

Saar-Tourismus: Stimmung unverändert gut Geschäftslage auf hohem Niveau stabil, aber zahlreiche Risiken belasten die Betriebe

In der saarländischen Hotellerie und Gastronomie hält das positive Stimmungsbild weiter an. Das signalisiert die aktuelle Tourismusumfrage der IHK Saarland. Danach beurteilen 64 Prozent der befragten Gastronomiebetriebe die Geschäftsentwicklung der vergangenen sechs Monate mit gut, 31 Prozent mit befriedigend und nur fünf Prozent mit schlecht. Etwas verhaltener, aber dennoch gut ist die Lage in der Hotellerie. Hier melden 54 Prozent der Unternehmen einen guten, 36 Prozent einen zufriedenstellenden und nur zehn Prozent einen schlechten Geschäftsverlauf. Gegenüber dem Vorjahr ist die Geschäftslage damit in beiden Branchen auf unverändert hohem Niveau – und dies trotz eines leichten Rücksetzers bei der Zahl der Übernachtungen im ersten Quartal dieses Jahres um minus 0,5 Prozent. „Der Tourismus dürfte weiterhin eine wichtige Stütze der Konjunktur im Saarland bleiben. Die Impulse kommen sowohl von der Angebots- als auch von der Nachfrageseite. Zahlreiche neue Hotels, steigende Investitionen der bestehenden Betriebe und die konsequente Umsetzung der Tourismusstrategie einerseits sowie die nach wie vor hohe Beschäftigung und wachsende Einkommen der Verbraucher andererseits sind eine gute Grundlage für lebhaftere Geschäfte. Dämpfend wirken der Fachkräftemangel, die hohe Bürokratielast und steigende Energiekosten.“ So kommentierte IHK-Hauptgeschäftsführer Dr. Heino Klingen die Ergebnisse der aktuellen IHK-Saisonumfrage Tourismus, an der 141 Unternehmen mit rund 2.000 Beschäftigten teilgenommen haben.

Umsatzwachstum in der Hotellerie und Gastronomie

Die insgesamt positiven Einschätzungen der Betriebe werden untermauert durch gute Umsatzzahlen. Knapp 40 Prozent der Hotelbetriebe konnten gegenüber dem Rekordjahr 2018 bei den Einnahmen nochmals zulegen und rund 50 Prozent das Niveau halten. Deutlich dynamischer als in der Hotellerie entwickelten sich die Umsätze in der Gastronomie. Hier verzeichnete jeder zweite Betrieb ein Plus gegenüber dem Vorjahr. Überwiegend optimistisch sind zudem die Geschäftserwartungen für die kommenden sechs Monate. Ein Fünftel der

Hotelbetriebe geht von einem weiteren Aufwärtstrends der Geschäftsentwicklung aus, zwei Drittel erwarten gleichbleibende und nur 13 Prozent der Betriebe rechnen mit schlechteren Geschäften. Deutlich zuversichtlicher fallen die Erwartungen in der Gastronomie aus. Beflügelt vom außergewöhnlich guten Sommer 2018, der für Zusatzeinnahmen gesorgt hatte, erwartet knapp die Hälfte der Unternehmen für die kommende Saison nochmals bessere Geschäfte, während 37 Prozent von unveränderten und 12 Prozent von rückläufigen Umsätzen ausgehen. Sorgen bereiten den Unternehmen weiterhin der Fachkräftemangel und die hohen Arbeitskosten – ein Drittel der Betriebe in der Hotellerie und mehr als zwei Drittel in der Gastronomie sehen darin die größten Risiken. Rund ein Drittel aller Umfrageteilnehmer bewertet die wachsende Bürokratie (u. a. Aufzeichnungs- und Dokumentationspflichten) als weitere finanzielle Belastung.

Digitalisierung hält immer mehr Einzug, Branche muss aber Tempo erhöhen

Auch in der Beherbergungsbranche halten digitale Lösungen zur Prozessoptimierung mehr und mehr Einzug. Doch das Niveau der Digitalisierung ist in den Betrieben bislang noch sehr unterschiedlich ausgeprägt, wie eine Sonderfrage der IHK ergab. Während die Mehrheit bereits heute in den Bereichen Zimmerreservierung, Kassensysteme und Buchhaltung auf digitale Lösungen setzt, gehört der Einsatz von digitalen Planungssystemen in der Warenwirtschaft und bei der Personalplanung noch eher zur Ausnahme. Auch im Marketing ist das „digitale Niveau“ in den Betrieben sehr unterschiedlich. Freies WLAN für Gäste, ein eigener Web-Auftritt sowie die Online-Buchbarkeit gehören in fast allen Betrieben inzwischen zum Standard. Dagegen ist der Einsatz von Social Media-Kanälen und die Optimierung des Webauftritts für mobile Endgeräte bei weitem keine Selbstverständlichkeit. Großes Aufholpotenzial haben die Unternehmen beim Bezahlen per Smartphone.

„Die Analyse macht deutlich, wie sehr die Branche gefordert ist, mit der digitalen Transformation und den sich wandelnden Erwartungen der Gäste Schritt zu halten. Hier muss jeder für sich entscheiden und ständig hinterfragen, welche Technologie für ihn die richtige ist. Ziel muss es sein: Arbeitsabläufe zu optimieren und gleichzeitig Kunden an sich zu binden. Das Förderprogramm „DigitalStarter“ des

Saarlandes bietet vor allem kleinen und mittleren Unternehmen der Branche finanzielle Unterstützung bei der digitalen Aufrüstung“, so Klingen.

Medienkontakt:
Nicole Schneider-Brennecke M.A.
Pressesprecherin
Kommunikation, Mittelstand und Unternehmensförderung