

# Wirtschaftliche Entwicklung im Zeichen der Finanz- und Wirtschaftskrise

## Allgemeine Wirtschaftsentwicklung

Deutschland hat 2009 die stärkste wirtschaftliche Rezession der Nachkriegszeit erlebt. Nach den Berechnungen des Statistischen Bundesamts ging das deutsche Bruttoinlandsprodukt im Vergleich zu 2008 real um fünf Prozent zurück. Damit schrumpfte die deutsche Wirtschaft erstmals seit sechs Jahren. Schwierig verliefen 2009 insbesondere die ersten Monate des Jahres, im Jahresverlauf zeichnete sich dann eine leichte Stabilisierung der Wirtschaftsentwicklung ab. Deutschland als exportabhängige Volkswirtschaft war von der weltweiten Wirtschaftskrise besonders betroffen. Das Minus für alle Staaten der Europäischen Union zusammen betrug im Durchschnitt „nur“ rund vier Prozent.

Die Bruttowertschöpfung brach 2009 vor allem im Produzierenden Gewerbe stark ein. Hier lag der Rückgang bei 16,9 Prozent (ohne Baugewerbe). Auch den Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr traf die Krise deutlich, wie das Minus von 5,1 Prozent belegt.

Die Wirtschaftsleistung erbrachten 2009 im Jahresdurchschnitt 40,2 Millionen Erwerbstätige. Das waren 37.000 Personen und damit 0,1 Prozent weniger als ein Jahr zuvor. Trotz Wirtschaftskrise konnte also der im Vorjahr erreichte höchste Beschäftigungsstand seit der Wiedervereinigung annähernd gehalten werden. Unter anderem aufgrund der in vielen Bereichen

eingesetzten Kurzarbeit ging allerdings die Zahl der geleisteten Arbeitsstunden in nahezu allen Wirtschaftsbereichen zurück – insgesamt um knapp drei Prozent. Die Arbeitslosenzahl betrug im Jahresdurchschnitt 2009 rund 3,42 Millionen und lag damit um rund 155.000 Personen höher als im Jahr zuvor.

Ein wenig überraschend blieb 2009 trotz Wirtschaftskrise das Konsumverhalten stabil. Die privaten Konsumausgaben stiegen preisbereinigt leicht um 0,4 Prozent. Gründe hierfür liegen sicherlich in 2009 wirksam gewordenen Tarifabschlüssen und Maßnahmen aus dem Konjunkturpaket II zur Entlastung der Bürger. Beides trug dazu bei, dass das durchschnittliche verfügbare Einkommen der privaten Haushalte im Jahr 2009 um 0,4 Prozent zulegte. Darüber hinaus führte unter anderem der gesunkene Ölpreis zu einer niedrigeren Inflationsrate und die Kurzarbeit sorgte für einen lediglich moderaten Anstieg der Arbeitslosigkeit.



# Tourismuswirtschaft im Jahr 2009

Auch 2009 hat sich die Tourismusbranche als wichtige Säule der deutschen Wirtschaft bewiesen. Zwar hat sich die Krise auch auf die Unternehmen der Tourismuswirtschaft ausgewirkt, allerdings mussten andere – insbesondere exportabhängige – Branchen 2009 deutlich stärkere Verluste hinnehmen. Innerhalb der Branche waren recht deutliche Unterschiede zwischen einem relativ stabilen Urlaubsmarkt und einem von der Krise deutlich stärker betroffenen Geschäftsreisesektor zu verzeichnen.

## Leichte Einbußen im Privatreisemarkt

Die Zahlen des Deutschen Reiseverbandes (DRV) für das Jahr 2009 belegen, dass die Nachfrage der Deutschen nach Urlaub nur geringfügig zurückgegangen ist: Insgesamt lag die Zahl der Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer demnach bei rund 75,5 Millionen (2008: 77,8 Millionen). Über 38 Millionen Gäste gingen mit Reiseveranstaltern auf Reise, womit deren Teilnehmerzahl gegenüber dem Vorjahr um rund zwei Prozent sank.

Laut der 26. Deutschen Tourismusanalyse der BAT-Stiftung für Zukunftsfragen verreiste 2009 rund jeder zweite Bundesbürger fünf Tage oder länger. Damit blieb diese Zahl gegenüber dem Vorjahr konstant. Für die Tourismusanalyse wurden 4.000 Bundesbürger ab 14 Jahren nach ihrem Urlaubsverhalten 2009 befragt.



Die Reisenden gaben dabei 2009 laut Tourismusanalyse im Schnitt rund 1.038 Euro pro Person aus. In diesen Kosten sind nicht nur die reinen Reise- und Unterkunftskosten, sondern auch Nebenkosten wie Essen, Ausflüge oder Trinkgelder enthalten. Für ihre Auslandsreisen gaben die Deutschen nach Berechnungen der World Tourism Organization rund 88,2 Milliarden US-Dollar aus, womit sie ihren Titel des Reiseweltmeisters auch 2009 bestätigten.

Bei den ausländischen Reisezielen behauptete sich laut DRV-Erhebungen Spanien trotz sinkender Gästezahlen an der Spitze. Es folgten Italien, Österreich und die Türkei, die einer der Gewinner des vergangenen Jahres war. Zu beobachten war auch ein verstärkter Trend zum All Inclusive-Urlaub sowie kurzfristigeren Buchungen.

Verluste gab es laut Tourismusanalyse vor allem auf dem Fernreisemarkt, den etwa zehn Prozent weniger Gäste nutzten. Nach rund 11,1 Prozent im Jahr 2008 führten jetzt nur noch rund 10,2 Prozent der Reisen in Länder außerhalb Europas.

### Reiseveranstalter und -büros: Umsatzminus wegen sinkender Preise

Nachdem die deutschen Reiseveranstalter mehrere Jahre in Folge Zuwächse erwirtschaftet hatten, gingen die Umsätze 2009 erstmals wieder zurück. Die Zahlen des Deutschen Reiseverbandes (DRV) für das Touristikjahr 2009 ergaben einen Umsatzrückgang von rund drei Prozent auf 20,8 Milliarden Euro. Dabei gilt es allerdings zu bedenken, dass das Vergleichs-

jahr 2008 mit einem Plus von fünf Prozent das bislang umsatzstärkste Jahr der deutschen Touristikbranche gewesen war. Der Rückgang bei den Veranstaltern resultierte insbesondere aus niedrigeren Reisepreisen im Vergleich zum Vorjahr. Preissenkungen in den jeweiligen Märkten – insbesondere bedingt durch rückläufige Gästezahlen aus Quellmärkten wie Großbritannien, Russland oder den USA – wurden an die Kunden weitergegeben. Auch reduzierte sich aufgrund des gesunkenen Ölpreises der Kerosinpreiszuschlag für Flugreisen.

