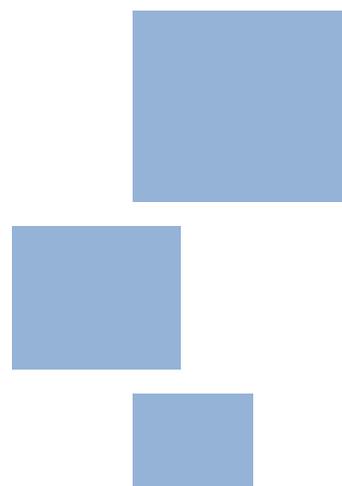


# Saisonumfrage Tourismus in Sachsen-Anhalt

## **Bilanz der Sommersaison 2014, Erwartungen an die Wintersaison 2014/2015**

- Beherbergung und Gastronomie
- Reisebüros und Reiseveranstalter,  
Omnibusunternehmen

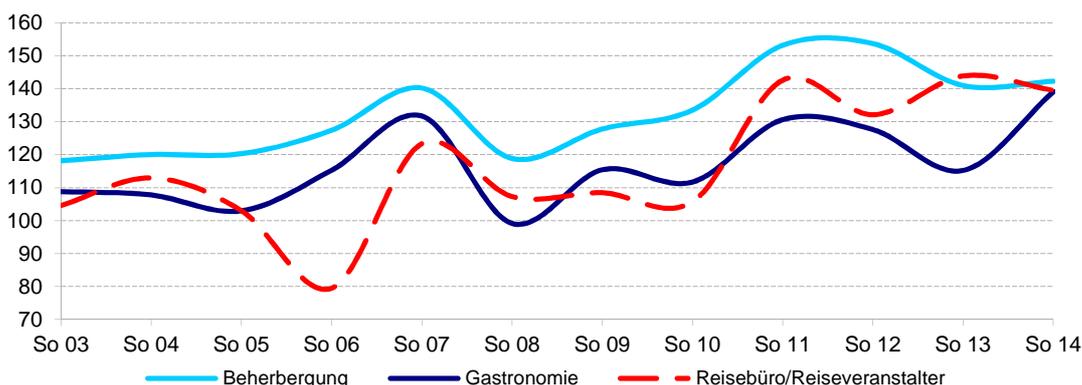


Die Saisonumfrage Tourismus Herbst 2014 ist ein gemeinsames Projekt der Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt. Auf der Basis von Unternehmensbefragungen werden die aktuelle Geschäftslage, die Erwartungen an die kommende Saison und Aussagen zu ausgewählten aktuellen Branchenthemen der Unternehmen des Beherbergungs- und Gastronomiegewerbes, des Reisebüro- und Reiseveranstaltersektors sowie der Reisebusunternehmen in Sachsen-Anhalt dargestellt. Diese Umfragen werden halbjährlich durchgeführt. Jeweils parallel dazu erfolgt eine bundesweite Auswertung durch den Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK).

Die vorliegende Umfrage zur abgelaufenen Sommersaison 2014 sowie zu den Erwartungen für die Wintersaison 2014/2015 in Sachsen-Anhalt stützt sich auf 262 Antworten von o. a. Unternehmen, davon 190 aus dem Gastgewerbe (Beherbergung und Gastronomie) und 72 aus dem Reisebüro- und Reiseveranstaltersektor. Der Berichtszeitraum erstreckt sich vom 1. Mai bis 31. Oktober 2014.

### Bilanz der Sommersaison 2014

#### Geschäftsklima: Gastronomie profitiert vom Sommer



Der **Geschäftsklimaindex** der Tourismuswirtschaft wird aus den Einschätzungen der aktuellen Geschäftslage und den Erwartungen der Unternehmen an die kommende Saison gebildet.

Nachdem in der Vorjahressaison noch ein Rekordhoch bei den **Reisebüros und Reiseveranstaltern** festzustellen war, wird die konjunkturelle Lage in der Reisebranche aktuell etwas schwächer eingeschätzt. Der IHK-Konjunkturklimaindex sinkt minimal von 144 auf 140 Index-Punkte. Verantwortlich hierfür sind die Geschäftserwartungen an die kommende Wintersaison 2014/2015, die per Saldo mit vier Punkten im Minus liegen. Die Geschäftslage der Sommersaison bewertet knapp die Hälfte der Unternehmen als gut.

Einhergehend mit den guten Übernachtungszahlen zeigen sich die gastgewerblichen Unternehmen Sachsen-Anhalts in einer guten Verfassung. Nach dem Einbruch im Sommer 2013 erholt sich der Geschäftsklimaindex in der **Gastronomie** deutlich und erreicht gute Werte. Der Klimaindex klettert um 24 auf aktuell 139 Punkte. Insbesondere die Einschätzungen der gegenwärtigen Lage mit einem positiven Saldo von 36 Punkten (Vorjahr minus eins) führen zu den guten Ergebnissen und zum Höchststand seit der Sommersaison 2009. Die Erwartungen an die Wintersaison sind per Saldo negativ (minus sechs), jedoch stellt sich das Ergebnis gegenüber dem Vorjahreszeitraum verbessert dar (minus 15).

Auch im **Beherbergungsgewerbe** führen die Einschätzungen der gegenwärtigen Lage zu positiven Ergebnissen. 55 Prozent der Befragten schätzen die Geschäftslage der Sommersaison als gut ein, lediglich sechs Prozent melden eine schlechte Geschäftslage. Abgeschwächt wird der Klimaindex durch die Erwartungen an die kommende Saison. Nur 12 Prozent der Beherbergungsunternehmen rechnen mit günstigeren Geschäften, knapp ein Viertel der Unternehmen aber mit ungünstigeren Geschäften.

### Gästezuwachs für Sachsen-Anhalt

Von Januar bis August 2014 konnten alle Reiseregionen Sachsen-Anhalts Zuwächse bei Ankünften und Übernachtungen verzeichnen. Insgesamt liegt Sachsen-Anhalt sogar deutlich über dem deutschlandweiten Zuwachs. Mit einer überdurchschnittlich hohen Steigerung der Gästeankünfte können die Regionen Altmark und Magdeburg, Elbe-Börde-Heide punkten. Spitzenreiter bei den Zuwächsen in Bezug auf die Übernachtungszahlen ist die Reiseregion Anhalt-Wittenberg, dicht gefolgt von der Altmark. Auch die Region Halle-Saale-Unstrut kann vom Übernachtungszuwachs profitieren. Das höhere Gästeaufkommen in Sachsen-Anhalt führt insofern auch zu einer verbesserten wirtschaftlichen Situation der Unternehmen und zu einer deutlichen Stimmungsaufhellung bei der Einschätzung der Geschäftslage der Sommersaison 2014.

