja • Nein

Nur wenn Frage 22 = ja

23. Welche Investitionen planen Sie in den nächsten 5 Jahren?

Bitte geben Sie die geplante Investitionssumme an.

€

Erläuterungen

Kapazitätsausweitung Hotel

Kapazitätsausweitung Gastronomie

Küchen- und Haustechnik

Modernisierung Einrichtung

Ersatzbeschaffung Einrichtung

Werterhaltung der Immobilie

Sonstiges, und zwar: _____

Im Rahmen des Projektes können Sie für Ihren Betrieb eine kostenlose Einzelauswertung erhalten. Dazu werden Ihr Vor- und Nachname, Ihr Betriebsname, Ihre Anschrift, Ihre Telefonnummer sowie Ihre E-Mail-Adresse benötigt. Mit untenstehender Bestätigung erklären Sie sich damit einverstanden, dass die von Ihnen angegebenen personenbezogenen Daten zusammen mit Ihren Angaben der Befragung gespeichert werden. Es werden dabei ausschließlich Rückschlüsse im Zusammenhang mit Ihrer persönlichen Einzelauswertung erfolgen. In der Gesamtauswertung werden alle Daten selbstverständlich streng vertraulich und ausschließlich anonymisiert verwendet.

Die im Zuge der Einzelauswertung erhobenen Personendaten werden nach der gesetzlichen Aufbewahrungsfrist gelöscht. Die Teilnehmer/innen haben jederzeit die Möglichkeit, Auskunft zum Stand der Speicherung ihrer persönlichen Daten zu verlangen und die Löschung ihrer im Rahmen der Einzelauswertung angegebenen personenbezogenen Daten zu verlangen. Der Löschungswunsch (Widerruf) ist an folgende E-Mailadresse zu richten: info-berlin@dwif.de

- Ich wünsche für meinen Betrieb eine Einzelauswertung und stimme der Verwendung meiner nachstehenden persönlichen Daten unter den genannten Bedingungen zu.

24. Bitte geben Sie für Rückfragen und Ihre kostenlose Sonderauswertung Ihre Kontaktdaten an.

Name:

Vorname:

Betrieb:

Anschrift:

Telefon:

E-Mail-Adresse:

2. Fragebogen Teil II

Sonderbefragung Betriebsvergleich Brandenburg 2018

Der Betriebsvergleich ist ein wichtiges Informations- und Steuerungsinstrument für Ihr Unternehmen. Sie können wichtige Einblicke zur Leistungsfähigkeit, Wirtschaftlichkeit und Produktivität Ihres Betriebes gewinnen. Damit werden Gewinnreserven aufgezeigt, die in einem immer enger werdenden Markt notwendig sind. Die Untersuchung in Brandenburg sichert die Vergleichbarkeit mit Betrieben im regionalen Wettbewerbsumfeld. Selbstverständlich garantieren wir Ihnen eine absolut vertrauliche Behandlung Ihrer Daten und sichern die Anonymität des Betriebes zu.

Hinweis auf der ersten Seite zur Online-Befragung: Mit nachfolgenden Fragen sollen wichtige Brancheninformationen für unterschiedliche Themenbereiche erhoben werden. Aufgrund der Kürze des Fragebogens kombiniert mit den breiten Themenfeldern kommt es zu thematischen Sprüngen bei der Befragung. Der Fragebogen kann aber leicht und in rund 7-8 Minuten beantwortet werden.

1. Bitte geben Sie Ihren Betriebsnamen und Ihre Postleitzahl an.

Filterfrage zum Teil 1 des Fragebogens BV Brandenburg

Name des Betriebs: _____ Postleitzahl: _____

2. Welchem Gastgewerbe-Segment würden Sie Ihren Betrieb zuordnen?

Nur eine Antwort möglich!

- Beherbergung (Anteil Beherbergung > 50% Gesamtumsatz)
- Gastronomie (Anteil Gastronomie > 50% Gesamtumsatz)

Nur wenn Frage 1 = Beherbergung

3. Welchem Betriebstyp würden Sie Ihren Betrieb zuordnen?

Nur eine Antwort möglich!