Weiter auf Erfolgskurs blieb der Kreuzfahrtensektor, wie die DRV-Kreuzfahrtenmarktstudie 2009 belegt. 1,4 Millionen Passagiere bedeuteten ein Plus von mehr

### Die zehn größten Reiseveranstalter Deutschlands 2008/09

Veranstalter	Umsatz in Mio. Euro	Marktanteil in Prozent	Teilnehmer
1. TUI Deutschland	4.238,4	25,35	10.922.581
2. Touristik der REWE Group	2.875,3	17,19	6.039.400
3. Thomas Cook	2.600,0	15,55	4.800.000
4. Alltours Flugreisen	1.220,0	7,30	1.520.000
5. FTI	936,7	5,60	1.530.000
6. Aida Cruises	722,1	4,32	414.000
7. Öger Group	695,7	4,16	1.319.322
8. Schauinsland Reisen	397,0	2,37	591.000
9. Phoenix Reisen	276,5	1,65	165.304
10. GTI Travel	276,0	1,65	541.134

Quelle: fww-Dossier Deutsche Veranstalter 2009

als zehn Prozent für die Veranstalter von Kreuzfahrten. Die Zahl der Gäste auf Hochseekreuzfahrtschiffen betrug erstmals mehr als eine Million (1.025.968) und stieg gegenüber 2008 um gut 13 Prozent. Der Umsatz legte in diesem Bereich um rund 14 Prozent zu. An Flusskreuzfahrten nahmen 396.075 und damit 3,2 Prozent mehr Gäste teil. Der Umsatz sank in diesem Segment allerdings aufgrund deutlich niedrigerer Reisepreise von knapp 443 auf rund 424 Millionen Euro. Reisebüros mit touristischem Schwerpunkt verzeichneten laut DRV 2009 einen Umsatzrückgang von rund fünf Prozent.

### Urlaub im eigenen Land bleibt gefragt

Das beliebteste Reiseziel der Deutschen war auch 2009 wieder das eigene Land. Fast 40 Prozent der Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer verbrachten sie im Inland. Rund 85 Prozent der Übernachtungen in Deutschland gehen auf inländische Gäste zurück. Für das Jahr 2009 zählte das Statistische Bundesamt insgesamt rund 314 Millionen Übernachtungen deutscher Gäste in Beherbergungsbetrieben mit mehr als neun Betten und auf Campingplätzen. Das sind noch einmal eine Million Übernachtungen mehr als im Rekordjahr 2008. Die Zahlen zeigen, dass die Krise den Trend zum Urlaub im eigenen Land – entgegen den Prognosen aus dem Vorjahr – nochmals verstärkt hat und die Inlandsreisen als Motor des Deutschland-Tourismus fungieren.

Das Wachstum im Inlandstourismus basiert zum einen auf einer äußerst erfolgreichen Sommersaison (plus 2,2 Prozent für die Haupturlaubszeit Juli/August), zum anderen aber auch auf der Attraktivität Deutschlands als Reiseziel für zusätzlichen Urlaub in der Nebensaison. Laut DZT/World Travel Monitor von IPK International gab es im Berichtsjahr im Segment „Kurzurlaub“ eine um sechs Prozent höhere Nachfrage als 2008. Insgesamt legten die Urlaubsreisen um zwei Prozent zu, während die Geschäftsreisen um vier Prozent nachgaben.

Die höchsten Übernachtungszuwächse inländischer Gäste verzeichneten 2009 die freizeittouristisch attraktiven Städte-reiseziele Hamburg (+6,9 Prozent Übernachtungen), Berlin (+6,4) und München (+3,8). Unter den Flächenländern konnte sich Mecklenburg-Vorpommern mit 3,6 Prozent über den höchsten Übernachtungszuwachs freuen. Schleswig Holstein legte um 2,4, Niedersachsen um 2,2 Prozent zu. Bayern behauptete sich mit 63 Millionen Übernachtungen aus dem Inland zwar weiter an der Spitze der Statistik, blieb aber 1,6 Prozent hinter dem Vorjahresergebnis zurück. Die Nummer zwei, Baden-Württemberg, musste mit 35,1 Millionen Übernachtungen sogar ein Minus von 2,4 Prozent hinnehmen. Bei den Städten büßten insbesondere jene Ziele Übernachtungen ein, bei denen Messebesuche und sonstige Geschäfts-

reisen eine besonders große Rolle spielen. So verbuchte Stuttgart 8,9 Prozent weniger Übernachtungen, in Nürnberg lag das Minus bei 4,2 Prozent.

### **Erholung nach der Krise – Gästezahlen aus dem Ausland moderat rückläufig**

Das Reiseland Deutschland hat sich 2009 auch international als äußerst wettbewerbsfähig erwiesen und trotz Krise Marktanteile gewonnen: Während weltweit die internationalen Ankünfte nach Angaben der UNWTO erstmals seit 2003 einen Verlust von rund 4,3 Prozent verkraften mussten und die internationalen Ankünfte nach Europa sogar um durchschnittlich 5,6 Prozent nachgaben, sank die Zahl der Ankünfte in Deutschland nur um 2,7 Prozent.

Ein ähnliches Bild zeigte sich bei den Hotelübernachtungen: Nach einer Untersuchung des Statistischen Amtes der Europäischen Union Eurostat übernachteten ausländische Gäste in der Europäischen Union 9,1 Prozent, in der deutschen Hotellerie aber nur 4,6 Prozent seltener als ein Jahr zuvor. Damit stand Deutschland EU-weit hinter Schweden an zweiter Stelle.

Das Statistische Bundesamt zählte von Januar bis Dezember 2009 rund 54,8 Millionen Übernachtungen ausländischer Gäste in Beherbergungsbetrieben mit mehr als neun Betten und auf Camping-

plätzen in Deutschland. Damit blieb Deutschland drei Prozent hinter den Ergebnissen des Vorjahres zurück. Im Hauptreisemonat August allerdings lagen die Übernachtungszahlen trotz Wirtschaftskrise sogar 2,2 Prozent über dem Vergleichsmonat des Rekordjahres 2008. Weitere Zuwächse in den Monaten November und Dezember minderten die Rückgänge weiter und wiesen darauf hin, dass die Talsohle im Incoming durchschritten war.