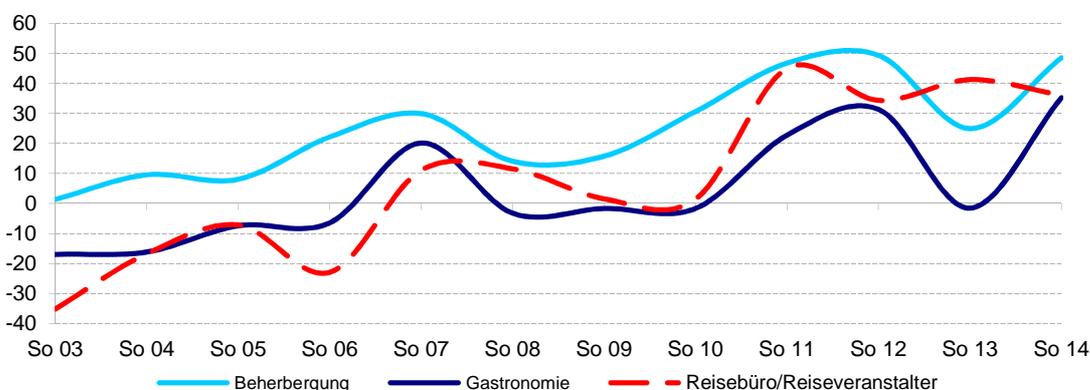
### Ankünfte und Übernachtungen im Jahr 2014

Januar bis August 2014 nach Reisegebieten

	Ankünfte	Veränd. in % zum Vorjahreszeitraum	Übernachtungen	Veränd. in % zum Vorjahreszeitraum
Altmark	159 000	11,2	408 519	6,5
Anhalt-Wittenberg	302 403	6,6	714 408	6,7
Halle, Saale, Unstrut	399 729	3,8	938 247	5,3
Harz und Harzvorland	666 850	1,1	1 866 721	2,8
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	468 280	7,6	1 048 179	2,2
<u>Sachsen-Anhalt</u>	1 996 262	4,7	4 976 074	4,4
<u>Deutschland insgesamt</u>	84 942 323	2,9	237 136 846	1,9

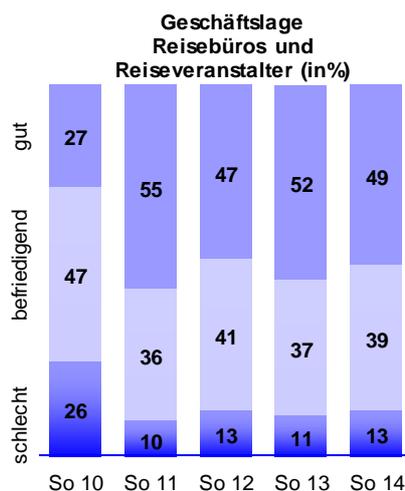
Quelle: Statistisches Bundesamt 2014, Statistisches Landesamt S.-A. 2014

### Geschäftslage: Aufschwung im Gastgewerbe, leichter Rückgang in der Reisebranche



Der Saldo der Lageeinschätzung wird gebildet aus den Prozentzahlen der Positiv- und Negativwerte der Unternehmensantworten.

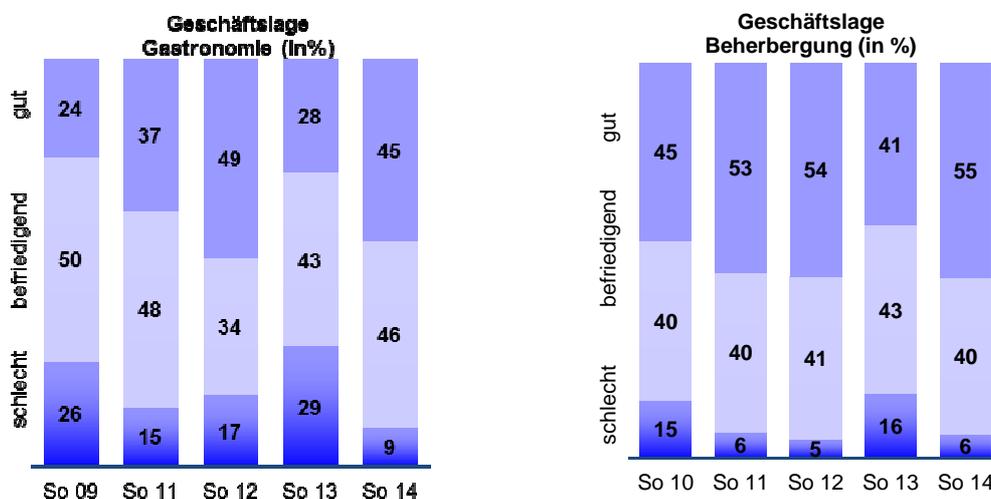
Gegenüber dem Vorjahr sinkt der Saldo der Lageeinschätzungen der **Reisebüros und Reiseveranstalter** um fünf Punkte geringfügig. Dennoch melden 88 Prozent der Befragten gute und zufriedenstellende Ergebnisse in der abgelaufenen Sommersaison. Lediglich 13 Prozent der Unternehmen berichten über eine schlechte Geschäftslage. Hauptverantwortlich für die guten bzw. zufriedenstellenden Lageergebnisse ist laut Aussagen der befragten Unternehmen der Reisebranche die Reisefreudigkeit der Deutschen. Besonders gut entwickelt hat sich nach Angaben des Deutschen Reiseverbandes (DRV) der schon seit Jahren überdurchschnittlich wachsende Kreuzfahrtmarkt, wo wieder zweistellige Zuwachsraten erzielt wurden. Hinzu kommt das obere Segment hochwertiger Reisen mit Ausgaben von mehr als 3000 Euro pro Person und Urlaub, hier gab es Zuwachsraten von zehn Prozent.



