



SPECIALISTS IN
EMPIRICAL ECONOMIC
RESEARCH

THEMENREPORT 15/4

Gastronomie – gepflegt oder auf die Hand

Impressum

HERAUSGEBER DER GWS THEMENREPORTS

Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforschung mbH
Heinrichstr. 30 D-49080 Osnabrück

TITEL

Gastronomie – gepflegt oder auf die Hand. Update 2015

AUTOREN

Doris Bünemann/Britta Stöver

Email: buenemann@gws-os.com/stoever@gws-os.com

Tel: +49 (541) 40933-294/- 250

Fax: +49 (541) 40933-110

Internet: www.gws-os.com

ISSN 2195-7355

Gestaltung des Titelblattes: GWS mbH 2015. Copyright Fotos: Thinkstock by Getty Images

© **Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforschung mbH 2015**

Heinrichstr. 30 • 49080 Osnabrück

Der Themenreport im Überblick

INHALTSVERZEICHNIS

Impressum	2
Der Themenreport im Überblick	3
Die erste Seite	5
Überblick	6
Wirtschaftliche Entwicklung	8
Prognose	12
Kostenstruktur	15
Unternehmensstruktur	19
Regionale Betrachtung	22
Die Problematik aktueller Zahlen	30
Referenzen	31
Weitere Themenreports	34

TABELLENVERZEICHNIS

Tab 1: Prognose Gastronomie	12
Tab 2: Umsatzprognose nach Sparten	12
Tab 3: Anteil der Betriebe nach Branchensegmenten in den Bundesländern	23
Tab 4: Verhältnis ausgewählter Kenngrößen im Land in Relation zum Bund (in %)	27

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb 1: Umsatzverteilung (2013)	8
Abb 2: Konsumausgaben für die Gastronomie im Verhältnis zum Gesamtkonsum (in %)	9
Abb 3: Übernachtungen ausländischer Reisender (in 1.000 Personen)	11
Abb 4: Kostenstruktur nach Branchen im Gastgewerbe (2012)	15
Abb 5: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in den Gastronomiebranchen	16
Abb 6: Anteil der ausschließlich geringfügig Beschäftigten an allen Beschäftigten 2014 (in %)	16
Abb 7: Bruttobetriebsüberschuss (in % vom Umsatz)	18
Abb 8: Unternehmensstruktur in der Gastronomie 2012	19
Abb 9: Anteil der Selbstständigen in Gastronomie und Bund (2013)	20
Abb 10: Insolvenzquote in Gastronomie und Bund (2013)	20
Abb 11: Gastronomiebetriebe absolut und je 1.000 Einwohner nach Bundesländern (2013)	22
Abb 12: Umsatzanteile der Bundesländer im Vergleich zum Bevölkerungsanteil (in %)	24
Abb 13: Umsatz pro Unternehmen nach Bundesländern	25
Abb 14: Gastronomieumsatz und Wachstumsprognose nach Bundesländern	28
Abb 15: Umsatzentwicklung Gastronomie gem. verschiedener Statistiken (in %)	30

Die erste Seite

1,1 Mio.

Erwerbstätige zählte die Gastronomie 2014. Damit ist sie eine der beschäftigungsintensivsten Branchen mit einem Anteil von 3,3 % aller sozialversicherungspflichtig und ausschließlich geringfügig Beschäftigten in Deutschland.

PROGNOSE BIS 2017



UMSATZ



BESCHÄFTIGUNG

MARKTPLATZ

- Die Nachfrage wird von den privaten Haushalten und den Unternehmen (Geschäftessen) bestimmt.
- Branche wächst ähnlich wie BIP (2009 – 2012: 3,3 % p.a.)
- Wachstum innerhalb der Branche differiert stark von 5 % p.a. bei Caterern bis < 1 % p.a. in getränkegeprägter Gastronomie.
- Wichtige Einflussfaktoren: Verfügbares Einkommen, privater und gewerblicher Konsum, Reiseaufkommen, Witterung, Großereignisse (Sport, Volksfeste)
- Standort von großer Bedeutung – sowohl regional (Bundesland, Stadt oder Land) – als auch lokale Lage
- Personalaufwendungen dominieren neben Kosten für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und Handelswaren (v.a. Lebensmittel und Getränke) die Kostenseite
- Hoher Anteil geringfügig Beschäftigter (42 % aller Arbeitnehmer)
- Gesetzlicher Mindestlohn betrifft Branche in besonderem Maße

Überblick

Das Gastgewerbe ist eine konjunktursensible Branche, die von der gewerblichen und privaten Nachfrage gleichermaßen beeinflusst wird. Daneben kommt der Nachfrage, die ausländische Touristen generieren, ebenfalls eine nicht zu vernachlässigende und wachsende Bedeutung zu. Die Komponenten haben teilweise einen ausgleichenden Charakter: Trotz schlechter Auftragslage können Nachfragerückgänge von Unternehmen durch eine günstige Einkommenssituation privater Haushalte oder eine Zunahme der Reisetätigkeit abgedeckt werden.

EINORDNUNG

Seit der Revision der Wirtschaftszweiggliederung 2008 wird die Gastronomie (WZ-56) als eigener Wirtschaftszweig geführt, wenngleich sie weiterhin eng mit dem Beherbergungsgewerbe (WZ-55) verbunden ist. Die Branche beinhaltet die speisengeprägte (Systemgastronomie,

Cafés, Restaurants etc., WZ-56.1) und Getränkegeprägte (Bars, Diskotheken etc., WZ-56.3) Gastronomie sowie Caterer und sonstige Verpflegungsdienstleister (WZ-56.2).

UMSATZ

2013 erwirtschaftete die Gastronomie 46,1 Mrd. Euro Umsatz und damit ein Plus von 2,8 % gegenüber dem Vorjahr.¹ Im gesamtwirtschaftlichen Kontext ist die Gastronomie mit einem Beitrag von 0,9 % zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) ebenfalls von Bedeutung.



BESCHÄFTIGTE

Eine wesentlich größere Bedeutung kommt der Gastronomiebranche im Hinblick auf die Beschäftigtenzahl zu:

> 1,1 MILLIONEN ARBEITSPLÄTZE,
VIELE MINIJOBS

Im Juni 2014 kam die Branche auf über 655 Tsd. sozialversicherungspflichtig Be-

schäftigte. Hinzu kamen rund 530 Tsd. geringfügig beschäftigte Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, die als sogenannte Minijobber vor allem im Service oder in der Küche tätig sind. Die Gesamtzahl der von der Gastronomie Beschäftigten beläuft sich damit auf über 1,1 Millionen, was rund 3,3 % aller Arbeitsplätze in Deutschland entspricht.

UNTERNEHMENSFORMEN

Die Branche setzt sich aus unterschiedlichsten Unternehmensformen zusammen, die von der Systemgastronomie über die Eckkneipe bis zum Messecatering reichen.

Relativ niedrige Markteintrittsbarrieren führen grundsätzlich zu einer hohen Fluktuation durch Neueröffnungen sowie Unternehmensaufgaben und überdurchschnittlich vielen Insolvenzen.

KOSTENSTRUKTUR

Die Kosten setzen sich überwiegend aus Material- und Personalaufwendungen zusammen.

ROHSTOFFPREISE UND LOHNKOSTEN BESTIMMEN DIE ERTRAGSLAGE

Steigende Rohstoffpreise können bis zu einem gewissen Grad über Portionsgrößen ausgeglichen werden. Die zu erzielenden Margen sind jedoch nur gering.

POLITISCHER UND ÖFFENTLICHER EINFLUSS

Der politische Einfluss auf die Branche nimmt seit Jahren zu. Vor der Einführung des gesetzlichen Mindestlohns hatte das Nichtrauchergesetz weitreichende Auswirkungen auf die Gastronomiebetriebe.

KLEINE UNTERNEHMEN, INTENSIVER WETTBEWERB, HOHE FLUKTUATION

Die Wettbewerbssituation wird durch wachsende Convenience-Angebote des Einzelhandels, welche v. a. den unterwegskonsum betreffen, weiter verschärft.

Um dem saisonal schwankenden Arbeitskräftebedarf gerecht zu werden und die Kosten niedrig zu halten, finden sich in der Branche überdurchschnittlich viele ausschließlich geringfügig Beschäftigte. Der Mindestlohn trifft die Branche im besonderen Maße. Erste Auswirkungen des seit Januar 2015 flächendeckend geltenden Mindestlohns weisen auf einen Anstieg sowohl des Anteils sozialversicherungspflichtig Beschäftigter als auch der Personalkosten in der Gastronomie hin.

Weitere Maßnahmen wie etwa die Beschränkung der Zahl der Spielautomaten oder der öffentliche Hygieneausweis über Smileys sind im Gespräch. ²

Wirtschaftliche Entwicklung

Das Gastgewerbe ist eine konjunktursensible Branche, die von der gewerblichen und privaten Nachfrage gleichermaßen beeinflusst wird. Daneben kommt der Nachfrage, welche von ausländischen Touristen generiert wird, eine zunehmende Bedeutung zu. Weiterhin unterliegt die Nachfrage unterjährig saisonalen und temperaturbedingten Schwankungen sowie Sondereinflüssen (z. B. Sportgroßereignisse wie zuletzt die Fußball WM 2014). Zusammen können die Größen gegenläufige oder verstärkende Effekte bilden.

UMSATZVERTEILUNG

Mit einem Umsatz von 46,3 Mrd. Euro trägt die Gastronomie zwar mit einem Anteil von 0,9 % deutlich weniger als viele Bereiche des Verarbeitenden Gewerbes zum BIP bei. Ihre gesamtwirtschaftliche Bedeutung ist damit dennoch größer als die von anderen wichtigen Sektoren, wie z. B. der Landwirtschaft, dem Tiefbau oder der Werbung.

UMSATZANTEIL GASTRONOMIE: FAST 1 % VOM BIP UND ZWEI DRITTEL VOM GASTGEWERBE

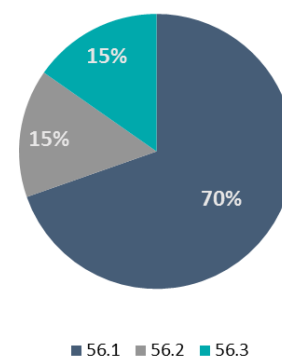
Am gesamten Gastgewerbe, d. h. dem Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe zusammen, hält sie einen relativ konstanten Anteil von knapp zwei Dritteln (65 %). Innerhalb der Branche entfällt der größte Umsatzanteil mit 70 % auf die speisengeprägte Gastronomie, während die Caterer und sonstigen Verpflegungsdienstleister wie bspw. die Betreiber von Betriebs- und Schulkantinen und Mensen

PRIVATER KONSUM

Die Konsumfreudigkeit der privaten Haushalte wird durch ihr verfügbares Einkom-

(WZ-56.2) sowie die getränkegeprägte Gastronomie (WZ-56.3) zuletzt jeweils etwa die Hälfte des verbleibenden Branchenumsatzes beitragen (vgl. Abb 1).

Abb 1: Umsatzverteilung (2013)



Quelle: StBA (2015a).

Die Umsatzentwicklung bestimmt sich aus der gewerblichen und privaten Nachfrage. Daneben bestehen weitere Einflussfaktoren wie Tourismus, die Wetterlage, Großereignisse u.Ä.

men bestimmt. Je höher der Beschäftigungsgrad, desto höher liegt meist auch

das durchschnittliche verfügbare Einkommen. Gleichzeitig steigt mit kurzen Mittagspausen und weniger Freizeit auch die Wahrscheinlichkeit, dass das Mittagangebot von Kantinen und Restaurants wahrgenommen wird. Ganztagschulen verstärken den Effekt. Laut der Nestlé Studie nimmt die Entstrukturierung des Alltags zu, wodurch unregelmäßiger und meist außer Haus gegessen wird.³ Anbieter von kleinen, schnellen Mahlzeiten können hiervon profitieren. Insbesondere die Systemgastronomie gewinnt dadurch mehr Kunden.

