



EHMA - European Hotel Managers Association

Telefon Sektion Deutschland +49 (0)611-4476000 · Fax +49 (0)611-44760044
 info@ehma-deutschland.de · www.ehma-deutschland.de · www.ehma.com

Zur Lage in Europa

Gedanken zum Tourismus in den sogenannten PIGS-Staaten und zu den Herausforderungen, denen sich Hoteliers in ganz Europa heutzutage stellen müssen, macht sich Peter Bierwirth, EHMA-Präsident und National Delegate Deutschland

Wenn in diesen Tagen bis zum Überdross von der wirtschaftlichen Misere einiger europäischer Staaten berichtet wird, Regierungen Euro-Rettungsschirme beschließen und Sparprogramme auflegen, fehlt mir ein wesentliches Element: Wie kann man die Konjunktur der in die Schlagzeilen geratenen Staaten wieder ankurbeln und nachhaltig stabilisieren?

Während es Industrienationen und Ländern mit Energiereserven oder Bodenschätzen nicht schwer fallen dürfte, Krisen zu überstehen, sind Staaten ohne ausreichende Wirtschaftsinfrastruktur in solchen Situationen im wahrsten Sinne des Wortes arm dran. Allen voran die Mittelmeer-Anrainer, die zu allem Überfluss auch noch politische Probleme wie Flüchtlingsströme aus der Dritten Welt zu meistern haben. Dass hier offensichtlicher Schlendrian, Korruption und Vetternwirtschaft in den Staatsverwaltungen eliminiert werden müssen, ist so selbstverständlich wie diffizil. Gleichzeitig braucht aber auch die Wirtschaft neue Impulse – und da man am Mittelmeer nicht ohne Weiteres plötzlich Auto- und Chemiewerke errichten kann, bleibt als logischer erster Schritt nur die Förderung des Tourismus.

Wo aber bleiben bei all den geschnürten Rettungspaketen die Ideen und Maßnahmen dafür? Wo sind die Brüsseler Bürokraten, die sich für alles und jedes Thema ins Zeug legen, wenn es denn nur etwas zu regeln und zu vereinheit-

lichen gibt? Wer fällt den Griechen in den Arm, wenn sie die Mehrwertsteuer für Restaurants auf sagenhafte 20 Prozent anheben – wo sie es doch mit dem Abführen von Steuern angeblich nicht so genau nehmen und damit Mehreinnahmen auf diesem Weg nicht zu erwarten sind? Schaden nimmt so nicht nur die Wirtschaftlichkeit der Gastronomie und Hotellerie, sondern auch deren beschäftigungspolitische Bedeutung, ermöglicht die gastgewerbliche Branche doch vielen Jugendlichen den Einstieg ins Berufsleben.

Und was wiederum nutzt es uns Deutschen, wenn, nachdem wir als Reiseweltmeister unser Geld in ferne Länder getragen haben, auch noch unsere Steuern dorthin fließen – nämlich über die Rettungsfonds unserer Regierung? Könnte man da nicht gleich direkt helfen, etwa, indem man die Attraktivität der Tourismusangebote in den betroffenen Ländern steigert? Erreichen lässt sich das doch schon durch so einfache Maßnahmen wie

- dem Reduzieren bürokratischer Hürden
- dem Anbieten von Spezialfonds zur einfacheren Finanzierung touristischer Projekte
- einheitlichen, reduzierten Steuersätzen für die Hotellerie und Gastronomie.

Nötig sind diese Maßnahmen zudem bald, damit sich auch die Krisenländer auf die Herausforderungen konzentrieren können, von denen bereits die gesamte europäische Hotelbranche betroffen ist. Zusammenfassen lassen sich diese wie folgt:

- Der Gast wird zunehmend »unberechenbarer« hinsichtlich seiner Wünsche und Vorlieben, vor allem, da das Internet ihm immer kürzere Entscheidungszeiten und das Aushandeln von Sonderkonditionen erlaubt.
- Reiseorganisationen und spezialisierte Travel Manager nutzen ihre Daten- und Infor-

mationsmacht, um die Preisentwicklung in den Hotels zu beeinflussen.

- Qualifizierte Arbeitskräfte werden knapp und damit teurer.
- Zunehmende Bürokratie, Steuern und Gebühren erhöhen die Betriebskosten, ohne dass diese angemessen an den Kunden weitergegeben werden können.
- Die Betriebskosten steigen außerdem durch höhere Energiepreise und Beschaffungskosten für Betriebsmittel sowie teurere Lebensmittel.
- Sicherheit, Datenschutz und Hygiene erfordern zusätzliche Investitionen.
- Trotz niedriger Zinsen steigen die Finanzierungskosten und die Unsicherheit aufgrund schwacher Währungen wächst.
- Hotels werden zunehmend zu Spekulations- und Konsolidierungsobjekten internationaler Investmentgesellschaften, denen das Hotelgeschäft als solches fremd ist.
- Schwache Regierungen, konjunkturelle Flaute und politische Unruhen in einigen Regionen Europas reduzieren die Reise- und Ausgabefreudigkeit der Urlauber.
- Neue Touristenströme aus Asien und Osteuropa machen neue Budgetkonzepte nötig, was die Anzahl der Hotels erhöht und für mehr Wettbewerb sorgt. **TH**



Peter Bierwirth ist seit April 2010 amtierender Präsident der EHMA und Geschäftsführer der B&P Hotel Management Services GmbH mit Sitz in Wiesbaden. Das Unternehmen managt, saniert, entwickelt und berät Hotels im deutschsprachigen Raum.
 Info: www.bierwirth-partner.de

Termine

- **EHMA Deutschland Herbsttagung**
 18. bis 20. November 2011
 Radisson Blu Hamburg
www.ehma-deutschland.de
- **39. EHMA Annual General Meeting**
 29. März bis 1. April 2012 • Wien
www.ehma-vienna-2012.com