Als „Gewinner“ der vergangenen Sommersaison geht insgesamt das Gastgewerbe hervor. In der **Gastronomie** klettert der Saldo auf ein Rekordhoch von plus 36 Punkten (Vorjahr: minus eins) und stellt damit das beste Ergebnis seit dem Sommer im Jahr 2009 dar. Damit einhergehend entwickelte sich die Umsatzsituation ebenso positiv. Hier meldeten über ein Drittel der Befragten gestiegene Umsätze, der Saldo steigt von minus 24 Punkten auf aktuell 16 Punkte im Plus. Profitieren konnten die Unternehmen der Gastronomie im Sommer von den zusätzlichen Einnahmen durch ihre Angebote im Rahmen der Fußballweltmeisterschaft. Nach den verheerenden Auswirkungen des Hochwassers im Sommer 2013 kann man die Gesamtwettersituation im Sommer 2014 – wenn auch nicht durchweg konstant – als gut bezeichnen. Dennoch gehen die gestiegenen Umsätze nicht zwingend mit gestiegenen Gewinnen einher, Lebensmittel- und Energiepreisentwicklungen bleiben die großen Risiken der Branche. Auch Public Viewing-Veranstaltungen haben durch Aufwendungen für die technische Ausrüstung oder Gebühren für Verwertungsgesellschaften und Genehmigungen nicht zu überdurchschnittlichen Gewinnen geführt.

## Saisonumfrage Tourismus in Sachsen-Anhalt II/2014

Ebenso positiv stellen sich die Lageeinschätzungen der **Beherbergungsunternehmen** dar. Über die Hälfte der Befragten meldet eine gute Geschäftslage der abgelaufenen Sommersaison, ein Drittel aller Unternehmen verzeichnet gestiegene Umsätze. Im Gegenzug sinkt die Anzahl derer, die eine schlechte Geschäftslage angeben von 16 auf aktuell sechs Prozent. Zudem berichten „nur“ noch 15 Prozent der Beherbergungsunternehmen über zurückgegangene Umsätze (Vorjahr 39 Prozent). Auch hier hat sich nach dem Hochwasser im Juni 2013 das Buchungs- und Übernachtungsverhalten der Gäste wieder stabilisiert. Nachdem der Umsatz mit Geschäftsreisenden und Urlaubsgästen in der Sommersaison 2013 extrem eingebrochen ist (per Saldo minus 16 bei Geschäftsreisenden und minus 32 bei Urlaubsgästen), kehrten die Urlauber im Jahr 2014 nach Sachsen-Anhalt zurück (per Saldo plus 9 bei Geschäftsreisenden und plus 20 bei Urlaubsgästen). Dementsprechend erhöhte sich auch der Saldo der Bettenauslastung von minus 10,6 in der Vorjahressaison zum aktuellen Stand von plus 18,2 Punkten.



Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (Destatis) setzten die Unternehmen des Gastgewerbes in Deutschland im September 2014 real 1,6 % und nominal 3,8 % mehr um als im September 2013. Wie Destatis weiter mitteilt, lag im Vergleich zum Vormonat der Umsatz im Gastgewerbe im September kalender- und saisonbereinigt real um 0,6 % und nominal um 0,3 % niedriger als im August 2014.

Die Beherbergung setzte real 4,1 % und nominal 6,1 % mehr um als im September des Vorjahres. Der Umsatz in der Gastronomie war im September 2014 real 0,2 % niedriger und nominal 2,1 % höher als im September 2013. Innerhalb der Gastronomie lag der Umsatz der Caterer real um 2,7 % und nominal um 4,4 % über dem Wert des Vorjahresmonats.

Von Januar bis September 2014 setzte das deutsche Gastgewerbe real 1,3 % und nominal 3,5 % mehr um als im entsprechenden Vorjahreszeitraum.

### Gastgewerbeumsatz

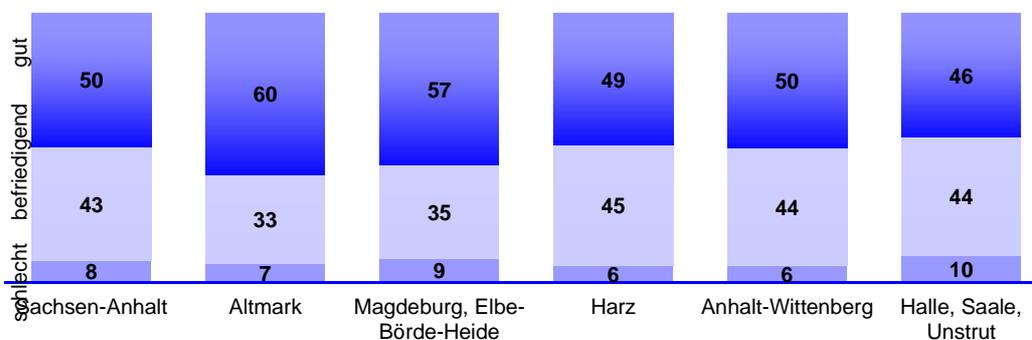
Veränderung gegenüber dem jeweiligen Vorjahreszeitraum in % <sup>1</sup>

Wirtschaftsbereich	September 2014 gegenüber September 2013		Januar bis September 2014 gegenüber Januar bis September 2013	
	real	nominal	real	nominal
Gastgewerbe insgesamt	1,6	3,8	1,3	3,5
davon:				
Beherbergung	4,1	6,1	1,7	3,8
Gastronomie	-0,2	2,1	1,1	3,2
darunter:				
Caterer und sonstige Verpflegungsdienstleistungen	2,7	4,4	2,7	4,7

<sup>1</sup> Berechnet aus den Ursprungswerten (ohne Kalender- und Saisonbereinigung).

