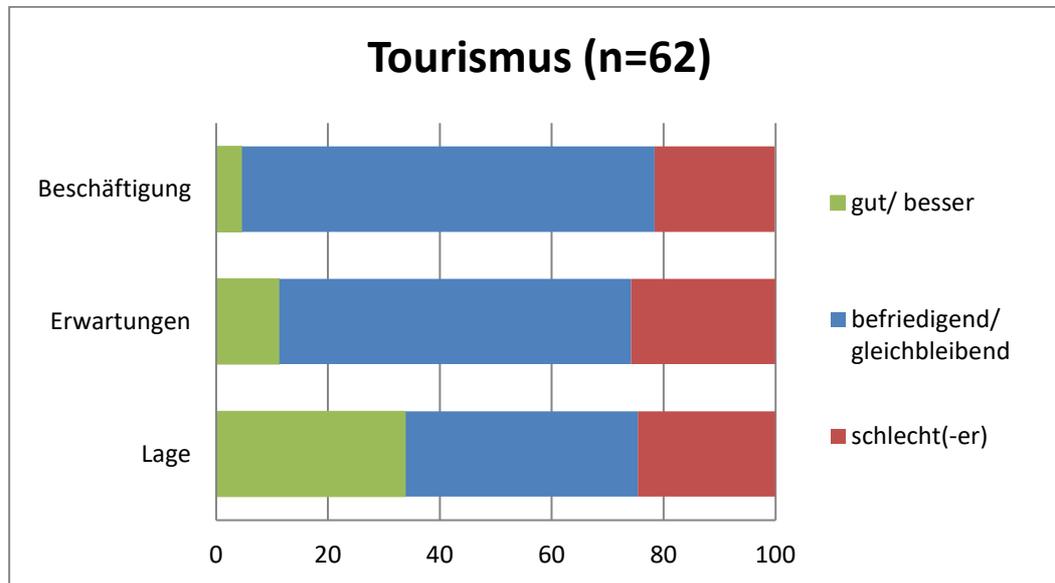


Tourismusumfrage der IHK Bonn/Rhein-Sieg zum Herbst 2024

Geschäftslage im Herbst 2024 auf Zweijahrestief



Im Herbst 2024 beurteilt nur noch ein Drittel der Touristiker in der Region Bonn/Rhein-Sieg ihre Geschäftslage als gut. Im Frühjahr und vor einem Jahr waren es noch annähernd 50 Prozent gewesen, die ihre Geschäfte als gut bezeichneten. Rund 40 Prozent der befragten Betriebe geben eine befriedigende Geschäftslage an. Insofern stellt sich die Lage im Tourismus als verschlechtert dar, wobei das Gastgewerbe hierbei deutlich unter der Beurteilung des Reisegewerbes liegt. Die derzeitige Lagebeurteilung der Betriebe liegt leicht unter den Erwartungen des Frühsommers. Die Europameisterschaft sorgte zwar für einen kurzzeitigen Anstieg der Umsätze und Übernachtungszahlen, ein langanhaltender Effekt ist jedoch nicht eingetreten. Zudem ist die Auslastung im Gastgewerbe um rund fünf Prozentpunkte auf fast 57 Prozent gesunken. Viele haben Ihre weiten Urlaubsreisen auf den Herbst gelegt, weil es im Sommer im Süden zu warm war. Das Gastgewerbe spürt die nachlassende und schwächelnde Konjunktur: Kunden halten sich beim Restaurantbesuch aufgrund der notwendigen Preissteigerungen zurück und haben hier weniger Spielraum. Man kann den Euro nur einmal ausgeben. Ebenso behindert die mangelhafte und sanierungsbedürftige Verkehrsinfrastruktur den Tagungstourismus.

Ein Drittel der Betriebe im Gastgewerbe gibt an, dass die Umsätze zurückgegangen sind, nur noch 21 Prozent haben einen Anstieg verzeichnet. Im Frühjahr waren diese Werte noch vertauscht. Zudem sagen 51 Prozent der Betriebe, dass die Umsätze mit Geschäftsreisenden zurückgegangen sind, im Frühjahr war noch ein Plus zu verzeichnen. Die Situation im Reisegewerbe ist optimistischer als im Gastgewerbe. Knapp 43 Prozent der antwortenden Unternehmen geben steigende Umsätze an. Damit liegt dieser Wert auf dem Niveau des Frühjahrs: Die Kunden sind bereit, für Urlaubsreisen mehr Geld auszugeben, hiervon profitieren insbesondere Spezialreiseanbieter.

