

Aktuelle Stimmungslage in Gastronomie und Hotellerie

Telefonische Erhebung bei Gastronomie- & Hotellerie-Betrieben in
Österreich

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR **MARKET!**

Eine Analyse des MARKET Marktforschungsinstituts für die die Fachverbände
Gastronomie und Hotellerie der Wirtschaftskammer Österreich





Aufgabenstellung

Im Rahmen des gegenständlichen Forschungsprojektes wurden Gastronomie- und Hotellerie-Betriebe in Österreich befragt. Betrachtet wurde dabei unter anderem im Trendvergleich die aktuelle Situation der Betriebe mit einem Ausblick auf die kommenden Monate.

Weiters wurde 2023 auf die Teuerung eingegangen und die Arbeitsmarktsituation näher analysiert.



Zielgruppe

Gastronomie- und Hotellerie-Betriebe in Österreich



Befragungsart

telefonische Interviews durch fachlich geschulte und kontrollierte Mitarbeiter:innen des MARKET INSTITUTS



Repräsentativität

Die befragten Personen entsprechen in ihrer Zusammensetzung, in quotierten und nicht quotierten Merkmalen, den Gastronomie- und Hotellerie-Betriebe in Österreich. Diese Übereinstimmung im Rahmen der statistischen Genauigkeitsgrenzen ist eine Voraussetzung dafür, dass die Ergebnisse verallgemeinert werden dürfen.



Auswertungsbasis

Gastronomie- und Hotellerie-Betriebe: n=612, maximale statistische Schwankungsbreite bei n=612 +/- 4,04 Prozent



Fragebogen

Fragebogen befindet sich im Anhang



Befragungszeitraum

Juli 2023

A black and white photograph of a woman with short dark hair, wearing a horizontally striped long-sleeved shirt. She has her arms crossed and is looking upwards and to the left with a thoughtful expression. Above her head, a large white question mark is drawn on a dark, textured background. Two large white arrows, also drawn on the background, point towards the question mark from the left and right sides.

KAPITEL 1

Aktuelle Stimmungslage

Optimismus – Sommersaison 2023

i Erfreulich: Der Optimismus für die aktuelle Sommersaison ist größer als in den vergangenen Jahren!

	SEHR POSITIV	2022	2021	2008	EHER POSITIV	Σ	Σ 2022	Σ 2021	Σ 2008	EHER NEGATIV	SEHR NEGATIV
GASTRONOMIE- UND HOTELLERIE	24	22	18	6	53	77 ↑	72	66	44	19	3
Gastronomie	19	18	18	5	54	73	68	58	43	22	6
Hotellerie	30	27	17	7	53	83	77	74	47	16	1
Ostösterreich	21	14	14	7	53	74	65	57	50	22	4
Südösterreich	30	31	32	7	46	76	77	75	46	22	3
Westösterreich	25	25	14	5	58	83	77	69	42	14	3
Land bis 5000 Einwohner	25	25	21	6	54	79	75	68	42	19	2
Klein-, Mittelstädte	29	23	14	7	51	80	69	67	49	15	5
Landeshauptstädte (inkl. Wien)	17	11	13	5	55	72	66	52	50	24	4
bis 2 Mitarbeiter:innen	26	23	18	5	54	80	70	67	40	17	4
3-5 Mitarbeiter:innen	21	22	14	5	54	75	72	61	44	20	4
6-19 Mitarbeiter:innen	22	18	20	6	56	78	79	67	46	19	2
20 Mitarbeiter:innen und mehr	30	27	21	9	41	71	75	68	54	26	3
bis 39 Jahre	23	17	25	8	57	80	69	76	49	17	3
40-49 Jahre	22	24	19	6	54	76	69	70	47	21	3
50 Jahre und älter	26	23	14	4	52	78	75	58	38	19	4

Frage: Wenn Sie nun an die bevorstehende bzw. gerade gestartete Sommersaison denken: Würden Sie sagen, Sie sehen der Sommersaison 2023 sehr positiv, eher positiv, eher negativ oder sehr negativ entgegen?

Zufriedenheit mit dem Verlauf der Sommersaison

i Vor allem die Hotellerie ist mit dem bisherigen Verlauf der Sommersaison (sehr) zufrieden.

	SEHR ZUFRIEDEN	ZUFRIEDEN	Σ	Σ 2022	Σ 2021	WENIGER ZUFRIEDEN	GAR NICHT ZUFRIEDEN
GASTRONOMIE- UND HOTELLERIE	26	49	75	71	66	20	4
Gastronomie	20	50	70	69	64	23	7
Hotellerie	33	48	81	73	69	17	2
Ostösterreich	23	49	72	65	61	23	5
Südösterreich	30	43	73	81	80	22	5
Westösterreich	27	53	80	73	64	17	3
Land bis 5000 Einwohner	28	49	77	74	66	20	3
Klein-, Mittelstädte	25	52	77	68	72	16	8
Landeshauptstädte (inkl. Wien)	23	47	70	66	55	27	4
bis 2 Mitarbeiter:innen	27	47	74	65	68	22	4
3-5 Mitarbeiter:innen	22	57	79	74	55	16	5
6-19 Mitarbeiter:innen	26	48	74	81	68	22	4
20 Mitarbeiter:innen und mehr	33	42	75	81	73	20	5
bis 39 Jahre	25	51	76	78	77	19	5
40-49 Jahre	22	54	76	72	63	22	2
50 Jahre und älter	28	47	75	68	63	20	5

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem bisherigen Verlauf der Sommersaison?

