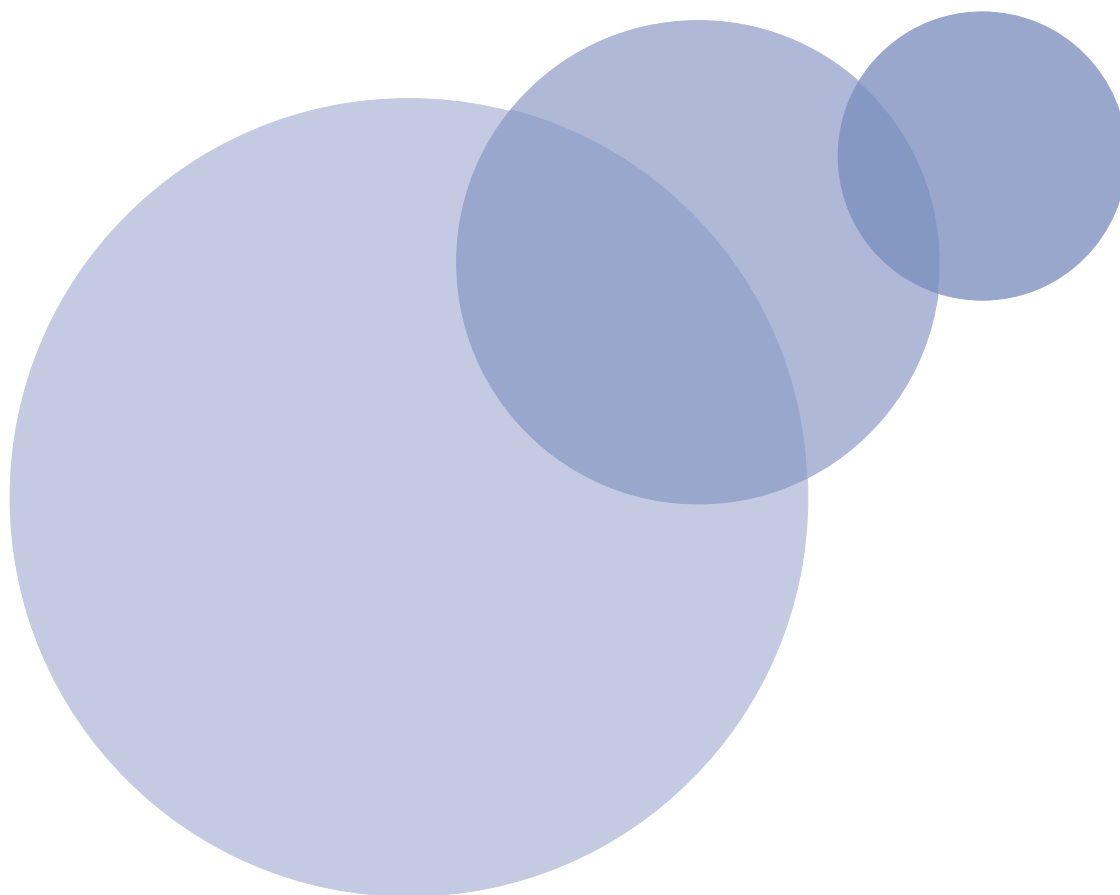


DIHK-Saisonumfrage Frühjahr 2008

Erwartungen an die Sommersaison 2008
Bilanz der Wintersaison 2007/2008



Tourismus



Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Mit der Auswertung Saisonumfrage – „Erwartungen an die Sommersaison 2008 – Bilanz der Wintersaison 2007/2008“ präsentiert der DIHK die Ergebnisse seiner aktuellen Saisonumfrage bei den 80 Industrie- und Handelskammern (IHKs) in Deutschland.

Grundlage für die DIHK-Ergebnisse sind Befragungen der Unternehmen durch die IHKs. Die IHKs befragen jeweils eine repräsentative Auswahl von Mitgliedsunternehmen. Im Frühjahr 2008 haben sie für die Tourismuswirtschaft circa 5.900 Antworten ausgewertet, darunter sind über 2.300 Beherbergungsbetriebe, knapp 2.400 Gastronomiebetrieben, 100 Campingplätzen sowie rund 730 Reisebüros, 220 Reiseveranstaltern und 150 Busunternehmen. Die Branchenzuteilung orientiert sich an der Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2003) des Statistischen Bundesamtes. Die Unternehmen werden unter anderem nach der Einschätzung ihrer aktuellen und zukünftigen Geschäftslage sowie nach Investitions- und Beschäftigungsplänen gefragt.

Für die Darstellung der Ergebnisse werden zumeist Salden verwendet, die z. B. die Differenz zwischen „Günstiger“- und „Ungünstiger“-Anteilen bzw. „Zunehmen“- und „Abnehmen“-Anteilen ausweisen.

Die Umfrage fand überwiegend im April und Mai 2008 statt. Die Auswertung im DIHK wurde Ende Juni 2008 abgeschlossen. Die Daten wurden entweder schriftlich oder per Online-Fragebogen erhoben.

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)

Bereich Dienstleistungen, Infrastruktur, Regionalpolitik – Berlin, Juni 2008

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

Herausgeber © Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. | Berlin | Brüssel
ISSN 1863-0138

DIHK Berlin:
Postanschrift: 11052 Berlin | Hausanschrift: Breite Straße 29 | Berlin-Mitte
Telefon (030) 20 308-0 | Telefax (030) 20 308 1000

DIHK Brüssel:
Hausanschrift: 19 A-D, Avenue des Arts | B-1000 Bruxelles
Telefon ++32-2-286 1611 | Telefax ++32-2-286 1605

Internet: www.ihk.de

Redaktion Friederike Schüle
DIHK – Bereich Dienstleistungen, Infrastruktur, Regionalpolitik
Telefon (030) 20 308-2103 | Telefax (030) 20 308 2111

Stand Juni 2008

■ Inhalt

Die wesentlichen Ergebnisse der DIHK-Saisonumfrage	5
I Geschäftslage in der Wintersaison 2007/08	7
Gastgewerbe: Stimmung schlechter	7
Lagesalden fallend	7
Umsatz- und Ertragslage	8
Ankünfte, Übernachtungen, Auslastung	8
Geschäftslage im Touristikmarkt	10
Wenig Veränderungen spürbar	10
Umsatz- und Ertragslage	10
Buchungszahlen und Reiseausgaben	11
II Erwartungen und Pläne für die Sommersaison 2008	12
Skepsis im Gastgewerbe	12
Erwartungen im Touristikmarkt	13
Preisentwicklung	14
Investitionen – Absichten und Motive	15
Investitionstreiber Modernisierung	16
Beschäftigung rückläufig	17
III Auswirkungen der Nichtraucherschutzgesetze	18
IV Auswirkungen von Umweltzonen	20
V Tabellenanhang	21

Die wesentlichen Ergebnisse der DIHK-Saisonumfrage Frühjahr 2008

Geschäftslage im Winter 2007/08

Das Gastgewerbe beurteilt die Wintersaison 2007/08 als schlecht. Deutlich weniger Betriebe als in der Vorjahressaison bewerten die Geschäftslage als gut oder befriedigend. Insbesondere Gastronomie und Campingunternehmen sind mit dem Saisonverlauf unzufrieden.

Geschäftserwartungen für den Sommer 2008

Die Unternehmen des Gastgewerbes halten sich bei den Erwartungen zurück. Knapp die Hälfte der Unternehmen geht von gleich bleibenden Geschäften wie in der abgelaufenen Wintersaison aus. Im Touristikmarkt sind Reisebüros und –veranstalter optimistisch gestimmt. Die Omnibusbetriebe bleiben weiterhin pessimistisch.

Preisentwicklung

Das Gastgewerbe will die Preise im Sommer größtenteils stabil halten. Die steigenden Energie- und Treibstoffpreise könnten der Branche aber einen Strich durch die Rechnung machen. Ein Drittel der Touristik-Unternehmen plant Preiserhöhungen.

Investitionen

Knapp die Hälfte der Unternehmer möchte in Zukunft weiterhin investieren. Die ostdeutschen Unternehmer halten sich dabei zurück. Modernisierung und Ersatzbeschaffung stehen bei Investitionen im Vordergrund.

Beschäftigung

Ein Großteil der Unternehmen will den Bestand stabil halten. Gastronomiebetriebe und Omnibusunternehmen geben allerdings an, mit weniger Beschäftigten auskommen zu wollen. Lichtblick sind die Reiseveranstalter, die weiterhin ihren Personalbestand aufstocken wollen.

Nichtraucherschutz

Die Nichtraucherschutzgesetze machen vielen Gastronomen zu schaffen, sie klagen über sinkende Einnahmen. Knapp ein Drittel der Beherbergungsbetriebe und die Hälfte der Gastronomen bringen Umsatzverluste direkt mit den Nichtraucherschutzgesetzen in Verbindung.

Umweltzonen

Omnibusbetriebe und Reiseveranstalter sind negativ von der Einführung von Umweltzonen betroffen. Die damit zusammenhängenden Beschränkungen treffen große Teile ihrer Fuhrparks. Es wird erwartet, dass sich die Situation erheblich negativ auf die Erträge auswirkt.

I GESCHÄFTSLAGE IN DER WINTERSAISON 2007/08

Gastgewerbe: Stimmung schlechter

Der Aufschwung der Konjunktur hat sich nicht 1:1 im Gastgewerbe niedergeschlagen. Die Wintersaison verlief insgesamt schleppend. Eine Ausnahme stellt nur der Städtetourismus dar. Dieser ist weniger wetterabhängig und profitiert zudem stärker als ländliche Destinationen von der steigenden Zahl ausländischer Gäste, die Deutschland besuchen. Gründe für die schlechten Ergebnisse liegen nicht nur im milden Wetter der abgelaufenen Wintersaison (wenig Schnee in den Höhenlagen), sondern auch in gestiegenen Kosten für Energie und Entsorgung sowie in höheren Lebensmittelpreisen. Auch die Einführung der Nichtraucherchutzgesetze hat die Branche verunsichert und sich vor allem auf die Gastronomie negativ ausgewirkt (s. S. 18 – Auswirkungen der Nichtraucherchutzgesetze).

28 Prozent der Beherbergungsbetriebe beurteilten die Lage als gut, 43 Prozent als befriedigend. 29 Prozent empfanden die Lage als schlecht. Damit ist dieser Anteil gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen, 2007 lag er bei 23 Prozent. Bei den Gastronomiebetrieben zeichnet sich ein schlechteres

Bild ab: 21 Prozent beurteilten die Lage als gut (Vorjahr: 30 Prozent), 35 Prozent als schlecht (Vorjahr: 24 Prozent). Die Menge derer, die die Lage als befriedigend empfinden ist in etwa gleich geblieben. Ebenfalls eine Negativentwicklung ist bei den Campingplatzbetreibern festzustellen. Urteilen nach der Wintersaison 2006/07 noch 75 Prozent ‚gut‘ oder ‚befriedigend‘, so waren es zum aktuellen Zeitpunkt nur noch 55 Prozent.

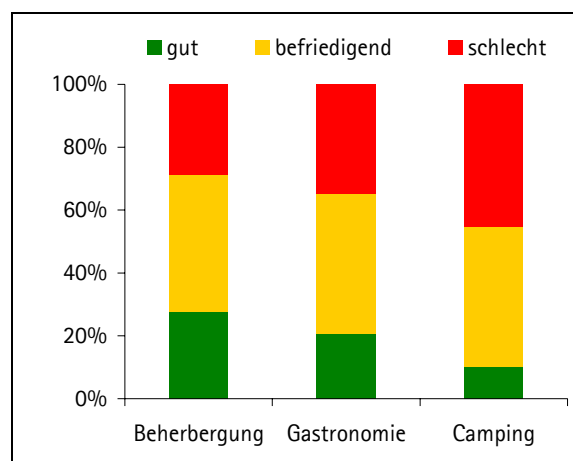


Abb. 1: Geschäftslage Wintersaison 2007/2008

Lagesalden fallend

Die Lagesalden (Differenz zwischen „Gut“- und „Schlecht“-Meldungen) sind gegenüber der Vorjahressaison in allen Branchenzweigen abgefallen (s. Abb. 2). Es gibt dennoch deutliche Unterschie-

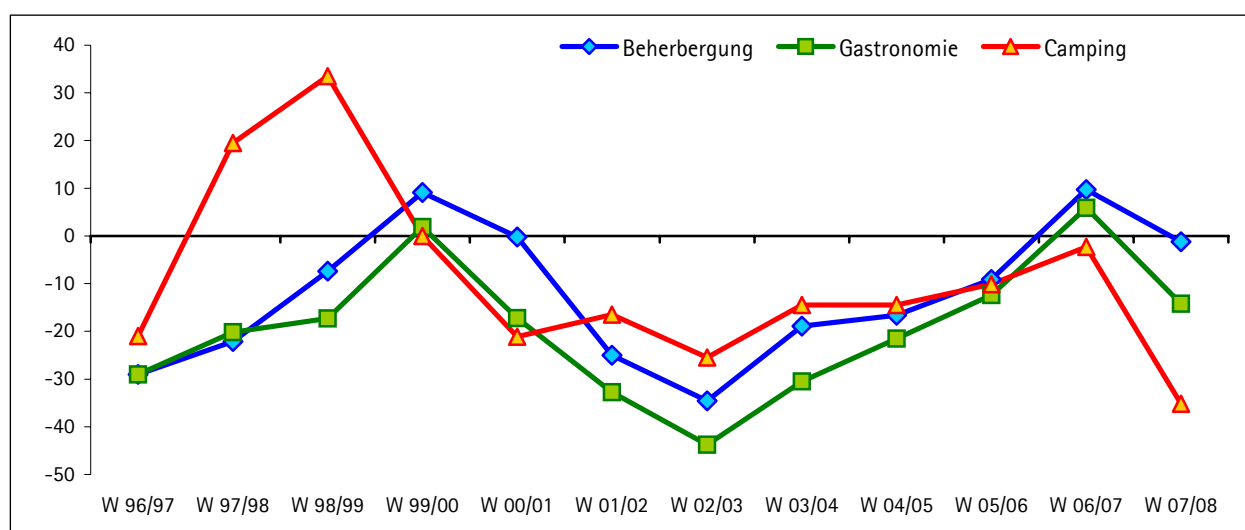


Abb. 2: Entwicklung: Bewertung der Geschäftslage im Gastgewerbe (Saldo: Anteil der „Gut“- abzüglich Anteil der „Schlecht“-Meldungen)

de: Die Beherbergungsbetriebe erreichen einen Saldo von knapp unter null. Die Gastronomiebetriebe urteilen weitaus schlechter als im Vorjahr und der Saldo fällt auf minus 14 Prozentpunkte. Die Campingplatzbetreiber geben die schlechteste Einschätzung seit der Wintersaison 1996/97 ab. Der Saldo fällt auf minus 35 Prozentpunkte.

