

## DIE GROÖE STUDIE ZUR HOCHZEITSBRANCHE 2021

Jede Hochzeit ist für Brautpaare und Gäste ein unvergesslicher Tag. Damit am schönsten Tag im Leben alles glatt läuft, gibt's jede Menge zu tun. Heiraten ist nicht nur Freude, sondern bedeutet viel Arbeit. WeddyPlace, Deutschlands größter digitaler Hochzeitsplaner, hat sich jüngst unter den Dienstleistern umgehört, die jeden erdenklichen Service rund um die Hochzeit anbieten.

Welches Unternehmen macht was? Welche Herausforderungen sind zu meistern? Wie kommen die Firmen mit der Corona-Krise klar? 1.298 Entscheider der ersten Stufe (Geschäftsführer, Gesellschafter, Inhaber) haben vom 10. bis 30. März 2021 ihre Meinung dazu geäußert. Jetzt ist Deutschlands größte Dienstleisterstudie der Hochzeitsbranche ausgewertet. Hier das Stimmungsbild: So arbeiten deutsche Hochzeitsdienstleister 2021!



### Inhalt

Der statistische Prototyp eines Dienstleisters in der Hochzeitsbranche 2021 arbeitet solo selbstständig und ist fünf Jahre oder länger im Geschäft. Corona und COVID 19 ließen Aufträge und Buchungen im vergangenen Jahr um 71 Prozent einbrechen. Staatliche Hilfen erhalten viele Anbieter bis heute trotzdem kaum und wenn, dann lassen die immer mehr nach. Für die Dienstleister wird es zunehmend schwerer, im Job zu überleben.

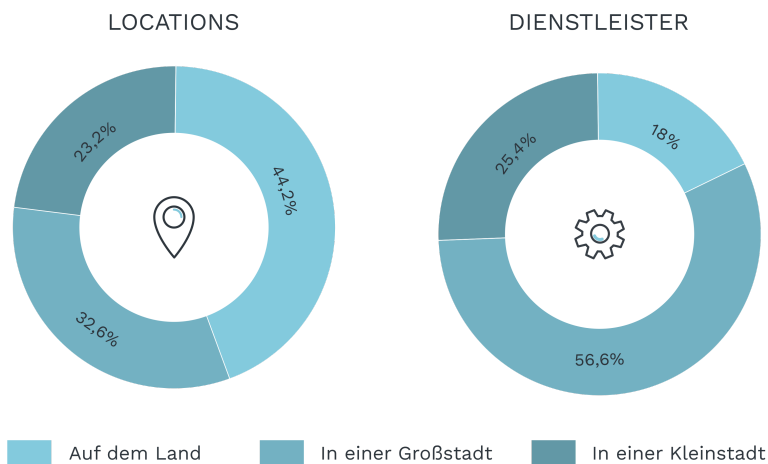
Dennoch haben sie im Schnitt sogar noch zwischen 253 und 3.247 Euro in eigene Hygienekonzepte investiert und warten nur darauf, dass es wieder losgeht. Die Hochzeitsprofis suchen permanent nach Lösungen. Echte Perspektiven dafür vermitteln chaotische Behörden und sprunghaft agierende Politiker in Deutschland nur leider viel zu selten. Diese und viele weitere interessante Fakten hat diese Studie herausgefunden...

# 1. Die Unternehmen und ihre Strukturen

Trotz aller romantischen Landidylle heiraten deutsche Brautpaare am liebsten immer noch in der Stadt oder zumindest im städtischen Raum. Hochzeit feiern auf dem Land scheint für viele nicht die praktischste oder zumindest nicht die favorisierte Lösung. Dafür, dass die Hochzeit richtig schön wird, sorgen vor allem viele Solo-Selbstständige. Doch ob größere Firma mit etlichen Mitarbeitern oder Einzelunternehmer – alle Beteiligten wissen in der Regel genau, was sie tun.

Sie sind Hochzeitsprofis. Branchenkontinuität und Berufserfahrung sind sehr ausgeprägt. Und so flexibel, wie sie sonst auf ihre heiratende Kundschaft eingehen, agieren die Dienstleister der Hochzeitsbranche aktuell auch beim Thema Corona und COVID 19. Sehr viele mussten sich umorientieren und haben das zumindest vorübergehend sowie unter Schmerzen auch geschafft.

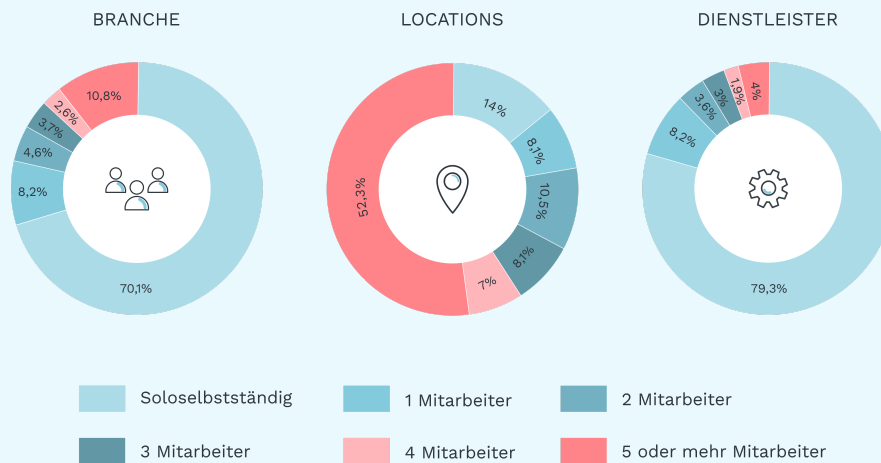
## Wo die Hochzeiten meistens stattfinden?



Die Fragestellung impliziert es bereits: Gefragt wurden die Unternehmen nicht nach Ausschließlichkeit, sondern nach Häufigkeit des Leistungsortes der Dienstleistung. Keiner macht nur das eine oder andere. Doch jeder erkennt für sich einen Trend. Am fleißigsten suchen demzufolge die deutschen Paare Großstädte, Metropolen und Ballungsgebiete zum Heiraten auf. Kleinstädte folgen auf dem zweiten Platz. Urban fallen so oder so die meisten Aufträge an.

Schön zu erkennen ist zudem, dass sich zwischen den Locations und den sonstigen Dienstleistern ein gehöriger Unterschied auftut. Vier von zehn Veranstaltungsorten bieten ihre Leistungen auf dem Lande an, aber nur bei zwei von zehn sonstigen Dienstleistern ist das ebenso. Die Erklärung dafür führt im Wesentlichen darauf zurück, dass Locations im großen oder kleinen städtischen Raum aus verschiedenen Gründen besser frequentiert sind.

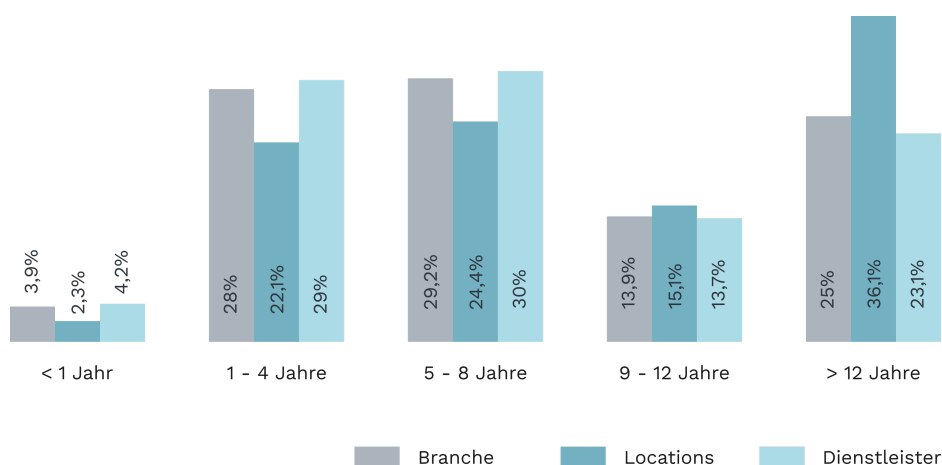
## Unternehmensgröße: Vom Solo-Selbstständigen bis zum Großanbieter?