Aktuelle Situation im Vergleich zum Vorjahr

i Die Gruppe der Skeptiker:innen (im Vergleich mit dem Vorjahr) wird ebenfalls kleiner.

DIE BISHERIGE SOMMERSAISON LÄUFT IM VERGLEICH ZUM VORJAHR

	SCHLECHTER	2022	2021	2019	GLEICHBLEIBEND	2022	2021	2019	BESSER	2022	2021	2019
GASTRONOMIE- UND HOTELLERIE	28 ↓	33	42	16	44	41	44	63	28	26	14	20
Gastronomie	30	34	48	16	43	40	38	63	27	26	14	21
Hotellerie	26	33	33	17	45	42	53	64	29	26	14	19
Ostösterreich	28	31	40	16	38	42	40	58	34	28	20	25
Südösterreich	36	36	30	22	37	43	59	59	28	21	11	19
Westösterreich	24	34	48	13	54	39	41	67	22	27	10	20
Land bis 5000 Einwohner	30	35	43		45	41	48		25	24	9	
Klein-, Mittelstädte	29	32	36		47	40	45		23	28	19	
Landeshauptstädte (inkl. Wien)	19	27	48		38	42	32		43	31	20	
bis 2 Mitarbeiter:innen	28	38	37		46	40	49		26	22	13	
3-5 Mitarbeiter:innen	30	30	48		47	40	40		23	30	12	
6-19 Mitarbeiter:innen	25	26	45		44	41	40		31	33	16	
20 Mitarbeiter:innen und mehr	30	30	34		24	45	49		46	25	17	
bis 39 Jahre	28	30	36		43	43	48		29	27	16	
40-49 Jahre	23	37	38		53	34	43		24	29	19	
50 Jahre und älter	30	32	46		41	44	44		29	24	10	

Frage: Vergleichen Sie bitte die Buchungslage und Umsatzentwicklung 2023 mit dem Vorjahr. Wie ist die Buchungslage und Umsatzentwicklung gegenüber dem Vorjahr?

Ausblick auf den Herbst 2023 & den Winter 2023/24

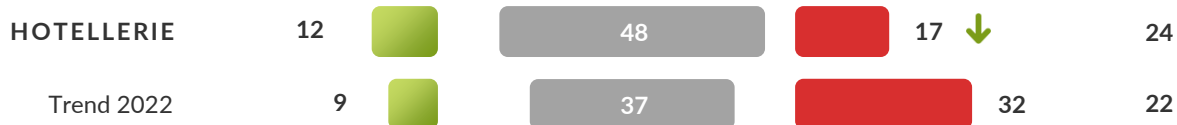
Basis: Hotellerie-Betriebe

i Für den Herbst 2023 und den Winter 2023/24 ist man optimistischer als im Vorjahr.

AUSBLICK AUF DEN HERBST 2023



AUSBLICK AUF DEN WINTER 2023/24



Frage: Wenn Sie an die Anfragen bzw. die Buchungslage für den heurigen Herbst denken – wie schätzen Sie da in etwa den heurigen Herbst ein? Würden Sie sagen, der heurige Herbst wird – Und bei Anfragen bzw. Buchungen für den Winter? Wie schätzen Sie den Winter 2023/24 ein? Würden Sie sagen, der Winter 2023/24 wird –