Umsatz- und Ertragslage

Der Umsatz entwickelte sich negativ. Die positive konjunkturelle Lage der Gesamtwirtschaft spiegelt sich in diesen Ergebnissen nicht wieder und führte nicht zu gesteigerten Ausgaben im Gastgewerbe (s. Abb. 3). Hier sind Gastronomie- und Campingplatzbetriebe stärker betroffen als Beherbergungsbetriebe.

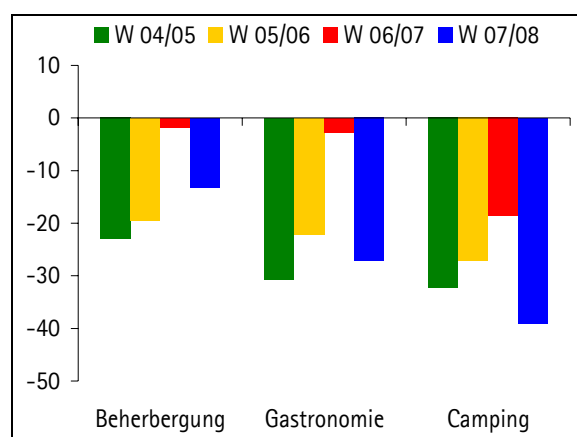


Abb. 3: Umsatzentwicklung im Gastgewerbe im Vergleich zum Vorjahr (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen- Anteile)

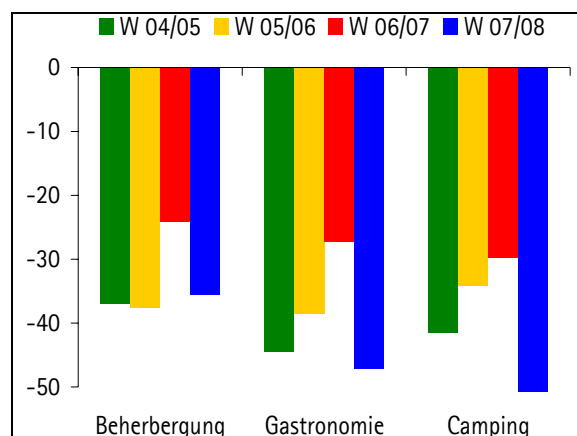


Abb. 4: Ertragsentwicklung im Gastgewerbe im Vergleich zum Vorjahr (Saldo Gesteigen-/Zurückgegangen -Anteile)

Analog zur Umsatzentwicklung sind auch die Erträge zurückgegangen. Die wirtschaftliche Lage verschlechtert sich insbesondere für Gastronomie und Campingplätze. Die Betreiber können höhere Kosten nur schwer an den Verbraucher weiterreichen, was die Erträge schmälert (s. Abb. 4).

Ankünfte, Übernachtungen, Auslastung

Die Geschäftsergebnisse haben sich nicht verbessert, trotz einer weiteren Steigerung der Ankunfts- und Übernachtungszahlen¹ (s. Abb. 5 und Abb. 6).

Die Zahl der Ankünfte lag über die gesamte Saison hinweg über den Vorjahreswerten, einzige Ausnahme bildet der März.

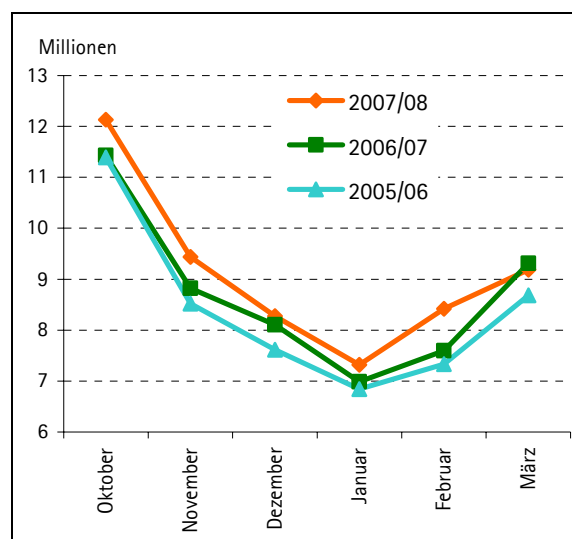


Abb. 5: Ankünfte in deutschen Beherbergungsstätten
Quelle: Statistisches Bundesamt

Die Gesamtzahl der Übernachtungen ist im Winterhalbjahr gegenüber dem Vorjahr gestiegen und lag im März 2008 bei 25,4 Mio. (s. Abb. 6). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Wintersaison lag bei 2,63 Nächten und ist demnach leicht gestiegen (Vorjahr: 2,59).

¹ Bezogen auf Ankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsstätten mit neun und mehr Gästebetten.

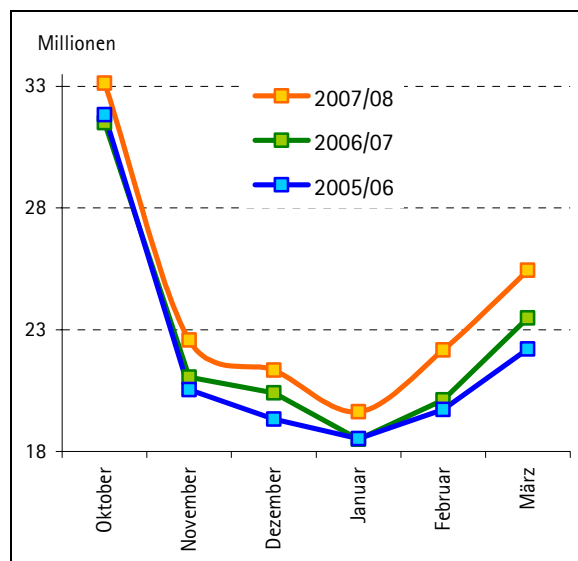


Abb. 6: Übernachtungen in deutschen Beherbergungsstätten
Quelle: Statistisches Bundesamt

Die Entwicklung Übernachtungen aus dem In- und Ausland verläuft weiterhin positiv. Im ersten Quartal wurden 8 Prozent mehr Inlands- und 5 Prozent mehr Ausländerübernachtungen als im Vorjahreszeitraum gezählt.

Zimmerauslastung

Die durchschnittliche Zimmerauslastung nahm gegenüber dem Vorjahr ab. 23 Prozent der Beherbergungsbetriebe gaben an, dass ihre Auslastung gestiegen sei, 35 Prozent sprachen von einer gleichbleibenden und 42 Prozent von einer schlechteren Auslastung. Die meisten Rückgänge mussten bei Gasthöfen verzeichnet werden: 61 Prozent gaben eine schlechtere Auslastung an (zum Vergleich: Hotels 42 Prozent, Pensionen 49 Prozent). Die größten Verbesserungen konnten im Hotelbereich (ohne Hotel garni) erreicht werden: 27 Prozent der Hoteliers hatten eine bessere Auslastung, bei Gasthöfen und Pensionen lag der Anteil nur bei 12 Prozent bzw. 11 Prozent. Ein Hinweis darauf, dass bei den Gästen die Ansprüche steigen und Service und Qualität stärker ins Gewicht fallen. Unterschiede zwischen West- und Ostdeutschland lassen sich aus den vorliegenden Zahlen nicht herauslesen.

auslesen.

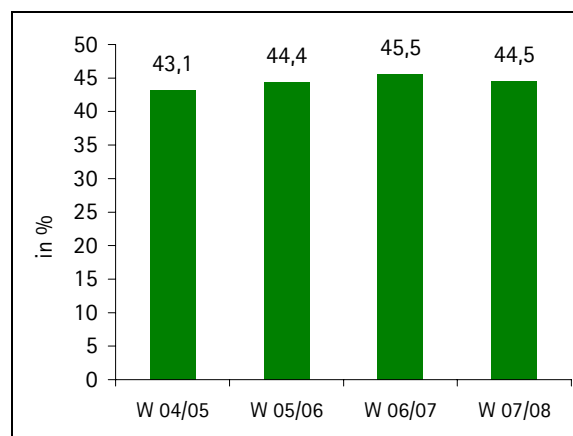


Abb. 7: Entwicklung Zimmerauslastung

Stellplatzauslastung

Rund 48 Prozent der Campingplätze gaben an, dass die Auslastung im Winter zugenommen hat bzw. gleich geblieben ist. 52 Prozent hatten hingegen Rückgänge zu verzeichnen. Gegenüber dem Vorjahr sind dies eindeutig schlechtere Werte (gut / gleich bleibend: 58 Prozent, schlechter: 42 Prozent). Eine Begründung liegt in den frühen Osterferien (März), in denen es noch sehr kühl und somit kein Campingwetter war.

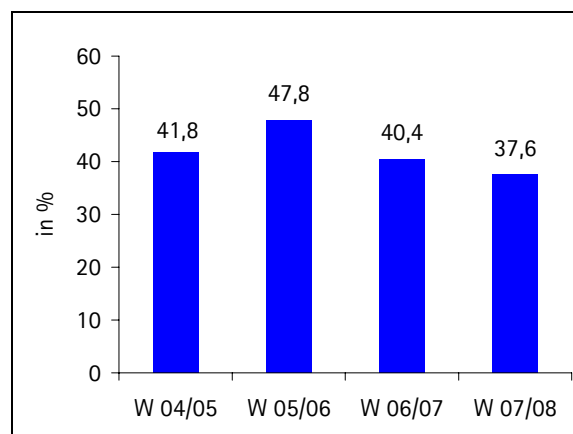


Abb. 8: Entwicklung der durchschnittlichen Stellplatzauslastung

Geschäftslage im Touristikmarkt

Wenig Veränderungen spürbar

Der Touristikmarkt bewertet die Lage günstiger als das Gastgewerbe. 30 Prozent der befragten Unternehmen beurteilten ihre Lage als besser (Vorjahr: 26 Prozent), 52 Prozent als befriedigend (Vorjahr: 53 Prozent) sowie 18 Prozent als schlechter (Vorjahr: 21 Prozent).

- Bei den Reisebüros setzt sich der positive Trend fort. Steigerte sich die Lagebeurteilung im Vorjahr um 11 Prozentpunkte, so konnten in diesem Jahr immerhin noch über 8 Prozentpunkte gewonnen werden, womit der Saldo bei plus 16 Prozentpunkten liegt. Das Bedürfnis der Bevölkerung, Beratungsleistungen vermehrt in Anspruch zu nehmen, steigt.
- Die Lageeinschätzung der Reiseveranstalter veränderte sich nur um minus 0,1 Prozentpunkte von 12,2 auf 12,1 Prozentpunkte. Die Lage ist also stabil im positiven Bereich.
- Auch bei den Omnibusbetrieben hat sich die Geschäftslage um sieben Prozentpunkte verbessert und liegt nun bei minus 10 Prozentpunkten.

Umsatz- und Ertragslage

Die Umsatzentwicklung verläuft weniger schlecht als in den Vorjahren. Die meisten positiven Meldungen kamen dabei von den Reisebüros. Hier wurde erstmals seit der Wintersaison 04/05 ein positiver Saldo erreicht. Bei den Reiseveranstaltern ergab sich ebenfalls ein besseres Ergebnis als in den Vorjahren, allerdings konnte kein positiver Saldo verzeichnet werden. Das gleiche gilt für die Omnibusunternehmen, deren Saldo noch bei minus 22 Prozentpunkten liegt.

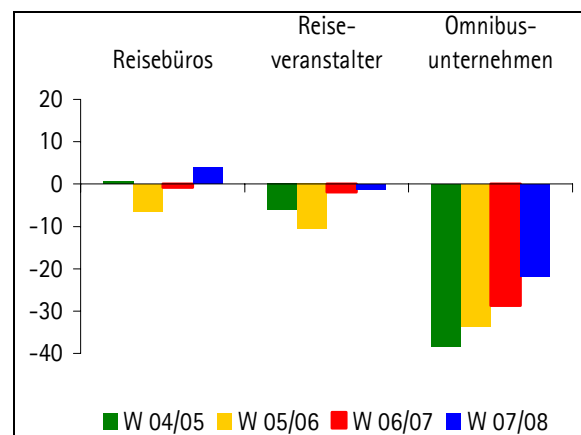


Abb. 9: Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Saldo „Gestiegen“-/„Zurückgegangen“-Anteile)

Die Entwicklung der Erträge ist weiterhin nicht zufrieden stellend. Lediglich die Reisebüros konnten eine leichte Verbesserung gegenüber den beiden Vorjahren feststellen – der Saldo liegt nun bei mi-

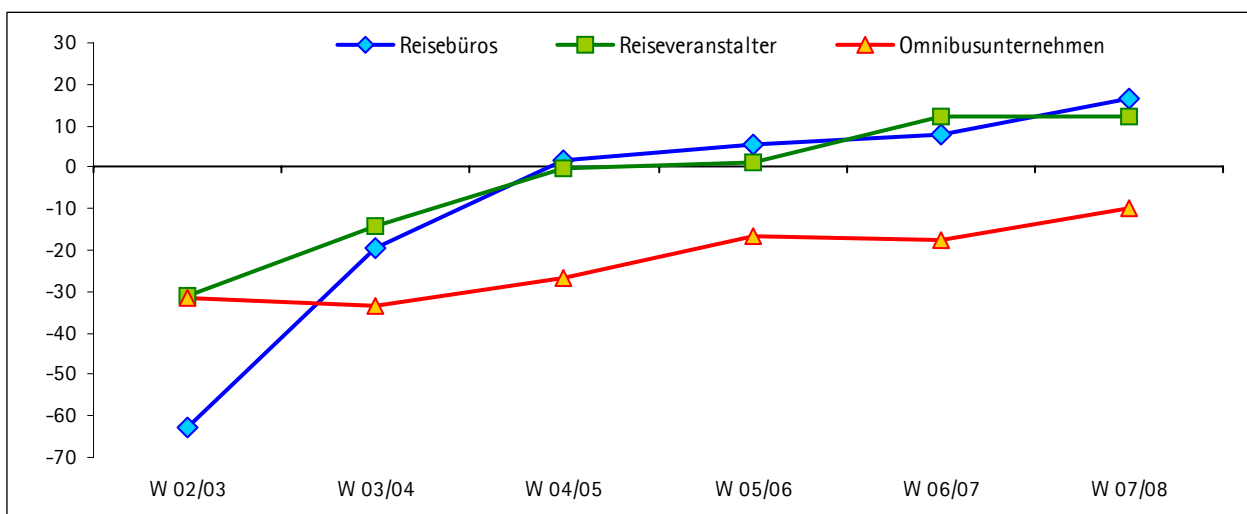


Abb. 10: Entwicklung: Bewertung der Geschäftslage im Touristikmarkt (Saldo: Anteil „Gut“- abzüglich Anteil „Schlecht“-Meldungen)

nus 20 Prozentpunkten. Die Reiseveranstalter und Omnibusunternehmen hingegen verzeichnen Rückgänge. Nur sieben Prozent der Omnibusunternehmen gaben gestiegene Erträge an, bei 33 Prozent ist der Ertrag gleich geblieben und 60 Prozent müssen rückläufige Erträge verkraften. Grund dafür sind unter anderem gestiegene Investitions- und Energiekosten (s. auch Abschnitte Investitionen, S. 15 f. und Umweltzonen S. 20).