Grundlage des positiven Trends ist der Urlaubstourismus, dessen Volumen in den letzten Jahren stark gestiegen ist. Hier konnte Deutschland mit seiner guten Infrastruktur und seinem günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis auch 2009 weltweit Marktanteile gewinnen. Rückläufig entwickelte sich im Berichtsjahr dagegen der Geschäftsreisetourismus, auf den mehr als ein Viertel aller Incoming-Reisen zurückgeht. So lagen bei den Deutschlandreisen aus Europa die Urlaubsreisen ein Prozent im Plus, während die Geschäftsreisen um acht Prozent hinter dem Vorjahresergebnis zurückblieben.

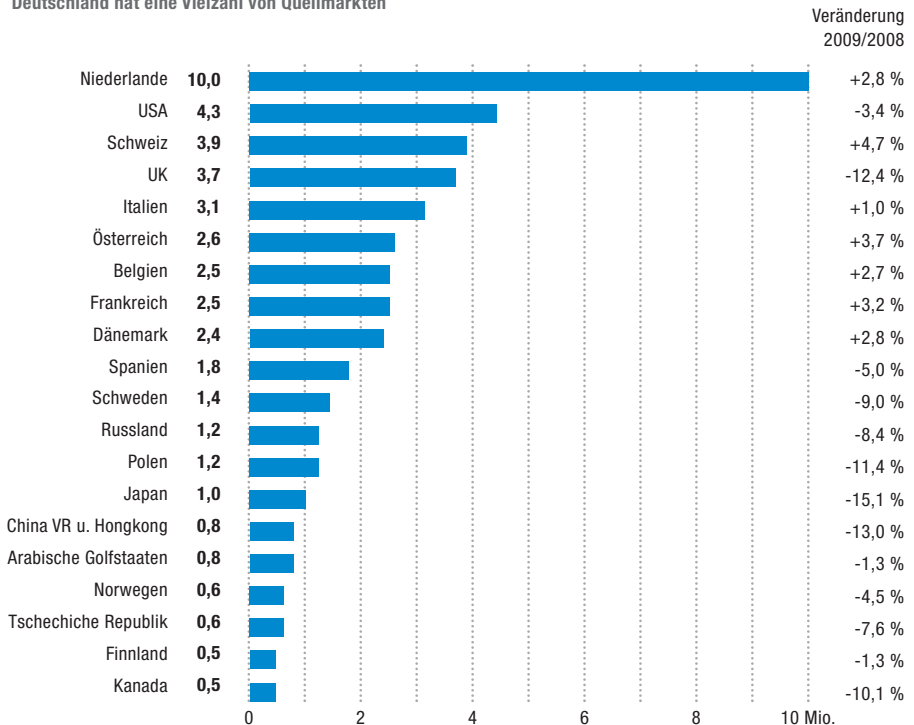
Erfreulicherweise lagen die Übernachtungen aus den Niederlanden, dem wichtigsten Quellmarkt, im Jahr 2009 gegen den Trend im Plus. Nach dem Boomjahr 2008 nahm die Zahl der Übernachtungen niederländischer Gäste nochmals um 2,8 Prozent auf rund zehn Millionen zu.

Zuwächse brachte das Jahr 2009 auch bei weiteren Nachbarländern, die zu den wichtigsten Quellmärkten für das Reise-land Deutschland zählen: Aus der Schweiz legten die Übernachtungen um 4,7 Prozent auf 3,9 Millionen zu, und auch aus Österreich (+3,7 Prozent), Belgien (+2,7), Frankreich (+3,2) und Dänemark (+2,8) wurden mehr Übernachtungen als im Vorjahr gezählt. Von diesen

Nachbarländern konnte Deutschland in der Krise aufgrund der gestiegenen Preissensibilität und des Trends zu erdgebundenen Reisen profitieren. Deutliche Einbußen bei den Übernachtungen musste Deutschland aus anderen wichtigen europäischen Volumenmärkten wie dem Vereinigten Königreich (-12,4 Prozent), Polen (-11,4), Schweden (-9) und Spanien (-5) hinnehmen. Insgesamt erwies

### Top 20-Quellmärkte für Deutschland nach Übernachtungen 2009

Deutschland hat eine Vielzahl von Quellmärkten



Quelle: Statistisches Bundesamt 2010

sich der Deutschland-Tourismus aus Europa als relativ krisenresistent. Einem moderaten Rückgang von 1,7 Prozent auf 42,2 Millionen Übernachtungen von Gästen aus Europa stand allerdings ein Minus von 7,3 Prozent Übernachtungen von Gästen aus Übersee-Destinationen gegenüber. Starke Einbrüche von mehr als zehn Prozent verzeichnete Deutschland bei den asiatischen Besuchern.

In Asien beeinflusste neben der Wirtschaftskrise auch die Angst vor der „Schweinegrippe“, die in China zeitweilig sogar zu einer Warnung vor Reisen nach Europa führte, den Deutschland-Tourismus. Demgegenüber gaben die Übernachtungszahlen aus den Arabischen Golfstaaten mit einem Minus von 1,3 Pro-

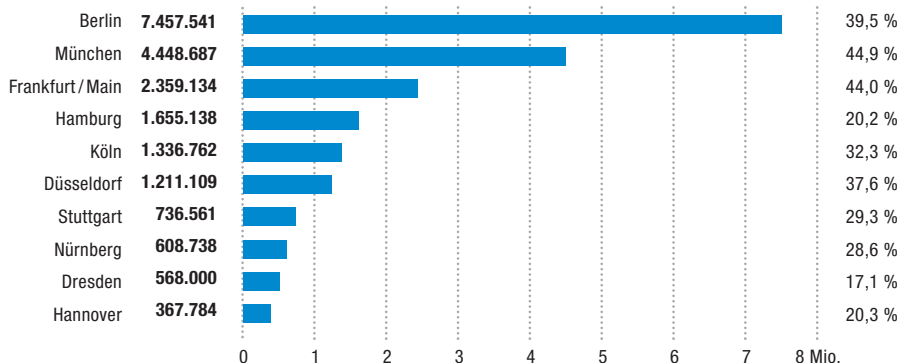
zent nur moderat nach. Die Entwicklung aus den USA gestaltete sich 2009 uneinheitlich, zuletzt aber festigten sich die positiven Tendenzen. Insgesamt schloss der mit rund 4,3 Millionen Übernachtungen wichtigste Überseemarkt mit einem Minus von 3,4 Prozent ab – im Vergleich zu den übrigen Staaten in Nord-, Süd- und Mittelamerika wie Kanada (-10,1 Prozent) oder Brasilien (-16,1) lediglich ein schwacher Rückgang.

