

Jahresbericht 2019

Sparkassen- Tourismusbarometer Niedersachsen



Finanzgruppe
Sparkassenverband Niedersachsen



Sparkassen-Tourismusbarometer Niedersachsen

Jahresbericht 2019

VORWORT

Das Tourismusbarometer hat klare Ansprüche: Es beobachtet kontinuierlich, problembezogen und handlungsorientiert die Tourismusentwicklung in Niedersachsen, den Ländern und Regionen sowie auf Bundesebene. Es zieht einen Mehrwert aus vielen unterschiedlichen Datenquellen und ergänzt sie um eigene Erhebungen. Aus einem Flickenteppich unterschiedlicher Daten und Markttrends schafft es ein Gesamtbild der Tourismusentwicklung. Es macht auf Erfolge und Misserfolge sowie auf strukturelle Veränderungen im Tourismus aufmerksam, weist frühzeitig auf problematische Entwicklungen hin und zeigt Perspektiven auf.

Der Tourismus in Niedersachsen wächst. Die Zahl der Gästeübernachtungen ist weiter angestiegen. Das war in den vergangenen Jahren in allen Regionen des Landes zu spüren. Noch wichtiger: Auch die Umsätze bei den Betrieben steigen und die weiteren betriebswirtschaftlichen Kennzahlen in der Branche ebenfalls. Das können wir mit unseren elektronischen Bilanzdaten in den Sparkassen des Landes exklusiv nachweisen. Der jüngste Kurs des Niedersachsen-Tourismus stimmt also, wenngleich die Potenziale auf der Hand liegen.

Liebe Leserinnen und Leser, der Tourismus im Land entwickelt sich weiter, aber auch die Wettbewerber sind nicht untätig. Ob beim Ausschöpfen der Potenziale ausländischer Quellmärkte, bei der Gästezufriedenheit oder den Investitionen. Wir sind gefordert, gemeinsam und stetig das Angebot, die konkreten Produkte und Innovationen voranzubringen.

Konstruktive Unterstützung für engagierte und zukunftsorientierte Unternehmen und Kommunen ist und bleibt das Motto für die niedersächsischen Sparkassen. Der Barometerbericht 2019 zeigt Ihnen mit exklusiven Daten und Hintergrundinformationen Chancen und Möglichkeiten für eine erfolgreiche Fortführung Ihrer Arbeit auf.

Ich wünsche Ihnen eine spannende und inspirierende Lektüre und geschäftlich viel Erfolg.



Thomas Mang
Präsident
Sparkassenverband Niedersachsen

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	2
INHALTSVERZEICHNIS.....	3
MANAGEMENT SUMMARY	4
I EINFÜHRUNG.....	7
II NIEDERSACHSEN-TOURISMUS IM WETTBEWERBSVERGLEICH	8
1 Rahmenbedingungen und Stimmung	8
2 Touristische Nachfrage	11
2.1 Übernachtungen	11
2.2 Herkunftsstruktur	14
3 Touristisches Angebot	16
3.1 Kapazitäten im Beherbergungsgewerbe	16
3.2 Wettbewerbsfähigkeit.....	18
3.3 Kapazitäten in der Sharing Economy.....	19
4 Betriebstypen im Vergleich	20
5 Destinationstypen im Vergleich.....	24
5.1 Küstenregionen	24
5.2 Mittelgebirge.....	25
5.3 Städte	27
III FREIZEITWIRTSCHAFT UND GASTGEWERBE IN NIEDERSACHSEN	29
1 Freizeit- und Kultureinrichtungen	29
1.1 Aktuelle Besucherentwicklung	30
1.2 Niedersächsische Freizeitwirtschaft im Wettbewerbsvergleich	32
1.3 Bedeutung verschiedener Einflussgrößen für die Besucherentwicklung	34
1.4 Perspektiven und Trends in der Freizeitwirtschaft	37
2 Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe	38
2.1 Konjunktur- und Marktbewertung	38
2.2 Betriebswirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen	44
2.3 Situation und Entwicklung nach Betriebstypen auf Bundesebene	47
3 Qualität der Betriebe	52
3.1 Gästezufriedenheit.....	52
3.2 Klassifizierungssysteme.....	55
3.3 Themenlabel.....	58
3.4 Qualitätssiegel	63
Anhang.....	65
Literatur	81

MANAGEMENT SUMMARY

NIEDERSACHSEN-TOURISMUS IM WETTBEWERBSVERGLEICH

Erfolgsbranche Tourismus auf der Überholspur, doch Deutschland schöpft sein Potenzial noch nicht voll aus

Die Tourismusbranche wächst weltweit kontinuierlich weiter. 2018 lag das Plus internationaler Ankünfte bei 6 Prozent. Laut World Travel & Tourism Council (WTTC) hat insbesondere Deutschland weiteres Potenzial im Ausbau des Incoming-Tourismus. Die Stimmung der Touristiker in Niedersachsen ist dabei verhalten positiv. Eine Vielzahl externer Einflussfaktoren (zum Beispiel Wetter, Veränderungen auf dem Beherbergungsmarkt, Digitalisierung) stellen die Destinationen vor wachsende Herausforderungen. Gleichzeitig wird das Aufgabenspektrum der niedersächsischen Tourismusorganisationen vielfältiger. Neben dem klassischen Außenmarketing, lange Zeit die Hauptfunktion im Selbstverständnis vieler Touristiker, nehmen die Produktentwicklung, die Attraktivitätserhöhung der bestehenden Infrastruktur und das Innenmarketing an Bedeutung zu.

Bilanz 2018: Alle Regionen im Plus, Incoming-Tourismus mit weiterem Potenzial

Der Tourismus in Niedersachsen wächst. Seit 13 Jahren konnte das Bundesland fast jedes Jahr Übernachtungszuwächse verbuchen. 2018 zählte zu den erfolgreichsten Tourismusjahren, wenngleich die Nachfragedynamik erneut hinter dem Bundesdurchschnitt zurückblieb. Erfreulicherweise haben alle niedersächsischen Reisegebiete zu dem erfolgreichen Tourismusjahr 2018 beitragen und an Übernachtungsvolumen zulegen können. Der Incoming-Tourismus entwickelte sich besser als die inländische Nachfrage, wenn auch nur leicht. In vielen anderen Bundesländern sind die Übernachtungen ausländischer Gäste ein deutlich stärkerer Wachstumstreiber für die Gesamtnachfrage. Im Hinblick auf die Herkunftsstruktur der Gäste hat sich in den letzten fünf Jahren wenig verändert. Nach wie vor dominiert der Inlandstourismus, und im Incoming-Segment liegen vor allem europäische Nahmärkte an der Spitze.

Hinweis: Die amtliche Statistik stellt die Touristiker derzeit vor Interpretationsprobleme. In einigen Bundesländern, darunter Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein und Bayern, fanden umfangreiche Berichtskreisprüfungen statt, was bedeutet, dass die Liste der meldepflichtigen Betriebe aktualisiert wurde. Nach Angaben des Statistischen Landesamtes Niedersachsen, wird es ab 2020 auch eine entsprechend umfangreiche Berichtskreisprüfung in Niedersachsen geben (Kapitel II, 2.1).

Trotz Kapazitätsausbau kommt Niedersachsen bei der Wettbewerbsfähigkeit des Beherbergungsmarktes zu langsam voran

Bereits das vierte Jahr in Folge wurde in Niedersachsen offensichtlich kräftig investiert, denn das Kapazitätsvolumen wuchs 2018 erneut wesentlich stärker als deutschlandweit. Besonders dynamisch bauten die Regionen Untere Elbe-Unterweser, Oldenburger Münsterland, Braunschweiger Land, Ostfriesland und Mittelweser das Beherbergungsangebot aus. Auch die beiden Mittelgebirgsregionen, die in den Jahren zuvor von einer Marktbereinigung betroffen waren, schlossen das Jahr 2018 mit einem Plus ab. Trotz der neuen Kapazitäten am Markt bleibt die Beherbergungsstruktur kleinteiliger und die Auslastung schwächer als bei der Konkurrenz. Neben den gewerblichen Unterkünften, die von der amtlichen Statistik ausgewiesen werden, ist auch der private Beherbergungsmarkt in Bewegung. So nimmt der Wettbewerbsdruck weiter zu, auch durch neue Angebote im Sharing-Segment. Allein die Zahl der Airbnb-Inserate in Niedersachsen ist um rund 35 Prozent gestiegen. Mit mehr als 11.000 Einheiten hat sich dieser Teil des grauen Marktes mittlerweile zu einem bedeutenden Angebotssegment für den

Niedersachsen-Tourismus entwickelt, wenngleich die Plattform immer häufiger auch von klassischen Pensionen oder Hotels genutzt wird.

Niedersachsen im Bundesvergleich: Fast alle Betriebstypen mit unterdurchschnittlicher Performance

Zwar konnten erfreulicherweise alle Betriebstypen in den vergangenen fünf Jahren steigende Übernachtungszahlen verbuchen, doch mehrheitlich entwickelten sie sich weniger dynamisch als ihre Wettbewerber in anderen Bundesländern. Und auch ein Blick auf die Wettbewerbsfähigkeit offenbart eine unterdurchschnittliche Performance fast aller Unterkunftssegmente. Zu den Wachstumstreibern in Niedersachsen zählen neben den Hotels und dem Campingtourismus die Hotels garnis und das Ferienwohnungssegment. Gerade Letztere legten jedoch wesentlich weniger zu als ihre boomende Konkurrenz in anderen deutschen Urlaubsregionen. Anhaltend Sorgen bereiten hingegen die Pensionen und Gasthöfe, die insbesondere im touristisch wichtigen ländlichen Raum immer mehr vom Markt verschwinden. Aber auch Gruppenunterkünfte sowie Vorsorge- und Rehakliniken verlieren weiter an Wettbewerbsfähigkeit. Die Versorgung mit Beherbergungs- und Gastronomieangeboten in der Fläche wird ein Thema.

Hitzesommer 2018 schwächt Gesamtentwicklung in der Freizeitwirtschaft

Die Freizeiteinrichtungen in Niedersachsen konnten 2018 das Vorjahresergebnis halten. Die Witterung hatte erneut starken Einfluss auf diese Entwicklung. Aufgrund des heißen, trockenen Sommers konnten nur wenige Kategorien nennenswerte Zuwächse verbuchen. Strandbesucher und die Ausflugsschiffahrt profitierten enorm, während verschiedene Indoor- wie Outdoor-Einrichtungen verloren. In den letzten Jahren lagen die Besucherzahlen kontinuierlich über denen des Jahres 2013. Eine große Dynamik ist allerdings nicht festzustellen. Bei den Kategorien liegen die Strandbesucher und die Ausflugsschiffahrt vor allem aufgrund der Ergebnisse von 2018 vorn. Am hinteren Ende der Skala liegen Freilichtmuseen/Besucherbergwerke und Besucherführungen. Im Bundesländervergleich platziert sich Niedersachsen 2018 sehr gut und liegt im Küstenbundesländervergleich vorn. In Schleswig-Holstein gingen die Besucherzahlen leicht, in Mecklenburg-Vorpommern sogar deutlich zurück. Dabei konnten die Einrichtungen weiterhin Preissteigerungen am Markt durchsetzen. Die Eintrittspreise in Niedersachsens Freizeitwirtschaft liegen 2019 im Vergleich zu anderen Bundesländern und Regionen recht hoch.

Konjunktur- und Marktbewertung: Leichte Stimmungsdelle bei den Unternehmen

Die schwächere Entwicklung der Gesamtkonjunktur in Deutschland lässt Unternehmer nachdenklich werden. Im niedersächsischen Gastgewerbe erwarten noch knapp 86 Prozent der Betriebe günstigere oder gleichbleibende Bedingungen für das laufende Geschäftsjahr, während 93,4 Prozent mit dem vergangenen Geschäftsjahr mindestens zufrieden waren. Ein langsames Wachstum zeigt sich auch im Beherbergungsmarkt. Zwar gingen die Umsätze dank höherer Zimmerpreise weiter nach oben, der RevPAR (Zimmererlös) stieg allerdings deutlich moderater als in den vergangenen Jahren. Im touristischen Arbeitsmarkt ging die Zahl der unbesetzten Ausbildungsstellen in Niedersachsen entgegen dem deutschlandweiten Trend 2018 zurück. Zudem stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Vergleich zu Minijobs spürbar. Das darf indes nicht über den anhaltenden Fachkräfte-, Nachwuchs- und Nachfolgemangel hinwegtäuschen.

Wachsendes Eigenkapital – konstant sinkender Verschuldungsgrad

Insgesamt steigende Nachfragewerte und die positive Marktstimmung der letzten Jahre spiegeln sich in der Branche auch in den betriebswirtschaftlichen Ergebnissen wider. Langfristig betrachtet stieg zum Beispiel die Gewinnmarge bei stabiler Innenfinanzierungskraft an. Die Gesamtkostenbelastung konnte seit 2007 im niedersächsischen Beherbergungssegment erheblich verringert werden, während diese in der Gastronomie anstieg. Alles in allem dürften die Bonitätsbewertungen für gastgewerbliche Betriebe zwischenzeitlich besser ausfallen. Die Schuldentilgungsfähigkeit und die Eigenkapitaldecke verbesserten sich deutlich. Im Median können die niedersächsischen Betriebe ihre Schulden fast eineinhalb Jahre schneller tilgen als noch 2012. Dabei fällt die Investitionsbereitschaft in Niedersachsen etwas geringer, die tatsächliche Investitionstätigkeit hingegen etwas höher aus als in den anderen Küstenbundesländern und in der Bundesrepublik Deutschland.

Erfreuliche Fortschritte bei der Gästezufriedenheit in Niedersachsen – Zuwächse in fast allen Regionen

Die Zufriedenheit der niedersächsischen Gäste ist ausbaufähig. Die Bewertungen der Unterkünfte auf einschlägigen Online-Plattformen fallen – trotz erfreulicher Zuwächse in fast allen Regionen – weiterhin unterdurchschnittlich aus (TrustScore). Handlungsbedarf besteht vor allem bei der Hardware der Beherbergungsbetriebe selbst, zum Beispiel bei der Gebäudesubstanz und den Zimmern. Gleichzeitig sind die Wiederbesuchs- und die Weiterempfehlungsabsicht gering.

Bei den Qualitätsinitiativen als weiterem Indikator für die Qualitätsentwicklung im Tourismus in Niedersachsen ist der Abwärtstrend nach deutlichen Rückgängen bei der Hotelklassifizierung zumindest kurzfristig gestoppt. 2018 kamen wieder mehr Sterne-Hotels hinzu. Dennoch ist die Marktabdeckung der DEHOGA-Sterne noch längst nicht wieder auf dem Rekordniveau von 2015 angekommen. Dagegen verliert das Klassifizierungssystem des DTV für Ferienobjekte seit Jahren kontinuierlich Teilnehmer, in Niedersachsen fast flächendeckend. Die themenorientierten Qualitätsinitiativen wiederum senden unterschiedliche Signale. Bei der Zertifizierung wanderfreundlicher Gastgeber kam Niedersachsen, vor allem durch die Aktivitäten in der Lüneburger Heide und bei den NORDPFADEN, weiter voran und konnte seinen Marktanteil in Deutschland deutlich ausbauen. Und in puncto Barrierefreiheit schwimmt Niedersachsen ebenfalls weiter auf der Erfolgswelle. Unterdessen verliert das Siegel Bett+Bike seit Jahren an Bedeutung, in den niedersächsischen Regionen sogar stärker als anderswo. Fragen der Qualitätsverbesserung im für Niedersachsen so wichtigen Fahrradtourismus sind demnach ein Thema.

I EINFÜHRUNG

Das Sparkassen-Tourismusbarometer Niedersachsen gibt es seit 2003. Träger ist der Sparkassenverband Niedersachsen (SVN) unter Beteiligung der Stadt Bremerhaven. Es wird von der dwif-Consulting GmbH wissenschaftlich betreut und durchgeführt.

Ziele

Das Tourismusbarometer¹ dient der kontinuierlichen, problemorientierten Beobachtung der Tourismusentwicklung in Niedersachsen und seinen Reisegebieten. Es wird auch für Ostdeutschland, Schleswig-Holstein, das Saarland und in Westfalen-Lippe erstellt.

Das Tourismusbarometer macht den Nutzer auf Erfolge und Misserfolge sowie auf wichtige strukturelle Veränderungen der Tourismusentwicklung aufmerksam. Es fungiert als Frühwarnsystem für problematische Entwicklungen und erlaubt, Handlungsbedarf zu identifizieren. Das kontinuierliche Monitoring ermöglicht zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche. Das Tourismusbarometer soll letztlich Entscheidungsfindungen für Infrastrukturentwicklung und Marketing erleichtern.

Das Tourismusbarometer ...

- ermöglicht durch den Einsatz eines umfassenden Datensets strukturelle, (über-)regionale Vergleiche und Einschätzungen zur Angebots- und Nachfrageentwicklung des Tourismus in Niedersachsen.
- schließt wesentliche Informationslücken der amtlichen Tourismusstatistik.
- bietet als einziges Marktforschungsinstrument Informationen zum Markterfolg unterschiedlichster touristischer Freizeiteinrichtungen, der sogenannten touristischen Wetterstationen.
- analysiert die aktuelle wirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen.
- gibt einen Überblick über das aktuelle Qualitätsniveau der Betriebe in Niedersachsen.

Abb. 1: Module des Tourismusbarometers



Quelle: dwif 2019

¹ www.svn.de und www.sparkassen-tourismusbarometer.de

II NIEDERSACHSEN-TOURISMUS IM WETTBEWERBSVERGLEICH

1 Rahmenbedingungen und Stimmung

Zusammenfassung

- Die Tourismusbranche wächst weltweit kontinuierlich weiter. 2018 lag das Plus internationaler Ankünfte sogar bei 6 Prozent. Laut World Travel & Tourism Council (WTTC) hat insbesondere Deutschland weiteres Potenzial im Ausbau des Incoming-Tourismus.
- Die Stimmung der Touristiker in Niedersachsen ist verhalten positiv. Eine Vielzahl externer Einflussfaktoren (zum Beispiel Wetter, Veränderungen auf dem Beherbergungsmarkt, Digitalisierung) stellen die Destinationen vor wachsende Herausforderungen
- Das Aufgabenspektrum der niedersächsischen Tourismusorganisationen wird vielfältiger. Neben dem klassischen Außenmarketing, lange Zeit die Hauptfunktion im Selbstverständnis vieler Touristiker, nehmen die Produktentwicklung, die Attraktivitätserhöhung der bestehenden Infrastruktur und das Innenmarketing in Richtung Branche an Bedeutung zu. Gleichzeitig gehen die meisten Touristiker für 2019 von stabilen Personal- und Budgetressourcen aus.

Weltweit zeigt sich die Branche angesichts fortwährender Erfolgsmeldungen immer selbstbewusster und unterstreicht ihren (enormen) Beitrag zur globalen Wertschöpfung. Nach Schätzungen der Welttourismusorganisation UNWTO waren im vergangenen Jahr erstmals mehr als 1,4 Milliarden Touristen über die eigenen Landesgrenzen hinweg unterwegs. Das Plus von etwa 6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr übertraf alle Erwartungen und lag klar über dem globalen Wirtschaftswachstum von 3,7 Prozent.² Laut Angaben des Branchenverbandes World Travel & Tourism Council (WTTC) legte der Tourismus, gemessen am Beitrag zum weltweiten Bruttoinlandsprodukt (GDP), um 3,9 Prozent zu und stieg damit schneller als die übrige Wirtschaft (+3,2 Prozent). Inzwischen sind rund 10 Prozent der weltweiten Wirtschaftsleistung auf den Tourismus zurückzuführen.³

Erfolgsbranche Tourismus auf der Überholspur, doch Deutschland schöpft sein Potenzial noch nicht voll aus.

Auch in Deutschland macht sich die immense Bedeutung des Tourismus bemerkbar, nicht zuletzt angesichts des erneuten Rekordjahres 2018. In der Bundesrepublik ist die Reisebranche mittlerweile wichtiger als viele Industrie-sektoren, die typischerweise mit Deutschland assoziiert werden, sei es der Maschinenbau, die chemische und pharmazeutische Industrie oder die Informationstechnologie. Das beflügelt die Branche.

WTTC-Präsidentin Gloria Guevara Manzo stellt allerdings fest: „Deutschland hat keinen adäquaten Anteil am globalen Reise- und Tourismusgeschäft.“ Zum einen habe der Reise- und Tourismussektor in der Bundesrepublik nur einen unterdurchschnittlichen Anteil von 8,6 Prozent am gesamten Bruttoinlandsprodukt. Zum anderen sei dieser Wert im vergangenen Jahr lediglich um 1,2 Prozent gestiegen. Im europäischen Durchschnitt lag der Zuwachs mit 3,1 Prozent (weltweit sogar 3,9 Prozent) deutlich höher.⁴ Deutschland wird also auch von internationaler Expertenseite weiteres Potenzial bescheinigt.

² UNWTO World Tourism Barometer, Januar 2019

³ www.wttc.org

⁴ www.welt.de

Ausblick auf das Tourismusjahr 2019

Die Branche blickt positiv in das neue Reisejahr. Weltweit geht die UNWTO für 2019 von einem Wachstum der internationalen Ankünfte zwischen 3,0 und 4,0 Prozent aus. Auch der Deutschland-Tourismus könnte in diesem Jahr den zehnten Rekord in Folge einfahren. Denn eine anhaltend erfreuliche Reiselaune der Deutschen prognostizieren – trotz leichter Konjunkturabkühlung – sämtliche Befragungen, von der Tourismusanalyse der Stiftung für Zukunftsfragen über die Reiseanalyse bis zum Tourismusindex des Bundesverbandes für Tourismuswirtschaft.⁵ Und davon profitiert selbstverständlich auch das Lieblingsreiseziel der deutschen Bevölkerung: Deutschland selbst.

Die Herausforderungen im laufenden Jahr bleiben weitgehend dieselben. Die Internationale Tourismusbörse (ITB) in Berlin, die Leitmesse für die globale Reiseindustrie, hat die Themen für 2019 gesetzt und knüpft damit nahtlos an die vergangenen Jahre an. Neben den bekannten Megatrends Digitalisierung und Nachhaltigkeit steht der Overtourism auf der Agenda. Davon ist Niedersachsen (bislang) kaum betroffen. Viele Regionen wünschen sich eher mehr als weniger Touristen. Da kommen überregional oder gar international wahrgenommene Themenjahre und Events gerade recht. In diesem Jahr beispielsweise wartet ganz Deutschland mit einem Top-Jubiläum auf: 100 Jahre Bauhaus. Nicht nur Weimar und Dessau, auch Niedersachsen punktet mit zahlreichen Bauhausstätten, allen voran das Fagus-Werk in Alfeld, der Vorläufer des Bauhaus-Gebäudes in Dessau. Zum Bauhaus-Jubiläum 2019 haben sich 12 niedersächsische Kultureinrichtungen zusammengefunden, um die architektonischen Spuren des Bauhauses vor Ort und in begleitenden Ausstellungen ausführlich zu würdigen.⁶

Die Zeichen stehen auf Wachstum. Spotlight 2019: Bauhaus-Jubiläum.

Viele Veranstaltungen und Events rund um Jubiläen in Niedersachsen

2019 ist für Niedersachsen über das Bauhaus-Jubiläum hinaus das Jahr der Jubiläen. Hier eine Auswahl: Wilhelmshaven, die Stadt am Jadebusen, feiert ihren 150. Geburtstag. Auf einer eigens online geschalteten Jubiläumswebsite bekommen Gäste und Bewohner Informationen rund um alle Events und Veranstaltungen. Die Stadt Bad Zwischenahn, die das Prädikat „Bad“ seit 100 Jahren trägt, feiert dies mit einem großen Rahmenprogramm. Und anlässlich des 300. Todestages von Orgelbauer Arp Schnitger feiert Niedersachsen landesweit seine Orgelkultur. So soll zum Beispiel mithilfe eines Förderprogramms speziell die Orgelkultur im ländlichen Raum gestärkt werden.⁷

Die Lage der niedersächsischen Tourismusorganisationen

Die Stimmung der Touristiker im Land ist unterdessen verhalten positiv. Eine Vielzahl externer Einflussfaktoren – vom Wetter über die Veränderungen auf dem Beherbergungsmarkt bis hin zur zunehmenden Digitalisierung – stellen die Destinationen Niedersachsens vor wachsende Herausforderungen. Zudem kommen zu dem eigentlichen Aufgabenspektrum neue To-dos hinzu. Das Außenmarketing, lange Zeit die Hauptfunktion im Selbstverständnis vieler Touristiker, bleibt zwar auch weiterhin wichtig, wird aber allmählich durch andere Aufgabenfelder ergänzt. So haben mittlerweile die Produktentwicklung und die Attraktivitätserhöhung der bestehenden Infrastruktur das Außenmarketing als Top-Aufgabe abgelöst. Aber auch das Innenmarketing in Richtung Branche gewinnt an Bedeutung, was ganz neue Qualifikationen erfordert: kommunizieren, netzwerken, weiterbilden, Strukturen optimieren. Damit erweitern sich Rolle und Auftrag der Tourismusorganisationen enorm. Die Möglichkeiten,

⁵ www.tourismusanalyse.de, www.reiseanalyse.de, www.btw.de

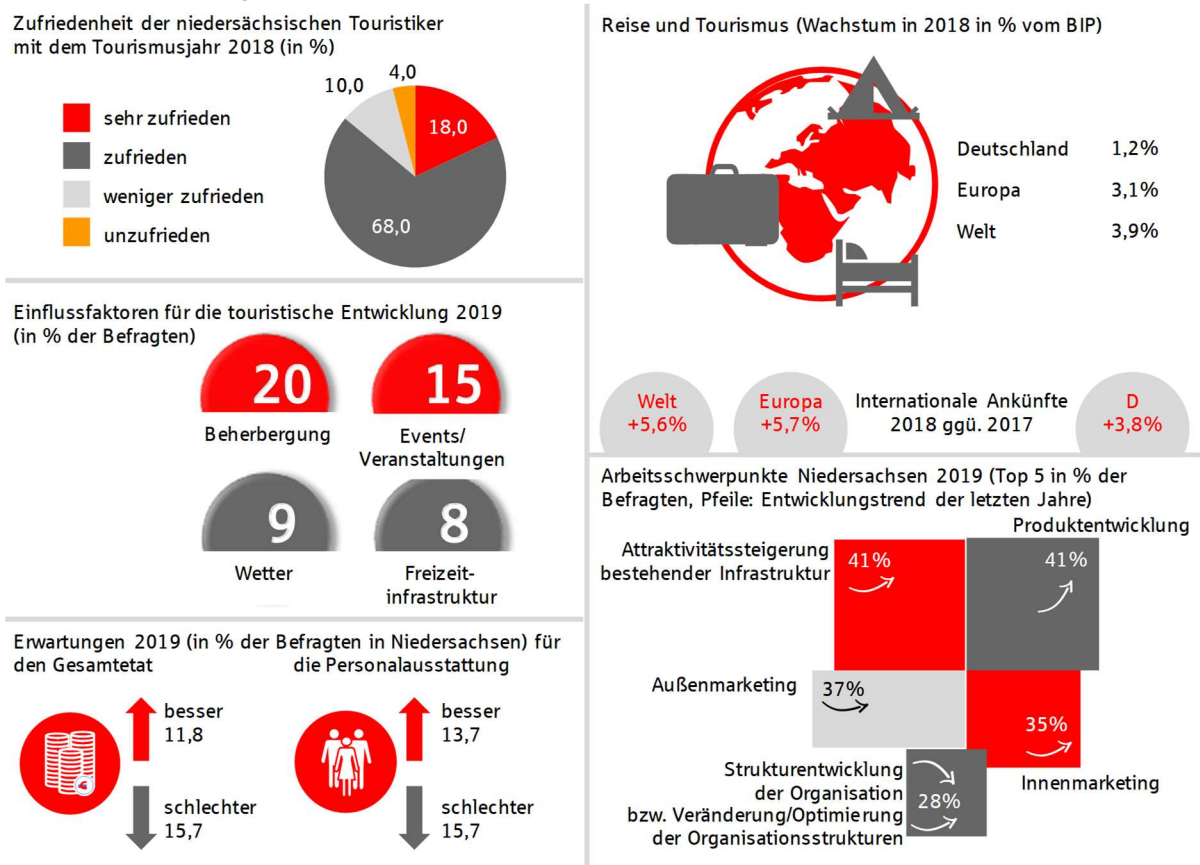
⁶ www.bauhaus100.de/orte-reisen/niedersachsen/

⁷ www.150-jahre-whv.de, www.bad-zwischenahn-touristik.de, www.rhauderfehn.de, www.mwk.niedersachsen.de

Eigeneinnahmen zu generieren, fallen hingegen allmählich weg, nicht zuletzt aufgrund der abnehmenden Vertriebsaktivitäten vieler Organisationen.

Immer größeres Aufgabenspektrum trifft in den niedersächsischen Tourismusorganisationen auf stabile bis sinkende Ressourcen.

Abb. 2: Entwicklungen im (inter)nationalen und niedersächsischen Tourismus im Überblick



Quelle: dwif 2019, Daten dwif, UNWTO 2018, World Travel & Tourism Council

Da verwundert es nicht, dass die Zufriedenheit mit der eigenen Ressourcenausstattung nicht sonderlich hoch ist. Zwar bewerteten fast ein Drittel der Organisationen – und damit so viele wie seit Jahren nicht mehr – ihre finanzielle Situation 2018 als sehr gut, doch der Anteil der negativen Stimmen mit rund einem Viertel war diesmal besonders groß. Für das laufende Jahr gehen die meisten Touristiker aber immerhin von stabilen Personal- und Budgetressourcen aus.

2 Touristische Nachfrage

Zusammenfassung

- Der Tourismus in Niedersachsen wächst weiter. Seit 13 Jahren konnte das Bundesland fast jedes Jahr Übernachtungszuwächse verbuchen. 2018 zählte zu den erfolgreichsten Tourismusjahren, wenngleich die Nachfragedynamik erneut hinter dem Bundesdurchschnitt zurückblieb.
- Erfreulicherweise haben alle niedersächsischen Reisegebiete zu dem erfolgreichen Tourismusjahr 2018 beitragen und an Übernachtungsvolumen zulegen können. Fast überall fiel die Bilanz positiver aus als im vorangegangenen Jahr.
- Dabei entwickelt sich der Incoming-Tourismus besser als die inländische Nachfrage, wenn auch nur leicht. In vielen anderen Bundesländern sind die Übernachtungen ausländischer Gäste ein deutlich stärkerer Wachstumstreiber für die Gesamtnachfrage.
- Im Hinblick auf die Herkunftsstruktur der Gäste hat sich in den letzten fünf Jahren wenig verändert. Nach wie vor dominiert der Inlandstourismus, und im Incoming-Segment liegen vor allem europäische Nahmärkte an der Spitze. Der Incoming-Tourismus aus Übersee zieht auf sehr geringem absoluten Niveau an.

2.1 Übernachtungen

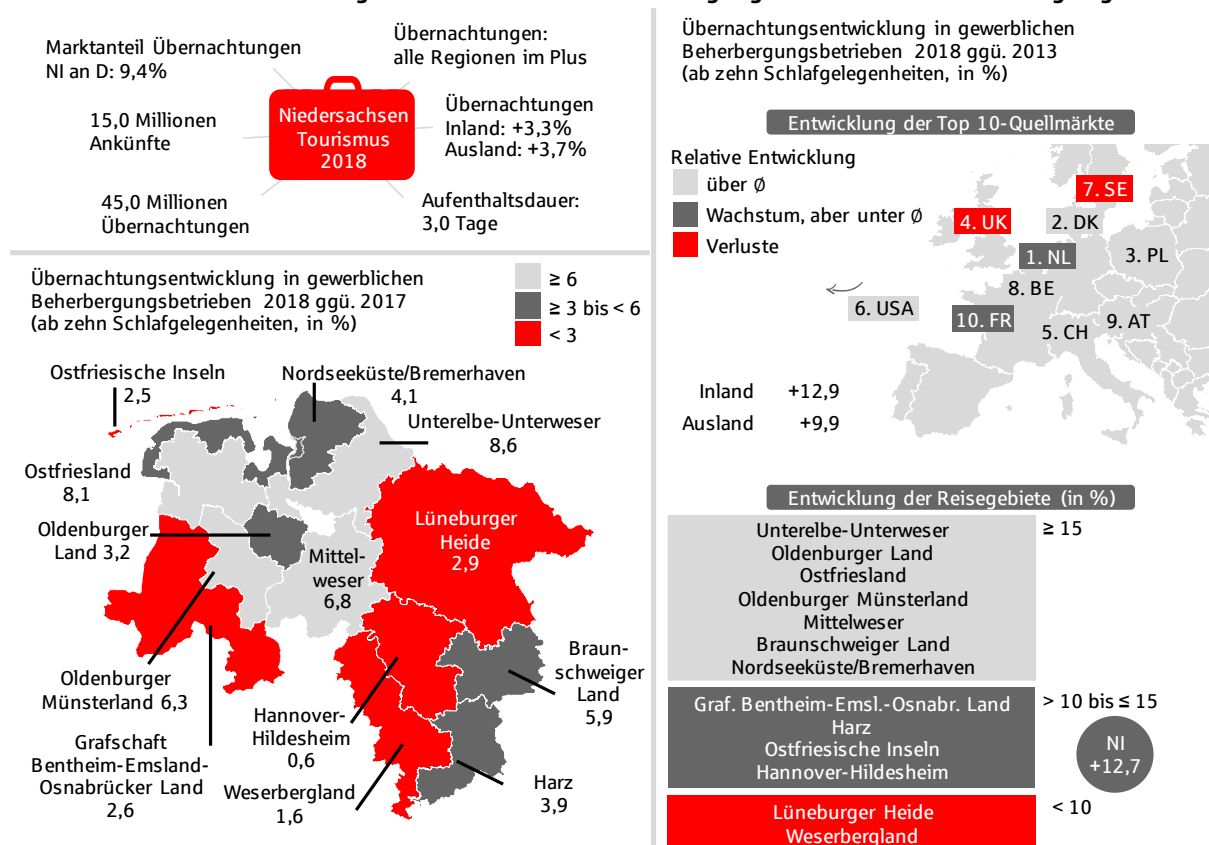
Der Tourismus in Niedersachsen wächst weiter. 2018 zählte mit einem Plus von 3,4 Prozent zu den erfolgreichsten Tourismusjahren der letzten Dekade. Die Marke von 45 Millionen Übernachtungen hat Niedersachsen nur knapp verfehlt. Im Vergleich zu 2005 bedeutet dies landesweit einen Zugewinn von mehr als 10 Millionen Übernachtungen. >> Abb. 3, Anhang 1

Dennoch blieb die Nachfragedynamik, wie bereits in den meisten Vorjahren, erneut hinter dem Bundesdurchschnitt (4,0 Prozent) zurück. Vielerorts sorgte der Rekordsommer für eine gute Saison, vor allem in den benachbarten Küstenbundesländern. Inwieweit sich hier die Verzerrung durch eine Statistikumstellung (siehe Kasten) auswirkt, bleibt allerdings offen.