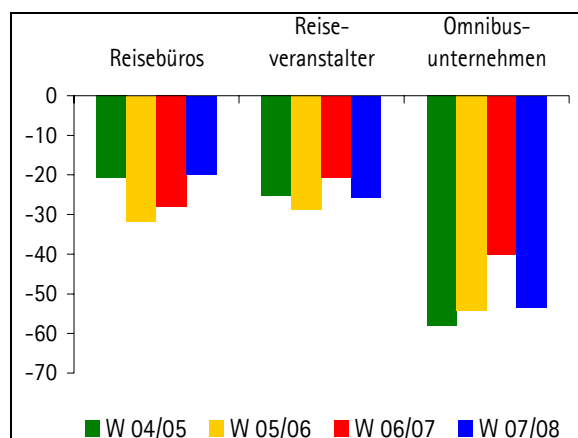


Abb. 11: Ertragsentwicklung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Saldo „Gestiegen“-/„Zurückgegangen“-Anteile)

Buchungszahlen und Reiseausgaben

Die Anzahl der gebuchten Reisen entwickelt sich weiter positiv. Bei 67 Prozent der Reisebüros bleiben die Buchungszahlen gleich oder stiegen sogar an. Es ergibt sich ein positiver Saldo von 4 Prozentpunkten. Die Anzahl der gebuchten Reisen bei Reiseveranstaltern und Omnibusunternehmen geht zurück, allerdings nicht mehr so stark wie in den Vorjahren. Hier sprechen nur 11 Prozent der Unternehmer von mehr gebuchten Reisen, bei 44 Prozent blieben die Buchungszahlen gleich und 45 Prozent verzeichneten einen Rückgang der gebuchten Reisen.

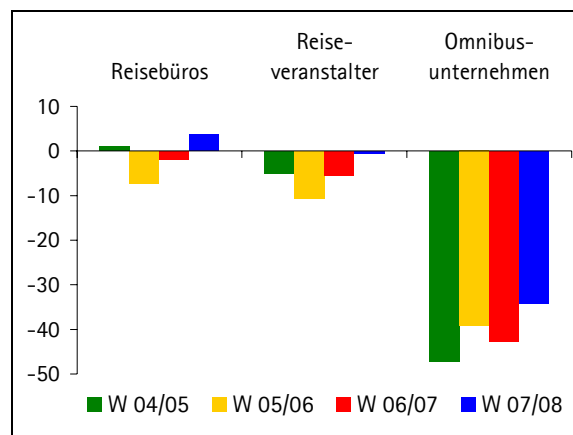


Abb. 12: Entwicklung der gebuchten Reisen (Saldo „Gestiegen“-/„Zurückgegangen“-Anteile)

Die Zugewinne bei den Reisebüros sind gleichermaßen durch Reisen ins In- und Ausland erreicht worden. Auch bei den Reiseveranstaltern war dieses Verhältnis ausgewogen. Die Omnibusunternehmen hatten bei Reisen ins Ausland weitaus höhere Buchungsverluste zu verzeichnen (minus 43 Prozentpunkte) als bei denen ins Inland (minus 26 Prozentpunkte).

Die Ausgaben der Kunden sind bei den Reisebüros gestiegen und erreichen einen positiven Saldo. Auch bei den Reiseveranstaltern steigen die Ausgaben der Kunden. Hier wird jedoch, ebenso wie bei den Omnibusunternehmen, kein positiver Saldo erreicht.

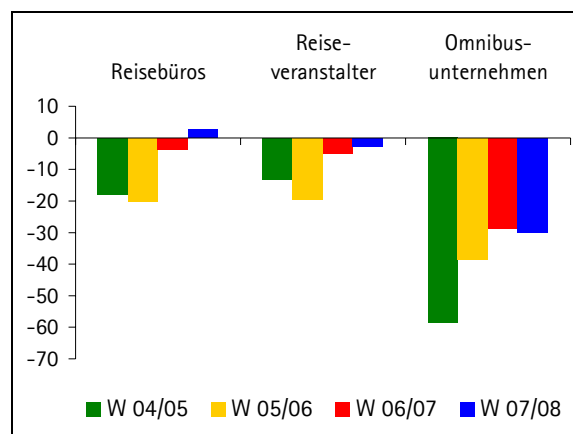


Abb. 13: Entwicklung der Kundenausgaben (Saldo „Gestiegen“-/„Zurückgegangen“-Anteile)

II ERWARTUNGEN UND PLÄNE FÜR DIE SOMMERSAISON 2008

Skepsis im Gastgewerbe

Nach dem mäßigen Winter sind die Erwartungen für die Sommersaison zurückhaltend: 23 Prozent der Betriebe im Gastgewerbe gehen für die nächsten sechs Monate von einer günstigeren Geschäftslage aus, 48 Prozent rechnen mit gleich bleibenden und 29 Prozent mit schlechteren Geschäften. Es wird davon ausgegangen, dass die Verbraucher sich in Folge steigender Preise auch weiterhin im Konsum zurückhalten. Zudem werden die Unternehmer durch steigende Preise für Energie und Lebensmittel belastet.

In der Gastronomie ergibt sich ein Saldo von minus 12 Prozentpunkten. In der Hotellerie werden gleich bleibende Ergebnisse erwartet. Die Campingplatzbetreiber schauen optimistischer in die Zukunft und hoffen auf eine gute Sommersaison. Der Saldo erreicht plus zwei Prozentpunkte. Die Campingplätze werden aller Voraussicht nach von der wachsenden Zahl der Inlandsurlaube profitieren.

Der Ländervergleich zeigt, dass das Gastgewerbe in den meisten Bundesländern pessimistisch gestimmt in die Sommersaison geht.

In Baden-Württemberg, Bayern, insbesondere aber auch Berlin, Bremen und Hamburg rechnen die Unternehmer mit einer Verbesserung der Ge-

schäftslage. Der Städtetourismus liegt also weiterhin vorne und lässt die Unternehmer eine gute Saison erwarten.

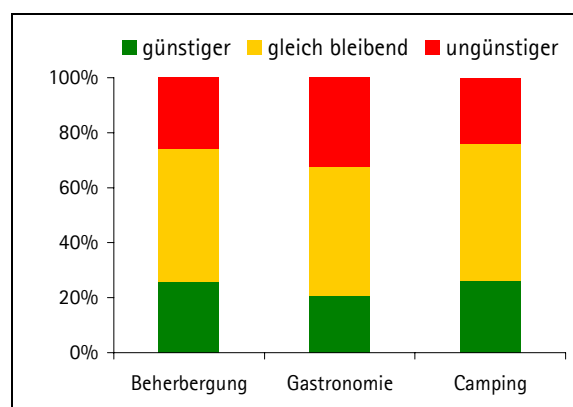


Abb. 14: Erwartete Geschäftslage im Gastgewerbe für die Sommersaison 2008

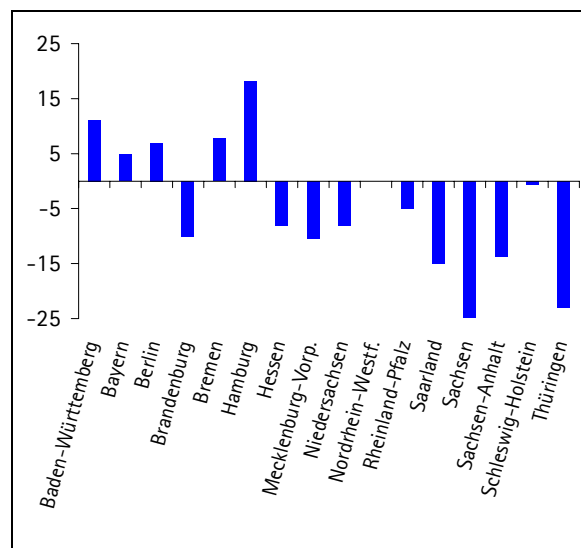


Abb. 16: Einschätzung der Geschäftslage für die Wintersaison im Gastgewerbe - Vergleich nach Bundesländern (Saldo „Günstiger“-/„Ungünstiger“-Anteile)

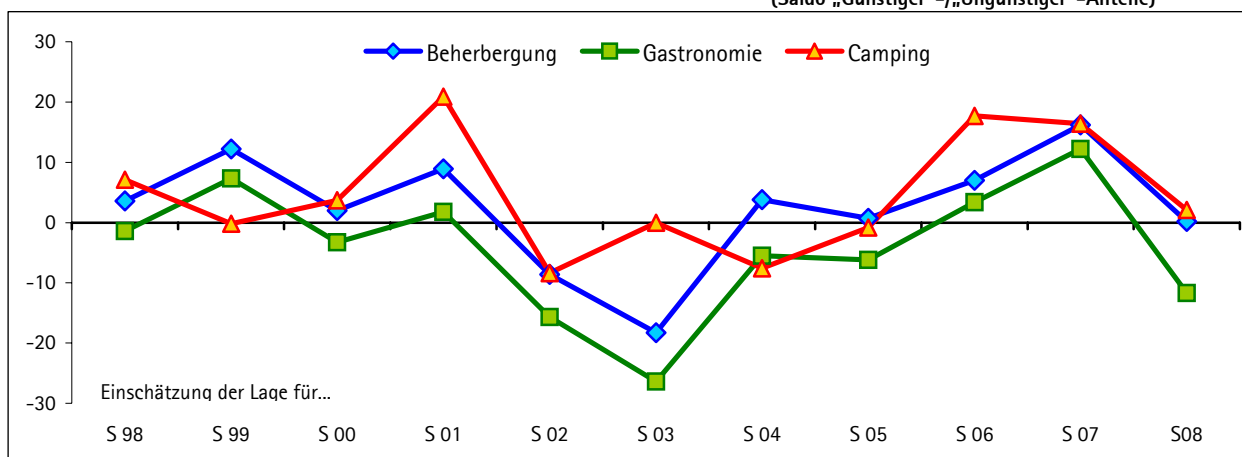


Abb. 15: Entwicklung der Einschätzung der Geschäftslage für die Sommersaison im Gastgewerbe (Saldo „Günstiger“-/„Ungünstiger“-Anteile)

Erwartungen im Touristikmarkt

Im Touristikmarkt fallen die Erwartungen sehr unterschiedlich aus.

- Bei den Reisebüros wird von einer Verbesserung der Situation in der Sommersaison ausgegangen. Der Saldo erreicht ein Plus von 4 Prozentpunkten.
- Die Reiseveranstalter hingegen sind weniger optimistisch als im Vorjahr. Noch 29 Prozent rechnen mit einer besseren Saison (Vorjahr: 31 Prozent), 25 Prozent gehen von schlechteren Geschäften aus (Vorjahr: 20 Prozent).
- Die Busbetriebe sind pessimistischer. Nur 14 Prozent der Unternehmer erwarten eine günstigere Geschäftslage, 44 Prozent rechnen mit gleich bleibenden und 42 Prozent mit schlechteren Ergebnissen. Der Saldo sinkt auf minus 27 Prozentpunkte.

Im interregionalen Vergleich zeigt sich auch für die Sommersaison ein deutlicher West-Ost-Unterschied (s. Abb. 19). Reisebüros und –veranstalter im Osten erwarten schlechtere Ergebnisse als im Westen, unter anderem spielt hier die schlechtere Arbeitsmarktsituation in den ostdeutschen Ländern eine Rolle. Bei den Omnibusbetrieben gab es im Vorjahr noch große Differenzen, für die Unternehmer im Westen errechnete sich ein Saldo von minus sechs Prozentpunkten, im Osten

von minus 20 Prozentpunkten. Dieser Unterschied hat sich ausgeglichen: Der Saldo liegt nun bei minus 27,3 (Ost) bzw. minus 27,5 (West) Prozentpunkten.

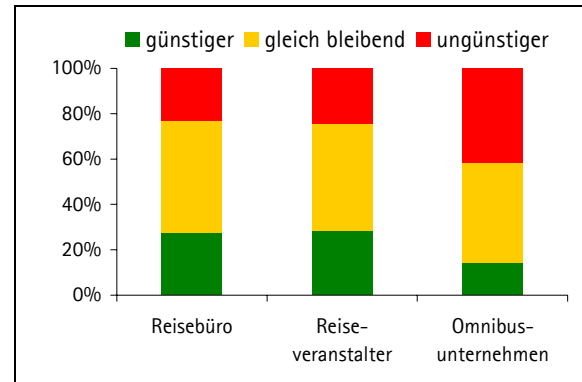


Abb. 18: Erwartete Geschäftslage im Touristikmarkt für die Sommersaison 2008

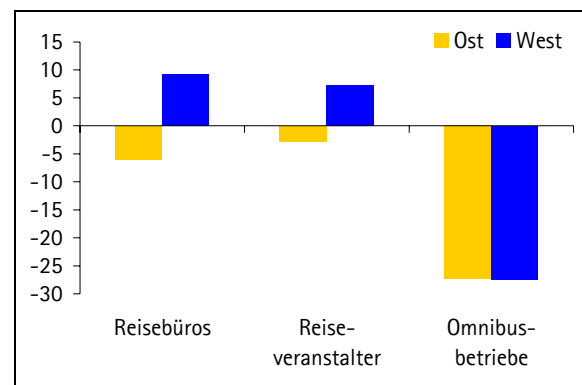


Abb. 19: Erwartete Geschäftslage für die Sommersaison 2008 – Vergleich Ost- / Westdeutschland (Saldo „Günstiger“-/„Ungünstiger“-Anteile)