Quelle: Statistisches Bundesamt 2014

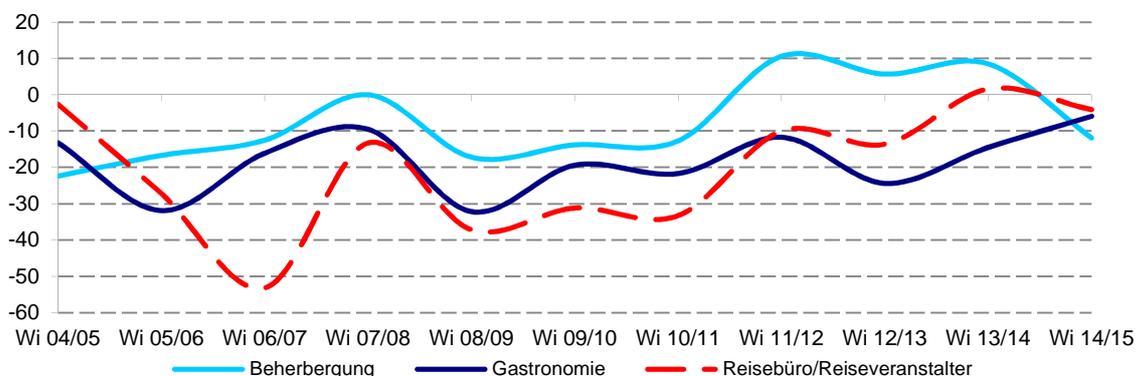
### Geschäftslage im Gastgewerbe nach Reiseregionen Sachsen-Anhalts



Regional betrachtet stellt sich die Geschäftslage am besten mit einem Saldo von plus 53 Punkten für die Altmark-Region dar, gefolgt von Magdeburg mit plus 48 Punkten und Anhalt-Wittenberg mit plus 44 Punkten.

Verglichen mit den Ankunfts- und Übernachtungszahlen der einzelnen Regionen ergibt sich die gleiche Konstellation bei den Ankünften (Rang 1 – Altmark, Rang 2 – Magdeburg, Elbe-Börde-Heide, Rang 3 – Anhalt-Wittenberg); bei den Übernachtungen liegen jedoch Anhalt-Wittenberg auf Rang 1, die Altmark auf Rang 2, Halle, Saale, Unstrut auf Rang 3.

### Geschäftserwartungen<sup>1</sup>: Gastronomen mit optimistischem Blick in die Zukunft

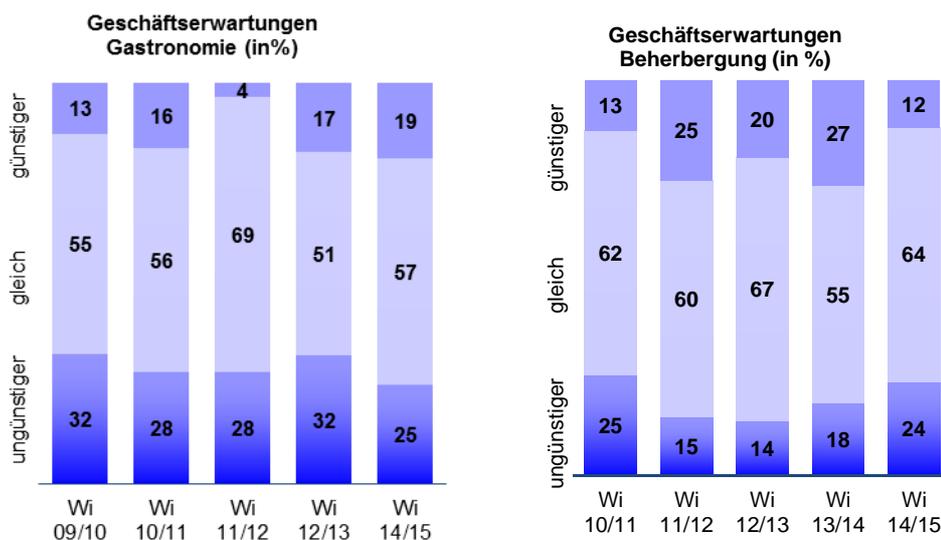


Der Saldo der Geschäftserwartungen wird aus den Prozentzahlen zwischen Positiv- und Negativwert der Unternehmensantworten gebildet.

In allen befragten Branchen sind die Erwartungen an die kommende Saison per Saldo negativ. Die zu erwartende Geschäftslage wird von den Gastronomieunternehmen besser eingeschätzt als noch vor einem Jahr, von den Beherbergungs- und Reiseunternehmen jedoch schlechter.

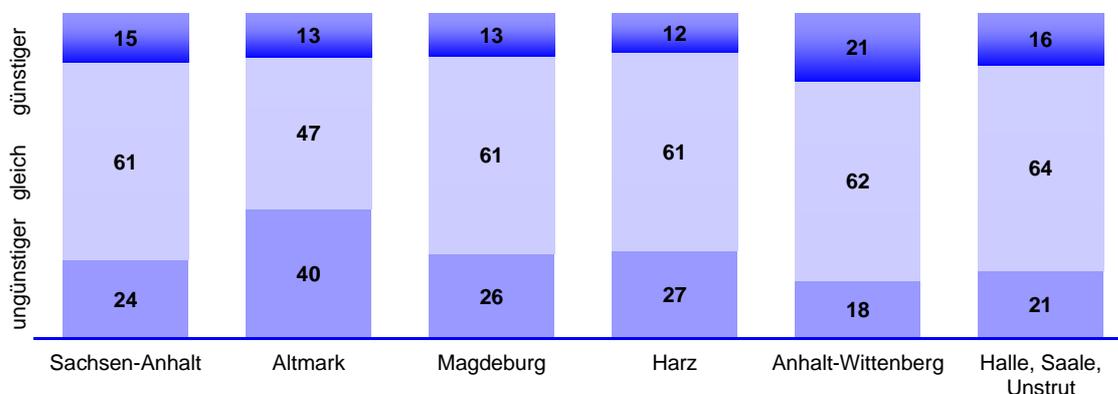
Am wenigsten pessimistisch schaut die **Gastronomie** in Richtung Wintersaison 2014/2015. Wenngleich die Erwartungen per Saldo negativ sind, geht „nur“ noch ein Viertel der Befragten von ungünstigeren Geschäften in der kommenden Saison aus. In der Vorjahressaison war dies noch ein Drittel aller Gastronomen.

Die Geschäftserwartungen im **Beherbergungsgewerbe** stellen sich mit einem Negativsaldo von 12 Punkten dar. Sie verschlechtern sich damit um 9 Punkte gegenüber dem Vorjahr.



<sup>1</sup> Die in der Sommersaison 2014 befragten Unternehmer äußern ihre Geschäftserwartungen zur folgenden Wintersaison 2014/2015.