Ohne die Solo-Selbstständigen läuft bis auf die Location, wo sie in der absoluten Minderheit sind, und mit Abstrichen noch bis auf die Dienstleister aus der Gastronomie nichts in der Hochzeitsbranche. Dieses Zwischenfazit tritt offen zu Tage. Über alle Anbieter gemessen sind sieben von zehn Dienstleistern Soloselbstständige. Die Hochzeitsbranche ist auf sie angewiesen. Somit beschäftigen die Firmen der Branche, die von kleinen und kleinsten Unternehmen geprägt ist, im Durchschnitt etwa 1,9 bzw. knapp zwei Mitarbeiter je Firma.

Fotograf, Wedding Planner, Schneider, Pianist, Alleinunterhalter, Vermieter von Kutsche oder Oldsmobile, Florist, Drucker, Kostümverleiher und viele mehr – sie sorgen erst dafür, dass eine Hochzeit mehr ist als nur eine große Veranstaltung, bei der alle Anwesenden satt und satt werden. Voller Liebe, flexibel und individuell machen vor allem die Solo-Selbstständigen die Hochzeit genau zu dem, was sie sein soll: zum einmaligen Erlebnis für Brautpaar und Gäste!

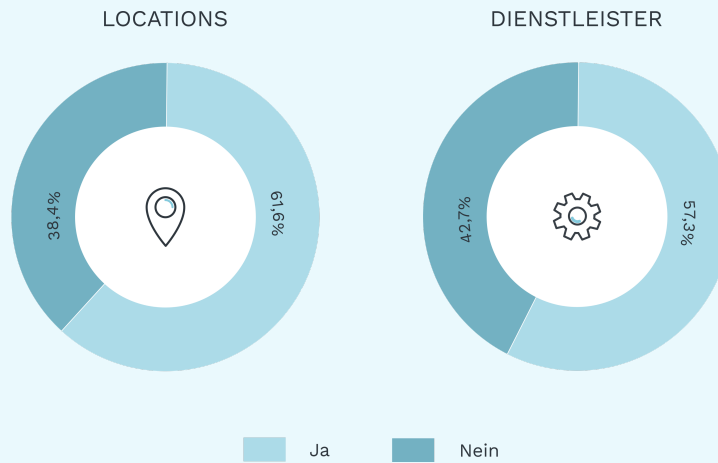
## Wie lange am Markt? Wie groß Know-how und Erfahrungsschatz sind?



Die gesamte Hochzeitsbranche ist aus volkswirtschaftlicher Sicht ein gesundes Polypol vieler Marktteilnehmer. Viele Nachfrager können unter einer großen Zahl von Anbietern wählen. Beim täglichen Geschäft mit dem Leben zum Lieben ist die Hochzeitsbranche zudem ein sehr praxisorientierter und erfindungsreicher Wirtschaftszweig. Viele Anbieter besitzen und teilen jahrelange Berufserfahrung.

Man weiß, was man tut. Die Kunden schätzen dieses Knowhow. Zwei Drittel aller Unternehmen sind schon seit fünf Jahren oder länger dabei. Ein Viertel kann sogar auf einen mehr als zwölfjährigen Erfahrungsschatz zurückgreifen. Besonders ausgeprägt ist die Kontinuität bei den Anbietern von Locations. Hier ist sogar mehr als ein Drittel aller Firmen seit zwölf Jahren und länger am Markt.

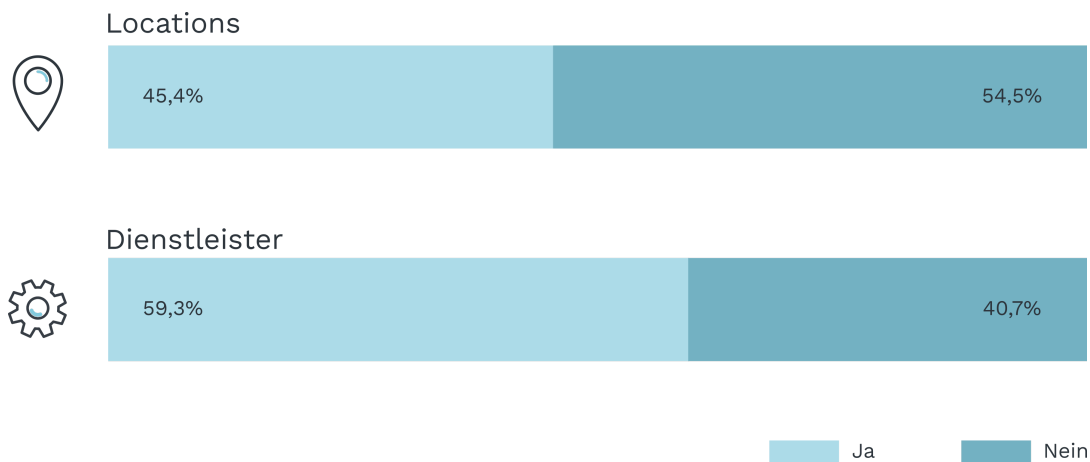
## Hauptberuflich tätig?



In der Hochzeitsbranche sind überwiegend hauptberufliche Anbieter aktiv. Das gilt sowohl für die Anbieter von Veranstaltungsorten als auch für die von anderen Dienstleistungen. Sechs von zehn Firmen kümmern sich professionell um den schönsten Tag im Leben. Bei der Differenzierung zwischen Locations und weiteren Dienstleistern haben die Veranstaltungsorte knapp die Nase vorn.

Das ist bemerkenswert, weil damit etwa 60 Prozent aller Dienstleister ebenfalls aussagen, dass sie ihre Räumlichkeiten und Services überwiegend zur Durchführung von Hochzeiten einsetzen bzw. anbieten. Sie haben sich spezialisiert. Im Falle von Lockdown, Kontaktbeschränkungen und weiteren Restriktionen durch Corona und COVID 19 mindert das freilich auch die Flexibilität. Ausweichgeschäft gibt es dann kaum.

## Umorientierung wegen Corona?



Doch genau dieses Ausweichgeschäft ist in Pandemiezeiten dringend vonnöten. Doch nicht jedes Geschäftsmodell ist mal so auf die Schnelle vorübergehend auf neue Beine zu stellen. Gerade die Betreiber von Veranstaltungsorten haben dabei aktuell größte Schwierigkeiten. Dennoch haben es sogar bei den Locations 45 Prozent der Betroffenen im Team geschafft, den eigenen Leistungsrahmen zu erweitern oder haben sich (ggf. vorübergehend) beruflich umorientiert.

Das ist beträchtlich. Noch stärker ist das selbstverständlich bei den weiteren Dienstleistern zu beobachten. Gerade die Soloselbstständigen tun sich unter den aktuellen Bedingungen trotz aller Schwierigkeiten etwas leichter mit der Umorientierung. Fast sechs von zehn dieser Dienstleister waren (ggf. vorübergehend) erfolgreich bei der Suche nach neuen Betätigungsfeldern.



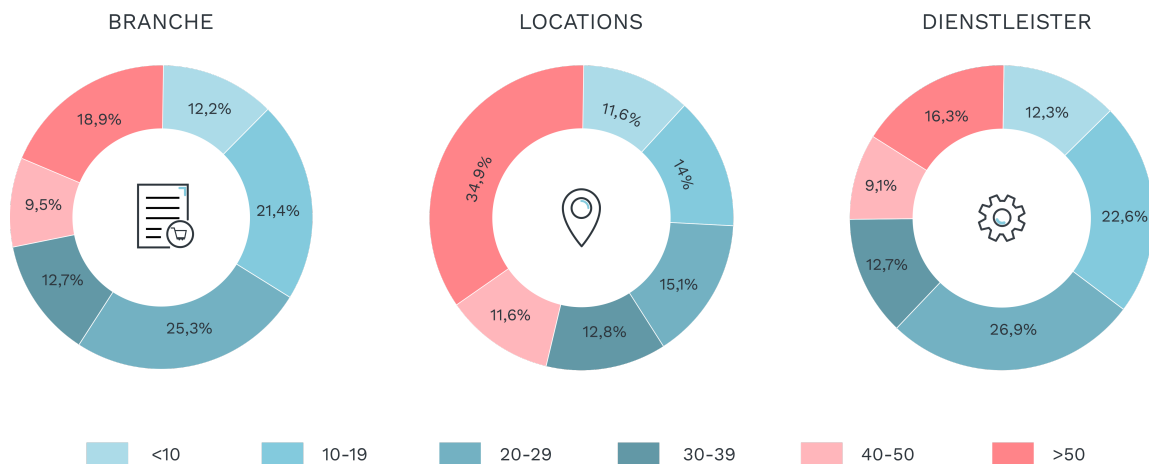
"Ich habe andere Shootings gemacht, welche nichts mit Hochzeiten zu tun hatten. Das kostet natürlich sehr viel Zeit und Nerven, da man sich in andere Themen erst einarbeiten muss, wenn man die Jahre davor ausschließlich als Hochzeitsfotografin tätig war."

