

Gastgewerbe im langen Leerlauf

Shutdown für einen tragenden Ast der Berliner
Wirtschaft: Von heute auf morgen wurde der
Tourismus auf null gesetzt. Eine Branche fragt sich
nun, wo die Reise hingeht

VON Almut Kaspar

Der Alexanderplatz:
Magnet ohne Publikum

Es war eine Vollbremsung, die das Estrel in Neukölln hinlegen musste, als Mitte März die Anti-Corona-Maßnahmen in Kraft traten. Deutschlands größtes Hotel mit angeschlossenem Estrel Congress Center (ECC) und Estrel Showtheater – plötzlich im Stillstand. „Im ECC sind über 80 Hauptveranstaltungen mit den entsprechenden Nebenveranstaltungen storniert worden, im Hotel wurden Room-nights im vierstelligen Bereich abgesagt, und im Showtheater mussten wir den Spielbetrieb einstellen“, sagt die Geschäftsführende Direktorin Ute Jacobs. Gleich vom ersten Tag an wurde Kurzarbeit angemeldet und bis auf wenige administrative Abteilungen 100-Prozent-Kurzarbeit realisiert. „Für besondere Härtefälle unter den Mitarbeitern hat Eigentümer Ekkehard Streletzki aus seinem Privatvermögen eine finanzielle Soforthilfe von 100.000 Euro zur Verfügung gestellt und die Mieten für unsere drei Gesellschaften reduziert“, so Jacobs.

Alarmiert war die Branche schon Ende Februar, als die jährliche Internationale Tourismus-Börse (ITB) abgesagt wurde, die im letzten Jahr 10.000 Aussteller und 160.000 Besuchern zählte. Kurz darauf war die gesamte Branche, die in Berlin eine Bruttowertschöpfung von rund zwölf Mrd. Euro erzielt und 235.000 Menschen in Lohn und Brot gebracht hat, lahmgelegt.

„Unser originäres Geschäft ist komplett zum Erliegen gekommen“, sagt Oliver Winter, Gründer und CEO der A&O Hotels and Hostels Holding



GmbH. Die meisten der 50 Festangestellten mussten in 100-Prozent-Kurzarbeit geschickt und noch viel mehr Aushilfskräfte entlassen werden. In der Berliner Zentrale des Unternehmens, das in sechs europäischen Ländern insgesamt 35 Hostels mit rund 24.000 Betten betreibt, arbeiten 150 Beschäftigte, von denen auch schon ein Teil in Kurzarbeit und ein anderer in Homeoffices tätig ist. Im April hätten die A&O-Hostels normalerweise eine Auslastung von 80 Prozent. Nun wurden KfW-Überbrückungskredite über die Hausbank beantragt und mit den Eigentümern der Berliner Häuser Mietstundungen bis zu 50 Prozent vereinbart.

Auf Klassenfahrten und Jugendgruppenreisen hat sich der Berliner Reiseveranstalter Welcome Berlin Tours spezialisiert. „Wir haben mindestens bis Juli einen hundertprozentigen Ausfall dieser Veranstaltungen“, sagt Geschäftsführer Uwe Flügel. Das mache vom gesamten Jahresumsatz über 60 Prozent aus. Grundsätzlich geht Flügel davon aus, das 1992 gegründete Unternehmen mit allen 30 Mitarbeitern erhalten zu können. Die Stornierungskosten sollen möglichst minimiert werden. „Und natürlich müssen wir auch selbst Stornierungskosten in Rechnung stellen, um unsere Existenz halbwegs sicherzustellen“, so Flügel. Auf finanzielle Hilfen von Bund und Land kann der Unternehmer nicht verzichten, zumal Berlin es seinen Lehrern untersagt habe, neue Verträge für Klassenfahrten abzuschließen, auch für Reisen im kommenden Jahr.

Der Regierende Bürgermeister Michael Müller persönlich war Adressat eines Hilferufs des Reederverbands der Berliner Personenschiffahrt, der 34 Berliner und Brandenburger Reedereien vertritt. Für die Unternehmen, die jährlich über drei Millionen Fahrgäste auf weit über 100 Schiffen durch Berlin schippern, fällt nun die Hauptsaison von April bis Oktober buchstäblich ins Wasser. Saisonbetriebe wie Reedereien können nur überleben, wenn sie in dieser Zeit ausreichend Rücklagen bilden. „Wir erwarten deshalb alle möglichen Hilfen, die uns der Bund, das Land Berlin und die Bezirke geben können“, sagt Andreas Behrens, Geschäftsführer der Stern und Kreisschiffahrt, die rund eine Million Fahrgäste pro Jahr auf über 30 Schiffen befördert und bewirbt.

Falls der Betrieb im Juli wieder losginge, würden sich die Fahrgastzahlen im besten Fall auf einem Niveau von 25 bis 50 Prozent bewegen. „Das ist existenzgefährdend“, so Behrens. „Die Folgen der Krise werden uns bis weit ins nächste Jahr beschäftigen.“ ■

14

Millionen Besucher kamen 2019 nach Berlin, davon knapp 5,5 Millionen aus dem Ausland. Der inländische Tourismus könnte in nächster Zeit einen Teil der krisenbedingten Verluste abfangen.



Burkhard Kieker
Geschäftsführer
VisitBerlin

„Wichtig ist, dass vom Ozeanriesen Berlin Signale ausgehen“

BERLINER WIRTSCHAFT: Wie kann der Einbruch im Tourismusgeschäft kompensiert werden?

Wir hoffen auf den deutschen Markt, weil wir glauben, dass die Menschen erst mal in ihrem Heimatland bleiben wollen. Berlin ist hier klar im Vorteil – mit dem Kitzel der Metropole und dem einzigartigen kulturellen Angebot. Zudem ist Berlin eine sehr grüne und wasserreiche Stadt, darauf werden wir unsere Marketing-Kampagne konzentrieren. Denn wir nehmen an, dass enges Großstadtgewusel zunächst nicht so nachgefragt sein wird.

Welche Perspektiven sehen Sie für das Kongressgeschäft?

Große Hoffnungen setzt die Branche auf Kongresse und Messen wie die IFA, die im letzten Drittel dieses Jahres stattfinden sollen. Wir hoffen, dass sich die Lage bis dahin beruhigt hat. Das Berlin Convention Office von VisitBerlin verhandelt gerade mit großen Veranstaltern über Kongresse in den Jahren 2025 bis 2028, um sie zu gewinnen. Hier gehen Arbeit und Nachfrage unbeeindruckt weiter.

Auf welche Maßnahmen setzt VisitBerlin in der jetzigen Phase?

Wichtig ist, dass vom Ozeanriesen Berlin noch Signale ausgehen und die Bordkapelle weiterspielt. Wir haben die Initiative „From Berlin with Love“ gestartet, mit der wir unsere vielen Millionen Follower mit Live-Streams von Konzerten, Theateraufführungen und Impressionen aus unserer wundervollen Stadt versorgen. Aus der Resonanz sehen wir, dass wir damit den Nerv unserer Freunde in Deutschland und weltweit treffen.



Simone Blömer,
IHK-Key-Account
Managerin Handel,
Tourismus und
Gastgewerbe
Tel.: 030 / 315 10-432
simone.bloemer@
berlin.ihk.de