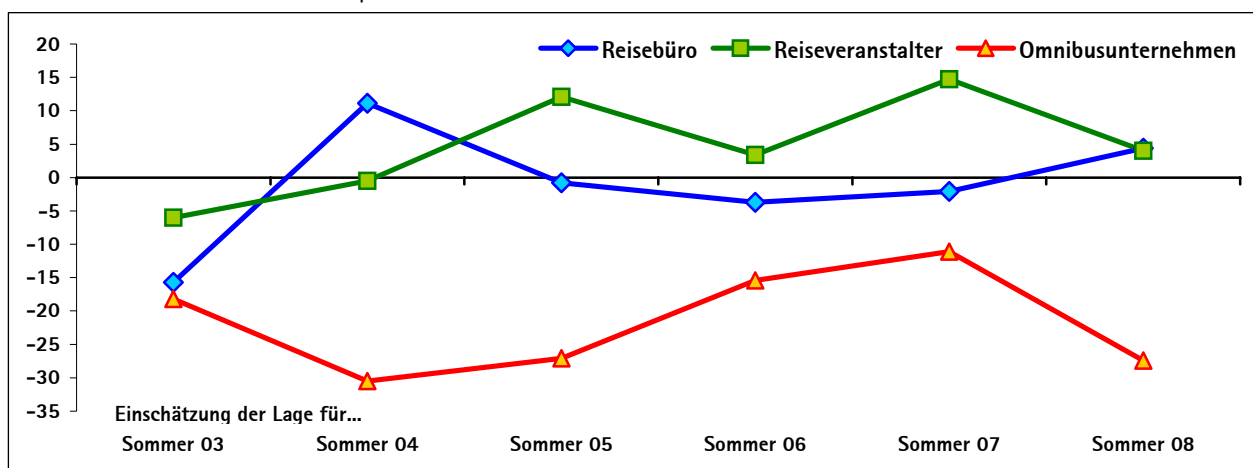


Abb. 17: Einschätzung der zukünftigen Geschäftslage im Touristikmarkt (Saldo „Günstiger“-/„Ungünstiger“-Anteile)

Preisentwicklung

Der größte Teil der Unternehmen im Tourismus wird die Preise im Sommer stabil halten: 68 Prozent der Beherbergungsbetriebe, 62 Prozent der Gastronomen und 80 Prozent der Campingplatzbetreiber wollen die Preise gleich halten (s. Abb. 20). Nur ein kleiner Anteil plant Preiserhöhungen – 18 Prozent der Campingplatzbetreiber, 26 Prozent der Hoteliers und 32 Prozent der Gastronomen planen Anpassungen und geben somit einen Teil der steigenden Kosten an den Verbraucher weiter. Die ostdeutschen Unternehmer sind dabei etwas zurückhaltender: Hier planen 25 Prozent Preiserhöhungen, im Westen sind es 30 Prozent. Nur sechs Prozent der Hotellerie überlegt Preissenkungen, bei Gastronomie und Camping sind es noch weniger.

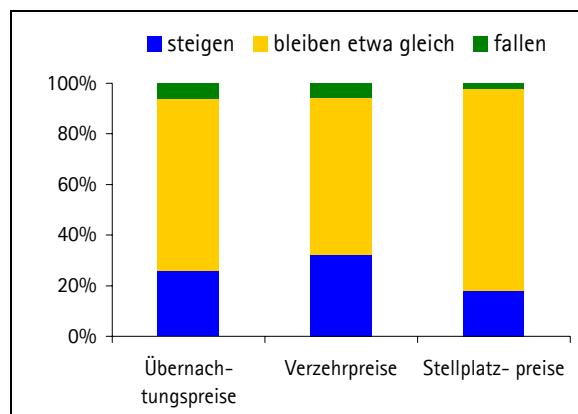


Abb. 20: Entwicklung der Preise im Gastgewerbe

In der Touristikbranche sieht die Lage anders aus: 53 Prozent der Reisebüros, 56 Prozent der Reiseveranstalter und 62 Prozent der Omnibusunternehmen lassen die Preise gleich. 36 Prozent der Omnibusunternehmen, 40 Prozent der Reiseveranstalter und 42 Prozent der Reisebüros gehen von einer steigenden Preisentwicklung aus (s. Abb. 22). Die größten Preissteigerungen wird es bei den Reisebüros geben (s. Abb. 23). Dort schlagen sich die steigenden Kosten für Flugbenzin sowie die höheren Preise in vielen Zielgebieten nieder.

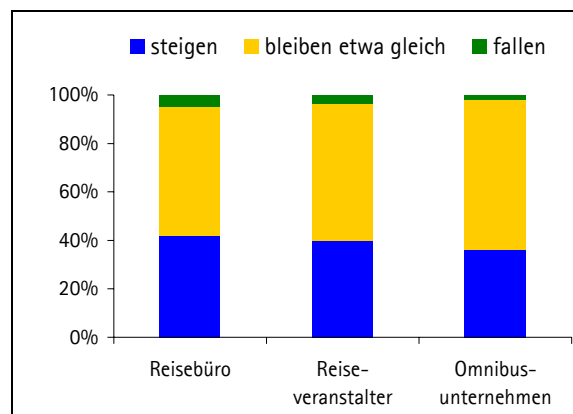


Abb. 22: Entwicklung der Preise in der Touristik

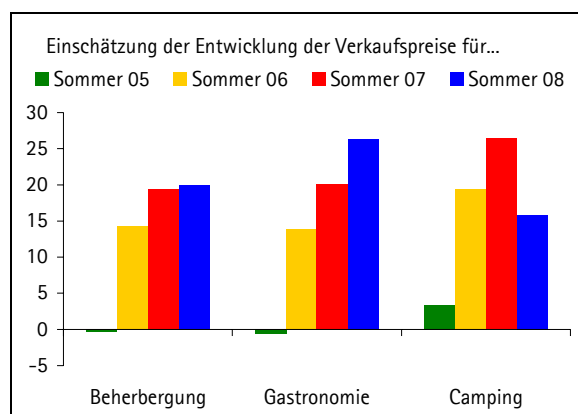


Abb. 21: Entwicklung der Preise für die Sommersaison im Gastgewerbe (Saldo „Steigen“-/„Fallen“-Anteile)

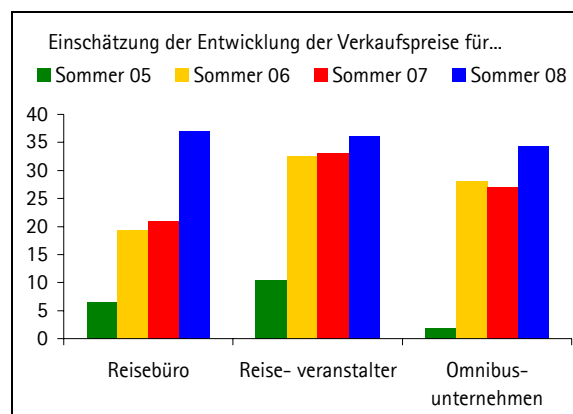


Abb. 23: Entwicklung der Preise für die Sommersaison im Touristikmarkt (Saldo „Steigen“-/„Fallen“-Anteile)

Investitionen – Absichten und Motive

Durchschnittlich 54 Prozent der Unternehmer aus dem Gastgewerbe planen zunehmende bzw. gleich bleibende Investitionen. 18 Prozent wollen weniger, 28 Prozent gar nicht investieren. 56 Prozent der Beherbergungsbetriebe und 51 Prozent der Gastronomen zeigen Investitionsbereitschaft (s. Abb. 25). Bei den Campingplatzbetreibern sind es sogar erfreuliche 67 Prozent. Dabei lassen sich erhebliche regionale Unterschiede in Bezug auf die Höhe der Investitionen ablesen: 22 Prozent der Betreiber aus dem Westen, aber nur 15 Prozent aus dem Osten wollen mehr investieren. Bei 42 Prozent der westlichen und 59 Prozent der östlichen Campingplätze sollen die Investitionen gleich bleiben und 21 Prozent (West) bzw. 11 Prozent (Ost) möchten die Investitionen zurückfahren. Jeweils 15 Prozent planen keine Investitionen. Insgesamt erreicht die Investitionsbereitschaft bei Hotellerie und Camping einen positiven Saldo, bei der Gastronomie rutscht der Saldo erneut in den negativen Bereich.

Im besser laufenden Touristikmarkt ist die Investitionsbereitschaft geringer. 34 Prozent der Reisebüros und 23 Prozent der Reiseveranstalter planen keine Investitionen. Bei den Omnibusunternehmen sind es sogar 39 Prozent. Die meisten Mittel pla-

nen die Reiseveranstalter ein. Hier möchten 22 Prozent der Unternehmen mehr investieren als im Vorjahr. Bei den Reisebüros sind dies nur 14 Prozent. Während der Saldo bei Omnibusunternehmen und Reiseveranstaltern im positiven Bereich rangiert, erreichen die Reisebüros einen Saldo von minus 0,4 Prozentpunkten.

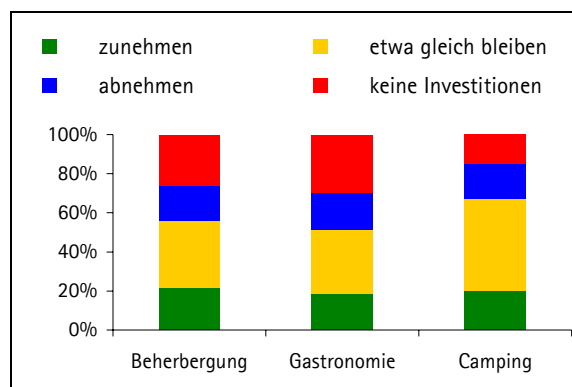


Abb. 25: Investitionsbereitschaft im Gastgewerbe

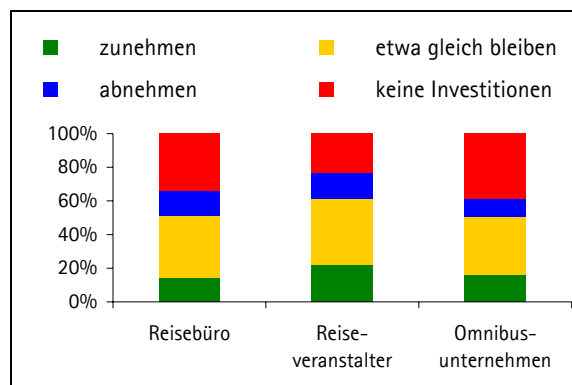


Abb. 26: Investitionsbereitschaft im Touristikmarkt

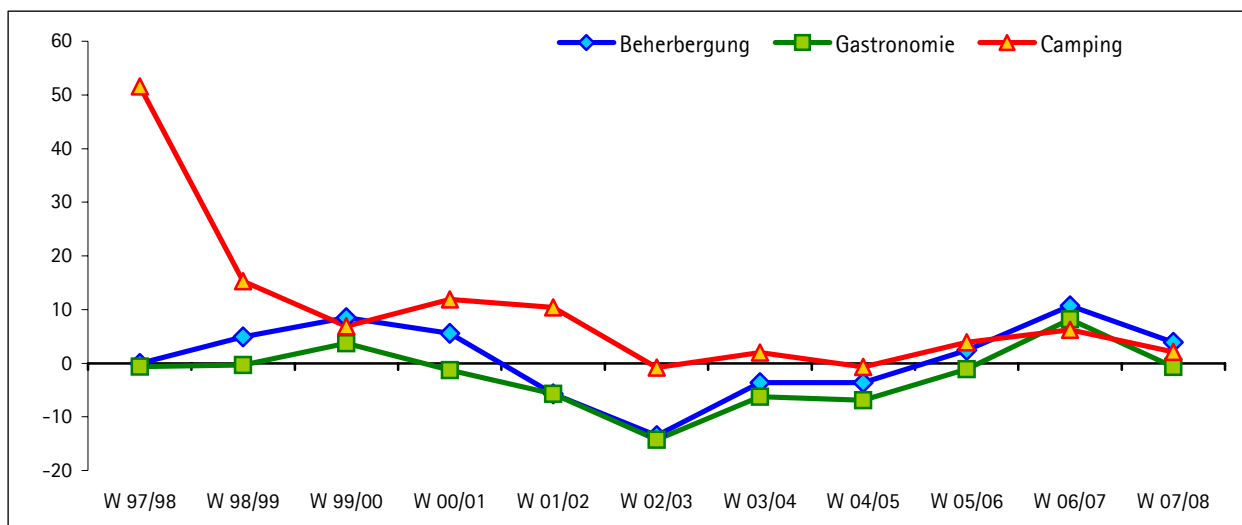


Abb. 24: Entwicklung: Investitionsabsichten Gastgewerbe (Saldo: Anteil der „Zunehmen“- abzüglich Anteil der „Abnehmen“-Meldungen)

Investitionstreiber Modernisierung

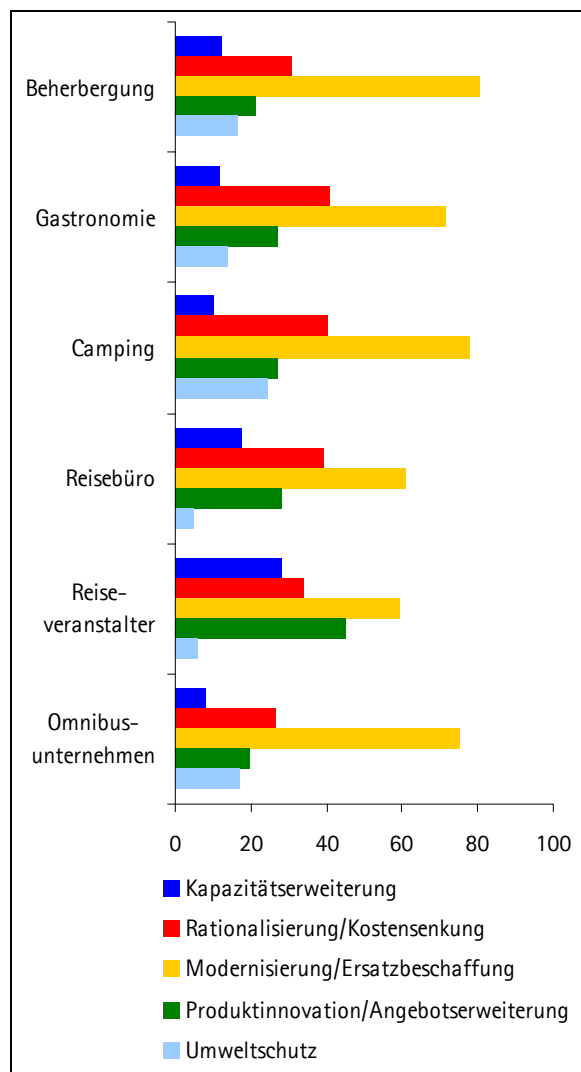


Abb. 27: Bereiche der Investitionsplanung (Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)

Modernisierung und Ersatzbeschaffung sind in der gesamten Tourismusbranche nach wie vor Hauptmotiv bei den Investitionen. Im Gastgewerbe wollen viele Unternehmen auch in Maßnahmen zur Rationalisierung und Kostensenkung investieren.