Katarina Fedora, Fotografin vom Chiemsee

## 2. Die Auswirkungen von Corona auf die Hochzeitsbranche 2020

Das Jahr 2020 war für die Unternehmen der Hochzeitsbranche eine Katastrophe. Kleine Lichtblicke zwar hier und da, aber im Wesentlichen brach das Geschäft für alle Dienstleister auf ganzer Linie stark ein. Der branchenweite Umsatzeinbruch von mehr als 71 Prozent weniger Aufträgen als im Vorjahr spricht für sich selbst. Abgesagt oder um Verschiebung gebeten haben im Übrigen häufig die Brautpaare von sich aus.

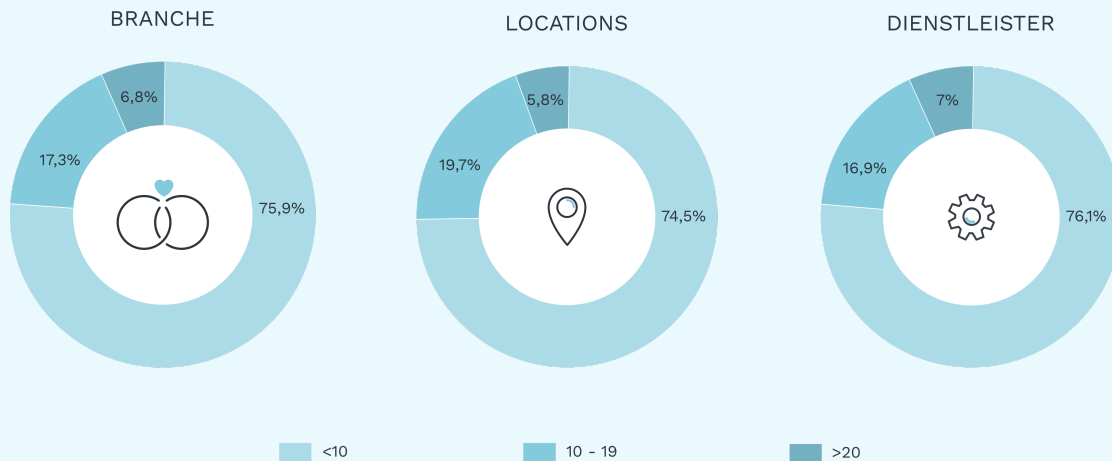
### Wie viele Aufträge in normalen Zeiten reinkommen?



Für ein Viertel und damit die am stärksten vertretene Gruppe insgesamt sind 20 bis 29 Buchungen jährlich der Normalfall. Fast jeder Fünfte (über alle Dienstleister erfasst) erbringt seine Dienstleistungen sogar bei mehr als 50 Veranstaltungen. Besonders betrifft das die Locations. Mehr als ein Drittel der Veranstaltungsorte begrüßt jedes Jahr für gewöhnlich mehr als 50 Hochzeitsfeiern in seinen Räumlichkeiten.

Weniger als zehn Buchungen verzeichnen bei allen Dienstleistern die wenigsten. Im Quervergleich über alle befragten Dienstleister ergibt das einen Durchschnittswert von 28 Aufträgen pro Unternehmen jedes Jahr. Diese Zahlen unterstreichen die hohe Spezialisierung und Arbeitsteilung deutscher Hochzeitsdienstleister. So war es zumindest vor Corona im Jahr 2019.

## Wie viele Aufträge im Corona-Jahr 2020 reinkamen?

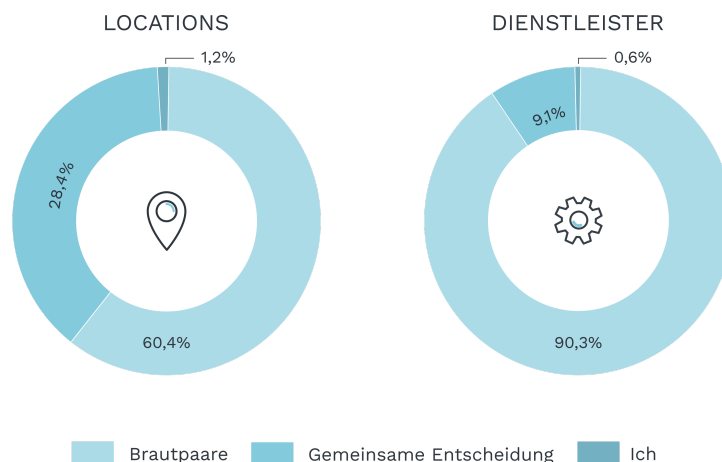


Viele Hochzeitsdienstleister sind durch die Corona-Krise in heftige Turbulenzen geraten. Drei von vier Unternehmen hatten im ersten Corona-Jahr weniger als zehn Buchungen, zumindest solche, die sie auch tatsächlich erfüllen konnten. Viele Aufträge gab es nicht. Im Verhältnis zu den Angaben aus der benachbarten [WeddyPlace-Hochzeitsstudie 2021](#) ergibt sich eine auffällige Diskrepanz.

Einerseits vermelden die kumulierten Zahlen des Statistischen Bundesamtes, dass 2020 „nur“ rund 50.000 Eheschließungen weniger stattgefunden hätten als im Vorjahr (minus 12,5 Prozent). Dem entgegen stehen die jetzigen Geschäftsangaben der Unternehmen. Versorgten diese im Vorjahresschnitt (über alle Anbieter erfasst) noch ca. 28 Hochzeitsfeiern, waren es 2020 nur noch acht davon, ein Minus von über 71 Prozent. Die Auflösung des Deltas liefert eine einfache Erklärung.

Auf diese haben uns Paare und Dienstleister hingewiesen. Demzufolge hätten 2020 zwar noch relativ viele Trauungen vor dem Standesamt stattgefunden. Die verkleinerte Hochzeitsfeier danach wurde jedoch oft ins Private verlegt, zum Beispiel in den Garten der Eltern. Oder nur die Hochzeitsfeier selbst wurde analog der 44.000 bereits komplett verschobenen Trauungen auf ungewisse Zeit in die Post-Corona-Ära verschoben. Dienstleister jedenfalls wurden nicht gebucht.

## Wer die Entscheidung über die Absage oder Verschiebung der Hochzeitsfeier traf?

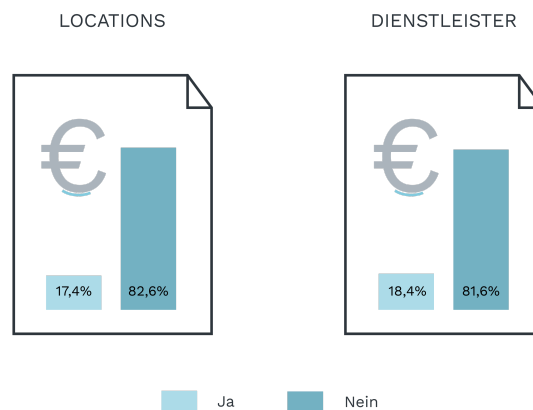


Fand die Trauung tatsächlich nicht wie nach Planung statt oder zumindest nicht die Hochzeitsfeier dazu, traf bei den Locations in mehr als sechs von zehn Fällen und bei den anderen Dienstleistern in mehr als neun von zehn Fällen das Brautpaar selbst die Entscheidung zur Absage oder zum Verschieben. Andernfalls fiel die Entscheidung gemeinsam. Nur extrem selten cancelten die Unternehmen selbst die Aufträge.