UNTERWEGSKONSUM NIMMT ZU

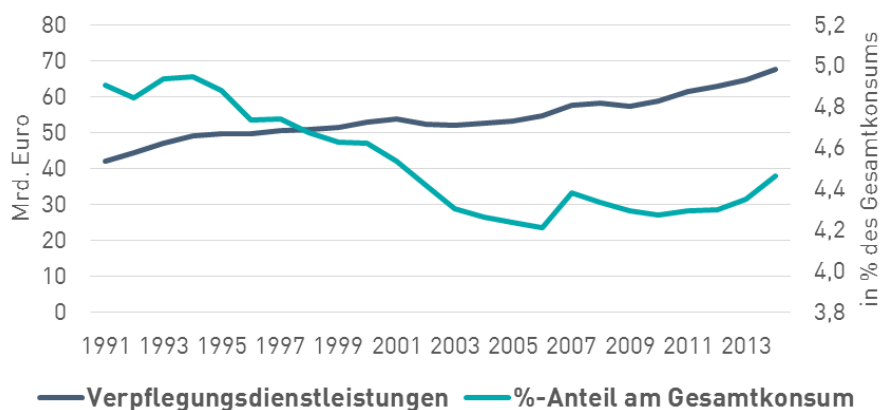
Daneben können sich die privaten Haushalte bei steigenden verfügbaren Einkommen auf Tagesreisen und im Urlaub höhere Ausgaben leisten. Die aktuell geringe Inflation in Deutschland sowie niedrigste Zinssätze wirken sich ebenfalls positiv auf die Konsumbereitschaft aus. Da sich durch Kapitalanlagen kaum Wertsteigerungen erzielen lassen, wird tendenziell mehr Geld für den Konsum ausgegeben. Davon kann z. B. die Eventgastronomie profitieren. Auch die spontane Einkehr, welche wesentlich stärker als der gewohnheitsmäßige Außer-Haus-Verzehr -

wie z. B. das Mittagessen in der Kantine oder der sonntägliche Restaurantbesuch - abhängig von der Konsumlaune der Verbraucher ist, wird durch das positive Konsumklima gefördert.

WERT DES ESSENGEHENS IST FÜR PRIVATE HAUSHALTE UNVERÄNDERT

Die privaten Haushalte messen den Verpflegungsdienstleistungen⁴ in Abhängigkeit zum Gesamtkonsum eine relativ unveränderte Bedeutung bei. Dies war allerdings nicht immer so: In Abbildung 2 zeigt sich, dass die Verpflegungsdienstleistungen lange Zeit einen langsam voranschreitenden Bedeutungsverlust hinnehmen mussten. Zwischen 1991 und 2006 fiel der Konsumanteil von 4,9 % auf 4,2 %. Danach lag er bis 2012 relativ unverändert bei 4,3 %. Seitdem konnten die Verpflegungsdienstleistungen anteilig hinzugewinnen und erreichten 2014 einen Anteil am Konsum von 4,5 %.⁵ Die anhaltend gute Konsumstimmung in Deutschland hat hierzu sicher beigetragen. Absolut gesehen steigen die Konsumausgaben für Verpflegungsdienstleistungen mit den Einkommenszuwächsen kontinuierlich an und erreichten zuletzt einen Wert von 67,7 Mrd. Euro.

Abb 2: Konsumausgaben für die Gastronomie im Verhältnis zum Gesamtkonsum (in %)



Quelle: StBA (2015b), eigene Berechnungen.

GEWERBLICHER KONSUM

Bei den gewerblichen Kunden bestimmen die Auftragslage, Kundengewinnung und Imagepflege die Nachfrage nach gastronomischen Dienstleistungen. Der Umfang von Weihnachtsfeiern, Betriebsfesten und das gastronomische Angebot an Messeständen richten sich nach Budget und Zielsetzung, welche mit der konjunkturellen Lage starken Schwankungen unterliegen.

Die in den letzten Jahren durchgehend stabile bzw. gute Konjunktur in Deutschland sowie die anhaltend hohe Exporttä-

tigkeit in der Industrie sichern der Branche Umsätze und trugen zur positiven Umsatzentwicklung in den letzten Jahren bei.

GESCHÄFTSKUNDEN, MESSEN UND BETRIEBSFEIERN

Daneben ist das Outsourcen betriebseigener Kantinen generell positiv für den Sektor 56.2 (Caterer und Erbringung sonstiger Verpflegungsdienstleistungen).

AUSLÄNDISCHE REISENDE

Sollte sowohl die gewerbliche als auch die private Nachfrage niedrig sein, kann der Gastronomie evtl.

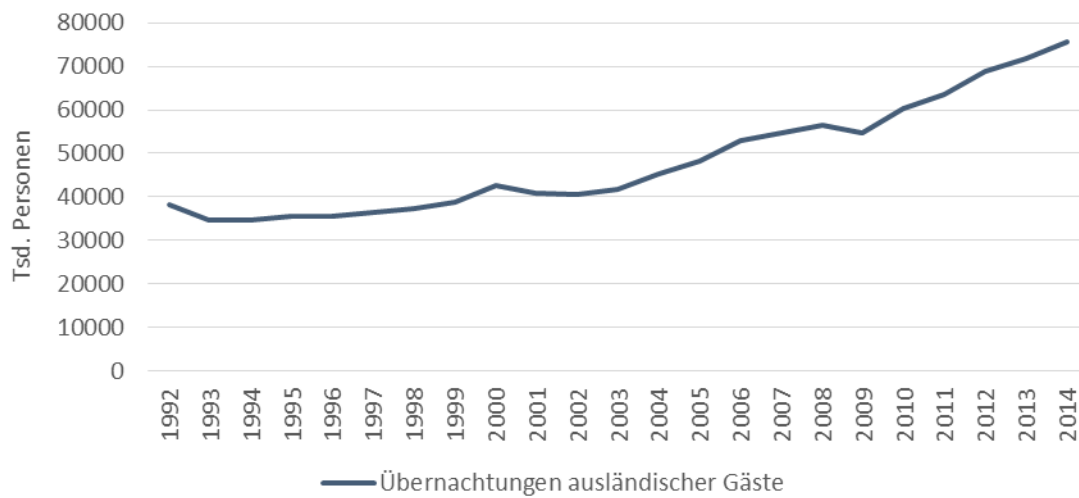


noch über ausländische Besucher zusätzliche Nachfrage entstehen.

2014 nahm die Zahl der Übernachtungen ausländischer Touristen um 5,1 % zu (StBA 2015c). Damit erfreut sich Deutschland – von wenigen Ausnahmen abgesehen – einer immer größer werdenden Belieb-

heit bei ausländischen Reisenden. Die Globalisierung, die zunehmenden internationalen Geschäftsbeziehungen und die damit verbundenen Geschäftsreisen unterstützen diese Entwicklung. Videokonferenzen werden diesen Bedarf nur bedingt einschränken. Abbildung 3 zeigt die positive Entwicklung der Übernachtungszahlen von 1992 bis 2014. Die wachsende Zahl von Übernachtungsgästen aus dem Ausland ist speziell für die Gastronomie vielversprechend, da ausländische Reisende mit rund 21 Euro pro Person und Tag ca. 1,50 Euro bzw. 7 % mehr für Verpflegung ausgeben als deutsche Urlauber. ⁶

Abb 3: Übernachtungen ausländischer Reisender (in 1.000 Personen)



Quelle: StBA (2015a).

ANDERE FAKTOREN

Neben dem Verhalten der Wirtschaftsakteure nehmen auch das Wetter, die Lage von Feiertagen und besondere Ereignisse wie z. B. sportliche Großveranstaltungen oder Volksfeste unterjährig Einfluss auf die Nachfrage. Schneechaos und Dauerregen bewirken eine Verlagerung weg von Ausflugslokalen hin zu Lieferdiensten. Während der Ferienzeit profitieren v. a. Lokaltäten in Feriengebieten und entlang der Reiserouten, während am jeweiligen Wohn- bzw. Arbeitsort die Zahl der Kunden zurückgeht. Wiederkehrende Volks-

feste bringen teilnehmenden Gastronomen kurzfristig einen Nachfrageschub.

DAS WETTER MACHTS

Großveranstaltungen wie Fußballwelt- oder Europameisterschaften und das damit verbundene „Rudelgucken“ müssen als Sondereffekt bei der Nachfrage berücksichtigt werden.

Prognose

Gestützt durch das anhaltend gute Konsumklima sowie das niedrige Zinsniveau in Deutschland, wird auch 2016 mit einer weiterhin hohen Ausgabenbereitschaft von Verbrauchern und Unternehmen gerechnet, sodass die Gastronomie ähnlich hohe Umsatzsteigerungen wie im Vorjahr erzielen wird. Für 2017 wird die Branche ihr Wachstum bei Umsatz und Beschäftigung grundsätzlich weiter fortsetzen.

Tab 1: Prognose Gastronomie

	2015e	2016e in %	2017e
Umsatz	2,4	2,5	2,3
Beschäftigung	2,1	0,9	0,8

Quelle: GWS mbH.

Der Ausgleichscharakter der unterschiedlichen Konsumkanäle und die Höhe der Nachfrage der oben beschriebenen Absatzstruktur gelten nicht für alle Bereiche

SPEISENGEPRÄGTE GASTRONOMIE

Die speisengeprägte Gastronomie, d. h. Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons u. Ä., bilden mit einem Umsatzanteil von 70 % den größten Bereich innerhalb der Gastronomie (StBA 2014a). Sie erreicht für die kurze Frist (2015-2017) ein durchschnittliches Wachstum von 2,3 % p. a. und liegt damit im Mittelfeld zwischen den anderen beiden Branchenbereichen.

KONTINUIERLICHES WACHSTUM

Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (+2,6 % p. a.) erreicht sie ein niedrigeres durchschnittliches Wachstum und zeichnet sich damit nicht als ausgesprochene Wachstumsbranche aus.

der Branche gleich. Tabelle 2 zeigt die prognostizierte Umsatzentwicklung nach Sparten.

Tab 2: Umsatzprognose nach Sparten

Umsatz	2015e	2016e in %	2017e
56.1 Restaurants	2,4	2,5	2,2
56.2 Caterer	3,5	3,6	3,4
56.3 Bars	1,0	0,9	0,9

Quelle: GWS mbH.

Hier werden alle Einflussfaktoren gleichermaßen wirksam. Die anhaltend gute Wirtschaftslage hat eine positiv gestimmte gewerbliche Nachfrage zur Folge. Gleichzeitig steigen die Löhne und Gehälter in Deutschland erstmals seit Jahren aufgrund der relativ geringen Inflationsrate auch real und steigern das verfügbare Einkommen der Verbraucher. Die anhaltend gute Lage auf dem Arbeitsmarkt, kombiniert mit äußerst niedrigen Zinsen, die das Sparen immer unattraktiver machen, fördern überdies die Konsumbereitschaft der Verbraucher. Damit ergeben sich für die folgenden Jahre steigende Umsätze. Die ungebrochene Reiselust der einreisenden Touristen trägt ebenfalls zur positiven Umsatzentwicklung bei. In besonderem Maße profitieren die Metropo-

len in Deutschland, allen voran Berlin und Hamburg, von der zuletzt um bis zu 10 %

CATERER UND KANTINEN

Die Branche 56.2 (Caterer und Erbringung sonstiger Verpflegungsdienstleistungen) ist überwiegend an die Nachfrage von Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sowie staatlicher Einrichtungen gebunden und wird damit meist nur indirekt durch die privaten Haushalte als Endkonsumenten beeinflusst. Sie agiert häufig als Lizenznehmer im Bereich von Kantinen, Sportanlagen und als Dienstleister für Verkehrsunternehmen.