Für Omnibusunternehmen stehen ebenfalls Modernisierung und Ersatzbeschaffung im Vordergrund. Diese sind u.a. notwendig, um den Anforderungen der Umweltzonen Rechnung zu tragen (s. S. 20, Auswirkungen von Umweltzonen).

Bei Reisebüros und –veranstaltern ist der Modernisierungsaufwand nicht so hoch wie in den anderen Sparten. Auch hier sind Rationalisierungs- und Kostensenkungsmaßnahmen wichtig. Produktinnovation und Angebotserweiterung werden besonders von den Reiseveranstaltern als wichtiges Feld für Innovationen genannt. Hier zeigt sich die Reaktion auf die sich weiter differenzierenden Ansprüche der Gäste, denen durch ständig neue Ideen, Konzepte und Angebote Rechnung getragen werden muss.

Wie auch im Vorjahr gibt es beim Umweltschutz Zuwachsraten. Motive sind die Verbesserung der Energieeffizienz und das Eingehen auf das zunehmende ökologische Bewußtsein der Verbraucher.

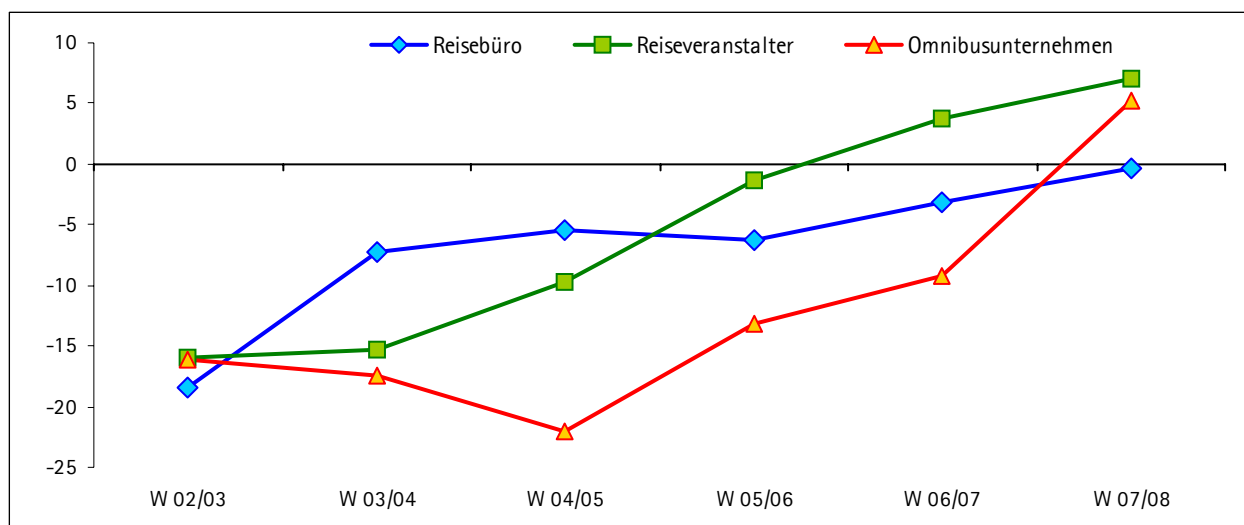


Abb. 28: Entwicklung: Investitionsabsichten im Touristikmarkt (Saldo: Anteil der „Zunehmen“- abzüglich Anteil der „Abnehmen“-Meldungen)

Beschäftigung rückläufig

Die negativen Ergebnisse des Winters schlagen sich auch in gesunkenen Beschäftigungsplänen nieder. Mehr Unternehmen als im Vorjahr wollen Personal abbauen und weniger wollen neue Beschäftigte einstellen. Besonders starke Rückgänge sind in der Gastronomie zu verzeichnen, aber auch bei Beherbergungsbetrieben und Campingunternehmen wurden negative Salden ermittelt.

Im Touristikmarkt gibt weniger einheitliche Ergebnisse zu vermelden: Der Beschäftigungssaldo bei den Reiseveranstaltern liegt weiterhin im positiven Bereich, allerdings ist er gegenüber dem Vorjahr um vier Prozentpunkte auf zwei Prozentpunkte gefallen.

Bei den Reisebüros ist eine weitere Entspannung der Situation ablesbar: Der Saldo liegt zwar noch im negativen Bereich, konnte sich aber gegenüber dem Vorjahreswert leicht verbessern. Bei den Omnibusunternehmen zeigt sich deutlich, dass durch geringere Erträge weniger Spielraum für das Einstellen von Fachkräften besteht. Immerhin 72 Prozent der Unternehmen wollen ihren Personalbestand konstant halten. 21 Prozent wollen mit weniger Beschäftigten auskommen. Dies sind bei den Reisebüros 14 Prozent bzw. Reiseveranstaltern 12 Prozent.

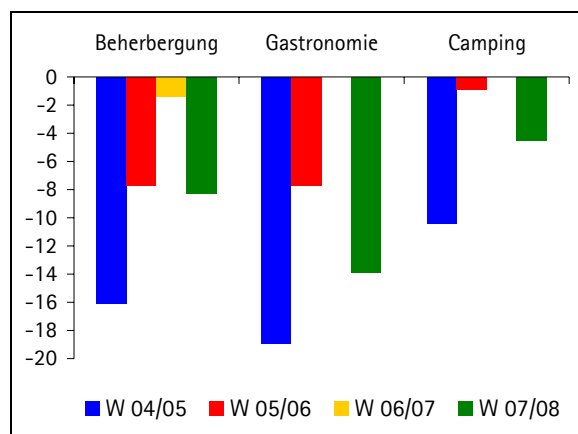


Abb. 29: Entwicklung der Beschäftigten im Gastgewerbe (Saldo „Zunehmen“-/„Abnehmen“-Anteile)

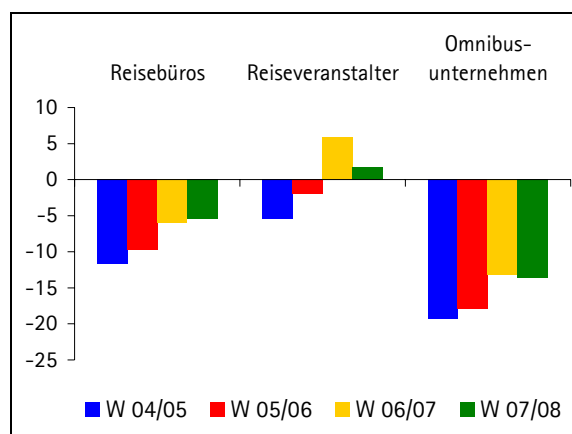


Abb. 31: Entwicklung der Beschäftigten im Touristikmarkt (Saldo „Zunehmen“-/„Abnehmen“-Anteile)

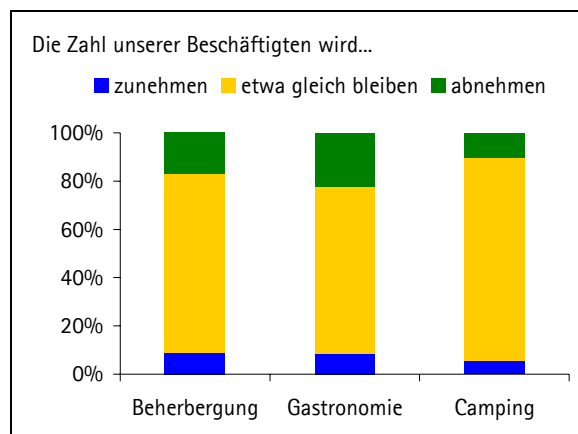


Abb. 30: Entwicklung der Beschäftigten im Gastgewerbe

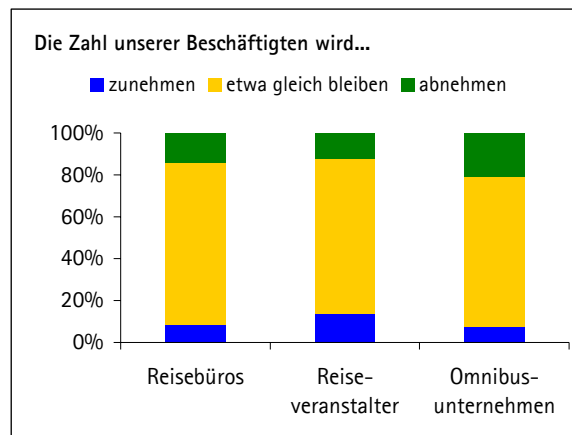


Abb. 32: Entwicklung der Beschäftigten im Touristikmarkt

III AUSWIRKUNGEN DER NICHTRAUCHERSCHUTZGESETZE

Die Zahlen des Frühsommers zeigen es deutlich: In der Gastronomie ist der Aufschwung nicht angekommen. Die Beurteilung der Lage fällt schlecht aus und die Erwartungen sind pessimistisch. Gründe dafür sind nicht nur die gestiegenen Preise für Lebensmittel und Energie, sondern auch die Regelungen, die im Rahmen der Nichtraucherchutzgesetze gelten. Das Rauchen ist in den meisten Bundesländern nur noch in abgetrennten Räumlichkeiten, nicht im Hauptraum des gastronomischen Betriebes, erlaubt. Eine Ausnahme bilden die Länder Sachsen und Rheinland-Pfalz, in denen Wirte von Ein-Raum-Kneipen entscheiden können, ob sie eine Raucher- oder Nichtraucher-Kneipe führen.

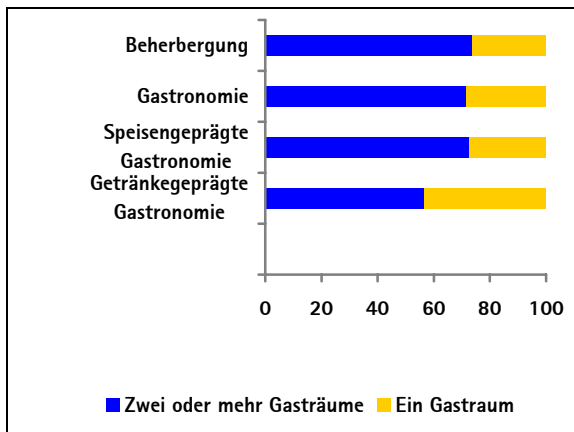


Abb. 33: Anzahl der Betriebe mit nur einem Gastraum (in Prozent)

29 Prozent der gastronomischen Betriebe verfügen nur über einen Gastraum. In der getränkegeprägten Gastronomie sind es sogar 43 Prozent (s. Abb. 33). Das bedeutet, dass diese Unternehmen besonders von der Einführung der Nichtraucherchutzgesetze betroffen sind.

Laut Gesetzeslage ist das Rauchen in Zwei-Raum-Gaststätten dann erlaubt, wenn sichergestellt ist, dass die Belange des Nichtraucherchutzes dadurch nicht gefährdet werden (z.B. durch Türen zwischen den Räumen). Die Investitionsbereit-

schaft der Unternehmen, extra in Erwartung bzw. Folge der Nichtraucherchutzgesetze zu investieren, fällt gering aus. 84 Prozent der Gastronomiebetriebe planen keine Investitionen ein. In der Hotellerie sind es sogar 87 Prozent (s. Abb. 34).

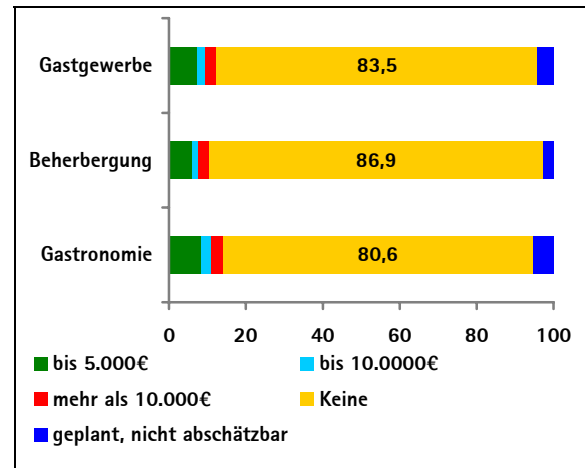


Abb. 34: Investitionen in Folge der Nichtraucherchutzgesetze (in Prozent)

Grundsätzlich gilt: Je mehr Umsatz ein Unternehmen macht, desto eher wird auch investiert. Dabei handelt es sich meist um Investitionen von bis zu 5.000 Euro. Insgesamt gesehen haben die Nichtraucherchutzgesetze also keine großen Auswirkungen auf die Investitionstätigkeit der Unternehmen gehabt.

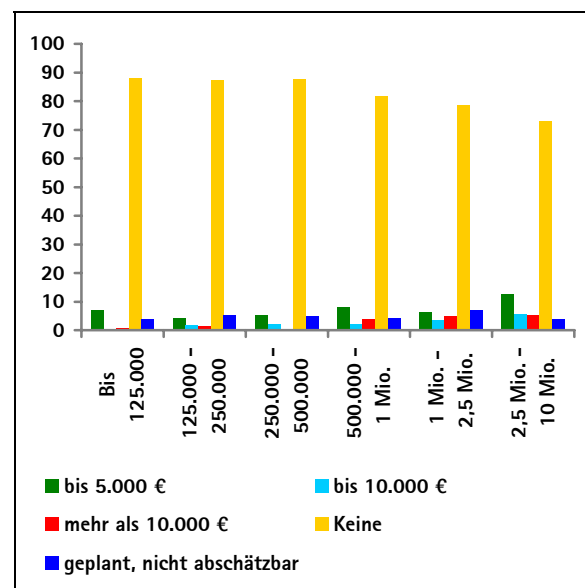


Abb. 35: Investitionsabsichten nach Umsatzgruppen (in €)

Im Ländervergleich stellt sich das Saarland (28 Prozent) als Spitzenreiter, Bayern als das Schlusslicht (11 Prozent) der Investitionsbereitschaft dar. Dies liegt auch in der unterschiedlichen gesetzlichen Situation begründet: Das bayerische Gesetz erlaubt das Rauchen auch in Mehr-Raum-Kneipen nicht. Allerdings besteht die Möglichkeit, Raucherclubs einzurichten.

