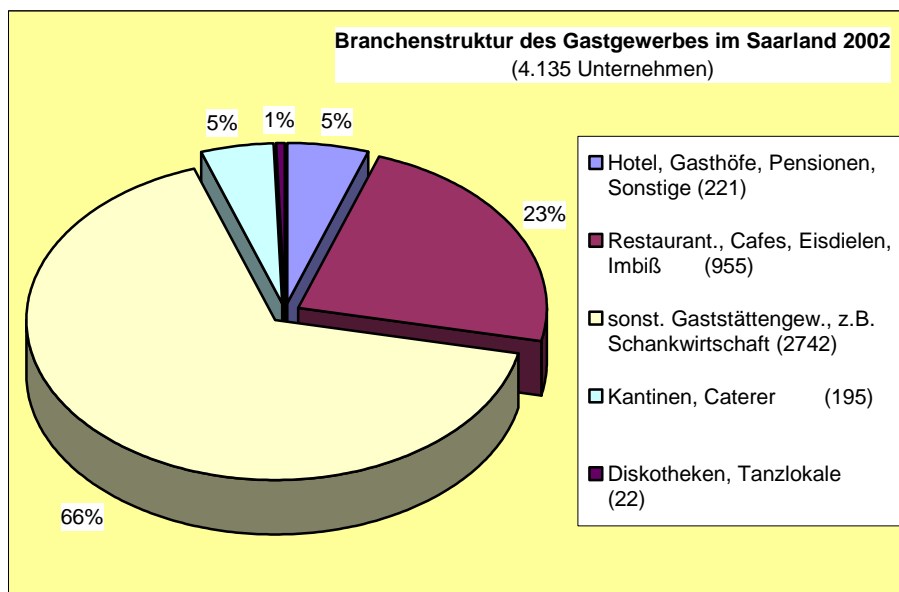


Mehr als „gudd gess“: Im Saarland arbeiten über 15.000 Menschen für das Wohl ihrer Gäste Von Dr. Thomas Pitz und Leander Wappler

„Essen und Trinken halten Leib und Seele zusammen“ - das wussten schon unsere frühesten Vorfahren. So kann das Hotel- und Gaststättengewerbe wohl für sich in Anspruch nehmen, zum zweitältesten Gewerbe der Welt zu gehören. Die sprichwörtliche Gastfreundschaft der Saarländer und ihre Freude am guten Essen haben dazu geführt, dass dieses Gewerbe hierzulande überdurchschnittlich stark vertreten ist. Dies zeigt schon allein die hohe Anzahl der gastronomischen Betriebe im Saarland: Mit vier gastgewerblichen Unternehmen auf 1.000 Einwohner belegt das Saarland im Vergleich zu anderen Bundesländern einen Spitzenplatz. In den rund 4.500 Betrieben - zwei Drittel davon Schankwirtschaften - arbeiten insgesamt über 15.000 Menschen für das Wohl ihrer Gäste. Sie erwirtschaften einen Umsatz von zusammen fast einer halben Milliarden Euro.

Die Palette reicht vom Imbissstand und der „Eckkneipe“ bis zum Sternekoch, von Pensionen und Hotel garnis bis zum Spitzenklasse Hotel. Besonders bemerkenswert - und typisch für das Saarland - ist die hohe Qualität in der Breite: Gut essen kann man im Saarland nicht nur in wenigen Etablissements der Spitzengastronomie, sondern in sehr vielen guten Restaurants. Die Saarländer wissen dies - und unsere auswärtigen Gäste bestätigen es immer wieder gerne. Übrigens: Wer sich einen schnellen Überblick über die Vielfalt verschaffen will, der kann dies mit dem jährlich aktualisierten „regioGuide“ (vgl. www.regioguide.com) tun. Ein Gourmetführer, der über 300 Restaurants und Gourmet-Hotels der Region beschreibt.