SEHR GUTE AUSSICHTEN

Die kurz- bis mittelfristigen Aussichten dieses Bereiches sind im Vergleich zu den anderen Gastronomieäzweigen überdurchschnittlich gut. Der Umsatzanteil dieses Segmentes ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen und beläuft sich aktuell auf 19 %.⁸

Zwischen 2015 und 2017 kann sie durchschnittlich um 3,5 % p. a. wachsen und ist damit der Wachstumstreiber der Gesamt-

GETRÄNKEGEPRÄGTE GASTRONOMIE

Die dritte Sparte, der Ausschank von Getränken (WZ-56.3), wozu die klassische ECKkneipe genauso zählt wie Diskotheken und Clubs, ist schon historisch der umsatzschwächste Bereich. Durch den Fokus auf den Getränkeverkauf ist die Branche fast ausschließlich von der privaten Nachfrage abhängig.

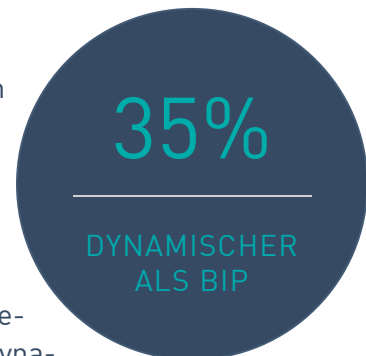
SCHWACHES WACHSTUM

Kurzfristig profitiert dieser Bereich zwar von Großereignissen wie beispielsweise der Fußball-WM im Sommer 2014, kann

steigenden Übernachtungszahl ausländischer Gäste.⁷

branche. Auch im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (+2,6 % p.a.) entwickelt sich der Bereich sehr dynamisch.

Die anhaltenden Ausgliederungstendenzen von Kantinen in Betrieben, Krankenhäusern oder Universitäten stärken die Auftragslage. Gesellschaftliche Veränderungen wie der steigende Anteil von Familien, in denen beide Eltern berufstätig sind, und die gleichzeitig steigende Anzahl von Ganztagskindergärten und -schulen erhöhen den Anteil der Außer-Haus-Verpflegung – gerade im Mittagsbereich. Auch davon profitieren die Caterer, wobei die Umsatzaussichten hier niedriger liegen als im Bereich der gewerblichen Abnehmer.



mit dem dynamischeren Wachstum der speisengeprägten Gastronomie und der Caterer aber nicht Schritt halten. Der Umsatzanteil dieses Segments, der in den Jahren 2009 bis 2013 bereits von 18 % des Gastronomieumsatzes auf 15 % geschrumpft ist, wird sich weiter rückläufig entwickeln.⁹ Das durchschnittliche Wachstum für die Jahre 2015 bis 2017 erreicht nur einen Wert von 0,9 % p. a. Die Branche bleibt damit hinter der Entwicklung der Gesamtbranche zurück. Auch im Vergleich zur Gesamtwirtschaft zeichnet sich die getränkegeprägte Gastronomie nicht als

Wachstumsbranche aus. Der Trend, sich häufiger privat als an öffentlichen Orten „auf ein Bier oder einen Wein“ zu treffen als auch das Nichtrauchergesetz dämpfen auch künftig die Umsatzaussichten der Schankwirtschaften. Biergärten und Schankwirtschaften sind zudem sehr von den Wetterverhältnissen im Sommerhalbjahr abhängig. Wachstumspotenziale er-

LANGFRISTIGE ENTWICKLUNG

Langfristig wird sich die Gastronomie weiterhin einer soliden Nachfrage gegenüber sehen. Die steigende Flexibilität im Alltag wird einen zusätzlichen Grundbedarf an schnellen Zwischendurch-Mahlzeiten generieren.

FLEXIBILITÄT IM ALLTAG FÖRDERT FOOD-TO-GO

Dem steht ein steigender Altersquotient, d. h. eine anteilige Abnahme der arbeitsfähigen Bevölkerung, gegenüber. Während des Arbeitslebens sind die Ausgaben für Verpflegungsdienstleistungen jedoch am höchsten.¹¹ Eine Umstrukturierung des Angebots und eine spezifische Ausrichtung auf älteres Publikum eröffnen damit Wachstumspotenzial.

AUSRICHTUNG AUF SENIOREN & HOME DELIVERY HAT ZUKUNFT

Unabhängig von der Altersgruppe steigt die Nachfrage nach Lieferservices nach Hause. Diese gehen längst über den Fast-Food-Bereich und Pizza-Bringdienst hinaus. Internetportale wie Lieferando.de verzeichnen hohe Wachstumsraten.

Sie bieten eine breite Palette an Speisen verschiedenster Gastronomien an, die nach Hause geliefert werden können. Im gehö-

geben sich – insbesondere für die Getränke-, aber auch für die speisengeprägte Gastronomie – im Ausbau eines komfortablen Outdoor-Bereiches. Sind die Sitzgelegenheiten und das Ambiente angenehm und ein ausreichender Wind- und Wetzerschutz vorhanden, kann die Nutzungintensität und -zeit des Außenbereiches im Jahresverlauf deutlich erhöht werden.¹⁰

benen Gastronomiesegment werden inzwischen auch 3-Gänge-Menüs nach Hause geliefert.¹² Weiterhin gefragt ist auch der Unterhaltungswert, der mit dem Speise- und Getränkeangebot zusätzlich erbracht wird. Alleinstellungsmerkmale wie das Front-Cooking, eine besondere thematische Ausrichtung von Küche und Präsentation oder die Kombination mit Theater (z. B. Krimidinner) können überdies Interesse wecken.

Kostenstruktur

Neben der Einnahmenseite sind auch die Ausgaben für den Bestand eines gastronomischen Betriebes relevant. Die Materialaufwendungen, zu denen vor allem der Bezug von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen sowie der Bezug von Handelswaren (u. a. Getränke) zählt, und die Entgelte für Arbeitnehmer stellen die größten Aufwandskomponenten dar.

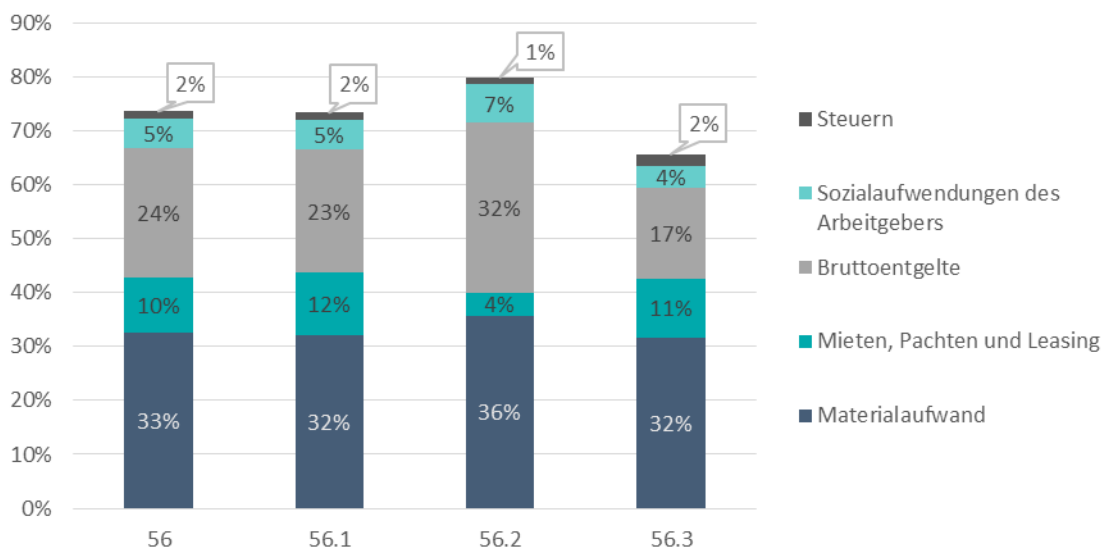


Die Materialaufwendungen und die Entgelte für Arbeitnehmer bilden jeweils rund ein Drittel der Aufwendungen

(vgl. Abb 4). Mieten und Pachten sind durch ihren fixen Charakter bei der Kalkulation ebenfalls wichtig und belaufen sich durchschnittlich auf ein Zehntel der Gesamtleistung. In den ein-

zelnen Branchensegmenten variiert der jeweilige Anteil dieser Kostenkomponenten. Bei Cateringbetrieben (WZ-56.2) ist die Lage nicht so umsatzentscheidend wie in den anderen Bereichen des Gastgewerbes, wodurch die durchschnittlichen Aufwendungen für Mieten im Vergleich deutlich geringer ausfallen. In der getränkegeprägten Gastronomie (WZ-56.3) beläuft sich der Personalkostenanteil bisher auf nur rund ein Fünftel der Aufwendungen. Hier gibt es überproportional viele geringfügig Beschäftigte, deren Entlohnung bisher eher niedrig war.

Abb 4: Kostenstruktur nach Branchen im Gastgewerbe (2012)



Quelle: StBA 2015d.

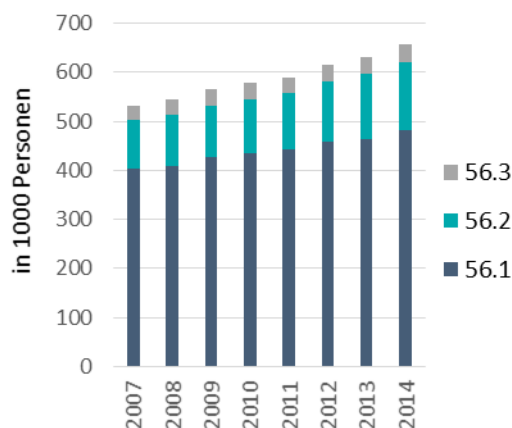
BESCHÄFTIGTENSITUATION

Durch die Serviceintensität ist der Einsatz zahlreicher Arbeitnehmer auch in Zukunft unabdingbar. Insgesamt stehen in der Gastronomiebranche 656 Tsd. sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Lohn und Brot.

VIELE BESCHÄFTIGTE DURCH HOHE SERVICEINTENSITÄT

Rund drei Viertel (481 Tsd.) arbeiten in der speisengeprägten Gastronomie (WZ-56.1) und etwa ein Fünftel in den Unternehmen der Branche WZ-56.2 „Caterer und sonstige Verpflegungsdienstleister“ (vgl. Abb 5). Nur 5 % sind im kleinsten Branchensegment, den Bars, Schankwirtschaften und Diskotheken (WZ-56.3) beschäftigt. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nahm in der Vergangenheit kontinuierlich zu und wurde selbst vom Krisenjahr 2009 nicht negativ beeinflusst.

Abb 5: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in den Gastronomiebranchen



Quelle: BA (2015a).

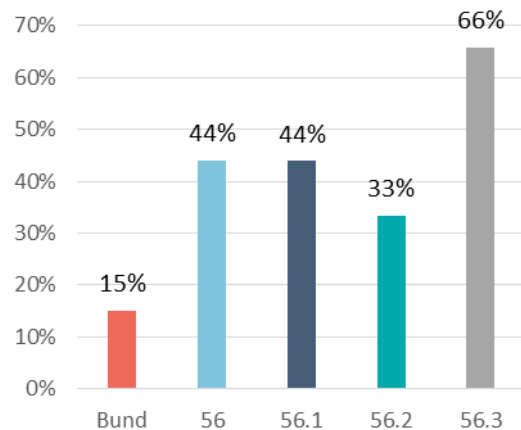
Gleichzeitig schwankt der Bedarf an Arbeitskräften abhängig von Wochentagen und saisonalen Gegebenheiten. Um flexibler reagieren zu können, werden über-

durchschnittlich viele ausschließlich geringfügig Beschäftigte eingesetzt (vgl. Abb 6), etwa dreimal so viele wie in der Gesamtwirtschaft.