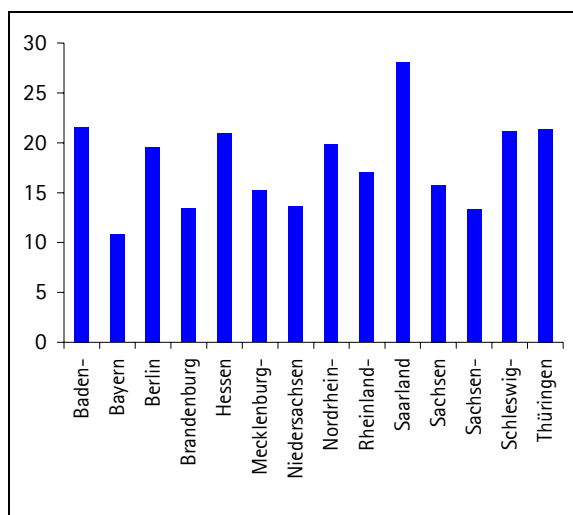


Abb. 36: Investitionsabsichten in den Bundesländern (in Prozent) ²

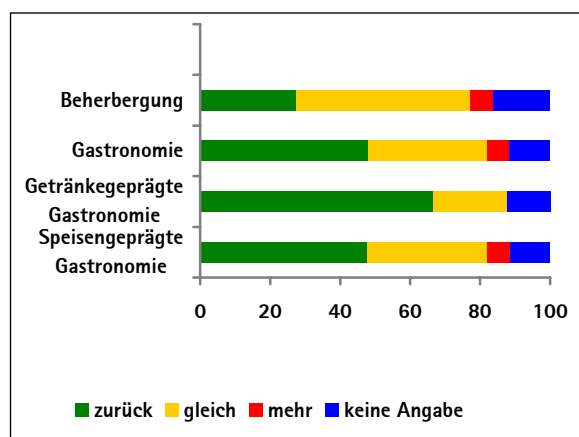


Abb. 37: Umsatzentwicklung in Folge der Nichtraucherchutzgesetze (in Prozent)

27 Prozent der Beherbergungsbetriebe und 48 Prozent der Gastronomen brachten ihre Umsatzrückgänge direkt mit den Nichtraucherchutzgesetzen in Verbindung. Insbesondere die getränkegeprägte Gastronomie ist negativ betroffen: 67 Prozent der

Unternehmer machten die Regelungen für Umsatzrückgänge verantwortlich. Es zeigt sich, dass die speisengeprägte Gastronomie weniger getroffen ist – ein Zeichen dafür, dass die Betriebe auch ohne gesetzliche Eingriffe auf Wünsche ihrer Gäste reagieren.

51 Prozent der Kneipiers, denen nur ein Raum zur Verfügung steht, stellen Umsatzrückgänge seit Einführung des Rauchverbots fest, davon knapp die Hälfte sehr starke. Anders sieht es bei den Unternehmern aus, die zwei oder mehr Räume bewirtschaften können. Hier geben zwar auch 47 Prozent Umsatzrückgänge seit Einführung der Gesetze an, aber sehr stark betroffen fühlt sich davon nur ein Drittel.

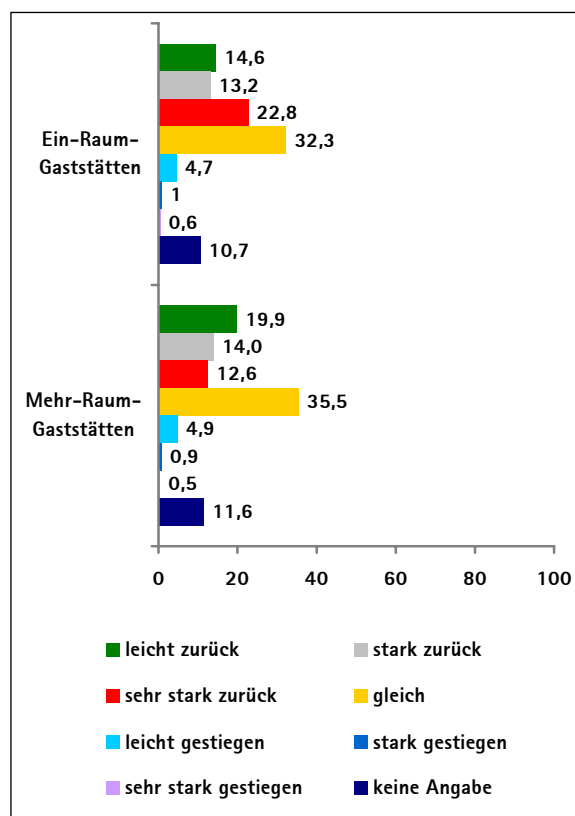


Abb. 38: Umsatzveränderungen in Folge der Nichtraucherchutzgesetze nach Wirtschaftszweigen (in Prozent)

² Aus Hamburg und Bremen liegen keine Daten vor.

IV AUSWIRKUNGEN VON UMWELTZONEN

Seit Jahresbeginn 2008 wurden bisher in zwölf deutschen Städten (Berlin, Dortmund, Hannover, Köln, Stuttgart sowie sieben weitere Städte in Baden-Württemberg) Umweltzonen eingerichtet. In diese dürfen nur noch Fahrzeuge einfahren, die mind. die Euro II-Norm erfüllen. Bisher planen die Städte ab 2010 die sog. zweite Stufe einzuführen; ab dann dürfen die Innenstädte nur noch von Kfz befahren werden, die mindestens die Euro IV-Norm erfüllen. Für Unternehmer mit älteren Fahrzeugen bedeutet dies, dass sie unter Umständen nicht mehr in die Innenstädte einfahren dürfen.

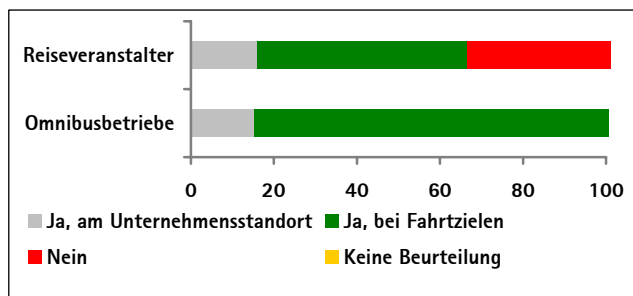


Abb. 39: Ist Ihr Unternehmen von der Einführung von Umweltzonen betroffen? (in Prozent)

Insbesondere Omnibusbetriebe und Reiseveranstalter sind von der Einführung der Umweltzonen betroffen. Dabei gilt diese Betroffenheit besonders für Fahrtziele von Städtereisen, wie Berlin, Köln, Dortmund, Hannover und Stuttgart.

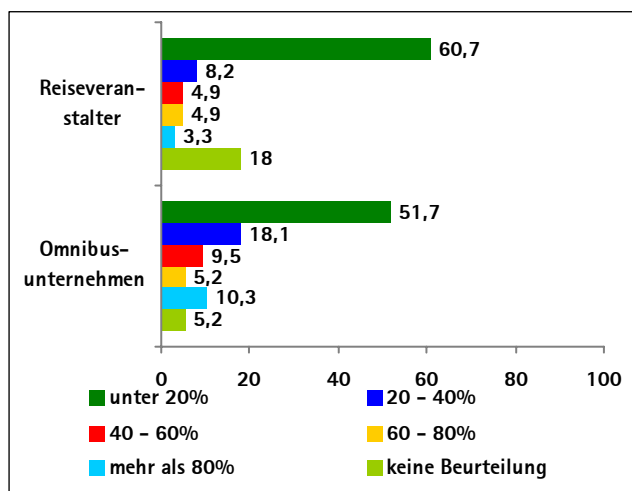


Abb. 40: Anteil des Fuhrparks, der keine Plakette bekommen hat (in Prozent)

43 Prozent der Omnibusunternehmen leiden stark unter den Umweltzonen, über 20 Prozent ihres Fuhrparks erhielten keine Plakette. Knapp 27 Prozent der Omnibusse ist somit vom Befahren der Umweltzonen ausgeschlossen. Dieser Anteil wird sich nach 2010 noch weiter erhöhen. Die dann erforderliche Norm erfüllen nur Busse, deren Erstzulassung nach dem 01.10.2006 erfolgte. Eine Nachrüstung ist noch nicht bei allen Fahrzeugtypen möglich und verursacht zudem erhebliche Kosten (von bis zu 15.000 Euro). 33 Prozent der Unternehmen gaben an, in Folge der Einführung von Umweltzonen Investitionen zu beabsichtigen (s. Abb. 41).

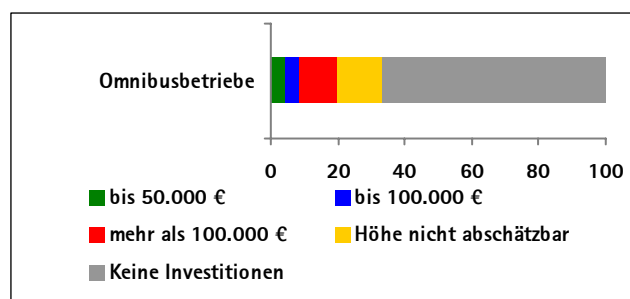


Abb. 41: Investitionsabsichten in Folge von Umweltzonen (in Prozent)

Die Unternehmer gehen mehrheitlich davon aus, dass die Einführung von Umweltzonen Auswirkungen auf ihre Erträge haben wird. Insbesondere die Omnibusunternehmen sind sehr pessimistisch gestimmt: Hier rechnen 40 Prozent mit sinkenden Erträgen, von steigenden Erträgen ging kein Unternehmen aus.

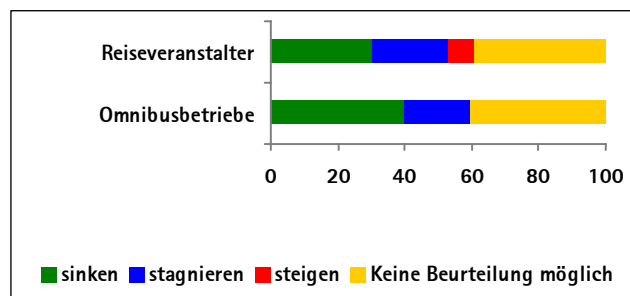


Abb. 42: Ertragsaussichten unter Berücksichtigung der Einführung von Umweltzonen

V TABELLENANHANG

	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08
Beherbergungsbereich								
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung								
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...								
gut	26,2	18,8	29,3	24,0	39,3	32,9	42,9	27,7
befriedigend	47,4	45,8	48,4	42,9	44,6	43,9	43,1	43,4
schlecht	26,4	35,4	22,4	33,1	16,1	23,2	14,1	28,9
Saldo	-0,2	-16,6	6,9	-9,1	23,2	9,7	28,8	-1,2
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...								
gestiegen	25,0	21,9	28,9	24,0	36,2	31,9	37,0	25,8
gleich geblieben	33,7	33,2	34,5	32,6	35,5	34,5	35,0	35,1
zurückgegangen	41,3	44,9	36,6	43,4	28,3	33,7	28,0	39,1
Saldo	-16,3	-23,0	-7,7	-19,4	7,9	-1,8	9,0	-13,3
3.1 Die Ausgaben unserer Kunden sind insgesamt...								
gestiegen		7,9	11,4	10,1	17,0	17,3	20,4	11,6
gleich geblieben		37,8	42,9	41,5	47,1	47,6	48,9	44,3
zurückgegangen		54,3	45,8	48,4	35,9	35,1	30,7	44,1
Saldo		-46,4	-34,4	-38,3	-18,9	-17,8	-10,3	-32,5
3.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...								
gestiegen		7,7	10,2	8,3	13,2	16,2	18,8	13,1
gleich geblieben		43,3	48,2	47,2	51,7	52,9	52,8	51,4
zurückgegangen		49,0	41,6	44,5	35,1	30,9	28,4	35,5
Saldo		-41,3	-31,4	-36,2	-21,9	-14,7	-9,6	-22,4
3.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...								
gestiegen		7,6	13,2	9,2	17,6	13,0	19,9	9,7
gleich geblieben		41,2	42,7	42,3	48,1	48,9	46,7	43,8
zurückgegangen		51,2	44,2	48,5	34,3	38,1	33,4	46,6
Saldo		-43,6	-31,0	-39,3	-16,7	-25,1	-13,5	-36,9
4 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist die Zimmerauslastung ...								
gestiegen	25,7	22,6	28,6	22,8	34,1	31,0	35,3	23,4
gleich geblieben	32,8	32,3	35,2	33,2	36,6	33,9	37,3	34,5
zurückgegangen	41,6	45,1	36,2	44,0	29,4	35,1	27,4	42,1
Saldo	-15,9	-22,5	-7,6	-21,2	4,7	-4,1	7,9	-18,7
Die Zimmerauslastung lag bei	49,2	43,1	50,7	44,4	50,4	45,5	52,4	44,5
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...								
gestiegen	18,5	13,8	18,8	15,2	24,9	20,4	24,6	16,3
gleich geblieben	31,5	35,5	35,1	32,0	34,7	35,0	37,1	31,9
zurückgegangen	50,0	50,8	46,0	52,8	40,4	44,5	38,2	51,8
Saldo	-31,5	-37,0	-27,2	-37,6	-15,5	-24,1	-13,6	-35,5
	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08

	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08
Beherbergungsbereich								
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
6 Unsere Geschäftslage wird...								
günstiger	22,4	24,7	19,9	29,6	20,3	33,6	23,5	25,9
gleichbleibend	57,0	50,0	52,8	47,8	53,0	49,0	57,6	48,3
ungünstiger	20,6	24,0	26,1	22,6	26,6	17,4	18,9	25,8
Saldo	1,8	0,7	-6,2	7,0	-6,3	16,2	4,6	0,1
7 Unsere Übernachtungs/ Verzehrpriese werden überwiegend ...								
steigen	13,9	10,3	19,4	21,7	49,0	24,3	33,1	26,0
etwa gleich bleiben	76,3	78,0	69,9	70,8	46,1	70,9	63,4	68,0
fallen	9,8	10,6	10,3	7,5	5,0	4,8	3,6	6,0
Saldo	4,1	-0,3	9,1	14,2	44,0	19,5	29,5	20,0
8 Die Zahl unserer Beschäftigten wird voraussichtlich ...								
zunehmen	6,0	5,9	5,1	8,4	7,9	10,7	8,7	8,8
etwa gleich bleiben	75,2	72,0	73,8	75,5	75,7	77,3	78,4	74,2
abnehmen	18,7	22,0	21,1	16,1	16,4	12,1	12,9	17,1
Saldo	-12,7	-16,1	-16,0	-7,7	-8,5	-1,4	-4,2	-8,3
9 Unsere Investitionen werden voraussichtlich ...								
zunehmen	17,8	16,6	18,7	20,6	23,2	25,4	25,9	22,0
gleich bleiben	36,1	32,4	36,0	33,0	37,6	36,7	40,0	33,8
abnehmen	17,3	20,2	17,5	18,2	15,1	14,7	14,3	18,1
keine Investitionen	28,8	30,8	27,8	28,2	24,1	23,1	19,8	26,1
Saldo	0,5	-3,6	1,2	2,4	8,1	10,7	11,6	3,9
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...								
Kapazitätserweiterung		9,4	10,3	9,6	11,1	11,3	12,3	12,3
Rationalisierung/ Kostensenkung		25,8	29,6	30,2	28,3	28,7	28,1	30,8
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung		77,7	80,5	77,7	81,9	80,9	80,4	80,6
Produktinnovation/ Angebotserweiterung		22,7	23,1	25,3	22,9	23,2	24,8	20,9
Umweltschutz		7,8	10,7	9,6	10,8	16,3	14,9	16,6
	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08