Geschäftserwartungen: Stimmung pessimistischer

Für die kommenden Monate erwarten nur noch 11 Prozent der Unternehmen eine günstigere Geschäftsentwicklung, im Frühjahr waren es noch ein Drittel. Der aktuelle Wert liegt noch einmal sieben Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert. Das Reisegewerbe ist hier mit 15 Prozent ein wenig optimistischer als das Gastgewerbe (acht Prozent): Rund sechs von zehn Unternehmen rechnen in den kommenden Monaten mit gleichbleibenden Geschäften. 25 Prozent der befragten Unternehmen gehen von einer rückläufigen Geschäftsentwicklung aus. Die wirtschaftliche Lage in Deutschland, teilweise von Krisen betroffene Urlaubsregionen, und die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen, aber auch die Tatsache, dass Bonn/Rhein-Sieg keine Wintertourismus-Region ist, lassen einige Betriebe düster auf die nächsten Monate blicken. Hinzu kommt die Ausweitung der Beherbergungssteuer für Geschäftsreisende in Bonn und Königswinter: Während es nach der NRW-Übernachtungsstatistik zu keinem Einbruch gekommen ist, vermelden die Unternehmen eine geringere Ausgabebereitschaft der Unternehmenskunden bei Veranstaltungen oder Kongressen. Die aufzuwendende Beherbergungssteuer verringert somit die Umsätze der Beherbergungs- und Veranstaltungsbetriebe.

Dies schlägt sich insgesamt auch im Geschäftsklimaindex des Tourismusgewerbe nieder: Mit nur noch 97 Punkten befindet sich der Index auf einem Zweijahrestief – ein Rückgang von 29 Punkten gegenüber dem Frühjahr. Die Stimmung im Tourismus ist damit zwar besser als in der übrigen Wirtschaft im IHK-Bezirk Bonn/Rhein-Sieg (90), hat sich aber dennoch verschlechtert. Dies gilt insbesondere für die Unternehmen aus dem Gastgewerbe. Hier beträgt der Klimaindex nur noch 85 Punkte.

Beschäftigung mit abnehmender Tendenz

74 Prozent der befragten Unternehmen planen mit einer gleichbleibenden Beschäftigung. Dies entspricht den Umfragewerten aus dem Frühjahr. Jedoch planen nur noch 5 Prozent der Betriebe, die Anzahl ihrer Beschäftigten zu erhöhen. Im Frühjahr war dieser Wert noch mehr als doppelt so hoch. Über 20 Prozent gehen von einem Rückgang der Beschäftigten aus. Dies geht auf eine verschlechterte Erwartungshaltung der Unternehmen bei gleichzeitig steigenden Arbeitskosten zurück. Sechs von Zehn Unternehmen im Gastgewerbe können offene Stellen nicht zeitnah nachbesetzen. In der Gastronomie sind es sogar 75 Prozent. Der Fachkräftemangel war schon vor der Corona-Pandemie existent, hat sich jedoch durch die Krise verschlimmert und verbleibt auf hohem Niveau. Erschwert wird die Suche nach geeignetem Personal weiterhin durch den Mangel an bezahlbarem Wohnraum. Werkswohnungsbau bzw. die Anmietung von Wohnraum für Beschäftigte werden nur von einem kleinen Teil der Unternehmen angewendet. Hier müssen Verwaltung und Politik unterstützen, um den Wohnungsneubau zu beschleunigen, damit Arbeits- und Fachkräfte auch in der Nähe zum Arbeitsort wohnen können. Zusätzlich herausfordernd bei der Gewinnung ausländischer Fachkräfte sind teilweise die hohen bürokratischen Hürden und die fehlende Willkommenskultur.