Quelle: Statistik IHK Saarland 2002

Bundesweit waren in dem vergangenen Jahr über eine Million Beschäftigte im Gastgewerbe tätig. Im Durchschnitt setzten sie pro Kopf rund 57.000,- Euro im Jahr um - nicht viel, wenn man bedenkt, dass von diesem Betrag nicht nur die Lohnkosten der Angestellten, sondern auch Miete, Kapitalverzinsung, Wareneinsatz usw. finanziert werden müssen. Dies erklärt auch, warum die Löhne im Gastgewerbe nicht allzu hoch sein können und oftmals Aushilfskräfte beschäftigt werden; dies gilt insbesondere für Betriebe mit unterdurchschnittlichen Umsätzen. Dabei erwarten die Gäste nicht nur faire Preise, sondern auch gute Atmosphäre und umfassenden, freundlichen Service. Dazwischen wird es für die Unternehmen immer schwieriger, ein angemessenes, von ihren Gästen auch akzeptiertes, Preis-Leistungs-Verhältnis zu halten. Der Wegfall der Trinkgeldsteuer im vergangenen Jahr und die Anhebung der Freigrenze für geringfügig Beschäftigte auf 420 Euro in diesem Jahr kommen da gerade noch zur rechten Zeit.

Gastgewerbe im Saarland
Beschäftigte und Umsatz im Gastgewerbe 2000 nach
Wirtschaftszweigen

Wirtschaftszweig	Umsatz in Mill. Euro	Beschäftigte am 30.09.2000
Gastgewerbe insgesamt	476	15281
davon:		
Hotels, Gasthöfe, Pensionen und Hotel garnis	71	2004
Sonstige Beherbergungsbetriebe	3	144
Restaurants, Cafés, Eisdielen u. Imbisshallen	248	6592
Sonstige Gaststättengewerbe	135	5904
Kantinen und Caterer	18	637

Quelle: Statistisches Landesamt

Die derzeitige Flaute bekommen Hotels, Restaurants, Gaststätten und Schankwirtschaften in besonderem Maße zu spüren: Der Geldbeutel sitzt nicht mehr so locker. Umso wichtiger wird es, durch Flexibilität bei den Preisen, durch Sonderaktionen und Events verlorene Kunden und Umsätze wieder zurückzugewinnen. Es verlangt schon einiges, seinen Gästen und Kunden auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten immer zuvorkommend und freundlich zu begegnen und ihnen das richtige „Wohlfühl-Gefühl“ zu vermitteln.

2002 ein schwieriges Jahr für das Gastgewerbe

Das vergangene Jahr mit der Einführung des Euro wird dem Gastgewerbe besonders negativ in Erinnerung bleiben. Kaum eine andere Branche geriet insbesondere im ersten Halbjahr 2002 so unter Druck und unter Verdacht, mit erhöhten Preisen von der Währungsumstellung profitieren zu wollen. Die schwarzen Schafe der Branche, die mit satten Preisaufschlägen ihre Kunden verärgerten, erhielten sehr schnell die Quittung und mussten wieder zurückrudern. Dies zeigt, dass insbesondere das Hotel- und Gaststättengewerbe ein feiner Gradmesser für die allgemeine Konjunkturerwicklung ist. Schnell wurde deutlich, dass hinter der Euro-Teuro-Diskussion eine allgemeine Konsumflaute steckte, die durch die Umstellung auf den Euro nur verstärkt zum Ausdruck kam. Die Gäste sind

zurückhaltender geworden und sparen. Die Folgen bekam die Gastronomiebranche unmittelbar mit starken Umsatzeinbrüchen im Jahr 2002 zu spüren. Besonders stark im Saarland betroffen waren Kantinen und Caterer, die gleichermaßen unter den Sparmaßnahmen von Firmen und Privatkunden litten.