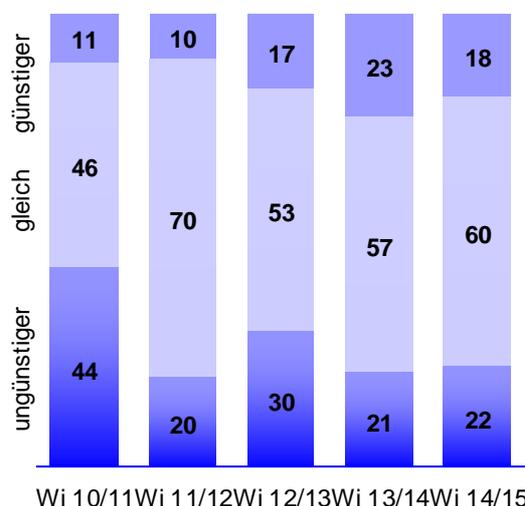
### Geschäftserwartungen im Gastgewerbe nach Reiseregionen Sachsens-Anhalts



Mit Blick auf die Regionalverteilung wird deutlich, dass die besten Ergebnisse in der Region Anhalt-Wittenberg zu verzeichnen sind, hier ist der einzig positive Saldo für die Geschäftserwartung zu finden. Sehr verhalten schauen die Unternehmen der Altmark auf die vor ihnen liegende Wintersaison, hier ist der höchste Negativsaldo von 27 Punkten zu verzeichnen. Selbst der Harz, der in der Regel am meisten vom Wintergeschäft profitieren kann, schaut eher skeptisch in die nächste Saison.

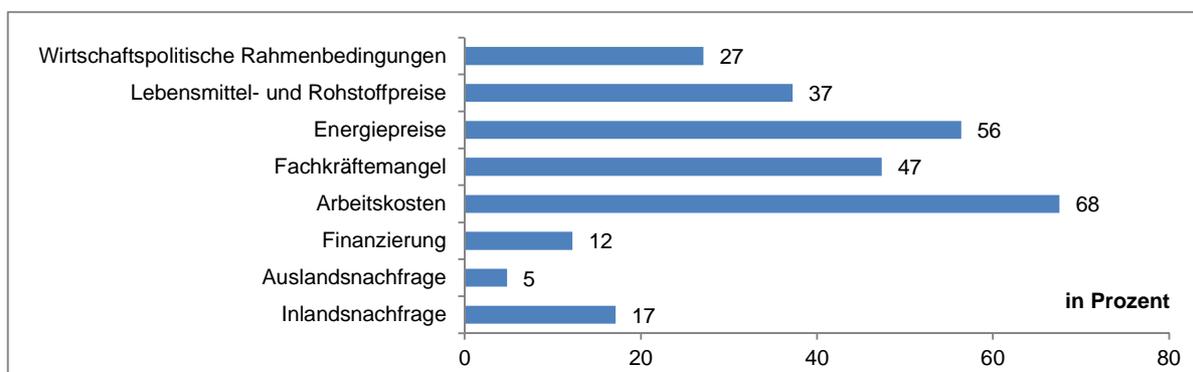
Auch die Prognose bei den **Reisebüros und Reiseveranstaltern** stellt sich per Saldo für die kommende Saison negativ dar. Im Vergleich zum Vorjahr, als 80 Prozent der befragten Unternehmer ihre Geschäftserwartungen als gleich bleibend oder günstiger beurteilten, ist deren Zahl in diesem Jahr auf 78 Prozent gesunken, so dass daher keine gravierenden Veränderungen vorliegen. Eine Verschiebung hat hauptsächlich zwischen den Befragten stattgefunden, die in der aktuellen Umfrage statt der im Vorjahr gemeldeten günstigeren Prognosen nunmehr gleich bleibende Erwartungen hegen. 35 Prozent der Unternehmen beklagen in erster Linie die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen. Das betrifft vor allem die derzeit laufenden Revisionen der Pauschalreise- und Versicherungsvermittlerrichtlinie, die Fluggastrechteverordnung und die Debatten um die gewerbesteuerliche Hinzurechnungen für den Einkauf touristischer Leistungen.

Geschäftserwartungen Reisebüros und Reiseveranstalter (in%)

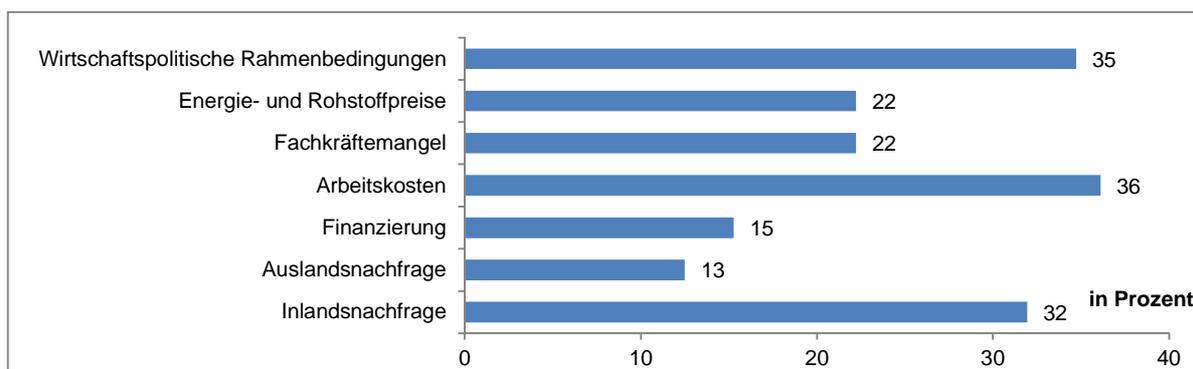


### Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung

Die größten **Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung** des eigenen Unternehmens in den kommenden 12 Monaten sehen die befragten **gastgewerblichen Unternehmen** bei den Arbeitskosten. Während im Jahr 2013 bereits die Hälfte aller Beherbergungs- und Gastronomieunternehmen ein Risiko in dieser Entwicklung sahen, sind es aktuell 68 Prozent aller Befragten. Mit Blick auf die Einführung des Mindestlohns ab Januar 2015 stellt diese Problematik inzwischen das Hauptrisiko der Branche dar. Über die Hälfte der Unternehmen leidet zudem nach wie vor unter den hohen Energiepreisen und 37 Prozent unter den steigenden Lebensmittel- und Rohstoffpreisen. Der Fachkräftemangel stellt knapp die Hälfte aller Unternehmen vor neue Herausforderungen im kommenden Jahr.