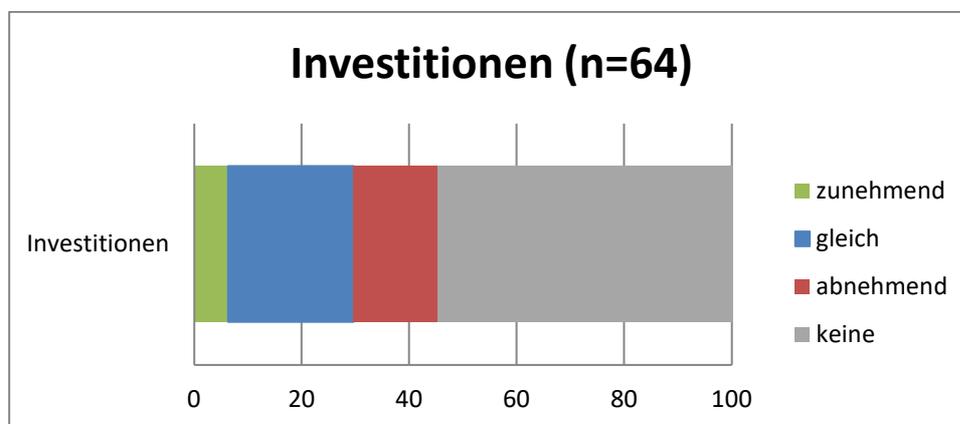
Investitionen: Modernisierung weiterhin im Vordergrund

Aktuell beabsichtigen nur noch 45 Prozent der befragten Unternehmen zu investieren, 55 Prozent der Betriebe planen keine Investitionen. Auch das wieder moderat gewordene Zinsniveau hilft nicht, es gibt eine Verunsicherung, ob man in Klimaneutralität investieren soll. Die schlechte wirtschaftliche Lage wirkt sich ebenfalls auf die Bereitschaft aus. Sechs Prozent der Betriebe beabsichtigen eine Aufstockung ihrer Investitionen, ein Viertel rechnet mit gleichbleibenden Ausgaben und 15 Prozent verringern die Mittel. Auch hier macht sich der skeptische Blick in die

Zukunft bemerkbar: Der Anteil der Unternehmen ohne Investitionen hat sich seit dem Vorjahr um 24 Prozentpunkte erhöht.

Nach wie vor ist das Hauptmotiv für die Investitionen im Gastgewerbe die Modernisierung (79 Prozent). Damit kommen die Betriebe den Wünschen der Gäste nach Qualität und einem gesteigerten Wohlfühlfaktor nach. Betriebe mit einem veraltetem Interieur und Marktauftritt werden es zukünftig noch schwerer haben. Die Qualität muss für den Besucher stimmen. Im Reisege- werbe liegen die Modernisierungsinvestitionen (56 Prozent) vor den Produktinnovationen (42 Prozent) als Motiv. Neue Transportmittel und Ausstattungen sowie Angebote, die Trends (Fahr- rad, Events, Erlebnis, Storytelling) aufgreifen, dienen der Kundenbindung und -gewinnung. Im Gastgewerbe planen nur 14 Prozent Investitionen in neue Produkte. Investitionen in den Um- weltschutz wollen derzeit gerade einmal sieben Prozent der Betriebe im Gastgewerbe, jedoch gut 40 Prozent im Reisegewerbe einführen. Doch insbesondere für Busunternehmen ist der Umweltschutz gerade vor dem Hintergrund der immer strengeren Auflagen, aber auch aufgrund der steigenden Ansprüche der Kunden notwendig. Hier stellen sich die Unternehmen die Frage, was mit der dieselbetriebenen Busflotte geschieht, wenn die CO2-Preise weiter ansteigen soll- ten. Die vergleichsweise geringen Ambitionen der Betriebe des Gastgewerbes bei Umwelt- schutzinvestitionen sollten hierbei nachdenklich stimmen. Auch hier sorgen die ungewissen wirt- schaftspolitischen Rahmenbedingungen und die ausgedünnte Förderkulisse für Verunsicherung und Zurückhaltung.