Achtung Statistik: Berichtskreisprüfungen sorgen für Verzerrung

Die amtliche Statistik stellt die Touristiker derzeit vor Interpretationsprobleme. In einigen Bundesländern, darunter Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein und Bayern, fanden umfangreiche Berichtskreisprüfungen statt, was bedeutet, dass die Liste der meldepflichtigen Betriebe aktualisiert wurde. In den beiden norddeutschen Bundesländern werden zudem Apartmentvermittlungen in die berichtspflichtige Gruppe der Betriebe ab 10 Betten übernommen (bislang im Bereich der Privatvermieter gelistet), weshalb es sich bei den dortigen ausgewiesenen Steigerungsraten größtenteils um einen statistischen Effekt und kein reales Wachstum handelt. Hinweis: Nach Angaben des Statistischen Landesamtes Niedersachsen, wird es ab 2020 auch eine entsprechend umfangreiche Berichtskreisprüfung in Niedersachsen geben, einschließlich aller damit verbundener Herausforderungen rund um die Vergleichbarkeit und Interpretation der Daten.

Dabei entwickelte sich der niedersächsische Incoming-Tourismus (+3,7 Prozent) zwar erneut besser als die inländische Nachfrage (+3,3 Prozent), allerdings nur leicht. In vielen anderen Bundesländern sind die Übernachtungen ausländischer Gäste ein deutlich stärkerer Wachstumstreiber für die Gesamtnachfrage. Im mittelfristigen Vergleich ist sogar eine höhere binnentouristische Dynamik erkennbar: Seit 2013 sind die Übernachtungen deutscher Gäste niedersachsenweit um 12,5 Prozent gestiegen, die Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland hingegen nur um knapp 10 Prozent.

Abb. 3: Touristische Nachfrage in Niedersachsen in Beherbergungsbetrieben ab zehn Schlafgelegenheiten

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundesamt, Landesamt für Statistik Niedersachsen

Einen erheblichen Teil der Nachfrage vereinen in Niedersachsen die prädikatisierten Orte auf sich: 2018 bilanzierten allein die Heilbäder 7,8 Millionen Übernachtungen (16,8 Prozent der Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben in Niedersachsen insgesamt). Die Seebäder kamen bei 12,7 Millionen Übernachtungen sogar auf einen Anteil von 28,2 Prozent. Hinweis: Seit dem Jahr 2017 stellt das Landesamt für Statistik Niedersachsen keine Ergebnisse mehr zu prädikatisierten Gemeinden auf Ortsteilebene bereit. Ist in einer Gemeinde ein Ortsteil prädikatisiert, wird nun das Prädikat auf die gesamte Gemeinde übertragen. Gibt es in einer Gemeinde für verschiedene Gemeindeteile unterschiedliche Prädikate, gilt seit 2017 das höherwertige Prädikat für die gesamte Gemeinde. Daher sind derzeit nur Volumenangaben und keine Zeitreihenvergleiche möglich.

Regionen im Überblick

Alle niedersächsischen Reisegebiete haben zu dem erfolgreichen Tourismusjahr 2018 beigetragen und an Übernachtungsvolumen zulegen können. Fast überall fiel die Bilanz positiver aus als im vorangegangenen Jahr. Zudem lagen die Zuwächse im Incoming-Tourismus kurzfristig über der inländischen Nachfragedynamik.

Bilanz 2018: Alle Regionen im Plus, treibende Kraft ist vielerorts der Incoming-Tourismus.

- Am stärksten wuchs die Region Unterebe-Unterweser. Mit einem Plus von fast 9 Prozent konnte sie die leichten Verluste des vergangenen Jahres wettmachen und erstmals die Marke von 1 Million Übernachtungen übertreffen. Auch mittelfristig ist die Region zwischen Bremen und Hamburg der landesweite Dynamiksieger. Seit 2013 legten die Übernachtungen hier um fast 30 Prozent zu. Nicht ganz so dynamische Erfolgsmeldungen kommen

- aus der Nachbarregion weseraufwärts. An der mittleren Weser stieg das Übernachtungsvolumen seit 2013 um gut 16 Prozent, davon allein 2018 um fast 7 Prozent. Für die erste Million hat es aber noch nicht ganz gereicht.
- Ostfriesland legte im Jahr des Rekordsommers um mehr als 8 Prozent zu und konnte damit sogar die bereits überaus erfolgreichen Vorjahre übertreffen. Im Fünfjahresvergleich reicht es insgesamt für den 3. Platz in Niedersachsen (+25 Prozent). Auch im Incoming-Tourismus meldete die Region 2018 wieder steigende Zahlen, nachdem die ausländischen Übernachtungen hier zuvor stark zurückgegangen waren.
 - Auch die Küstenregionen profitierten von dem „endless summer“. Dabei hatte die Festlandsküste sowohl kurz- als auch mittelfristig die Nase vorn und entwickelte sich dynamischer als die Ostfriesischen Inseln.
 - Die Regionen um Oldenburg, die im Fünfjahresvergleich unter den Top-Reisegebieten in Niedersachsen rangieren, schlossen 2018 zum fünften Mal in Folge mit einem Wachstum ab. Doch während das Entwicklungstempo im Oldenburger Land leicht nachgelassen hat, startete das Oldenburger Münsterland gerade in den letzten drei Jahren durch. Zudem lag das Wachstum der ausländischen Übernachtungen 2018 seit langem wieder über der inländischen Nachfragedynamik.
 - Sehr unterschiedliche Signale sendeten die urbanen Reisegebiete um Hannover, Hildesheim und Braunschweig. Während das Braunschweiger Land 2018 kräftig zulegen konnte, insbesondere dank der hohen Zuwächse im Auslandsgeschäft, schloss Hannover-Hildesheim das Jahr mit einer schwarzen Null ab, der schlechtesten Performance im ganzen Land. Die Zahl der Incoming-Übernachtungen in und um die Landeshauptstadt ging 2018 sogar um mehr als 5 Prozent zurück. Hier könnte auch ein turnusmäßig schwächeres Messejahr eine Rolle spielen. Dennoch: Auch mittelfristig hat Hannover-Hildesheim, anders als das benachbarte Braunschweiger Land, nur unterdurchschnittliche Wachstumsraten aufzuweisen.
 - Die Lüneburger Heide, mit gut 6,5 Millionen Übernachtungen nach der Nordseeküste die zweitstärkste Destination im Niedersachsen-Tourismus, meldete nach einem schwachen Vorjahr wieder steigende Nachfragezahlen. Allerdings blieb die Dynamik hier kurz- und mittelfristig hinter dem landesweiten Durchschnitt zurück. Gleiches gilt für die Region Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land.
 - Die beiden niedersächsischen Mittelgebirgsdestinationen melden eine recht unterschiedliche Bilanz. Während der Harz bereits seit fünf Jahren Übernachtungszuwächse verzeichnet und kurz wie mittelfristig sogar zu den erfolgreicherer Reisegebieten des Landes zählt, verharrt die Entwicklungsdynamik im Weserbergland weiterhin auf geringem Niveau. Den Fünfjahresvergleich schließt die Region mit dem niedersachsenweit schwächsten Ergebnis ab. >> Anhang 3

Bundesweiter Rekordsommer: Niedersachsen

Laut Deutschem Wetterdienst war 2018 das bundesweit wärmste und sonnigste Jahr seit Beginn der regelmäßigen Aufzeichnungen. Zwischen April und November waren alle Monate zu warm, zu trocken und außergewöhnlich sonnenscheinreich. In Niedersachsen übertraf die Sonnenscheindauer mit 1.940 Stunden klar den bisherigen Rekord. Das extreme Wetter hatte ambivalente Effekte auf den Tourismus. So profitierten insbesondere die wasser-geprägten Zielorte, während die Freizeitwirtschaft unter der Hitze eher zu leiden hatte (>> Kapitel III1).⁸

Immer kürzere Reisedauer, nennenswerte Rückgänge vor allem an der Küste und in den Mittelgebirgen

In den vergangenen zehn Jahren ist die Aufenthaltsdauer der Gäste in Deutschland und Niedersachsen stetig zurückgegangen, wenn auch langsamer als noch in den 1990er Jahren. Seit 2013 hat sich die Zahl der durchschnittlichen Aufenthaltstage weitgehend eingependelt – in Deutschland bei 2,6 Tagen, in Niedersachsen bei 3,0 Tagen. Einzelne Reisegebiete des Landes, allen voran Unterelbe-Unterweser und das Oldenburger Münsterland,

⁸ www.dwd.de

meldeten 2018 sogar längere Aufenthalte als fünf Jahre zuvor. In den klassischen Urlaubsregionen Niedersachsens hingegen hält der Trend zum immer kürzeren Urlaub an; trotzdem sind hier weiterhin die längsten Aufenthalte landesweit zu verzeichnen. Die Verweildauer ist vor allem auf den Inseln, an der Küste, in den Mittelgebirgen und in der Region Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land nochmals deutlich kürzer geworden. Versuche, die Aufenthaltsdauer wieder zu verlängern beziehungsweise eine Trendwende zu erreichen, erscheinen nur bedingt erfolgversprechend. Schließlich ist der Hauptgrund der immer größere Anteil von Kurzurlaubsreisen. Vielmehr sind die Akteure vor Ort gefragt, sich insbesondere in der Produktentwicklung auf diese Situation einzustellen und passende Angebote mit dem entsprechenden Service für die Gäste auf den Markt zu bringen.

2.2 Herkunftsstruktur

Wie in ganz Deutschland, so dominiert auch in Niedersachsen der Inlandstourismus. Übernachtungen deutscher Bürger machen mehr als 90 Prozent der Nachfrage aus, das ist bundesweit – nach den beiden anderen Küstenbundesländern – der dritthöchste Anteil. Die ausländischen Gäste kommen auf der anderen Seite mehrheitlich aus den europäischen (Nachbar-)Ländern. Dabei hat sich gerade unter den Spitzenpositionen seit 2013 kaum etwas verändert.

- Top-Quellmarkt bleiben die Niederlande. Aufgrund der geringen Dynamik ist ihr Marktanteil aber deutlich geschrumpft und liegt nun nur noch bei knapp 28 Prozent an allen Übernachtungen ausländischer Gäste. Immerhin hat aber der Traumsommer 2018 dazu beigetragen, dass nach mehreren rückläufigen Jahren wieder mehr holländische Gäste ins Nachbarland reisten. In der Fünfjahresbilanz reichte es daher noch für eine schwarze Null (+0,3 Prozent). Besonders schwer wog die Entwicklung in der Grenzregion Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land, in die es Niederländer bisher besonders häufig zog. Zwar findet nach wie vor jede zweite Übernachtung aus den Niederlanden hier statt – nicht zuletzt aufgrund großer Feriententren –, allerdings ging die niederländische Nachfrage seit 2013 um mehr als 16 Prozent zurück, und der Marktanteil sank von rund 70 auf rund 60 Prozent. In anderen, bei niederländischen Urlaubern ebenfalls beliebten Destinationen wie der Lüneburger Heide, dem Harz und den Küstenregionen hingegen sind die Übernachtungszahlen aus diesem Quellmarkt im gleichen Zeitraum merklich gestiegen.
- Die Nachfrage aus Dänemark, dem zweitwichtigsten Herkunftsland für den Incoming-Tourismus in Niedersachsen, entwickelte sich leicht überdurchschnittlich. In den letzten fünf Jahren kamen rund 11 Prozent mehr Übernachtungen hinzu. Doch gerade in den Lieblingsdestinationen der nördlichen Nachbarn, der Lüneburger Heide und dem Harz, die zusammen fast 70 Prozent der dänischen Nachfrage auf sich vereinen, ist die Zahl der Übernachtungen jüngst wieder zurückgegangen (2018: -4,9 Prozent im Harz, -8,9 Prozent in der Lüneburger Heide). Die Bedeutung der übrigen skandinavischen Länder ist für den Niedersachsen-Tourismus abermals gesunken. Aus dem Top-7-Herkunftsland Schweden wurden seit 2013 über 3 Prozent weniger Übernachtungen gemeldet, die Nachfrage aus Norwegen und Finnland, beide eher Nischenmärkte (Platz 17 und 25) ging sogar zweistellig zurück.

Incoming-Tourismus in Niedersachsen: Der Erfolgsgarant bleibt Europa.

- Der Aufsteiger schlechthin im Quellmarktranking ist Polen. Mit einem hochdynamischen Plus von fast 65 Prozent hat das osteuropäische Land seine Position im Vergleich zu 2013 nochmals deutlich ausbauen können. Der Marktanteil an der Auslandsnachfrage wuchs um fast 3 Prozentpunkte auf 8,5 Prozent. Damit liegt das Land nun nicht mehr allzu weit vom Zweitplatzierten Dänemark (9,7 Prozent) entfernt. Allerdings deuten die Zahlen darauf hin, dass ein erheblicher Teil der Nachfrage geschäftlich motiviert ist, unter anderem durch Gastarbeiter. Dazu

passt die Verteilung im Land (kaum in klassischen Ferienreisezielen) ebenso wie die vergleichsweise lange Verweildauer von fast 4 Tagen, in einigen Reisegebieten sogar 5 Tage und mehr. Gleiches gilt übrigens auch für die anderen, teils sehr dynamisch wachsenden Quellmärkte in (Süd-)Osteuropa (zum Beispiel Litauen, Kroatien, Rumänien, Lettland, Ukraine).

- Bezogen auf das absolute Volumen liegt Großbritannien auf Rang 4, das neben Schweden der einzige Top-10-Quellmarkt mit einer verlustreichen Fünfjahresbilanz ist. Obgleich äußerst volatil, zog das Nachfragenvolumen aus dem Vereinigten Königreich im vergangenen Jahr wieder an.
- Der fünftgrößte Incoming-Markt, die Schweiz, hat in den vergangenen fünf Jahren um mehr als 25 Prozent zulegen können. Ebenfalls positiv, wenn auch mit rund 10 Prozent bei weitem nicht so dynamisch, entwickelte sich der Nachbar Österreich. Top-Reiseziel der Österreicher sind aber nicht etwa die ländlichen Regionen Niedersachsens, sondern das städtisch geprägte Hannover-Hildesheim.
- Belgien und Frankreich konnten im Ranking jeweils um zwei Plätze aufsteigen und belegen nun Rang 8 (Belgien) und 10 (Frankreich).
- Die USA platzieren sich als einziger Fernmarkt unter den Top 10. Mit einem soliden Übernachtungswachstum (23,1 Prozent) sind die Vereinigten Staaten in nur fünf Jahren vom 9. auf den 6. Platz vorgerückt – insbesondere dank der Dynamik in der Region rund um Hannover-Hildesheim und Braunschweig. Die beiden Reisegebiete sind für mehr als die Hälfte des US-amerikanischen Nachfrageaufkommens verantwortlich.
- Auch weitere Fernmärkte gewinnen in Niedersachsen an Bedeutung, wenn auch bislang auf sehr niedrigem absolutem Niveau. So ist die Übernachtungsnachfrage aus dem chinesischen Markt seit 2013 um mehr als 30 Prozent gestiegen, womit sich China von Platz 13 auf Platz 11 vorgearbeitet hat.
- Aus Italien hingegen wurden 2018 12,6 Prozent weniger Übernachtungen gezählt als 2013. Vom ehemals 7. ist Italien nun auf Rang 12 im Quellmarktranking abgerutscht. Auch das Nachbarland Spanien hat im Fünfjahresvergleich trotz steigender Nachfrage (+8,6 Prozent) leicht an Bedeutung verloren und rangiert nach wie vor auf Rang 14.

3 Touristisches Angebot

Zusammenfassung

- Bereits das vierte Jahr in Folge wurde in Niedersachsen offensichtlich kräftig investiert, denn das Kapazitätsvolumen wuchs 2018 erneut wesentlich stärker als deutschlandweit.
- Besonders dynamisch bauten die Regionen Unterelbe-Unterweser, Oldenburger Münsterland, Braunschweiger Land, Ostfriesland und Mittelweser das Beherbergungsangebot aus. Auch die beiden Mittelgebirgsregionen, die in den Jahren zuvor von einer Marktbereinigung betroffen waren, schlossen das Jahr 2018 mit einem Plus ab.
- Trotz der neuen Kapazitäten am Markt bleiben die Beherbergungsstruktur kleinteiliger und die Auslastung schwächer als bei der Konkurrenz in anderen relevanten Regionen und Bundesländern.
- Neben den gewerblichen Unterkünften, die von der amtlichen Statistik ausgewiesen werden, ist auch der private Beherbergungsmarkt in Bewegung. So nimmt der Wettbewerbsdruck weiter zu, insbesondere durch neue Angebote im Sharing-Segment. Allein die Zahl der Airbnb-Inserate in Niedersachsen ist um rund 35 Prozent gestiegen. Mit mehr als 11.000 Einheiten hat sich dieser Teil des grauen Marktes mittlerweile zu einem bedeutenden Angebotssegment für den Niedersachsen-Tourismus entwickelt, wenngleich die Plattform immer häufiger auch von klassischen Pensionen oder Hotels genutzt wird.

3.1 Kapazitäten im Beherbergungsgewerbe

Die Investitionsfreude im niedersächsischen Beherbergungsgewerbe hält an. Bereits das vierte Jahr in Folge wurden die Kapazitäten ausgebaut. Fast 160 neue Betriebe und knapp 12.000 Schlafgelegenheiten kamen 2018 dazu. Damit wuchs das Kapazitätsvolumen erneut stärker als deutschlandweit. Diesmal zog sich die Erweiterung des Beherbergungsangebotes – anders als in den Vorjahren – quer durch fast alle Betriebstypen. Neben den grundsätzlich sehr agilen Hotels und Campingplätzen schufen im vergangenen Jahr auch die Gruppenunterkünfte und das Ferienwohnungssegment neue Schlafgelegenheiten. >>Abb. 4, Anhang 2

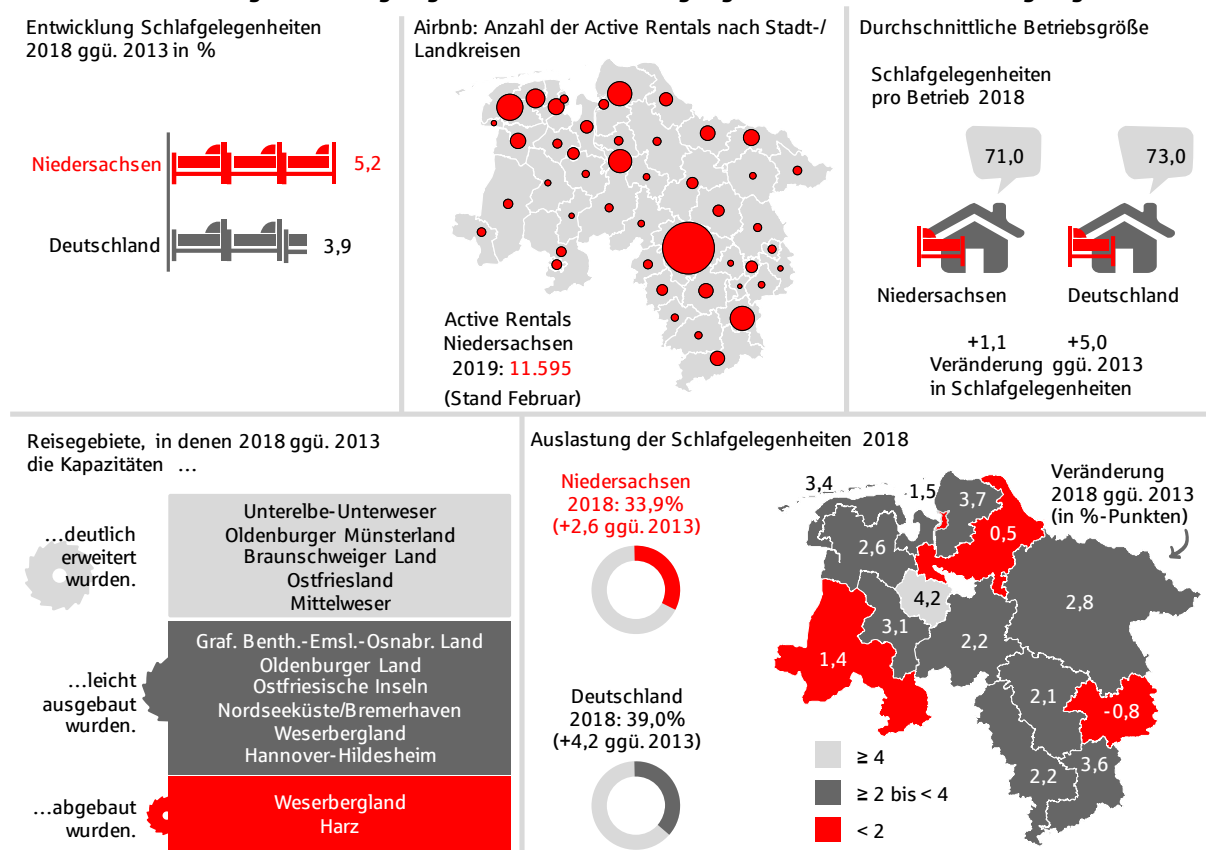
Neue Beherbergungsangebote in Niedersachsen

Auch 2018/2019 erweiterte sich Niedersachsens Beherbergungsangebot. Hier einige Beispiele:⁹

- Osnabrück hat aktuell eine Reihe von neuen Hotels beziehungsweise Betreiberwechsel zu verzeichnen: Das ehemalige advena Hotel Hohenzollern eröffnet Anfang 2019 als Best Western Hotel. Und bereits Ende 2018 eröffnete ein neues Holiday Inn Hotel. Weitere Hotelkapazitäten sind in Planung oder im Bau.
- Ende 2018 öffnete auch das Sonnenresort Ettershaus im Harz seine Pforten. Ein Highlight der Anlage sind 14 komfortabel eingerichtete Baumhäuser.
- Nach Angebotswachstum in den letzten Jahren erweitert sich Hannovers Hotellandschaft auch in den kommenden Jahren, unter anderem mit dem IntercityHotel sowie me and all Hannover.
- In Bremerhaven eröffnete 2018 das neue Themenhotel The Liberty mit seinen 98 Zimmern in unmittelbarer Nähe zum Klimahaus.

⁹ www.ahgz.de, www.sonnenhotels.de, Liberty-bremerhaven.com

Abb. 4: Entwicklung der Schlafgelegenheiten in Beherbergungsbetrieben ab zehn Schlafgelegenheiten



Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundesamt, Landesamt für Statistik Niedersachsen, AirDNA

Entsprechend entwickelten sich die Kapazitäten fast flächendeckend sehr positiv, wenn auch von Region zu Region mit unterschiedlichem Fokus.

- Die Region Unterelbe-Unterweser zählt seit Jahren zu den dynamischsten in Niedersachsen. Ein Angebotszuwachs von mehr als 12 Prozent im vergangenen Jahr tat sein Übriges. Die zusätzlichen 1.363 Schlafgelegenheiten entstanden allerdings fast ausschließlich auf den Campingplätzen der Region. Während Unterelbe-Unterweser erst jüngst durchgestartet ist, flacht der Kapazitätsausbau in der Nachbarregion Mittelweser zusehends ab. 2018 reichte es nur noch für eine schwarze Null. Dennoch hat sich das Angebotsvolumen an der mittleren Weser seit 2000 mehr als verdoppelt. Den Löwenanteil daran hatte auch hier das Campingsegment.
- Die städtischen Reisegebiete entdecken die Investitionsfreude ebenfalls wieder. Vor allem in Hannover-Hildesheim standen die Zeichen ja lange Zeit eher auf Marktberreinigung, nun aber wuchsen die Kapazitäten bereits das zweite Jahr in Folge, und zwar deutlich. Den Anstoß gab die Eröffnung mehrerer neuer Hotels (garnis) in der Region. Und auch im Braunschweiger Land und im Oldenburger Münsterland beflügelten insbesondere diese beiden Betriebstypen die Angebotserweiterung. Das Oldenburger Land indes legte 2018 als einziges Reisegebiet Niedersachsens eine Investitionspause ein.
- An der Küste boomen Ferienwohnungen und -häuser. 24 neue Betriebe mit mehr als 800 Betten entstanden allein 2018 an der Nordsee und auf den Ostfriesischen Inseln. Während die Festlandsküste ihre Kapazitäten insgesamt deutlich ausbauen konnten, stoßen die Inseln zunehmend an natürliche Wachstumsgrenzen.
- In den Urlaubsregionen im Binnenland eröffneten zahlreiche neue Hotels und Hotels garnis. In Ostfriesland ging der Kapazitätsausbau fast ausschließlich auf das Konto der fünf zusätzlichen Hotelbetriebe. In der Region Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land kamen bereits in den letzten fünf Jahren verstärkt neue Hotels auf den Markt (seit 2013: +20, davon 2018: +4). Aber auch die Gruppenunterkünfte trugen zu dem erneuten

Angebotswachstum bei. Die Lüneburger Heide konnte nach sechs äußerst schwachen Jahren erstmals wieder Investitionserfolge feiern. Hier wuchsen neben dem Hotel- und dem Ferienwohnungsmarkt vor allem die Hotels garnis (+4 Betriebe, +279 Betten).

- Erfreulicherweise schlossen auch die beiden Mittelgebirgsregionen, die in den Jahren zuvor von einer erheblichen Marktbereinigung betroffen waren, das Jahr 2018 mit einem Plus ab. Im Harz erholten sich die für die dortige Beherbergungslandschaft so wichtigen Segmente Hotels, Campingplätze und Gruppenunterkünfte, obgleich sie damit noch nicht zu ihrer alten Stärke zurückgefunden haben. Im Weserbergland sind die leichten Kapazitätszuwächse fast ausschließlich auf Stellplatzweiterungen der bestehenden Campingplätze zurückzuführen, während der Hotellerie noch einmal Betten verloren gegangen sind.

3.2 Wettbewerbsfähigkeit

Ein Blick auf andere betriebliche Kennzahlen hilft, die Wettbewerbsfähigkeit des Beherbergungsgewerbes in Niedersachsen besser einschätzen zu können. Und hier offenbart sich – aller Investitionen in neue Unterkünfte zum Trotz – weiterhin erheblicher Nachholbedarf: Sowohl die Größe der Betriebe als auch die Auslastungswerte bleiben hinter der Konkurrenz in anderen Regionen zurück.

Trotz Kapazitätsausbau kommt Niedersachsen bei der Wettbewerbsfähigkeit des Beherbergungsmarktes zu langsam voran.

Betriebsgröße

Die durchschnittliche Betriebsgröße in Niedersachsen ist zwar in den letzten fünf Jahren um 1,1 Schlafgelegenheiten pro Beherbergungsbetrieb angestiegen. Doch da sich dieser Indikator deutschlandweit viel dynamischer entwickelte (+5,0), hinken die niedersächsischen Unterkünfte seit drei Jahren dem Bundesniveau hinterher. Mit durchschnittlich 71,0 Schlafgelegenheiten liegt Niedersachsen nur noch auf Platz 12 im Ländervergleich; fünf Jahre zuvor reichte es noch für Platz 9. Zudem hat sich der Abstand zum Deutschlandwert (73,0 Schlafgelegenheiten pro Betrieb) weiter erhöht.

In drei Reiseregionen – Nordseeküste, Oldenburger Land und Harz – sind die Unterkünfte durchschnittlich sogar etwas kleiner geworden, in der Lüneburger Heide und auf den Ostfriesischen Inseln blieben sie weitgehend konstant. Beachtliche Erfolge erzielten lediglich die beiden Destinationen entlang der Weser, wenn auch auf recht niedrigem Niveau, sowie das Braunschweiger Land, das damit fast beim Landesdurchschnitt angekommen ist. Die größten Einheiten finden sich nach wie vor in der Region Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land, insbesondere wegen der zwei großen Ferienzentren, die hier liegen. Mit rund 90 Schlafgelegenheiten sind die Unterkünfte fast doppelt so groß wie auf den Ostfriesischen Inseln, dem Reisegebiet mit den geringsten Betriebsgrößen.

Auslastung

Ähnlich sieht es bei der Kapazitätsauslastung aus: Auch hier reichten die Verbesserungen der letzten fünf Jahre (+2,6 Prozentpunkte) nicht aus, um mit der Konkurrenz außerhalb Niedersachsens mitzuhalten. Denn bundesweit stiegen die Belegungsraten im gleichen Zeitraum um 4,2 Prozentpunkte. Damit lagen die Auslastungswerte der niedersächsischen Beherbergungsbetriebe 2018 mehr als 5 Prozentpunkte unterhalb des Deutschlandniveaus – so niedrig wie seit zehn Jahren nicht mehr. Im Bundesländervergleich liegen mittlerweile nur noch zwei Wettbewerber – Rheinland-Pfalz und Sachsen-Anhalt – hinter Niedersachsen. >> Anhang 2

Mit der bundesweiten Entwicklungsdynamik konnte nur ein niedersächsisches Reisegebiet mithalten: Im Oldenburger Land stieg die Auslastung seit 2013 ebenfalls um 4,2 Prozentpunkte. Alle anderen Regionen kamen in Sachen Kapazitätsbelegung langsamer voran. Im Braunschweiger Land gingen die Werte im Fünfjahresvergleich sogar leicht zurück. Mit den Ostfriesischen Inseln, auf denen die Unterkünfte mittlerweile zu mehr als 45 Prozent ausgelastet sind, liegt weiterhin nur eine Region über dem Durchschnittswert der Bundesrepublik. >> Anhang 4

3.3 Kapazitäten in der Sharing Economy

Neben den gewerblichen Unterkünften, die von der amtlichen Statistik ausgewiesen werden, ist auch der private Beherbergungsmarkt in Bewegung. Spätestens seit dem Auftauchen des Online-Portals Airbnb, das private Übernachtungsangebote vermittelt, sind Privatvermieter zu einer ernstzunehmenden Konkurrenz für alteingesessene Betriebe geworden. Und der Wettbewerbsdruck von dieser Seite wächst: Allein im vergangenen Jahr ist die Zahl der Airbnb-Angebote in Deutschland um rund 16 Prozent, in Niedersachsen sogar um fast 35 Prozent gestiegen. Und mit mehr als 11.000 Einheiten hat sich dieser Teil des grauen Marktes mittlerweile tatsächlich zu einem bedeutenden Angebotssegment für den Niedersachsen-Tourismus entwickelt. Zum Vergleich: Die Zahl der gewerblichen Unterkünfte liegt in Niedersachsen bei knapp 6.000 Betrieben.

Der Wettbewerbsdruck im Beherbergungsmarkt wächst, auch durch immer mehr Sharing-Unterkünfte

Dabei entwickelte sich das Sharing-Segment in Niedersachsen wie in den Vorjahren deutlich dynamischer als der klassische gewerbliche Beherbergungsmarkt; fast flächendeckend nahm er zweistellig zu. Zwar sind allmählich auch Unterkünfte in ländlichen Regionen auf Airbnb zu finden, doch die meisten Quartiere haben die großen Städte – allen voran die Region Hannover, wo sich etwa ein Drittel aller landesweiten Inserate konzentrieren. Auf dem 2. Platz steht überraschenderweise kein besonders urban geprägter Landstrich: Anfang 2019 wies der Kreis Aurich mehr als 900 Objekte auf, das entspricht einem Marktanteil von rund 8 Prozent. Auf den Plätzen 3 und 4 folgen die Landkreise Cuxhaven und Goslar. Demnach ist die Sharing Economy in den Urlaubsregionen des Landes, insbesondere in den Küstendestinationen, angekommen – nicht zuletzt, weil viele Ferienwohnungsvermieter die Plattform als zusätzlichen Vertriebskanal entdeckt haben. Denn auch hier verschwimmen die Grenzen zwischen Sharing-, Privatvermieter- und gewerblichem Beherbergungssegment zusehends. >> Anhang 7

4 Betriebstypen im Vergleich

Zusammenfassung

- Zwar konnten erfreulicherweise alle Betriebstypen in den vergangenen fünf Jahren steigende Übernachtungszahlen verbuchen, doch mehrheitlich entwickelten sie sich weniger dynamisch als ihre Wettbewerber in anderen Bundesländern. Und auch ein Blick auf die Wettbewerbsfähigkeit offenbart eine unterdurchschnittliche Performance fast aller Unterkunftssegmente.
- Zu den Wachstumstreibern in Niedersachsen zählen neben Hotels und Campingtourismus die Hotels garnis und das Ferienwohnungssegment. Gerade Letztere legten jedoch wesentlich weniger zu als ihre boomende Konkurrenz in anderen deutschen Urlaubsregionen.
- Anhaltend Sorgen bereiten hingegen die Pensionen und Gasthöfe, die insbesondere im touristisch wichtigen ländlichen Raum immer mehr vom Markt verschwinden. Aber auch Gruppenunterkünfte sowie Vorsorge- und Rehakliniken verlieren weiter an Wettbewerbsfähigkeit.

Ein Blick auf die einzelnen Unterkunftssegmente zeigt: Nahezu alle Betriebstypen entwickelten sich in den vergangenen fünf Jahren weniger dynamisch als ihre Wettbewerber in anderen Bundesländern. Zudem zeigt sich insgesamt nur wenig Bewegung im Beherbergungsmarkt. Marktanteile und Strukturen der Betriebstypen blieben weitgehend konstant. Dennoch lohnt es sich, genauer hinzuschauen, denn vor allem auf regionaler Ebene machen sich Unterschiede und Entwicklungen bemerkbar.