MITHELLENDE FAMILIENANGEHÖRIGE UND 450-EURO JOBBER

Zudem nimmt ihr Anteil entgegen der allgemeinen Entwicklung tendenziell zu. Besonders in Bars, Diskotheken, Schankwirtschaften etc. (WZ-56.3) bestimmen sie das Bild. In der Branche 56.2 (Catering, Kantinen etc.) hingegen fällt der Bedarf an Servicepersonal geringer aus und das Arbeitsaufkommen lässt sich besser kalkulieren. Entsprechend niedriger ist der Anteil der ausschließlich geringfügig Beschäftigten.

Abb 6: Anteil der ausschließlich geringfügig Beschäftigten an allen Beschäftigten 2014 (in %)



Quelle: BA (2015 a, b), eigene Berechnungen.

EINFLUSS GESETZLICHER MINDESTLOHN

Aufgrund des hohen Anteils ausschließlich geringfügig Beschäftigter sowie eines in Teilbereichen traditionell niedrigen Lohnniveaus gilt die gesamte Gastronomie als eine der am stärksten vom gesetzlichen Mindestlohn betroffenen Branchen. Denn der Mindestlohn gilt auch für sogenannte Minijobber, für Studenten und jede Art von Aushilfskräften.

MINDESTLOHN SCHLÄGT VOLL ZU

Außer im Bereich der Systemgastronomie ist es den Tarifparteien nicht gelungen, sich auf eine Übergangsregelung zu einigen, sodass der Mindestlohn von 8,50 Euro pro Stunde in dieser Branche seit dem 1.1.2015 flächendeckend gilt; also auch in den östlichen Bundesländern, wo das Lohnniveau häufig noch niedriger ist als im Westen Deutschlands. So zeigten die Stundenlöhne in der untersten Tarifgruppe der Festangestellten im Gastgewerbe zuletzt eine Spreizung zwischen 6,32 Euro in Brandenburg und 9,36 Euro in Hessen. Die östlichen Bundesländer liegen bei der niedrigsten tariflichen Lohnstufe allesamt unter dem Niveau Berlins und des Westens – den Oldenburger Raum in Niedersachsen ausgenommen. In Thüringen,

BRUTTOBETRIEBSÜBERSCHUSS

Der Bruttobetriebsüberschuss liegt bei der getränkegeprägten Gastronomie mit zuletzt 22 % des Gesamtumsatzes am höchsten (vgl. Abb 7). Nach Rückgängen in den Jahren 2009 und 2010 hat er 2012 erstmals wieder das Niveau aus den Jahren 2007 und 2008 erreicht. Am niedrigsten fällt er in der Branche 56.2 (Catering, Kantinen etc.) aus, wo sich der Anteil des Überschusses zudem seit Jahren rückläu-

Sachsen und Sachsen-Anhalt betrug dieser Wert zuletzt rund 7,25 Euro, in Mecklenburg-Vorpommern nur 6,62 Euro.

Zu



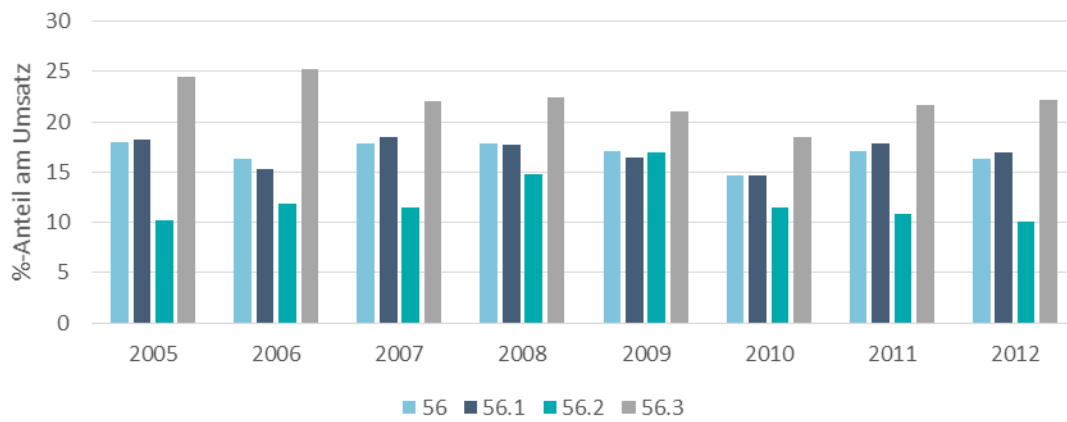
beachten ist, dass diese Löhne für Festangestellte gelten, d.h. ausschließlich geringfügig Beschäftigte sind nur bedingt berücksichtigt.

INGESCHRÄNKTE KOSTENWEITERGABE

Die Unternehmen werden durch die hohe Wettbewerbsintensität in der Branche nur einen Teil der zusätzlichen Belastungen im Personalbereich durch Preiserhöhungen an die Konsumenten weitergeben können. So ist künftig mit steigenden anteiligen Aufwendungen für Personal in dieser Branche zu rechnen. Es ist davon auszugehen, dass die Höhe des Kostenanstiegs sowohl in den Branchensegmenten als auch regional unterschiedlich sein wird.

fig entwickelt und zuletzt bei 10 % des Umsatzes lag. In der speisengeprägten Gastronomie (56.1) schwankte der Bruttobetriebsüberschuss in den letzten Jahren zwischen 15 % und 18,5 % und lag 2012 bei einem Sechstel (17 %) des Umsatzes. Für die Gastronomie insgesamt ergibt sich ein ähnlicher Anteil (16 %), was der dominierenden Stellung der speisengeprägten Gastronomie geschuldet ist.

Abb 7: Bruttobetriebsüberschuss (in % vom Umsatz)



Quelle: StBA (2015d)

Unternehmensstruktur

Das Gastgewerbe zeichnet sich durch eine hohe Zahl an Kleinstunternehmen und viele Selbstständige aus. Durch die Vielzahl an gleichwertigen Konkurrenten haben es viele Gastronomen schwer, auf dem Markt zu bestehen. Die Markteintrittsbarrieren sind vergleichsweise niedrig und führen zu einer angespannten Wettbewerbssituation, einer hohen Fluktuation und überdurchschnittlich vielen Insolvenzen.

STRUKTUR

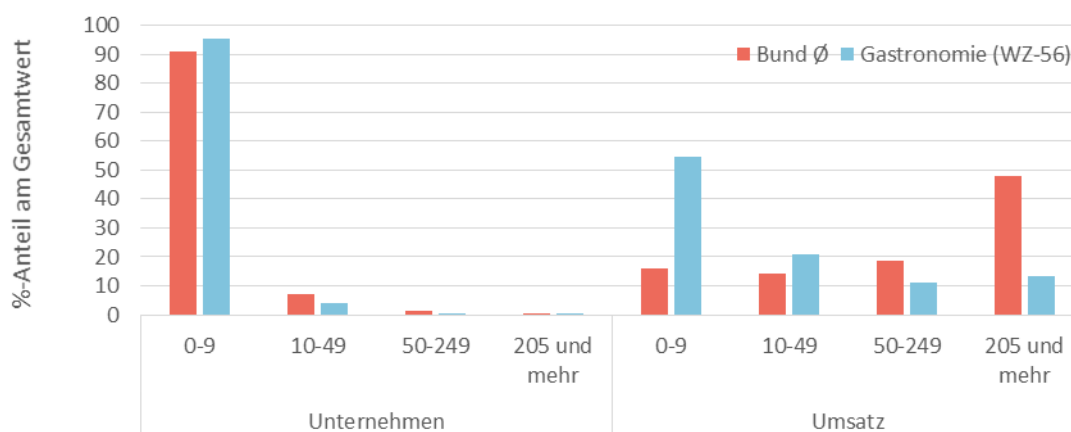
Das Gastgewerbe stellt ca. 5,5 % der Unternehmen in Deutschland. Die Branche ist durch eine hohe Zahl an Kleinstunternehmen geprägt, die – anders als im Bundesdurchschnitt – auch den größten Anteil zum Branchenumsatz beitragen.

VIELE KLEINE MIT VIEL UMSATZ

Während in der deutschen Wirtschaft 91 % der Unternehmen weniger als 10 sozialversicherungspflichtige Mitarbeiter be-

schäftigten und nicht einmal ein Fünftel des Umsatzes erwirtschaften, entfällt in der Gastronomie auf eine ähnliche Unternehmensverteilung (95 % Kleinstbetriebe) rund 55 % des Umsatzes auf Betriebe mit weniger als 10 Mitarbeitern (vgl. Abb 8). Großen Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten kommt in der Gastronomie im Gegensatz zum Durchschnitt der deutschen Wirtschaft eine weitaus geringere wirtschaftliche Bedeutung zu.

Abb 8: Unternehmensstruktur in der Gastronomie 2012



Quelle: StBA (2014a), eigene Berechnungen.

SELBSTSTÄNDIGE

Weiterhin zeichnet sich die Gastronomiebranche durch eine hohe Selbstständigquote aus. Gut ein Sechstel (16 %) der Erwerbstätigen sind in der Branche 56 selbstständig; das sind 5 %-Punkte mehr als durchschnittlich in allen Wirtschaftsbereichen zusammen (vgl. Abb 9).

HOHER GRAD AN SELBSTSTÄNDIGKEIT

Bei Betrachtung der untergeordneten Bereiche in Abb 9 zeigen sich deutliche Unterschiede: Unter den Caterern und sonstigen Verpflegungsdienstleistern (WZ-56.2) gibt es nur 8 % Selbstständige und damit anteilig nur halb so viele wie in der Branche 56 insgesamt und 3 %-Punkte weniger als im Bundesdurchschnitt aller Branchen. Dagegen ist der Selbstständig-

INSOLVENZEN

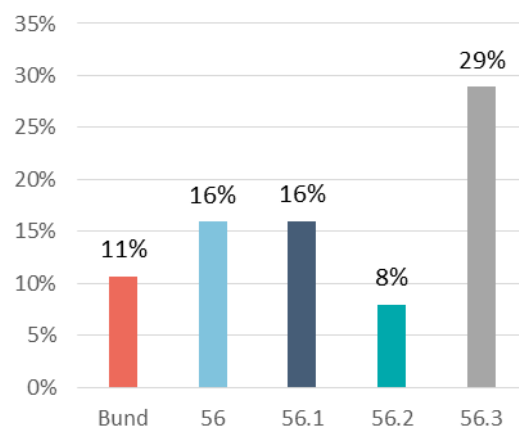
Durch die Vielzahl an gleichwertigen Konkurrenten haben es viele Gastronomen schwer, auf dem Markt zu bestehen. Die Markteintrittsbarrieren sind vergleichsweise niedrig und führen zu einer angespannten Wettbewerbssituation, einer hohen Fluktuation und überdurchschnittlich vielen Insolvenzen.