KAPITEL 2

Teuerung



Wahrgenommene Veränderungen im Gästeverhalten

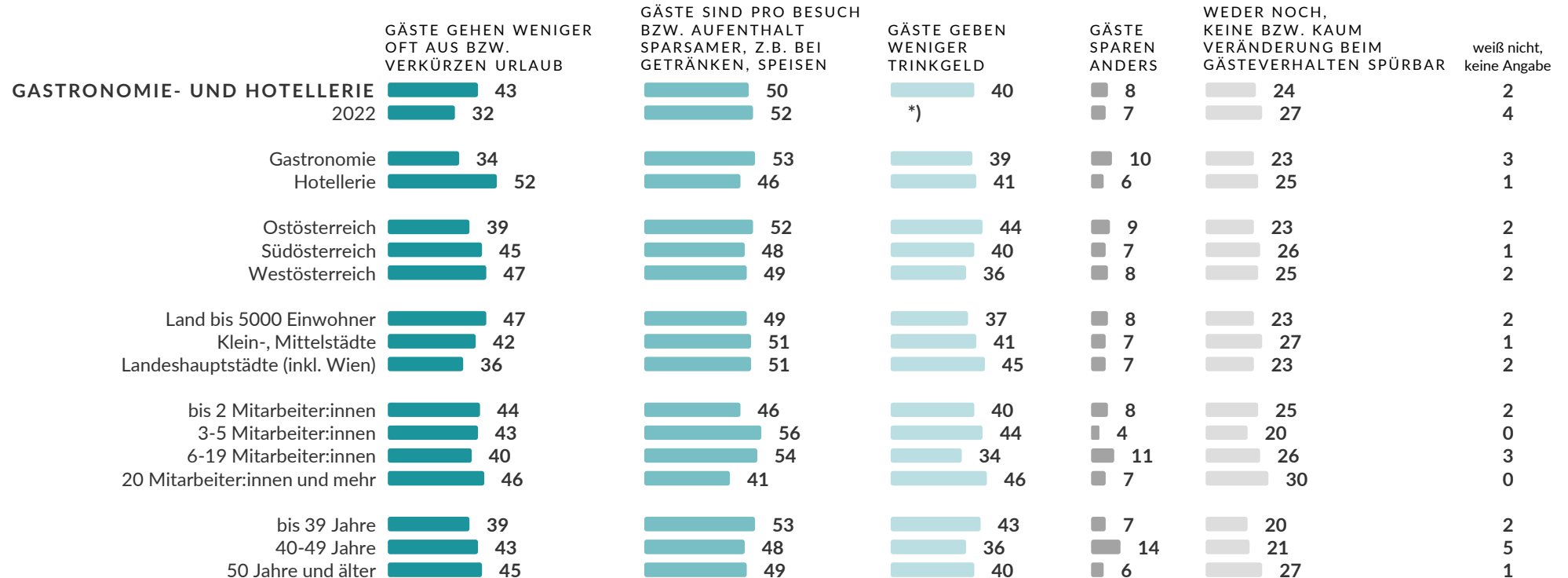
i Die Kurzfristigkeit der Buchungen gewinnt an Bedeutung – und auch die Preissensibilität der Gäste.

	TRIFFT VOLL UND GANZ ZU	2022	Gastro- nomie	Hotellerie	NOTE 2	Σ	2022	2021	2020	Gastro- nomie	Hotellerie	NOTE 3	TRIFFT ÜBERHAUPT NICHT ZU	weiß nicht, keine Angabe	
Buchungen werden immer kurzfristiger		53	50	40	66	13	66	69	74	81	49	82		18	11
Gäste werden preissensibler		52	50	53	52	21	73	69	60	70	75	73		12	2
Bargeldlose Zahlungsmöglichkeiten werden von den Gästen bevorzugt		41	40	39	43	22	63	64	*)	*)	62	65		10	24
Gäste bleiben weniger lange, mehr Kurzausflüge		40	40	31	49	17	57	58	58	72	45	68		9	22
Ausstattung der Zimmer gewinnt an Bedeutung		36	34	21	50	16	52	51	53	77	29	73		8	19
Gäste haben höhere Ansprüche an Freizeitangebote		35	33	31	38	16	51	51	53	77	44	57		10	25
Gäste geben weniger Trinkgeld als noch vor 2, 3 Jahren		33	*)	34	32	17	50	*)	*)	*)	50	51		16	28
Nachfrage nach vegetarischen / veganen Gerichten steigt		30	31	40	20	19	49	52	59	*)	61	38		14	25
Stornierungen bis kurz vor dem Anreisetermin gewinnen an Bedeutung		25	36	23	28	14	39	53	55	71	32	46		14	32
Gäste sind weniger treu, wechseln öfter		21	21	17	25	17	38	42	44	49	33	43		18	39
Gäste achten bei Speisen und Getränken auf Zertifizierungen wie z.B. Bio- oder Herkunftszertifizierung		21	23	23	19	17	38	42	*)	*)	40	35		18	35
Veranstaltungen wie z.B. Seminare, Hochzeiten werden kleiner abgehalten, mit weniger Personen bzw. weniger Gängen		20	18	24	16	11	31	30	*)	*)	35	27		8	34
Nachhaltigkeitsaspekte oder "Umweltsiegel" spielen bei der Buchungsentscheidung eine Rolle		19	20	17	21	18	37	41	*)	*)	30	45		16	35
Ermöglichen einer CO2-neutralen Anreise von Gästen bis in den Betrieb, also inklusive der „letzten Meile“ ist wichtig		14	15	12	16	15	29	32	*)	*)	24	34		12	44

Frage: Welche Veränderungen nehmen Sie im Gästeverhalten wahr?

Auswirkungen der Teuerung auf das Gästeverhalten

i Die Teuerungen hinterlässt breite Spuren in Gastronomie und Hotellerie!



*) wurde nicht erhoben

Frage: Kommen wir nun kurz zur Teuerung. Wie erleben Sie die Gäste bei Ihnen im Betrieb, wie wirkt sich Teuerung auf das Verhalten Ihrer Gäste aus? Würden Sie sagen -