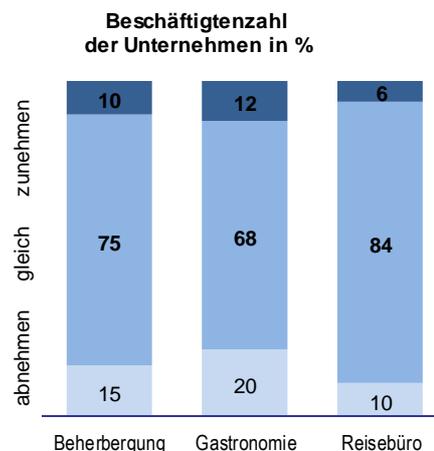


Bei den **Reisebüros und Reiseveranstaltern** werden hauptsächlich bei den steigenden Arbeitskosten, den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der Inlandsnachfrage Risiken für ihre unternehmerische Tätigkeit im kommenden Jahr gesehen. Die im Vorjahr noch mit 38 Prozent bewerteten Risiken durch Energie- und Rohstoffpreise sind aktuell auf 22 Prozent gesunken. Hauptsächlich sind hierfür gesunkene Kraftstoffpreise verantwortlich.



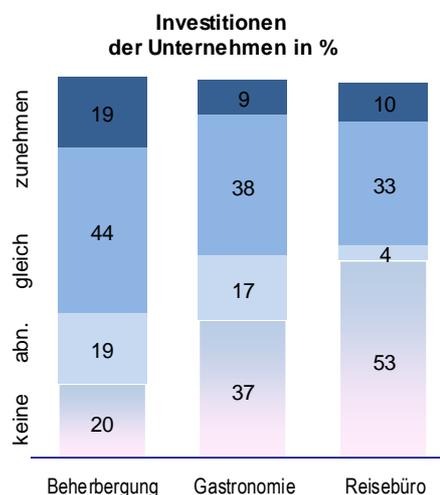
### Beschäftigung: leichter Rückgang in Sicht

Trotz der positiven Lageeinschätzung zeigt sich die Tourismuswirtschaft bei der Personalplanung verhalten. Branchenübergreifend sind kaum Neueinstellungen geplant, prozentual beabsichtigen mehr Unternehmen Arbeitsplätze zu reduzieren als neues Personal einzustellen. Einerseits ist dies auf das fehlende Angebot von geeigneten Fachkräften zurückzuführen. Hauptschwerpunkt ist jedoch, dass die Branche mit Einführung des Mindestlohns ab Januar 2015 wirtschaftliche Planungsunsicherheit aufweist.



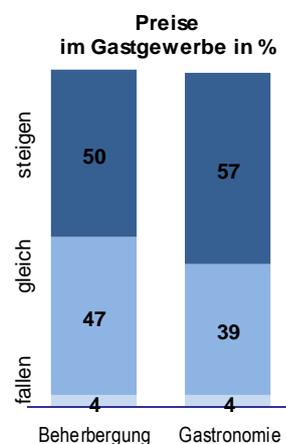
### Investitionen: Investitionsneigung rückläufig

Die Investitionsabsichten der gesamten Tourismusbranche sind per Saldo negativ. Die Anzahl derer, die keine Investitionen planen, liegt in der Gastronomie bei 37 Prozent, in der Beherbergung bei 20 Prozent und in der Reisebranche bei 53 Prozent. Parallel hierzu geben in diesem Jahr weniger Unternehmen an, die investiven Ausgaben erhöhen zu wollen. In der Summe werden im Beherbergungsbereich die meisten Investitionen getätigt. Hauptsächlich gaben die befragten Unternehmen der Hotellerie an, dass in Ersatzbeschaffungen, Modernisierungs- und Kostensenkungsmaßnahmen investiert wird.



### Preise im Gastgewerbe

Im Gastgewerbe ist mit deutlichen Preissteigerungen zu rechnen. Die Einführung des Mindestlohns für die Branche führt u. a. dazu, dass die überwiegende Mehrheit der befragten Unternehmen mit steigenden Preisen rechnet. Die Hälfte der Beherbergungsunternehmen bzw. über die Hälfte der Gastronomieunternehmen müssen die steigenden Personalkosten, aber auch die höheren Energie- und Lebensmittelkosten über Preiserhöhungen auf die Gäste umlegen. Aus eigener Kraft sind die hohen Kosten nicht mehr zu kompensieren. Nach Aussage der Befragten wird mit Preissteigerungen von fünf bis zu 30 Prozent gerechnet werden müssen. Der Saldo stieg im Beherbergungsgewerbe von plus 14 Punkten in der Vorjahressaison auf aktuell plus 46 Punkte, in der Gastronomie von plus 14 Punkten in der vorangegangenen Saison auf plus 53 Punkte.



### Sonderfragen zum Thema „Beschäftigung“

Die aktuelle Saisonumfrage befasste sich u.a. mit dem Sonderthema „Beschäftigung“. Im Ergebnis ist festzustellen, dass viele Unternehmen in Sachsen-Anhalts Probleme bei der Besetzung **offener Stellen** haben. Insbesondere im **Gastgewerbe** ist die Lage angespannt: Knapp die Hälfte aller befragten gastgewerblichen Betriebe klagt über nicht besetzbare Arbeitsplätze. In vielen Unternehmen sind oftmals gleich mehrere offene Stellen vorhanden.

Bei den **Reisebüros und Reiseveranstaltern** dagegen sind es „nur“ 10 Prozent der Befragten, die offene Stellen zu besetzen haben. 76 Prozent der Befragten sehen derzeit keinen weiteren Personalbedarf im Unternehmen.

Im Gastgewerbe werden i.d.R. Arbeitskräfte mit einer abgeschlossenen dualen Berufsausbildung (70 Prozent) oder mit einem Fachwirt/Meister bzw. anderem Weiterbildungsabschluss (30 Prozent) gesucht. Arbeitskräfte ohne Abschluss sind bei 21 Prozent der Befragten willkommen. Dem Fachkräftemangel wollen die Unternehmen vor allem mit der Beschäftigung älterer Mitarbeiter begegnen. 27 Prozent der Unternehmen im Gastgewerbe und 25 Prozent der Reisebüros und Reiseveranstalter planen, ältere Mitarbeiter zu beschäftigen bzw. neu einzustellen.