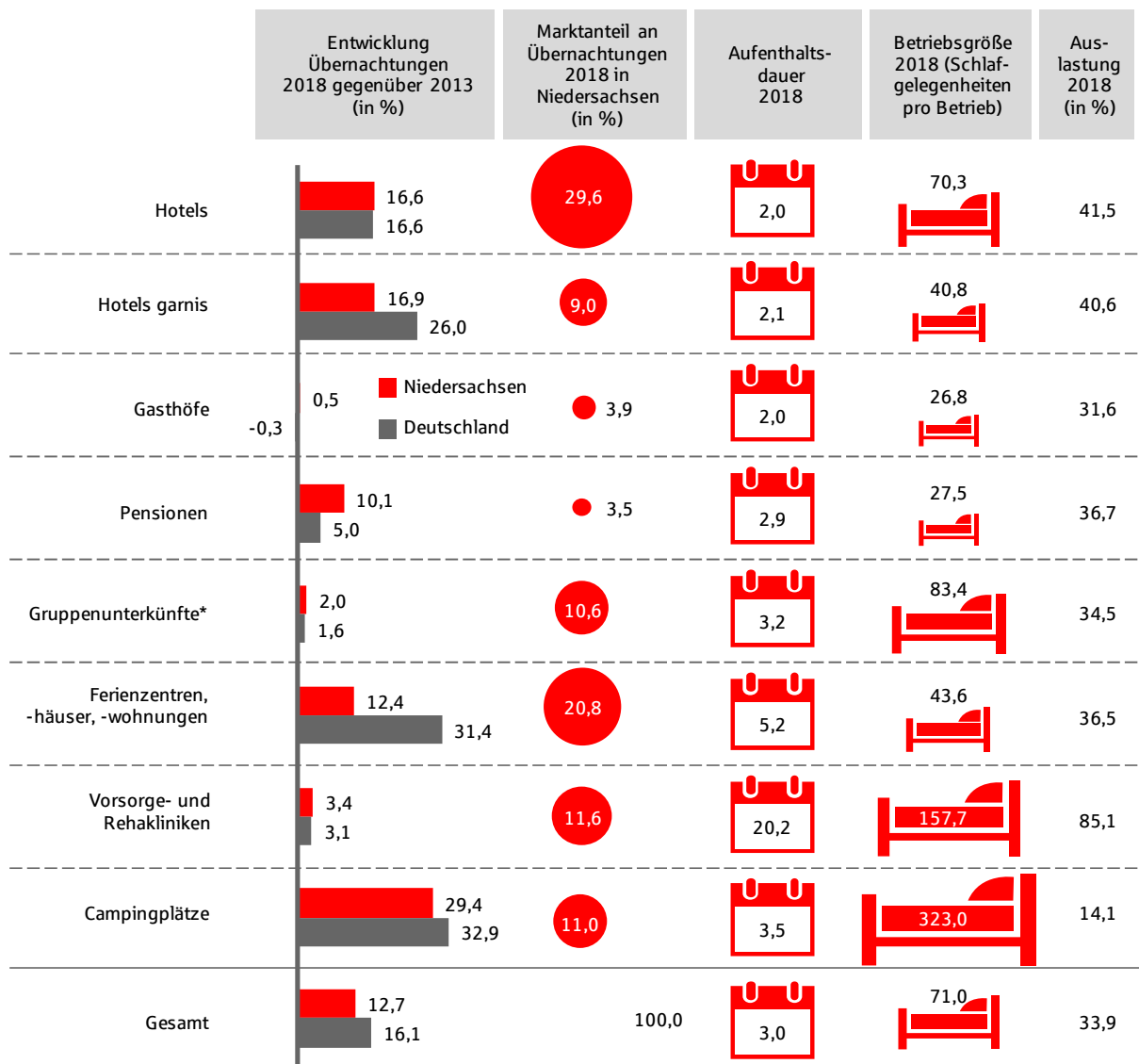
Niedersachsen im Bundesvergleich: Fast alle Betriebstypen mit unterdurchschnittlicher Performance

Hotels und Hotels garnis

Diese beiden Unterkunftsformen stellten 2018 zusammen zwar weniger als 30 Prozent der Schlafgelegenheiten in Niedersachsen, generierten dabei aber fast 40 Prozent der landesweiten Übernachtungsnachfrage. In den städtisch geprägten Regionen um Hannover, Hildesheim und Braunschweig machen sie sogar den Löwenanteil der touristischen Nachfrage aus: 8 von 10 Übernachtungen finden hier in Hotels (garnis) statt. Erfreulicherweise konnten auch alle anderen Reisegebiete in diesen Segmenten Erfolge erzielen. Fast überall stiegen die Übernachtungszahlen seit 2013 zweistellig, weniger in den großen Städten als vielmehr in kleineren Städten sowie in den klassischen Urlaubsdestinationen wie Nordseeküste und Harz. Besonders hohe Zuwächse meldeten die Regionen an der niederländischen Grenze, also Emsland, Grafschaft Bentheim, Osnabrücker Land und Oldenburger Münsterland.

Während die niedersächsischen Hotels mit der bundesweiten Entwicklung Schritt halten konnten, mangelt es den Hotels garnis, zu denen auch das stark wachsende Segment der Budgethotels zählt, an Dynamik. Dafür ist nicht zuletzt der Angebotsrückgang verantwortlich, denn während Betriebe dieses Typs andernorts wie Pilze aus dem Boden schießen, vor allem an den A- und B-Standorten der Republik, sind in Niedersachsen sogar Hotels garnis vom Markt verschwunden (-13 Betriebe seit 2013). Auch im Hinblick auf die Wettbewerbsfähigkeit der Hotels und Hotels garnis hat Niedersachsen noch gewaltigen Handlungsbedarf: Zwar ist sowohl die Größe der Betriebe als auch die Belegungsrate leicht gestiegen, an den Bundesdurchschnitt reicht es jedoch bei weitem nicht heran. Die niedersächsischen Hotels verfügen im Schnitt über rund 19 Betten weniger und sind knapp 6 Prozentpunkte schlechter ausgelastet als ihre deutschlandweite Konkurrenz. Bei den Hotels garnis beträgt der Abstand rund 16 Betten beziehungsweise fast 8 Prozentpunkte. >> Anhang 5, Anhang 6

Abb. 5: Ausgewählte Kennzahlen nach Betriebstypen (Betriebe ab zehn Schlafgelegenheiten)



* Gruppenunterkünfte: Jugendherbergen/Hütten, Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundesamt, Landesamt für Statistik Niedersachsen

Pensionen und Gasthöfe

Rein quantitativ betrachtet liegt es auf der Hand: Die Pensionen und Gasthöfe sind die kleinsten Unterkunftssegmente in Niedersachsen. Darunter sind allerdings auch viele Traditions- und Familienbetriebe, die gerade im ländlichen Raum oft die letzten Gastgeber weit und breit und somit eine wichtige Stütze des touristischen Angebotes darstellen. Wo sie verschwinden, fehlt es nicht selten an Verpflegung und Unterkunft, vor allem entlang wichtiger Rad- und Wanderwege oder in der Nähe anderer touristisch attraktiver Angebote. Angesichts der aktuellen Entwicklung müssten also die Alarmglocken läuten: Fast 100 Pensionen und Gasthöfe weniger als noch 2013, womit rund 1.500 Betten weniger zur Verfügung stehen – und das mehrheitlich in den Mittelgebirgsregionen sowie in der aktivtouristisch so bedeutsamen Peripherie der Lüneburger Heide und der Region Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land.

Gleichzeitig ist die Zahl der Übernachtungen in den verbleibenden Pensionen und Gasthöfen vielerorts gestiegen, was in den meisten Regionen Niedersachsens zu einer erfreulichen Verbesserung der Auslastungssituation

geführt hat. Diese ist mit einem Belegungsniveau von weit weniger als 40 Prozent zwar immer noch kaum ausreichend für einen wirtschaftlichen Betrieb, liegt aber immerhin jeweils rund 1 Prozentpunkt oberhalb des Deutschlandwertes. Ähnlich verhält es sich mit der Betriebsgröße, die zwar gering, aber leicht überdurchschnittlich ist.

„Alexa, frage ‚MeinEmsland‘ nach!“

Nachdem die Lüneburger Heide 2017 als erste Reiseregion in Niedersachsen den Einsatz des Sprachassistenten Alexa erprobt hat, folgte im vergangenen Jahr nun auch das Emsland mit einem eigenen Alexa Skill. Dieser ist mit dem Datenmanagement-System destination.one von Hubermedia verknüpft und bietet allen Emsland-Interessierten zahlreiche Möglichkeiten, sich per Sprachassistent über die Region zu informieren. Denn laut Emsland Tourismus GmbH weiß Alexa alles über die gut 5.000 Veranstaltungen im Emsland, kennt die 600 Sehenswürdigkeiten, Geheimtipps, mehr als 200 Gastronomiebetriebe der Region und kann Routenvorschläge und Tipps zu den 60 Radrouten geben.¹⁰

Ferienwohnungsmarkt

Erstaunlicherweise ist das für viele Regionen so wichtige Ferienwohnungssegment in hohem Maße für die vergleichsweise geringe Dynamik im Niedersachsen-Tourismus verantwortlich. So erzielen die niedersächsischen Ferienunterkünfte weniger als die Hälfte der bundesweiten Zuwachsraten. Das trifft sowohl auf Ferienzentren zu als auch auf Ferienwohnungen und -häuser. Dabei ist dieser Betriebstyp nach den Hotels der volumenstärkste und vereint ein Fünftel aller Übernachtungen im Land auf sich, an der Küste und auf den Inseln sogar etwa ein Drittel (zum Vergleich: Deutschland 11,2 Prozent).

Die vergleichsweise geringe Entwicklungsgeschwindigkeit ist in erster Linie auf die Angebotsqualität zurückzuführen. Während in vielen anderen Regionen stark in Ferienobjekte investiert wird, fallen die Investitionen in Niedersachsen deutlich verhaltener aus. Um rund 3.400 Betten wuchs der niedersächsische Ferienwohnungsmarkt seit 2013, das entspricht einem Plus von 4,7 Prozent. Bundesweit fiel der Kapazitätsausbau mit 14,5 Prozent weit aus höher aus. Zudem blieben die Investitionen regional fokussiert: Allein auf den Ostfriesischen Inseln entstanden knapp die Hälfte aller neuen Schlafgelegenheiten, also vorrangig an den besonders lukrativen Standorten im Land. Die 6 niedersächsischen Ferienzentren haben ihr Kapazitätswolumen im gleichen Zeitraum sogar verringert.

Camping

Der Campingtourismus in Deutschland boomt. 2018 meldete die Branche das fünfte Wachstumsjahr in Folge, allein der Supersommer sorgte für Rekordzuwächse von mehr als 10 Prozent. Im Fünfjahresvergleich sind fast ein Drittel mehr Übernachtungen auf den Campingplätzen in der Bundesrepublik hinzugekommen. Von diesem Aufwind konnten auch die Plätze in Niedersachsen profitieren. In Ostfriesland verdoppelte sich die Campingnachfrage in den letzten fünf Jahren sogar, in Harz und Weserbergland legte die Branche jeweils um rund 50 Prozent zu. Und auch in vielen kleineren Destinationen, beispielsweise Unterelbe-Unterweser, Mittelweser oder Oldenburger Land, ist der Campingtourismus der Wachstumstreiber schlechthin.

Seinen Marktanteil in Niedersachsen hat das Segment damit bereits deutlich ausbauen können. 2018 wurde mehr als jede zehnte Übernachtung im Land auf einem der 395 Campingplätze getätigt – 1,4 Prozentpunkte mehr als noch fünf Jahre zuvor. In jeglicher Hinsicht hervorzuheben ist die Nordseeküste: Hier beträgt der Campinganteil an allen Übernachtungen fast 22 Prozent; zudem sind die Anbieter hier besonders professionell aufgestellt. Die mit durchschnittlich mehr als 500 Schlafgelegenheiten ausgestatteten Anlagen haben einen klaren

¹⁰ www.emsland.com/alexa/

Wettbewerbsvorteil, denn größere Plätze verfügen in der Regel über mehr Spielräume für Investitionen und eine pfiffige Produktentwicklung. Und der Erfolg gibt ihnen Recht. Die Kapazitäten sind zu fast einem Viertel belegt, wahre Traumquoten für die sonst saisonbedingt extrem niedrigen Auslastungswerte im Campingsegment. In vielen anderen Regionen Niedersachsens liegt das Niveau nicht selten bei unter 10 Prozent.

Gruppenunterkünfte

Zu diesem Betriebstyp zählen so unterschiedliche Unterkunftsarten wie Jugendherbergen, Hütten, Erholungs- und Ferienheime sowie Schulungseinrichtungen. Zusammen genommen vereinen sie allerdings nur ein Zehntel aller niedersächsischen Übernachtungen auf sich und kommen auf Platz 5 im Betriebstypenvergleich. So verschieden die einzelnen Segmente, so differenziert ist auch die Entwicklung in den niedersächsischen Regionen. Vor allem in den beiden Mittelgebirgen, aber auch in Hannover-Hildesheim, also in drei volumenmäßig sehr bedeutenden Destinationen für den Gruppenmarkt ist die Nachfrage im Fünfjahresvergleich stark zurückgegangen. Insgesamt reichte es aber in der landesweiten Bilanz für ein leichtes Übernachtungsplus. Wie in ganz Deutschland litten vor allem die Erholungs- und Ferienheime, während die Jugendherbergen und Schulungsheime seit 2013 erfreulicherweise wachsen konnten.

Das Kapazitätsvolumen in den niedersächsischen Gruppenunterkünften blieb in den vergangenen fünf Jahren weitgehend stabil. In vielen anderen Regionen hingegen wurden im gleichen Zeitraum verstärkt Kapazitäten abgebaut. Deutschlandweit schlossen mehr als 200 Betriebe ihre Pforten, was der Auslastung sehr gutgetan hat. Sie stieg um fast 2 Prozentpunkte auf 36,3 Prozent. Indes sind die Gruppenunterkünfte in Niedersachsen bei der Auslastung ihrer Betten kaum vorangekommen, nicht zuletzt, weil die Belegungsraten seit 2016 wieder leicht rückläufig sind.

Vorsorge- und Rehakliniken

Die meisten der 108 touristisch relevanten Klinikeinrichtungen in Niedersachsen liegen in der Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land, in den beiden Mittelgebirgsregionen und in den Seebädern an der Küste. Insbesondere für das Weserbergland ist der Gesundheitstourismus ein wichtiges Segment; ein Drittel aller Übernachtungen entfallen hier auf die Kliniken. Allerdings entwickelt er sich auch gerade hier stark rückläufig (11,5 Prozent weniger Übernachtungen seit 2013), während das Nachfragevolumen in den meisten anderen Regionen, allen voran im Harz und in der Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land, erfreulich gestiegen ist. Und trotz der allmählich abflachenden Wachstumskurve fällt das Übernachtungsplus seit 2013 landesweit betrachtet mit 3,4 Prozent sogar etwas positiver aus als in anderen Teilen der Republik.

Parallel zu der gestiegenen Nachfrage wurden auch die verfügbaren Betten in den niedersächsischen Vorsorge- und Rehakliniken seit 2013 leicht ausgebaut (+ 1,0 Prozent). Gleichzeitig war der bundesweite Markt eher von Kapazitätsrückgängen (- 2,3 Prozent) geprägt. Infolgedessen hat sich Auslastung in Deutschland weiter verbessert, während die niedersächsischen Kliniken kaum Fortschritte erzielten. So liegt der vormals stets überdurchschnittlich hohe Niedersachsenwert mittlerweile 0,7 Prozentpunkte unterhalb des Bundesniveaus.

5 Destinationstypen im Vergleich

Zusammenfassung

- Fast alle Destinationstypen entwickelten sich in Niedersachsen sowohl kurz- als auch mittelfristig besser als deutschlandweit.
- Eine der wenigen Ausnahmen: Die Städte. Gerade die anderswo so dynamischen urbanen Regionen schwächeln in Niedersachsen und sorgen so maßgeblich für die unterdurchschnittliche Gesamtpformance des Landes in den letzten Jahren. Hauptursache ist vor allem die geringe Investitionsdynamik in den kleineren Städten Niedersachsens, die gerade im hochinnovativen Städtetourismus schnell zum Wettbewerbsnachteil werden kann.
- Der Traumsommer 2018 bescherte den Urlaubsregionen an der Küste ein hervorragendes Tourismusjahr, sodass sie erneut zu den gefragtesten Destinationstypen zählten. Während jedoch die Dynamik an Deutschlands Küsten seit zwei Jahren spürbar nachgelassen hat, schloss Niedersachsens Küstentourismus das Jahr 2018 so gut wie lange nicht mehr ab, allen voran auf dem Festland.
- Mittelgebirgsdestinationen sind seit langem die „Sorgenkinder“ im Deutschland-Tourismus – und geraten immer stärker unter Druck. Um sich in einem immer stärkeren Wettbewerbsumfeld durchsetzen zu können, braucht es mehr Innovation, Qualität und Profil. In Niedersachsen kommt zudem insbesondere die Stärkung der schwachen Incoming-Nachfrage als Aufgabe hinzu.

5.1 Küstenregionen

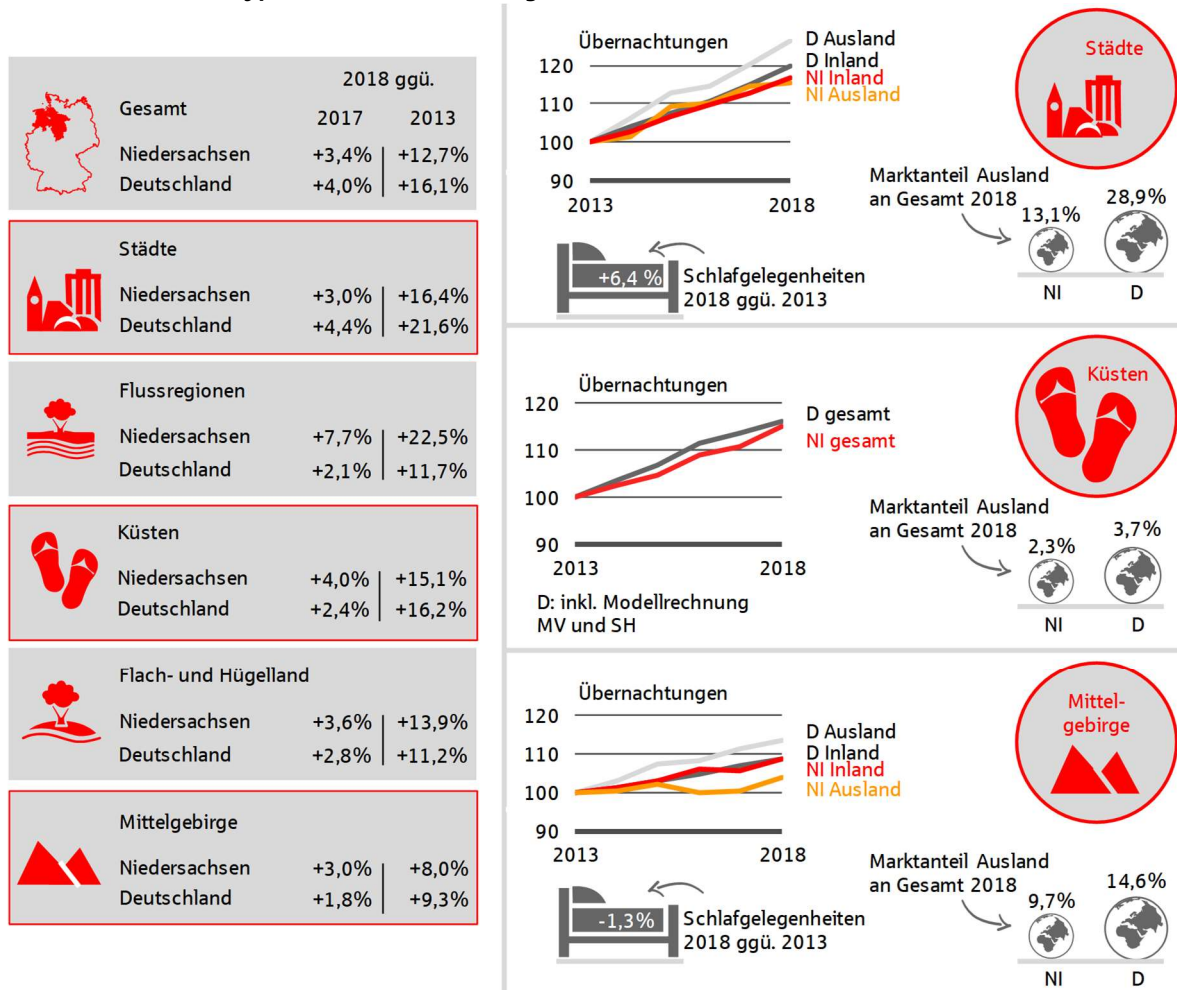
Die Analyse und Interpretation der Küstenregionen wird in diesem und in den nächsten Jahren durch Berichtskreisprüfungen in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern (siehe Kapitel 2.1) erschwert. Um trotzdem eine Orientierung zur realen Marktentwicklung zu erhalten, wurden für die beiden Bundesländer mit Informationen der beiden Statistischen Landesämter jeweils eine Modellrechnung durchgeführt. Mit diesen ist eine Berechnung der realen Übernachtungsentwicklung der Küstenregionen näherungsweise möglich. Saisonale Auswertungen sind durch die sukzessive monatliche Einarbeitung der neuen Daten nicht sinnvoll.

Der Traumsommer 2018 bescherte den Urlaubsregionen an der Küste ein hervorragendes Tourismusjahr. Mit einem Nachfrageplus von 2,4 Prozent zählten sie erneut zu den gefragtesten Destinationstypen, wenngleich die Dynamik an Deutschlands Küsten seit zwei Jahren spürbar nachgelassen hat, vor allem aufgrund der schlechten Bilanz in Mecklenburg-Vorpommern. Nach einem buchstäblichen Regenjahr 2017 mit sattem Minus reichte es auch im letzten Jahr trotz Sonne satt nur für eine schwarze Null. Niedersachsens Küstentourismus hingegen schloss das Jahr 2018 so gut wie lange nicht mehr ab. Allerdings schien die Sonne nicht für alle Regionen gleichermaßen: Maßgeblich an Nachfragevolumen zulegen konnte nur die Festlandsküste (Ostfriesland +8,0 Prozent; Nordseeküste/Bremerhaven +4,1 Prozent), während es auf der vorgelagerte Inselkette für knapp 3 Prozent reichte.

Dabei sind die Küstendestinationen weiterhin vor allem bei der deutschen Bevölkerung beliebt. Mit einem Anteil von mehr als 95 Prozent ist sie für das Gros der Übernachtungsnachfrage verantwortlich. Ausländische Gäste spielen hingegen eine verschwindend geringe Rolle, insbesondere in Niedersachsen. Auf den Ostfriesischen Inseln machen Incoming-Übernachtungen sogar nur einen verschwindend geringen Marktanteil von weniger als 1 Prozent aus. Zudem liegt der Fokus bislang auf nur sehr wenigen Quellmärkten – die Niederlande auf dem Festland, der Alpenraum auf den Inseln. Den im Küstenvergleich höchsten Incoming-Anteil erreichen die schleswig-holsteinische Ostsee (7,4 Prozent, vor allem aber beeinflusst durch die großen Städte Kiel, Lübeck und Flensburg) sowie überraschenderweise die Insel Rügen (inklusive Hiddensee), die in den letzten fünf Jahren eine erstaunliche

Entwicklung durchlaufen hat: 2013 betrug der Anteil der ausländischen Nachfrage noch 3,4 Prozent, nur fünf Jahre waren es bereits 4,3 Prozent.

Abb. 6: Destinationstypen im Wettbewerbsvergleich



Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter sowie eigene Berechnungen

5.2 Mittelgebirge

Im Vergleich aller Destinationstypen schneiden die Mittelgebirge seit Jahren am schlechtesten ab. Selbst die Wettbewerber im Flach- und Hügelland haben sich mittlerweile zu einer ernstzunehmenden Konkurrenz entwickelt – zu stark war die Notwendigkeit dieser etwas „gesichtslosen“ Regionen, sich mit innovativen Angeboten, konsequenter Qualitätsausrichtung oder Markenprozessen mehr Profil und Bedeutung im Tourismusmarkt zu verschaffen. Den Mittelgebirgen scheint das – trotz tendenziell leicht steigender Übernachtungszahlen – noch nicht in dem gleichen Maße gelungen zu sein.

Das gilt vor allem auch für die beiden niedersächsischen Mittelgebirgsregionen, wenngleich die Nachfrage hier zuletzt stärker zulegte als in den anderen Mittelgebirgen Deutschlands. Mittelfristig fällt jedoch vor allem das Weserbergland durch eine stark unterdurchschnittliche Entwicklung auf (2,2 Prozent mehr Übernachtungen seit 2013), während der Harz mit einem Nachfrageplus von fast 12 Prozent eine deutlich bessere Bilanz ziehen konnte. Allerdings entwickelten sich zahlreiche Wettbewerber weitaus dynamischer, nicht zuletzt gerade die beiden benachbarten Teile des Harzes in Thüringen und Sachsen-Anhalt. Aber auch weitere starke Konkurrenten wie der Schwarzwald und die Sächsische Schweiz sowie kleinere Mittelgebirge wie der Spessart und die Schwäbische Alb

haben in den letzten Jahren eine bemerkenswerte Performance geliefert. Allen gemeinsam ist vor allem eines: Sie haben offensiv an ihrer Markenkraft und -begehrlichkeit gearbeitet – und der Erfolg gibt ihnen Recht.

Mittelgebirge müssen sich in einem immer stärkeren Wettbewerbsumfeld durchsetzen. Das geht nur mit Strategie, Innovation, Qualität und klarem Profil.

Nicht zuletzt sind es die ausländischen Gäste, die den niedersächsischen Mittelgebirgen fehlen. Denn der anderswo in Deutschland – vor allem in anderen Destinationstypen, aber auch in den konkurrierenden Mittelgebirgen – boomende Incoming-Markt ist in Harz und Weserbergland nur sehr schwach ausgeprägt. Zum einen ist der Anteil der ausländischen Nachfrage am gesamten Übernachtungsvolumen stark unterdurchschnittlich. Nicht einmal jeder zehnte Gast kommt aus dem Ausland. Zum anderen blieb die Dynamik des Incoming-Geschäftes auch weiterhin hinter der Gesamtentwicklung zurück, ganz im Gegenteil zum Wettbewerb. Für den künftigen Erfolg gilt es also insbesondere, attraktiver für ausländische Gäste zu werden und – jenseits der sehr volatilen und zuletzt oft schwächelnden Nachfrage aus den beiden Top-Märkten Holland und Dänemark – neue Quellmärkte zu erschließen. Andere Regionen machen es vor, allen voran das deutsche „Vorzeige“-Mittelgebirge, der Schwarzwald: Hier geht jede vierte Übernachtung auf den ausländischen Gast zurück, Tendenz stark steigend. Neben konsequenter Arbeit am Markenimage in den wichtigsten Quellmärkten hat der Schwarzwald zudem viel Engagement in die Ausbildung seiner Leistungsträger im Umgang mit ausländischen Gästen investiert.

Eine zentrale Stellschraube für die Gewinnung neuer Gästegruppen – sei es aus dem In- oder dem Ausland – ist eine wettbewerbsfähige touristische Angebotsstruktur. Dazu zählen neben der öffentlichen (Wege-)Infrastruktur und den Freizeitattraktionen in erster Linie auch professionelle Anbieter im Beherbergungssegment. Im Mittelgebirgstourismus liegt hier jedoch einiges im Argen, denn seit Jahren schlägt die Marktbereinigung in den deutschen Mittelgebirgen besonders heftig zu. Seit 2013 sind die Kapazitäten um mehr als 1 Prozent gesunken. In den niedersächsischen Regionen gab es 2018 fast 900 Schlafgelegenheiten weniger als fünf Jahre zuvor. Im Weserbergland ist dies vor allem auf die Schließung zahlreicher Beherbergungsbetriebe (-28 seit 2013) zurückzuführen, im Harz auf die Verringerung der Betriebsgrößen. Das Problem dabei: Entstehen keine neuen, innovativen Beherbergungsangebote und werden bestehende Betriebe nicht marktgerecht qualifiziert, verlieren die Mittelgebirgsregionen für neue Zielgruppen immer mehr an Attraktivität – zumal die Messlatte für Unterkunftsstandards in vielen anderen Destinationstypen, Städte und Küsten voran, mittlerweile hoch hängt. Es gilt also, sich an diesen zu orientieren, anstatt nur nach anderen Mitbewerbern im Mittelgebirgssegment zu schauen.

Erfolgreiche Landesgartenschau: Bad Iburg vermeldet positive Bilanz

Zwischen April und Oktober fand 2018 die sechste niedersächsische Landesgartenschau statt. Die Besucherbilanz fiel positiv aus: Nachdem mit 500.000 Besuchern kalkuliert wurde, wurde diese Zahl mit knapp 590.000 Besuchern deutlich übertroffen. Die nächste Landesgartenschau Niedersachsens findet 2022 in Bad Gandersheim statt.¹¹

¹¹ laga2018-badiburg.de

5.3 Städte

Deutschlandweit zählen die Städte zu den erfolgreichsten Destinationstypen und liegen seit Jahren stets weit vorn im Dynamikranking. So sind die Übernachtungszahlen in allen deutschen Städten seit 2013 pro Jahr im Schnitt um mehr als 4 Prozent gestiegen. 2018 setzte sich dieser Trend mit einem Plus von 4,4 Prozent weiter fort. In Niedersachsen lagen die Nachfragezuwächse im Städtetourismus mit 3,0 Prozent jedoch erneut deutlich unter dem bundesweiten Durchschnitt. Damit sind die urbanen Regionen der einzige Destinationstyp, der sich niedersachsenweit schlechter entwickelte als anderswo in der Bundesrepublik. Im Umkehrschluss bedeutet das: Die vergleichsweise geringe Gesamtdynamik des Landes offenbart sich in erster Linie im Städtetourismus.

Die geringe Gesamtdynamik Niedersachsens offenbart sich vor allem im Städtetourismus.

Dass die Städte in Niedersachsen schlechter abschneiden als ihre bundesweite Konkurrenz, liegt nicht zuletzt an ihrer Struktur. Denn hier gibt es nun mal weniger Großstädte, die eigentlichen Zugpferde des deutschen Städtetourismus. So hatten auch 2018 vor allem die größeren Orte über 500.000 Einwohner einmal mehr die Nase vorn; davon gibt es in Niedersachsen aber nur eine: die Landeshauptstadt Hannover, deren Performance in den vergangenen fünf Jahren bei weitem nicht mit vergleichbaren Städtedestinationen mithalten konnte. 2018 ging die Zahl der Übernachtungen in Hannover sogar leicht zurück. Das konnten auch die anderen großen Städte des Landes (> 100.000 Einwohner) mit einer teils beachtlichen Entwicklung nicht ausgleichen. Einige Beispiele:

- Osnabrück wuchs mittelfristig um fast 50 Prozent, musste aber zuletzt erstmals leichte Verluste hinnehmen (2018: -0,6 Prozent).
- Wolfsburg legte nach längerer Wachstumspause mit mehr als 16-prozentigem Plus das Rekordergebnis 2018 hin und knackte damit endlich die Grenze von 600.000 Übernachtungen.
- Auch Bremerhaven setzte seine kontinuierliche positive Entwicklung weiter fort und krönte diese im vergangenen Jahr mit einem weiteren Zuwachs von rund 10 Prozent.
- Braunschweig, nach Hannover Top 2 im niedersächsischen Städtetourismus konnte zwar im Fünfjahresvergleich um mehr als ein Viertel zulegen, stagnierte aber 2018 weitgehend.

Und auch die Klein- und Mittelstädte, die in Niedersachsen immerhin fast 28 Prozent der Übernachtungsnachfrage ausmachen (zum Vergleich: Deutschland rund 25 Prozent), entwickelten sich sowohl kurz- als auch mittelfristig weniger dynamisch als ihre bundesweite Konkurrenz.

Kaum Bewegung im Beherbergungsmarkt: Niedersächsische Städte brauchen mehr Investitionen!

Besonders frappierend: Die Zuwächse im Incoming-Tourismus blieben in den niedersächsischen Städten – ganz im Gegensatz zum Deutschlandtrend – hinter der Entwicklung der inländischen Nachfrage zurück. Damit ist der ohnehin sehr geringe Auslandsanteil in den niedersächsischen Städten weiter zurückgegangen und liegt mittlerweile bei nur noch rund 13 Prozent. Das ist weniger als die Hälfte des bundesweiten Wertes. Insbesondere die kleinen Städte trübten die Bilanz: Hier sind die ausländischen Übernachtungen seit 2013 um fast 10 Prozent zurückgegangen, allen voran in Papenburg und Stade, also gerade in den beiden Kleinstädten mit dem mit Abstand höchsten Nachfragevolumen. In den Großstädten des Landes hingegen boomt der Incoming-Markt. Mittelfristig entwickelten sich die ausländischen Übernachtungen in den „Großen Neun“ mit rund 22 Prozent deutlich dynamischer als die Inlandsnachfrage. Zugpferde waren insbesondere Bremerhaven, Braunschweig und Salzgitter.

Eine wesentliche Ursache für die geringe Entwicklungsgeschwindigkeit liegt im schleppenden Angebotsausbau. Insgesamt wurden die Kapazitäten im niedersächsischen Städtetourismus in den vergangenen fünf Jahren nur um rund 6 Prozent aufgestockt, und dies fast ausschließlich in den Großstädten. In den mittelgroßen Städten des Landes stagnierte das Bettenvolumen hingegen weitgehend, in den kleinen ging es sogar zurück. Mit der deutschlandweiten Investitionsdynamik (-13,4 Prozent) konnte Niedersachsen so bei weitem nicht Schritt halten. Gerade im hochinnovativen Städtetourismus kann dies jedoch schnell zum Wettbewerbsnachteil werden. Ein aktives Ansiedlungsmanagement, das gezielt passfähige Investitionen in den Beherbergungsmarkt lanciert, wird damit zur zentralen Stellschraube. Gerade für kleinere Städte, die häufig keine Selbstläufer sind – weder für Gäste noch für Investoren.

Barock trifft Bauhaus: Erweiterung des touristischen Angebots in Celle

Neben den Fachwerkhäusern bietet die Stadt Celle nun neue touristische Erlebnisse rund um den Themenbereich Architektur und Neues Bauen an. Ein Rundweg führt Besucher zu den sieben berühmten Gebäuden im Bauhaus-Stil des Architekten Otto Haesler. Die Gäste gelangen vor Ort über einen QR-Code auf die Website www.neues-bauen-celle.de, auf der es weiterführende Infos, Filme und Animationen über die Bauwerke gibt. Die Modernisierung und Neugestaltung des Haesler-Museums rundet die Erweiterung des touristischen Angebots ab¹²

¹² Celle Tourismus und Marketing GmbH

III FREIZEITWIRTSCHAFT UND GASTGEWERBE IN NIEDERSACHSEN

1 Freizeit- und Kultureinrichtungen

Der Besuch einer neuen Kunstaussstellung, ein Tag mit der Familie im Freizeitpark oder eine Fahrt mit dem Ausflugsdampfer: Freizeit- und Kultureinrichtungen spielen als attraktive Ziele für Ausflüge vom Wohn- oder Urlaubsort eine elementare Rolle für den Tourismus in den einzelnen Destinationen. In Form eines Besuchermonitorings beobachtet das Tourismusbarometer seit vielen Jahren die Wettbewerbssituation der Freizeitwirtschaft. An dem Netzwerk Freizeitwirtschaft beteiligen sich deutschlandweit 837 Einrichtungen aus elf Bundesländern. 2018 betrug das Besuchervolumen aller Einrichtungen 81 Millionen und verteilte sich auf 19 Angebotstypen (Kategorien). Allein in Niedersachsen machten 170 Betriebe aus 17 Kategorien mit. Zusammen begrüßten sie 2018 rund 15 Millionen Besucher, im Schnitt also etwa 90.000 Besucher pro Einrichtung.

Doch wie ist es – gerade im Wettbewerbsvergleich – um die Freizeitwirtschaft in Niedersachsen bestellt? Welche Kategorien gehören zu den Gewinnern? Was waren die wichtigsten Einflussfaktoren? Und welche Schlüsseltrends zeichnen sich für die nächsten Jahre ab? Antworten auf diese Fragen liefert das Tourismusbarometer.

Kurzfristige Entwicklung und langfristige Markttrends: Besuchermonitoring in der Freizeitwirtschaft

- Die Entwicklung der Besucherzahlen gibt Hinweise auf die Wettbewerbsstellung der erfassten Betriebe aus unterschiedlichen Segmenten.¹³ Daraus lassen sich Begründungszusammenhänge und erste Handlungsansätze ableiten.
- In der kurzfristigen Betrachtung von 2017 bis 2018 zeigen sich betriebsindividuelle und/oder vorübergehende äußere Einflüsse, zum Beispiel Großereignisse wie Gartenschauen und Ausstellungen sowie außergewöhnliche Wetterlagen/Naturkatastrophen.
- Strukturelle Veränderungen der Marktkonstellation werden anhand langfristiger Betrachtungen aufgedeckt. Daraus wird deutlich, wie sich der Großteil der touristischen Infrastruktur am Markt behauptet und wo sich vielversprechende Perspektiven, aber auch kritische Entwicklungen abzeichnen.