Auswirkung der Teuerung in den Betrieben

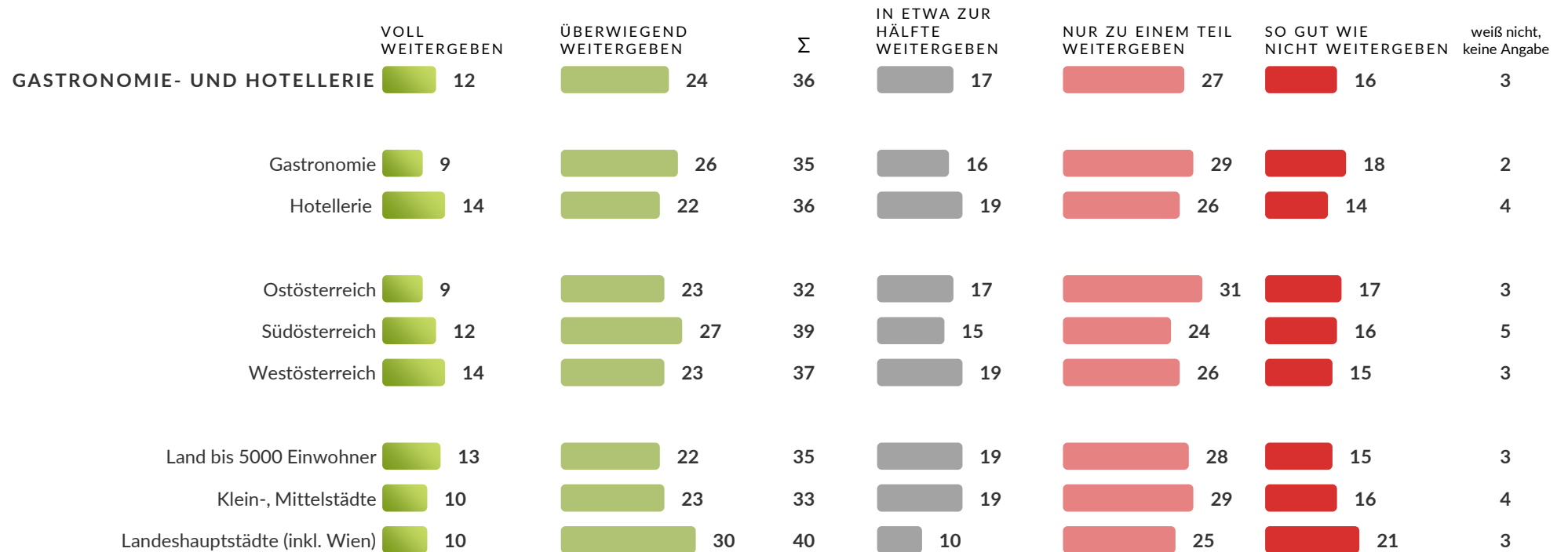
i Die Betriebe reagieren deutlich intensiver auf die Teuerung als im Vorjahr: Energiesparen, Preisanpassungen und Preisvergleiche sind die drei wichtigsten Themen!

	BEREITS UMGESETZT	2022	2021		NAHE ZUKUNFT GEPLANT	Σ UMGESETZT & GEPLANT		WIRD EHER NICHT UMGESETZT	keine Angabe, weiß nicht
			Gastronomie	Hotellerie		Gastronomie	Hotellerie		
Vermeehrt auf Energiesparen im Alltag achten	80↑	70	78	82	4	82	85	14	3
Preise für die Gäste erhöhen	77↑	57	75	79	7	82	85	14	2
Vermeehrt Preise zwischen Lieferanten vergleichen	65↑	57	73	57	2	76	59	25	8
In energiesparende Geräte investieren	56	49	55	58	14	69	72	25	4
Kosten beim Einkauf von Lebensmittel reduzieren	46	42	53	39	4	56	44	40	10
Den baulichen Standard verbessern (z.B. Wärmedämmung)	44↑	36	31	57	10	39	68	42	5
Energieberatung in Anspruch nehmen	38	35	34	43	10	43	54	45	6
Vermeehrt auf eigenen, nachhaltigen Strom setzen (z.B. Photovoltaik)	35	29	31	40	18	42	65	42	5
Ich musste Gerichte von der Karte entfernen bzw. Gerichte adaptieren, weil einzelne Lebensmittel zu teuer sind	30	26	39	21	2	43	22	52	17
Öffnungszeiten werden reduziert	30	*)	39	21	6	48	25	57	7
Energieanbieter wechseln	29↑	20	30	29	8	40	35	56	6
Das Dienstleistungsangebot wird eingeschränkt	23	*)	25	20	6	32	24	65	7
Sich einer Einkaufsgenossenschaft anschließen	18	18	18	18	4	23	21	70	8
Eigene Speisekarte für den Abend, um Personal- und Kostensituation an den Abenden besser abbilden zu können	18	*)	22	14	3	27	15	59	20
Eigene Speisekarte für das Wochenende, um Personal- und Kostensituation an Wochenenden besser abbilden zu können	15	*)	20	10	3	25	11	65	17

Frage: Die Veränderung der Rahmenbedingungen führt bei manchen Betrieben zu Änderungen – wie sieht das bei Ihnen aus? Was davon haben Sie für den eigenen Betrieb bereits umgesetzt, ist für die nahe Zukunft geplant bzw. wird eher nicht umgesetzt?

Reaktion auf gestiegene Kosten und Löhne

i Allerdings konnten die gestiegenen Kosten und Löhne nur teilweise weitergegeben werden.