	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08
Gastronomiebereich								
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung								
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...								
gut	17,7	15,7	23,2	20,7	28,2	30,0	31,1	20,6
befriedigend	46,0	47,1	48,7	46,2	46,5	45,9	48,7	44,6
schlecht	36,3	37,2	28,2	33,1	25,3	24,1	20,1	34,8
Saldo	-18,6	-21,5	-5,0	-12,4	2,9	5,9	11,0	-14,2
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...								
gestiegen	18,9	17,9	24,9	21,5	28,4	29,5	29,8	18,4
gleich geblieben	28,8	33,6	34,7	34,9	34,3	38,3	37,1	36,1
zurückgegangen	52,3	48,5	40,5	43,6	37,3	32,2	33,0	45,5
Saldo	-33,4	-30,6	-15,6	-22,1	-8,9	-2,7	-3,2	-27,1
3.1 Die Ausgaben unserer Kunden sind insgesamt...								
gestiegen		8,6	11,6	10,8	17,5	19,3	20,5	11,8
gleich geblieben		34,8	40,9	42,9	44,9	45,3	47,9	40,2
zurückgegangen		56,7	47,4	46,3	37,7	35,3	31,6	48,0
Saldo		-48,1	-35,8	-35,5	-20,2	-16,0	-11,1	-36,2
3.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...								
gestiegen		6,1	8,9	9,2	14,2	19,2	19,7	12,6
gleich geblieben		41,1	47,0	48,3	52,0	50,2	51,9	50,7
zurückgegangen		52,9	44,1	42,5	33,8	30,6	28,4	36,6
Saldo		-46,8	-35,2	-33,3	-19,6	-11,4	-8,7	-24,0
3.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...								
gestiegen		8,3	12,1	8,7	17,8	15,4	18,3	9,4
gleich geblieben		37,4	40,7	43,7	46,3	47,5	48,5	40,7
zurückgegangen		54,3	47,2	47,6	35,9	37,1	33,2	50,0
Saldo		-46,0	-35,1	-38,9	-18,1	-21,7	-14,9	-40,6
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...								
gestiegen	12,8	12,4	15,3	15,2	19,1	18,3	19,5	12,0
gleich geblieben	28,0	30,7	33,5	31,1	33,7	36,1	35,8	28,9
zurückgegangen	59,2	56,9	51,2	53,7	47,2	45,6	44,7	59,2
Saldo	-46,4	-44,5	-35,9	-38,5	-28,1	-27,3	-25,2	-47,2
	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08

	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08
Gastronomiebereich								
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
6 Die Geschäftslage wird...								
günstiger	18,6	21,5	17,4	27,2	19,0	31,2	21,5	20,7
gleichbleibend	57,6	50,4	53,8	49,0	49,8	49,7	55,5	46,8
ungünstiger	23,7	27,7	28,5	23,8	31,2	19,0	23,0	32,4
Saldo	-5,1	-6,2	-11,1	3,4	-12,2	12,2	-1,5	-11,7
7 Die Übernachtungs/ Verzehrpreise werden überwiegend ...								
steigen	11,4	8,6	15,6	20,3	47,0	24,3	38,9	32,1
etwa gleich bleiben	81,2	81,6	77,9	73,3	48,3	71,5	58,2	62,0
fallen	7,5	9,3	6,4	6,4	4,8	4,2	2,9	5,8
Saldo	3,9	-0,7	9,2	13,9	42,2	20,1	36,0	26,3
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...								
zunehmen	5,6	6,2	6,1	11,7	8,8	13,9	10,5	8,4
etwa gleich bleiben	70,6	68,7	69,2	69,0	71,5	72,1	72,7	69,3
abnehmen	23,8	25,1	24,6	19,3	19,7	13,9	16,9	22,3
Saldo	-18,2	-18,9	-18,5	-7,6	-10,9	0,0	-6,4	-13,9
9 Die Investitionen werden voraussichtlich ...								
zunehmen	14,5	14,0	15,0	17,6	20,7	22,7	22,6	18,3
gleich bleiben	35,7	34,3	37,4	35,2	37,3	38,4	39,8	33,1
abnehmen	17,6	20,9	18,6	18,7	15,4	14,4	14,8	19,0
keine Investitionen	32,2	30,8	29,0	28,5	26,5	24,6	22,8	29,7
Saldo	-3,1	-6,9	-3,6	-1,1	5,3	8,3	7,8	-0,7
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...								
Kapazitätserweiterung		10,6	8,9	11,2	11,3	12,6	12,3	11,4
Rationalisierung/ Kostensenkung		35,2	39,2	38,5	36,3	35,4	34,1	40,7
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung		72,9	72,8	72,0	75,0	74,7	74,1	71,6
Produktinnovation/ Angebotserweiterung		30,4	29,3	31,7	29,0	29,3	26,6	26,9
Umweltschutz		8,0	9,3	9,3	10,1	14,5	13,7	13,9
	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08

	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08
Camping								
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung								
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...								
gut	21,8	13,7	30,8	16,8	33,7	22,3	29,3	10,2
befriedigend	52,9	58,0	47,3	56,3	48,6	53,1	47,9	44,3
schlecht	25,3	28,2	22,0	26,9	17,7	24,6	22,9	45,5
Saldo	-3,5	-14,5	8,8	-10,1	16,0	-2,3	6,4	-35,3
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...								
gestiegen	9,5	9,2	22,9	10,5	23,7	16,9	19,7	13,8
gleich geblieben	37,9	49,2	36,9	51,8	42,9	47,6	42,3	33,3
zurückgegangen	52,7	41,5	40,2	37,7	33,3	35,5	38,0	52,9
Saldo	-43,2	-32,3	-17,3	-27,2	-9,6	-18,6	-18,3	-39,1
3.1 Die Ausgaben unserer Kunden sind insgesamt...								
gestiegen		0,0	7,2	1,1	12,9	10,4	9,9	5,6
gleich geblieben		45,5	38,8	57,1	45,7	52,2	49,5	50,7
zurückgegangen		54,5	54,0	41,8	41,4	37,4	40,5	43,7
Saldo		-54,5	-46,8	-40,7	-28,5	-27,0	-30,6	-38,1
3.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...								
gestiegen		2,0	9,5	0,0	0,0	0,0	2,4	2,7
gleich geblieben		49,0	54,0	73,2	72,2	68,8	64,3	56,8
zurückgegangen		49,0	36,5	26,8	27,8	31,3	33,3	40,5
Saldo		-47,0	-27,0	-26,8	-27,8	-31,3	-30,9	-37,8
3.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...								
gestiegen		4,7	13,7	5,3	15,9	10,0	11,8	9,7
gleich geblieben		43,0	38,7	51,3	47,0	51,1	50,0	48,4
zurückgegangen		52,3	47,6	43,4	37,1	38,9	38,2	41,9
Saldo		-47,6	-33,9	-38,1	-21,2	-28,9	-26,4	-32,2
4 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist die Stellplatzauslastung ...								
gestiegen	12,4	9,4	16,0	11,7	23,2	17,4	19,5	12,2
gleich geblieben	32,4	44,3	41,4	43,6	44,0	46,2	38,3	35,4
zurückgegangen	55,2	46,2	42,6	44,7	32,7	36,4	42,1	52,4
Saldo	-42,8	-36,8	-26,6	-33,0	-9,5	-19,0	-22,6	-40,2
Die durchschnittliche Auslastung lag bei	48,6	41,8	49,3	47,8	47,4	40,4	48,8	37,6
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...								
gestiegen	6,8	7,7	9,7	7,5	16,9	13,7	11,3	7,2
gleich geblieben	32,9	43,1	41,5	50,8	44,0	42,7	40,6	34,9
zurückgegangen	60,2	49,2	48,9	41,7	39,2	43,5	48,1	57,8
Saldo	-53,4	-41,5	-39,2	-34,2	-22,3	-29,8	-36,8	-50,6
	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08

	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08
Camping								
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
6 Die Geschäftslage wird...								
günstiger	20,9	22,7	17,3	29,2	15,6	31,4	19,7	26,0
gleich bleiben	55,8	53,8	55,5	59,2	60,7	53,6	57,6	50,0
ungünstiger	23,3	23,5	26,6	11,6	23,7	15,0	22,7	24,0
Saldo	-2,4	-0,8	-9,3	17,6	-8,1	16,4	-3,0	2,0
7 Die Stellplatzpreise werden überwiegend ...								
steigen	18,0	8,6	22,0	22,2	33,5	32,1	18,8	17,9
gleich bleiben	78,4	85,3	71,1	75,9	62,9	62,1	74,4	80,0
fallen	3,6	5,2	6,9	1,9	3,5	5,7	6,8	2,1
Saldo	14,4	3,4	15,1	20,3	30,0	26,4	12,0	15,8
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...								
zunehmen	4,2	4,8	4,2	8,8	1,1	10,0	8,2	5,6
gleich bleiben	81,8	80,0	81,8	81,5	90,3	80,0	80,6	84,3
abnehmen	13,9	15,2	13,9	9,7	8,6	10,0	11,2	10,1
Saldo	-9,7	-10,4	-9,7	-0,9	-7,5	0,0	-3,0	-4,5
9 Die Investitionen werden voraussichtlich ...								
zunehmen	20,1	21,3	25,3	23,6	20,9	25,0	23,7	20,2
etwa gleich bleiben	42,0	39,4	31,9	41,7	44,1	39,6	39,3	46,8
abnehmen	14,9	22,0	27,7	19,7	20,3	18,8	19,3	18,1
keine Investitionen	23,0	17,3	15,1	15,0	14,7	16,7	17,8	14,9
Saldo	5,2	-0,7	-2,4	3,9	0,6	6,2	4,4	2,1
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...								
Kapazitätserweiterung		15,6	11,6	18,6	13,8	16,8	12,9	9,8
Rationalisierung/ Kostensenkung		13,3	24,5	26,5	27,6	27,4	31,0	40,2
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung		77,8	74,8	85,3	76,6	78,8	81,9	78,0
Produktinnovation/ Angebotserweiterung		33,3	31,3	27,5	26,9	29,2	33,6	26,8
Umweltschutz		15,6	28,6	26,5	25,5	29,2	26,7	24,4
	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08

	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08
Reisebüros								
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung								
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...								
gut	20,9	24,1	23,2	25,3	20,8	28,2	29,1	33,6
befriedigend	53,2	53,3	55,4	54,7	52,0	51,6	50,9	49,3
schlecht	25,9	22,7	21,4	20,0	27,3	20,2	20,0	17,2
Saldo	-5,0	1,4	1,8	5,3	-6,5	8,0	9,1	16,4
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...								
gestiegen	33,8	32,2	29,6	28,1	23,4	31,8	27,6	33,8
gleich geblieben	30,2	36,1	35,8	37,4	33,1	35,6	38,1	36,4
zurückgegangen	36,0	31,7	34,6	34,5	43,5	32,6	34,3	29,8
Saldo	-2,2	0,5	-5,0	-6,4	-20,1	-0,8	-6,7	4,0
3.1 Die Zahl der gebuchten Reisen ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum insgesamt...								
gestiegen		35,2	33,8	29,3	23,5	32,1	29,6	36,6
gleich geblieben		30,6	32,1	34,0	30,8	33,9	33,7	30,4
zurückgegangen		34,2	34,1	36,7	45,7	34,0	36,7	33,0
Saldo		1,0	-0,3	-7,4	-22,2	-1,9	-7,1	3,6
3.2 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Inland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
gestiegen	30,2	24,6	27,0	21,7	23,0	23,1	25,6	25,4
gleich geblieben	37,4	42,8	42,0	45,6	39,1	46,0	41,4	43,2
zurückgegangen	32,2	32,6	31,1	32,7	37,9	30,9	33,0	31,4
Saldo	-2,0	-8,0	-4,1	-11,0	-14,9	-7,8	-7,4	-6,0
3.3 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Ausland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
gestiegen	32,7	34,7	34,7	31,2	23,8	33,0	27,0	37,6
gleich geblieben	25,4	27,7	26,9	28,5	24,2	29,2	31,3	27,6
zurückgegangen	41,8	37,6	38,4	40,3	52,1	37,8	41,8	34,8
Saldo	-9,1	-2,9	-3,7	-9,1	-28,3	-4,8	-14,8	2,8
4.1 Die Reiseausgaben der Kunden sind insgesamt...								
gestiegen	22,0	21,0	24,0	22,0	21,2	27,9	25,4	32,4
gleich geblieben	28,4	40,1	32,9	35,9	34,1	40,6	38,9	38,1
zurückgegangen	49,6	38,9	43,1	42,1	44,7	31,5	35,7	29,6
Saldo	-27,6	-17,9	-19,1	-20,1	-23,5	-3,6	-10,3	2,8
4.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...								
gestiegen		14,6	15,4	15,1	18,1	15,5	19,6	22,5
gleich geblieben		41,2	38,9	44,7	40,4	53,3	42,8	50,8
zurückgegangen		44,2	45,7	40,2	41,5	31,2	37,6	26,8
Saldo		-29,6	-30,3	-25,1	-23,4	-15,7	-18,0	-4,3
4.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...								
gestiegen		23,6	24,0	23,3	22,1	28,5	25,1	33,5
gleich geblieben		37,5	33,0	35,2	29,8	36,5	38,1	35,1
zurückgegangen		38,7	42,9	41,5	48,1	35,0	36,9	31,4
Saldo		-15,1	-18,9	-18,2	-26,0	-6,5	-11,8	2,1
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...								
gestiegen	21,0	21,9	20,1	17,5	14,3	19,7	19,4	24,6
gleich geblieben	30,2	35,4	33,9	33,2	28,7	32,5	31,3	30,8
zurückgegangen	48,9	42,7	46,0	49,3	57,1	47,8	49,3	44,6
Saldo	-27,9	-20,8	-25,9	-31,8	-42,8	-28,1	-29,9	-20,0
	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08