### 3. Die Preise und die Zahlungsmodalitäten

Preisstabilität, Kulanz und Kundenfreundlichkeit – das sind die Schlagworte, die das Verhältnis zwischen Dienstleistern und Kunden in der Hochzeitsbranche beschreiben. So haben die Anbieter zwar nicht vor, auf absehbare Zeit in einen Preiskampf mit sinkenden Tarifen einzutreten. Dafür sind sie aber auch auffällig kulant bei Stornierungen und Rückerstattungen von Anzahlungen. Zudem legen sie kaum Folgekosten, wie zum Beispiel durch die Belastungen aus der Coronakrise, auf ihre Klienten um.

#### Preisliste für 2021 zur Geschäftsankurbelung angepasst?



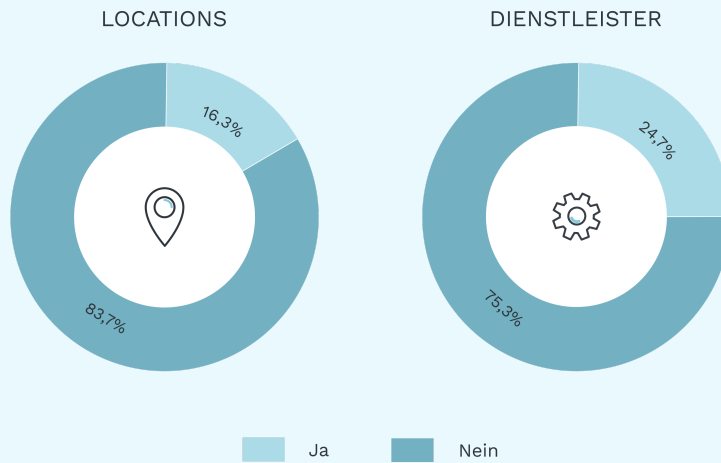
Nach der Flaute aus 2020 könnte man mutmaßen, würden die Anbieter ihre Preislisten nach unten anpassen, um das Geschäft nach der Wiedereröffnung wieder anzukurbeln. Doch die Vermutung trügt. Eine große Mehrheit sowohl der Locations als auch der weiteren Dienstleister plant nicht, die Anzahl der künftigen Buchungen über einen verschärften Preiskampf zu steigern. Jeweils mehr als acht von zehn Firmen in beiden Befragungsgruppen senken die Preise nicht.



*"Ich kann meine Preisliste leider nicht verändern, so gerne ich das würde, da ich sonst meine Fixkosten nicht mehr zahlen kann."*

Frank Rosenbauer, Hochzeitsredenschreiber aus Siegen

## Folgekosten an Kunden bei Verschiebungen weiterberechnet?

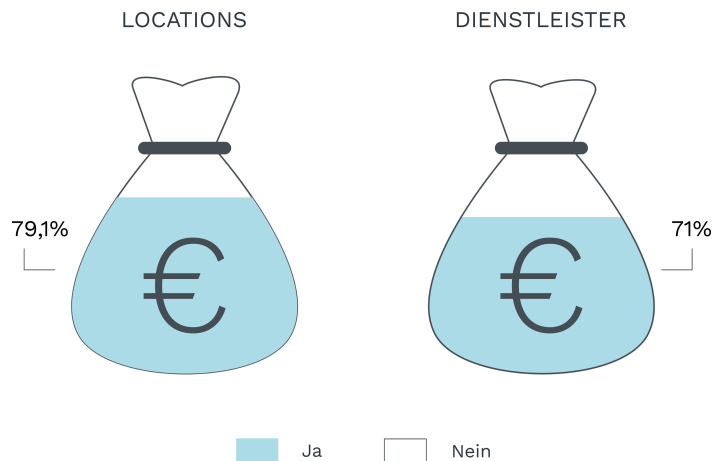


Stabilität lautet das Zauberwort auch bei der Weiterberechnung möglicher Folgekosten, die den Unternehmen durch die zahlreichen Verschiebungen von Hochzeitsfeiern nachweislich entstanden sind. Mehr als drei Viertel aller Firmen sowohl bei den Locations als ebenso bei den anderen Dienstleistern geben diese Kosten nicht an den Kunden weiter. Lediglich weniger als ein Viertel der Anbieter legt diese Mehrkosten auf den Kunden um.



*"Ich berechne derzeit keine zusätzlichen Verschiebungskosten. Auch wenn jede Verschiebung in das nächste Jahr für mich einen finanziellen Verlust bedeutet, versuche ich, das nach meinen Möglichkeiten nicht an die Brautpaare weiterzugeben und freue mich, dass es so viele Paare dieses Jahr zumindest versuchen, eine Hochzeit zu feiern."* [Peggy Tiedtke](#), Möbelverleiherin aus Berlin

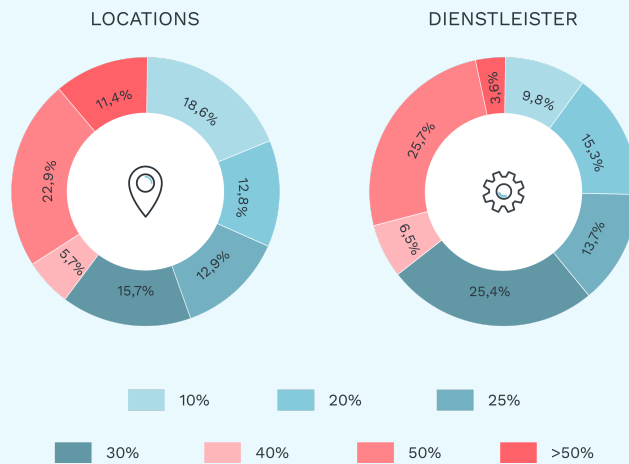
## Anzahlung für vereinbarte Dienstleistungen üblich?



Die Antwort auf diese Frage lautete ganz klar: Ja! Zwischen über 70 Prozent und knapp unter 80 Prozent aller Dienstleister in der Hochzeitsbranche verlangen von ihren Kunden eine Vorauszahlung für die künftig zu erbringenden Leistungen. Das System Vorkasse bzw. Vorschuss ist somit in der Hochzeitsbranche ähnlich stark ausgeprägt wie zum Beispiel in der Reiseverkehrs- und Tourismusbranche bei Pauschalreisen.



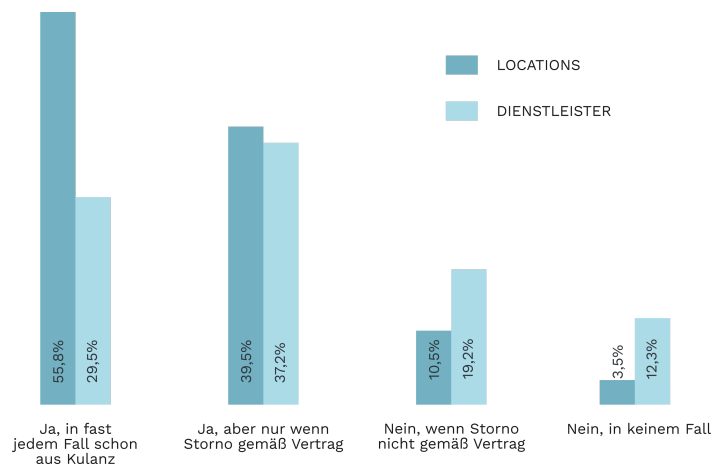
## Höhe der Vorauszahlung 2021 im Durchschnitt?



Die Höhen der Anzahlungen unterscheiden sich dabei je nach Anbieter und Art der Dienstleistungen teils erheblich. Einen einheitlichen Satz für die Hochzeitsbranche gibt es nicht, einen statistischen Durchschnittswert jedoch sehr wohl. Der liegt nahezu identisch bei 32,9 Prozent (Locations) bzw. 32,7 Prozent (andere Dienstleister). Ein Drittel Anzahlung scheint durchweg legitim in der Branche.