Aussagekräftiges Besuchermonitoring 2018: Elf Bundesländer – 837 Betriebe – 81 Millionen Besucher

In aller Kürze: Die Methodik

Um sich an dem Netzwerk der Freizeitwirtschaft zu beteiligen, müssen die Einrichtungen

- besucherstark sein und eine überörtliche Ausstrahlungskraft haben.
- betriebsbezogene Besucherzahlen exakt (mittels Tickets) regelmäßig und zeitnah erheben.

Nutzensteigerung für teilnehmende Einrichtungen durch digitale Besuchererfassung

Seit 2015 können teilnehmende Einrichtungen ihre Besucherzahlen direkt auf einer Online-Plattform (WEBMARK-System) eingeben – alle datenschutzrechtlichen Bestimmungen werden selbstverständlich berücksichtigt und sämtliche Daten der Wettbewerber anonymisiert dargestellt. Für die Teilnehmer ist es exklusiv möglich, sich mit wenigen Klicks tagesaktuelle Wettbewerbsdaten anzeigen zu lassen und diese für strategische Planungen oder interne Sitzungen zu nutzen. Unterstützen Sie das Netzwerk der Freizeit- und Kultureinrichtungen, indem auch Sie teilnehmen oder andere Einrichtungen auf das Angebot hinweisen!

¹³ Bei den Ergebnissen handelt es sich um eine möglichst aussagekräftige, breit angelegte Stichprobe und nicht um eine Vollerhebung aller existierenden Einrichtungen.

Da ausschließlich Gruppenwerte ausgewiesen werden, ist die Anonymität der betrieblichen Einzeldaten gewährleistet. Die Einrichtungen selbst nutzen die Analysen vor allem für interne Benchmarks und Gremiensitzungen sowie für strategische Planungen.

1.1 Aktuelle Besucherentwicklung

Zusammenfassung

- Die Freizeiteinrichtungen in Niedersachsen konnten 2018 das Vorjahresergebnis halten.
- Die Witterung hatte erneut starken Einfluss auf die Entwicklung der Besucherzahlen. Aufgrund des heißen, trockenen Sommers konnten nur wenige Kategorien nennenswerte Zuwächse verbuchen. Strandbesucher und die Ausflugsschiffahrt profitierten enorm, während verschiedene Indoor- wie Outdoor-Einrichtungen verloren.

Freizeitwirtschaft 2018: Niveau gehalten!

Die Freizeiteinrichtungen in Niedersachsen konnten 2018 mit +0,1 Prozent das Niveau der Besucherzahlen aus dem Vorjahr halten. Allerdings konnten mit rund 43 Prozent weniger als die Hälfte der Freizeiteinrichtungen Zuwächse erzielen. Insofern täuscht das insgesamt gute Ergebnis der niedersächsischen Freizeiteinrichtungen im Hitzesommer etwas. Rechnet man die Strandbesucherzahlen und die Fahrgastzahlen der Ausflugsschiffahrt, die beide enorm von den Witterungsbedingungen profitierten, heraus, verloren die Freizeiteinrichtungen 2,1 Prozent ihrer Besucher.

Saisonverlauf 2018: Der Sommer bestimmt das Ergebnis

Auf den ersten Blick macht der Saisonverlauf einen sehr positiven Eindruck: In acht von zwölf Monaten konnten die Freizeiteinrichtungen über steigende beziehungsweise gleichbleibende Besucherzahlen berichten. Allerdings bestehen bei den Kategorien deutliche Unterschiede. Ausschlaggebend für die Entwicklung bei vielen Anbietern waren die extremen Witterungsbedingungen in den besucherstarken Sommermonaten. Während der Sommer im Vorjahr vielerorts verregnet war und Indoor-Einrichtungen somit besonderen Zulauf bescherte, brachte die Hitze 2018 vielen Einrichtungstypen keinerlei positive Impulse. Durchschnittlich gingen die Besucherzahlen in den besucherstarken Monaten Juni bis August um 4,0 Prozent zurück. Nur die starken Zuwächse bei den Strandbesuchern (+20,5 Prozent) und der Ausflugsschiffahrt (+16,1 Prozent) verhinderten stärkere Verluste. Erst dank der durchweg positiven Ergebnisse in den letzten vier Monaten des Jahres konnte das Ergebnis gehalten werden. >> Abb. 7, Anhang 10

Zwei Drittel der Kategorien mit sinkenden Besucherzahlen

2018 konnten lediglich vier der 13 ausweisbaren Kategorien¹⁴ mehr Besucher als im Vorjahr begrüßen. Hier zeigt sich einmal mehr der Einfluss des Wetters. Die Strandbesucher lagen mit Abstand vorn: Fast ein Viertel mehr Tageskarten als im Vorjahr wurden verkauft. Entgegen der Entwicklung in anderen Bundesländern, wo aufgrund von Niedrigwasser in Binnengewässern die Ausflugsschiffahrt starke Einbußen erlitten hatte, war 2018 für die Ausflugsschiffahrt in Niedersachsen mit +12,7 Prozent ein sehr gutes Jahr, denn viele Gäste wollten auf die Ostfriesischen Inseln und Helgoland übersetzen oder das gute Wetter bei Hafenrundfahrten genießen. Auch die Burgen/Schlösser und die Stadtführungen waren im Plus, wenngleich mit deutlich geringeren Wachstumsraten.

Für Ausflüge in andere Einrichtungstypen war es vielen Menschen 2018 deutlich zu warm. Sowohl Indoor- als auch Outdoor-Einrichtungen zogen gegen Strände, Seen und Freibäder im Land den Kürzeren. Die stärksten Rückgänge

¹⁴ Die Ergebnisse der Denkmäler/historischen Bauwerke, Bergbahnen, Kirchen und privaten Eisenbahnen können nicht ausgewiesen werden, da die erforderliche Mindestteilnehmerzahl pro Kategorie nicht erreicht wurde.

verzeichneten die Spielscheunen (-13,7 Prozent) und damit jene Kategorie, die noch im Vorjahr am stärksten von den durchwachsenen Verhältnissen profitiert hatte. Alle teilnehmenden Anbieter waren zweistellig im Minus und rutschten teilweise sogar unter das Ergebnis aus dem Jahr 2016. Die Naturinfozentren (-9,0 Prozent) mussten ebenso wie die Freilichtmuseen/Besucherbergwerke (-7,7 Prozent) und die Besucherführungen (-7,2 Prozent) deutliche Besucherrückgänge verkraften. Die Naturinfozentren fielen nach zwei Jahren mit Gewinnen wieder auf das Niveau von 2015 zurück. Bei den Freilichtmuseen/Besucherbergwerken und den Besucherführungen können für die Rückgänge nicht (nur) die Witterungsbedingungen verantwortlich gemacht werden, denn beide Kategorien haben schon seit mehreren Jahren mit sinkenden Besucherzahlen zu kämpfen. Bei den Freilichtmuseen/Besucherbergwerken betraf der Rückgang ausnahmslos jeden Anbieter, bei den Besucherführungen konnte nur einer von fünf seine Teilnehmerzahlen leicht steigern.

Witterungsbedingungen bestimmen das Ergebnis.

Bei den anderen Kategorien waren die Entwicklungen weniger stark ausgeprägt. >> Abb. 7

- Die Burgen/Schlösser (+4,7 Prozent) zählen zu den Gewinnern 2018. Rund 60 Prozent der Einrichtungen verzeichneten steigende Besucherzahlen. Besonders erfolgreich waren die Burgen/Schlösser zwischen Januar und März (+23,7 Prozent) sowie im Mai, wo sie ihr Vorjahresergebnis um mehr als die Hälfte überschritten. Auch die Monate August bis November liefen für diese Kategorie sehr gut.
- Die Teilnehmerzahlen an Stadtführungen stiegen leicht um 1,3 Prozent. In der Hälfte der Monate waren die Zahlen höher als im Vorjahr. Davon profitierten allerdings nur rund 40 Prozent der Teilnehmer, darunter viele kleinere Anbieter. Nach den starken witterungsbedingten Rückgängen des Vorjahres lag das Niveau für diese Kategorie jedoch ziemlich niedrig, so dass der Anstieg zu erwarten war.
- Aufgrund der Heterogenität der Einrichtungen in der Kategorie Freizeit-/Erlebniseinrichtungen ist eine pauschale Aussage schwierig. Das Gesamtergebnis der Freizeit-/Erlebniseinrichtungen in Niedersachsen (-0,6 Prozent) wird maßgeblich von der besucherstärksten Einrichtung, die ein leichtes Plus verzeichnete, bestimmt. Rechnet man diese Einrichtung heraus, haben die Freizeit-/Erlebniseinrichtungen das Vorjahresergebnis deutlich verpasst (-14,7 Prozent), denn in neun von zwölf Monaten wurden die Vorjahreszahlen nicht erreicht.
- Die Museen/Ausstellungen starteten mit steigenden Besucherzahlen zwischen Januar und März gut in das Jahr, konnten diesen Schwung aber nicht beibehalten und nur noch im Juni und November Gewinne verzeichnen. Am Jahresende blieben somit leichte Rückgänge von -1,2 Prozent, was aber im Vergleich zu der Entwicklung dieser Kategorie in anderen Bundesländern noch im Rahmen liegt. Gut ein Drittel der Einrichtungen zählte zu den Gewinnern.
- Für die Landschaftsattraktionen, darunter viele Parkanlagen, war 2018 ein einziges Auf und Ab. Insbesondere in den Sommermonaten Juni und August litten sie teilweise stark unter den außergewöhnlichen Witterungsbedingungen. Punkten konnten sie hingegen in der Nebensaison, also im Januar, November und Dezember. Zum Jahresende lagen sie trotzdem 2,7 Prozent unter dem Vorjahresergebnis.
- Die Erlebnisbäder/Thermen hatten in den Sommermonaten keine Chance gegen Strände, Seen und Freibäder, zeigten sich aber auch in den anderen Monaten des Jahres nur wenig dynamisch, so dass sie 2,6 Prozent weniger Eintrittskarten verkauften als 2017. Lediglich Bäder mit großen Außenbereichen konnten 2018 nennenswert punkten.
- Die Zoos/Tierparks hatten zwischen Juni und August die größten Einbußen (-16,3 Prozent) aller Kategorien. Auch die hervorragende Aufholjagd ab September (+17,8 Prozent) konnte das Negativergebnis von -3,8 Prozent nicht verhindern.

Neue Tierwelt im Zoo Osnabrück

Seit Herbst 2018 können Besucher des Osnabrücker Zoos die Tierwelt Nordamerikas im neuen Areal Manitoba entdecken. In der 3,5 Hektar großen Nordamerika-Tierwelt sind elf Tierarten zu Hause, unter anderem Marmot, Kanadische Biber und Hudson Bay-Wölfe. Die Kosten für das Areal betrugen 3,5 Millionen Euro.¹⁵

1.2 Niedersächsische Freizeitwirtschaft im Wettbewerbsvergleich

Zusammenfassung

- Langfristige Entwicklung: Die Besucherzahlen lagen in den letzten Jahren kontinuierlich über denen des Jahres 2013. Eine große Dynamik ist allerdings nicht festzustellen.
- Kategorien: Die Kategorien entwickeln sich sehr unterschiedlich. Strandbesucher und Ausflugsschiffahrt liegen vor allem aufgrund der Ergebnisse von 2018 vorn. Am hinteren Ende der Skala liegen Freilichtmuseen/Besucherbergwerke und Besucherführungen.
- Bundesländer: Niedersachsen platziert sich 2018 sehr gut und liegt im Küstenbundesländervergleich vorn. In Schleswig-Holstein gingen die Besucherzahlen leicht, in Mecklenburg-Vorpommern sogar deutlich zurück.

Langfristige Entwicklung 2013 bis 2018 nach Kategorien

Die Besucherzahlen der Freizeiteinrichtungen in Niedersachsen lagen in den letzten Jahren kontinuierlich über dem Wert von 2013, wenngleich nur eine geringe Dynamik zu verzeichnen ist. Der Höchststand von 2015 lag +4,5 Prozent höher als 2013. 2018 waren es trotz der Rückgänge immerhin 2,8 Prozent mehr als im Basisjahr. Die Messlatte liegt allerdings nicht sehr hoch, denn mit Winterwetter bis in den April hinein, Hochwasser im Juni und Hitzewellen im Sommer war auch 2013 kein leichtes Jahr für die niedersächsische Freizeitwirtschaft. Die Ergebnisse für die Kategorien im Detail:

- Strandbesucher (+30,3 Prozent) und Ausflugsschiffahrt (+21,3 Prozent) sind mit Abstand die erfolgreichsten Kategorien seit 2013. Obwohl beide Kategorien schon in den Vorjahren erfolgreich waren, haben sie ihr besonders gutes Abschneiden 2018 dem sonnigen Sommer zu verdanken. Gerade die Strandbesucherzahlen sind extrem wetterabhängig und pendeln deshalb teilweise stark von Jahr zu Jahr. Insofern lassen sich hier keine verallgemeinernden Aussagen treffen. Die Ausflugsschiffahrt konnte bereits das dritte Jahr in Folge – allen Witterungsbedingungen zum Trotz – Zuwächse verzeichnen, so dass auch in den kommenden Jahren eine positive Entwicklung zu erwarten ist, wobei die enorm hohen Zahlen von 2018 bei normaler Witterung kaum wiederholt werden können.
- Die Einrichtungen aus dem Bereich Museen/Sehenswürdigkeiten entwickelten sich seit 2013 sehr unterschiedlich. Burgen/Schlösser stehen mit +9,4 Prozent sehr gut da und konnten das Ergebnis von 2013 jedes Jahr aufs Neue übertreffen. Die Museen und Ausstellungen in Niedersachsen hingegen zeigen sich wenig dynamisch und lagen in den letzten drei Jahren unter dem Wert des Basisjahres (2018: -2,0 Prozent). Ebenso wie in den meisten anderen betrachteten Regionen und Bundesländern sind Impulse wie spannende Sonderausstellungen oder neue Ausstellungskonzepte dringend gefragt, um künftig wieder mehr Besucher in die Häuser zu locken. Regelmäßig abgestürzt – und das bereits seit 2015 – sind die Besucherzahlen der Freilichtmuseen/Besucherbergwerke. Das liegt vor allem an einer Einrichtung, die ihre Besucherzahlen fast halbiert hat. Aber auch die anderen Teilnehmer in dieser Kategorie konnten nicht dagegenhalten und verloren ebenfalls zweistellig. Detaillierte Aussagen zu Kirchen und Denkmälern/historischen Bauwerken können aufgrund zu niedriger Teilnehmerzahlen nicht getroffen werden; die Tendenz weist jedoch in beiden Kategorien deutlich nach unten.

¹⁵ www.zoo-osnabrueck.de

- Im Bereich der Führungsangebote lagen sowohl die Stadtführungen als auch die Besucherführungen 2018 unter den Zahlen von 2013. Während sich die Stadtführungen in den ersten Jahren noch sehr gut entwickelten und erst seit zwei Jahren unter dem Ausgangswert liegen (2018: -0,4 Prozent), kämpfen die Besucherführungen schon das vierte Jahr in Folge mit starken Rückgängen: Seit 2013 verloren sie rund ein Fünftel ihrer Besucher.

Freizeitangebote wurden ausgebremst.

- Die Freizeitangebote – in den letzten Jahren ein Garant für steigende Besucherzahlen – wurden 2018 erstmals wieder ausgebremst. Die Spielscheunen platzieren sich mit einem Indexwert von 103,8 Punkten am besten, wenngleich sie die hervorragenden Ergebnisse aus den Jahren 2015 bis 2017 nicht wieder erreicht haben. Die Freizeit- und Erlebniseinrichtungen pendeln sich bei 102,5 Indexpunkten ein und liegen damit deutlich hinter der Konkurrenz in den anderen betrachteten Bundesländern und Regionen. Die Erlebnisbäder haben das Jahresergebnis von 2013 zwar auch 2018 erreicht, hatten in den Vorjahren allerdings kontinuierlich darüber gelegen. Einzig die Zoos/Tierparks rutschten nach sehr erfolgreichen Jahren unter die Besucherzahlen von 2013. In anderen Bundesländern und Regionen platzieren sie sich weiterhin vorn, so dass die niedersächsischen Teilnehmer in dieser Kategorie aufpassen müssen, nicht von der Konkurrenz abgehängt zu werden. Hier sind auch in den kommenden Jahren Investitionen in moderne, artgerechte Tiergehege, spannende Sonderveranstaltungen sowie interessante Gastronomiekonzepte gefragt.
- Bei den Naturattraktionen ist keine einheitliche Entwicklung zu erkennen. Die Naturinfozentren hatten nach Startschwierigkeiten 2014 und 2015 ein gutes Niveau erreicht, aufgrund der Verluste von 2018 liegen die Besucherzahlen nun nur noch leicht über denen von 2013 (+2,3 Prozent). Die Landschaftsattraktionen verloren seit 2013 kontinuierlich Besucher. Mit einem Indexwert von 91,2 Punkten liegen sie an vorletzter Stelle aller betrachteten Kategorien.

Umfangreiche Angebotserweiterungen im Serengeti Park

Zum Saisonstart des Serengeti Parks Hodenhagen bietet der Freizeitpark seinen Besuchern eine Vielzahl an teils investitionsintensiven Neuheiten. Neben weiteren Tierarten, einem großen Streichelgehege und der neu eingeführten Jahreskarte kann der Parkbesucher nun auch eine Eiszeit-Safari erleben: Die Gäste begeben sich auf eine Zeitreise, während sie Wissenswertes über Artenvielfalt und Evolution erfahren. Darüber hinaus erweitert der Park sein Schlechtwetter-Angebot um eine 860 Meter lange Indoor-Achterbahn, die es auf 80 Kilometer/Stunde bringt und mit vielen Spezialeffekten aufwartet. Und im neuen Restaurant Manyara kümmert man sich um das leibliche Wohl der Tages- und Übernachtungsgäste. Mit rund 4 Millionen Euro ist das Manyara, in dem 500 Gäste Platz finden, das finanziell größte Projekt des Parks seit 20 Jahren.¹⁶

Freizeiteinrichtungen: Niedersachsen gewinnt Küstenbundesländervergleich.

Kurzfristige Entwicklung: Niedersachsen hält gut mit

Indem Niedersachsen das Niveau von 2017 bestätigen konnte, liegt es im Bundesländerranking im guten Mittelfeld. Die konkurrierenden Küstenbundesländer Schleswig-Holstein (-1,7 Prozent) und Mecklenburg-Vorpommern (-9,1 Prozent) schwächelten zum Teil deutlich. Insgesamt schloss die Freizeitwirtschaft in allen betrachteten Bundesländern und Regionen das Jahr mit einem leichten Minus von 1,3 Prozent ab. Ein nennenswerter Sprung nach vorn gelang lediglich den Freizeiteinrichtungen aus Brandenburg (+3,9 Prozent), die damit die Verluste des

¹⁶ www.serengeti-park.de

Vorjahres wieder wettmachten. Anbieter aus dem Saarland, Westfalen-Lippe und Rheinland-Pfalz lagen zumindest knapp über dem Vorjahresergebnis.

1.3 Bedeutung verschiedener Einflussgrößen für die Besucherentwicklung

Zusammenfassung

- Betriebsgröße: Die Betriebsgröße ist nicht das entscheidende Kriterium für den Erfolg oder Misserfolg einer Freizeiteinrichtung. Vielmehr kommt es auf individuelle Gegebenheiten an.
- Destinationstypen: Freizeiteinrichtungen in den Seen- und Flussregionen erwiesen sich in den letzten Jahren als besonders dynamisch. Anbieter in den Städten hingegen hatten häufig mit sinkenden Besucherzahlen zu kämpfen.
- Preisniveau: Der Preisanstieg bei Freizeitangeboten geht weiter. Die Eintrittspreise in Niedersachsen liegen 2019 im Vergleich zu anderen Bundesländern und Regionen recht hoch.

Einfluss von Betriebsgröße und Destinationstyp

Das umfangreiche Netzwerk der Freizeitwirtschaft in mittlerweile elf Bundesländern ermöglicht es, die Besucherentwicklung unter verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten. Dank der Einteilung nach Betriebsgröße¹⁷ und Destinationstyp lassen sich Besonderheiten der Besucherentwicklung bei kleinen, mittleren und großen Häusern sowie an verschiedenen Standorten (zum Beispiel Städten, Seen, Mittelgebirgen) ablesen.

Auch das Jahr 2018 bestätigt erneut, dass der Erfolg von Freizeiteinrichtungen nicht von ihrer Größe abhängt, sondern vom individuellen Angebot sowie weiteren Faktoren wie zum Beispiel Sonderveranstaltungen und Jubiläumsjahren und nicht beeinflussbaren Gegebenheiten wie Wetter oder Lage der Feiertage und Ferienzeiten. Alle Größenklassen überschritten 2018 den Wert des Basisjahres 2013 und lagen recht nah beieinander. Am dynamischsten entwickelten sich die Einrichtungen mit Besucherzahlen zwischen 50.000 und 100.000 Einwohner (+5,7 Prozent). An zweiter Stelle liegen Freizeiteinrichtungen mit 100.000 bis 200.000 Besuchern (+3,1 Prozent) knapp gefolgt von kleineren Einrichtungen mit 20.000 bis 50.000 Besuchern (+2,5 Prozent). >> Abb. 7, Anhang 11

Angebote in Seen- und Flussregionen weiterhin Spitzenreiter

Die geografische Lage der Freizeiteinrichtungen ist einer der Faktoren, die über Erfolg oder Misserfolg mitbestimmen. Hier zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Destinationstypen.

- Freizeiteinrichtungen in Seenregionen nehmen mit +10,3 Prozent seit 2013 die Spitzenposition ein und konnten ihre Besucherzahlen auch im Vergleich zum Vorjahr 2018 nochmals steigern. Auch Angebote in Flussregionen waren mit +8,9 Prozent seit 2013 sehr erfolgreich.
- Nur wenig Dynamik gab es bei Freizeiteinrichtungen an der Küste oder in den Mittelgebirgen. Mit +1,2 beziehungsweise 2,4 Prozent weisen sie zwar höhere Besucherzahlen auf als 2013, machten jedoch in den letzten Jahren keinen entscheidenden Sprung nach vorn.
- Das Nachsehen hatten Anbieter in Städten, hier gab es seit 2013 kontinuierliche Rückgänge, so dass die Besucherzahlen im vergangenen Jahr 2,8 Prozent unter denen von 2013 lagen. >> Anhang 12

¹⁷ Eine Differenzierung in Bezug auf das Nachfragevolumen erfolgt mittels Einteilung der teilnehmenden Einrichtungen aller erfassten Bundesländer in fünf Größenklassen. Basis für die Zuordnung zu der jeweiligen Gruppe ist das Jahr 2013.

Bäder setzen auf Erlebnisorientierung

- In Niedersachsen lockt das Erlebnisbad Ronolulu in Rotenburg (Wümme) mit dem „Aqua Movie“: Kino im Schwimmbad. Mit diesem Angebot möchte sich das Bad stärker positionieren und auf dem Freizeitmarkt konkurrenzfähiger sein.¹⁸
- Die Toskana Therme in Bad Sulza lockte Besucher bereits mit „Klassik unter Wasser“ zu besonderen Klangerlebnissen. Anfang 2019 startete die neue Veranstaltungsreihe „Geschichten hören unter Wasser“. Die erste Phase, die bis Ende März lief, wurde sehr gut angenommen. Ab Juni können die Besucher wieder jeden Freitag den eigens produzierten Geschichten unter Wasser lauschen. Das Angebot ist im Thermeneintritt inbegriffen.¹⁹

Preisstruktur in der Freizeitwirtschaft: Kontinuierliche Preiserhöhungen

Das Sparkassen-Tourismusbarometer untersuchte erstmals 2009 und seit 2014²⁰ regelmäßig und vergleichbar die Entwicklung der Eintrittspreise in der Freizeitwirtschaft. Ziel ist es, die unterschiedlichen Preisstrukturen in den einzelnen Kategorien zu ermitteln und Zusammenhänge zwischen Preisentwicklung beziehungsweise -dimension auf der einen sowie Besucherentwicklung und Investitionsverhalten auf der anderen Seite zu prüfen.²¹ Seit 2014 gab es bei allen Angebotsgruppen eine Preissteigerung. 2019 liegen die Durchschnittspreise aller betrachteten Freizeiteinrichtungen rund 15 Prozent höher als 2014 (Anstieg von 6,83 Euro auf 7,84 Euro).

- Außer in Westfalen-Lippe sind die Durchschnittspreise 2019 überall gestiegen und liegen nun 0,12 Euro höher als 2019. Das entspricht einer Teuerungsrate von 1,5 Prozent und somit dem Niveau der Inflationsrate (+1,4 Prozent)²². Insofern war der Preisanstieg 2019 weniger stark als in den Vorjahren.
- Die stärksten Preisanstiege verzeichnen die Ausflugsschiffahrt (+3,5 Prozent), die Kirchen, Freizeit-/Erlebniseinrichtungen und die Privaten Eisenbahnen (je +3,4 Prozent).
- Die Preise der niedersächsischen Freizeiteinrichtungen sind 2019 mit 2,0 Prozent leicht gestiegen und liegen nun bei knapp 8,00 Euro. Damit bewegen sie sich im oberen Bereich der betrachteten Bundesländer und Regionen. Bei fünf Kategorien gab es 2019 keine Preisänderungen; die Eintrittspreise für die generell sehr preiswerten Naturinfozentren sanken sogar durchschnittlich um knapp 10 Prozent, da eine Einrichtung ihre Tickets neuerdings sehr viel kostengünstiger anbietet. Deutlich gestiegen ist hingegen der Eintrittspreis für Spielscheunen (+16,0 Prozent), und auch die Freizeit-/Erlebniseinrichtungen verteuerten ihre Tickets 2019 um knapp 5 Prozent. Die stärkste Preiserhöhung seit 2014 erfolgte bei den Besucherführungen (+28,1 Prozent). Bei einem Preisanstieg von jeweils rund 20 Prozent seit 2014 müssen aber auch Besucher von Spielscheunen, Burgen und Schlössern sowie Freizeit- und Erlebniseinrichtungen erheblich tiefer in die Tasche greifen.

¹⁸ www.ronolulu.de

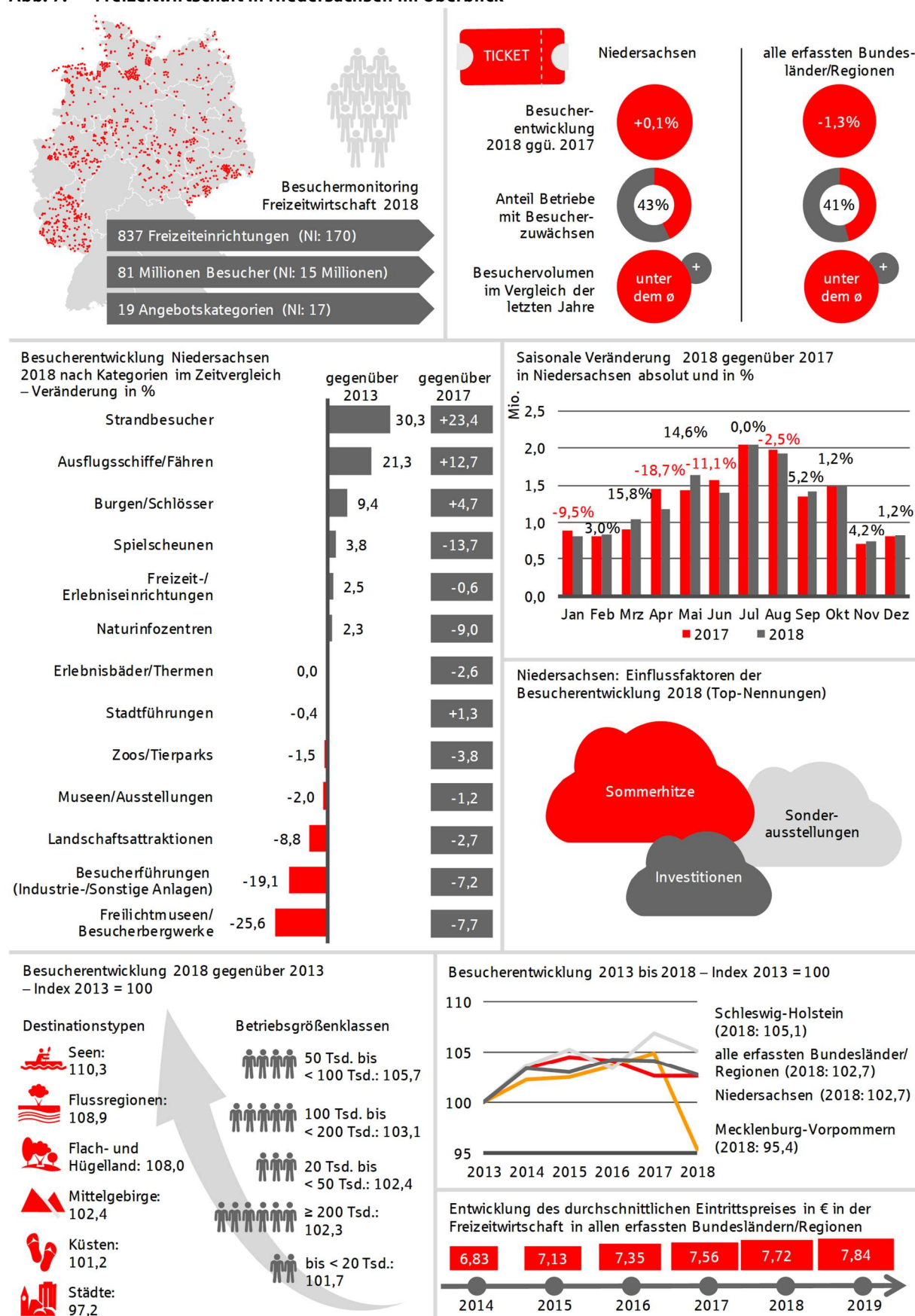
¹⁹ www.toskanaworld.net

²⁰ In Einzelfällen kam es zu Veränderungen des Teilnehmerkreises, weshalb die Preisstrukturen aus den Jahren 2014 bis 2018 aktualisiert wurden. Daher weichen die aktuellen Ergebnisse teilweise von denen früherer Jahresberichte ab.

²¹ Preisdifferenzierungen sind als Instrument für Marketing und Zielgruppenorientierung in der Freizeitwirtschaft weit verbreitet. Zugrunde gelegt wurde der aktuell günstigste Einzelpreis für einen Erwachsenen ohne Ermäßigung. Betriebe, deren Preisstruktur angesichts verschiedener Angebotsmöglichkeiten stark variiert, blieben bei der Preisanalyse außen vor. Das war vereinzelt bei Theatern (diverse Vorstellungen und Kategorien), aber auch bei touristischen Verkehrsträgern (umfangreiches Streckennetz) der Fall. Ansonsten wurde bei den Verkehrsträgern der Preis für ein Tagesticket/eine Rundfahrt ermittelt. Bei Erlebnisbädern/Thermen floss der Tagespreis ohne Sauna oder die Gebühr für einen vierstündigen Aufenthalt in die Analyse ein. Der Preis für eine kombinierte Berg- und Talfahrt bildete die Basis bei den Bergbahnen.

²² www.destatis.de, Januar 2019 vs. Januar 2018

Abb. 7: Freizeitwirtschaft in Niedersachsen im Überblick



Quelle: dwif 2019, Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

1.4 Perspektiven und Trends in der Freizeitwirtschaft

In den letzten zehn Jahren galt die eigene Website auch für Freizeiteinrichtungen als Aushängeschild und eines der wichtigsten Marketinginstrumente. Die meisten Einrichtungen investierten viel Zeit und Geld, um die Informationen über die Einrichtung aktuell und qualitativ hochwertig darstellen zu können. Durch neue technologische Entwicklungen, allen voran die künstliche Intelligenz, wird es notwendig, relevanten Content anders aufzubereiten: Dieser sollte nicht mehr ausschließlich auf die eigene Website zugeschnitten sein; vielmehr müssen Unternehmen ihre Inhalte (Daten, Informationen, Texte, Bilder, Videos etc.) in hoher Qualität in einer Datenbank für Sprachassistenten und andere digitale Systeme aufbereiten, so dass diese auf verschiedenen Kanälen ausgespielt werden können. Insofern ist die eigene Website mittlerweile nur noch ein Kanal von vielen.

Einschränkungen ohne Open Data

Viele technische Neuerungen setzen Open Data voraus. Open Data sind Daten, die für jedermann ohne Einschränkung zugänglich sind und nach Belieben genutzt und weiterverwendet werden dürfen. Nur wenn Anbieter Informationen zu ihren Einrichtungen frei zur Verfügung stellen, können sie auch künftig optimal von ihren potenziellen Kunden gefunden werden. Ein Beispiel hierfür ist die Google-Suche: Gibt man den Namen einer Freizeiteinrichtung bei Google ein, so erscheint rechts neben den Suchergebnissen eine Zusammenfassung zur entsprechenden Suchanfrage, ohne dass der Kunde sich durch einzelne Links klicken muss. Diese Informationen werden aus einer Art Wissensdatenbank (Google Knowledge Graph) zusammengestellt.

Sprachassistenten auf dem Vormarsch

Die Nutzung von Sprachassistenten wie Siri (iPhone), Cortana (Windows) und Alexa (Amazon.com) hat in den letzten Jahren stetig zugenommen. Im Herbst 2017 nutzten bereits etwas mehr als ein Drittel der Deutschen zwischen 18 und 69 Jahren einen digitalen Sprachassistenten.²³ Da war der Verkaufsstart von Alexa noch nicht lange her. Experten erwarten, dass bis 2020 die Hälfte der Suchanfragen über Sprachassistenten laufen wird.²⁴ Dadurch wird sich auch das Suchverhalten der Konsumenten verändern. Im Gegensatz zur klassischen Textsuche werden bei der sprachgesteuerten Suche in der Regel ganze Sätze oder komplexe Fragestellungen formuliert. Da die Sprachassistenten häufig nur die Top-Treffer des Suchergebnisses als Sprachausgabe wiedergeben, reicht es künftig nicht mehr, unter den ersten zehn Treffern zu sein. Insofern ist es wichtiger denn je, einzigartigen und relevanten Content für seine Einrichtung zu platzieren, um überhaupt von den Sprachassistenten wahrgenommen zu werden. Bisher sind Sprachassistenten aber noch vorrangig Insellösungen und arbeiten auf Basis der eingespielten Informationen.

Was wissen Sprachassistenten über die Freizeiteinrichtungen in Niedersachsen?

