

Betreff: derStandard.at Artikel: Umsatz geht brausen

Von: peternash@gmx.net

Datum: 9 Aug 2009 14:49:45 +0200

An: hb <hb@swb.at>

Diese Email sendet Ihnen Peter Cash

ein Service von **derstandard.at**

09.07.2009 14:42

[+] TOURISMUS

Umsatz geht brausen

Angesichts der Konjunkturkrise und des schlechten Wetters stellen sich die heimischen Tourismusbetriebe auf eine magere Sommersaison ein

Wien - Die heimischen Tourismusbetriebe rechnen mit einem Umsatzrückgang von 4,5 Prozent zum Vorjahr. Das geht aus einer aktuellen Umfrage des market-Instituts hervor, die heute, Donnerstag, in Wien präsentiert wurde.

Die Krise macht sich hauptsächlich dadurch bemerkbar, dass die Gäste kürzer bleiben, billigere Quartiere buchen und generell weniger ausgeben. Auf die Zurückhaltung bei den Konsumenten reagieren die meisten Tourismusunternehmen (40 Prozent) laut Studie mit einem verbesserten Angebot zum gleichen Preis, nur 13 Prozent verbilligen ihre Leistung.

"Wir wünschen uns kein Preisdumping und können es auch nicht empfehlen", meinte dazu Hans Schenner, Obmann der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft in der [Wirtschaftskammer](#). Die Problematik liege nicht nur darin, die Preise später wieder hochzubekommen, sondern auch in der Ungleichbehandlung der Gäste, die das gleiche Angebot zu signifikant unterschiedlichen Beträgen buchen: "So kann man sich im Urlaub nicht wohlfühlen", appellierte Schenner bei der Vorstellung der Umfrage an die Betriebe.

"Keine Untergangsstimmung"

Er sieht bei seinen Branchenkollegen "keine Euphorie, aber auch keine Untergangsstimmung". "Im schlimmsten Fall erzielen wir wieder ein Ergebnis auf dem Niveau von 2006", sagte Schenner. Zwei Drittel der rund 2.300 befragten Hotel- und Gastronomiestätten spüren der market-Studie zufolge die Auswirkungen der Krise bereits, ein Fünftel sogar sehr. Dabei erwarten die meisten Betriebe (64 Prozent), dass der Höhepunkt der Wirtschaftskrise erst bevorsteht.

Der aktuellen Sommersaison sehen 53 Prozent der Befragten "eher" oder "sehr negativ" entgegen, 47 Prozent erwarten dagegen eine "sehr positive" oder "eher positive" Saison. Dabei ist die Hotellerie mit 58 Prozent an negativ-Eingestellten pessimistischer als die Gastronomie (50 Prozent). Tendenziell sind laut Studie junge Unternehmer optimistischer, was die Saison betrifft, als die älteren Kollegen.

Im Detail erwarten sich beim Umsatz nur 12 Prozent aller Tourismusunternehmen eine Steigerung, 38 Prozent sehen diesen Sommer keine Veränderung zum Vorjahr und 49 Prozent gehen von einem Rückgang aus. Auch hier heben sich die Hoteliers, die zu 57

Prozent ein Minus erwarten, von den Gastronomen ab, die zu 43 Prozent einen Umsatzrückgang in der Saison prognostizieren.

Punkto Nächtigungszahlen ist man in 55 Prozent der Hotels derzeit "überhaupt nicht" oder "weniger zufrieden", 35 Prozent geben sich immerhin "zufrieden", 9 Prozent sogar "sehr zufrieden". Dementsprechend geben 55 Prozent der Hoteliers an, sie liegen bei den Nächtigungszahlen de facto unter dem Vorjahresniveau, 30 Prozent befinden sich auf dem selben und 13 Prozent über dem Wert von 2008. Ähnlich die Buchungszahlen: Hier liegen derzeit 60 Prozent unter dem Vorjahr, nur 29 Prozent sagen, sie befinden sich heuer wieder auf dem gleichen Level und 10 Prozent liegen darüber.

Pessimismus in der Gastronomie

Auch in der optimistischeren Gastronomie werden die Vorjahreswerte nicht erreicht. Hier sagen 45 Prozent, sie liegen aktuell beim Umsatz zurück, 34 Prozent sehen einen Gleichstand und 19 Prozent verzeichnen ein Plus. Besonders den großen Betrieben scheint es dabei besser zu gehen: 33 Prozent der Gastrostätten mit über 20 Mitarbeitern sind "sehr zufrieden" mit dem bisher erzielten Umsatz. Zum Vergleich behaupten dies nur 2 Prozent der Betriebe mit bis zu zwei Mitarbeitern oder zehn Prozent der Betriebe mit sechs bis 20 Mitarbeitern.

Die Auswirkungen der Wirtschaftskrise machen sich am stärksten dadurch bemerkbar, dass die Touristen mehr auf ihr Geld schauen. 68 Prozent der Betriebe stimmen dem zu. 63 Prozent registrieren eine vermehrte Buchung von günstigeren Quartieren, 62 Prozent merken, dass die Urlauber weniger lang bleiben und 47 Prozent geben an, dass es derzeit schwierig ist, einen Kredit für Investitionen zu bekommen.

Die oft gehegte Hoffnung, dass Österreich als Selbstfahrerdestination gerade in der Krise gegenüber den Fernreisezielen attraktiver werden könnte, manifestiert sich hingegen noch nicht: Nur 20 Prozent der befragten Betriebe glauben an diesen positiven Effekt. Beim market-Institut interpretiert man die Ergebnisse allerdings nicht nur unter dem Aspekt der Krise. Die Befragung der rund 2.312 Betriebe habe von 4. bis 8. Juli stattgefunden, also in einem Zeitraum, in dem die Stimmung stark von Hochwasser und Regenwetter geprägt war, erklärte market-Geschäftsführer David Pfarrhofer. (APA)

Link zum Artikel: [Umsatz geht brausen](#)

© derStandard.at
2009