HOHES INSOLVENZRISIKO

So liegt die Insolvenzquote, d.h. der Anteil der Insolvenzen an den bestehenden Unternehmen, in der Gastronomie mit 1,2 % über dem Durchschnitt von 0,7 % (vgl. Abb 10). Dies gilt für alle Teilbereiche der Gastronomie gleichermaßen, auch wenn sie bei den Caterern und sonstigen Verpflegungsdienstleistern mit 1,0 % gegenüber

genanteil in der getränkegeprägten Gastronomie (WZ-56.3) mit 29 % nahezu doppelt so hoch wie in der Gastronomie insgesamt.

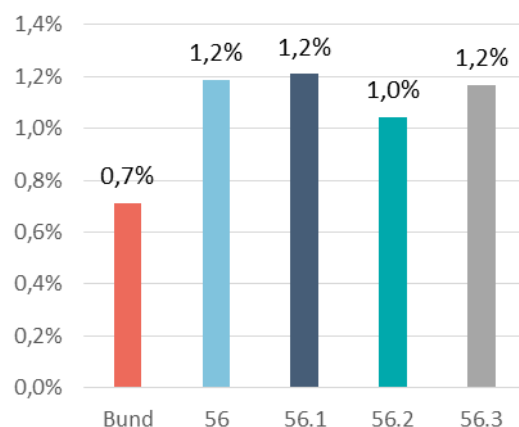
Abb 9: Anteil der Selbstständigen in Gastronomie und Bund (2013)



Quelle: StBA (2014b), eigene Berechnungen.

1,2 % in der Gesamtbranche niedriger ausfällt.

Abb 10: Insolvenzquote in Gastronomie und Bund (2013)



Quellen: StBA (2014a, 2014c, 2015a), eigene Berechnungen.

Auch wenn die Branche 56.3 2013 nicht wesentlich von der Insolvenzquote der Gastronomie abweicht, kommt hier jedoch erschwerend hinzu, dass sie das geringste Umsatzwachstum aufweist (s. Tab 2, S. 12) Es ist gleichzeitig der Teilbereich der Gastronomie mit der anteilig höchsten

PERSONALGEWINNUNG

Die Personalgewinnung gerät zunehmend in den Blickpunkt der Gastronomen. Grund ist der demografische Wandel, der sich langsam auf dem Arbeitsmarkt bemerkbar macht und dazu führt, dass immer weniger ungelernete Arbeitnehmer als günstige Aushilfskräfte zur Verfügung stehen.

IMAGEPROBLEM SCHÜRT ARBEITSKRÄFTEENGPASS

Daneben verhindern unregelmäßige Arbeitszeiten, Wochenenddienste und niedrige Löhne, dass das Berufsfeld positiv

MEHRWERTSTEUERSATZ

Seit Jahren werden die unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze innerhalb der Branche diskutiert und angeprangert. Während Speisen außer Haus nur mit dem reduzierten Mehrwertsteuersatz von 7 % belegt werden, gilt bei Verzehr vor Ort der volle Satz. Auch beim Partyservice entscheidet sich die Höhe des Mehrwertsteuersatzes nach der Zusammensetzung der Leistung. Sind Teller und Besteck enthalten, wird die Lieferung zu einer Dienstleistung und der volle Steuersatz muss angewendet werden. Gastronomen, die 19 % Mehr-

Selbstständigenquote (vgl. Abb 9). Ein umgekehrtes Bild zeichnet sich im WZ-56.2, in dem die Umsatzerwartungen im Vergleich der Branchensegmente überdurchschnittlich hoch, die Selbstständigenanteile und das Insolvenzrisiko aber niedriger ausfallen.

wahrgenommen wird. Zwar könnte der gesetzliche Mindestlohn die Attraktivität der Branche für Arbeitskräfte in Teilbereichen steigern, aber die Rahmenbedingungen hinsichtlich unregelmäßigem und häufigem Arbeiten am Wochenende sowie in den Abend- und Nachtstunden bleiben insbesondere in der Getränke-, aber auch in der speisengeprägten Gastronomie bestehen. Maßnahmen bezüglich attraktiverer Arbeitszeitmodelle und Urlaubsgewährung könnten zu einer Imageverbesserung beitragen.

wertsteuer abführen müssen, fühlen sich ungerecht behandelt. Ob 7 % oder 19 % abgeführt werden müssen, ist abhängig vom Verzehrort.

Gleichzeitig ist die Abgrenzung teilweise schwierig. So müssen in der Regel auch Supermärkte, Bäckereien und Metzgereien ihr wachsendes Angebot von z. B. Snacks und kalten oder warmen Mittagstischangeboten nur mit 7 % Mehrwertsteuer belegen. Der Verband fordert deshalb eine Vereinheitlichung.

Regionale Betrachtung

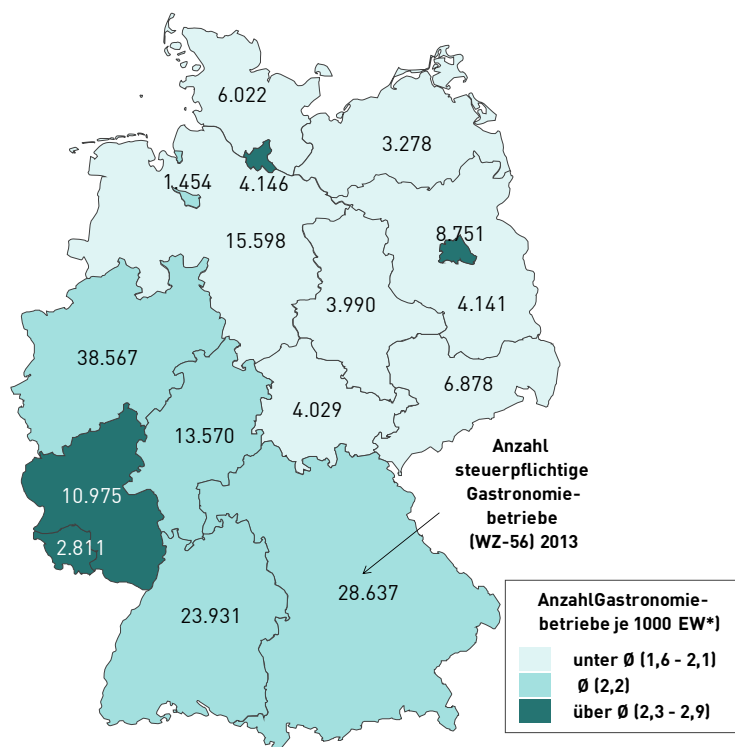
In der Gastronomie ist die Lage entscheidend. Dabei spielt nicht nur die direkte Umgebung eine Rolle, sondern auch der Ort innerhalb Deutschlands. So verteilen sich sowohl die Zahl der Restaurants und Gaststätten als auch die Umsätze, selbst unter Berücksichtigung der jeweiligen Bevölkerungsanteile, sehr unterschiedlich auf die einzelnen Bundesländer. Für die Abschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung wird deshalb im Folgenden eine regionale Betrachtung vorgenommen.

UNTERNEHMENDICHTE JE EINWOHNER

In Anbetracht der Verteilung der Gastronomiebetriebe auf die Bundesländer finden sich erwartungsgemäß die meisten

Unternehmen in den bevölkerungsreichen Bundesländern NRW, Bayern und Baden-Württemberg.

Abb 11: Gastronomiebetriebe absolut und je 1.000 Einwohner nach Bundesländern (2013)



*) Durchschnittswert für Deutschland gesamt: 2,2 Gastronomiebetriebe je 1000 Einwohner

Quelle: Stat. BA und eigene Berechnungen GWS, © GeoBasis-DE/BKG 2012.

Die Unternehmensdichte in der Gastronomie, d. h. die Anzahl der Betriebe pro 1.000 Einwohner (EW) ist aber keinesfalls überall gleich, wie aus Abbildung 11 ersichtlich wird.

Im bundesweiten Durchschnitt gibt es 2,2 steuerpflichtige Gastronomiebetriebe (WZ-56) je 1.000 EW. Je dunkler ein Bundesland in der Karte gefärbt ist, desto höher ist die Dichte der Gastronomiebetriebe.

HOHE GASTRONOMIEDICHTE IN BERLIN UND HAMBURG

Grundsätzlich gibt es im Südwesten und im hohen Norden sowie in Berlin eine höhere Anzahl an Restaurants, Gastwirtschaften usw. pro EW als in den nord-

östlichen Bundesländern. Besonders hoch ist die Zahl der Gastronomen pro EW in den Stadtstaaten Berlin und Hamburg mit 2,6 bzw. 2,4 Betrieben je 1.000 EW.

Dies erklärt sich sowohl durch die Attraktivität der beiden größten Städte Deutschlands für den In- und Auslandstourismus als auch durch ihre übergeordnete Bedeutung als politische und wirtschaftliche Zentren.

SEHR HOHER ANTEIL VON SCHANKWIRTSCHAFTEN IM SAARLAND UND IN RHEINLAND-PFALZ

Die meisten Restaurants, Gaststätten etc. pro Einwohner finden sich im Saarland und in Rheinland-Pfalz (2,9 respektive 2,8 Unternehmen je 1.000 EW).

Tab 3: Anteil der Betriebe nach Branchensegmenten in den Bundesländern

	WZ-56.1	WZ-56.2	WZ-56.3
	Anteil von Betrieben der WZ-56 in %		
Baden-Württemberg	76	8	18
Bayern	72	10	20
Berlin	74	12	17
Brandenburg	70	16	18
Bremen	64	9	30
Hamburg	65	13	27
Hessen	64	10	29
Mecklenburg-Vorpommern	77	11	14
Niedersachsen	66	11	27
Nordrhein-Westfalen	64	10	30
Rheinland-Pfalz	66	7	29
Saarland	53	9	42
Sachsen	70	15	19
Sachsen-Anhalt	73	10	20
Schleswig-Holstein	78	10	15
Thüringen	71	11	21
Deutschland Ø	69	10	24

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, StBA 2014d, eigene Berechnungen.

Die hohe Anzahl von Gastronomen in diesen eher bevölkerungsarmen Bundesländern ergibt sich aufgrund ihrer regionalen Sonderstellung (Nähe zu Frankreich, besonderer Stellenwert von Essen und Trinken, s. o.) und vor allem durch einen überdurchschnittlich hohen Anteil der getränkegeprägten Gastronomie, z. B. durch die Gast- und Straußwirtschaften an Mosel,

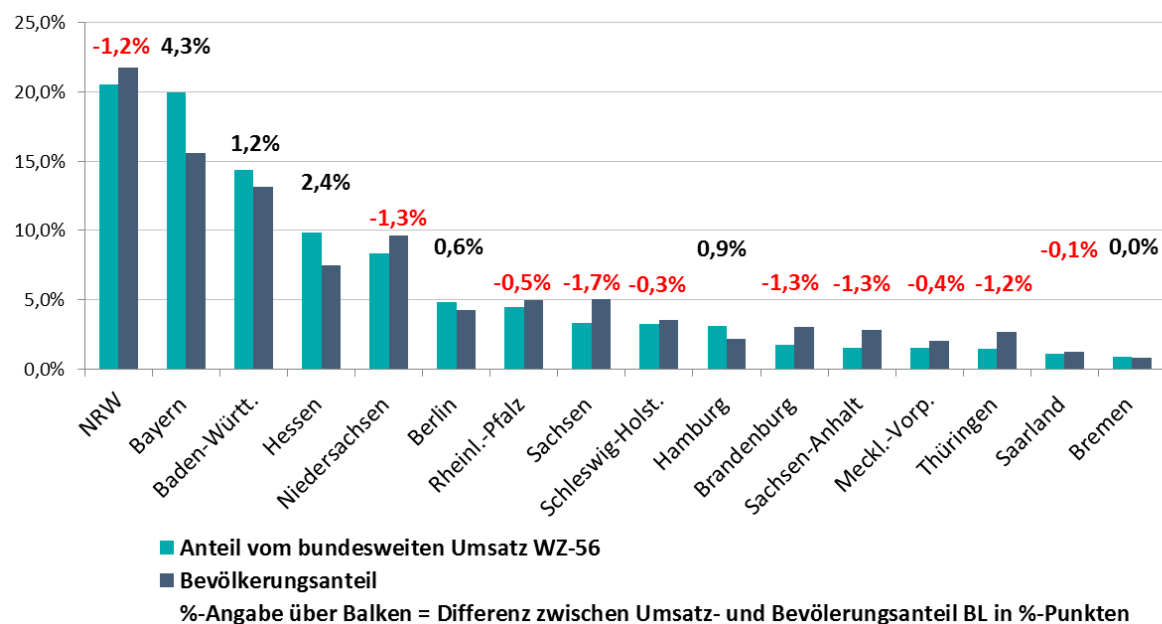
Saar, Nahe und Ahr. 42 % (Saarland) bzw. 29 % (Rheinland-Pfalz) aller Betriebe zählen hier zum WZ-56.3, während dies im Bundesdurchschnitt nur 24 % sind. Einen überproportional hohen Anteil an getränkegeprägten Gastronomiebetrieben findet man ansonsten in NRW, Hessen, Niedersachsen, Bremen und Hamburg (vgl. Tab. 3).