Wir haben Alexa, den Sprachassistenten von Amazon.com, befragt. Für viele Regionen und Orte in Niedersachsen findet Alexa zwar bereits Informationen zu Freizeitangeboten wie Museen, Schwimmbädern und Tierparks/Zoos. Häufig entsprechen die Antworten jedoch nicht der Qualität, die der Gast sich wünscht. So werden keine Highlights genannt, Öffnungszeiten fehlen oft, auch Informationen zu Eintrittspreisen sind nicht vorhanden, oder man erhält falsche Auskünfte zu den Suchanfragen. Ohne eine strukturierte Aufbereitung und Freigabe der Daten haben die Sprachassistenten allerdings auch keine Chance, dem suchenden Gast passende Informationen zu liefern. Die

²³ www.splendid-research.com

²⁴ vgl. Cognizant 2017

Themen Content-Qualität und Aufbau von Datenbanken nach einheitlichem Muster im Sinne der Maschinenlesbarkeit werden künftig noch an Bedeutung zunehmen. Viele Bundesländer haben diesen Weg bereits eingeschlagen. Allerdings kommt es letztlich auf die Leistungsträger selbst an, da sie für die Qualität ihres Contents verantwortlich sind. Tourismusorganisationen können und sollten dabei aber Hilfestellung leisten.

Zielgruppenorientierung ist gefragt! Sprechstunde für Stofftiere

Mit einer Kuscheltiersprechstunde lockt der Zoo Hannover Kinder und deren Familien zu einem besonderen Erlebnis in den Zoo. Tierärzte und andere Spezialisten nehmen sich dabei der Leiden der kuscheligen Patienten an und vermitteln den besorgten Stofftiereltern Wissen über den Tierkörper und dessen Funktionen. Bei dem Ereignis haben nicht nur die Kinder viel Spaß, denn auch die Ärzte genießen die Zeit mit den Kindern und deren Lieblingen.²⁵

2 Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe

2.1 Konjunktur- und Marktbewertung

Zusammenfassung

- Die schwächere Entwicklung der Gesamtkonjunktur in Deutschland lässt Unternehmer nachdenklich werden. Auch im niedersächsischen Gastgewerbe erwarten bereits knapp 86 Prozent der Betriebe nur noch günstigere oder gleichbleibende Bedingungen für das laufende Geschäftsjahr, während 93,4 Prozent mit dem vergangenen Geschäftsjahr mindestens zufrieden waren.
- Ein langsames Wachstum zeigt sich auch im Beherbergungsmarkt. Zwar gingen die Umsätze dank höherer Zimmerpreise weiter nach oben, der Nettoertrag pro verfügbarem Zimmer (RevPAR) stieg allerdings deutlich moderater als in den vergangenen Jahren.
- Entgegen dem deutschlandweiten Trend ging die Zahl der unbesetzten Ausbildungsstellen in Niedersachsen 2018 zurück. Zudem stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Vergleich zu Minijobs spürbar. Das darf indes nicht über den anhaltenden Fachkräfte-, Nachwuchs- und Nachfolgemangel hinwegtäuschen.

Schwächeres Wirtschaftswachstum dämpft die Stimmung im Gastgewerbe

Die deutsche Wirtschaft befindet sich das zehnte Jahr in Folge auf Wachstumskurs. Auch wenn die Erwartungen jüngst nach unten korrigiert wurden, so erwartet die Bundesregierung für 2019 immerhin noch eine Steigerung des preisbereinigten Bruttoinlandsprodukts von 0,8 Prozent. Im vergangenen Jahr betrug das Wachstum in Deutschland 1,5 Prozent, in der EU 1,9 Prozent und fiel damit schwächer aus als 2017. Auch die Wachstumsprognose für den EU-Raum ist für das laufende Jahr mit 1,3 Prozent deutlich gedämpfter. Seit der Finanzkrise, also im Zeitraum von 2010 bis 2018, lag das durchschnittliche jährliche Wirtschaftswachstum in Deutschland bei 2,1 Prozent und in der EU bei 1,6 Prozent.

Gleichzeitig entwickelt sich der Arbeitsmarkt weiterhin positiv. Mit einer Arbeitslosenquote von zuletzt 3,2 Prozent (nach ILO-Kriterien) belegt Deutschland im Euroraum Platz 2. Auch die Bundesagentur für Arbeit verweist auf eine gesunkene Arbeitslosenquote. Diese lag 2018 – bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen – bei 5,2 Prozent. Dabei profitierten Arbeitnehmer flächendeckend von der Entwicklung. So sank die Arbeitslosigkeit auch in Niedersachsen prozentual gesehen genauso stark wie im bundesweiten Durchschnitt. Infolgedessen nehmen die privaten Einkommen ebenfalls nach wie vor spürbar zu: 2019 steigen die Nettolöhne und -gehälter pro Arbeitnehmer branchenübergreifend voraussichtlich um 4,8 Prozent.

²⁵ www.zoo-hannover.de

Das gebremste Wachstum lässt die Unternehmen jedoch etwas nachdenklicher werden. Der ifo Geschäftsklimaindex, der die Erwartungen der Unternehmer hinsichtlich Auftragslage, Investitionsbereitschaft und weiterer Geschäftslage widerspiegelt, erreichte im Februar 2019 mit 98,5 Punkten den niedrigsten Stand seit fünf Jahren. Ähnliche Werte zeigt die DIHK-Saisonumfrage: Zwar schätzten gut 93 Prozent der gastgewerblichen Betriebe in Niedersachsen die Geschäftslage im vergangenen Jahr als gut bis befriedigend ein, für das laufende Jahr erwarten jedoch nur noch knapp 86 Prozent günstigere oder zumindest gleichbleibende Bedingungen. >> Abb. 9

Welche Themen beschäftigen die Branche?

- **Ausbildungsreform:** Als Reaktion auf den Nachwuchsmangel haben das Kuratorium der Deutschen Wirtschaft für Berufsbildung (KWB) und der Deutsche Gewerkschaftsbund (DGB) auf Initiative der DEHOGA einen Antrag zur Neugestaltung der Lehre in Hotel und Restaurant gestellt. Damit soll die Ausbildung im Gastgewerbe für junge Menschen reizvoller, interessanter, arbeitsmarktnäher und insgesamt zeitgemäßer werden. Die Branchenverbände haben sich auf eine inhaltliche Modernisierung und teilweise Umstrukturierung der Ausbildung in Gastronomie und Hotellerie verständigt, um dem Nachwuchs zukünftig gefragte Kompetenzen wie Wissen um Buchungskanäle, interkulturelles Know-how und sich wandelnde kulinarische Vorlieben der Gäste zu vermitteln.
- **Airbnb:** Der ursprüngliche Sharing-Anbieter dringt weiter in die Hotelbranche vor. Im letzten Jahr hat sich die Zahl der auf der Plattform verfügbaren Unterkünfte aus dem Segment Boutique Hotels, Bed & Breakfast, Hostels und ähnlicher Unterkünfte verdreifacht. Somit können die Nutzer inzwischen aus einer breiten Angebotspalette im Airbnb-Netzwerk wählen. 2018 hat auch Booking.com den Bereich alternative Unterkünfte ausgebaut und bearbeitet nun das gleiche Marktfeld wie Airbnb. Davon können vor allem kleine Betriebe profitieren, sofern sie gut positioniert sind und sehr zielgruppenorientiert arbeiten.
- **Kampf gegen Plastikmüll:** Im Zuge der EU-Diskussion, Einwegplastikartikel zu verbieten und allgemein Kunststoffabfälle zu vermeiden, haben einige Hotelbetriebe und -ketten mehr oder weniger tiefgreifende Entscheidungen gefällt: von Strohhalmen aus Glas oder Bambus bis zum Putzeimer aus Emaille. Die Reichweite und Konsequenz bei der Umsetzung hängen in der Regel von dem unternehmerischen Willen und dem finanziellen Spielraum ab. Insofern ist der Gesetzgeber gefragt, die Messlatte für die gastgewerblichen Betriebe und deren Zulieferer entsprechend zu erhöhen, um in der Breite tatsächlich weniger Plastikmüll zu erzeugen. Förderung und finanzielle Anerkennung solcher Maßnahmen wären zwei Möglichkeiten.

Weitgehend konstante Umsätze im niedersächsischen Gastgewerbe

Das Statistische Bundesamt und die Statistischen Landesämter stellen zwei Umsatzwerte zur Verfügung: die reale und die nominale Umsatzentwicklung. Demnach stieg der nominale Umsatz in Niedersachsen um 2,2 Prozent an. Bereinigt um die Inflationsrate (real) bleibt er unverändert. Aufgrund der Stichprobenerhebung des Statistischen Landesamtes müssen die realen und nominalen Umsatzentwicklungen jedoch kritisch betrachtet werden. Verlässlichere Aussagen sind anhand der Umsatzsteuerstatistik möglich. Diese hat zwar den Nachteil einer zeitverzögerten Auswertung, bietet jedoch den Vorteil, dass es sich bei den ausgewiesenen Daten um tatsächlich angefallene, „besteuerbare“ Umsätze handelt. Folgende wesentliche Veränderungen lassen sich festhalten:

- Die steuerbaren Umsätze des niedersächsischen Gastgewerbes stiegen in den letzten fünf Jahren von gut 5,7 Milliarden Euro auf knapp 6,7 Milliarden Euro und damit um mehr als 19 Prozent. Das bedeutet, dass jeder Betrieb im Jahr 2017 durchschnittlich 50.000 Euro mehr Umsatz erwirtschaftet hat als 2013.

- Das Beherbergungsgewerbe legte im Vergleich zum Vorjahr mit 11,4 Prozent wesentlich geringer zu als die Gastronomie (23,5 Prozent). Der durchschnittliche Umsatz pro Betrieb lag im Beherbergungsgewerbe zuletzt bei rund 451.000 Euro, in der Gastronomie bei 292.000 Euro. >> Abb. 8, Anhang 15

Insgesamt stiegen – analog zu den positiven Konjunktur- und Marktsignalen – sowohl das Gesamtvolumen als auch die durchschnittlichen steuerbaren Umsätze pro Betrieb, in der Beherbergungsbranche ebenso wie in der Gastronomie.

Zimmerpreise zogen in Niedersachsen im Vergleich zum Vorjahr erneut an.

Umsatzwachstum trotz gesunkener Auslastung dank Preissteigerungen

Im Zusammenhang mit dem Thema Preise im Beherbergungsgewerbe greift das Sparkassen-Tourismusbarometer seit 2013 auf Angaben des Marktforschungsunternehmens STR-Global zurück, dessen Daten sich auf die städtische Kettenhotellerie konzentrieren. Da diese in der Regel als Erste auf Marktveränderungen reagieren, gelten die Entwicklungen als Frühindikatoren, nicht aber als repräsentativ für die Gesamtbranche. In der Gesamtrechnung aus gestiegenen Zimmerraten und nur leicht gesunkener Auslastung konnten auf dem Beherbergungsmarkt höhere Umsätze erzielt werden. Die durchschnittlichen Nettozimmerpreise stiegen in Niedersachsen gegenüber dem Vorjahr leicht um 1,7 Prozent. Über die letzten fünf Jahre gesehen haben die Betriebe ihre Preise um mehr als 22 Prozent angehoben. Ein Zimmer in einem städtisch geprägten Hotel kostete 2018 im Schnitt gut 106 Euro. Damit liegt Niedersachsen deutlich vor Schleswig-Holstein und nur leicht unter dem Bundeswert. Vor allem der Städtereisemarkt und die Geschäftsreisen begünstigen das höhere Preisniveau.

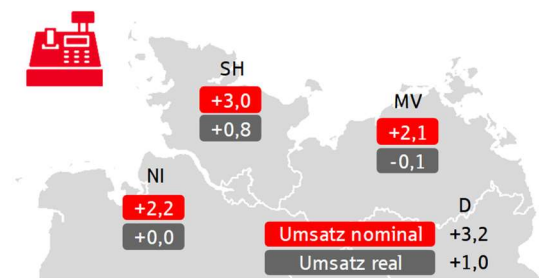
Die Zimmerauslastung der Betriebe hingegen sank 2018 um 0,3 Prozentpunkte. Damit ging die Auslastung zwar erstmals seit 2014 zurück, im Fünfjahresvergleich ist es aber immer noch ein Wachstum von fast 4 Prozentpunkten. Trotzdem liegt Niedersachsen unterhalb des bundesweiten Durchschnitts von 72 Prozent. Nimmt man die Preis- und Auslastungswerte zusammen, errechnet sich die für die Hotellerie wesentliche Kennzahl RevPAR (Nettoertrag pro verfügbarem Zimmer). Seit einigen Jahren fällt auf, dass der RevPAR über den Jahresverlauf sehr volatil ist. So verdienten die Betriebe im September 2018 (109,6 Euro) mehr als doppelt so viel pro verfügbarem Zimmer wie im Juli (40,8 Euro). Dabei weist die Stadthotellerie gegenüber der Ferienhotellerie antizyklische Kennzahlenniveaus auf. Auch im Vergleich zum Vorjahr sind teilweise (April, Juni und Oktober) erhebliche Abweichungen zu erkennen. Das liegt sowohl an den verschobenen Feiertagen im Frühjahr als auch an den Messeterminen. Jahresübergreifend betrachtet ist das Wachstum konstant, zuletzt jedoch deutlich verhaltener als in den Vorjahren. >> Abb. 9

Zahl der Insolvenzen in Niedersachsen auf konstant niedrigem Niveau

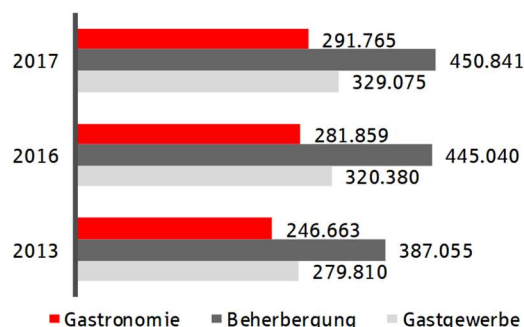
Seit der Wirtschafts- und Finanzkrise, die kurzfristig starke Marktbereinigungsprozesse verursachte, wurden bis 2017 Jahr für Jahr weniger Insolvenzen im deutschen Gastgewerbe gemeldet. 2018 gab es erstmals wieder mehr Marktaustritte wegen Insolvenz. Der bundesweite Höchststand von 2010 (3.500 Insolvenzen) konnte bis 2018 dank der langfristig guten Konjunktur zwar auf weniger als 2.300 Fälle (-34 Prozent) reduziert werden, im Vergleich zu 2017 handelt es sich jedoch um einen Anstieg um 8,9 Prozent. In Niedersachsen hingegen verlief die Entwicklung nach wie vor positiver: 2018 wurden lediglich 175 Insolvenzen angemeldet und somit 1,7 Prozent weniger als im Vorjahr.

Abb. 8: Umsätze und Kennzahlen im niedersächsischen Gastgewerbe im Vergleich

Reale und nominale Umsatzentwicklung im Gastgewerbe 2017 im Vergleich zum Vorjahr (in %)



Durchschnittlicher steuerbarer Umsatz pro Betrieb im niedersächsischen Gastgewerbe (in Euro)



Zimmerauslastung 2014 bis 2018 (in Euro)

Zimmerauslastung	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	68,8	69,8	70,6	71,4	72,0
Niedersachsen	58,8	60,7	62,2	64,0	63,7
Schleswig-Holstein	61,8	66,6	69,0	69,8	71,7
Mecklenburg-Vorpommern	62,8	64,4	67,0	66,7	68,1

Zimmerpreis 2014 bis 2018 (in Euro)

Zimmerpreis	2014	2015	2016	2017	2018
Deutschland	96,4	100,8	100,4	107,1	109,1
Niedersachsen	91,1	93,2	100,7	104,8	106,5
Schleswig-Holstein	89,4	91,7	93,8	95,3	97,5
Mecklenburg-Vorpommern	98,6	105,9	112,2	115,9	122,2

Quelle: dwif 2019, Daten STR-Global, Statistische Landesämter

Steigende Beschäftigungszahlen trotz Fachkräftemangel

Die Zahl der Beschäftigten im deutschen und niedersächsischen Gastgewerbe ist in der letzten Dekade konstant gestiegen. Allein in den letzten fünf Jahren wurden in Niedersachsen rund 13.000 zusätzliche sozialversicherungspflichtige Arbeitsstellen geschaffen. In Schleswig-Holstein stiegen die Beschäftigtenzahlen noch etwas deutlicher, in Mecklenburg-Vorpommern wiederum etwas geringer. Dennoch bezeichnen rund zwei Drittel der Unternehmen im niedersächsischen Gastgewerbe den Fachkräftemangel als „das größte Risiko für die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung“²⁶.

Die Gesamtentwicklung auf dem Arbeitsmarkt lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Das Gastgewerbe ist weiterhin ein Beschäftigungsmotor, und die Branche gewinnt gesamtwirtschaftlich leicht an Bedeutung. In Niedersachsen stieg der Anteil der im Gastgewerbe Beschäftigten an den Beschäftigten insgesamt (aller Branchen) in den letzten fünf Jahren von 2,9 auf 3,0 Prozent. In Deutschland erhöhte sich der Wert von 3,1 auf 3,3 Prozent. >> Abb. 9
- Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten steigt im Vergleich zu den geringfügig Beschäftigten überproportional. Im Vergleich zum Vorjahr sind mehr als 2.000 sozialversicherungspflichtige Arbeitsstellen im niedersächsischen Gastgewerbe hinzugekommen, während die Anzahl der geringfügig Beschäftigten nur um 680 stieg. >> Anhang 13

Anhaltende Besetzungsprobleme in der Branche, aber aktuell positive Entwicklung in Niedersachsen

Die Gastronomie- und Beherbergungsbranche muss weiterhin gegen ein schlechtes Image kämpfen. Geringer Verdienst, lange Arbeitszeiten, wenig Anerkennung und mangelnde Perspektiven sorgen für ein negatives Bild. Aus dem Fachkräftemangel folgt daher zunehmend auch ein Nachwuchsmangel.

²⁶ DIHK-Saisonumfrage 2018

In Niedersachsen aber zeigte sich zuletzt ein gegensätzliches Bild. Hier ist die Zahl der gemeldeten unbesetzten Ausbildungsstellen seit 2013 um 16,2 Prozent zurückgegangen. 2018 waren damit „nur“ noch knapp 450 Stellen (12,5 Prozent) unbesetzt. Damit entwickelt sich Niedersachsen deutlich besser als Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern, wo die Zahl unbesetzter Ausbildungsstellen im Vergleich zum Vorjahr um bis zu 45 Prozent gestiegen ist. Zudem planen rund 12 Prozent der Betriebe, in der nächsten Saison zusätzliche Mitarbeiter einzustellen.²⁷ >> Abb. 9

19,8 Prozent und damit fast jede fünfte aller bundesweit angebotenen Ausbildungsstellen im Gastgewerbe blieb 2018 unbesetzt, Tendenz steigend. Nur 10,2 Prozent sind es bezogen auf alle Branchen in Deutschland. Dabei ist das Angebot an Ausbildungsstellen in Beherbergung und Gastronomie seit 2011 um rund 18 Prozent zurückgegangen. Die Branche und ihre Vertreter versuchen mit zahlreichen Kampagnen, die Vorteile des Gastgewerbes als Arbeitgeber hervorzuheben. Viele Betriebe bieten flexible Arbeitszeiten, Teilzeitstellen, wenn gewünscht, sowie eine hohe Übernahme- und Arbeitsplatzgarantie. Wichtig ist jedoch, dass sich auch die gesetzlichen Rahmenbedingungen verbessern, um den Arbeitnehmern einen sicheren Rahmen zu bieten. Auch weiche Faktoren wie Anerkennung und sozialer Umgang sind entscheidend für die Loyalität der Mitarbeiter. Zudem ist es Aufgabe der Betriebe, dass die jungen Bewerber über die Ausbildung hinaus konkrete Aufstiegs- und Weiterentwicklungsperspektiven haben. Nur wer die richtigen Anreize schafft, wird dem Fachkräftemangel erfolgreich begegnen können. Entsprechende Leitlinien bietet beispielsweise der FachkräfteNavigator.

FachkräfteNavigator – Kampagne des DEHOGA Bayern

Mit diesem Pilotprojekt will der DEHOGA Bayern mit finanzieller Unterstützung des Wirtschaftsministeriums dem Sterben gastgewerblicher Betriebe entgegenwirken. Die Online-Plattform bündelt Beratungs-, Informations- und Förderangebote, die bayernweit zur Verfügung stehen, und unterstützt damit in erster Linie Hoteliers und Gastronomen dabei, ihre Selbstdarstellung zu optimieren und zukünftige Mitarbeitende zu rekrutieren, zu führen und langfristig an das Unternehmen zu binden. Checklisten, Tipps, Dos & Don'ts sowie Adressen und Interviews sollen dabei helfen, die Mitarbeiterakquise zukünftig erfolgreich und effizient zu gestalten.²⁸

Branche sieht Wachstum weniger positiv als im Vorjahr

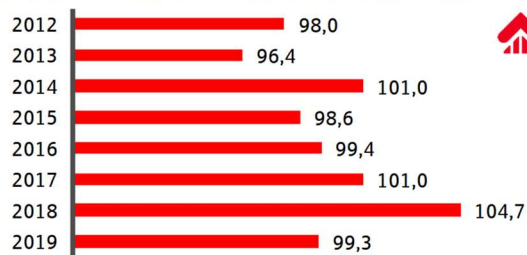
Die Stimmung auf dem Markt ist angesichts des gebremsten Wachstums nachdenklicher geworden. Insofern weisen die wesentlichen Indikatoren zwar auf eine stabile bis steigende Konjunktur, allerdings etwas zurückhaltender als in den vergangenen Jahren. In ihrer Prognose vom Dezember 2018 hatte die Bundesbank für 2019 einen Zuwachs des Bruttoinlandsproduktes um 1,6 Prozent in Aussicht gestellt, womit er im Vergleich zum Vorjahr um mehr als ein Drittel gesunken ist. Die Arbeitslosenquote befindet sich branchenübergreifend auf dem niedrigsten Jahresdurchschnitt seit über 25 Jahren. Auch aus dem Gastgewerbe kommen entsprechende Signale. Bundesweit gehen rund 87 Prozent, in Niedersachsen 86 Prozent der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe von einer stabilen bis besseren Geschäftslage aus. Fast 88 Prozent der niedersächsischen Betriebe rechnen mit stabilen bis leicht steigenden Beschäftigtenzahlen (im Vorjahr: 91,9 Prozent). >> Abb. 9

²⁷ DIHK-Saisonumfrage 2018

²⁸ www.wirtshauskultur.bayern/fachkraeftenavigator

Abb. 9: Kennzahlen zur Konjunktur- und Marktbewertung für das niedersächsische Gastgewerbe

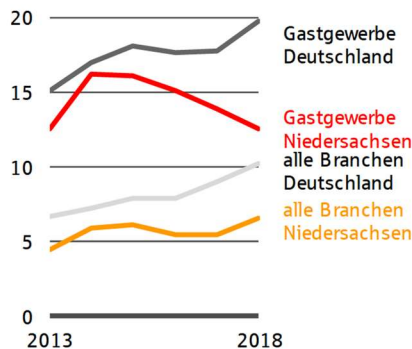
ifo Geschäftsklimaindex für Deutschland (2015 = 100)



Gastgewerbe: Unsere Geschäftslage war „steigend“ und „konstant“ (Anteil Betriebe in %)

93% Deutschland
95% Schleswig-Holstein
94% Mecklenburg-Vorpommern
93% Niedersachsen
96% NI Beherbergung
91% NI Gastronomie

Anteil unbesetzter Ausbildungsstellen an gemeldeten Ausbildungsstellen (in %)



Veränderung der Beschäftigungsstruktur 2018 gegenüber 2013 im Gastgewerbe (in % und %-Punkten)

Beschäftigungsstruktur	sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB; in %)	geringfügig Beschäftigte (in %)	Anteil SvB Gastgewerbe an allen Branchen (in %-Punkten)
Deutschland	+19,4	+1,6	+0,23
Niedersachsen	+17,4	+4,8	+0,17
Schleswig-Holstein	+26,4	+3,2	+0,52
Mecklenburg-Vorpommern	+8,6	-4,6	+0,17

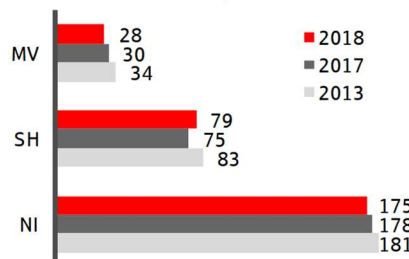
RevPAR 2017 und 2018 in Euro

	2017	2018	Veränderung 17/18
Deutschland	76,4	78,5	+2,7%
Niedersachsen	67,1	67,9	+1,1%
Schleswig-Holstein	66,5	69,9	+5,1%
Mecklenburg-Vorpommern	77,3	83,2	+7,6%

Anteil unbesetzter Ausbildungsstellen im Gastgewerbe 2018 (in %)

	2018	2018 ggü. 2013 in %-Punkten
Schleswig-Holstein	25,9	+9,4
Mecklenburg-Vorpommern	25,8	+3,1
Deutschland	19,8	+4,7
Niedersachsen	12,5	-0,1

Insolvenzfälle Gastgewerbe 2013, 2017, 2018 (Anzahl Insolvenzverfahren)



Gastgewerbe: Die Zahl der Beschäftigten wird in der kommenden Saison wahrscheinlich zunehmen oder zumindest gleich bleiben (in %)

	2013	2017	2018
Niedersachsen	87%	89%	88%
Schleswig-Holstein	83%	92%	92%
Mecklenburg-Vorpommern	83%	90%	88%
Deutschland	88%	88%	88%

Quelle: dwif 2019, Daten STR-Global, Statistische Landesämter, Arbeitsagentur, DIHK-Saisonumfrage

2.2 Betriebswirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen

Zusammenfassung

- Steigende Nachfragewerte und eine insgesamt positive Marktstimmung in der Branche spiegeln sich auch in den betriebswirtschaftlichen Ergebnissen wider. Langfristig betrachtet stieg die Gewinnmarge bei stabiler Innenfinanzierungskraft an.
- Die Gesamtkostenbelastung (prozentual vom Umsatz gemessen) konnte seit 2007 im niedersächsischen Beherbergungssegment erheblich verringert werden, während diese in der Gastronomie anstieg.
- Alles in allem dürften die Bonitätsbewertungen für gastgewerbliche Betriebe besser ausfallen. Die Schuldentilgungsfähigkeit und die Eigenkapitaldecke verbesserten sich deutlich. Im Median können die niedersächsischen Betriebe ihre Schulden fast eineinhalb Jahre schneller tilgen als noch 2012.
- Die Investitionsbereitschaft fällt in Niedersachsen etwas geringer, die tatsächliche Investitionstätigkeit (gemessen an der Investitionsquote) hingegen etwas höher aus als in den anderen Küstenbundesländern und in der Bundesrepublik Deutschland.

Einführung und methodische Erläuterung

Ab einer bestimmten Kredithöhe müssen die gastgewerblichen Unternehmen ihre Jahresabschlüsse zu Prüfzwecken bei der finanzierenden Sparkasse einreichen. Die Jahresabschlüsse werden nach einem vorgegebenen Muster aufbereitet, in die EDV eingegeben und zentral bearbeitet (sogenannte EBIL-Analyse)²⁹. Die erfassten Daten der Jahresabschlüsse wurden für die Zwecke des Sparkassen-Tourismusbarometers speziell bearbeitet und regionalisiert beziehungsweise typisiert. Nachfolgende Ausführungen untergliedern sich in zwei Unterkapitel, bieten also sowohl länderspezifische Analysen als auch den Vergleich zentraler betriebswirtschaftlicher Kennzahlen:

- Im ersten Teil erfolgt eine jährlich wechselnde themenbezogene Analyse für Niedersachsen im Bundesländervergleich. Aus den zur Verfügung stehenden EBIL-Daten werden auf das Thema abgestimmte Kennzahlen aufbereitet. In diesem Jahr liegt der Fokus auf der Betrachtung des Betriebserfolges sowie auf der Entwicklung von Schuldentilgungsfähigkeit und Investitionstätigkeit.
- Der zweite Teil ermöglicht in erster Linie eine gute Vergleichbarkeit der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen, und zwar über die Erfolgs- und Liquiditätskennzahlen nach Betriebstypen. Im jährlichen Turnus wechseln die wesentlichen Betriebstypen des Beherbergungsgewerbes und der Gastronomie. Der aktuelle Bericht geht auf die Entwicklung von Hotels, Hotels garnis, Gasthöfen und Pensionen ein.

Stichprobe

In die folgende Zeitreihenanalyse sind die Bilanzdaten von jährlich rund 8.200 gastgewerblichen Betrieben eingeflossen. Sie basiert auf den Jahresabschlüssen der Jahre 2007 bis 2017. Für das Jahr 2017, auf das sich die aktuellsten Kennzahlen beziehen, ist der Datensatz noch nicht vollständig, da laufend weitere Jahresabschlüsse eingehen. Der Erfassungsgrad liegt derzeit bei rund 58 Prozent, so dass fundierte Aussagen zur aktuellen Situation möglich sind.

Bezugsgrößen

Als Bezugsgröße gilt der Median. Zu dessen Ermittlung werden alle Kennzahlen der Größe nach geordnet. Der Median ist jener Wert, der genau in der Mitte liegt. Der Einfluss von Ausreißern wird dadurch minimiert.

Hinweis: Alle Definitionen und der Zeitreihenvergleich der im Bericht aufgeführten Kennzahlen sind im Anhang zusammengestellt. >> Anhang 14, Anhang 16, Anhang 17, Anhang 18, Anhang 19

²⁹ Deutscher Sparkassen Verlag GmbH in Stuttgart (DSV-Gruppe); elektronische Bilanzanalyse.

Leichte Rückgänge bei Gewinnmarge und Cash-Flow-Rate

Trotz guter Rahmenbedingungen und einer seit Jahren steigenden Nachfrage sank die Umsatzrendite der niedersächsischen Gastgewerbebetriebe. Die Branche musste 2017 gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang von 2,4 Prozentpunkten hinnehmen. Damit liegt der Wert gleichauf mit dem gesamtdeutschen. Langfristig betrachtet entwickelte sich die Gewinnmarge allerdings positiv und lag einen Prozentpunkt über dem Ausgangswert von 2007. Gleichzeitig fiel die Innenfinanzierungskraft der Betriebe in Niedersachsen geringer aus als im Vorjahr (-2,3 Prozentpunkte). Dabei waren die Betriebe in Niedersachsen stärker betroffen als der bundesdeutsche Durchschnitt. >> Abb. 10

Steigende Gesamtkostenbelastung in der niedersächsischen Gastronomie

Ein Blick auf die einzelnen Segmente im Gastgewerbe zeigt, dass die Gastronomiebetriebe im Vergleich zum Vorjahr bei beiden Kennzahlen insgesamt etwas stärkere Rückgänge verbuchen mussten als die Beherbergungsbetriebe. Während die Umsatzrendite und die Cash-Flow-Rate im Beherbergungssegment auf 9,3 beziehungsweise 15,2 Prozent zurückgingen, gingen sie bei den Gastronomiebetrieben auf 9,8 beziehungsweise 13,3 Prozent. Somit lag die Gewinnmarge der Gastronomie 2017 leicht über den Beherbergungsbetrieben. Letztere konnten auch ihre Gesamtkostenbelastung im Vergleich zum Vorjahr deutlich senken (-1,9 Prozentpunkte), was vor allem am niedrigeren Waren- und Zinsaufwand lag. Die über die Jahre gesunkene Zinsbelastung mag auf die Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank zurückzuführen sein, allerdings könnte sie auch ein Zeichen für auslaufende Kredite sein, so dass zukünftig möglicherweise wieder mehr finanzielle Spielräume entstehen werden. Anders als bei den Beherbergungsbetrieben stiegen bei den Gastronomen die prozentualen Kosten für Personal- und Mietaufwendungen und somit auch die Gesamtkostenbelastung (+1,6 Prozentpunkte). In der Bundesrepublik mussten beide Gastgewerbesegmente Gesamtkostensteigerungen hinnehmen. Auch langfristig gesehen kristallisierten sich im niedersächsischen Gastgewerbe die Personalaufwendungen (+6,9 Prozentpunkte) als Hauptkostentreiber heraus, die im Median nun bei fast 33 Prozent des erwirtschafteten Umsatzes liegen.

Wachsendes Eigenkapital – konstant sinkender Verschuldungsgrad

Grundsätzlich ist das Gastgewerbe durch relativ geringe Eigenkapitalanteile bei Finanzierungsvorhaben gekennzeichnet. Lange Zeit lag der bilanziell ausgewiesene Wert im Median mehr oder weniger bei null. 2017 konnten die Betriebe jedoch eine dickere Kapitaldecke aufbauen: Die Eigenkapitalquote der gastgewerblichen Betriebe stieg gegenüber dem Vorjahr sowohl in Deutschland als auch in Niedersachsen deutlich an (+2,7 bzw. +4,6 Prozentpunkte). Über ganz Deutschland betrachtet wiesen die Betriebe jedoch eine geringere Eigenkapitalquote auf als in Niedersachsen. Im Beobachtungszeitraum von 2012 bis 2017 vollzogen sich im niedersächsischen Gastgewerbe folgende Entwicklungen:

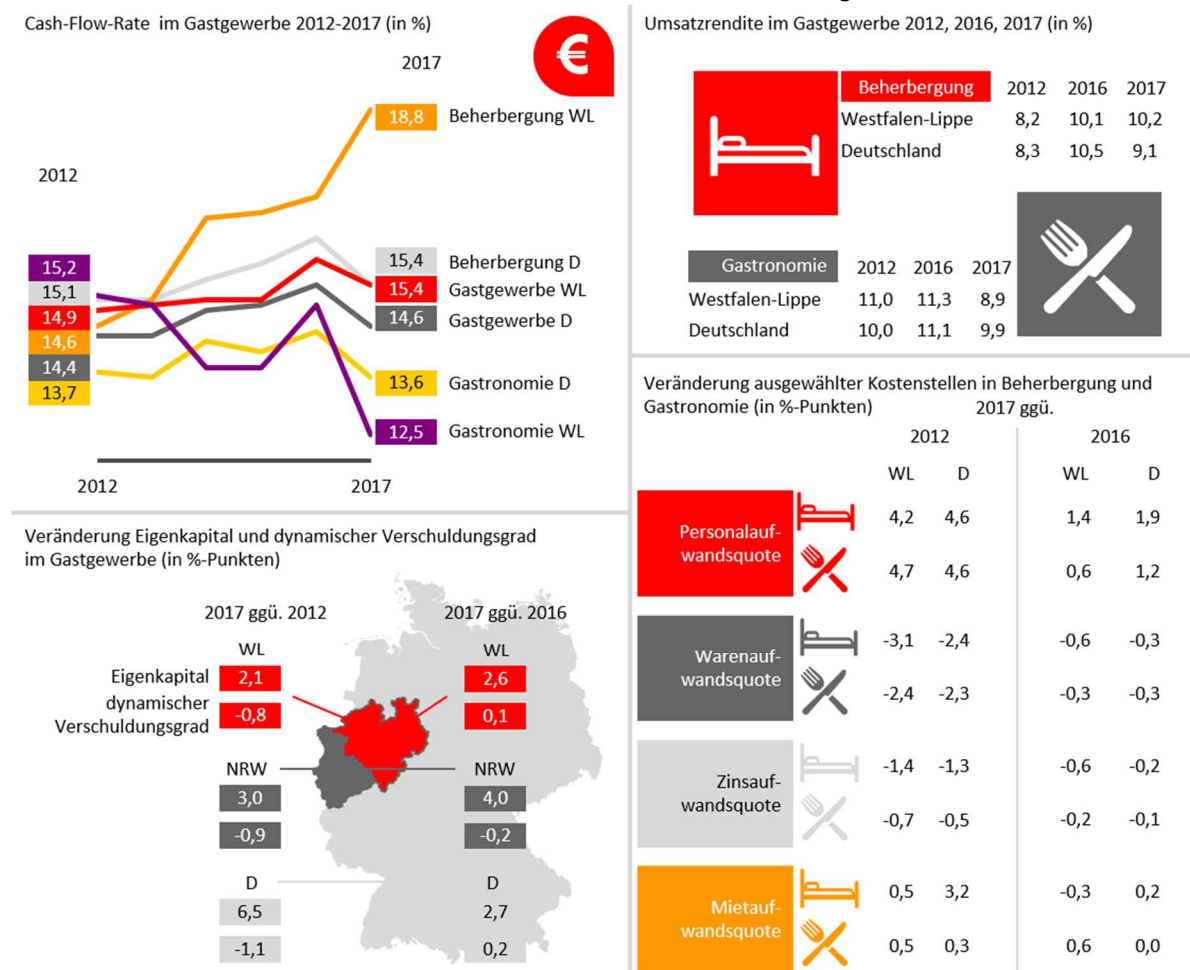
- Das Beherbergungsgewerbe konnte seinen Eigenkapitalanteil auf 12,4 Prozent steigern. Diese Entwicklung dürfte sich durchaus positiv auf die Bonitätsbewertung der Betriebe auswirken. Der gesamtdeutsche Wert liegt noch leicht darüber.
- Auch die Kapitaldecke der gastronomischen Betriebe nahm erheblich zu (+6,7 Prozentpunkte). Zwar konnten die Betriebe auch bundesweit ihre Eigenkapitalquote erhöhen, der gesamtdeutsche Wert liegt allerdings um einiges niedriger.