Im Gastgewerbe möchten die Unternehmen außerdem auf mehr Ausbildung (22 Prozent) und auf die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität (z. B. höhere Bezahlung und Arbeitsplatzqualität; 27 Prozent) setzen.

Reisebüros und Reiseveranstalter planen in erster Linie mit einer besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf (21 Prozent) und mit mehr Weiterbildungen auf den Fachkräfteengpass zu reagieren.

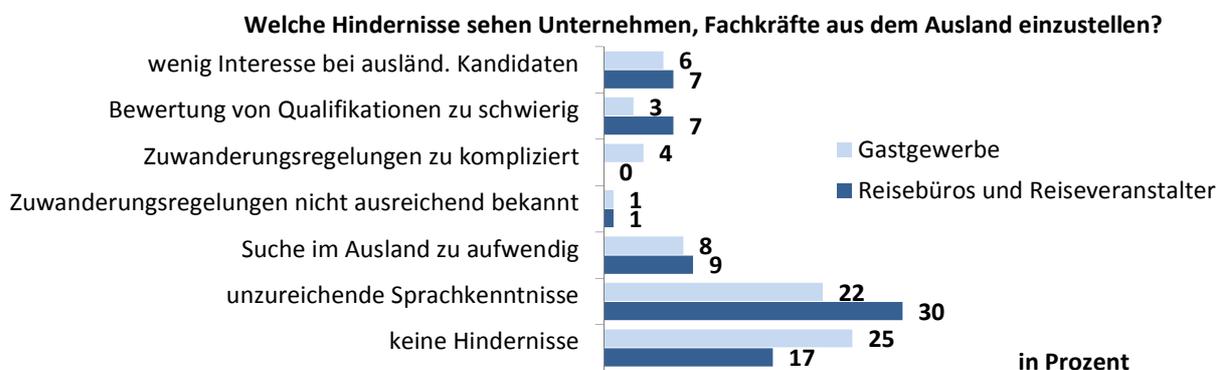


Insbesondere in der Gastronomie setzen die Unternehmen vermehrt auch auf ausländische Fachkräfte (20 Prozent) und Auszubildende aus dem Ausland (13 Prozent). Die Fachkräftegewinnung aus dem Ausland spielt bei den Reisebüros und Reiseveranstaltern hingegen eine untergeordnete Rolle (sechs Prozent).

Das Hauptproblem bei der Stellenbesetzung mit ausländischen Fachkräften wird in erster Linie in den unzureichenden Sprachkenntnissen gesehen (Gastgewerbe 22 Prozent, Reisebranche 30 Prozent). Weitere Hemmnisse sehen die Unternehmen in der aufwendigen Suche im Ausland sowie im geringen Interesse bei ausländischen Bewerbern.

## Saisonumfrage Tourismus in Sachsen-Anhalt II/2014

Ein Viertel aller befragten gastgewerblichen Betriebe und 17 Prozent der Reisebüros und Reiseveranstalter sehen dagegen keine Hindernisse, generell Fachkräfte aus dem Ausland einzustellen.

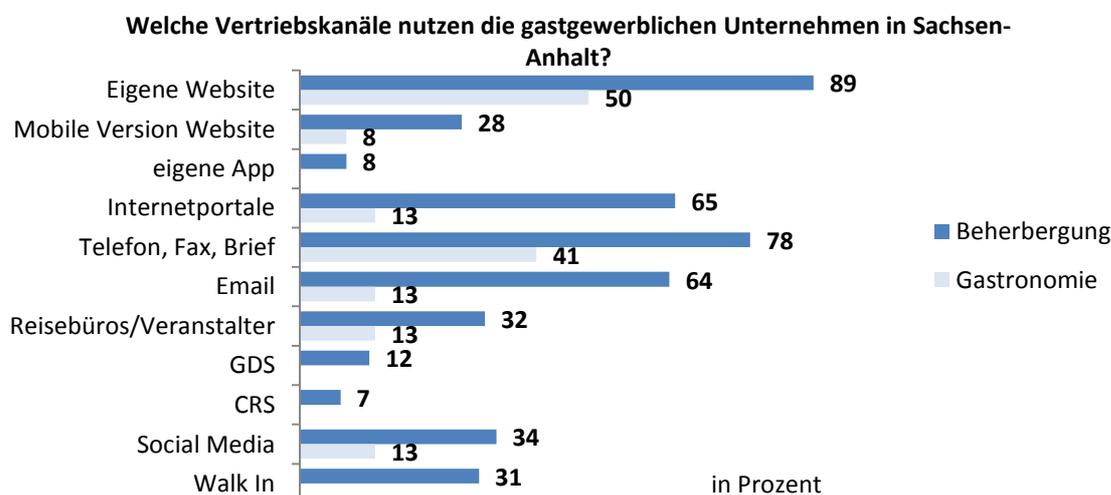


### Sonderfragen im Gastgewerbe in Sachsen-Anhalt zum Thema „Online – Vertrieb“

Im Rahmen der Sonderfragen für Sachsen-Anhalt wurden die Vertriebswege im Gastgewerbe analysiert. Die Fragen zielten in erster Linie auf die Möglichkeiten der Vermarktung über das Internet ab. Laut Aussage der Befragten generieren sie 39 Prozent ihres Umsatzes aus dem Internetvertrieb. Im Jahr 2008 waren es 33 Prozent (Saisonumfrage Sommer 2008).

Die Mehrheit der gastgewerblichen Unternehmen verfügt laut Umfrage über einen eigenen Internetauftritt. Insbesondere im Beherbergungsbereich, werden Gäste über die eigene Homepage angesprochen (89 Prozent). In der Gastronomie wirbt jeder zweite Betrieb über die eigene Website um Gäste.

Eine eigene App spielt eher eine untergeordnete Rolle in der Online-Vermarktung bei den Unternehmen. Acht Prozent der Beherbergungsbetriebe verfügen derzeit über eine eigene App. Immerhin 28 Prozent stellen ihre Webinhalte aber in einer Version für mobile Endgeräte dar (Gastronomie 8 Prozent). Die Gästeansprache über Facebook, Twitter und Co. ist bei einem Drittel der Beherbergungsbetriebe und lediglich bei 13 Prozent der Gastronomen von Bedeutung. Hier liegt sicherlich noch einiges Potential für die Unternehmen, um Kunden gewinnen und binden zu können.