- Hotel
- Hotel garni
- Sonstiges, und zwar: _____
- Pension
- Gasthof

4. Bitte machen Sie Angaben zum Umfang Ihres Beherbergungsangebotes (Angaben inkl. Aufbettung, Zustell- und Sofabetten).

Anzahl der Betten (inkl. Suiten, Appartements, etc.) insgesamt: _____

Nur wenn Frage 1 = Gastronomie

5. Welcher Betriebsart würden Sie Ihren Gastronomiebetrieb zuordnen?

Nur eine Antwort möglich!

- Speisengeprägt (Küchenumsatz > 50 % vom Gastronomieumsatz)
- Getränkegeprägt z.B. Café, Eiscafé, Kneipe (Getränkeumsatz > 50% vom Gastronomieumsatz)

6. Bitte geben Sie die Sitzplatz-Kapazitäten Ihres Gastronomiebetriebs an.

Anzahl der Sitzplätze im Innenbereich (z.B. Gaststuben/Restaurant- u. Nebenräumen): _____

Anzahl der Sitzplätze im Außenbereich (z.B. auf Terrassen und im Garten): _____

Ab hier wieder alle Befragten

7. Welcher Umsatzgrößenklassengruppe ist Ihr Betrieb zuzuordnen?

Nur eine Antwort möglich!

- weniger als 25.000 €
- 25.000 bis unter 50.000 €
- 50.000 bis unter 100.000 €
- 100.000 bis unter 250.000 €
- 250.000 bis unter 500.000 €
- 500.000 € und mehr

8. Ist die Betriebsnachfolge in Ihrem Betrieb geregelt?

Nur eine Antwort möglich!

- Ja, der Betrieb wird verkauft
- Ja, der Betrieb wird durch ein Familienmitglied weitergeführt
- Nein, die Betriebsnachfolge ist nicht geregelt (**Filterfrage**)
- Regelung der Betriebsnachfolge derzeit für uns nicht relevant

Nur wenn Frage 8 = „Nein, die Betriebsnachfolge ist nicht geregelt“

9. Aus welchen Gründen ist Ihre Betriebsnachfolge nicht geregelt?

Mehrfachantworten möglich

- Betriebsschließung
- Fehlender Nachfolger
- Beratungsbedarf
- Sonstiges, und zwar _____

Nur wenn Frage 8 = „Ja, der Betrieb wird verkauft“ oder „Nein, die Betriebsnachfolge ist nicht geregelt“

10. Über welche Quellen werden oder haben Sie versucht einen geeigneten Nachfolger für Ihren Betrieb zu finden?

Mehrfachantworten möglich

- Unternehmensberater
- Geschäftspartner
- Mitarbeiter
- Bank
- Industrie- und Handelskammer / DEHOGA
- Zeitschriften / Zeitungen
- Nachfolgebörsen im Internet
- Freunde / Bekannte
- Andere, und zwar: _____

Nur wenn Frage 8 = „Ja, der Betrieb wird verkauft“, „Ja, der Betrieb wird durch ein Familienmitglied weitergeführt“ oder „Nein, die Betriebsnachfolge ist nicht geregelt“

11. Worin sahen / sehen Sie die drei größten Herausforderungen im Zusammenhang mit einer Unternehmensübergabe?

Maximal 3 Nennungen

- Festlegen des zeitlichen Ablaufs der Übergabe
- Zustand und Lage des Hauses
- Finanzielle Bewertung des Betriebs
- Suche nach einem geeigneten Nachfolger
- Prüfung verschiedener Übergabevarianten
- Verhandlungen mit dem Nachfolger
- Sicherung der Altersvorsorge
- Klärung von Erbrechtsfragen
- Klärung von Steuerfragen / steuerliche Optimierung
- Einführung und Einarbeitung des Nachfolgers
- Sonstiges, und zwar: _____

Nur wenn Frage 8 = „Ja, der Betrieb wird verkauft“, „Ja, der Betrieb wird durch ein Familienmitglied weitergeführt“ oder „Nein, die Betriebsnachfolge ist nicht geregelt“

12. Für welche der folgenden Herausforderungen im Zusammenhang mit einer Unternehmensübergabe haben Sie externe Beratung hinzugezogen?