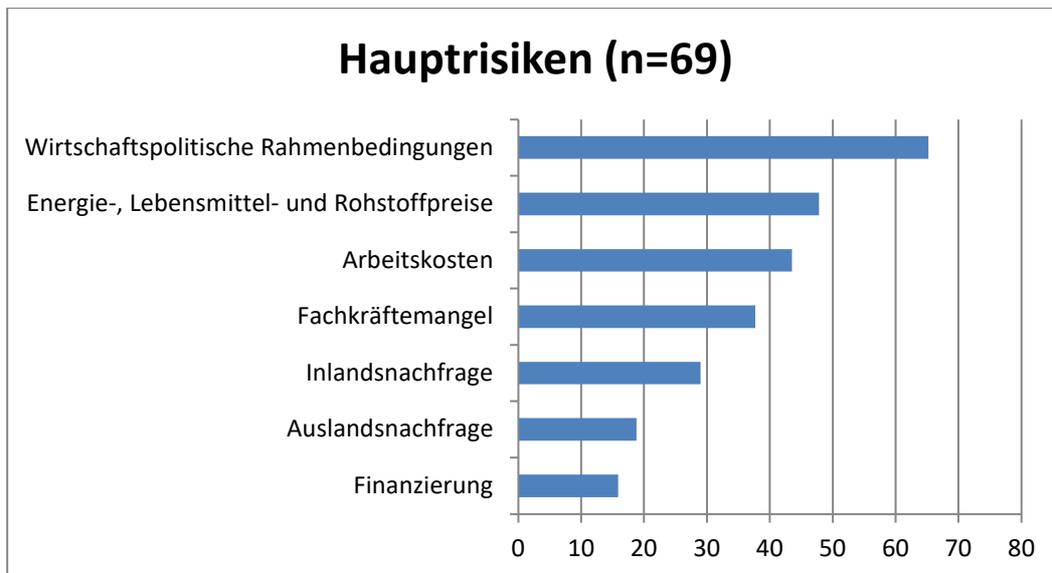
Investitionen in Kapazitätserweiterungen planen lediglich 14 Prozent der befragten Betriebe. Das ist mit Blick auf die eher pessimistischen Geschäftserwartungen und eventuell fehlendes Personal dafür durchaus nachvollziehbar.



Wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen bedeutendstes Geschäftsrisiko

Mit Blick auf die Risiken für die Geschäftsentwicklung nennen 65 Prozent der Tourismusbe- triebe die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen. Die Einschätzung hat sich seit der Vor- jahresumfrage um 21 Prozentpunkte erhöht und kann auf die wirtschaftspolitischen Entschei- dungen des vergangenen Jahres zurückgeführt werden. Während auf Bundesebene keine klare Strategie für die Wirtschaft erkennbar ist, wird auf kommunaler Ebene die Beherbergungssteuer ausgeweitet und über eine Steuer auf Einwegverpackungen nachgedacht. Zudem hat der ener- giepolitische Schlingerkurs nicht dazu beigetragen, Vertrauen aufzubauen. Neben weiter stei- genden Klimaschutzauflagen und der telefonischen Krankschreibung stört die Unternehmen auch die überbordende Bürokratie. Die Betriebe sehen sich hierdurch immer öfter als „Erfül- lungshelfer des Staates. Als zweites bedeutendes Risiko geben die Betriebe die Energie- und Rohstoffpreise an (48 Prozent). Dieser Wert hat gegenüber den Vorumfragen kontinuierlich

abgenommen: So reduzierte sich der Wert gegenüber dem Vorjahr um etwa 21 Prozentpunkte und gegenüber der Frühjahrsumfrage um neun. Die Unternehmen schätzen hier das Risiko geringer ein, auch wenn es ihnen weiterhin große Sorgen bereitet. Die Betriebskosten der Touristiker haben sich hierdurch in den vergangenen zwei Jahren erheblich erhöht, was sich wiederum auf die Liquidität und die Preisgestaltung ausgewirkt hat. Als dritt wichtiges Risiko nennen die Antwortenden die Arbeitskosten (43 Prozent). Diese sind, neben den Energie- und Lebensmittelpreisen, ein Haupttreiber für die Preisanpassungen bei den touristischen und gastronomischen Leistungen.



Dies sind die Ergebnisse der sechzehnten Saisonumfrage Tourismus der IHK Bonn/Rhein-Sieg unter 461 Unternehmen aus den Branchen Gast- und Reisegewerbe (Reisebüros, Reiseveranstalter, Personenbeförderung, Event etc.). Geantwortet haben diesmal 64 Unternehmen.

Till Bornstedt

Hanna Pfeifer

Michael Schmaus

Stephan Wimmers