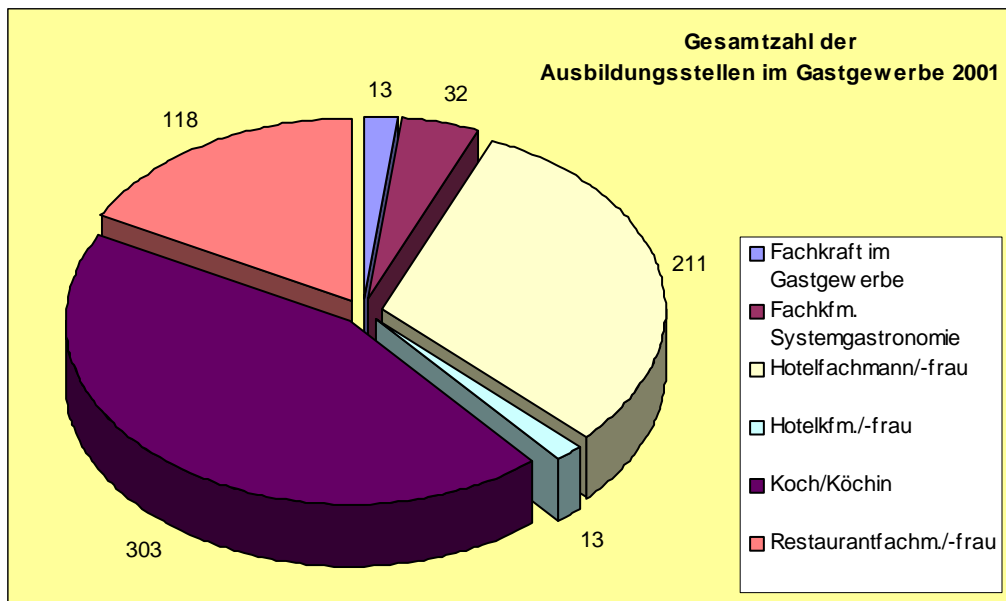
Gastgewerbe in Deutschland						
	2000	Veränderun g	2001	Veränderun g	2002 Erstes Halbjahr	Veränderun g
		zum Vorjahr		zum Vorjahr		zum Vorjahr
Umsatz im Gastgewerbe 1)	58,7	0,7	60,0	2,1	28,1	-2,3
davon Beherbergung	19,2	5,7	19,5	1,5	9,0	-1,8
davon Gaststätten	35,8	-2,0	36,1	2,3	17,1	-2,3
Anzahl Beschäftigte 2)	1037	-3,1	1050	1,3	1025	-1,5
davon Beherbergung	316	0,0	321	1,7	313	-0,5
davon Gaststätten	638	-4,7	642	0,6	627	-1,7
Gesamtumsatz je Mitarbeiter3)	56,6	3,7	57,0	0,8	27,4	-0,8
davon Beherbergung	61,0	5,7	60,9	-0,1	28,9	-1,4
davon Gaststätten	55,8	2,9	56,7	1,6	27,3	-0,5
Beherbergungskapazität 4)	2390, 3	1,5	2490,0	0,8	2414,2	0,6
Kapazitätsauslastung in Prozent	31,8	3,9	31,6	-0,8	28,7	-3,6

1) in Milliarden Euro; 2) in 1000; 3) in 1000 Euro; 4) in 1000 Betten bei gewerblichen Betrieben

Quelle: DEHOGA Deutscher Hotel- und Gaststättenverband

Stark in der Ausbildung

Die aktuelle wirtschaftliche Situation belegt, dass die Qualität eines gastgewerblichen Betriebes sehr entscheidend von den Menschen geprägt wird, welche Leistungen und Waren an die Gäste heranbringen. Eine qualifizierte Aus- und Fortbildung ist eine wichtige Voraussetzung für die Wettbewerbsfähigkeit gastgewerblicher Betriebe. Das Gastgewerbe im Saarland hat dies erkannt und macht sich daher stark für die Ausbildung. Insgesamt waren fast 700 Auszubildende im Jahr 2001 im saarländischen Gastgewerbe beschäftigt.



Quelle: IHK Saarland

Innerhalb von fünf Jahren wurde das Angebot an neu abgeschlossenen Ausbildungsverträgen nahezu verdoppelt. Bei 11.000 Ausbildungsplätzen im Saarland entspricht dies einem Anteil von rund 6,5 Prozent. Bundesweit waren im Jahr 2001 über 93.000 Auszubildende im gastgewerblichen Bereich beschäftigt. Die größten Gruppen stellen die Berufsfelder Koch/Köchin und Hotelfachmann/-frau.

Für Schulabgänger gibt es eine breite Palette an Ausbildungsberufen. Besonders erfreulich ist, dass das Gastgewerbe auch Hauptschulabgängern eine berufliche Perspektive bietet. Mit über 30 Prozent aller Auszubildenden stellt diese Gruppe den größten Anteil. Gerade im Gastgewerbe bieten sich für flexible und motivierte Menschen Aufstiegschancen wie in kaum einer anderen Branche. Zu diesem Zweck gibt es im Saarland die Fachschule für Hotel- und Gaststättengewerbe in Saarbrücken. Hier werden Fachkräfte auf leitende Funktionen vorbereitet.