UMSATZANTEILE DER BUNDESLÄNDER

Im Hinblick auf die Umsatzverteilung nach Bundesländern gibt es ebenfalls eine

starke Konzentration, wie aus der folgenden Abbildung ersichtlich wird:

Abb 12: Umsatzanteile der Bundesländer im Vergleich zum Bevölkerungsanteil (in %)



Quellen: StBA (2015a, 2014c, 2015i), eigene Berechnungen.

In Abbildung 12 werden die Umsatzanteile der Bundesländer mit dem in den Ländern lebenden Bevölkerungsanteil verglichen. Die angegebenen Prozentwerte stellen die Differenz zwischen dem Anteil des Landes am bundesweiten Gastronomieumsatz und dem prozentualen Anteil der hier ansässigen Bevölkerung dar.

Die Gastronomen in Bayern, Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Hessen tragen zusammen mit 65 % (2013) nahezu zwei Drittel zum Branchenumsatz bei und bestimmen damit maßgeblich die Bundesentwicklung. Dies ist teilweise der

2/3 DES UMSATZES STAMMT AUS BAYERN, NRW, BADEN-WÜRTTEMBERG UND HESSEN

Größe der Bundesländer geschuldet. Aber auch die Wirtschaftskraft, das verfügbare Einkommen, die Zahl der Metropolregionen und die damit verbundenen Messezentren sowie die touristische Attraktivität bestimmen das Umsatzpotenzial in den Regionen.

Verglichen mit dem Anteil der Einwohner, die im jeweiligen Bundesland leben, ist der Umsatzanteil in den auch wirtschaft-

lich starken Ländern Bayern, Baden-Württemberg und Hessen sowie in den Stadtstaaten Hamburg und Berlin überproportional hoch.

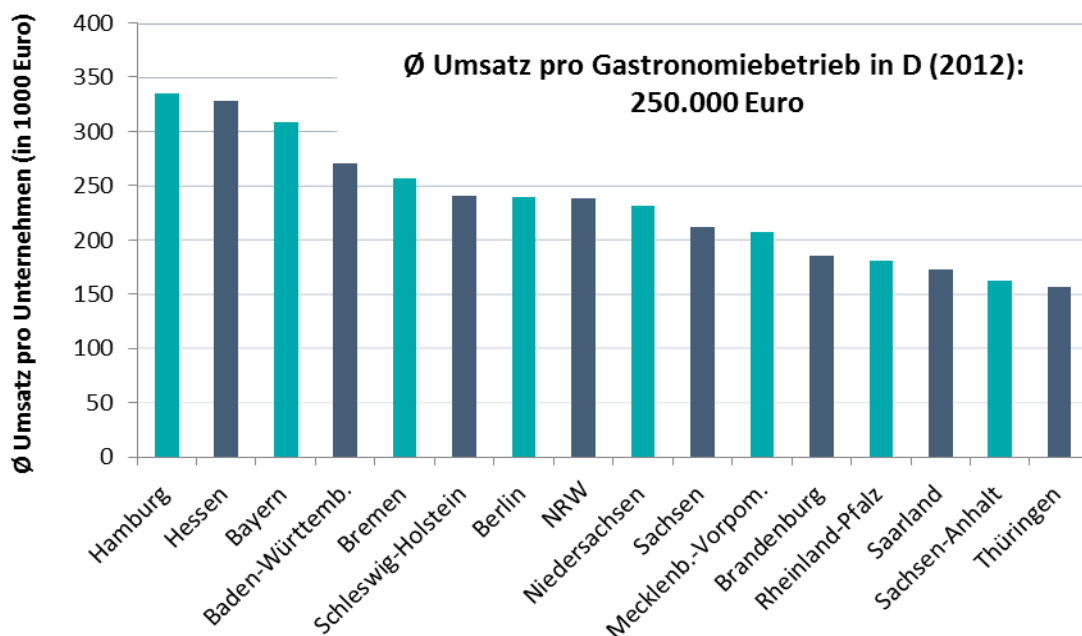
In Bremen und dem Saarland entspricht der Beitrag der Bundesländer zum gesamtdeutschen Gastronomieumsatz dem Bevölkerungsanteil. In den restlichen Bundesländern und insbesondere in den östlichen Flächenländern können die dort ansässigen Gastronomiebetriebe – in Relation zur dort lebenden Bevölkerung – hingegen nur unterdurchschnittliche Umsatzanteile zur Branche WZ-56 auf Bundesebene beisteuern.

UMSATZ PRO UNTERNEHMEN

Als weitere Vergleichsgröße der Bundesländer untereinander dient der durchschnittliche Umsatz, den ein Gastronomiebetrieb erwirtschaftet. Auch hier gibt

es große Unterschiede zwischen den Bundesländern, wie in Abbildung 13 ersichtlich wird.

Abb 13: Umsatz pro Unternehmen nach Bundesländern



Quelle: Umsatzsteuerstatistik, StBA 2014d, eigene Berechnungen.

Die Hansestadt Hamburg und Hessen führen die Rangliste mit einem durchschnittlichen Umsatz pro Unternehmen in der WZ-56 von 335 Tsd. Euro (HH) bzw. 328 Tsd. Euro (Hessen) im Jahr 2012 an.

HÖCHSTE UMSATZAUSSICHTEN FÜR BETRIEBE IN HAMBURG UND HESSEN

Auch in Bayern, Baden-Württemberg und Bremen liegt der Jahresumsatz eines Gastronomiebetriebs zeitgleich über dem bundesweiten Durchschnitt von 250 Tsd. Euro.

Am wenigsten setzen die Branchenunternehmen in den östlichen Bundesländern

EINFLUSSFAKTOREN

Erklärungen für die unterschiedlichen Umsätze und Umsatzanteile der Gastronomiebetriebe in den Bundesländern liefert die Betrachtung des Verfügbaren Einkommens, des Bruttoinlandsproduktes (BIP) pro Kopf sowie die Tourismusintensität (Übernachtungen je 1.000 Einwohner) auf Bundesländerebene. Tabelle 4 stellt diese Kenngrößen als positive Einflussfaktoren für den Gastronomieumsatz zusammen.

POSITIVE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR GASTRONOMIE IN HAMBURG, BAYERN, HESSEN UND BADEN-WÜRTTEMBERG

Danach weisen Bayern und Hamburg bei gewerblicher, privater und touristischer Nachfrage überdurchschnittlich positive Werte auf und lassen in diesen Bundesländern eine höhere gastronomische Grundnachfrage erwarten.

Hessen und Baden-Württemberg verfügen über eine überdurchschnittliche Prosperität

sowie in Rheinland-Pfalz und im Saarland um.

IM OSTEN UND SÜD-WESTEN NIEDRIGSTE UMSATZAUSSICHTEN PRO UNTERNEHMEN

Bei letzteren beiden macht sich der relativ hohe Anteil der getränkegeprägten Gastronomiebetriebe von der Gesamtzahl der Unternehmen möglicherweise negativ bemerkbar. Denn wenn keine Speisen verzehrt werden, wird der Durchschnittsumsatz üblicherweise niedriger sein als in der speisengeprägten Gastronomie.

tät der Bevölkerung und der Unternehmen, wogegen der Tourismus nur von durchschnittlicher bzw. untergeordneter Bedeutung ist.

In Bremen ansässige Gastronomen profitieren vor allem von der Wirtschaftskraft des Stadtstaates gemessen am BIP pro Kopf.

TOURISMUS ALS UMSATZSTÜTZE IN BUNDESLÄNDERN AN DER NORD- UND OSTSEE SOWIE IN BERLIN

Dagegen stützt der Konsum von Touristen in den typischen Urlaubsländern entlang der Küste (allen voran Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein, Niedersachsen in abgemilderter Form) sowie in Berlin den Gastronomieumsatz.

UNGÜNSTIGERE EINFÜSSE IN ÖSTLICHEN BUNDESLÄNDERN AUSSER MECKLENBURG-VORPOMMERN

Während Nordrhein-Westfalen bzgl. des Einkommens und BIP pro Kopf und auch Niedersachsen im Hinblick auf das verfügbare Einkommen seiner Bewohner Werte nahe des Bundesdurchschnitts er-

reichen, gestaltet sich die Situation in Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen und im Saarland insgesamt ungünstiger.

Tab 4: Verhältnis ausgewählter Kenngrößen im Land in Relation zum Bund (in %)

	verfügbares Pro-Kopf- Einkommen (2012)	BIP pro Kopf (2013)	Tourismus- intensität (2013)
	Verhältnis zum Durchschnittswert für D in %		
Baden-Württemberg	107	112	88
Bayern	111	115	132
Berlin	86	92	151
Brandenburg	88	71	92
Bremen	99	129	62
Hamburg	107	161	127
Hessen	103	115	99
Mecklenburg-Vorpommern	83	68	345
Niedersachsen	96	90	100
Nordrhein-Westfalen	100	101	52
Rheinland-Pfalz	105	91	105
Saarland	95	95	51
Sachsen	87	73	88
Sachsen-Anhalt	85	70	62
Schleswig-Holstein	102	83	174
Thüringen	85	69	86
Deutschland Ø	100	100	100

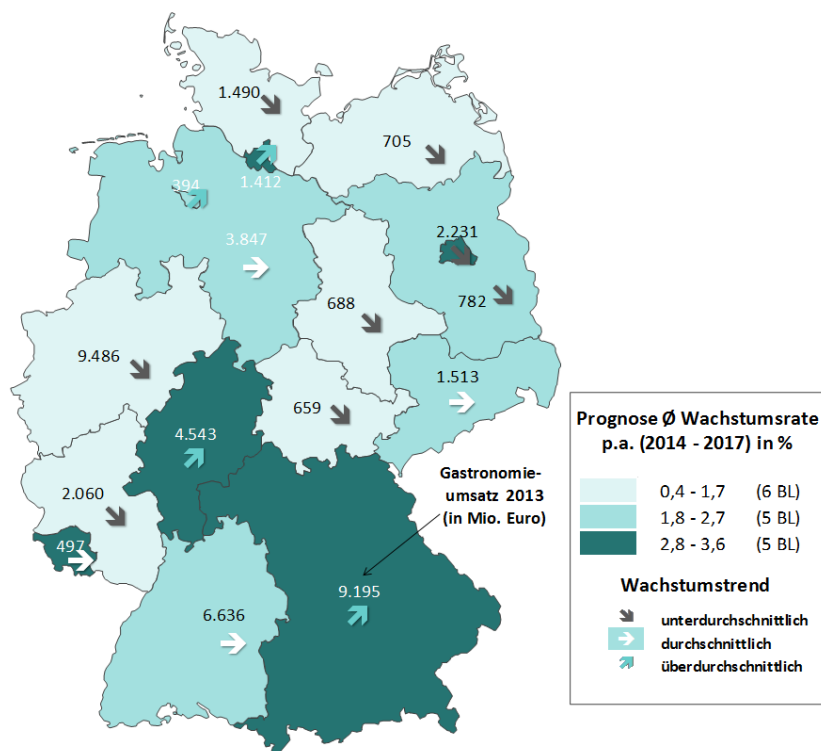
Quellen: VGRdL 2013, StBA 2015d und 2015e, eigene Berechnungen.