Frage:

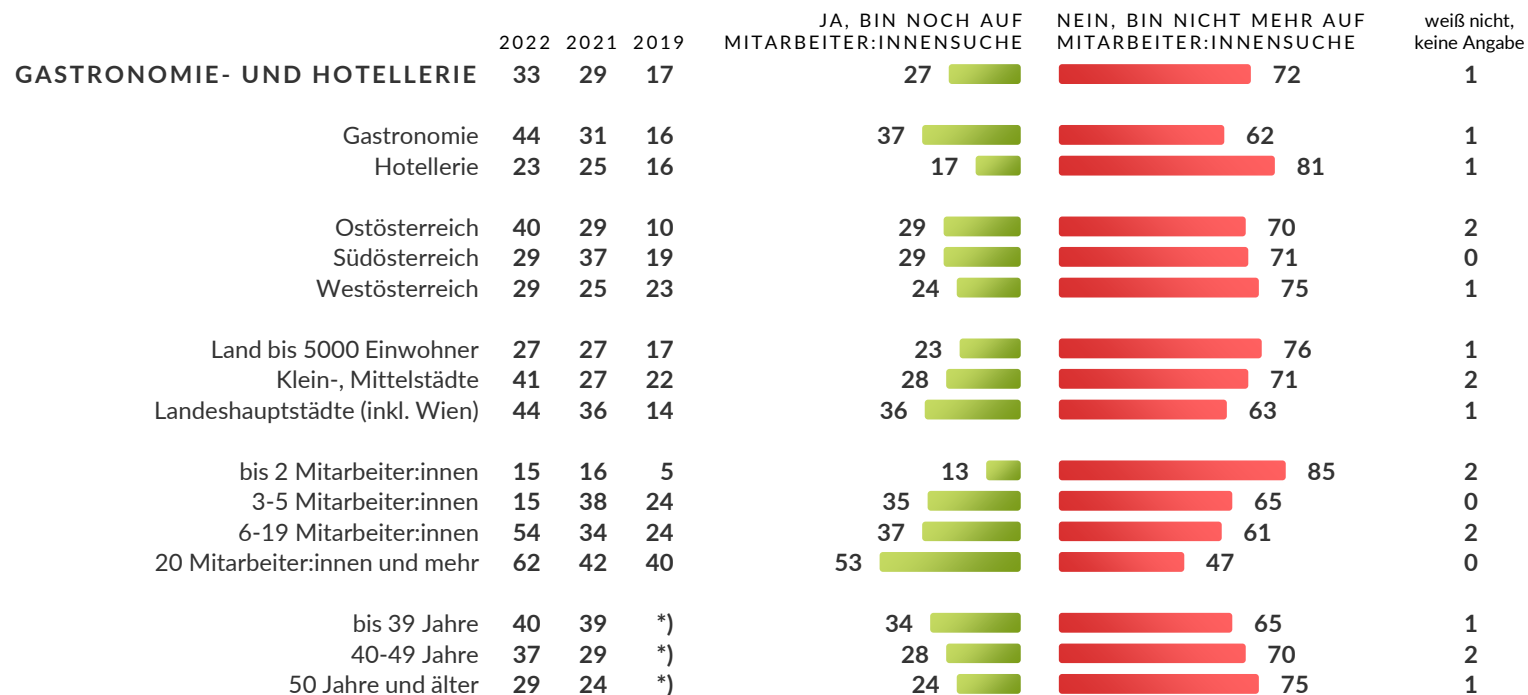
Die Preise bei vielen Produkten und auch die Löhne sind in den vergangenen 1 ½ Jahren spürbar angestiegen. Wie schätzen Sie das ein – konnten Sie Ihre Preise anheben und die gestiegenen Kosten überwiegend weitergeben oder eher nicht? Würden Sie sagen, Sie konnten die gestiegenen Kosten –

KAPITEL 3

Mitarbeiter:innensituation

Bedarf an neuen Mitarbeiter:innen

i Etwas mehr als ein Viertel der Betriebe benötigt zusätzliche Mitarbeiter:innen.