Der Landesregierung war das Thema so wichtig, dass sie eine „Qualifizierungsoffensive Tourismus im Saarland“ ins Leben gerufen hat. Wer bei der Qualifizierungsoffensive mitmacht, kann aus einer Auswahl von 40 Qualifizierungsangeboten mit Zuschüssen in Höhe von bis zu 70 Prozent der Qualifizierungskosten rechnen.

Ausbildungsstellen im Gastgewerbe 2001

Verhältnis Deutschland/Saarland

Ausbildungsberuf	Anzahl Azubis in Deutschland	Anzahl Azubis im Saarland	Verhältnis Deut./Saarland
Fachkraft im Gastgewerbe	5578	13	0,23%
Fachkfm./-kffr. Systemgastronomie	2013	32	1,59%
Hotelfachmann/-frau	30087	211	0,70%
Hotelkaufmann/-frau	1337	13	0,97%
Koch/Köchin	39095	303	0,78%
Restaurantfachmann/-frau	14961	118	0,79%
Insgesamt	93071	690	0,74%

Quelle: IHK Saarland

Darüber hinaus haben von 1999 bis 2001 insgesamt 53 Personen an gastgewerblichen Fortbildungsprüfungen zum Hotel-, Küchen- und Restaurantmeister sowie Diätkoch teilgenommen.

Fortbildungsprüfungen im Gastgewerbe

Saarland 1999 - 2001

Fachrichtung	Anzahl der Prüfungsteilnehmer
Diätkoch	19
Hotelmeister	8
Küchenmeister	15
Restaurantmeister	11
insgesamt	53

Quelle: IHK Saarland

Trotz aller Ausbildungsbemühungen ist sowohl im Saarland als auch in den anderen Bundesländern seit mehreren Jahren ein spürbarer Mangel an Fachkräften festzustellen, auch wenn die Beschäftigungszahlen im letzten Jahr rückläufig sind. Dies liegt einmal an den anspruchsvollen Voraussetzungen der Tätigkeit, zum anderen aber auch an den vom Gesetzgeber vorgegebenen Rahmenbedingungen für die Beschäftigung von Teilzeitkräften. Im Gaststättengewerbe gibt es bedingt durch unterschiedliche Jahreszeiten saisonale Schwankungen in Nachfrage und Angebot. Diese können letztlich nur durch flexiblen Einsatz von Teilzeitkräften abgefangen werden. Dafür sind flexible rechtliche Rahmenbedingungen erforderlich. Mit der Erhöhung der Freigrenze für geringfügig Beschäftigte und dem Wegfall der Trinkgeldsteuer sind langjährige Forderungen des DEHOGA und der IHK-Organisation zur Verbesserung der Rahmenbedingungen erfüllt worden.

Kapazitäten wachsen schneller als Übernachtungszahlen

Der direkte Vergleich der Entwicklung von Bettenkapazitäten und Übernachtungszahlen im Saarland macht deutlich, es besteht eine Tendenz zum Aufbau von Überkapazitäten im Beherbergungsgewerbe.

Während im Zeitraum 1996 bis 2001 die Anzahl der Betten um 15 Prozent zunahm, stieg im gleichen Zeitraum die Anzahl der Übernachtungen nur um 6 Prozent. Dieser Trend lässt sich auch auf Bundesebene erkennen. Wesentlich beeinflusst wird diese Entwicklung durch das antizyklische Investitionsverhalten der Markenhotellerie. Dabei drängen verstärkt internationale Hotelgesellschaften auf den deutschen Hotelmarkt. Darüber hinaus besteht der Trend zu Hotelkooperationen, die immer stärker die Eigenschaften der klassischen Hotelketten annehmen und sich parallel zunehmend Hotelketten auf dem Weg des Franchising für selbständige Unternehmer öffnen.

Fachleute erwarten aufgrund der aktuellen Konjunkturlage und des daraus resultierenden allgemeinen Kostendrucks für die kommenden Jahre weitere Fusionen und Übernahmen in der Hotelbranche.

Aktuelles Beispiel ist die Beteiligung der Accor-Gruppe bei den Dorint-Hotels, den beiden größten Hotelketten in Deutschland.