Bei den deutschen Reisezielen ausländischer Gäste konnten unter anderem die großen, touristisch interessanten Städte ihre Position ausbauen. In Berlin stieg die Zahl der Übernachtungen – u.a. beeinflusst durch weltweit beachtete Events wie die Leichtathletik-Weltmeisterschaft

## Top-Städte in Deutschland 2009 (Übernachtungen)

Die wichtigsten 10 Städte haben einen Marktanteil von 35 % an allen Übernachtungen von ausländischen Gästen in Deutschland

Anteil der Ausländerübernachtungen an den Gesamtübernachtungen



oder die Feierlichkeiten zu 20 Jahre Mauerfall – um 5,9 Prozent. Auch Hamburg (+2,7 Prozent) und Dresden (+1,7) schlossen das Jahr positiv ab. Von der Krise im Geschäftsreisebereich deutlich getroffen wurden Düsseldorf (-11,7 Prozent), Hannover (-14,2), Köln (-11,9) und Nürnberg (-11,7). Unter den Flächenländern konnten nur Thüringen (+3,4 Prozent) und Rheinland -Pfalz (+2,4) mehr Übernachtungen ausländischer Gäste verzeichnen.

Die zunehmende Preissensibilität der Reisenden schlug sich in einem im Vergleich zum Übernachtungsrückgang deutlich stärkeren Rückgang bei den Reiseeinnahmen nieder: Insgesamt musste die Branche nach Zahlen von Deutscher Bundesbank und Commerzbank Research im Jahr 2009 mit 2,3 Milliarden Euro weniger als im Jahr 2008 auskommen, das entspricht einem Einbruch von 8,5 Prozent auf 24,9 Milliarden Euro.

### Gäste sind mit ihrem Urlaub in Deutschland zufrieden – Deutschland-Image auf Platz 3

Die Gesamtzufriedenheit (1,8) mit dem Urlaub in Deutschland ist (im Vergleich zu 2007/08) unverändert hoch. Das geht aus dem Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus der Europäischen Reiseversicherung AG und der Deutschen Zentrale für Tourismus hervor, für den im Befragungsjahr 2008/09 über 17.000 Gästeinter-

### Deutschland steht bei den Hotelübernachtungen europaweit an dritter Stelle

Top 10 2009	Übernachtungen Inland / Ausland gesamt (Mio.)	Übernachtungen Ausland gesamt (Mio.)	%-Anteil Ausland
Spanien	251,1	141,6	56,4
Italien	237,7	102,2	43,0
<b>Deutschland</b>	<b>215,8</b>	<b>43,2</b>	<b>20,0</b>
Frankreich	191,2	63,8	33,4
UK	169,6	58,5	34,5
Österreich	80,0	57,7	72,1
Griechenland	59,5	42,6	71,6
Portugal	36,5	23,3	63,8
Schweiz	35,3	20,0	56,7
Niederlande	31,4	14,3	45,5

Quelle: Eurostat 2010

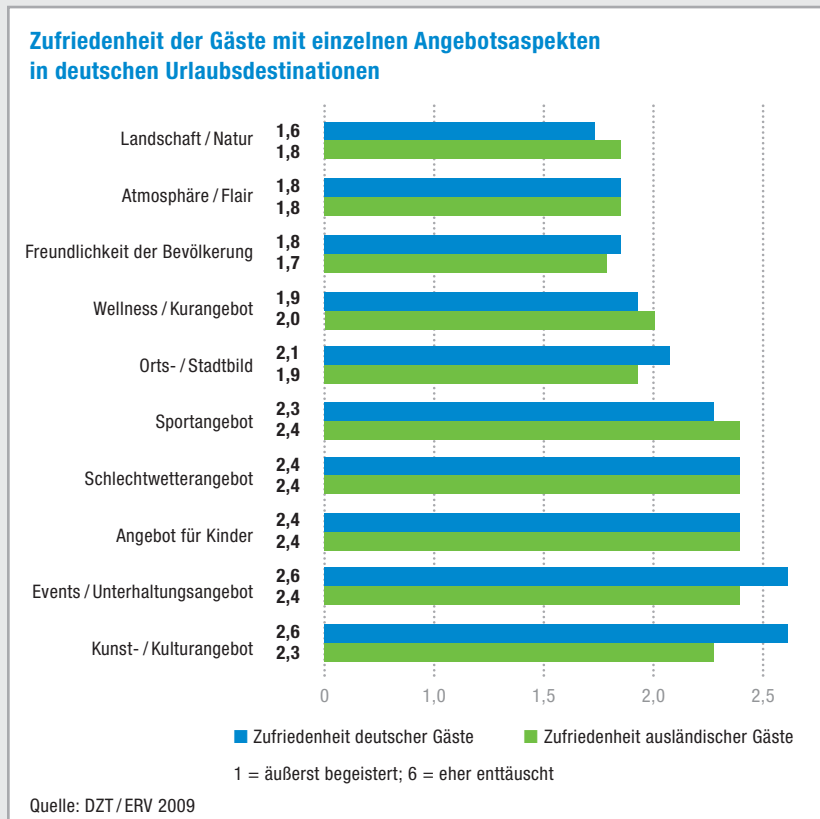
views durchgeführt wurden. Hinsichtlich der Einzelaspekte werden nur die Öffnungszeiten und das Preis-Leistungs-Verhältnis (jeweils 2,2) etwas kritischer bewertet. Generell sind ausländische Gäste mit einzelnen Aspekten des Deutschlandurlaubs etwas zufriedener als deutsche.

Als wichtigste Messung des deutschen Images dient der DZT die gemeinsam mit dem Auswärtigen Amt finanzierte Untersuchung des Anholt GfK Roper Nation Brands Index (NBI) zum Deutschlandbild im Ausland.