Bei den Locations verlangen mit 22,9 Prozent zwar die meisten Anbieter 50 Prozent Vorauszahlung. Ähnlich stellt sich das bei den weiteren Dienstleistern dar, wo mit 25,7 Prozent ebenfalls die meisten Anbieter 50 Prozent Vorkasse veranschlagen. Da viele aber auch deutlich weniger, einige sogar mehr fordern, gleicht sich das letztlich auf ein Drittel Vorkasse aus.

## Erstattung der Vorkasse bei Stornierung?



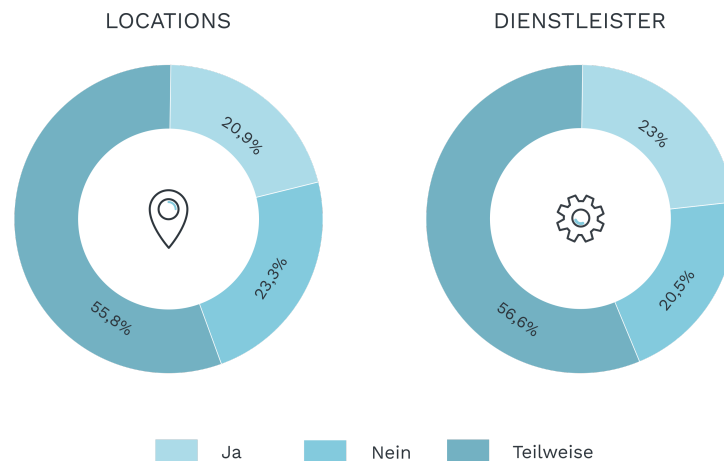
Das Bild bei der Rückerstattung der Anzahlung durch die Unternehmen im Falle einer Stornierung ist noch differenzierter, mündet aber im Endeffekt überwiegend in hoher Kundenfreundlichkeit. Bei den Veranstaltungsorten erstatten 55,8 Prozent das vorgezahlte Geld schon allein aus Kulanz in fast jedem Fall zurück, weitere 39,5 Prozent der Anbieter immerhin noch in jedem Fall, der sich innerhalb der vertraglichen Vereinbarungen bewegt.

Die anderen Dienstleister erstatten mit 37,2 Prozent eher in den Fällen, die sich innerhalb der vertraglichen Vereinbarungen bewegen. Aber auch hier zahlen noch weitere 29,5 Prozent der Anbieter schon allein aus Kulanz die Vorkasse bei Storno zurück. Zusammen erhalten die Kunden bei einer regulären Stornierung also mit 95,3 Prozent bei den Locations und mit 66,7 Prozent bei den weiteren Dienstleistern ihre Vorauszahlungen problemlos zurück.

## 4. Das tägliche Geschäft und das Geschäftsumfeld

Jedes Geschäft kann irgendwie funktionieren, wenn die Geschäftsgrundlagen klar sind. Doch klar ist derzeit nur, dass nichts klar ist. Behörden und politische Entscheidungsträger bieten kaum relevante Orientierung. Hilfen kommen nicht überall an. Großes Eigenengagement wie teure Hygienekonzepte – die im Schnitt jede Location 3.247 Euro, jeden weiteren Dienstleister 253 Euro kosten – schaffen ebenfalls keine Abhilfe. Die Unternehmen fühlen sich von den staatlichen Akteuren im Stich gelassen. Allein das Vertrauen zwischen den Firmen und Kunden scheint noch im Lot zu sein.

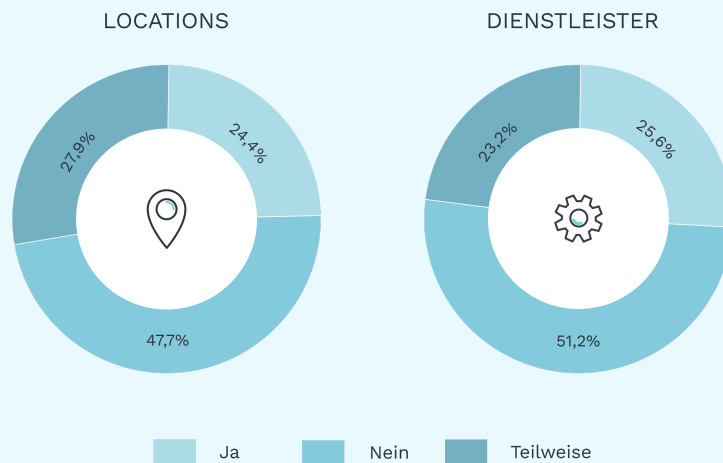
### Die Akzeptanzfrage: Finden Unternehmen die Corona-Maßnahmen gerechtfertigt?



Gästekontrollen, Lockdowns, Hygienekonzepte, Testkonzepte, Veranstaltungsverbote, Ausgangssperren, staatliche Hilfsprogramme für die Unternehmen usw. – das Instrumentarium der Maßnahmen von Bund, Ländern und Kommunen gegen Corona und zur Abfederung der wirtschaftlichen Härten bei den Firmen ist vielfältig. Zudem ist es ein komplexer Flickenteppich.

Die Konzepte unterscheiden sich von Stadt zu Stadt und Land zu Land. Dennoch findet mehr als die Hälfte der Unternehmen sowohl bei den Locations als auch bei den anderen Dienstleistern die Maßnahmen wenigstens zum Teil gerechtfertigt. Mit je einem Viertel folgen die Befürworter und Ablehner. Die Stimmungslage ist gemischt. Unterm Strich bleibt jedoch stehen, dass etwa drei Viertel eben nicht alle Maßnahmen als zielführend und hilfreich empfinden.

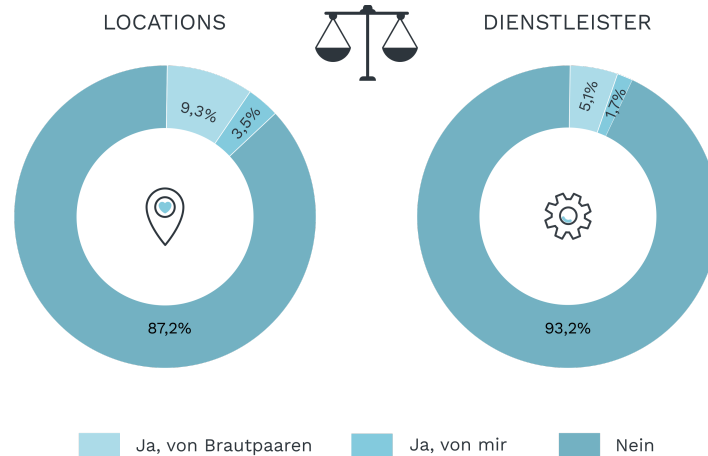
## Hat sich das Verhältnis zu den Brautpaaren in der Krise eingetrübt?



Trotz aller Schwierigkeiten bei der Bekämpfung der COVID 19-Pandemie kommt es bei dieser Frage zu einem erstaunlichen Vertrauensvotum zwischen Unternehmen und Kunden. Die Veranstaltungsorte und auch die weiteren Dienstleister scheinen eine erheblich gefestigte und erfreulich gute Beziehung zu ihren Kunden zu pflegen.

Jeweils etwa die Hälfte aller Firmen berichten nicht davon, dass sich die Krise negativ auf ihr Verhältnis zu den Brautpaaren ausgewirkt hätte. Und jeweils etwa ein Viertel meinen, dass dies nur teilweise geschehen sei bzw. bejahen die Verschlechterung der Kundenbeziehungen nachdrücklich. Der geduldige Schulterschluss und das Verständnis füreinander überwiegen.

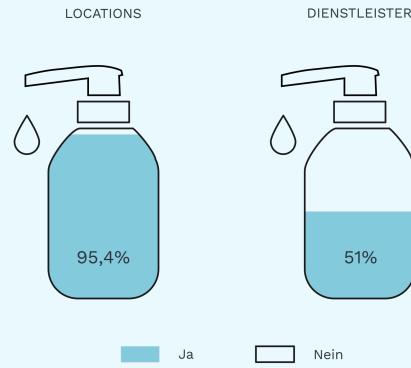
## Rechtsstreitigkeiten zwischen Kunden und Unternehmen? Von wem ausgehend?