Die zehn größten Hotelketten in Deutschland 2001

Rang	Hotelgesellschaft	Nettoumsatz in Mill. Euro	Veränderung in Prozent gegenüber 2000	Zahl der Betriebe in Deutschland	Durchschnittl. Zimmerbele- gung in Prozent	Zahl der Betriebe im Saarland
1	Accor Hotellerie Deutschland GmbH (Dazu gehören Sofitel, Novotel, Mercure, Ibis, Etap, Formule 1, Pannonia)	514	3,1	259	66,5	4(1)
2	Dorint AG	370	14,3	71	56,3	0
3	Maritim Hotelgesellschaft mbH	325	-3,3	36	55,7	0
4	Best Western Hotels Deutschl. GmbH	321	-1,0	138	60,4	1(2)
5	Steigenberger Hotels AG	299	6,0	64	60,0	0
6	Marriott Hotel Holding GmbH	282	0,4	37	68,0	0
7	Six Continents Hotels	245	1,2	24	64,7	0
8	Hospilily Alliance AG	240	-8,0	79	53,0	0
9	Starwood Hotels & Resorts Worldw. Inc.	234	6,3	23	61,6	0
10	Hilton International	226	32,4	18	63,7	0

Quelle: F.A.Z.-Tabelle: Janusch - Quelle: NGZ, IHK Saarland

(1) Etap Hotel Saarbrücken, Novotel Saarbrücken Goldene Bremm, Hotel Mercure Kongress Saarbrücken, Ibis Saarbrücken City
(2) Best Western Victor's Residenz Hotel Rodenhof (Saarbrücken)

Trotz der allgemeinen Tendenz zu größeren Betriebseinheiten konnten sich in den letzten Jahren zunehmend sogenannte „Boutique-Hotels“ mit begrenzter Zimmerkapazität und konsequenter Themenausrichtung am Markt etablieren. Unter diesen Begriff fallen auch die sogenannten „Design-Hotels“, „Kunst-Hotels“ oder „Themenhotels“.

All diese Angebote füllen eine Marktlücke, indem sie den Bedarf an ausgefallenen, künstlerisch anspruchsvollem Hoteldesign entgegenkommen.

Mit den „Boardinghouses“ hat ein weiterer Betriebstyp eine Nische im Beherbergungsmarkt erfolgreich belegt. Zur Zielgruppe zählen Geschäftsleute, die sich für einen längeren Zeitraum in einer fremden Stadt aufhalten. Die Zimmer sind von ihrer Ausstattung her an private Wohnungen angeglichen und gehen von einem gewissen Grad der Selbstversorgung aus. Häufig findet sich dieser Betriebstyp in einem Mischkonzept eines klassischen Hotelbetriebes, um Langzeitgästen höhere Preisnachlässe anzubieten und gleichzeitig eine höhere Auslastung zu erzielen. Zu beobachten ist, dass diese Nische zunehmend von Unternehmen der Markenhotellerie geprägt wird (vgl. www.boardinghouse.de).

Konsumverhalten in der Gastronomie hat sich verändert

Neben der bereits beschriebenen schwierigen Situation des vergangenen Jahres hat sich das Konsumverhalten der Kunden verändert. Der Konsument ist gesundheitsbewusster geworden. Health-Food, Light-Produkte und Fitmacher haben Einzug in die Esskultur gehalten. Leichte, frische Kost werden immer öfter verlangt. Wellness ist angesagt.

Dieses Verhalten hat sich besonders negativ auf den Bereich der Schankwirtschaften ausgewirkt. Hier sind die stärksten Einbußen zu verzeichnen und selbst die System- oder Kettengastronomie (wie McDonalds, Burger King) bleibt von dieser Entwicklung nicht verschont. So musste McDonalds erstmals größere Umsatzeinbrüche hinnehmen. Das Ergebnis der letzten IHK-Saisonumfrage Tourismus bestätigt die schlechten Aussichten. So meldeten über 70 Prozent der befragten Betriebe aus dem Gastgewerbe einen Gewinnrückgang in der vergangenen Saison und über ein Drittel aller Betriebe erwarten für die kommende Saison sogar eine noch ungünstigere Geschäftsentwicklung.