In allen 20 Ländern haben die Befragten Deutschland 2009 unter die zehn beliebtesten Länder gesetzt, was die robuste Stellung des deutschen Images verdeutlicht. Für die zukünftige Entwicklung ist besonders das gute Abschneiden in Wachstumsmärkten wie China und Russland wichtig. In beiden Ländern ist

Deutschland in diesem Jahr vom zweiten auf den ersten Platz der beliebtesten Nationen gestiegen. Im Gesamtergebnis steht Deutschland aktuell an dritter Stelle des NBI – hinter den USA, nahezu gleichauf mit Frankreich sowie deutlich vor Großbritannien, Japan und Italien. Die Bewertungen des NBI basieren auf sechs



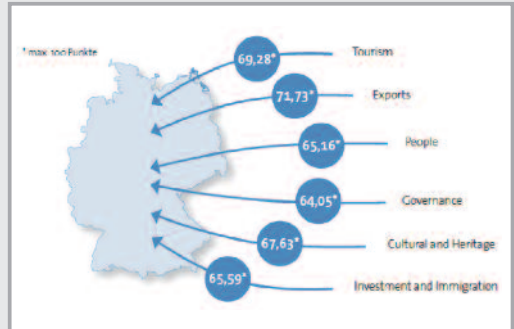
thematischen Schwerpunkten. Beim wichtigen Thema „Tourismus“ konnte Deutschland im letzten Jahr einen Imagegewinn verbuchen und ist von Rang 10 auf Rang 9 vorgerückt. In der Bewertung des kulturellen Angebots nimmt Deutschland im weltweiten Vergleich Platz 5 ein. Dabei wird Deutschland mit einer großen Bandbreite an kulturellen Angeboten in Verbindung gebracht: So steht das Land als Ausrichter von Sportevents an zweiter Stelle nach den USA – hier zeigt sich deutlich die nachhaltige Wirkung der FIFA Weltmeisterschaft 2006, die zu einem immensen weltweiten Imageschub für Deutschland geführt hat.

### Umsätze im Gastgewerbe rückläufig

Der Deutschland-Tourismus zeigte sich damit bei den Urlaubsreisen auch in der Krise stabil. Insgesamt lag die Zahl der Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit neun oder mehr Betten und auf Campingplätzen 2009 mit 368,7 Millionen etwa auf Vorjahresniveau.

Bei den Umsätzen mussten allerdings sowohl die deutsche Hotellerie als auch die Gastronomie deutliche Einbußen hinnehmen. Laut Statistischem Bundesamt setzte die Hotel- und Gastronomiebranche 2009 nominal 4,1 Prozent weniger um als im Vorjahr. Bei den Hotels, Gasthöfen und Pensionen schlug dabei ein Minus von mehr als sechs Prozent zu

### Nation Brands Index (NBI) zum Deutschlandbild im Ausland



Quelle: Anhold – GfK Roper 2009

Buche. In den Restaurants ging der Umsatz um 3,3 Prozent zurück. Am meisten von der Krise betroffen waren Betriebe, die in nennenswertem Umfang vom Firmengeschäft abhängig sind, da viele Unternehmen ihre Budgets für Geschäftsreisen und -essen gekürzt hatten, um auf die allgemein sinkende Nachfrage zu reagieren.

Die deutschen Feriendestinationen wie die Nord- und Ostseeküste erlebten 2009 – unter anderem gestützt vom Trend zum Urlaub im eigenen Land – ein vergleichsweise gutes Jahr. Gleiches gilt für die beliebtesten touristischen Städteteile wie Berlin und Hamburg, während viele Hotels in klassischen Geschäftsreisezielen wie Frankfurt oder Düsseldorf zum Teil deutliche Einbußen hinnehmen mussten.

## Deutsche reisten am häufigsten per Auto

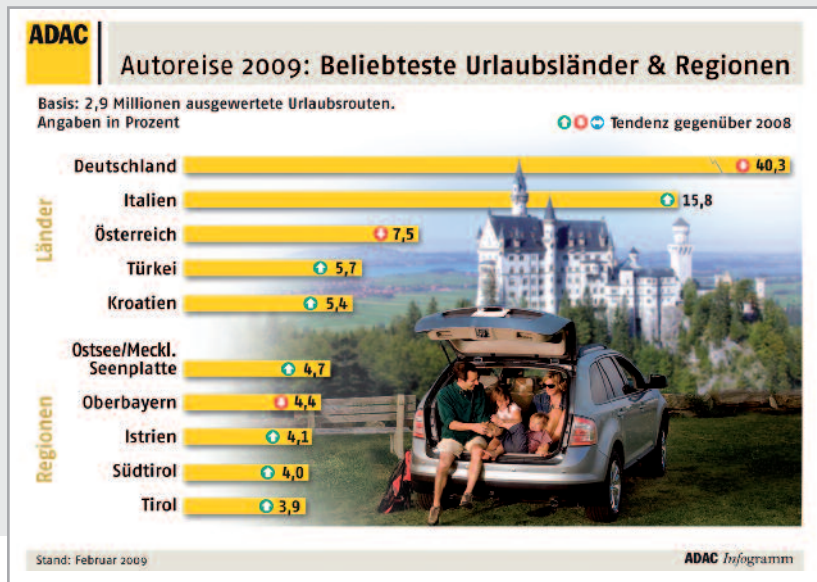
Laut Ergebnissen der GfK-TravelScope Erhebung war auch 2009 das Auto das am häufigsten gewählte Verkehrsmittel bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer. 53 Prozent der Deutschen Urlauber nutzten das Auto zur Anreise (+ 2 Prozentpunkte gegenüber 2008), 32 Prozent kamen mit dem Flugzeug zu ihrem Urlaubsziel (-1), sieben Prozent reisten per Bus (unverändert) und sechs Prozent per Bahn (-1).

Wie bei den deutschen Urlaubsreisen insgesamt ist auch bei den Autourlaubern die Bundesrepublik das beliebteste Reiseziel. Zu diesem Ergebnis kam der ADAC, der dafür rund drei Millionen Routen-

anfragen seiner Mitglieder aus 2009 ausgewertet hat. Mit einem Plus von 1,5 und insgesamt 15,8 Prozent belegt Italien Rang zwei vor Österreich und der Türkei.

Am häufigsten fahren die Pkw-Reisenden an die Ostsee/Mecklenburgische Seenplatte und nach Oberbayern. Auf den Plätzen drei bis fünf folgten Istrien, Südtirol und Tirol.

Die Top-Reiseziele der deutschen Busreisenden waren 2009 innerdeutsch Bayern, Mecklenburg-Vorpommern, Baden-Württemberg und Sachsen. Über die Grenzen hinweg erkundeten sie am häufigsten Italien, Österreich, Polen und Spanien.



Die rund 300 Eisenbahn-Unternehmen im Personenverkehr in Deutschland beförderten laut den vorläufigen Zahlen des Statistischen Bundesamtes insgesamt rund 2,3 Milliarden Passagiere über 80,9 Milliarden Personenkilometer.