Gestützt wird das überraschend positive Akzeptanzbild füreinander ebenfalls dadurch, dass es offensichtlich kaum zu juristischen Auseinandersetzungen zwischen den Anbietern aus der Hochzeitsbranche und den Brautpaaren wegen der Verwerfungen durch die Corona-Krise kommt.

Jeweils etwa neun von zehn Unternehmen beider Befragungsgruppen meinen, dass keine Seite rechtliche Schritte eingeleitet hat. Es gibt kaum Streit um entgangene oder nicht realisierbare Aufträge. Und wenn es in seltenen Fällen überhaupt einmal zum Zwist kommt, dann geht der juristische Klärungswille eher vom Brautpaar aus.

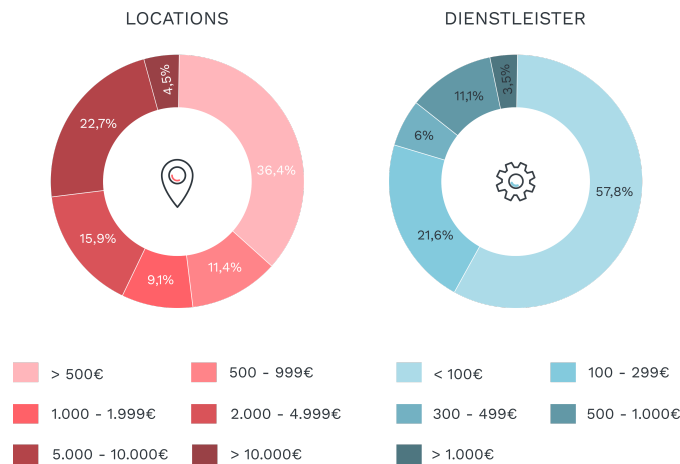
## Hygienekonzepte durch Unternehmen erstellt?



Das große Engagement der Unternehmen, die Krise bestmöglich zu managen, trägt viel zu diesem guten Vertrauensverhältnis bei. Das schlägt sich beispielsweise bei der Erstellung nachhaltiger Hygienekonzepte nieder. Die Brautpaare wissen das Bemühen der Firmen zu schätzen, ihnen und ihren Gästen größtmögliche Sicherheit zu bieten.

An dieser Stelle kommt es zwar zu erheblichen Unterschieden bei den Anbietern. Nahezu jede Location hat ein Hygienekonzept auf die Beine gestellt. Bei den weiteren Dienstleistern hat das nur etwa die Hälfte getan. Doch das ist vermutlich der Logik der Sache geschuldet. Denn ein Veranstaltungsort kann und muss für den Gesamt Ablauf einer Veranstaltung viel mehr tun, als es zum Beispiel ein einzelner Fotograf, Florist oder Trauredner je tun könnte.

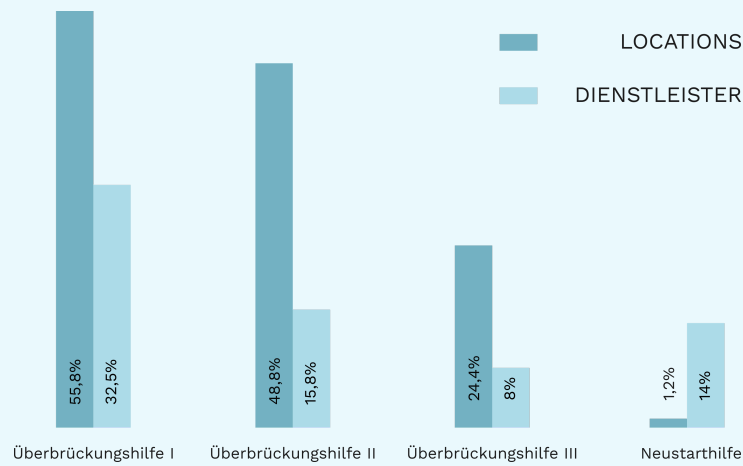
## Kosten für das Hygienekonzept?



Letztgenannter Umstand – die hohe Verantwortung und das ausgeprägte Engagement vor allem der Betreiber von Locations bei den Hygienekonzepten – zeigt sich dann auch bei den Kosten, mit denen so ein Konzept bei den Unternehmen zu Buche schlägt. Während mehr als die Hälfte der weiteren Dienstleister nur bis zu 100 Euro in ihr Hygienekonzept investiert haben, hat etwa ein gutes Drittel der Locations bis zu 500 Euro hineingesteckt.

Rund ein Fünftel aller Veranstaltungsorte – sicherlich die größten und rege frequentierten unter ihnen – haben sogar 5.000 bis 10.000 Euro in Hygienekonzepte gesteckt. Der Spitzenreiter in dieser Kategorie nahm dafür stolze 50.000 Euro in die Hand. Im statistischen Schnitt kostet das Hygienekonzept einer Location somit aktuell rund 3.247 Euro, das eines anderen Dienstleisters etwa 253 Euro.

## Welche und wie viel Überbrückungshilfen Unternehmen erhalten?

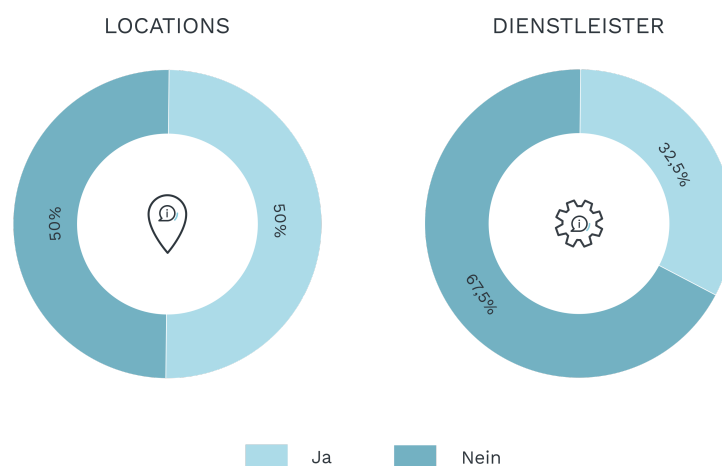


Schwierig, teils intransparent und auf jeden Fall lokal und regional unterschiedlich: So stellt sich die Lage nahezu überall extrem fragmentiert dar. Dabei ist es gleich, ob es zum Beispiel Lockdowns, Modellprojekte, Schulschließungen oder Impfabläufe betrifft. Und so divergierend sind auch die wirtschaftlichen Hilfen, die die Firmen der Hochzeitsbranche von Bund, Ländern und Kommunen erhalten.

Damit es in dieser Studie irgendwie noch vergleichbar zugeht, wurden deshalb hier ausschließlich die einheitlichen Überbrückungshilfen I-III und die Neustarthilfe abgefragt. Wie sich dabei zeigt, scheinen die Locations im Ergebnis sehr viel mehr Unterstützung zu erfahren als die anderen Dienstleister. Leicht ist der Unterschied nicht.

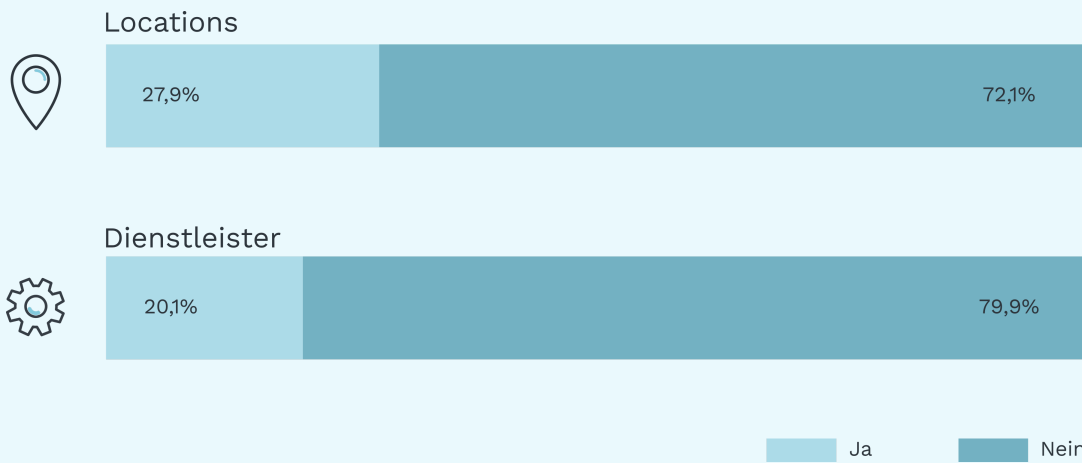
Während beispielsweise rund jede zweite Location von den Überbrückungshilfen I und II profitiert hat, genoss bei den weiteren Dienstleistern nur jede dritte oder gar jede sechste Firma dieselbe Unterstützung. Im Umkehrschluss bedeutet dies freilich auch, dass die Solo-Selbstständigen, die die gesamte Branche mit sieben von zehn Anbietern stark prägen, sehr viel weniger Hilfen vom Staat erhalten haben als größere Unternehmen.