Trotz der insgesamt schwierigen Entwicklung bestehen nach wie vor gute Chancen für Betriebe, die neben einem guten gastronomischen Standard und realen Preisen auch über ein ansprechendes Ambiente verfügen. Dies gilt insbesondere für die sogenannte Erlebnisgastronomie. Unternehmen wie Gastro-Multi McDonalds haben es in der Vergangenheit erfolgreich vorgemacht, z.B. mit Party-Arrangements für den Kindergeburtstag, Hotel-Restaurant laden zu einem wöchentlichen Candlelight-Dinner mit Tanz oder ganze Franchise-Ketten mit ausgefallenen Einrichtungen sorgen für Animation am Feierabend.

Restriktivere Kreditvergabe beschleunigt Ausleseprozess

Zum zweiten Erfolgsfaktor für das Gastgewerbe wird die gezielte betriebswirtschaftliche Ausrichtung des Unternehmens. Hoteliers und Gastronomen haben es häufig schwer mit ihren Banken, das Gastgewerbe gilt als Risikobranche. Hauptursache für die schlechte Bewertung aus Sicht der Banken sind in der Regel die dünne Eigenkapitaldecke und die häufig mangelnden kaufmännischen Kenntnisse. Die IHK forderte daher in der Vergangenheit nachdrücklich, die Bedingungen zur Eigenkapitalbildung zu verbessern (siehe Pressemitteilung vom 19.12.2002, „Start frei“ eine Initiative zur Existenzgründung).

Zukünftig gilt es für die Unternehmen, sich den neuen Bedingungen zur Kreditvergabe anzupassen. Denn Banken beginnen durch Basel II mit ihren bankinternen Ratings und werden zukünftig die Kreditpreise nach der Bonität des Unternehmens staffeln. Dies könnte fatale Folgen für viele Unternehmen der Branche haben und ihnen damit den Weg für notwendige Investitionen und Neugründungen versperren. Deshalb hat bereits der Hotelverband Deutschland (IHA), einen Rating-Leitfaden für die deutsche Hotellerie entwickelt.

Mehr Erfolg durch Kooperation

In den vergangenen Jahren hat sich mit dem Aufbau der Sanatorien und Kuranstalten ein Geschäftszweig entwickelt, der im saarländischen Tourismus heute eine dominierende Rolle

einnimmt. Aber auch im Bereich der Kurzzeiturlaube und des Kongresstourismus konnte das Saarland deutlich aufholen. Mit der Erstellung des „Masterplan Tourismus“ bietet sich unter Einsatz erheblicher öffentlicher Mittel Unternehmen des Saarlandes die Chance, dass Unternehmer und Mitarbeiter ihre Leistungsfähigkeit für die Zukunft weiter ausbauen und damit insgesamt im bundesweiten Wettbewerb konkurrenzfähig bleiben. Die Forderung nach einer Bündelung der Tourismusaktivitäten ist durch die Verabschiedung des Masterplans ein großes Stück vorangekommen.

Nunmehr konzentrieren sich die Aktivitäten auf erfolgsversprechende Wachstumsfelder:

- Kulinarisches und Wellness
- Inszenierte Kulturgeschichte
- Aktivurlaub und Funsport.

Woran es noch mangelt, ist eine ausreichende Zahl marktfähiger „Produkte“, die unmittelbar und einfach gebucht werden können – individuell oder von den Tourismusveranstaltern. Dazu gehört auch, dass sich weitere Hotels im Saarland der Herausforderung der Klassifizierung stellen, um dann die Zahl der „Sterne-Hotels“ im Saarland zu erhöhen und ihre Vermarktungschancen zu verbessern. Angesichts wachsender Konkurrenz und der zuletzt rückläufigen Umsätze sind gemeinsame Vermarktungsstrategien und Kooperationen zwischen den zahlreichen Akteuren eine gute Möglichkeit, um die Hoffnung auf eine Besserung der Konjunktur Wirklichkeit werden zu lassen.

Zusätzlich hat das Saarland den Vorteil, dass es von Regionen umgeben ist, in denen auch große touristische Anstrengungen gemacht werden. Auch hier bieten sich erhebliche Synergieeffekte im Verhältnis zu Rheinland-Pfalz, zu Luxemburg und zum lothringischen Nachbarn im Departement Moselle an.