### Luftverkehr: Aufwärtstrend zum Jahresende

Die deutschen Verkehrsflughäfen haben 2009 180,8 Millionen Passagiere verzeichnet. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutete dies ein Minus von 4,8 Prozent. Bei der Luftfracht (inkl. Luftpost) ging das Verkehrsaufkommen um 6,7 Prozent auf 3,4 Millionen Tonnen zurück. Gegen Jahresende waren erste Anzeichen für einen Aufwärtstrend erkennbar. Laut den Zah-

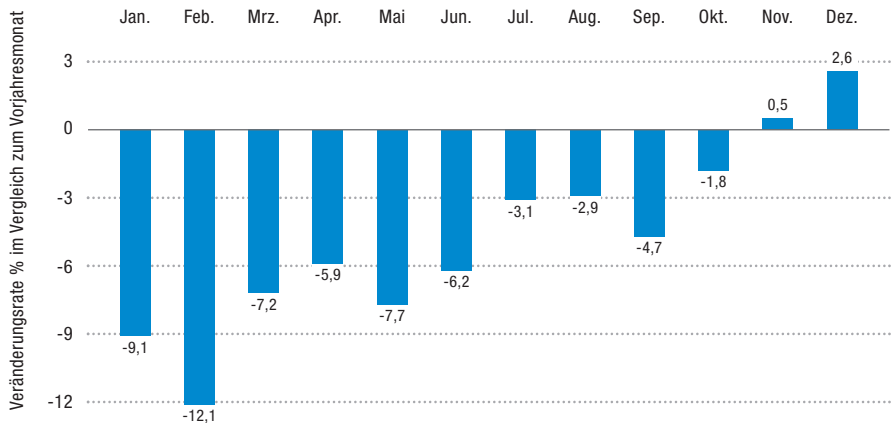
len des Flughafenverbands ADV (Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughäfen) legte die Zahl der Passagiere im Dezember 2009 an den 23 internationalen Verkehrsflughäfen um 2,6 Prozent zu. Das Luftfrachtaufkommen stieg um 26 Prozent. Im Frühjahr noch hatten die Flughäfen einen Passagierrückgang von rund acht Prozent erlebt.

### An Geschäftsreisen wurde gespart

Der Druck auf den Geschäftsreisemarkt in Deutschland ist im Jahr 2009 enorm gestiegen. Eine Umfrage des Verbands Deutsches Reisemanagement (VDR) im Oktober unter seinen 547 Mitgliedsunternehmen zeigte deutlich, dass deutsche Unternehmen verstärkt sparten und nicht

## Monatliche Entwicklung des Passagierverkehrs 2009 (an+ab)

– 23 Internationale Verkehrsflughäfen –



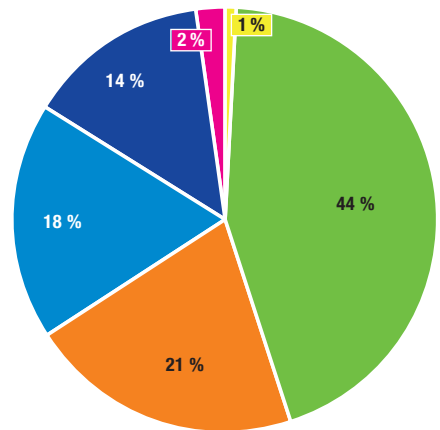
Quelle: ADV

notwendige Geschäftsreisen strichen. Mehr als 80 Prozent der 126 Travel Manager, die auf die Umfrage antworteten, gaben an, dass die Wirtschafts- und Finanzkrise deutliche Auswirkungen auf das Geschäftsreiseverhalten habe. Ein Jahr zuvor war es nur knapp die Hälfte der Befragten gewesen. Nur noch 14 Prozent der Unternehmen erklärten im Oktober 2009, dass das Reiseverhalten unverändert sei. Im Oktober 2008 waren dies noch dreimal so viele. Klar erkennbar war im Oktober also, dass die Unternehmen aufgrund des zunehmenden wirtschaftlichen Drucks immer weniger und immer günstiger reisten.

Nach einer ersten Einschätzung des VDR für das Gesamtjahr 2009 ist das Geschäftsreisevolumen im Vergleich zu 2008 um rund 20 Prozent zurückgegangen. Entsprechend verzeichneten auch die Geschäftsreisebüros ein schwieriges Jahr 2009. Erhebungen des Deutschen Reiseverbandes (DRV) ergaben in diesem Bereich ein Umsatzminus von 25 Prozent gegenüber 2008.

Entsprechend hatten viele Leistungsträger (Hotels, Mietwagen, Airlines etc.) 2009 mit Verlusten zu kämpfen. Erkennbar war der Trend hin zu einer Verlagerung der Geschäftsreise auf die Schiene – nicht nur aus Kostengründen, sondern auch aus Gründen der Corporate Social Responsibility, vor allem des klimascho-

## Beeinflusst die Finanzkrise das Reiseverhalten in Ihrem Unternehmen und wenn ja, wie?



N = 126

- Ja, es wird stärker auf Kosten geachtet bzw. günstiger gereist.
- Ja, alle nicht unbedingt notwendigen Reisen sind gestrichen.
- Ja, es wird allgemein weniger gereist.
- Nein, das Reiseverhalten hat sich nicht geändert.
- Keine Angabe.
- Ja, aber es wird mehr gereist.

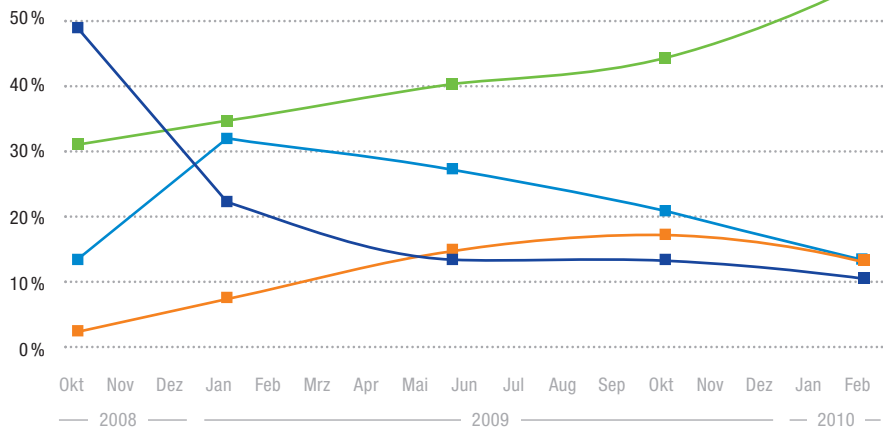
Quelle: Mitglieder-Umfrage,  
Verband Deutsches Reisemanagement e.V.

nenden Reisens. Zu den Gewinnern im Geschäftsreisebereich zählten Beratungsdienstleistungen, Tools für die Planung, Buchung und Kontrolle von Geschäftsreiseströmen oder auch Alternativen zur Geschäftsreise (virtuelle Technologien).