	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08
Reisebüros								
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
6 Die Geschäftslage wird...								
günstiger	26,8	25,7	20,0	24,0	17,8	25,1	21,8	27,7
gleichbleibend	53,9	47,8	51,3	48,4	48,3	47,6	54,3	48,9
ungünstiger	19,3	26,5	28,7	27,6	33,9	27,2	23,9	23,4
Saldo	7,5	-0,8	-8,7	-3,6	-16,1	-2,1	-2,1	4,3
7 Die Verkaufspreise werden überwiegend ...								
steigen	25,9	17,9	42,0	28,0	50,4	26,8	39,9	41,8
gleich bleiben	67,4	70,5	50,3	63,4	46,0	67,2	57,2	53,5
fallen	6,7	11,5	7,8	8,6	3,7	5,9	3,0	4,7
Saldo	19,2	6,4	34,2	19,4	46,7	20,9	36,9	37,1
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...								
zunehmen	5,8	6,6	5,3	6,0	4,0	7,6	4,5	8,5
gleich bleiben	76,8	74,9	77,2	78,2	78,3	78,8	81,4	77,7
abnehmen	17,5	18,3	17,5	15,8	17,7	13,6	14,1	13,9
Saldo	-11,7	-11,7	-12,2	-9,8	-13,7	-6,0	-9,6	-5,4
9 Die Investitionen werden voraussichtlich...								
zunehmen	11,2	12,7	11,2	10,7	10,9	12,6	11,6	14,3
gleich bleiben	35,2	35,6	37,4	38,5	34,8	38,8	37,9	37,0
abnehmen	18,0	18,1	18,4	17,0	20,3	15,7	15,9	14,7
keine Investitionen	35,6	33,6	33,0	33,8	34,0	33,0	34,7	34,0
Saldo	-6,8	-5,4	-7,2	-6,3	-9,4	-3,1	-4,3	-0,4
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...								
Kapazitätserweiterung		14,6	14,4	12,2	14,8	15,9	14,1	17,7
Rationalisierung/ Kostensenkung		40,3	41,7	43,6	45,1	41,7	41,9	39,4
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung		57,5	62,0	60,3	57,8	58,5	53,3	60,6
Produktinnovation/ Angebotserweiterung		24,9	30,8	29,6	33,0	33,0	32,1	27,9
Umweltschutz		0,4	1,4	1,4	2,5	4,8	3,2	4,6
	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08

	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08
Reiseveranstalter								
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung								
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...								
gut	28,4	24,9	31,3	24,9	32,2	29,0	34,1	28,6
befriedigend	44,7	49,8	45,8	51,2	48,3	54,2	49,7	54,9
schlecht	26,9	25,4	22,9	23,9	19,6	16,8	16,2	16,5
Saldo	1,5	-0,5	8,4	1,0	12,6	12,2	17,9	12,1
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...								
gestiegen	30,2	26,9	32,9	25,5	31,7	28,3	40,4	31,1
gleich geblieben	35,1	40,1	32,1	38,5	31,3	41,5	33,1	36,4
zurückgegangen	34,7	33,0	35,0	36,0	37,0	30,2	26,5	32,4
Saldo	-4,5	-6,1	-2,1	-10,5	-5,3	-1,9	13,9	-1,3
3.1 Die Zahl der gebuchten Reisen insgesamt ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
gestiegen		29,5	34,9	26,7	33,0	27,9	44,4	33,3
gleich geblieben		35,9	28,6	36,0	29,0	38,8	25,6	32,8
zurückgegangen		34,6	36,5	37,3	38,1	33,3	29,9	33,9
Saldo		-5,1	-1,6	-10,6	-5,1	-5,4	14,5	-0,6
3.2 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Inland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...								
gestiegen	23,2	16,8	25,4	25,0	28,7	23,1	38,2	29,6
gleich geblieben	33,1	49,6	38,7	45,5	39,2	52,3	37,1	44,4
zurückgegangen	43,7	33,6	35,9	29,5	32,2	24,6	24,7	25,9
Saldo	-20,5	-16,8	-10,5	-4,5	-3,5	-1,5	13,5	3,7
3.3 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Ausland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...								
gestiegen	27,5	25,7	31,4	28,5	31,9	29,9	37,7	31,0
gleich geblieben	31,4	33,6	31,4	28,5	31,3	36,1	28,3	34,8
zurückgegangen	41,2	40,8	37,3	43,0	36,7	34,0	34,0	34,2
Saldo	-13,7	-15,1	-5,9	-14,5	-4,8	-4,1	3,7	-3,2
4.1 Die Reiseausgaben der Kunden sind insgesamt...								
gestiegen	12,5	20,1	20,1	16,5	21,5	22,3	29,6	26,9
gleich geblieben	35,5	46,5	43,0	47,6	44,1	50,6	46,7	43,4
zurückgegangen	52,0	33,3	36,9	35,9	34,4	27,1	23,7	29,7
Saldo	-39,5	-13,2	-16,8	-19,4	-12,9	-4,8	5,9	-2,8
4.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...								
gestiegen		12,7	13,4	13,0	16,7	13,5	20,4	26,7
gleich geblieben		54,4	34,1	58,0	52,1	50,0	57,1	56,0
zurückgegangen		32,9	52,4	29,0	31,3	36,5	22,4	17,3
Saldo		-20,2	-39,0	-16,0	-14,6	-23,0	-2,0	9,4
4.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...								
gestiegen		23,4	18,4	18,3	26,9	25,5	31,8	30,8
gleich geblieben		45,4	42,3	45,8	39,2	44,1	39,3	40,3
zurückgegangen		31,2	39,3	35,9	33,9	30,3	29,0	28,9
Saldo		-7,8	-20,9	-17,6	-7,0	-4,8	2,8	1,9
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...								
gestiegen	22,3	19,6	23,1	17,9	21,3	21,8	25,5	23,2
gleich geblieben	34,0	35,4	31,6	35,4	33,3	35,8	30,1	28,0
zurückgegangen	43,7	45,0	45,3	46,7	45,4	42,5	44,4	48,8
Saldo	-21,4	-25,4	-22,2	-28,8	-24,1	-20,7	-18,9	-25,6
	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08

	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08
Reiseveranstalter								
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
6 Die Geschäftslage wird...								
günstiger	34,0	34,1	24,2	26,6	27,0	32,7	30,8	28,6
gleichbleibend	46,6	43,9	53,8	50,2	50,9	49,3	49,7	46,9
ungünstiger	19,4	22,0	22,1	23,2	22,2	18,0	19,5	24,6
Saldo	14,6	12,1	2,1	3,4	4,8	14,7	11,3	4,0
7 Die Verkaufspreise werden überwiegend ...								
steigen	29,6	19,5	37,3	34,1	49,3	36,5	37,5	39,7
gleich bleiben	64,3	71,5	55,5	64,4	48,5	60,1	61,3	56,6
fallen	6,0	9,0	7,2	1,5	2,2	3,4	1,2	3,7
Saldo	23,6	10,5	30,1	32,6	47,1	33,1	36,3	36,0
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...								
zunehmen	11,4	10,0	9,8	11,7	10,9	13,9	14,7	13,8
gleich bleiben	71,3	74,5	73,6	74,6	77,7	78,1	76,1	74,2
abnehmen	17,3	15,5	16,6	13,7	11,4	8,0	9,2	12,0
Saldo	-5,9	-5,5	-6,8	-2,0	-0,5	5,9	5,5	1,8
9 Die Investitionen werden voraussichtlich...								
zunehmen	14,4	15,8	17,4	14,1	15,2	16,5	17,9	22,3
gleich bleiben	40,3	42,4	41,9	40,8	45,5	46,7	51,8	39,3
abnehmen	15,9	16,3	14,1	15,5	14,7	12,7	11,3	15,2
keine Investitionen	29,4	25,6	26,6	29,6	24,7	24,1	19,0	23,2
Saldo	-15,0	-9,8	-9,2	-1,4	0,5	3,8	6,6	7,1
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...								
Kapazitätserweiterung		17,9	17,9	21,4	20,0	18,5	24,4	28,1
Rationalisierung/ Kostensenkung		23,1	33,3	31,4	30,0	35,6	26,8	33,8
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung		56,4	59,5	52,1	55,0	58,9	65,9	59,4
Produktinnovation/ Angebotserweiterung		39,7	46,4	50,7	48,8	43,2	36,6	45,0
Umweltschutz		2,6	4,8	5,0	3,1	6,8	4,9	5,6
	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08

	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08
Omnibusunternehmen								
A Gegenwärtige Lage/Beurteilung								
1 Die Geschäftslage war im abgelaufenen Halbjahr...								
gut	8,6	5,9	11,6	11,4	20,0	12,8	21,6	13,3
befriedigend	62,9	61,8	63,0	60,7	62,2	56,7	67,9	63,3
schlecht	28,5	32,4	25,5	27,9	17,8	30,5	10,4	23,4
Saldo	-19,9	-26,5	-13,9	-16,5	2,2	-17,7	11,2	-10,1
2 Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist der Umsatz...								
gestiegen	12,5	10,8	13,1	14,9	21,1	14,0	18,2	14,1
gleich geblieben	41,7	40,1	42,1	36,6	47,0	43,3	49,2	50,0
zurückgegangen	45,1	49,1	44,9	48,5	31,9	42,7	32,6	35,9
Saldo	-32,6	-38,3	-31,8	-33,6	-10,8	-28,7	-14,4	-21,8
3.1 Die Zahl der gebuchten Reisen insgesamt ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
gestiegen		7,0	13,0	11,4	15,9	8,1	18,4	10,8
gleich geblieben		38,7	37,3	38,0	49,0	41,2	39,8	44,2
zurückgegangen		54,2	49,7	50,6	35,0	50,7	41,7	45,0
Saldo		-47,2	-36,7	-39,2	-19,1	-42,6	-23,3	-34,2
3.2 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Inland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...								
gestiegen	10,6	12,8	13,5	15,8	22,3	14,9	21,6	13,0
gleich geblieben	38,6	37,6	43,2	36,8	47,7	44,7	52,3	48,0
zurückgegangen	50,8	49,6	43,2	47,4	30,0	40,4	26,1	39,0
Saldo	-40,2	-36,8	-29,7	-31,6	-7,7	-25,5	-4,5	-26,0
3.3 Die Zahl der gebuchten Reisen ins Ausland ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum...								
gestiegen	8,8	6,3	7,6	10,9	11,4	11,6	15,7	10,4
gleich geblieben	29,6	30,5	37,3	33,6	40,2	32,1	37,1	36,5
zurückgegangen	61,6	63,3	55,1	55,5	48,5	56,3	47,2	53,1
Saldo	-52,8	-57,0	-47,5	-44,6	-37,1	-44,7	-31,5	-42,7
4.1 Die Reiseausgaben der Kunden sind insgesamt...								
gestiegen	11,5	6,4	9,9	9,0	16,5	15,9	15,6	16,8
gleich geblieben	30,3	28,6	33,7	43,4	40,5	39,4	45,8	36,3
zurückgegangen	58,2	65,0	56,4	47,6	43,0	44,7	38,5	46,9
Saldo	-46,7	-58,6	-46,5	-38,6	-26,5	-28,8	-22,9	-30,1
4.2 Die Ausgaben unserer Kunden - Geschäftsreisende - sind ...								
gestiegen		4,6	10,5	8,5	11,7	10,3	17,0	18,5
gleich geblieben		41,4	41,9	53,7	53,2	48,5	47,2	50,8
zurückgegangen		54,0	47,7	37,8	35,1	41,2	35,8	30,8
Saldo		-49,4	-37,2	-29,3	-23,4	-30,9	-18,8	-12,3
4.3 Die Ausgaben unserer Kunden - Urlaubsreisende - sind ...								
gestiegen		6,6	9,1	9,9	15,7	18,8	16,7	14,3
gleich geblieben		36,4	37,1	39,7	40,0	34,7	38,1	36,7
zurückgegangen		66,9	53,8	50,4	44,3	46,5	45,2	49,0
Saldo		-60,3	-44,7	-40,5	-28,6	-27,7	-28,5	-34,7
5 Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Gewinn ...								
gestiegen	8,3	5,8	7,4	7,5	12,6	12,5	9,7	6,8
gleich geblieben	32,3	30,3	24,8	30,7	36,8	34,9	40,3	32,9
zurückgegangen	59,4	63,9	67,8	61,8	50,6	52,6	50,0	60,3
Saldo	-51,1	-58,1	-60,4	-54,3	-38,0	-40,1	-40,3	-53,5
	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08

	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08
Omnibusunternehmen								
B Erwartungen und Pläne für die nächsten sechs Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ...								
6 Die Geschäftslage wird...								
günstiger	12,4	15,7	6,5	14,9	14,7	17,3	15,0	14,4
gleichbleibend	52,4	41,6	47,9	54,7	58,2	54,3	54,1	43,8
ungünstiger	35,2	42,8	45,6	30,4	27,2	28,4	30,8	41,8
Saldo	-22,8	-27,1	-39,1	-15,5	-12,5	-11,1	-15,8	-27,4
7 Die Verkaufspreise werden überwiegend ...								
steigen	31,9	15,2	51,2	34,6	53,3	33,3	41,7	36,4
gleich bleiben	61,6	71,3	42,2	59,0	44,5	60,4	52,8	61,6
fallen	6,5	13,4	6,6	6,4	2,2	6,3	5,5	2,0
Saldo	25,4	1,8	44,6	28,2	51,1	27,0	36,2	34,4
8 Die Zahl der Beschäftigten wird voraussichtlich ...								
zunehmen	4,9	4,2	2,8	6,2	3,8	8,1	7,5	7,1
gleich bleiben	71,1	72,3	67,3	69,7	76,2	70,6	72,9	72,1
abnehmen	23,9	23,5	29,9	24,1	20,0	21,3	19,5	20,8
Saldo	-19,0	-19,3	-27,1	-17,9	-16,2	-13,2	-12,0	-13,7
9 Die Investitionen werden voraussichtlich...								
zunehmen	7,0	6,6	9,7	9,6	11,8	12,3	10,8	16,1
gleich bleiben	31,0	29,9	26,3	31,8	33,9	32,5	43,8	34,2
abnehmen	26,8	28,7	27,6	22,7	23,1	21,5	17,7	11,0
keine Investitionen	35,2	34,7	36,4	35,9	31,2	33,7	27,7	38,7
Saldo	-19,8	-22,1	-17,9	-13,1	-11,3	-9,2	-6,9	5,1
10 Die Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf...								
Kapazitätserweiterung		6,5	8,0	13,6	7,9	10,7	7,1	7,9
Rationalisierung/ Kostensenkung		32,6	37,0	30,3	26,0	32,0	33,3	26,7
Modernisierung/ Ersatzbeschaffung		67,4	71,0	71,2	82,7	72,8	78,8	75,2
Produktinnovation/ Angebotserweiterung		10,9	19,6	24,2	11,8	11,7	10,1	19,8
Umweltschutz		0,0	11,6	7,6	7,1	13,6	14,1	16,8
	S 04	W 04/05	S 05	W 05/06	S 06	W 06/07	S 07	W 07/08