## Informationen durch Behörden zu Unternehmenshilfen?



Dieses Ungleichgewicht bei den finanziellen Unternehmenshilfen setzt sich augenscheinlich auch bei der Informationspolitik der Behörden dazu fort. Während zu Anfang der Pandemie immerhin wenigstens rund 50 Prozent der Locations entsprechende Informationen erhielten, beantworten dieselbe Frage bei den Dienstleistern nur rund ein Drittel mit Ja.

## Die Gefühlsfrage: Unterstützt der Staat seine Unternehmen ausreichend?



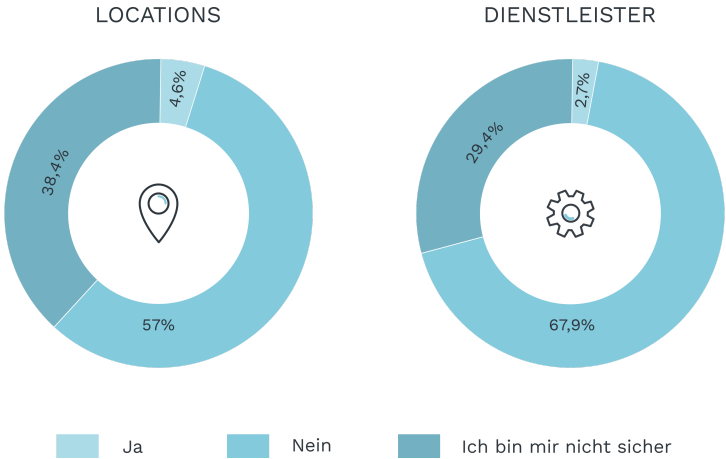
Als einzelner Unternehmer sich vom Staat in schwierigen Zeiten mitgenommen und gewertschätzt zu fühlen, zumindest so, dass man seiner Tätigkeit in irgendeiner Form und in irgendeinem Rahmen zum Zeitpunkt X wieder nachgehen darf. Oder wenn das (noch) nicht möglich sei, sich in anderer Weise einbringen zu können. Darum ging es bei dieser Frage.

Die Antworten fallen unisono und eindeutig aus. Nur etwa jede vierte Location und nur rund jeder fünfte weitere Dienstleister ist mit der staatlichen Rolle in der Pandemie zufrieden, fühlt sich unterstützt. Die übergroße Mehrheit hingegen fühlt sich teils oder ganz allein gelassen. Das ist eine erschreckende Zwischenbilanz.

# 5. Die Erwartungen der Hochzeitsbranche für 2021 und die Folgejahre

Mit 2021 sind die meisten innerlich schon wieder durch. Bestenfalls für das zweite Halbjahr erwarten sich die Unternehmen der Hochzeitsbranche einen moderaten Aufschwung. Nur sehr wenige scheint das Thema Corona weniger stark zu treffen. Realistisch kalkulieren die Firmen 2021 erneut mit einer Buchungs- und Auftragsflaute, auch wenn diese mit hoffentlich „nur“ minus 57 Prozentpunkten etwas milder ausfällt als der Totalabsturz im Jahr zuvor. Gute Aussichten sind jedenfalls etwas anderes. Diese dürften wohl erst ab 2022 wiedereinsetzen.

## Die akute Gretchenfrage: Können Hochzeiten 2021 wie geplant stattfinden?



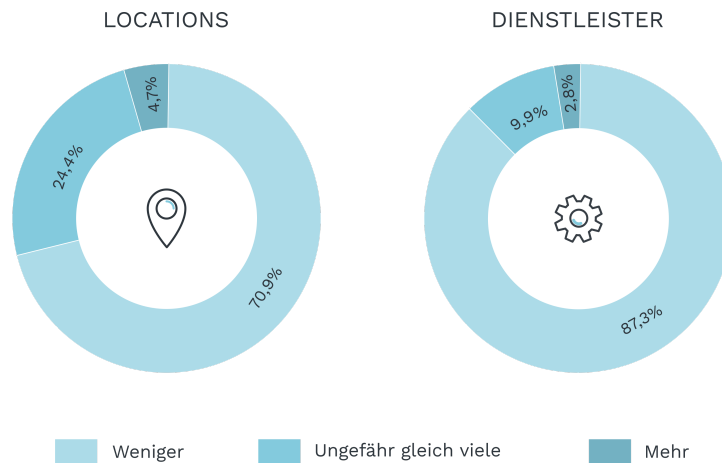
Etwa jeweils eine Zwei-Drittel-Mehrheit der Firmen bei Locations und Dienstleistern sagen Ja zum Nein. Ja, ihrer Meinung nach wird auch 2021 massiv geprägt vom Coronavirus und der COVID 19-Pandemie bleiben. Und nein, Hochzeiten können auch dieses Jahr häufig nicht stattfinden wie nach erwünschter Planung. Rund ein Drittel hofft noch darauf. Und nur eine kleine Minderheit bleibt konsequent positiv und glaubt daran, dass 2021 alles wieder weitgehend wie zuvor vonstattengehen kann.

## Ab wann rechnen die Firmen damit, dass Hochzeiten wieder wie geplant stattfinden?



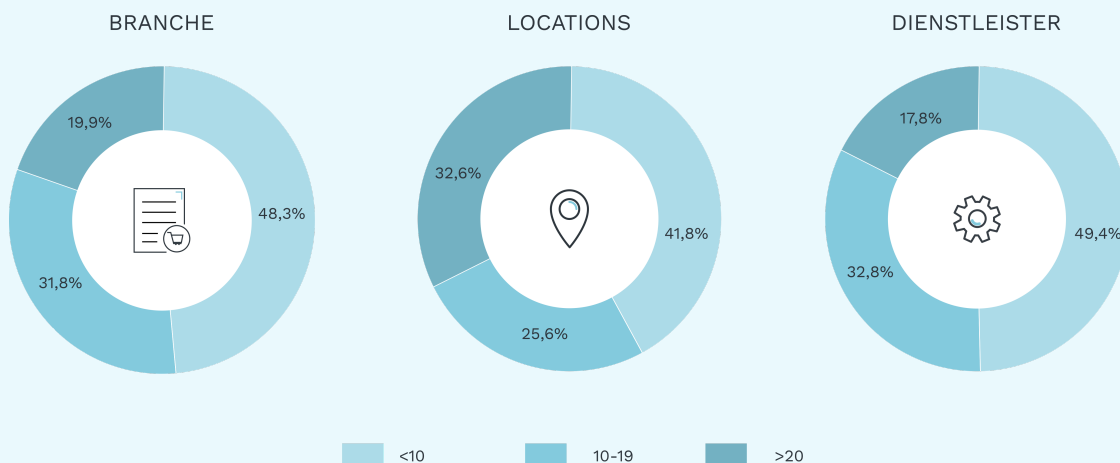
Die Luft für April und Mai 2021 ist bei den meisten Unternehmen schon raus. Fast keiner erwartet, dass vor Juni 2021 ein bisschen Normalität in den Markt zurückkehrt. Eine leichte optimistische Mehrheit bei den Locations tippt auf Juni, eine ebenso leichte Mehrheit bei den weiteren Dienstleistern auf Juli. Eine signifikante Anzahl an „realistischen Pessimisten“ – immerhin jeder Fünfte in beiden Befragungsgruppen – schätzt sogar, dass das vor Oktober 2021 gar nichts mehr wird, sondern erst später.