Mehrfachantworten möglich

- Festlegen des zeitlichen Ablaufs der Übergabe
- Zustand und Lage des Hauses
- Finanzielle Bewertung des Betriebs
- Suche nach einem geeigneten Nachfolger
- Prüfung verschiedener Übergabevarianten
- Verhandlungen mit dem Nachfolger
- Sicherung der Altersvorsorge
- Klärung von Erbrechtsfragen
- Klärung von Steuerfragen / steuerliche Optimierung
- Einführung und Einarbeitung des Nachfolgers
- Sonstiges, und zwar: _____
- Habe/werde keine externe Beratung hinzuziehen (exklusiv)

Nur wenn Frage 1 = Beherbergung

13. In welchen Bereichen haben Sie bereits digitale Anwendungen umgesetzt bzw. wo ist dies geplant?

Mehrfachnennungen möglich! Bereits umgesetzte oder konkret geplante Maßnahmen können in der jeweiligen Zeile eingetragen werden.

Bereiche	Bereits umgesetzt	In Planung	Nichts umgesetzt/geplant
Rezeption / Reservierung	• _____	• _____	• _____
Zimmer	• _____	• _____	• _____
Marketing	• _____	• _____	• _____
Restaurant	• _____	• _____	• _____
Küche	• _____	• _____	• _____
Verwaltung	• _____	• _____	• _____
Sonstige	• _____	• _____	• _____

Nur wenn Frage 1 = Gastronomie

14. In welchen Bereichen haben Sie bereits digitale Anwendungen umgesetzt bzw. wo ist dies geplant?

Mehrfachnennungen möglich! Bereits umgesetzte oder konkret geplante Maßnahmen können in der jeweiligen Zeile eingetragen werden.

Bereiche	Bereits umgesetzt	In Planung	Nichts umgesetzt/ geplant
Restaurant	• _____	• _____	• _____
Küche	• _____	• _____	• _____
Verwaltung	• _____	• _____	• _____
Sonstige	• _____	• _____	• _____

Ab hier wieder alle

15. Bitte geben Sie an welche personalpolitischen Maßnahmen Sie in Ihrem Betrieb anwenden.

Mehrfachnennungen möglich!

- Wir wenden keine personalpolitischen Maßnahmen an (exklusiv)
- Gehälter nach Tarif
- Moderne Arbeitszeitmodelle (z.B. Teilzeit, Gleitzeit, Arbeitszeitkonten, Vertrauensarbeitszeit, etc.)
- Aufwertung des Arbeitsumfeldes (z.B. Gesundheitsangebote, attraktiver Arbeitsplatz, etc.)
- regelmäßig Seminare und/oder Weiterbildungsangebote
- regelmäßige Personalgespräche
- Umsatzbeteiligung
- Prämien
- Gehaltsauszahlungen über Branchenniveau
- Mitarbeiterwohnung

- Personalesen
- Betriebliche Zusatzversicherungen
- Sonstige, und zwar _____

16. An welchen der nachfolgenden Qualitätsinitiativen beteiligen Sie sich mit Ihrem Betrieb?

- Wir beteiligen uns aktuell an keinen Qualitätsinitiativen (exklusiv)
- Hotel-Klassifizierung Anzahl der Sterne: _____
- G-Klassifizierung Anzahl der Sterne: _____
- ServiceQualität Deutschland Stufe: _____
- ADFC Bett+Bike
- QMJ Qualitätsmanagement Kinder- und Jugendreisen
- Brandenburg für alle (Informationssystem Barrierefreiheit)
- Reisen für Alle
- Wanderbares Deutschland
- Viabono
- Gelbe Welle
- Sonstige, und zwar: _____

17. Wie hoch ist der Anteil regionaler Produkte (Brandenburg) beim Wareneinkauf?

Nur eine Antwort möglich!

- bis 25%
- 26 - 50%
- 51 - 100%

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!