Ein Wachstum war am ehesten bei kleinen und mittelständischen Unternehmen zu erwarten, da bei diesen die Geschäftsreise kaum substituiert werden konnte (ca. 5,5 Millionen Reisende).

## Beeinflusst die Finanzkrise das Reiseverhalten in Ihrem Unternehmen?

– Entwicklung Oktober 2008 bis Februar 2010 –



N = 126

- Ja, es wird stärker auf Kosten geachtet bzw. günstiger gereist.
- Ja, es wird allgemein weniger gereist.
- Ja, alle nicht unbedingt notwendigen Reisen sind gestrichen.
- Nein, das Reiseverhalten hat sich nicht geändert.

Quelle: Mitglieder-Umfrage, Verband Deutsches Reisemanagement e.V.

Die Situation hat die Position der Travel Manager gestärkt. Das Thema ist inzwischen auf den Vorstandsetagen und den Geschäftsleitungsebenen angekommen. Das bedeutet für Travel Manager, dass sie über mehr Kompetenzen verfügen und Volumen besser bündeln und steuern können. Sie tragen nun wesentlich zum Unternehmenserfolg bei, indem sie Reiserichtlinien nicht nur auf-, sondern auch umsetzen. Es scheint, die Krise habe die Travel Manager noch mehr gefordert, ver-

steckte Einsparpotenziale aufzuspüren. Sie sind in ihrer Organisation professioneller geworden und haben erkannt, wie wichtig eine sorgfältige Planung und Analyse ist, um den Kostenblock Geschäftsreisen nachhaltig zu optimieren. Das zeigt, dass die Einsparmaßnahmen in der Vorstandsetage und unter den Geschäftsreisenden akzeptiert wurden. Viele Firmen haben ihre Reiserichtlinien aufgrund der Krise verändert und werden diese nun vorerst beibehalten.

## Touristenzahl nahm weltweit ab

Nach Jahren des Wachstums hat der unaufhaltsame weltweite Reiseboom 2009 eine Pause eingelegt. Die weltweite Wirtschaftskrise hat im Jahr 2009 zeitverzögert auch den Tourismus stark getroffen. Laut des World Tourism Barometers der UN-Welttourismus-Organisation (UNWTO) ging die Zahl der Touristen 2009 im Vergleich zum Vorjahr weltweit um vier Prozent auf 880 Millionen zurück. Letztmalig war die Gesamtzahl der Reisenden 2003 – damals um 1,5 Prozent – gesunken. Als Hauptursachen für den Rückgang sieht die UNWTO die Weltwirtschaftskrise und die Ungewissheit angesichts der Schweinegrippe.

Afrika war laut UNWTO-Bilanz der einzige Kontinent, der 2009 deutlich mehr Reisende anlockte als 2008. Die Zahl der

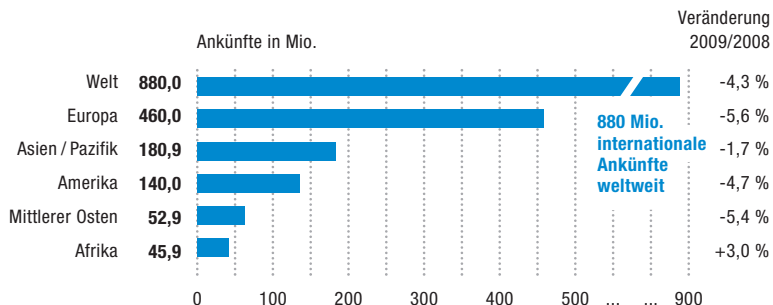


Gäste stieg dort immerhin um 3,0 Prozent. Hingegen sank die Zahl der Touristen in Europa genauso wie im Nahen Osten um sechs Prozent. Dennoch blieb Europa mit 460 Millionen Besuchern die beliebteste Reiseregion der Welt. Nord- und Südamerika verloren fünf, Asien zwei Prozent Gäste.

Besser als bei den ausländischen Gästen sah es in vielen Ländern hinsichtlich der einheimischen Gäste aus. Denn es hat sich gezeigt, dass die Urlauber in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten häufiger in weniger entfernte Länder reisen oder im eigenen Land Urlaub machen. Darüber hinaus verkürzten einige Urlauber ihre Reisen und gaben am Urlaubsort weniger Geld aus.

### Laut UNWTO gehen die internationalen Ankünfte in 2009 weltweit um 4 % auf 880 Mio. zurück

Weltweite Krisen führen erstmals seit 2003 zu Rückgängen



Quelle: UNWTO 2010

# Prognosen für die Tourismuswirtschaft 2010

## Umfrageergebnisse als Hoffnungsschimmer für 2010

Die Talsohle zumindest im privaten Tourismus schien Ende 2009 durchschritten. Erste Prognosen und Umfrageergebnisse genauso wie das Buchungsverhalten in den Reisebüros deuten darauf hin, dass es bei den Urlaubsreisen der Deutschen im Jahr 2010 wieder aufwärts gehen könnte. Laut den Ergebnissen einer Ende Dezember 2009 durchgeführten Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) wollen sich nur noch 17 Prozent der Deutschen – 40 Prozent weniger als ein Jahr zuvor – beim Urlaub einschränken. Viele Bürger haben vor, 2010 mehr Geld für ihre Reise auszugeben – dieser Anteil stieg um 43 Prozent. Nur vier Prozent der Umfrageteilnehmer wollen gar nicht verreisen. 92 Prozent der Befragten gaben an, dass Urlaub auch in schwierigen Zeiten wichtig sei.

Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt die 26. Deutsche Tourismusanalyse der BAT Stiftung für Zukunftsfragen, in der auch nach der Reiseabsicht für 2010 gefragt wurde. Danach saßen zur Jahreswende bereits 42 Prozent der Deutschen gedanklich auf gepackten Koffern. Sie planen fest, 2010 wenigstens eine Reise zu unternehmen. Elf Prozent der Befragten wollen sogar zweimal oder häufiger verreisen. Die Zahl der Unentschlossenen lag auf Vorjahresniveau: Rund jeder Dritte

wusste noch nicht, ob er verreisen wird oder nicht. Auch die Reiseeinnahmen dürften sich im Jahr 2010 erholen und laut Commerzbank Research mit einem Plus von zwei bis drei Prozent gegenüber 2009 auf ein Niveau von gut 25 Milliarden Euro zurückkehren.