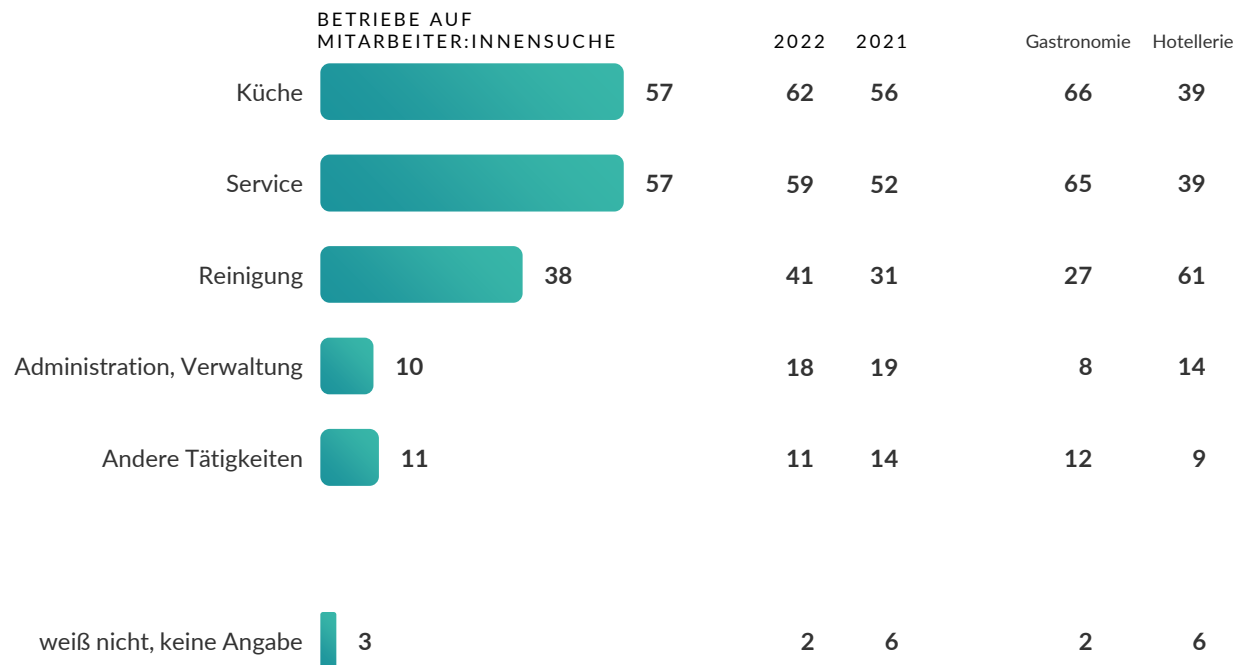


Frage: Sind Sie derzeit auf Mitarbeitersuche?

Die offenen Positionen

Basis: Gastronomie- und Hotellerie-Betriebe, die noch auf Mitarbeiter:innensuche sind

i Mitarbeiter:innen werden vor allem für Küche und Service gesucht – in der Hotellerie auch in der Reinigung!

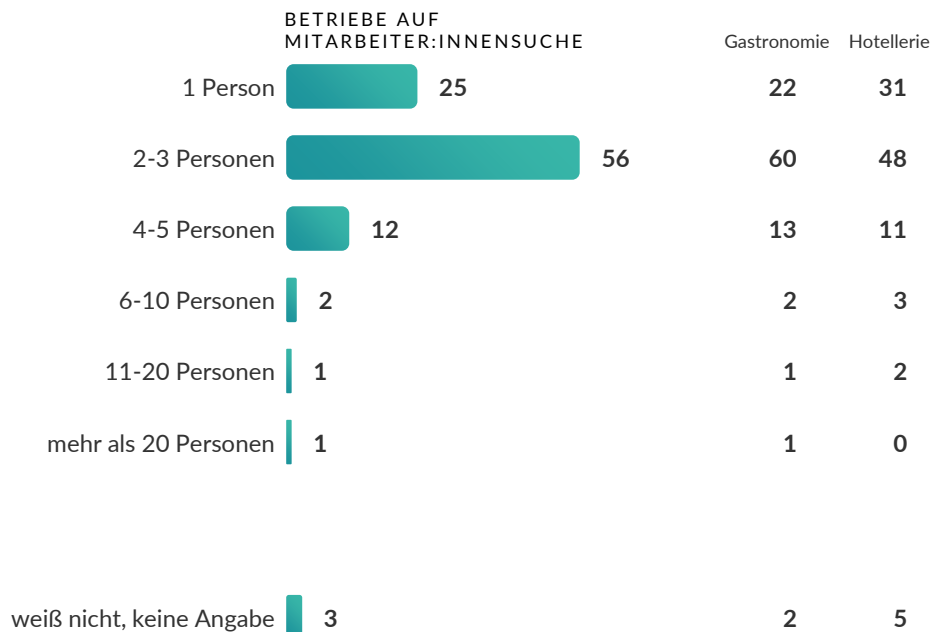


Frage: Welche Positionen können aktuell nicht besetzt werden?

Anzahl der gesuchten Kräfte

Basis: Gastronomie- und Hotellerie-Betriebe, die noch auf Mitarbeitersuche sind

i Die suchenden Betriebe denken überwiegend an 2, 3 neue Mitarbeiter:innen.



Frage: Wie viele Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter würde Sie derzeit aufnehmen, wenn sich ausreichend Personen mit der benötigten Qualifikation bei Ihnen melden?

Gründe für den Personalmangel in der Branche

Basis: Arbeitgeberbetriebe in Gastronomie und Hotellerie

i Neben dem vermehrten Freizeitfokus ist auch die kritische Berichterstattung über die Jobs in der Gastronomie und Hotellerie ein Problem.