Die langfristig bessere finanzielle Situation wirkte sich zudem auf die Schuldentilgungsfähigkeit der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe aus. Ein Maßstab dafür ist die Entwicklung des dynamischen Verschuldungsgrades. In Deutschland sank der dynamische Verschuldungsgrad von 4,5 auf 3,4 Jahre, in Niedersachsen sogar

von 4,7 auf 3,2 Jahre. Somit können die Betriebe in Niedersachsen ihre Verbindlichkeiten theoretisch rund ein- einhalb Jahre früher tilgen als noch 2012. Diese Entwicklung ist in erster Linie auf die Gastronomiebetriebe zu- rückzuführen, denn sie konnten den dynamischen Verschuldungsgrad sogar auf 2,1 Jahre halbieren. Bei den Be- herbergungsbetrieben sank er von 5,5 Jahren auf 4,1 Jahre. >> Abb. 10

Dabei können die Unternehmer entscheiden, ob und in welchem Umfang die finanziellen Mittel für höhere Ge-hälter, mehr Personal und Weiterbildungsmaßnahmen, stärkere Vertriebs- und Marketingaktivitäten oder Inves- titionen in die Infrastruktur (zum Beispiel Energieeffizienz oder Prozessdigitalisierung) verwendet werden. Die vorliegenden EBIL-Kennzahlen erlauben konkrete Rückschlüsse auf die Investitionstätigkeit.

Abb. 10: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen des niedersächsischen Gastgewerbes



Quelle: dwif 2019, EBIL-Bilanzdaten

Investitionsbereitschaft und Investitionstätigkeit

Auch hier deuten die Zeichen auf eine stabile bis positive Entwicklung hin. Bundesweit erreichte die Investitionsbereitschaft den zweithöchsten Wert seit zehn Jahren. Mehr als zwei Drittel der Unternehmen (71,9 Prozent) geben an, dass ihre Investitionen in der kommenden Saison gleich oder höher ausfallen werden. Mit einer geäußerten Investitionsbereitschaft von 66 Prozent liegt Niedersachsen zwar unter dem Bundesdurchschnitt, aber höher als 2012 (61 Prozent). Die Beherbergungsbetriebe (knapp 68 Prozent) weisen dabei eine etwas größere Investitionsbereitschaft auf als das Gastgewerbe (knapp 64 Prozent). Allerdings stiegen die tatsächlichen Investitionstätigkeiten in Niedersachsen im Vergleichszeitraum von 2012 bis 2017 stärker als in Deutschland. Die Investitionsquote setzt dabei die Bruttosachinvestitionen des jeweiligen Geschäftsjahres mit dem Gesamtumsatz

in Beziehung. Während die Investitionen in Sachanlagen wie Ausstattung, Gebäude und Grundstücke im deutschen Beherbergungsgewerbe im Vergleich zum Vorjahr leicht sanken, konnten die niedersächsischen Betriebe diese etwas steigern; im Gastronomiesegment stiegen sie sowohl deutschlandweit als auch in Niedersachsen.

Eine höhere Investitionsquote und die anteilig höheren Personalaufwendungen lassen darauf schließen, dass die Betriebe den größeren finanziellen Handlungsspielraum bereits teilweise in Investitionen, höhere Mitarbeitergehälter, mehr Personal und/oder Weiterbildungsmaßnahmen genutzt haben.

2.3 Situation und Entwicklung nach Betriebstypen auf Bundesebene

Eine betriebstypenbezogene Analyse bietet Vergleichsvorteile, da sich einzelne Betriebe direkt zu den Kennzahlen ihrer Konkurrenten in Beziehung setzen können. Zudem ermöglicht die mittelfristige Betrachtung von 2012 bis 2017 eine gute Potenzialeinschätzung nach Betriebstypen.³⁰ Eine Auswertung der Kennzahlen für das Gastgewerbe nach Bundesländern hingegen liefert lediglich Tendenzaussagen.

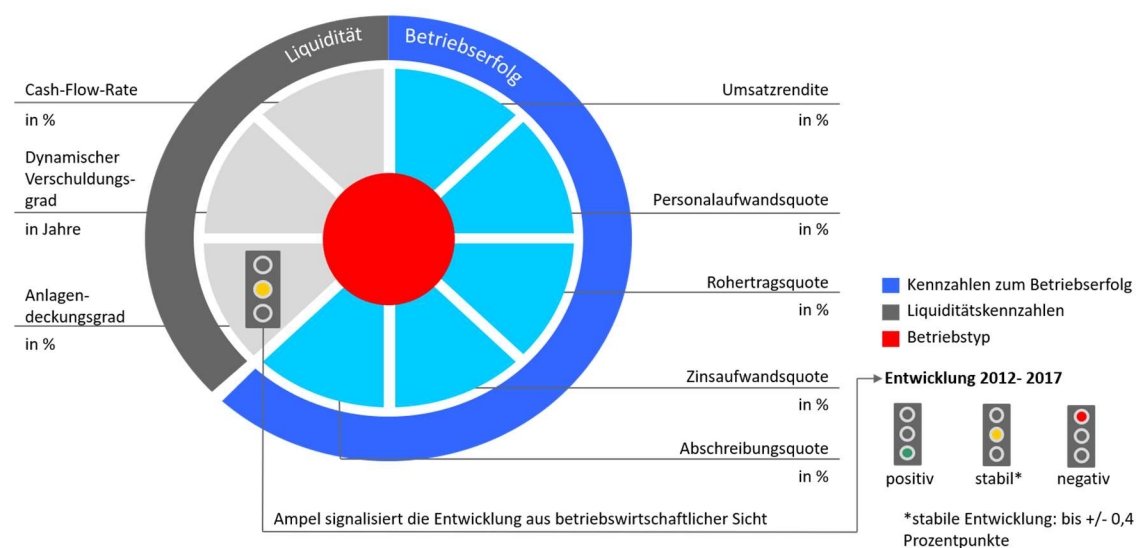
Die verschiedenen Betriebstypen aus dem Beherbergungs- und Gastronomiesegment werden im jährlichen Wechsel analysiert. In diesem Jahr ist die Entwicklung des Beherbergungsgewerbes an der Reihe: Dazu gehören Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe und Pensionen. Infolge zu geringer Fallzahlen auf Länderebene erfolgt eine Analyse der Deutschlandwerte. Sie haben dank der großen Fallzahl eine starke Aussagekraft.

Hinweis

Definitionen und Zeitreihenvergleiche der im Bericht aufgeführten Kennzahlen sind im Anhang zusammengestellt – auch für das Gastronomiesegment. >> Anhang 16, 17 und 19

Die wesentlichen Kennzahlen und deren Entwicklung werden in Form eines Kennzahlenbarometers für die einzelnen Betriebstypen dargestellt.

Abb. 11: Erläuterung Kennzahlenbarometer für Schlüsselkennziffern³¹



Quelle: dwif 2019

³⁰ Aktuellere Daten liegen nicht vor, da die Betriebe ihre Jahresabschlüsse zum Teil deutlich zeitverzögert erstellen und bei den Sparkassen einreichen.

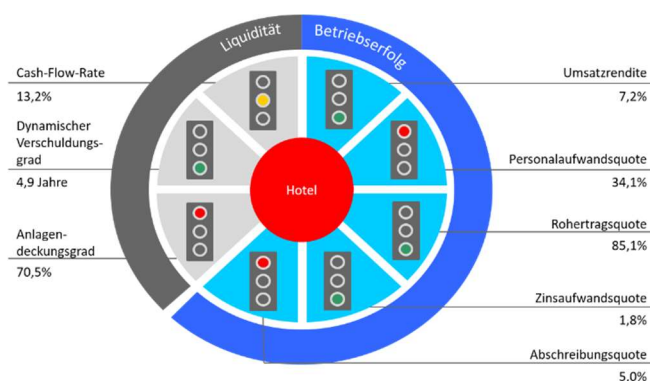
³¹ Eine steigende Abschreibungsquote erhöht den Cash-Flow, weshalb mehr Abschreibungen positiv bewertet werden und weniger Abschreibungen negativ.

Hotel (Datenbasis Deutschland insgesamt)**Zusammenfassung**

- Die Hotels sind trotz einer zuletzt rückläufigen Anzahl der Betriebe von einer positiven Marktdynamik geprägt. Sie werden insgesamt größer und leistungstärker, und ihr Marktanteil legt kontinuierlich zu.
- Die Ertragskraft und die Innenfinanzierungskraft der Betriebe haben deutlich zugenommen. Steigenden Personalkosten stehen sinkende Waren- und Zinsaufwendungen gegenüber.
- Die Schuldentilgungsfähigkeit hat sich verbessert, wodurch sich der Spielraum für Investitionen vergrößert. In den letzten Jahren ist ein Zuwachs bei der Investitionsquote zu erkennen.

Fakten	2012	2016	2017
Betriebe	13.384	12.965	12.962
Betten	1,08 Mio.	1,11 Mio.	1,13 Mio.
Betriebsgröße	81 Betten	86 Betten	87 Betten
Ankünfte	81,8 Mio.	91,6 Mio.	95,5 Mio.
Übernachtungen	164,2 Mio.	183,7 Mio.	189,7 Mio.
Bettenauslastung	42,2%	45,9%	46,8%
Marktanteil an Übernachtungen	40,3%	41,1%	41,3%
Ø-Umsatz pro Betrieb	1,30 Mio.	1,70 Mio.	1,80 Mio.
Kreditnehmerquote bei den Sparkassen ³²	31,8%	34,1%	k. A. ³³

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019, Statistisches Bundesamt 2019



Die guten Rahmenbedingungen und eine steigende Nachfrage führten zu einer Verbesserung der durchschnittlichen Umsätze pro Betrieb. Neben den Umsätzen stiegen auch die Betriebsgröße und der Marktanteil gemessen an allen gewerblichen Übernachtungen. Vier von zehn Übernachtungen entfallen dabei auf das Hotelsegment.

Die Gewinnmarge der Hotels entwickelte sich langfristig (2012 bis 2017) positiv und stieg um 0,7 Prozentpunkte. Gleichzeitig verbesserte sich auch die Cash-Flow-Rate und damit die Innenfinanzierungskraft der Betriebe um 0,3 Prozentpunkte auf 13,2 Prozent und blieb somit stabil. Der 2015 eingeführte Mindestlohn sowie Verschärfungen des Arbeitszeitgesetzes erhöhen weiterhin den Druck auf die Hotelbetriebe. Die Personalaufwandsquote stieg im Zuge der Mindestlohnumsetzung um rund 6 Prozent.

Aufgrund der langfristig positiven Entwicklung stieg die Schuldentilgungsfähigkeit der Hotelbetriebe an. Der dynamische Verschuldungsgrad konnte deutlich von 6,7 auf 4,9 Jahre reduziert werden. Parallel wuchs die Kapitaldecke der Betriebe: Die Eigenkapitalquote lag zuletzt 6,4 Prozentpunkte über dem Niveau von 2012. Die positive Dynamik bei den Erfolgs- und Liquiditätskennzahlen übertrug sich auch auf die Investitionstätigkeit und die Zukunftserwartungen der Betriebe. Die Investitionsquote stieg von 2,2 Prozent (2012) auf 2,4 Prozent (2017). Die Abschreibungsquote fällt nach wie vor verhalten aus und deutet auf einen weiteren Investitionsbedarf hin.

Insgesamt bleiben die Betriebe optimistisch. Laut aktueller Branchenumfrage gehen rund neun von zehn Hotelbetrieben in Niedersachsen von einer stabilen bis steigenden Geschäftslage aus, und etwas mehr als ein Viertel der Hotelbetreiber möchten das Investitionsniveau in dieser Saison anheben.³⁴

³² Anteil der Bilanzen des Betriebstyps Hotel gemessen an allen vorliegenden gastgewerblichen Bilanzen.

³³ Aufgrund unvollständiger Daten kann es zu einer Verzerrung der Ergebnisse kommen, da Hotelbetriebe ihre Bilanzdaten schneller vorlegen als kleinere Gasthöfe und Pensionen.

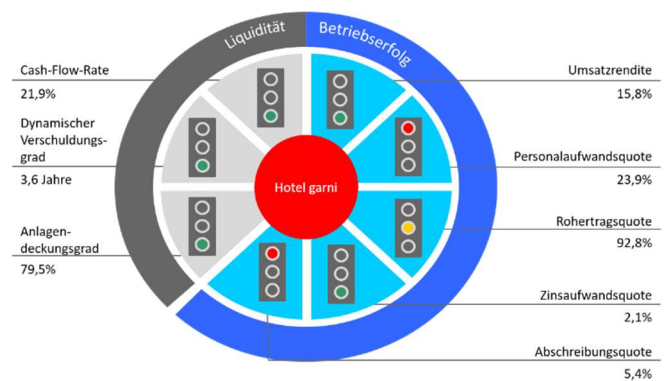
³⁴ DIHK Saisonumfrage Herbst 2018.

Hotel garni (Datenbasis Deutschland insgesamt)

Zusammenfassung

- Das Wachstumssegment der Budget-Design-Betriebe wie Motel One und Ibis Budget fällt unter diesen Betriebstyp und wirkt sich auf die Marktstrukturen aus. Weniger, aber dafür leistungsfähigere Betriebe erwirtschaften höhere Umsätze. Seit Jahren steigt der Marktanteil der Hotels garnis gemessen an den Übernachtungen.
- Der Konzentrationsprozess lässt schwache Marktteilnehmer ausscheiden, weshalb der Anteil gut aufgestellter Betriebe auf dem Markt zunimmt. Die Steigerungen bei Gewinnmarge und Innenfinanzierungskraft deuten zudem auf eine verbesserte Produktivität hin.
- Die sich stetig verbessernden Betriebsergebnisse der letzten Jahre erhöhten die Schuldentilgungsfähigkeit der Betriebe sowie die für Investitionen notwendige Kapitaldecke.

Fakten	2012	2016	2017
Betriebe	7.681	7.137	7.119
Betten	345.679	372.694	385.559
Betriebsgröße	45 Betten	52 Betten	54 Betten
Ankünfte	24,7 Mio.	30,1 Mio.	31,8 Mio.
Übernachtungen	53,2 Mio.	63,0 Mio.	66,3 Mio.
Bettenauslastung	43,1%	47,5%	48,3%
Marktanteil an Übernachtungen	13,1%	14,1%	14,4%
Ø-Umsatz pro Betrieb	518.846	664.106	689.214
Kreditnehmerquote bei den Sparkassen ³⁵	7,2%	8,5%	k. A.



Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019, Statistisches Bundesamt 2019

Das Segment der Hotels garnis ist weiterhin geprägt durch einen Marktkonzentrationsprozess. Die Zahl der Betriebe ist rückläufig bei gleichzeitig steigenden durchschnittlichen Bettenkapazitäten und Belegungsquoten. Die Nachfrage stieg deutlich; entsprechend ist der Marktanteil dieses Betriebstyps höher als 2012 und auch höher als im Vorjahr. Die Kreditnehmerquote bei den Sparkassen legte ebenfalls um mehr als einen Prozentpunkt zu.

Der zunehmende Anteil an effizient geführten Budgetbetrieben und die allgemein gute Konjunktur führten zu einem Anstieg des Betriebserfolges. Die Umsatzrendite nahm von 2012 bis 2017 spürbar um 3,7 Prozentpunkte zu. Da sich sowohl die Werte des 1. als auch des 3. Quartils verbesserten, kann von einem größeren finanziellen Spielraum auf breiter Front ausgegangen werden. Der Cash-Flow und damit die Innenfinanzierungskraft stiegen ebenfalls an (+1,2 Prozentpunkte).

Die Gesamtkostenbelastung nahm kumuliert leicht zu, denn nicht nur die Personalkosten (+1,5 Prozentpunkte), sondern auch die Mietaufwendungen (+4,8 Prozentpunkte) stiegen. Hingegen blieben die Warenaufwendungen (-0,4 Prozentpunkte) relativ konstant, und die Zinsaufwandsquote (-1,3 Prozentpunkte) ging zurück. Die starken Preis- und Auslastungszuwächse trugen dennoch zu einer besseren Schuldentilgungsfähigkeit bei. Die Betriebe können die Schulden theoretisch um 1,7 Jahre früher tilgen. Zudem fiel die Eigenkapitalquote (+8,6 Prozentpunkte) deutlich höher aus. Die Investitionsquote lag zuletzt um 0,5 Prozentpunkte unter dem Vorjahresniveau, langfristig ist sie 0,7 Prozentpunkte niedriger.

Die niedersächsischen Betriebe blicken optimistisch in die Zukunft: Acht von zehn gehen von einer guten Geschäftsentwicklung aus. Rund ein Viertel plant in der kommenden Saison eine verstärkte Investitionstätigkeit.³⁶

³⁵ Anteil der Bilanzen des Betriebstyps Hotel garni gemessen an allen vorliegenden gastgewerblichen Bilanzen

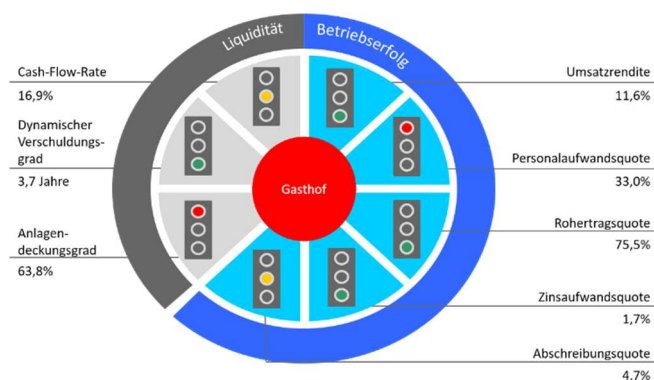
³⁶ DIHK-Saisonumfrage Herbst 2018

Gasthof (Datenbasis Deutschland insgesamt)**Zusammenfassung**

- Der Betriebstyp Gasthof ist weiterhin durch Marktberaumungsprozesse gekennzeichnet. Während des gesamten Beobachtungszeitraumes sank die Zahl der Betriebe bei weitgehend stabiler Betriebsgröße.
- Infolgedessen sanken auch der allgemeine Marktanteil und die Kreditnehmerquote bei den Sparkassen.
- Die verbleibenden Betriebe verzeichneten zumindest eine Stabilisierung der Übernachtungszahlen und leicht höhere Umsätze pro Betrieb. Die Gewinnmarge verbesserte sich entsprechend.

Fakten	2012	2016	2017
Betriebe	8.158	7.087	6.890
Betten	197.251	176.758	173.732
Betriebsgröße	24 Betten	25 Betten	25 Betten
Ankünfte	8,6 Mio.	8,8 Mio.	8,8 Mio.
Übernachtungen	18,5 Mio.	18,4 Mio.	18,3 Mio.
Bettenauslastung	26,6%	29,6%	30,2%
Marktanteil an Übernachtungen	4,6%	4,1%	4,0%
Ø-Umsatz pro Betrieb	239.639	306.230	325.210
Kreditnehmerquote bei den Sparkassen ³⁷	8,2%	6,0%	k. A.

Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019, Statistisches Bundesamt 2019



Der Betriebstyp Gasthof hat auf dem Beherbergungsmarkt einen schweren Stand. Seit 2012 gibt es auf dem deutschen Markt fast 1.300 Betriebe weniger. Die Leistungsfähigkeit der verbleibenden Betriebe ist mit durchschnittlich 25 Betten begrenzt. Zumindest konnte die Nachfrage stabilisiert werden, doch der Marktanteil ist langfristig betrachtet um einen halben Prozentpunkt gesunken.

Durch die Marktberaumung können sich tendenziell eher gut geführte Betriebe auf dem Markt behaupten. Die Gewinnmarge stieg seit 2012 um einen Prozentpunkt, musste aber im Vergleich zum Vorjahr einen leichten Rückgang (-0,8 Prozentpunkte) hinnehmen. Gemessen am Umsatz pro Betrieb verfügt jeder Gasthof im Durchschnitt über einen Gewinn von rund 37.724 Euro. Dieser muss in der Regel notwendige Investitionen, den Unternehmerlohn sowie Rückstellungen abdecken.

Insgesamt legten die Umsätze deutlicher zu als die Aufwandspositionen. Die zwei großen Kostenblöcke entwickelten sich in unterschiedliche Richtungen: Die Personalkosten stiegen seit 2012 um 6,7 Prozentpunkte, während sich die Warenaufwendungen um 3,3 Prozentpunkte reduzierten. Die Schuldentilgungsfähigkeit verbesserte sich von 4,9 auf 3,7 Jahre. Die Eigenkapitalquote konnte sogar deutlich erhöht werden und stieg im Median um 2,9 Prozentpunkte auf ein Allzeithoch.

Die Investitionsquote fiel leicht von 2,1 auf 2,0 Prozent und blieb somit nahezu konstant. Die Geschäftslage wird realistisch eingeschätzt. Nur wenige Betriebe erwarten Umsatzsteigerungen, und sieben von zehn Betrieben gehen von einem gleichbleibenden Niveau aus. Rund 58 Prozent der Unternehmer planen in der kommenden Saison mit gleichbleibenden oder höheren Ausgaben für Investitionen.³⁸

³⁷ Anteil der Bilanzen des Betriebstyps Gasthof gemessen an allen vorliegenden gastgewerblichen Bilanzen.

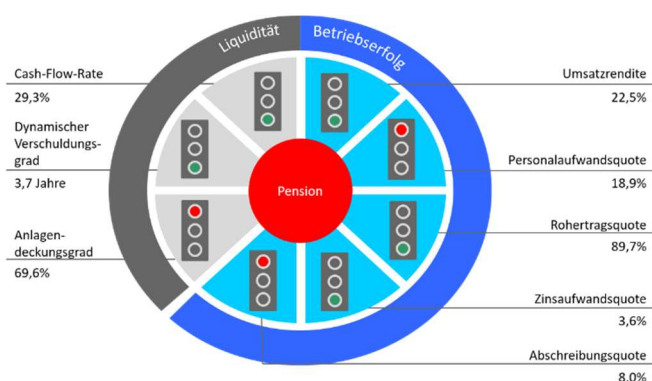
³⁸ DIHK-Saisonumfrage Herbst 2018

Pension (Datenbasis Deutschland insgesamt)

Zusammenfassung

- Die Nachfrage-, Umsatz- und Auslastungszahlen der Pensionen haben sich zuletzt gegenüber den vergangenen Jahren etwas verbessert. Langfristig befindet sich aber auch dieser Betriebstyp in einem verhaltenen Konzentrationsprozess.
- Insgesamt stabilisierte sich die Lage für die Pensionen. Der Marktanteil bleibt dabei relativ konstant, und die durchschnittlichen Umsätze pro Betrieb konnten gegenüber 2016 leicht gesteigert werden.
- Gewinnmarge und Cash-Flow-Rate stiegen von 2012 bis 2017 deutlich an. Insbesondere die Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes im Jahr 2010 verschaffte den Pensionen einen finanziellen Spielraum.

Fakten	2012	2016	2017
Betriebe	5.355	5.133	5.111
Betten	129.191	122.624	120.989
Betriebsgröße	24 Betten	24 Betten	24 Betten
Ankünfte	4,8 Mio.	5,1 Mio.	5,1 Mio.
Übernachtungen	14,1 Mio.	14,5 Mio.	14,5 Mio.
Bettenauslastung	31,6%	34,3%	34,8%
Marktanteil an Übernachtungen	3,5%	3,2%	3,2%
Ø-Umsatz pro Betrieb	157.162	187.353	195.473
Kreditnehmerquote bei den Sparkassen ³⁹	2,8%	2,1%	k. A.



Quelle: dwif 2019, Daten DSV 2019, Statistisches Bundesamt 2019

Die Zahl der Betriebe, die Nachfragewerte und die Bettenauslastung blieben im Vergleich zum Vorjahr weitestgehend konstant. Diese Anzeichen deuten auf eine Stabilisierung am Markt hin. Langfristig blieb die durchschnittliche Betriebsgröße mit 24 Betten auf gleichem Niveau, wobei der Marktanteil leicht sank.

Gewinnmarge und Innenfinanzierungskraft der Pensionen stiegen von 2012 bis 2017 deutlich an. Dabei profitierten die Betriebe – aufgrund des hohen Anteils an Logisumsätzen – besonders stark von der Senkung der Mehrwertsteuer im Jahr 2010. Seit 2012 nahm beispielsweise die Umsatzrendite um 6,1 Prozentpunkte zu. Die Cash-Flow-Rate stieg im gleichen Zeitraum um 2,6 Prozentpunkte. Wie bei den Gasthöfen bleibt zu berücksichtigen, dass eine Umsatzrendite von 22,5 Prozent bei einem durchschnittlichen Umsatz von 195.473 Euro zu einer Gewinnmarge von etwas weniger als 44.000 Euro führt, was für Investitionen, Unternehmerlohn und Rückstellungen reichen muss.

Der größere finanzielle Handlungsspielraum wirkt sich auch auf die Investitionsquote aus, die von 2,8 Prozent auf zuletzt 3,1 Prozent gestiegen ist. Die Geschäftslage wird durchaus positiv bewertet. Sieben von zehn Betrieben gehen von einer stabilen bis steigenden Geschäftslage aus. Jeder sechste Betrieb gab für die kommende Saison steigende Investitionsvolumina an.⁴⁰

³⁹ Anteil der Bilanzen des Betriebstyps Pensionen gemessen an allen vorliegenden gastgewerblichen Bilanzen

⁴⁰ DIHK-Saisonumfrage Herbst 2018

3 Qualität der Betriebe

Zusammenfassung

- Die Zufriedenheit der niedersächsischen Gäste ist ausbaufähig. Die Bewertungen der Unterkünfte auf einschlägigen Online-Plattformen fallen – trotz erfreulicher Zuwächse in fast allen Regionen – weiterhin unterdurchschnittlich aus. Handlungsbedarf besteht vor allem bei der Hardware der Beherbergungsbetriebe selbst, allen voran bei Gebäudesubstanz und Zimmern. Gleichzeitig sind die Wiederbesuchs- und die Weiterempfehlungsabsicht gering.
- Nach deutlichen Rückgängen bei der Hotelklassifizierung ist der Abwärtstrend in Niedersachsen zumindest kurzfristig gestoppt. 2018 kamen wieder mehr Sterne-Hotels hinzu – vor allem dort, wo sie in den Jahren zuvor abhandengekommen waren. Das legt den Schluss nahe, dass viele Teilnehmer nur eine kurze Klassifizierungspause eingelegt haben. Dennoch ist die Marktabdeckung der DEHOGA-Sterne noch längst nicht wieder auf dem Rekordniveau von 2015.
- Eindeutige Alarmsignale kommen hingegen von den Klassifizierungssystemen für Pensionen und Gasthäuser sowie für Ferienobjekte. Beide Initiativen verlieren seit Jahren kontinuierlich Teilnehmer, in Niedersachsen fast flächendeckend. Insofern ist eine Neuausrichtung zwingend erforderlich, um den Nutzen und Marketingeffekt der Systeme, auch in Zeiten von Online-Bewertungen, zu betonen.
- Die themenorientierten Qualitätsinitiativen wiederum senden sehr unterschiedliche Signale. Bei der Zertifizierung wanderfreundlicher Gastgeber kam Niedersachsen, vor allem durch die Aktivitäten in der Lüneburger Heide und bei den NORDPFADEN, weiter voran und konnte seinen Marktanteil in Deutschland deutlich ausbauen. Und in puncto Barrierefreiheit schwimmt Niedersachsen ebenfalls weiter auf der Erfolgswelle. Unterdessen verliert das Siegel Bett+Bike seit Jahren an Bedeutung, in den niedersächsischen Regionen sogar stärker als anderswo – verbunden mit erheblichen Qualitätseinbußen für den in Niedersachsen so wichtigen Fahrradtourismus.

3.1 Gästezufriedenheit

Gäste einer Destination oder touristischen Einrichtung äußern ihre Zufriedenheit auf vielfältige Art und Weise. Dabei sind im Tourismus zunehmend Bewertungs- und Vergleichsportale von Belang, die einen tagesaktuellen Einblick in die Gästesicht mit Fokus auf das Beherbergungsgewerbe bieten. Online-Bewertungen geben den Reisenden Orientierung und spielen für die Reiseentscheidung mittlerweile eine große Rolle. Im Sparkassen-Tourismusbarometer werden diese über den TrustScore abgebildet. Zudem können Aussagen über Weiterempfehlungs- und Wiederbesuchsabsicht aus dem Qualitätsmonitor Deutschland Tourismus getroffen werden.

TrustScore – Gästezufriedenheit in Bewertungsportalen auf einen Blick



Die Metasuchmaschine TrustYou wertet alle Beurteilungen von Nutzern zu Unterkünften in Deutschland auf den relevanten Online-Portalen aus. Mithilfe statistischer Verfahren ergibt sich der TrustScore als Zusammenfassung aller Bewertungen und bildet die Online-Reputation von Unterkunftsbetrieben auf einer Skala von 0 (negativste Ausprägung) bis 100 Punkten (positivste Ausprägung) ab. Der TrustScore stellt eine Art Gütesiegel dar: Auf einen Blick wird klar, wie gut oder schlecht ein Betrieb insgesamt bewertet wurde. Darüber hinaus erfasst die sogenannte Sentiment Analysis auch die in den Freitexten der Bewertungsportale geäußerten Gästemeinungen zur Unterkunft und wertet diese über Algorithmen aus. Sie geben Aufschluss über Handlungsbedarf und Verbesserungspotenzial in einzelnen Bereichen von Beherbergungsmarkt und Destination und können als Frühindikatoren auf Reinvestitionsbedarfe hinweisen. Daten sind zum Beispiel für die Kategorien Zimmer, Service, Preis oder Essen & Trinken verfügbar.

Nach einer kurzen Verschnaufpause im Vorjahr ist die Zufriedenheit der niedersächsischen Übernachtungsgäste erfreulicherweise wieder gestiegen. Der TrustScore kletterte um 0,9 Prozentpunkte auf nunmehr 82,8 Punkte. Der Abstand zum deutschlandweiten Durchschnittswert hat sich damit etwas verkleinert, dieser liegt aber weiterhin fast einen ganzen Prozentpunkt über dem niedersächsischen Niveau. Im Bundesvergleich bleibt es bei einem Platz im oberen Mittelfeld: Niedersachsen liegt wie in den Vorjahren auf Platz 7 im Länderranking.

Erfreuliche Fortschritte bei der Gästezufriedenheit in Niedersachsen – Zuwächse in fast allen Regionen

- Spitzenreiter in Niedersachsen bleibt das Oldenburger Münsterland, das als einzige Destination im Land einen TrustScore von mehr als 86 erreicht. Allerdings ist der Zufriedenheitswert nach zwei sehr erfolgreichen Vorjahren 2018 gesunken, während er in allen anderen niedersächsischen Regionen zulegen konnte. Den 2017 so glorreich erklommenen Platz 5 im bundesweiten Ranking musste das Oldenburger Münsterland damit wieder abgeben. 2018 reichte es nur noch für Rang 14.
- Vergleichsweise zufriedene Gäste können auch die Urlaubsregionen an der Küste vorweisen: Von Ostfriesland über die Nordseeküste bis zu den Ostfriesischen Inseln bewegt sich die Online-Reputation der Beherbergungsbetriebe auf einem Niveau von rund 85. Zudem konnten sich alle drei Regionen, besonders aber der Küstenstreifen und die Inseln, im Vergleich zum Vorjahr deutlich verbessern. Ein Blick nach Schleswig-Holstein offenbart jedoch weiterhin Handlungsbedarf: Denn die nordfriesische Konkurrenz hat noch zufriedener Gäste. Der Vorsprung zu den Ostfriesischen Inseln beträgt knapp 2, zur niedersächsischen Nordseeküste fast 3 Punkte. >> Abb. 12, Anhang 20
- Am meisten konnte sich die Region Mittelweser verbessern. Mit einem Plus von 2 Punkten im vergangenen Jahr liegt der TrustScore hier nun bei fast 82 Punkten. Und auch die flussabwärts gelegene Nachbarregion an der Unteren Weser und Unteren Elbe legte um mehr als einen Punkt auf gut 83 TrustScore-Punkte zu. Beide Flussregionen, die sich den beliebten Weserradweg als Top-Produkt teilen, gehören damit zu den besonders positiv bewerteten Reisegebieten Niedersachsens.
- Mit einem guten Platz 41 rangiert die Lüneburger Heide auf der bundesweiten Zufriedenheitslandkarte wieder ein Stück weiter oben. Im Vergleich zum Vorjahr rückte die Region um sieben Plätze nach vorn. Der TrustScore stieg um 0,9 Prozentpunkte auf 84. Die sehr ähnlich geprägten Destinationen Grafschaft Bentheim, Emsland und Osnabrücker Land hingegen verblieben im Ranking – trotz leicht steigender Gästezufriedenheit – auf der Vorjahresstelle. Mit einem TrustScore von 84,4 reichte es auch 2018 immerhin für Rang 35.
- Eine ebenfalls beeindruckende Entwicklung durchlief das Braunschweiger Land in den vergangenen Jahren. Seit 2015 verbesserten sich die Online-Bewertungen kontinuierlich, insgesamt um stolze 3,8 Punkte. Dennoch bildet die Region gemeinsam mit dem benachbarten Hannover-Hildesheim das Schlusslicht im Niedersachsen-Vergleich. Die beiden stark städtisch geprägten Destinationen erreichen landesweit als einzige nicht mal die 80-Punkte-Marke. Die Region um Hannover und Hildesheim konnte, im Gegensatz zur Stadt Braunschweig und Umland, die Gästezufriedenheit zudem nur leicht ausbauen. Das niedrige Bewertungsniveau deutet auf eine ähnliche Tendenz wie in vielen anderen urbanen Räumen. So liegen beide Regionen in puncto TrustScore etwa gleichauf mit dem Ruhrgebiet sowie den Großstädten Berlin und Hamburg.
- Das Oldenburger Land und das Weserbergland schafften 2018 beide erstmals den Sprung über die 80-Punkte-Marke, rutschten aber aufgrund ihrer geringen Dynamik im bundesweiten Regionsranking einmal mehr ab. Mittlerweile liegt das Oldenburger Land nur noch auf Rang 110 (2015: 97), das Weserbergland auf Rang 120 (99).
- Der niedersächsische Teil des Harzes bleibt in Sachen Gästezufriedenheit nach wie vor im unteren Feld der deutschen Mittelgebirge. Mit einem TrustScore von 81,5 Punkten liegt das Bewertungsniveau fast 6 Punkte unter dem des deutschen Top-Mittelgebirges, der Eifel. Und auch viele andere Wettbewerber im engeren Umfeld –

beispielsweise das Sauerland, das Erzgebirge und die Sächsische Schweiz – punkten mit höheren Zufriedenheitswerten. Länderübergreifend fällt der harzweite TrustScore zudem sehr unterschiedlich aus: Während er in Sachsen-Anhalt deutlich über dem niedersächsischen Wert liegt (83,4 Punkte), zeigt sich im Thüringer Südharz noch größerer Handlungsbedarf (80,0 Punkte).