Im Auftrag des Wirtschafts- und Sozialausschusses (WSA) der Großregion und der saarländischen Gipfelpräsidenschaft wird bis Anfang 2003 die Vorstufe eines Masterplanes für die Gesamtregion in Form eines Gutachtens entwickelt. Das „Europäische Tourismusinstitut“ an der Universität Trier hat den Auftrag, Produktvorschläge für ein gemeinsames Vermarktungskonzept zu erarbeiten – erste konkrete Themen mit grenzüberschreitender Ausstrahlung sind bereits definiert:

- Kultur und Genuß
- Grenzen zum Anfassen
- Aktiv ohne Grenzen
- Weltgeschichte zum Anfassen
- Natur erleben.

Wie leistungsfähig das saarländische Gastgewerbe ist, hat sich im vergangenen Jahr bei den letzten Großveranstaltungen der Tour de France und der ADAC-Rallye gezeigt. Eine gute Grundlage, um der konjunkturell schwierigen Situation optimistisch entgegen zu sehen.

Statement zum Branchenbericht Gastgewerbe

2002 „Ein schwieriges Jahr für das Gastgewerbe“

Das vergangene Jahr 2002 war ein schwieriges Jahr für das Gastgewerbe. Die schlechte Entwicklung ist sicher nicht nur eine Folge der „Euro-Teuro-Diskussion“, die sich besonders zu Beginn des vergangenen Jahres aufheizte und eine ganze Branche in Verruf brachte. Vielmehr herrscht eine allgemeine Konjunkturlaute. Die Gäste sparen und sind zurückhaltender geworden. Damit teilt das Gastgewerbe das gleiche Schicksal wie der Einzelhandel. Diejenigen allerdings, die zu Beginn des Jahres deutlich überhöhte Preise verlangt haben, sind sehr schnell durch das dauerhafte Fernbleiben von Gästen bestraft worden.

Unternehmen hingegen, die eine gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten, werden auch in diesem Jahr die schwierige Wirtschaftlage meistern. Die Forderung muss daher lauten; faire Preise anzubieten und gleichzeitig betriebswirtschaftlich sinnvoll zu kalkulieren.

Das bedeutet für viele Unternehmer, sie müssen zukünftig ihre Kostenstruktur besser in den Griff bekommen und ungenutztes Potential freisetzen, da höhere Preise kaum realisierbar sind.

Als einen Schritt in die richtige Richtung sind der Wegfall der Trinkgeldsteuer und die Erleichterungen für geringfügig Beschäftigte zu werten. Durch die Anhebung der Freigrenze für geringfügig Beschäftigte auf bis zu 400- Euro wird dem Trend zur Schwarzarbeit entgegengewirkt. Die Gastronomie ist auf die „Mini-Jobber“ angewiesen, dies gilt insbesondere für „saisonale Spitzenzeiten“. Mit dem Wegfall der Trinkgeldsteuer wird zudem die Motivation für gute Leistung erheblich gefördert.

Mit Sorge ist dagegen die aktuelle Diskussion um eine mögliche Erhöhung der Mehrwertsteuer zu verfolgen. Insbesondere das Saarland als „Grenzregion“ wäre doppelt hart getroffen, da unsere Nachbarn mit deutlich geringeren Mehrwertsteuersätzen bereits einen Wettbewerbsvorteil haben. Der Blick nach Österreich zeigt, dass es auch anders geht. So wird dort auf Beherbergungsleistungen nur der halbe Mehrwertsteuersatz erhoben.

Optimistisch für die Zukunft des Gastgewerbes im Saarland stimmt dagegen der erfolgreiche Verlauf der Großereignisse „Tour de France“ und „ADAC-Ralley“ im vergangenen Jahr.

Damit hat die Branche ihre Leistungsfähigkeit eindrucksvoll unter Beweis gestellt und das Saarland als touristische Destination nachdrücklich empfohlen.



Frank Christoph Hohrath
Hauptgeschäftsführer DEHOGA Saarland

Weitere Informationen:

Leander Wappler, Telefon 0681/9520-210,
E-Mail: leander.wappler@saarland.ihk.de

Dr. Thomas Pitz, Telefon 0681/9520-211
E-Mail: thomas.pitz@saarland.ihk.de