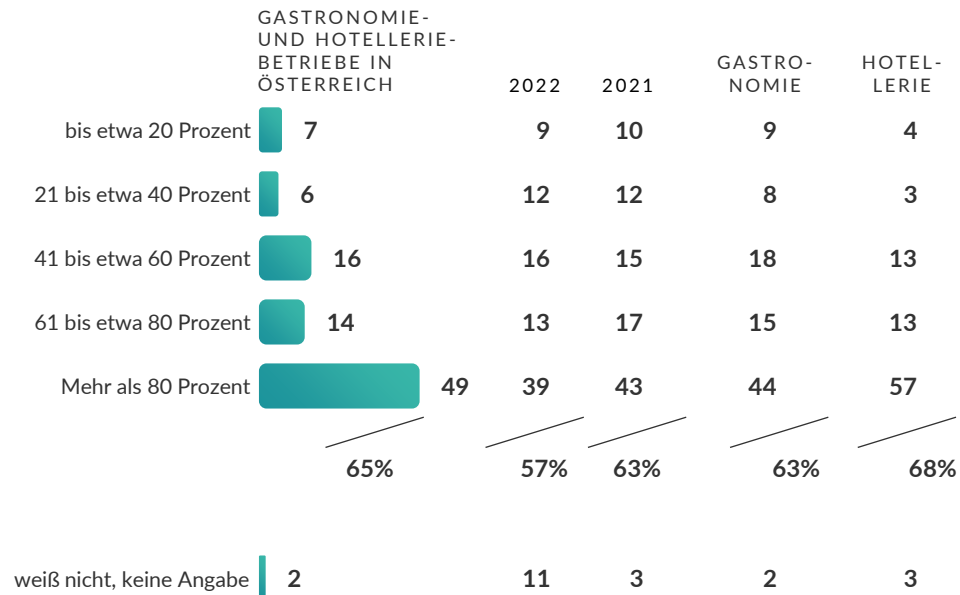
	TRIFFT AUF JEDEN FALL ZU	NOTE 2	Σ	NOTE 3	TRIFFT GAR NICHT ZU	weiß nicht, keine Angabe
Die Freizeit wird für Mitarbeiter:innen immer wichtiger	50	20	70	6	17	6
Aufgrund der kritischen Berichterstattung über Jobs in der Gastronomie und Hotellerie wird es immer schwieriger, Mitarbeiter:innen zu finden	50	17	67	6	21	6
Das Stammpersonal ist bei uns recht stabil, es wird aber immer schwieriger Saisonarbeitskräfte zu finden	45	14	59	6	27	9
Wir versuchen uns auf die Bedürfnisse der jungen Mitarbeiter:innen einzustellen, die andere Anforderungen an den Arbeitsplatz haben als ältere Mitarbeiter:innen	34	23	57	7	29	7
Der Wunsch nach individuellen Arbeitszeitmodellen wie z.B. 4-Tage-Woche oder Arbeiten nur an für den/die Mitarbeiter:in passenden Tagen wird immer wichtiger	30	18	48	9	36	6
Durch die coronabedingten Schließungen haben wir Mitarbeiter:innen verloren	29	8	37	7	50	5
Die Mitarbeiter:innen bei uns arbeiten häufiger Teilzeit als früher	20	17	37	10	47	8
Wir haben Mitarbeiter:innen verloren, weil man in anderen Branchen mehr verdienen kann	20	12	32	7	53	8
Mitarbeiter:innen in unserem Betrieb haben weniger Bereitschaft Überstunden zu machen	19	12	31	12	50	6
Wir haben Mitarbeiter:innen verloren, weil in anderen Branchen die gebotenen Sozialleistungen attraktiver waren	15	13	28	10	52	10
Wir haben Mitarbeiter:innen verloren, weil unsere Dienstzeiten zu wenig flexibel sind	11	10	21	9	64	6
In unserem Betrieb gibt es eine hohe Fluktuation, viele Mitarbeiter:innen bleiben nicht lange	9	9	18	13	65	5
Wir haben Mitarbeiter:innen verloren, weil es in unserer Region zu wenig Betreuungsplätze für Kinder außerhalb der normalen Bürozeiten gibt	9	7	16	9	68	7
Wir haben Mitarbeiter:innen verloren, weil die Dienstzeiten zu wenig planbar sind	8	10	18	10	66	6
Wir haben Mitarbeiter:innen verloren, weil wir keine Arbeit im Home-Office anbieten können	7	3	10	3	78	10
Wir haben Mitarbeiter:innen verloren, weil die Gäste unangenehm zu unseren Mitarbeitenden waren	6	7	13	6	76	6
Wir haben Mitarbeiter:innen verloren, weil man sich untereinander nicht so gut verstanden hat, es Streit gab	6	6	12	9	73	6

Frage: Ganz konkret zu Ihrem Betrieb: Ich habe nun nochmals einige der Aussagen von vorhin für Sie – wie sieht das bei Ihnen im Unternehmen aus, was macht die Personalsituation bei Ihnen im Unternehmen schwierig?

Anteil der Stamm-Mitarbeiter:innen

Basis: Arbeitgeberbetriebe in Gastronomie und Hotellerie

i Die Betriebe haben überwiegendst einen sehr hohen Anteil an Stamm-Mitarbeiter:innen.



i Knapp die Hälfte der Betriebe hat einen Stamm-Mitarbeiter:innen-Anteil von zumindest 80 Prozent der Belegschaft!

i Die Betriebe schätzen den Anteil an Stamm-Mitarbeiter:innen durchschnittlich auf etwa 65 Prozent der Belegschaft!

Frage: Wie viel Prozent Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter würden Sie als Stammmitarbeiter bezeichnen?

Aktivitäten/Maßnahmen zur Attraktivierung eines Arbeitsplatzes

Basis: Arbeitgeberbetriebe in Gastronomie und Hotellerie

i Die Betriebe bemühen sich spürbar mehr um ihre Mitarbeiter:innen!