Ein Blick in die einzelnen Bewertungskategorien zeigt: In vielen Bereichen schneiden die niedersächsischen Betriebe besser ab als ein durchschnittlicher deutscher Beherbergungsbetrieb. Besonders erfreulich: Niedersachsen punktet vor allem beim Service. Die Bewertungen liegen hier einen Punkt über dem bundesweiten Durchschnitt. Außerdem gelang gleich drei niedersächsischen Regionen (Oldenburger Münsterland, Ostfriesland und Oldenburger Land) der Sprung in die Deutschland-Top-10. Die Qualitätsinitiativen der letzten Jahre scheinen sich also auszuzahlen. Umso wichtiger ist es, hier jetzt nicht nachzulassen. Daneben wird auch die Umgebung (Location) der Unterkunft positiver bewertet als in vielen anderen Regionen. Insbesondere den Inseln und ihren Stränden fliegen die Herzen zu; sie liegen in Sachen Location deutschlandweit auf Platz 3. Hinsichtlich der gastronomischen Qualität kann es Niedersachsen mit starker Konkurrenz aufnehmen. Im Länderranking liegen nur noch die kulinarisch hochdekorierten Bundesländer Bayern, Rheinland-Pfalz und Saarland weiter vorn. Allerdings hat bislang keine Einzeldestination den Sprung auf einen Spitzenplatz geschafft.

Handlungsbedarf besteht weiterhin bei der Hardware der Beherbergungsbetriebe – innen wie außen. Denn die im Vergleich der Bewertungskategorien ohnehin eher negativen Gästeteile zu Gebäudesubstanz und Zimmerqualität fallen in Niedersachsen noch schlechter aus als anderswo. Besonders alarmierend ist die Situation in den städtisch geprägten Destinationen und in den Mittelgebirgen. Investitionen in eine bessere Infrastruktur sind hier die zentrale Stellschraube für bessere Gästebewertungen. Aber auch beim Preisniveau hagelt es – zumindest in einigen Regionen – Kritik. Hier ist die Spannbreite zwischen den niedersächsischen Destinationen aber auch besonders groß: Zwischen der Bestnote im Oldenburger Münsterland und dem Schlusslicht Ostfriesische Inseln liegen fast 25 Punkte. Trotz sonst meist guter Bewertungen stoßen die mittlerweile hohen Hotelpreise bei den Inselgästen auf wenig Gegenliebe. Sie erhalten hierfür weniger als 60 TrustScore-Punkte und landen damit bundesweit auf dem letzten Platz.

Investitionen in die Hardware als zentrale Stellschraube für zufriedeneren Gäste und höhere Umsätze

Dauerbrenner bleibt die Internetqualität, die im Vergleich aller Kategorien mit Abstand am schlechtesten abschneidet. Zwar erhält Niedersachsen weitaus bessere Noten als viele andere Bundesländer (3,6 Punkte über dem Bundeswert), Grund zum Jubeln besteht dennoch kaum. Denn gerade vor dem Hintergrund, dass eine perfekte und schnelle Netzverbindung zunehmend wichtiger, wenn nicht gar zum zentralen Entscheidungskriterium für eine Unterkunft wird, ist hier zwingender Handlungsbedarf geboten. Das gilt insbesondere für das Weserbergland, das in Sachen Internet in den Beherbergungsbetrieben mit nur 48,3 TrustScore-Punkten als einzige Region Niedersachsens unterhalb des deutschlandweiten Durchschnitts liegt.

Wiederbesuchs- und die Weiterempfehlungsabsicht

Während der TrustScore nur die Online-Reputation von Unterkunftsbetrieben abbildet, können weitere Quellen helfen, einer Gesamtbewertung der besuchten Destination auf die Spur zu kommen. Hier spielen vor allem klassische Gästebefragungen eine Rolle – so beispielsweise der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, der deutschlandweit Übernachtungsgäste (Urlauber und Geschäftsreisende) aus dem In- und Ausland vor Ort zu ihrem Aufenthalt befragt. Neben zahlreichen Detailspekten geben hier vor allem die Wiederbesuchs- und

Weiterempfehlungsabsicht einen ersten globalen Aufschluss über die Zufriedenheit mit dem Reiseziel insgesamt. Allerdings hat Niedersachsen bei beiden Aspekten noch Luft nach oben. Während die Wiederbesuchsabsicht nur leicht unterdurchschnittlich ausfällt, liegt die Weiterempfehlungsrate sogar deutlich unterhalb des bundesweiten Wertes.

3.2 Klassifizierungssysteme

Bei der Klassifizierung von Beherbergungsbetrieben gibt es in Deutschland, je nach Betriebstyp, unterschiedliche Systeme: Die Deutsche Hotelklassifizierung sowie die G-Klassifizierung von Pensionen und Gasthöfen führt der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) durch, für die Einstufung von Ferienwohnungen und -häusern sowie Privatzimmern hat der Deutsche Tourismusverband (DTV) 1994 ein Schema entwickelt. Die Kriterien beider Systeme werden in regelmäßigen Abständen verfeinert und an die Erwartungen der Gäste angepasst.

Hotelklassifizierung: Die Klassifizierung von Hotels und Hotels garnis wird seit 1996 vom DEHOGA durchgeführt. Seit 2010 nimmt Deutschland zudem an dem europaweit einheitlichen Hotelklassifizierungssystem „Hotelstars Union“ teil, in dem mittlerweile 15 Länder vereint sind. 2015 wurde der Kriterienkatalog für die Vergabe von Hotelsternen überarbeitet, neu bewertet und länderübergreifend harmonisiert. So finden im Sinne einer zukunftsfähigen Positionierung beispielsweise die Konnektivität der Betriebe (WLAN, Online-Buchbarkeit, Ladegeräte etc.), aber auch weitere Extras wie Akku-Ladestationen für E-Bikes sowie die Servicequalität stärkere Berücksichtigung. Um die Brückenfunktion zwischen dem realen Hotelprodukt und seinem virtuellen Abbild im Internet stärker zu bedienen, wurden mit Kriterien zur Aussagekraft der Hotel-Homepages und zur Einbindung von Hotel-Bewertungsportalen erste Akzente gesetzt.⁴¹

Wieder mehr Hotelsterne für Niedersachsen – Abwärtstrend zumindest kurzfristig gestoppt

Deutschlandweit ist die Zahl der DEHOGA-klassifizierten Hotels und Hotels garnis 2019 erneut zurückgegangen – und damit das dritte Jahr in Folge. In nahezu allen Bundesländern wurden weniger Hotelsterne verteilt. Eine der wenigen Ausnahmen: Niedersachsen. Nachdem in den drei Jahren zuvor immer weniger Sterne-Häuser ausgezeichnet wurden, ist der Abwärtstrend hier zumindest kurzfristig gestoppt. Ganze 60 Teilnehmer kamen im vergangenen Jahr hinzu. Inwieweit es sich um neue oder wiederzertifizierte Betriebe handelt, lässt sich nur mutmaßen. Allerdings liegt es nahe, dass viele Hotels nur eine Klassifizierungspause eingelegt haben, denn: Besonders viele Teilnehmerbetriebe kamen dort hinzu, wo sie in den letzten Jahren abhandengekommen waren – in Ostfriesland, der Nordseeküste und auf den Inseln sowie in der Lüneburger Heide und den Mittelgebirgsregionen Weserbergland und Harz. Lediglich die Region Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land und das Oldenburger Münsterland haben die Trendwende noch nicht wieder geschafft, verloren aber zumindest keine weiteren Sterne-Hotels. Positiv hervorzuheben ist vor allem das Braunschweiger Land, in dem die DEHOGA-Klassifizierung nun schon das siebte Jahr in Folge auf einem guten Kurs ist. >> Anhang 21

Mit nun insgesamt 804 klassifizierten Unterkünften in Niedersachsen hat die Marktabdeckung aber noch längst nicht wieder das Rekordniveau von 2015 (46,6 Prozent) erreicht; dazu fehlen immer noch fast 6 Prozentpunkte. Immerhin liegt sie nun aber wieder leicht über dem deutschlandweiten Durchschnittswert. Die höchste Marktabdeckung hat nach wie vor das Oldenburger Münsterland, wenngleich diese in den vergangenen fünf Jahren von gut 80 auf 56 Prozent zurückgegangen ist. Den ehemaligen Spitzenplatz in Deutschland hat die Region damit

⁴¹ www.hotelsterne.de, www.hotelstars.eu

schon lange räumen müssen; 2018 reichte es nur noch für Rang 17 im bundesweiten Destinationsvergleich. Eine ähnliche Tendenz zeigte sich in der Nachbarregion: Im Oldenburger Land ging der Anteil klassifizierter Betriebe an allen Hotels und Hotels garnis um gut 18 Prozentpunkte auf 51,1 Prozent zurück. Damit musste die Region ihren zweiten Platz in Niedersachsen erstmals an den Harz abgeben. Die geringsten Teilnehmerquoten melden weiterhin die Küstenregionen (Nordseeküste und Inseln) sowie das Braunschweiger Land, wo trotz der guten Entwicklung in den letzten Jahren noch immer längst nicht jeder dritte Betrieb Sterne trägt.

Die Marktabdeckung ist in fast allen Regionen stark gesunken. Besonders betroffen sind Hotels in den unteren Sternesegmenten.

Vor allem in den unteren Sterne-Segmenten sind der Hotelklassifizierung vermehrt Teilnehmer verloren gegangen. So werden seit 2011 jedes Jahr weniger 2-Sterne-Hotels gemeldet; allein im Fünfjahresvergleich fielen 32 Häuser dieser Kategorie weg. Im 3-Sterne-Segment hingegen sank die Zahl der Betriebe insbesondere zwischen 2015 und 2017 rasant (-95 Betriebe). Erfreulicherweise konnte im vergangenen Jahr jedoch knapp die Hälfte der Verluste wieder wettgemacht werden (+41 Betriebe). Allerdings nimmt die Nachfrage in den oberen Klassifizierungsstufen ebenfalls allmählich ab. So wurden auch deutschlandweit in den letzten Jahren bereits weniger 4- und 5-Sterne-Plaketten verteilt. In Niedersachsen schließen diese beiden Segmente im mittelfristigen Vergleich mit einem leichten Plus ab (4-Sterne-Hotels: +12; 5-Sterne-Hotels: +1). Damit ist der Anteil der Luxushotels in Niedersachsen weiter gestiegen: Trugen im Jahr 2011 nur gut ein Viertel aller klassifizierten Häuser 4 oder 5 Sterne, waren es 2018 deutlich mehr als ein Drittel. Zudem überschritt ihr Anteil erstmals den Bundesdurchschnitt, wenn auch nur leicht. Zudem sind die hochdekorierten Betriebe räumlich stark konzentriert. Besonders stark vertreten sind sie in den Top-Urlaubsregionen an der Küste sowie im städtischen Umfeld. Dabei liegt der Anteil der Luxushotellerie an der niedersächsischen Nordseeküste (44,0 Prozent) und auf den Ostfriesischen Inseln (46,4 Prozent) allerdings rund 15 Prozentpunkte unter der schleswig-holsteinischen Nordsee und Vorpommern. Und von Potsdam, der Top-Städteregeion in puncto 4- und 5-Sternehotels, trennen die städtischen Destinationen um Hannover, Hildesheim und Braunschweig sogar fast 35 Prozentpunkte. Während in der brandenburgischen Landeshauptstadt mehr als drei Viertel aller klassifizierten Unterkünfte den beiden höchsten Kategorien zuzuordnen sind, sind es in Niedersachsens großen Städten deutlich weniger als die Hälfte.

G-Klassifizierung: Das Klassifizierungssystem für Gastehäuser, Gasthöfe und Pensionen wurde 2005 vom DEHOGA als Träger in Kooperation mit dem Deutschen Tourismusverband e. V. (DTV) entwickelt. Adressaten für die Auszeichnung sind Beherbergungsbetriebe mit zehn und mehr Gästebetten in maximal zwanzig Gästezimmern, die weder Hotelcharakter aufweisen, noch den Begriff „Hotel“ in ihrem Namen führen.⁴²

Von der G-Klassifizierung kommen weiterhin deutliche Alarmsignale. Die Initiative verbucht bereits seit mehreren Jahren sinkende Teilnehmerzahlen. Auch 2019 ging die Zahl der G-klassifizierten Betriebe deutschlandweit um rund 6 Prozent zurück (-43), in Niedersachsen sogar um fast 18 Prozent (-10). Besonders stark betroffen waren die Lüneburger Heide (-3), die Region Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land und der Harz (je -2). Sorgen bereitet vor allem die abnehmende Teilnehmerquote: Waren die Rückgänge bis zum Vorjahr noch weitgehend auf die Marktberreinigung im Segment der Pensionen und Gasthöfe zurückzuführen, ist nun erstmals auch der Anteil klassifizierter Betriebe merklich zurückgegangen. Er liegt niedersachsenweit nur noch bei 4,4 Prozent – und damit einen Prozentpunkt unter dem Vorjahresniveau. Auch der Abstand zum Deutschlandwert (5,5 Prozent) hat sich

⁴² www.g-klassifizierung.de

weiter vergrößert. Einzig die Nordseeküste, die beiden Mittelgebirgsdestinationen Weserbergland und Harz sowie die Region Unterelbe-Unterweser können es in Sachen Teilnehmerquote mit dem Bundesdurchschnitt aufnehmen. >> Anhang 22

Neuausrichtung zwingend erforderlich: Klassifizierungssysteme für Pensionen, Gasthöfe und Ferienwohnungen verlieren weiter an Bedeutung.

Klassifizierung von Ferienwohnungen/-häusern und Privatzimmern: Das System wurde 1994 vom DTV entwickelt und ist in diesem Segment deutschlandweit führend. Die Kriterien werden in regelmäßigen Abständen (zuletzt 2018) weiterentwickelt und an die Erwartungen der Gäste angepasst.⁴³

Im Ferienwohnungssegment ist die Zahl der Sterne-Unterkünfte seit 2011 sukzessive zurückgegangen. Insgesamt wählte etwa jede vierte deutsche Ferienunterkunft die Sterne wieder ab, niedersachsenweit sogar mehr als jede dritte. Allein im vergangenen Jahr verlor Niedersachsen weitere 439 DTV-Sterne-Unterkünfte. Mit -7,2 Prozent fiel das Minus erneut deutlich höher aus als im Rest der Republik. Bundesweit verlor die DTV-Klassifizierung 2018 rund 3 Prozent seiner Teilnehmer.

Hier ein Blick auf die einzelnen Regionen Niedersachsens:

- Das Oldenburger Münsterland ist das einzige Reisegebiet in Niedersachsen, in dem seit 2014 jährlich mehr Ferienobjekte klassifiziert werden. Hier stieg die Zahl von 73 auf 109. Allerdings ist damit noch nicht wieder das hohe Ausgangsniveau von 2011 (123) erreicht.
- Zudem legten die Destinationen an der Weser (Mittelweser, Unterelbe-Unterweser) in den vergangenen Jahren eine Verschnaufpause ein. Nach anfänglichen Rückgängen stagniert die Zahl der an der DTV-Klassifizierung teilnehmenden Objekte seit drei Jahren mehr oder weniger.
- Alle anderen Regionen des Landes bekamen mittel- wie kurzfristig die Auswirkungen der sinkenden Klassifizierungslust zu spüren.
- Besonders drastisch fiel der Rückgang in den Küstenregionen aus, wo aufgrund des starken Ferienwohnungsmarktes die meisten klassifizierten Objekte verortet sind. Seit 2011 sank die Zahl der DTV-Unterkünfte an der Nordsee und auf den Ostfriesischen Inseln insgesamt um rund 1.500, davon allein knapp 300 im vergangenen Jahr. Das ist mehr als ein Drittel des ursprünglichen Volumens. Der Anteil beider Reisegebiete am niedersächsischen Gesamtmarkt ist somit sukzessive gesunken – von rund 46 Prozent im Jahr 2011 auf nunmehr nur noch gut 43 Prozent. Da sich jedoch auch in vielen Wettbewerbsregionen, allen voran an den Küsten, zunehmend Vermieter von der DTV-Klassifizierung abwenden, bleibt es für die niedersächsische Nordsee bei der Top-5-Position deutschlandweit. >> Anhang 23
- Auch die Mittelgebirge hat die Austrittswelle erfasst. Harz und Weserbergland, die zusammen ein Fünftel aller klassifizierten Ferienobjekte Niedersachsens ausmachen, kamen jedoch glimpflicher davon als viele andere Regionen im Land, zumal sich der Rückgang hier nach und nach abgeschwächt hat. Das gilt für den deutschlandweiten Vergleich jedoch nur bedingt. Während es einige traditionelle Konkurrenten wie den Bayerischen Wald und den Schwarzwald noch härter traf, kommen in einigen Mittelgebirgsdestinationen seit fünf Jahren sogar DTV-klassifizierte Objekte hinzu, insbesondere im Thüringer Wald.
- Ostfriesland und die Lüneburger Heide halten jeweils gut ein Zehntel der DTV-klassifizierten Objekte vor. In der Heideregion ist jedoch ein besonders starker Rückgang zu verzeichnen, der auch zu einem Bedeutungsverlust innerhalb des Landes führte. War die Lüneburger Heide 2011 – gemessen am Volumen der klassifizierten

⁴³ www.sterneferien.de

Unterkünfte – noch die Top 2 in Niedersachsen, wurde sie inzwischen von vier weiteren Reisegebiete überholt. Dazu zählt auch Ostfriesland, das seinen Marktanteil trotz der Teilnehmerverluste ausbauen konnte.

Im Gegensatz zur Hotelklassifizierung betrifft der Rückgang im Ferienwohnungssegment mittlerweile alle Sterne-Kategorien. Während in den Vorjahren eher die unteren Klassen betroffen waren, nahm jüngst auch die Zahl der 4- und 5-Sterne-Objekte deutlich ab. Das ist ein erstes Anzeichen dafür, dass die Anbieter den Marketingeffekt der 4 und 5 Sterne nicht mehr ausreichend erkennen und würdigen. Dennoch hat der Anteil der höherwertigen Ferienwohnungen an allen klassifizierten Objekten abermals zugenommen und liegt nun bei knapp 50 Prozent (2011: 41,7 Prozent). Allerdings liegt Niedersachsen damit nur auf Rang 10 aller 16 Bundesländer. Denn in vielen Destinationen lassen sich mittlerweile fast nur noch die 4- und 5-Sterne-Ferienwohnungen und -häuser vom DTV listen – gerade im städtischen Kontext (Leipzig, Dresden und Oberbayerns Städte mit einem Anteil von mehr als 80 Prozent), aber auch in einigen Mittelgebirgen wie der Bayerischen Rhön und dem Erzgebirge (Anteil über 70 Prozent). In Niedersachsen landet mit Hannover-Hildesheim ebenfalls eine urbane Region auf dem landesweit ersten Platz. Hier tragen zwei Drittel aller Teilnehmer eine Plakette mit 4 oder 5 Sternen. Erstaunlicherweise ist es jedoch das benachbarte Braunschweiger Land, in dem der Anteil der Luxusunterkünfte mit nur einem guten Viertel am geringsten ist.

DTV power für mehr Qualität im Ferienhaus und -wohnungsmarkt

- Der DTV arbeitet an einer stetigen Qualitätsverbesserung seiner Sterne-Klassifizierung von Privatzimmern, Ferienhäusern und -wohnungen. So wurden jüngst die Schulungsleistungen für Prüfer überarbeitet. Das ist ein richtiger und wichtiger Schritt, um den Prüfern in ihrer Basisarbeit das notwendige Know-how an die Hand zu geben.
- Mittelfristig sieht sich der DTV weiteren Aufgaben gegenüber: So wünschen sich die Prüfer für ihre Arbeit bei den Betrieben vor Ort ein maßgeschneidertes Argumentationscoaching. Die klassifizierten Betriebe fordern mehr Sichtbarkeit, eine höhere Reichweite und die Steigerung der Bekanntheit der DTV-Klassifizierung. Zukünftig sollen dafür vermehrt die Möglichkeiten infolge der fortschreitenden Digitalisierung genutzt werden.
- Im März 2019 hat der DTV in Kooperation mit bestfewo und teejit die Qualitätsoffensive „noch-besser-vermieten.de“⁴⁴ gestartet. Diese Initiative für Qualität im deutschen Ferienhaustourismus hat zum Ziel, den Gastgebern von Unterkünften mit einem kostenlosen Coaching und stetiger Weiterbildung zur optimalen Vermarktung ihrer Unterkunft zu verhelfen. Nach kostenloser und unverbindlicher Anmeldung erhalten Gastgeber einmal wöchentlich den Lern-Letter mit Informationen zu Themen wie Sterne-Klassifizierung von Ferienimmobilien sowie optimales Bildmaterial, ansprechende Begleittexte und nützliche Insidertipps rund um die optimale Vermarktung von Ferienunterkünften.

3.3 Themenlabel

Neben den Klassifizierungssystemen gibt es eine Vielzahl an Gütesiegeln, die Standards für unterschiedliche Themenfelder festlegen. Sie orientieren sich an bestimmten (Mindest-)Kriterien zur Ausstattung eines Betriebes, differenzieren jedoch nicht nach einem Sterne-Prinzip.

Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland: Das Siegel ermöglicht es Wandertouristen, zielgruppenspezifische Unterkünfte und Gastronomiebetriebe zu erkennen. Es wird seit 2005 vom Deutschen Wanderverband e. V.

⁴⁴ www.noch-besser-vermieten.de

nach bundesweit einheitlichen Qualitätsstandards vergeben. Der Wanderverband zeichnet aber nicht nur Gastgeber, sondern auch Qualitätswanderwege und Qualitätswanderregionen aus.⁴⁵

Während die Initiative des Wanderverbandes in ganz Deutschland immer weniger Rückendeckung erhält (-52 Betriebe allein 2018), ist Niedersachsen erfolgreich dabei, seinen Marktanteil bei den Wandergastgebern auszubauen. Jahr für Jahr kommen weitere Teilnehmer hinzu, 2018 waren es erneut 8. Mit nun insgesamt 81 Qualitätsgastgebern ist der Marktanteil des Landes zwar noch gering, stieg aber innerhalb der vergangenen fünf Jahre von knapp 2 Prozent auf mehr als 6 Prozent. >> Anhang 24

Niedersachsen baut seinen Marktanteil bei wanderfreundlichen Betrieben weiter aus.

Bis 2015 war die wandertouristische Zertifizierung nur für die beiden Mittelgebirgsregionen Harz und im Weserbergland ein Thema. Nach der anfänglich hohen Dynamik hat die Zertifizierungslust hier mittlerweile spürbar nachgelassen. Im Harz kamen 2018 nach Verlusten in den Vorjahren erfreulicherweise wieder 4 Betriebe hinzu, im Weserbergland ging die Zahl der zertifizierten Unterkünfte um 5 zurück. Hingegen starteten zwei Newcomer-Wanderdestinationen in den vergangenen drei Jahren richtig durch:

- Zum einen die Lüneburger Heide, die 2015 bereits mit 22 Qualitätsgastgebern loslegte. Initialzündung war hier die Auszeichnung des Heidschnuckenweges als Qualitätsweg sowie als „schönster Wanderweg Deutschlands“. Nach drei Jahren der Stagnation kamen 2018 wieder 6 Wanderunterkünfte in der Heide hinzu. Mit nun insgesamt 28 Gastgebern hat die Lüneburger Heide niedersachsenweit erstmals die Nase deutlich vorn.
- Zum anderen die Region Unterelbe-Unterweser, die die Zahl der wanderfreundlichen Betriebe von 10 (2016) auf 18 (2019) ausbauen konnte und sich im Landesvergleich sogar vor die Mittelgebirge auf Rang 2 geschoben hat. Den entscheidenden Anstoß dürfte hier das Projekt NORDPFADE im Landkreis Rotenburg gegeben haben. Von den 24 Wandertouren sind mittlerweile 5 als Qualitätsweg Wanderbares Deutschland zertifiziert, einer davon Anfang 2019.

Qualitätszertifikate Wanderbares Deutschland in Niedersachsen

Niedersachsen geht mit 12 als „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ zertifizierten Wanderwegen in die neue Wandersaison. Zwei von ihnen sind erstmals ausgezeichnete Routen: der NORDPFAD Dör' t Moor im Landkreis Rotenburg (Wümme) sowie der Langwarder Groden in Butjadingen. Die neun Kernkriterien sowie 23 Wahlkriterien für die Zertifizierung als Qualitätswanderweg unterteilen sich in fünf Bereiche: Wegeformat, Wanderleitsystem, Natur/Landschaft, Kultur und Zivilisation.⁴⁶

Bett+Bike: Vor rund zwanzig Jahren wurde das Bett+Bike-Zertifikat für fahrradfreundliche Betriebe vom Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club e. V. (ADFC) eingeführt. Die zertifizierten Betriebe erfüllen alle Anforderungen, die Radtouristen an eine Unterkunft stellen – von Fahrradkeller, Reparaturmöglichkeiten und Trockenräumen über spezielles Informations- und Kartenmaterial bis zu gesunder Verpflegung. Mittlerweile gibt es auch die ersten Bett+Bike-Sport-Unterkünfte, die sich gezielt auf Mountainbiker eingestellt haben. Außerdem vergibt der ADFC ein Gütesiegel für Qualitätsradwege und Radreiseregionen.⁴⁷

⁴⁵ www.wanderbares-deutschland.de

⁴⁶ www.wanderbares-deutschland.de, www.wanderverband.de

⁴⁷ www.bettundbike.de, www.adfc.de

Auch im Radtourismus werden deutschlandweit seit Jahren weniger zielgruppenorientierte Qualitätsbetriebe ausgezeichnet. Im Fünffjahresvergleich sank die Zahl der Bett+Bike-Unterkünfte um knapp 10 Prozent auf nur noch gut 5.000 Betriebe (2014: 5.580). Dabei zog sich die Austrittswelle durch fast alle Bundesländer. Auch in Niedersachsen verlor die ADFC-Initiative seit 2014 kontinuierlich an Boden. 15,8 Prozent bzw. 122 der damals noch zertifizierten Betriebe fehlen dem niedersächsischen Radtourismus bereits, allein im vergangenen Jahr sind 34 Bett+Bike-Teilnehmer ausgestiegen. Den einstigen Platz 2 im Bundesvergleich musste Niedersachsen bereits im Vorjahr räumen und rangierte auch Anfang 2019 auf dem 3. Rang.

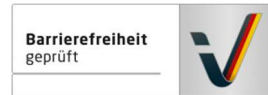
In nahezu allen niedersächsischen Destinationen ist die Zahl der Bett+Bike-Betriebe seit 2014 gesunken. Ausnahmen sind lediglich das Braunschweiger Land (+4 Teilnehmer) und der Harz, wo sich 2018 – nach einigen rückläufigen Jahren – wieder 7 Unterkünfte zertifizieren ließen. Im Vergleich zu 2014 bilanziert der Harz damit ein Plus von 2 radfreundlichen Beherbergungsbetrieben. Besonders hart traf es hingegen die radtouristischen Top-Regionen: In der Lüneburger Heide, in puncto Bett+Bike Spitzenreiter in Niedersachsen und auf Platz 2 in Deutschland, gaben in den vergangenen fünf Jahren 27 Betriebe das Siegel auf. Nach einer kurzen Erholung anlässlich der Auszeichnung der Heideregion Uelzen als RadReiseRegion im Jahr 2016 brachen die Teilnehmerzahlen erneut deutlich ein. Und auch die Region Grafschaft-Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land, die zweite niedersächsische Destination in den bundesweiten Top 10, meldete einen hohen Rückgang (-25 Betriebe seit 2014). Nach einem einstmaligen guten Platz 5 reichte es damit Anfang 2019 nur noch für Platz 9 in Deutschland. Mittlerweile gibt es sogar eine Destination ohne jedes Radlerzertifikat. Auf den Ostfriesischen Inseln wehte dem ADFC offensichtlich zu viel Gegenwind um die Nase. Die beiden einzigen vor fünf Jahren noch zertifizierten Unterkünfte haben Bett+Bike mittlerweile verlassen, so dass Radler auf den Inseln nun vergebens nach einer ausgewiesenen radfreundlichen Nachtstatt suchen. >> Anhang 24

ADAC-Campingplätze: Der ADAC Camping- und Stellplatzführer listet europaweit Anlaufstellen für Campingtouristen und klassifiziert diese nach einem 5-Sterne-System sowie Kriterien für verschiedene Einzelkategorien. In Deutschland sind in der diesjährigen Ausgabe 1.155 Campinganlagen aufgeführt – das sind rund 39 Prozent aller in der amtlichen Statistik gemeldeten (Stell-)Plätze.

In Niedersachsen ist die Zahl der Einträge im ADAC-Führer trotz vieler Neueröffnungen im Campingsegment (+32 neue Plätze seit 2014) in den vergangenen Jahren leicht zurückgegangen und liegt nun bei 160 der rund 400 in Niedersachsen in der amtlichen Statistik erfassten Campinganlagen. Dadurch sind mittlerweile nur noch 4 von 10 Campinganlagen durch den ADAC erfasst und klassifiziert. Fünf Jahre zuvor waren es noch fast 45 Prozent. In den beiden campingstarken Küstenländern Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern, aber auch in Bayern ist die Abdeckung mit Quoten zwischen 45 und 49 Prozent etwas höher.

Mit der Lüneburger Heide und der Nordseeküste platzieren sich – gemessen an der absoluten Zahl der ADAC-Campingplätze – gleich zwei niedersächsische Reisegebiete in den bundesweiten Destinations-Top-10. Die Heideregion schafft es mit 39 Einträgen sogar auf Platz 2. Damit sind hier knapp 57 Prozent der gemeldeten Campingbetriebe im ADAC-Führer gelistet. Eine höhere Marktabdeckung schafft in Niedersachsen sonst nur noch der Harz (60,0 Prozent). Besonders gering fällt die Quote auf den Ostfriesischen Inseln aus, wo nur ein einziger Campingplatz (von insgesamt 11 Anlagen) einen Eintrag in der aktuellen Ausgabe erhalten hat.

Reisen für Alle: Der barrierefreie Tourismus zählt zu den Wachstumssegmenten. Für rund 10 Prozent der Bevölkerung in Deutschland ist Barrierefreiheit unentbehrlich, für 40 Prozent ist sie notwendig und für 100 Prozent komfortabel. Die demografische Entwicklung bringt eine beträchtliche Steigerung der Zahl älterer Menschen und somit auch eine wachsende Zahl aktivitäts- und mobilitätseingeschränkter Menschen mit sich.⁴⁸ Damit wird die Nachfrage nach barrierefreien Angeboten künftig steigen.



In den vergangenen Jahren wurde in Deutschland mit der Umsetzung der Behindertenrechtskonvention der Vereinten Nationen das Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ im Sinne eines Tourismus für Alle in Deutschland entwickelt. Projektträger sind das Deutsche Seminar für Tourismus Berlin e. V. (DSFT) in Kooperation mit dem Tourismus für Alle Deutschland e. V. (NatKo). Reisende mit Handicap, darunter Senioren, Menschen mit einer Behinderung oder Familien mit Kinderwagen und viel Gepäck, sollen damit verlässliche Information über touristische Anbieter entlang der gesamten Servicekette erhalten, um die Reiseentscheidung zu vereinfachen. Das Zertifizierungssystem Reisen für Alle ist die bundesweit einheitliche Kennzeichnung im Bereich Barrierefreiheit. Die Qualitätskriterien wurden in mehrjähriger Zusammenarbeit und Abstimmung mit Betroffenenverbänden sowie touristischen Akteuren entwickelt. Basis sind die Qualitätskriterien für die entsprechenden Personengruppen: Menschen mit Gehbehinderung, Rollstuhlfahrer, Menschen mit Hörbehinderung, gehörlose Menschen, Menschen mit Sehbehinderung, blinde Menschen sowie Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen.⁴⁹

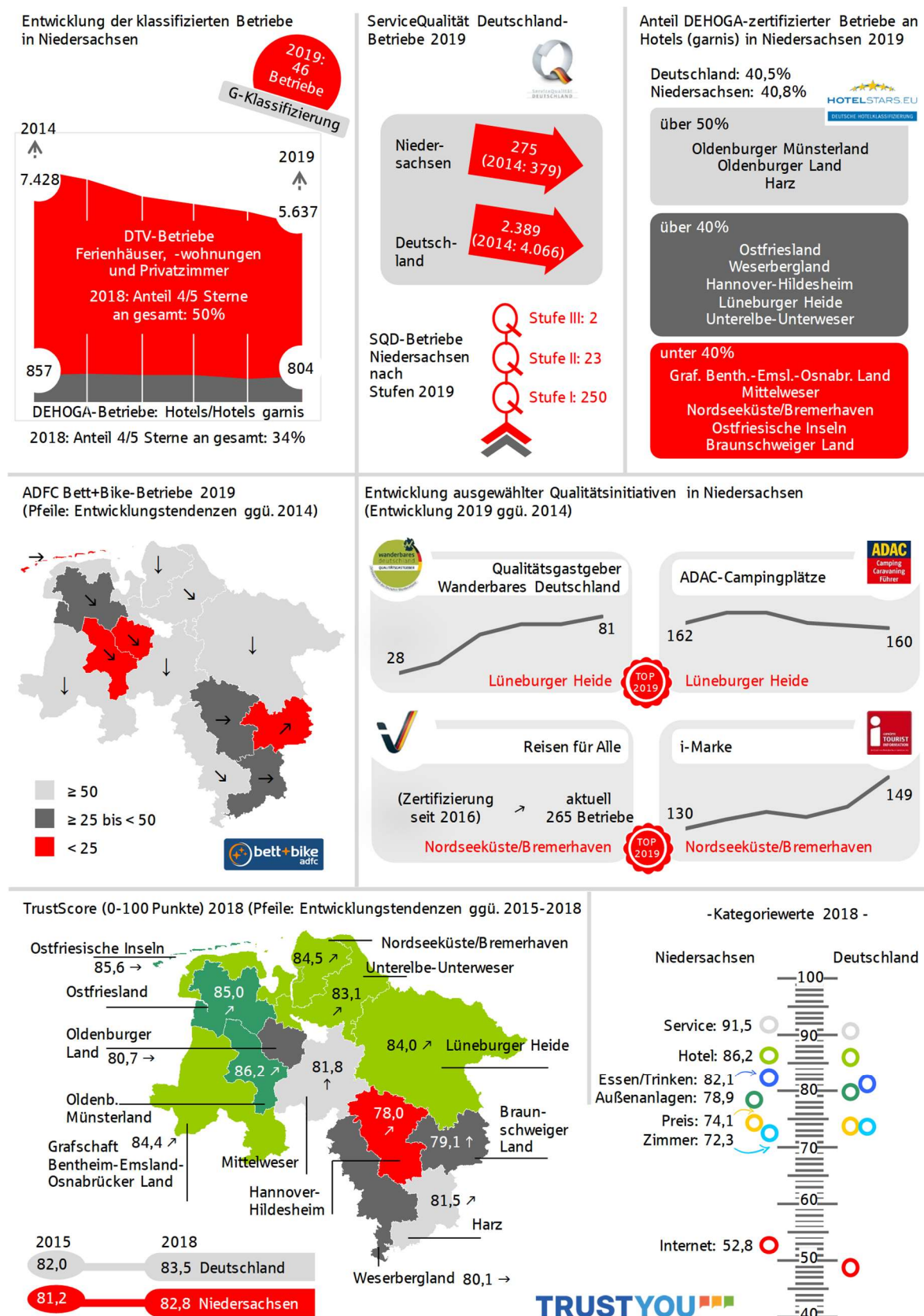
Jetzt nicht nachlassen! Niedersachsen schwimmt bei der Barrierefreiheit auf der Erfolgswelle.