## Wie viele Buchungsanfragen in der aktuellen Situation?



Auch hier bleibt die Lage derzeit noch recht düster. Sieben von zehn Firmen (Locations) bzw. fast neun von zehn Firmen (andere Dienstleister) geben an, dass sie gegenwärtig weniger Buchungsanfragen erhalten als zu Zeiten vor der Corona-Krise. Ein kleiner Lichtblick ist das überraschende Viertel bei den Veranstaltungsorten, die meinen, sie hätten etwa gleich viele Anfragen. In der absoluten Minderheit bleiben die Glücklichen, die sogar mehr Anfragen erhalten.

## Wie viele Buchungen könnten es (Stand jetzt) 2021 realistisch werden?

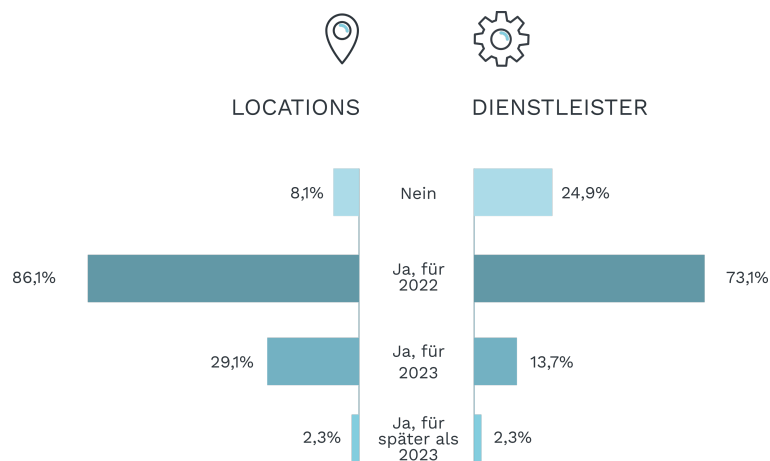


Erneut tragen die Locations bei diesem Ausblick mehr Hoffnungsschimmer in den Augen als die anderen Dienstleister. Zwar erwarten über 40 Prozent nicht mehr als zehn Buchungen für dieses Jahr. Doch fast jeder dritte Veranstaltungsort plant schon wieder mit mehr als 20 Buchungen. Bei den weiteren Dienstleistern rechnet dagegen fast die Hälfte mit nicht mehr als zehn Buchungen.

Unterm Strich (über alle Anbieter gerechnet) prognostiziert sich die Branche im Schnitt selbst für 2021 also ca. zwölf Aufträge pro Unternehmen. Das ist zwar besser als die acht Aufträge aus 2020, aber weit vom Normdurchschnittswert von 28 aus Vor-Corona-Zeiten entfernt. Die Aussichten in Relation zum Normalbetrieb würden sich lediglich von minus 71 Prozent auf minus 57 Prozent „verbessern“.



## Buchungsanfragen für die Folgejahre?



Endlich mal gute Nachrichten: So möchte man meinen bei den Aussichten für die hoffentlich schnell eintretende Post-Corona-Ära. Und so sehen es scheinbar auch die Kunden. Bei fast neun von zehn Locations gehen Anfragen der Brautpaare jetzt schon für kommende Termine im Jahr 2022 ein, bei einem Drittel davon sogar schon für 2023. Eine ähnliche Tendenz ist bei den anderen Dienstleistern zu erkennen.

## 6. Die qualitativen Anmerkungen der Befragten

Bei Befragungen geben wir den Interviewten am Ende stets die Möglichkeit eines qualitativen und frei formulierbaren Kommentars. Normalerweise wird diese Möglichkeit nicht häufig genutzt. Selbst formulierte zusätzliche Wortmeldungen bleiben eher die Ausnahme. Bei dieser Studie war das anders. Etwa ein Drittel der Teilnehmer äußerte sich freiwillig und initiativ zu individuellen Sorgen und Nöten.

Deshalb seien der Tendenz nach (also nach Häufigkeit der Nennungen) zum Abschluss noch die drei größten Wünsche und Sorgen benannt, die die Unternehmen der Hochzeitsbranche aktuell umtreiben:

1. Größtes Manko ist das von nahezu fast allen Befragten thematisierte quasi **„unendliche“ Thema der staatlichen Hilfen** während der Corona-Krise. Die Matrix der Mängel geht hier extrem weit auf. Viele „Hilfen“ sind zum Beispiel so gestrickt, dass sie gänzlich an der Geschäftsrealität vieler Firmen vorbeizielten. Etliche Geschäftsmodelle fallen leicht durch jedes Hilfsraster.

Oder die **Bürokratie und sich ständige ändernde Regeln** machen es faktisch unmöglich, an Hilfen zu kommen. Geschäftsführer etwa können zwar Mitarbeiter, aber nicht sich selbst bezahlen. Solo-Selbstständige finden Sozialbeiträge wie Krankenkassenabgaben und Lebenshaltungskosten nicht berücksichtigt. Nebenberufler finden gar nicht statt. Der Begriff der Fixkosten ist zuweilen nicht nur höchst veränderlich, sondern auch noch höchst kreativ gestaltet.

Und selbst wenn ein Unternehmen und sein aufs Äußerste engagierter Steuerberater es tatsächlich doch schaffen, an staatliche Hilfen zu gelangen, die helfen – also solche, die mehr sind als Kredite und Darlehen – **lässt dann oft die Auszahlung monatelang auf sich warten**. Bürokratie und Gesetzgeber machen es jedem Hochzeitsplaner und Hochzeitsprofi alles andere als leicht, im Job zu überleben. Sie geben vorsichtig ausgedrückt ein ruinöses Bild ab.

2. Knapp dahinter an zweiter Stelle der häufigsten Nennungen (ebenfalls mehr als 90 Prozent Erwähnungen) folgt die **bemängelte Planbarkeit**. Unternehmen erreichen Ziele. Unternehmen können auch unter widrigen Umständen arbeiten, wenn ihnen stabile Regeln, Perspektiven und Pläne bekannt sind, nach denen sie sich richten können. Schlechterdings formulieren die Politiker in Deutschland nur kaum verlässliche Perspektiven.

Wann und wie wieder an einen wie auch immer gearteten Geschäftsbetrieb zu denken sei, steht allein in den Sternen. Fast alle Unternehmen der Hochzeitsbranche **fühlen sich hingelassen von trägen Behörden** und sprunghaft agierenden politischen Entscheidungsträgern. Verlass ist nur darauf, dass auf nichts Verlass ist. Verlässlichkeit, Perspektive, Planbarkeit? Fehlanzeige!

3. An dritter Stelle mahnt immerhin noch etwa die Hälfte aller frei Kommentierenden dezidiert eine **bessere Informationspolitik** an. Die Träger von deutscher Legislative und Exekutive – Behörden, Ämter und Gesetzgeber – ließen es demzufolge nunmehr schon länger nachhaltig vermissen, ihr Handeln und Tun so zu erklären, dass ihnen die Unternehmen und Bürger folgen könnten. Konsistente Nachrichten dazu sind Mangelware.

Anstatt Krise und Krisenkommunikation verständlich zu gestalten, folgt lediglich eine Durchhalteparole auf die nächste – darunter auch solche, die schon längst durch neue Fakten und Erkenntnislagen überholt sind. Das Virus führt durch das Leben, anstatt dass die verantwortlichen Politiker durch ein Leben mit dem bzw. gegen das Virus führen. **Das Vertrauen in die Politik und in die öffentliche Verwaltung schwindet** in weiten Teilen der Branche stark.

## Informationen zu dieser Studie

Anzahl der Hochzeitsdienstleister: 1.298

Befragungszeitraum: 10. bis 30. März 2021

Befragungsdesign: Online-Umfrage

Befragt durch: WeddyPlace

Gerne können alle Ergebnisse und Grafiken der Studie kostenfrei genutzt werden. Allein der Urheber WeddyPlace ist bei Verwendung kenntlich zu machen.