	SCHON UMGESETZT	2022	GEPLANT UMZUSETZEN	Σ	Σ 2022	HABE ICH NICHT VOR	weiß nicht, keine Angabe
Wertschätzung durch den Chef, Eigentümer	87 ↑	71	2	89	78	7	5
Gratis-Essen für die Mitarbeiter:innen	79 ↑	69	2	81	75	15	4
Dienstpläne geben verlässliche und planbare Dienstzeiten für die Mitarbeiter:innen vor	76 ↑	62	4	80	73	15	5
Regelmäßige Mitarbeiter:innengespräche und Teammeetings	73 ↑	60	6	79	73	18	4
Gehalt erhöhen, deutlich über Kollektivvertrag bezahlen	68 ↑	50	7	75	65	18	6
Arbeitszeiten so ausrichten, dass sich Beruf und Familie bzw. Freizeit gut einrichten lassen	61	57	8	69	71	26	4
Den Mitarbeiter:innen Möglichkeiten zur Weiterbildung bieten	48	46	11	59	59	35	6
Mehr Jobs werden auch in Teilzeit ausgeschrieben	47	41	7	54	55	40	6
Freies Wochenende	43	*)	8	51	*)	43	6
Nutzen der Möglichkeit der Auszahlung einer steuer- und sozialversicherungs-freien „Teuerungsprämie“	38 ↑	27	11	49	44	41	10
Sonntagszuschlag	34	*)	4	38	*)	54	8
Attraktive Unterkünfte für Mitarbeiter:innen bzw. deren Familien schaffen	31	35	10	41	44	52	8
Sozialleistungen und Benefits wie z.B. Wellness und Fitness-Studio, Kindergarten bieten	20	21	5	25	31	69	5
Umstellung auf 4-Tage-Woche	20	21	6	26	31	70	4

*) wurde im Trend nicht erhoben

Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene mögliche Aktivitäten und Maßnahmen zur Attraktivierung eines Arbeitsplatzes vor - was davon wird bei Ihnen derzeit schon umgesetzt (1), was ist in Zukunft angedacht bzw. geplant umzusetzen (2) und was haben Sie nicht vor (3)?

Erwartungen an die Regierung

i Und: Der Ruf nach Steuererleichterungen und Senkung der Lohnnebenkosten wird lauter!

	SEHR ENTSCHEIDEND	2022	NOTE 2	Σ	Σ 2022	Σ 2021	Σ 2019	NOTE 3	GAR NICHT ENTSCHEIDEND	weiß nicht, keine Angabe	
Senkung der Lohnnebenkosten		77 ↑	65	8	85	73	78	79	3	8	4
Steuerliche Erleichterung für die Betriebsübergabe, -nachfolge und -aufgabe		70 ↑	60	11	81	71	76	71	5	9	5
Einfache und unbürokratische Beschäftigungsmöglichkeiten für Aushilfen		69 *)	*)	12	81	*)	*)	*)	3	11	4
Steuerliche Absetzbarkeit von Gesundheitsvorsorge		66	59	15	81	74	81	74	6	9	4
Staatliche Förderungen bei der Umstellung auf umweltfreundliche Heiz- und Klimasysteme		62	58	18	80	72	77	75	5	11	4
Energieabgabenbefreiung für Energie, die aus erneuerbaren Primärquellen erzeugt wird		61	56	17	78	72	70	70	5	11	6
Wiedereinführung des 5-prozentigen Mehrwertsteuersatzes auf Speisen und Getränke		57	51	10	67	66	75	*)	5	20	9
Staatliche Förderungen zur thermischen Sanierung von Betriebsgebäuden		56	50	17	73	64	72	74	7	14	6
Staatliche Förderung bei der Einführung von Energiesparmanagementsystemen		56	52	16	72	70	72	72	7	14	7
Dauerhafte Einführung der Möglichkeit einer Auszahlung einer sozialversicherungs- und steuerfreien Prämie für Mitarbeiter:innen		55 ↑	44	15	70	60	*)	*)	5	18	7
Anpassung der Abschreibungsdauer von Investitionen in betriebsnotwendige Immobilien und Betriebsausstattung an die Nutzungsdauer		54	45	20	74	60	69	65	5	14	7
Weitere Maßnahmen für den Arbeitsmarkt		53	47	19	72	65	*)	*)	6	13	9
Leichterere Arbeitsmarktzugang für Personen aus Drittstaaten		47	41	16	63	55	*)	*)	10	21	5
Keine weiteren Kennzeichnungspflichten auf der Speisekarte		47 ↑	35	13	60	49	*)	*)	6	25	9
Volle steuerliche Absetzbarkeit von Geschäftsessen		42	40	17	59	55	61	*)	8	25	9
Förderung von Schulschikursen und Wintersportwochen		40	37	11	51	51	60	64	8	30	10
Flexibilisierung der Arbeitszeit		39	42	20	59	59	69	71	12	23	6
Klimaschonende Urlaubsreise attraktiveren		38	35	20	58	54	65	72	10	23	8
Weitere Unterstützung bei der Bewältigung der Auswirkungen der Corona-Krise – Stichwort: Neuverschuldung		33	42	13	46	59	*)	*)	11	36	6
Umsetzung des Saisonverlängerungsmodells		33	35	14	47	51	60	50	11	30	13

*) wurde im Trend nicht erhoben

Frage: Abschließend: Welche Erwartungen haben Sie an die Regierung?