BUNDESLÄNDERPROGNOSE

Am Beispiel der speisengeprägten Gastronomie (WZ 56.1) als wichtigstem und umsatzstärkstem Bereich wird in Abbildung 14 ein Überblick über die prognostizierte Entwicklung bis 2017 gegeben. Zudem erfolgt eine Abschätzung für die gesamte Gastronomie in den Bundesländern im Vergleich zum Bund.

zierte Entwicklung bis 2017 gegeben. Zudem erfolgt eine Abschätzung für die gesamte Gastronomie in den Bundesländern im Vergleich zum Bund.

Abb 14: Gastronomieumsatz und Wachstumsprognose nach Bundesländern



Quelle: Stat. BA und eigene Berechnungen GWS, © GeoBasis-DE/BKG 2012.

Vor allem die Betreiber von Restaurants, Imbissen, Cafés etc. in **Hamburg** sowie in den Flächenstaaten **Bayern** und **Hessen** können höhere Umsatzzuwächse generieren als die Konkurrenten in anderen Bundesländern.

BESONDERS GUTE AUSSICHTEN FÜR HAMBURG, BAYERN UND HESSEN

Eine gute Arbeitsmarktsituation, wohlhabende Haushalte, eine starke Wirtschaftsstruktur und eine positive Auf-

tragsentwicklung stärken diese Bundesländer und führen somit generell zu einer erhöhten Nachfrage im Gastronomiebereich.

Gleiches gilt – mit Ausnahme des Arbeitsmarktes – für **Bremen**, wo die Gastronomie ebenfalls mit einer leicht überdurchschnittlichen Entwicklung der Umsätze rechnen kann.

In **Baden-Württemberg** ist trotz eines überdurchschnittlich hohen verfügbaren Einkommens und Bruttoinlandsproduktes pro Einwohner aufgrund der weniger star-

ken Tourismusintensität mit einem Wachstum zu rechnen, das etwa dem Bundesdurchschnitt entspricht.

UMSATZPROGNOSE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG, NIEDERSACHSEN UND NRW WIE AUF BUNDESEBENE

Auch für **Niedersachsen** liegen die Umsatzerwartungen mit durchschnittlichen Werten sowohl im Hinblick auf die Einkommenssituation der Haushalte und die Wirtschaftskraft der Unternehmen als auch der Tourismuskonsum auf Bundesniveau.

Lokalitäten in **Nordrhein-Westfalen** zeigen im Bereich von 56.1 eine leicht unterdurchschnittliche Umsatzentwicklung, werden aber im gesamtgastronomischen Sektor durch durchschnittliche Werte bei Einkommen, Wirtschaftsleistung und der hohen Einwohnerzahl (=potenzielle Gäste) ein Durchschnittswachstum erreichen.

SAARLAND MIT SONDERSTELLUNG

Das **Saarland** nimmt eine Sonderstellung ein. Die nur knapp durchschnittlichen Pro-Kopf-Werte bei Einkommen und BIP werden durch landestypische Eigenheiten ergänzt. Der relativ hohe Stellenwert guter Küche und der Grenzverkehr durch die Nähe zu Frankreich bewirken eine hohe Nachfrage nach gastronomischen Dienstleistungen.

POSITIVE ENTWICKLUNG AUCH IN SACHSEN UND BRANDENBURG

Trotz schwächerer Werte im Hinblick auf die genannten Einflussfaktoren hat sich

die Gastronomie in **Sachsen** und – in abgeschwächter Form – auch in **Brandenburg** in den letzten Jahren ähnlich positiv entwickelt wie in Deutschland insgesamt. Diese beiden östlichen Bundesländer profitieren auch von der Anziehungskraft der Metropolen, allen voran Berlin und Potsdam bzw. Dresden und Leipzig. Die hier ansässigen Gastronomen können auch künftig mit einer positiveren Umsatzentwicklung als in den anderen östlichen Bundesländern rechnen.

GEDÄMPFTE AUSSICHTEN FÜR OSTSEE-ANRAINERLÄNDER UND BERLIN

In **Schleswig-Holstein, Berlin** und **Mecklenburg-Vorpommern** sind die Wachstumsaussichten trotz der sehr hohen Tourismuskonsum eher gedämpft. Die größtenteils unterdurchschnittlichen Werte im Hinblick auf Finanzlage und Wirtschaftskraft seiner Bewohner und der hier ansässigen Unternehmen stehen einer positiveren Branchenentwicklung im Wege.

In **Rheinland-Pfalz** fehlen trotz durchschnittlicher Werte in Bezug auf Einkommenssituation, Wirtschaftskraft und Tourismuskonsum durchgreifend positive Impulse, sodass auch hier mit einem nur moderaten Wachstum zu rechnen ist.

SACHSEN-ANHALT UND THÜRINGEN BLEIBEN SCHLUSSLICHTER

Unterdurchschnittliche Umsatzaussichten ergeben sich auch in den kommenden Jahren für Gastronomiebetriebe in **Sachsen-Anhalt** und **Thüringen**.

Die Problematik aktueller Zahlen

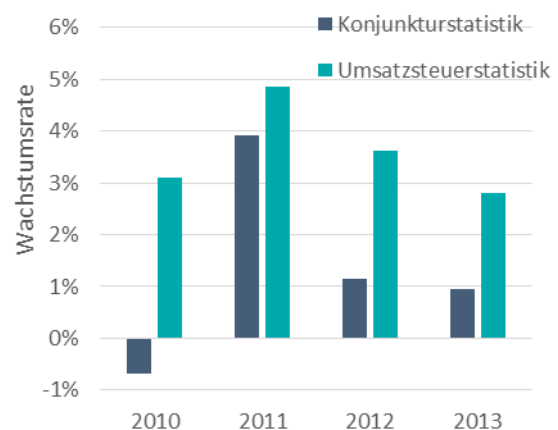
Zur Bestimmung der aktuellen Umsatzentwicklung wird häufig auf die Konjunkturstatistik des Statistischen Bundesamtes zurückgegriffen, welche nur eine Auswahl an großen Unternehmen enthält. Durch die kleinteilige Unternehmensstruktur des Gastgewerbes wird die Branche dadurch nur unzureichend erfasst und die kurzfristigen Wachstumsindikatoren geben nicht zwingend ein stimmiges Branchenbild wieder.

Die Monaterhebung der Konjunkturstatistik umfasst eine Stichprobe von ca. 10 Tsd. Unternehmen. Es werden nur Gastgewerbeunternehmen mit einem Jahresumsatz von mindestens 50 Tsd. Euro berücksichtigt. Unternehmen, die weniger Umsatz erzielen, werden nur in der Jahrerhebung mit herangezogen.¹³ Dadurch kann es zu Verzerrungen kommen, die sich besonders in deutlichen Abweichungen zur Umsatzsteuerstatistik äußern. Die Umsatzsteuerstatistik weist den Branchenumsatz aller Unternehmen, die eine Größe von 17,5 Tsd. Euro überschreiten, aus. Damit umfasst die Umsatzsteuerstatistik alle Unternehmen, die nicht unter die Umsatzsteuerfreigrenze fallen und ist nach Angaben des Statistischen Bundesamtes als Vollerhebung zu werten. Im Gegensatz zur Konjunkturstatistik entfallen damit stichprobenbedingte Fehler.

Der direkte Vergleich in Abbildung 15 zwischen der Umsatzentwicklung nach Konjunktur- bzw. Umsatzsteuerstatistik für das Gastgewerbe (WZ-56) stellt die Problematik heraus. Während die Branche 56 nach der Stichprobenerhebung der Konjunkturstatistik im Jahr 2010 schrumpfte, weist die Vollerhebung der Umsatzsteuerstatistik eine positive Wachstumsraten aus. Für die Folgejahre ist die Umsatzentwicklung zwar nach beiden Statistiken positiv, allerdings ist die Höhe des Zu-

wachses in der Umsatzsteuerstatistik stets größer. Die in der Konjunkturstatistik ausgewählten Unternehmen scheinen die Gesamtheit deshalb nur bedingt zu repräsentieren, zumal der Anteil der Kleinbetriebe mit weniger als zehn Beschäftigten in der Branche bei über 95 % liegt (vgl. Abb 8).

Abb 15: Umsatzentwicklung Gastronomie gem. verschiedener Statistiken (in %)



Quelle: StBA 2015a, 2015h.

Branchenbewertungen oder -prognosen, die allein auf einer Auswertung der Konjunkturerhebung basieren, stellen die Branche deshalb sehr einseitig dar und müssen entsprechend eingeordnet werden.

Referenzen

- Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung online (AHGZ 2014): Dinnery.de versendet 3-Gänge-Menü, http://www.ahgz.de/_unternehmen/dinneryde-versendet-3-gaenge-menu, Mitteilung vom 27.5.2014
- Berliner Morgenpost (24.3.2014): Gericht verbietet Smiley-System in Berlin, <http://www.morgenpost.de/berlin-aktuell/article126149992/Hygienekontrolle-Gericht-verbietet-Smiley-System-in-Berlin.html>, Artikel vom 24.03.2014, Berlin
- BMW (Hrsg., 2012): Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland: Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche, Kurzfassung, Berlin, Stand: Februar 2012
- Bundesagentur für Arbeit (BA) (2015a): Beschäftigungsstatistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen, Nürnberg, Stichtage 30. Juni verschiedener Jahrgänge.
- Bundesagentur für Arbeit (BA) (2015b): Beschäftigungsstatistik, Ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte nach Wirtschaftsgruppen der WZ 2008, Nürnberg, Stichtage 30. Juni verschiedener Jahrgänge.
- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT, 2012): Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012, Frankfurt am Main.
- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (2011a): Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2010/2011. Frankfurt am Main.
- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (2011b): Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2009/2010. Frankfurt am Main.
- Die Welt (2014): „Gastgewerbe rechnet mit höheren Preisen für die Kunden“, Berlin, Ausgabe vom 18.11.2014
- Handelsblatt (2014): „ Mindestlohn treibt Preise in die Höhe“, Düsseldorf, Ausgabe vom 5.12.2014
- Hans-Böckler-Stiftung (2015): WSI-Tarifvergütungen für das Hotel- und Gaststättengewerbe, http://www.boeckler.de/wsi-tarifarchiv_2270.htm#h, Zugriff am 11.2.2015
- Gastroblick (2014): „Gastronomie-Außenbereiche bieten noch Potential“, <http://www.gastroblick.de/nachrichten-kompakt.html>, Nachricht vom 18.8.2014
- Gastronomie im Netz (2014): Smiley-Offensive ist gestartet, <http://gastroimnetz.de/2014/07/die-smiley-offensive-ist-gestartet/>, Beitrag vom 21.7.2014
- Gewerkschaft Nahrung Genuss Gaststätten(NGG 2014): Die Gewerkschaft NGG und der BdS beschließen Tarifpaket für Beschäftigte in der deutschen Systemgastronomie, <http://www.ngg.net/pressemitteilungen/2014/4quartal/17-12-bs-bds/> Pressemitteilung vom 17. 12. 2014