## DRV ist vorsichtig optimistisch

Der Deutsche ReiseVerband (DRV) geht davon aus, dass in der Touristik ein weiteres herausforderndes Jahr vor den Veranstaltern und Reisebüros liegt. Allerdings rechnet auch er mit einer Stabilisierung der Teilnehmerzahlen. Die Prognose sei vorsichtig optimistisch, aber nicht euphorisch. 2011 könnte dann wieder ein „normales“ Jahr mit stabiler Preisentwicklung und wachsender Teilnehmerzahl werden. Im Kreuzfahrtbereich geht die überwiegende Anzahl der Anbieter von einem weiteren Boomjahr aus. Rund 70 Prozent der vom DRV für seine Kreuzfahrtenstudie befragten Anbieter von Hochseekreuzfahrten wie auch von Flusskreuzfahrten erwarten sowohl eine Steigerung der Passagier- als auch der Umsatzzahlen.

## DZT rechnet mit leichtem Übernachtungsplus

Für den Deutschland-Tourismus 2010/11 gesamt prognostiziert die DZT einen Anstieg der Übernachtungen zwischen einem und drei Prozentpunkten. Dabei geht



sie nach einer so tiefgreifenden und strukturellen Krise nicht von einem linearen Aufschwung aus. Eine Stabilisierung des Aufwärtstrends ist für 2011 zu erwarten.

Das Reiseland Deutschland hat sich auf dem globalen Markt in den letzten anderthalb Jahren sehr gut behauptet und Marktanteile gewonnen. Unter den weltweiten Reisezielen der Europäer hat Deutschland Italien überholt und liegt jetzt nach Spanien gleichauf mit Frankreich. Trotz einer allgemein positiven Stimmung werden drei Herausforderungen die Marktentwicklung 2010 beim Incoming maßgeblich beeinflussen:

- Potenzielle Gäste haben zu wenig Optimismus für langfristige Planungen,

entsprechend wird der Reisemarkt noch volatil und kurzfristiger reagieren.

- In einigen Ländern reicht die Wirtschaftskraft für ein dynamisches Wachstum nicht aus, das bremst die Reiselust insgesamt.
- Sinkende verfügbare Einkommen erhöhen die Preissensibilität, Endverbraucher sparen bei der Auswahl des Reiseziels oder bei den Ausgaben am Reiseziel.

Wesentliche Wachstumschancen zwischen einem und drei Prozent birgt der europäische Markt sowohl im Urlaubs- als auch im Geschäftsreisesegment. Nach DZT/IPK-Untersuchungen wollen die meisten Europäer trotz der Krise im Jahr 2010 wieder eine Auslandsreise durchführen.

Aus dem nordamerikanischen Markt erwartet die DZT vor allem durch Veranstaltungen wie die Passionsspiele Oberammergau Wachstumsimpulse für private Reisen. Damit kann ein Plus von zwei bis drei Prozent generiert werden. Bei einem Anstieg der Geschäftsreisen aus Asien kann hier mit einem Wachstum von zwei bis drei Prozent gerechnet werden.

Mit Abstand wichtigster Quellmarkt für den Deutschland-Tourismus bleibt das eigene Land. Hier erwartet die DZT ein ge-



ringes Wachstum von möglicherweise bis zu einem Prozent. Ein Unsicherheitsfaktor sind allerdings die Geschäftsreisen, deren Entwicklung stark von der allgemeinen Konjunktur abhängt.

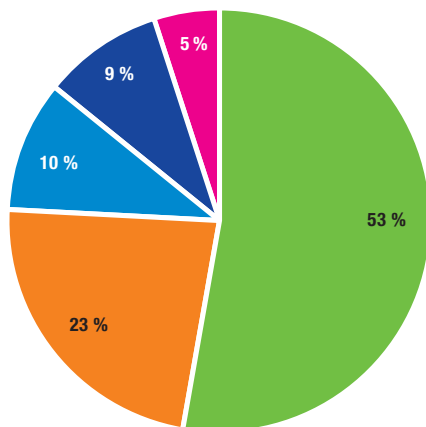
### UNWTO prognostiziert leichten Anstieg der weltweiten Touristenzahl

Auch die UNWTO wertet die Tatsache, dass in den letzten Monaten 2009 bereits ein leichter Aufwärtstrend eingesetzt hat, als Hoffnungsschimmer. In Asien erholte sich die Reisebranche nach Angaben der UNWTO am schnellsten, Europa sowie Nord- und Südamerika hinkten hinterher. Für 2010 rechnet die Organisation mit einem Anstieg der weltweiten Touristenzahl um drei bis vier Prozent. Trotzdem werde es kein leichtes Jahr für den Tourismus, so die Prognose.

### Auch Stimmung in Geschäftsreisebranche ist vorsichtig optimistisch

Eine erneute Umfrage unter den Mitgliedern des Verbandes Deutsches Reise-management (VDR) Anfang 2010 ergab, dass die Stimmung in der Geschäftsreisebranche vorsichtig optimistisch eingeschätzt wird. Zwar war noch immer das deutliche Sparverhalten erkennbar. Allerdings ging der Anteil derer, die alle nicht unbedingt notwendigen Reisen strichen um die Hälfte auf elf Prozent zurück. Über die Hälfte der befragten Unterneh-

### Wann werden in Ihrem Unternehmen die Geschäftsreisen wieder anziehen?



N = 126

- noch in diesem Jahr
- im 1. Halbjahr 2011
- gar nicht
- im 2. Halbjahr 2011
- später als 2011

Quelle: Mitglieder-Umfrage, Verband Deutsches Reise-management e.V.

men – Anbieter wie auch deutsche Unternehmen mit einem Travel Management – sind zuversichtlich, dass es noch 2010 wieder aufwärts geht. Immerhin fast ein Viertel sieht eine Erholung des Geschäftsreiseverhaltens Anfang 2011. Nur zehn Prozent befürchten, dass die Geschäftsreisen in den Unternehmen nicht mehr anziehen werden.

Passend dazu äußerte auch der DRV die Hoffnung, dass die Geschäftsreisebüros aufgrund der anziehenden Auftragslage in vielen Regionen der Erde ein leichtes Plus nach dem schwierigen Jahr 2009 erwirtschaften können.