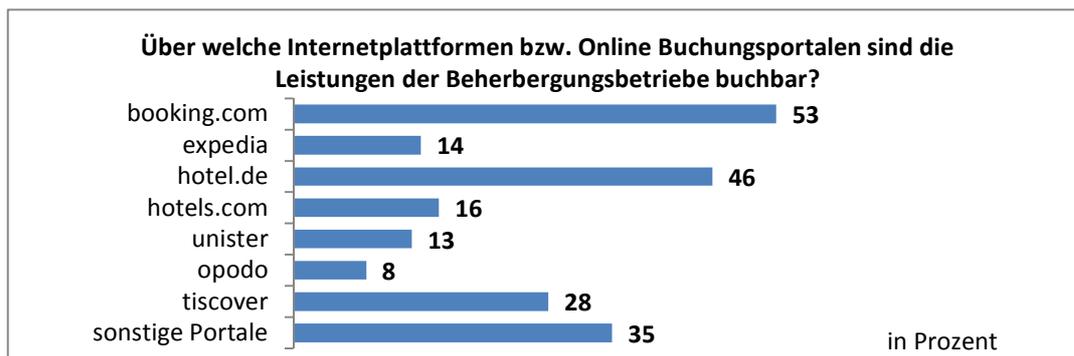
## Saisonumfrage Tourismus in Sachsen-Anhalt II/2014

Die direkte Gästeansprache – telefonisch oder schriftlich (Post) – steht nach wie vor an oberster Stelle in der Gästewerbung. Immerhin 78 Prozent der Beherbergungsbetriebe und 41 Prozent der Gastronomen nutzen diesen Vermarktungsweg. Aber auch die Information der Gäste per E-Mail ist ein häufig genutzter Weg.

Im Beherbergungsbereich stehen Internetportale bzw. Online-Buchungsplattformen nach der eigenen Website und der direkten Gästeansprache an dritter Stelle der Vertriebskanäle. In der Gastronomie nutzen diesen Weg immerhin 13 Prozent der Befragten. In diesem Zusammenhang geben drei Prozent der Gastronomen an, bei der Online-Reservierungsplattform „Bookatable“ registriert zu sein.

Mehr als jedes zweite Beherbergungsunternehmen in Sachsen-Anhalt bietet seine Zimmer zur Buchung über die Online-Plattform „Booking.com“ an. Auch auf dem Portal „Hotel.de“ ist nahezu die Hälfte der Befragten vertreten. Über „Tiscover“ sind knapp ein Drittel der Befragten aus Sachsen-Anhalt buchbar. „Tiscover“ war über viele Jahre das touristische Informations- und Buchungssystem für das Reiseland Sachsen-Anhalt.

35 Prozent der befragten Beherbergungsbetriebe geben an, auf sonstigen Buchungsportalen, so z.B. HRS vertreten zu sein.



Das Internet ist in der Vermarktung des eigenen Unternehmens heute nicht mehr wegzudenken. Inzwischen setzen dabei viele Betriebe auf das Suchmaschinenmarketing, dessen Ziel die Verbesserung der Sichtbarkeit innerhalb der Ergebnislisten von Suchmaschinen ist. 35 Prozent der befragten gastgewerblichen Betriebe nutzen gezielt Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung ein. 13 Prozent der Befragten geben an, dass zusätzliche Maßnahmen für die Zukunft geplant sind.

### Geschäftsklima-Indikator

Er wird nach folgender Formel errechnet:

$$K = \sqrt{\left(G_1 + \frac{G_2}{2} - G_3 + 100\right) * \left(Z_1 + \frac{Z_2}{2} - Z_3 + 100\right)}$$

- G<sub>1</sub>: Gute gegenwärtige Geschäftslage
- G<sub>2</sub>: Befriedigende gegenwärtige Geschäftslage
- G<sub>3</sub>: Schlechte gegenwärtige Geschäftslage
- Z<sub>1</sub>: Gute bzw. günstigere zukünftige Geschäftslage
- Z<sub>2</sub>: Befriedigende zukünftige Geschäftslage
- Z<sub>3</sub>: Schlechte bzw. ungünstigere zukünftige Geschäftslage

Der Indikator kann zwischen den Werten 0 und 200 schwanken.  
Je höher der Wert, desto besser das Geschäftsklima.

### Salden

Da es bei der konjunkturellen Betrachtungsweise weniger auf die Menge der Befragten ankommt, die „gleich bleibend“ oder „befriedigend“ urteilen, als auf die, die für „gut“ oder „schlecht“ votieren, wird häufig der Saldo aus den positiven und negativen Antworten auf eine gestellte Frage dargestellt. Damit wird gemessen, welche Meinung in welchem Umfang überwiegt und in welche Richtung diese tendiert.

Grafisch dargestellt, ergeben sich im längerfristigen Beobachtungszeitraum gut erkennbare Verläufe.



## **Impressum**

### **Herausgeber**

Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt

IHK Halle-Dessau  
Geschäftsfeld Starthilfe und  
Unternehmensförderung  
Franckestraße 5  
06110 Halle (Saale)  
[www.halle.ihk.de](http://www.halle.ihk.de)

IHK Magdeburg  
Geschäftsbereich Raumordnung,  
Verkehr und Tourismus  
Alter Markt 8  
39104 Magdeburg  
[www.magdeburg.ihk.de](http://www.magdeburg.ihk.de)

### **Redaktion**

Daniela Wiesner  
Tel.: 0345 2126-285  
Fax: 0345 212644-285  
E-Mail: [dwiesner@halle.ihk.de](mailto:dwiesner@halle.ihk.de)

Mandy Tanneberg  
Tel.: 0391 5693-140  
Fax: 0391 5693-147  
E-Mail: [tanneberg@magdeburg.ihk.de](mailto:tanneberg@magdeburg.ihk.de)

Stand: Dezember 2014

Sowohl die bundesweite Auswertung der Saisonumfrage Tourismus durch den Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) als auch der vorliegende Saisonbericht für Sachsen-Anhalt sind im Internet unter [www.halle.ihk.de](http://www.halle.ihk.de) und [www.magdeburg.ihk.de](http://www.magdeburg.ihk.de) abrufbar.