- Nestlé (2012): Nestlé Studie 2012 – Zusammenfassung: So i(s)st Deutschland.
http://www.nestle.de/asset-library/documents/verantwortung/nestle%20studie/executive_summary_studie_2012.pdf, Stand 2.2.2015.
- Nestlé (2011): Nestlé Studie 2011 – Zusammenfassung: So i(s)st Deutschland.
http://www.nestle-studie.de/sites/default/files/documents/nestle_studie_2011_zusammenfassung.pdf, Stand 16.6.2011.
- Statistisches Bundesamt (StBA, (2015a): Finanzen und Steuern – Umsatzsteuerstatistik (Vor-meldungen). Fachserie 14 Reihe 8.1, Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt (StBA, 2015b): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen – Inlands-produktberechnung, detaillierte Jahresergebnisse für 2013. Fachserie 18 Reihe 1.4, Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt (StBA, 2015c): Ankünfte und Übernachtungen im Beherbergungs-gewerbe, Genesis Tab. 45412-0009, Stand: 27.04.2015.
- Statistisches Bundesamt (StBA, 2015d): Aufwendungen im Gastgewerbe. GENESIS-Tabelle 45342-0006. Stand 13.01.2015.
- Statistisches Bundesamt (StBA, 2015e): Unternehmen, Beschäftigte, Umsatz und weitere betriebs- und volkswirtschaftliche Kennzahlen im Gastgewerbe. GENESIS-Tabelle 45342-0001. Stand 14.01.2015
- Statistisches Bundesamt (StBA, 2015f): Monatserhebung im Tourismus – Ankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben, Bundesländer und Monate. GENESIS-Tabelle 45412-0010. Stand 13.01.2015
- Statistisches Bundesamt (StBA, 2015g): Binnenhandel, Gastgewerbe, Tourismus – Ergebnis-se der Monatserhebung im Tourismus. Fachserie 6 Reihe 7.1, Stand 26.01.2015.
- Statistisches Bundesamt (StBA, 2015h): Umsatz im Gastgewerbe. GENESIS-Tabelle 45213-0003. Stand 27.01.2015.
- Statistisches Bundesamt (StBA, 2015i): Umsatzsteuerstatistik (Vor-meldungen). Steuer-pflichtige Unternehmen und deren Lieferungen und Leistungen nach Ländern und wirt-schaftlicher Gliederung bis zur 3stelligen Gliederung der WZ 2008. 2013. Stand 19.03.2015.
- Statistisches Bundesamt (StBA, 2014a): Statistisches Unternehmensregister. Unternehmen nach Wirtschaftsabteilungen und Größenklassen der sozialversicherungspflichtig Be-schäftigten im Berichtsjahr 2012, Registerstand 30.05.2014, Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt (StBA, 2014b): Erwerbstätige nach Wirtschaftsgruppen und Stel-lung im Beruf, Ergebnisse Mikrozensus 2013, Stand 11.12.2014.
- Statistisches Bundesamt (StBA, (2014c): Insolvenzen nach Wirtschaftszweigen, verschiedene Jahre, letztes Jahr: 2013, Stand 12.3.2014.
- Statistisches Bundesamt (StBA, 2014c): Finanzen und Steuern – Steuerpflichtige Unternehmen und deren Lieferungen und Leistungen nach wirtschaftlicher Gliederung, Fachserie 14 Reihe 8.2, verschiedene Berichtsjahre, letztes Jahr: 2012, Stand 21.03.2014

Statistisches Bundesamt (StBA, 2010): Wirtschaftsrechnungen – Einkommens- und Verbrauchsstichprobe, Aufwendungen privater Haushalte für den Konsum. Fachserie 15 Heft 5, Stand 20.12.2010.

Statistisches Bundesamt (StBA, 1998): Systematisches Verzeichnis der Einnahmen und Ausgaben der privaten Haushalte. Ausgabe 1998 (SEA 98), Wiesbaden.

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder (VGRdL) (2013): Verschiedene Ergebnistabellen, Berechnungsstand Feb. 2014,
http://www.vgrdl.de/Arbeitskreis_VGR/ergebnisse.asp

Weitere Themenreports

Sonnenburg, A. (2015)

Die Bauinstallation – Branche mit Hand und Fuß – und Zukunft

Erstbericht September 2015. GWS Themenreport 15/5, Osnabrück.

Bieritz, L. (2015)

Energiewirtschaft – Branchenstruktur im Aufbruch

Update 2015, GWS Themenreport 15/3, Osnabrück.

Wolter, Dr. M.I., (2015)

Ausblick Arbeitsmarkt 2018: Nachlassende Dynamik bei einem knapper werdenden Arbeitsmarkt; Gesamtwirtschaft und Branchen,

GWS Themenreport 15/2, Osnabrück.

Ahlert, G., An der Heiden, I. (2015)

Die ökonomische Bedeutung des Sports in Deutschland,

GWS Themenreport 15/1, Osnabrück.

Stöver, B. & Wolter, M.I. (2014)

Erwerbsbeteiligung in Deutschland – Alter birgt Potenzial

Update Dezember 2014. GWS Themenreport 14/7, Osnabrück.

Stöver, B. (2014)

Reisebüros und Reiseveranstalter - Da fliegen sie wieder.

Update Dezember 2014, GWS Themenreport 14/6 , Osnabrück.

Mönnig, A. (2014)

Der Maschinenbau – ein Spätzykler auf Erfolgskurs

Update April 2014. GWS Themenreport 14/5, Osnabrück.

Mönnig, A. (2014)

Die Chemieindustrie – Eine Spezialistin mit vielfältigen Einsatzmöglichkeiten

Update April 2014. GWS Themenreport 14/4, Osnabrück.

Mönnig, A. (2014)

Die Automobilindustrie – Das Nadelöhr zur Mobilität der Zukunft

Update April 2014. GWS Themenreport 14/3, Osnabrück.

Thobe, I. (2014)

Die deutsche Ernährungsindustrie – Weiter auf solidem Wachstumskurs

Update 2014. GWS Themenreport 14/2, Osnabrück.

Bünemann, D. (2014)

Friseur- und Kosmetiksalons – Service für jedes Alter und jeden Geldbeutel – von „Cut and Go“ bis Beautytempel, Erstbericht März 2014. GWS Themenreport 14/1, Osnabrück.

Bieritz, L. (2013)

Die deutsche Immobilienwirtschaft - Preisblasen oder Stabilisierung auf hohem Niveau? GWS Themenreport 13/3, Osnabrück.

Ahlert, G. (2013)

Die ökonomische Bedeutung des Sports in Deutschland - Ergebnisse des Sportsatellitenkontos 2008. GWS Themenreport 13/2, Osnabrück.

Bieritz, L. (2013)

Die Energiewirtschaft - Energieerzeugung und -verbrauch einer Branche im Umbruch. GWS Themenreport 13/1, Osnabrück.

Stöver, B. (2012)

Reisebüros und Reiseveranstalter. Malle oder Malediven? Auf jeden Fall weg. GWS Themenreport 12/8, Osnabrück.

Drosdowski, T., Stöver, B., Thobe, I. & Wolter, M. I. (2012)

Erwerbsbeteiligung in Deutschland 2011: Frauen und Ältere nach Vorn. GWS Themenreport 12/7, Osnabrück.

Bieritz, L. (2012)

Die deutsche Immobilienwirtschaft - Regionale Besonderheiten vor dem Hintergrund steigender Preise. GWS Themenreport 12/6, Osnabrück.

Thobe, I. (2012)

Die Ernährungsindustrie. Stabile Branche mit Potenzialen – und Herausforderungen in der Personalplanung. GWS Themenreport 12/5, Osnabrück.

Stöver, B. (2012)

Die Gastronomie – Auswärts essen bleibt hoch im Kurs. GWS Themenreport 12/4, Osnabrück.

Mönnig, A. (2012)

Der Maschinenbau – ein Spätzykler auf Erfolgskurs: Update 1. Quartal 2012. GWS Themenreport 12/3, Osnabrück.

Mönnig, A. (2012)

Die Automobilindustrie – Gute Wachstumsperspektiven trotz zukünftiger Herausforderungen, Update 1. Quartal 2012. GWS Themenreport 12/2, Osnabrück.

Bieritz, L. (2012)

Die Energiewirtschaft – Energieerzeugung und –verbrauch einer Branche im Umbruch.

GWS Themenreport 12/1, Osnabrück.

Drosdowski, T.; Thobe, I. & Wolter, M. I. (2011)

Erwerbsbeteiligung in Deutschland in 2010: Anstieg in höherem Alter setzt sich fort.GWS Themenreport 11/9, Osnabrück.

Thobe, I. (2011)

Die Ernährungsindustrie – Stabile Branche mit Potenzialen.

GWS Themenreport 11/8, Osnabrück.

Mönnig, A. (2011)

Der Maschinenbau – Ein Spätzykler auf Erfolgskurs.

GWS Themenreport 11/7, Osnabrück.

Mönnig, A. (2011)

Die Automobilindustrie – Gute Wachstumsperspektiven trotz zukünftiger Herausforderungen – Aktualisiert auf 2. Quartal 2011.

GWS Themenreport 11/6, Osnabrück.

Mönnig, A. (2011)

Die Chemieindustrie – im Aufwind nach der Krise – Aktualisiert auf 2. Quartal 2011. GWS Themenreport 11/5, Osnabrück.

Stöver, B. (2011)

Die Gastronomie – Appetit nach mehr. GWS Themenreport 11/4, Osnabrück.

Mönnig, A. & Walter, H. (2011)

Die Chemieindustrie – im Aufwind nach der Krise – Aktualisiert auf 1. Quartal 2011. GWS Themenreport 11/3, Osnabrück.

Mönnig, A. (2011)

Die Automobilindustrie – Gute Wachstumsperspektiven trotz zukünftiger Herausforderungen. GWS Themenreport 11/2, Osnabrück.

Mönnig, A. & Walter, H. (2011)

Die Chemieindustrie – im Aufwind nach der Krise.

GWS Themenreport 11/1, Osnabrück.

Fußnoten

¹ Umsatzsteuerstatistik 2013 (StBA 2015a).

² Nestlé 2012.

³ Nestlé-Studie (2011).

⁴ Verpflegungsdienstleistungen (SEA 98 Nr.111) sind Bewirtungsleistungen (Speisen, Imbisse, Getränke und Erfrischungen), die von Cafés, Restaurants, Bars, Teestuben u. ä. oder von Kantinen und Mensen erbracht werden (Statistisches Bundesamt 1998, S. 181 f.).

⁵ Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland, VGR Tab. 3.3.3, StBA (2015b).

⁶ Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland (BMW, 2012), Ankünfte und Übernachtungen im Beherbergungsgewerbe (StBA 2015d), eigene Berechnungen.

⁷ Tourismus in Zahlen, StBA, FS 6 Reihe 7 vom 26.1.2015 (2015a).

⁸ Umsatzsteuerstatistik 2012 Tab.2.3, StBA (2014a).

⁹ ebd.

¹⁰ Gastroblick (2014).

¹¹ In der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (StBA 2010a) gibt ein Haushalt zwischen 25 und 65 Jahren im Monat 86 bis 98 Euro für Verpflegungsdienstleistungen aus. Liegt das Alter darüber, gehen die Ausgaben auf 69 bis 82 Euro zurück.

¹² AHGZ (2014).

¹³ Weitere Informationen zu Erhebungsarten und -methodik des Statistischen Bundesamtes sind unter <https://www-genesis.destatis.de> erhältlich.