

VERBÄNDE AKTUELL

Hoffnung auf positive Impulse für den Deutschlandtourismus



Vom 14. Juni bis zum 14. Juli rollt in Deutschland der Ball, unter anderem im Olympiastadion in Berlin, wo unter anderem das Finale der Fußball-Europameisterschaft 2024 stattfindet. Viele

gastgewerbliche Betriebe in den zehn EM-Spielorten rechnen mit

Knapp einen Monat vor Beginn der Fußball-Europameisterschaft (EM) in Deutschland

erwarten die meisten gastgewerblichen Betriebe keine oder nur geringe direkte

wirtschaftliche Effekte durch das Megaereignis. Das geht aus einer aktuellen Umfrage des

DEHOGA Bundesverband hervor.

Mit mehr Gästen und mehr Umsatz durch die EM rechnen viele Betriebe in den zehn Spielorten, die Stadt- und Tagungshotellerie sowie die getränkegeprägte Gastronomie, so das Ergebnis einer aktuellen Umfrage des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA Bundesverband). Präsident Guido Zöllick betont die Langfristwirkungen solcher Großevents und sagt: „Die Branche freut sich auf die EM. Auch wenn nicht alle Gastgeber unmittelbar von einem sportlichen Megaereignis dieser Art profitieren, sind die möglichen positiven Effekte für eine Stimmungsaufhellung im Land und für die Stärkung des Tourismusstandortes Deutschland nicht zu unterschätzen.“ Zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 hätten Deutschlands Gastgeber bewiesen, dass sie bestens aufgestellt seien. „Das positive, sympathische Deutschlandbild, das wir alle zusammen abgegeben haben, wirkt bis heute“, so Zöllick. Er hofft, dass auch die Heim-EM 2024 viele Gäste zum Wiederholungsbesuch motiviert.

Welche direkten wirtschaftlichen Umsatzeffekte von der EM ausgehen, ist laut den Umfrageergebnissen maßgeblich vom Standort, vom Betriebstyp und vom Konzept abhängig. Erwartungsgemäß zuversichtlicher als die Gesamtbranche zeigen sich die Hotels und Gastrobetriebe in den zehn Spielorten. Hier erhofft sich fast jeder zweite Unternehmer

(46,3 Prozent) positive Impulse durch die EM. Diesen stehen 33,5 Prozent gegenüber, die das verneinen. 20,2 Prozent können die Auswirkungen noch nicht beurteilen. 42,3 Prozent der Umfrageteilnehmer in einem der zehn Spielorte (Berlin, Dortmund, Düsseldorf, Frankfurt, Gelsenkirchen, Hamburg, Köln, Leipzig, München und Stuttgart) gehen von mehr Gästen aus, 40,5 Prozent sagen keine Veränderung voraus, 17,2 Prozent geben noch keine Prognose ab. Auch beim Umsatz ist das Bild zweigeteilt. 39,0 Prozent hoffen auf Umsatzzuwächse, 43,9 Prozent rechnen nicht mit einem EM-Umsatz-Plus, 17,1 Prozent können die Folgen für den Umsatz noch nicht beurteilen.

Besser gestimmt als der Durchschnitt geben sich auch die Stadt- und Tagungshotels sowie die getränkegeprägte Gastronomie. Hier geht fast jeder dritte Betrieb von positiven Effekten aus ? 30,0 Prozent bei den Stadt- und Tagungshotels, 31,8 Prozent bei den Bars, Kneipen und Schankwirtschaften.

Bezogen auf die Gesamtbranche rechnen nur 15,5 Prozent aller gastgewerblichen Betriebe mit positiven Impulsen durch die EM. 67,1 Prozent erwarten keine Auswirkungen. 17,4 Prozent wagen noch keine Prognose. Drei Viertel der Befragten gehen nicht von mehr Gästen (75,5 Prozent) oder mehr Umsatz (76,2 Prozent) aus. ?Ein Großereignis wie die EM kann zum Teil auch Stammgeschäft verdrängen?, erklärt Zöllick. Es fänden weniger oder kürzere Kongresse statt, es kämen weniger Geschäftsreisende.

Zöllick ist sich indes sicher, dass die Vorfreude auf die EM in den kommenden Wochen noch steigen wird. Er weiß, dass viele Gastronomen derzeit Fußball-Menüs, EM-Partys und Public Viewing-Veranstaltungen planen, um hier bei ihren Gästen zu punkten. ?Denn wo lässt sich nicht besser mit der Lieblingsmannschaft mitfiebern als in der Gemeinschaft in unseren Betrieben??. fragt Zöllick. Für erfolgreiche Public Viewing-Events wird es allerdings auch darauf ankommen, ob das Wetter mitspielt und wie gut die deutsche Nationalmannschaft abschneidet.

An der Umfrage des DEHOGA Bundesverbandes zu den EM-Erwartungen der Branche nahmen vom 29. April bis 14. Mai 1.340 gastgewerbliche Betriebe aus ganz Deutschland teil.