Deutschlandweit hat sich die Zahl der Teilnehmer an der Initiative „Reisen für Alle“ seit der Einführung 2016 verdoppelt, beflügelt durch groß angelegte Kampagnen der einzelnen Bundesländer. Auch Niedersachsen hat dazu einen entscheidenden Beitrag geleistet. Vor vier Jahren mit 39 Betrieben gestartet, konnten Anfang 2019 bereits 265 Betriebe eine barrierefreie Zertifizierung nachweisen. Die anfängliche Dynamik hat aber etwas an Fahrt verloren. Im vergangenen Jahr kamen mit 32 Neuzugängen deutlich weniger Teilnehmer hinzu als in den beiden Jahren zuvor. Den 3. Platz im Bundesländerranking (hinter Bayern und Rheinland-Pfalz) hat Niedersachsen aber erfolgreich verteidigen können. Mittlerweile ist fast jeder fünfte barrierefreie Betrieb Deutschlands in einer niedersächsischen Region zu finden. >> Anhang 26

Am erfolgreichsten waren die Zertifizierer an der Nordseeküste. Hier kamen auch im vergangenen Jahr noch beachtlich viele neue Teilnehmer (+17) hinzu, so dass nun insgesamt 54 Betriebe das Qualitätssiegel tragen. Die Lüneburger Heide, bis zum Vorjahr noch auf Platz 1 in Niedersachsen, verlor hingegen 4 ihrer barrierefreien Unterkünfte. Die Zahl sank auf 36. Den 3. Platz teilen sich die Ostfriesischen Inseln und Ostfriesland (beide jeweils 34 Teilnehmer). Während die Inseln aber – ebenso wie die Nordseeküste – mit anhaltend starker Performance überzeugen, stagnierte die Zahl der Neuzertifikate in Ostfriesland zuletzt weitgehend. Und das, obwohl die Region als erste barrierefrei zertifizierte Reiseregion (siehe Kasten) jüngst von sich reden machte.

⁴⁸ BMWI 2013

⁴⁹ www.reisen-fuer-alle.de

Abb. 12: Kennzahlen zur Qualitätsentwicklung im Tourismus in Niedersachsen

Quelle: dwif 2019, Daten DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH (Stand: Februar 2019), ADFC Sachsen – Bett+Bike (Stand: Januar 2019), Deutscher Wanderverband (Stand: Januar 2019), Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e. V. (Stand: Januar 2019), ADAC Medien und Reise GmbH, ADAC Campingführer 2019 (Stand: Januar 2019), Deutscher Tourismusverband Service GmbH (Stand: Januar 2019), ServiceQualität Deutschland (SQD) e. V. (Stand: Januar 2019), TrustYou GmbH, LTV Sachsen

Besonders erfreulich: Weiße Flecken gibt es in Niedersachsen im Hinblick auf die Barrierefreiheit nicht mehr. Inzwischen nehmen alle Reisegebiete an der Zertifizierungsinitiative teil. Allerdings legten auch viele weitere Regionen im letzten Jahr eine Pause ein. In der Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land sowie im Weserbergland gingen die Teilnehmerzahlen leicht zurück, in der Region Mittelweser mit einem Minus von 11 Betrieben sogar sehr deutlich.

Ostfriesland wird Deutschlands erste barrierefrei zertifizierte Reiseregion

Im Oktober 2018 wurde Ostfriesland als „Barrierefreiheit geprüft“ von „Reisen für Alle“ ausgezeichnet. Voraussetzung für die Zertifizierung der Region war unter anderem, dass sieben Ferienorte barrierefrei zertifizierte Urlaubspakete, bestehend aus Übernachtungsmöglichkeiten und zwei weiteren Angeboten wie Freizeitaktivitäten oder Gastronomie, anbieten. Die Region sieht diese Auszeichnung als Prozess und möchte das Angebot an barrierefreien Reisezielen weiter ausbauen. Als erste Stadt Deutschlands erhielt im April 2019 Bremerhaven die Zertifizierung als „Tourismusort Barrierefrei geprüft“.

3.4 Qualitätssiegel

ServiceQualität Deutschland

An der Initiative „ServiceQualität Deutschland“ können tourismusrelevante Leistungsträger aller Branchen und Tourismusorte teilnehmen. Sie hat einen klaren, nach innen gerichteten Qualitätsmanagementansatz. Das dreistufige Schulungs- und Zertifizierungsprogramm befähigt die Mitarbeiter von Dienstleistungsunternehmen, die erlernten Instrumente einzusetzen und den Betrieb bis zur Zertifizierung zu führen.⁵⁰

Die Abwärtsspirale setzte sich auch bei der ServiceQ-Initiative weiter fort. Nach den bereits hohen Verlusten in den Vorjahren sank die Zahl der Q-Betriebe 2019 bundesweit erneut um rund 17 Prozent, allein in Niedersachsen um knapp 14 Prozent. Waren die Teilnehmerzahlen bis 2013 auf 389 Betriebe gestiegen, waren davon im vergangenen Jahr nur noch 275 übrig. >> Abb. 12, Anhang 25

- Vor allem auf den Ostfriesischen Inseln hielt die Zertifizierungswelle nicht lange an. Die Zahl der einst 54 teilnehmenden Betriebe hat sich hier in fünf Jahren mehr als halbiert (Anfang 2019: 21). Das ist nicht zuletzt auf die Langeooger Abkehr vom Q-System zurückzuführen. 2012 war die Insel noch hoffnungsvoll als erste „Qualitätsinsel Deutschlands“ mit 21 Teilnehmern gestartet, heute gibt es hier nur noch 6 Q-Betriebe.
- Die meisten zertifizierten Leistungsträger finden sich nach wie vor an der Nordseeküste, wenngleich sich auch hier insbesondere in den vergangenen drei Jahren viele Betriebe wieder vom Q abwandten. Die Trendwende folgte auf das Rekordjahr 2016 mit 66 ServiceQ-Teilnehmern an der Küste. Seitdem ist deren Zahl um mehr als 20 zurückgegangen. Dennoch schafft es die Nordseeküste weiterhin in die Regionsbestenliste: Platz 9 bundesweit. Ähnlich hoch fielen die Verluste für die zweitplatzierte Region in Niedersachsen aus: Die Lüneburger Heide zählt heute noch 42 der einst mehr als 60 Q-Betriebe, verbessert sich im Deutschlandranking dennoch um drei Ränge auf Platz 11.
- Besonders viele Teilnehmer haben das Weserbergland (-16 Teilnehmer seit 2014), Ostfriesland (-11) und die Region Grafschaft Bentheim-Emsland (-10) verloren. In allen drei Regionen ist die Zahl der Teilnehmer am ServiceQ auch im vergangenen Jahr deutlich zurückgegangen. Im Harz, wo die Initiative zuvor wieder auf erfreuliche Zuwächse verweisen konnte, fiel die Bilanz 2018 ernüchternd aus. Mit nur noch 20 Betrieben sank die Zahl der Q-Anhänger erstmals unter das Niveau von 2012.

⁵⁰ www.q-deutschland.de

- Im Fünfjahresvergleich schaffte es nur eine niedersächsische Region ins Plus: Seit 2014 hat das Braunschweiger Land stolze 26 Neuzugänge akquirieren können. Doch auch hier ist eine erste ServiceQ-Müdigkeit auszumachen. So legte die Region 2018 eine Zertifizierungspause ein.

Sinkflug für das ServiceQ – sowohl Neuzugänge als auch Aufsteiger in höhere Stufen fehlen.

Dabei ist vor allem die Einsteigerstufe von den Rückgängen betroffen: Seit Jahren fehlen die Neuzugänge bzw. Nachzertifizierer in Stufe I des dreistufigen ServiceQ-Verfahrens. Die Bilanz der vergangenen fünf Jahre: Fast 100 Betriebe weniger. Der Mangel in Stufe I macht sich zudem allmählich in den Folgestufen bemerkbar. Bereits das dritte Jahr in Folge rückten weniger Betriebe in die Stufe II auf. Und die dritte ServiceQ-Stufe stagnierte weiterhin auf einem äußerst geringen Niveau von 2 Teilnehmern.

DTV-Zertifizierung für Tourist-Informationen

Seit 2006 vergibt der Deutsche Tourismusverband e. V. (DTV) die heutige i-Markte. Mit ihren Mindestkriterien setzt sie Maßstäbe in Sachen Qualitätssicherung und Service der deutschen Tourist-Informationen. Die Bewertungskriterien werden regelmäßig überarbeitet und den Erfordernissen aktualisiert. Erst im letzten Jahr wurde der Kriterienkatalog der digitalen Trendentwicklung angepasst: Unter anderem mit mobil optimierten Webseiten und kostenfreiem WLAN können die Tourist-Informationen seit Anfang 2018 Punkte sammeln.⁵¹



Im Gegensatz zur ServiceQ-Initiative kommen in Niedersachsen – ebenso wie in ganz Deutschland – Jahr für Jahr mehr zertifizierte Tourist-Informationen hinzu. Seit 2014 stieg die Zahl der i-Marken landesweit um 19, davon allein 11 im vergangenen Jahr. Von Beginn an war Niedersachsen die treibende Kraft bei der TI-Zertifizierung in Deutschland – und obwohl der Marktanteil leicht gesunken ist, finden sich hier noch immer mit Abstand die meisten roten Siegel an touristischen Informationsstellen bundesweit. Jedes fünfte „i“ in Deutschland zierte eine niedersächsische Tourist-Information. >> Anhang 24

Allerdings hat sich Niedersachsens Präsenz in den Top 10 der deutschen Destinationen verringert. Standen bis zum vorigen Jahr noch ganze fünf Landesvertreter auf der Liste, schafften es Anfang 2019 nur noch drei Reisegebiete unter die zehn Besten. Die Nordseeküste liegt seit Jahren auf dem Spitzenplatz in Deutschland. Hier bewegt sich die Zahl der i-Marken allerdings relativ konstant um die 30, während andere Regionen aufholen. So konnten nicht zuletzt die beiden anderen niedersächsischen Top-Destinationen im Ranking aufschließen: Die Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land übertraf 2018 erstmals den eigenen, 2015 aufgestellten Rekord von 21 zertifizierten Touristinformationen und rückte auf Platz 3 im bundesweiten Vergleich vor, dicht gefolgt von Ostfriesland auf Platz 4. Diese beiden Reisegebiete sind auch maßgeblich für die landesweiten Zugewinne verantwortlich, während die i-Marken-Zertifizierung in allen anderen niedersächsischen Destinationen weitgehend zum Erliegen gekommen ist. Lediglich in der Region Mittelweser fanden sich 2019 7 Informationsstellen mit dem „i“ und somit mehr als doppelt so viele wie fünf Jahre zuvor.

⁵¹ www.deutschertourismusverband.de

Anhang

Anhang 1: Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten und auf Campingplätzen 2018

	Beherbergungsbetriebe ≥ 10 Betten			Campingplätze			Beherbergungsbetriebe ≥ 10 Betten und Campingplätze		
	Anzahl (Mio.)	Rang	Veränderung ggü. Vorjahr	Anzahl (Tsd.)	Rang	Veränderung ggü. Vorjahr	Anzahl (Mio.)	Rang	Veränderung ggü. Vorjahr
Baden-Württemberg	50,2	3	2,7	4.614	4	15,0	34,5	2	3,6
Bayern	92,5	1	4,3	6.174	1	9,9	98,7	1	4,6
Berlin	32,8	6	5,5	119	15	1,6	32,9	7	5,5
Brandenburg	12,3	12	2,4	1.293	8	15,5	13,5	12	3,5
Bremen	2,5	16	5,4	101	16	15,2	2,6	16	5,8
Hamburg	14,4	11	5,0	162	13	16,0	14,5	11	5,1
Hessen	33,5	5	1,8	1.217	9	3,4	34,7	5	1,9
Mecklenburg-Vorpommern	25,9	8	2,7	5.011	2	9,9	30,9	8	3,9
Niedersachsen	40,0	4	2,4	4.944	3	11,8	45,0	4	3,4
Nordrhein-Westfalen	50,0	2	0,6	1.940	7	5,8	51,9	3	0,8
Rheinland-Pfalz	19,8	9	0,9	2.760	6	8,2	22,6	9	1,7
Saarland	3,0	15	1,8	144	14	12,0	3,2	15	2,3
Sachsen	19,3	10	2,6	770	10	13,1	20,1	10	2,9
Sachsen-Anhalt	7,8	14	0,6	464	12	13,4	20,1	14	1,2
Schleswig-Holstein	30,3	7	15,2	4.202	5	16,0	34,5	6	15,3
Thüringen	9,2	13	-1,5	644	11	11,9	9,9	13	-0,7
Deutschland	443,4		3,5	34.558		11,3	478,0		4,0

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundesamt

Anhang 2: Kapazitäten und deren Auslastung 2017 und 2018 (inkl. Camping)

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten (Tsd.)		Auslastung angebotene Schlaf-ge- legenheiten		Auslastung angebotene Betten der Hotellerie	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Baden-Württemberg	6.609	6.573	401,3	409,3	39,4	40,0	43,8	44,2
Bayern	11.989	11.920	699,8	711,7	39,7	41,2	45,2	46,7
Berlin	795	799	147,2	151,4	58,9	60,3	60,3	61,6
Brandenburg	1.648	1.663	125,9	127,0	33,6	34,3	40,3	41,2
Bremen	119	125	14,8	15,7	45,2	45,5	46,4	46,7
Hamburg	383	403	62,9	68,2	60,4	58,8	61,8	59,9
Hessen	3.428	3.446	257,6	262,7	38,8	38,7	43,5	42,5
Mecklenburg-Vorpommern	2.797	2.795	277,2	278,7	35,1	34,3	46,6	46,4
Niedersachsen	5.585	5.743	395,8	407,5	33,6	33,9	39,7	39,9
Nordrhein-Westfalen	5.102	4.985	375,0	375,4	38,8	38,9	42,3	42,3
Rheinland-Pfalz	3.499	3.495	230,2	230,6	30,1	30,6	34,7	35,2
Saarland	259	267	24,4	24,3	38,7	40,1	37,9	38,8
Sachsen	2.071	2.085	147,2	149,1	39,7	40,3	43,1	43,9
Sachsen-Anhalt	1.123	1.135	75,4	75,8	32,4	32,5	37,3	37,0
Schleswig-Holstein	4.005	4.028	266,1	307,5	37,0	36,6	49,6	49,4
Thüringen	1.316	1.287	108,2	107,6	34,8	34,9	38,1	37,4
Deutschland	50.728	50.749	3.609,0	3.702,5	38,5	39,0	44,8	45,3

Quelle: dwif 2019, Daten Statistisches Bundesamt

Anhang 3: Nachfrage in Beherbergungsbetrieben ≥ zehn Betten und auf Campingplätzen nach Reisegebieten

	Ankünfte	Übernach- tungen (ÜN)	Aufent- haltsdauer (Tage)	Verände- rung ÜN 2017/ 2016 (%)	Übernach- tungen Ausländer	Verände- rung ÜN Ausländer 2017/ 2016 (%)	Ausländer- anteil (%)
Braunschweiger Land	1.049.053	1.852.930	1,8	5,9	363.168	10,4	19,6
Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land	1.707.960	5.281.264	3,1	2,6	703.397	3,4	13,3
Hannover-Hildesheim	2.491.860	4.683.831	1,9	0,6	848.833	-5,2	18,1
Harz	1.486.501	4.434.355	3,0	3,8	486.800	3,1	11,0
Lüneburger Heide	2.353.134	6.576.596	2,8	2,9	572.805	4,6	8,7
Mittelweser	454.697	957.688	2,1	6,8	115.023	12,1	12,0
Nordseeküste/Bremerhaven	2.199.034	8.757.895	4,0	4,1	265.092	13,2	3,0
Oldenburger Land	377.701	774.316	2,1	3,2	67.169	12,3	8,7
Oldenburger Münsterland	315.335	832.456	2,6	6,3	139.308	9,1	16,7
Ostfriesische Inseln	907.240	5.681.086	6,3	2,7	36.276	9,6	0,6
Ostfriesland	648.985	1.820.151	2,8	8,0	73.202	13,8	4,0
Untere Elbe-Unterweser	391.210	1.035.704	2,6	8,6	99.336	19,3	9,6
Weserbergland	901.123	2.716.712	3,0	1,6	204.495	4,8	7,5

Quelle: dwif 2019, Daten Landesamt für Statistik Niedersachsen

Anhang 4: Kapazitäten und deren Auslastung nach Reisegebieten (einschließlich Campingplätzen)

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Schlafgelegenheiten (%)	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Braunschweiger Land	209	215	14.512	15.234	69,4	70,9	33,4	33,4
Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land	502	511	45.005	45.504	89,7	89,0	36,8	37,1
Hannover-Hildesheim	433	454	35.348	37.561	81,6	82,7	35,9	35,2
Harz	542	566	37.316	38.487	68,8	68,0	32,5	32,7
Lüneburger Heide	799	834	60.768	62.554	76,1	75,0	31,5	31,5
Mittelweser	216	218	12.021	12.030	55,7	55,2	25,2	26,4
Nordseeküste/Bremerhaven	994	1.015	80.205	82.960	80,7	81,7	.	.
Oldenburger Land	90	94	7.049	7.017	78,3	74,6	30,4	31,1
Oldenburger Münsterland	136	148	9.898	10.291	72,8	69,5	27,0	28,4
Ostfriesische Inseln	862	874	39.106	39.474	45,4	45,2	44,9	45,7
Ostfriesland	252	258	17.402	17.928	69,1	69,5	28,6	30,0
Untere Elbe-Unterweser	201	209	11.046	12.409	55,0	59,4	25,3	25,1
Weserbergland	375	374	28.611	28.828	76,3	77,1	28,0	29,1

(-) Auslastung Schlafgelegenheiten Nordseeküste 2017: 34,2 % / 2018: 34,6 %

(-) Auslastung Schlafgelegenheiten Bremerhaven 2017: 41,2 % / 2018: 41,0 %

Quelle: dwif 2019, Daten Landesamt für Statistik Niedersachsen

Anhang 5: Kapazitäten Hotellerie nach Reisegebieten

	Hotellerie (Hotels, Hotels garnis, Pensionen, Gasthöfe)							
	Geöffnete Betriebe		Angebotene Betten		Betriebsgröße (Betten pro Betrieb)		Auslastung der Betten (%)	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Braunschweiger Land	171	176	11.733	12.076	68,6	68,6	35,4	36,4
Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land	284	287	13.421	13.605	47,3	47,4	39,0	40,2
Hannover-Hildesheim	345	356	26.015	26.599	75,4	74,7	40,8	39,7
Harz	327	328	15.722	16.108	48,1	49,1	41,0	40,3
Lüneburger Heide	484	501	21.309	21.934	44,0	43,8	36,5	36,1
Mittelweser	127	127	4.145	4.268	32,6	33,6	33,7	34,7
Nordseeküste/Bremerhaven	339	351	16.832	17.287	49,7	49,3	-	-
Oldenburger Land	60	64	3.379	3.476	56,3	54,3	36,9	36,8
Oldenburger Münsterland	81	86	2.566	2.931	31,7	34,1	34,0	34,1
Ostfriesische Inseln	243	243	10.212	10.238	42,0	42,1	54,6	56,8
Ostfriesland	142	147	6.479	6.865	45,6	46,7	40,3	40,9
Untere Elbe-Unterweser	118	122	4.223	4.358	35,8	35,7	36,0	37,3
Weserbergland	246	245	8.959	8.855	36,4	36,1	32,5	33,5

(-) Auslastung Betten Nordseeküste 2017: 45,1 % / 2018: 45,6 %

(-) Auslastung Betten Bremerhaven 2017: 43,4 % / 2018: 47,5 %

Quelle: dwif 2019, Daten Landesamt für Statistik Niedersachsen

Anhang 6: Kapazitäten Sonstige Beherbergungsbetriebe nach Reisegebieten

	Sonstige Beherbergungsbetriebe (einschließlich Campingplätze)			
	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten	
	2017	2018	2017	2018
Braunschweiger Land	38	39	2.779	3.158
Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land	218	224	31.584	31.899
Hannover-Hildesheim	88	98	9.333	10.962
Harz	215	238	21.594	22.379
Lüneburger Heide	315	333	39.459	40.620
Mittelweser	89	91	7.876	7.762
Nordseeküste/Bremerhaven	655	664	63.373	65.673
Oldenburger Land	30	30	3.670	3.541
Oldenburger Münsterland	55	62	7.332	7.360
Ostfriesische Inseln	619	631	28.894	29.236
Ostfriesland	110	111	10.923	11.063
Untere Elbe-Unterweser	83	87	6.823	8.051
Weserbergland	129	129	19.652	19.973

Quelle: dwif 2019, Daten Landesamt für Statistik Niedersachsen

Anhang 7: Airbnb-Einheiten nach Stadt- und Landkreisen in Niedersachsen

Stadt-/Landkreis	Anzahl Active Rentals (Stand: Februar 2019)	Stadt-/Landkreis	Anzahl Active Rentals (Stand: Februar 2019)
SK Braunschweig	172	LK Rotenburg (Wümme)	80
SK Salzgitter	26	LK Heidekreis	160
SK Wolfsburg	83	LK Stade	233
LK Gifhorn	82	LK Uelzen	54
LK Goslar	785	LK Verden	56
LK Helmstedt	35	SK Delmenhorst	k.A.
LK Northeim	68	SK Emden	38
LK Peine	46	SK Oldenburg (Oldenburg)	179
LK Wolfenbüttel	54	SK Osnabrück	128
LK Göttingen	275	SK Wilhelmshaven	87
Region Hannover	3.602	LK Ammerland	108
LK Diepholz	83	LK Aurich	921
LK Hameln-Pyrmont	153	LK Cloppenburg	49
LK Hildesheim	272	LK Emsland	119
LK Holzminden	71	LK Friesland	339
LK Nienburg (Weser)	58	LK Grafschaft Bentheim	98
LK Schaumburg	106	LK Leer	317
LK Celle	168	LK Oldenburg	71
LK Cuxhaven	769	LK Osnabrück	121
LK Harburg	287	LK Vechta	35
LK Lüchow-Dannenberg	100	LK Wesermarsch	209
LK Lüneburg	332	LK Wittmund	473
LK Osterholz	93	Niedersachsen gesamt	11.595

Quelle: dwif 2019, Daten airDNA

Anhang 8: Nachfrage in Beherbergungsbetrieben ≥ zehn Schlafgelegenheiten in niedersächsischen Städten 2018

Stadt mit Rang bei Übernachtungen im gesamtdeutschen Städtevergleich (n = 263 Städte)		Ankünfte	Übernachtungen (ÜN)	Aufenthaltsdauer (Tage)	ÜN Veränderung 2018/2017 (%)	Übernachtungen Ausländer	Veränderung 2018/2017 (%)	Ausländeranteil (%)
Aurich	214	59.472	136.717	2,3	-9,2	8.019	-18,5	5,9
Bad Zwischenahn	58	183.539	605.927	3,3	2,3	13.960	-3,9	2,3
Braunschweig	53	422.747	684.810	1,6	0,5	132.538	3,1	19,4
Bremerhaven	78	245.393	450.794	1,8	10,3	67.722	22,5	15,0
Celle	106	141.634	310.645	2,2	4,5	64.943	-5,1	20,9
Cuxhaven	19	393.244	1.551.748	3,9	3,4	32.149	7,4	2,1
Emden	161	93.992	185.871	2,0	7,4	14.574	-13,8	7,8
Garbsen	165	66.509	183.814	2,8	0,2	41.525	-19,3	22,6
Gifhorn		41.861	97.052	2,3	-0,1	13.121	4,4	13,5
Goslar	44	296.207	755.875	2,6	5,5	118.346	9,1	15,7
Göttingen	69	306.323	532.701	1,7	1,9	86.049	-2,2	16,2
Hameln	141	115.745	204.945	1,8	-1,1	34.464	-1,8	16,8
Hann. Münden		115.745	168.517	1,9	-3,1	25.656	-9,2	15,2
Hannover	11	1.354.263	2.250.245	1,7	-1,3	482.668	-2,9	21,4
Hildesheim	107	170.488	303.988	1,8	-5,0	60.412	-14,9	19,9
Laatzen	147	103.000	199.413	1,9	-4,0	46.881	-16,6	23,5
Langenhagen	97	230.304	335.490	1,5	6,7	96.129	-5,8	28,7
Leer (Ostfriesland)	212	72.763	137.607	1,9	31,6	8.149	44,8	5,9
Lehrte	233	59.064	116.303	2,0	5,4	27.215	13,9	23,4
Lingen (Ems)	115	102.026	266.809	2,6	-1,7	23.185	52,1	8,7
Lüneburg	91	178.780	353.664	2,0	7,1	26.313	2,8	7,4
Meppen	217	57.922	133.870	2,3	1,5	15.817	-7,0	11,8
Neustadt am Rübenberge	140	57.375	158.938	2,8	11,9	3.804	-16,5	2,4
Norden	35	198.764	924.471	4,7	8,8	18.676	10,7	2,0
Oldenburg (Oldenburg)	85	168.768	377.348	2,2	1,9	26.888	10,6	7,1
Osnabrück	74	308.896	479.661	1,6	-0,6	86.747	-5,1	18,1
Papenburg	108	121.288	300.327	2,5	2,2	24.579	-12,8	8,2
Rinteln	195	61.980	149.324	2,4	11,7	14.842	42,1	9,9
Salzgitter	187	52.451	156.969	3,0	0,8	27.107	19,6	17,3
Seevetal	251	41.335	107.335	2,6	16,3	12.689	56,3	11,8
Springe	188	36.976	156.483	4,2	-0,9	2.931	-44,3	1,9
Stade	137	101.788	226.706	2,2	8,1	16.347	-1,9	7,2
Varel		56.360	278.867	4,0	3,3	7.856	-16,3	2,8
Verden (Aller)	219	63.701	133.141	2,1	3,7	15.159	1,6	11,4
Wilhelmshaven	89	135.239	359.348	2,7	-1,7	20.696	-7,5	5,8
Wolfenbüttel	252	42.944	106.999	2,5	-1,8	15.883	-21,0	14,8
Wolfsburg	57	367.432	615.741	1,7	16,4	145.513	26,3	23,6
Wunstorf	230	56.360	117.736	2,1	6,9	6.280	27,7	5,3

Keine Rankingposition für Gifhorn, Hann. Münden und Varel, da sie aufgrund der Definition der 263 Städte nicht in den gesamtdeutschen Städtevergleich einfließen.

Quelle: dwif 2019, Daten Landesamt für Statistik Niedersachsen

Anhang 9: Kapazitäten und Auslastung 2017 und 2018 in niedersächsischen Städten

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Betten bzw. Schlafgelegenheiten (%)	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Aurich	16	15	1.137	1.130	71,1	75,3	36,4	33,4
Bad Zwischenahn	65	63	3.365	3.375	51,8	53,6	51,2	52,5
Braunschweig	45	47	4.872	4.831	108,3	102,8	38,4	38,9
Bremerhaven	26	27	2.515	2.731	96,7	101,1	41,2	41,5
Celle	31	35	2.239	2.505	72,2	71,6	34,0	35,0
Cuxhaven	157	166	12.467	12.673	79,4	76,3	35,8	36,2
Emden	22	21	1.381	1.354	62,8	64,5	41,3	41,4
Garbsen	22	21	1.665	1.665	75,7	79,3	30,3	31,4
Gifhorn	18	16	1022	971	56,8	60,7	27,2	27,8
Goslar	73	75	5.371	5.574	73,6	74,3	37,2	37,8
Göttingen	30	32	3.220	3.295	107,3	103,0	45,0	44,2
Hameln	29	27	2.690	2.673	92,8	99,0	27,7	29,1
Hannover	104	111	13.759	14.216	132,3	128,1	45,6	43,8
Hann. Münden	32	33	2.266	2.290	70,8	69,4	25,2	24,9
Hildesheim	32	32	2.527	2.424	79,0	75,8	35,4	34,0
Laatzten	17	17	1.501	2.602	88,3	153,1	23,3	22,9
Langenhagen	14	14	2.157	2.176	154,1	155,4	40,1	42,6
Leer (Ostfriesland)	13	12	1.384	1.528	106,5	127,3	21,4	25,4
Lehrte	17	16	891	945	52,4	59,1	35,7	36,4
Lingen (Ems)	32	32	1.908	1.901	59,6	59,4	39,1	38,6
Lüneburg	20	25	1.972	2.370	98,6	94,8	44,7	41,3
Meppen	22	22	1059	1123	48,1	51,0	38,9	38,6
Neustadt am Rübenberge	30	30	2.132	2.019	71,1	67,3	19,4	22,1
Norden	108	116	7.951	8.406	73,6	72,5	34,2	35,4
Oldenburg (Oldenburg)	24	26	2.389	2.484	99,5	95,5	44,7	44,6
Osnabrück	40	41	3.450	3.463	86,3	84,5	40,2	40,2
Papenburg	27	27	2.199	1.977	81,4	73,2	38,5	42,9
Rinteln	18	19	2.203	2.231	122,4	117,4	17,5	19,3
Salzgitter	34	36	1.212	1.241	35,6	34,5	35,2	35,5
Seevetal	12	13	595	678	49,6	52,2	41,7	43,8
Springe	21	20	1.057	1.059	50,3	53,0	41,2	40,6
Stade	20	19	1.522	1.505	76,1	79,2	38,3	42,0
Varel	30	29	2.892	2.812	96,4	97,0	33,1	33,7
Verden (Aller)	15	14	1.002	972	66,8	69,4	35,8	37,8
Wilhelmshaven	32	33	2107	2084	65,8	63,2	49,0	47,6
Wolfenbüttel	18	17	808	783	44,9	46,1	39,1	38,3
Wolfsburg	42	45	4381	4812	104,3	106,9	33,4	35,1
Wunstorf	28	30	1.263	1.319	45,1	44,0	24,6	25,1

Quelle: dwif 2019, Daten Landesamt für Statistik Niedersachsen

Anhang 10: Besucherentwicklung niedersächsische Freizeitwirtschaft 2013 bis 2018 (Index 2013 = 100)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ausflugsschiffe/Fähren	100	100,2	97,5	106,1	107,6	121,3
Besucherführungen (Industrie-/Sons-	100	101,5	95,6	90,8	87,2	80,9
Burgen/Schlösser	100	112,2	106,5	107,2	104,5	109,4
Erlebnisbäder/Thermen	100	102,5	104,5	103,5	102,7	100,0
Freilichtmuseen/Besucherbergwerke	100	101,9	79,7	81,5	80,6	74,4
Freizeit-/Erlebniseinrichtungen	100	101,7	109,2	100,9	103,2	102,5
Landschaftsattraktionen	100	95,8	95,0	94,7	93,7	91,2
Museen/Ausstellungen	100	101,0	101,1	95,4	99,1	98,0
Naturinfozentren	100	99,7	101,2	112,0	112,4	102,3
Spielscheunen	100	101,0	116,1	114,8	120,3	103,8
Stadtführungen	100	102,9	103,5	107,6	98,3	99,6
Strandbesucher	100	103,7	100,5	113,4	105,5	130,3
Zoos/Tierparks	100	109,2	105,3	108,1	102,4	98,5
Ausflugsschiffe/Fähren	100	100,2	97,5	106,1	107,6	121,3
Gesamtergebnis	100	103,3	104,5	104,2	102,7	102,8

Quelle: dwif 2019, Daten Besuchermonitoring niedersächsische Freizeitwirtschaft

Anhang 11: Besucherentwicklung Freizeitwirtschaft – Besuchergrößenklassen 2013 bis 2018 (Index 2013 = 100)

Besuchergrößenklasse	2013	2014	2015	2016	2017	2018
bis < 20 Tsd.	100	104,6	103,4	103,5	104,3	101,7
20 Tsd. bis < 50 Tsd.	100	106,4	108,8	106,5	108,0	102,5
50 Tsd. bis < 100 Tsd.	100	108,2	108,5	107,8	109,9	105,7
100 Tsd. bis < 200 Tsd.	100	104,6	104,3	104,1	105,2	103,1
≥ 200 Tsd.	100	101,9	101,0	103,4	102,4	102,2

Quelle: dwif 2019, Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft in allen erfassten Bundesländern/Regionen

Anhang 12: Besucherentwicklung Freizeitwirtschaft – Destinationstypen 2013 bis 2018 (Index 2013 = 100)

Destinationstyp	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Flach- und Hügelland	100	106,1	108,7	106,7	110,0	108,0
Flussregion	100	105,8	101,7	107,2	108,5	108,9
Küste	100	100,3	101,1	102,8	103,6	101,2
Mittelgebirge	100	104,3	102,9	103,2	103,1	102,4
Seenregion	100	103,5	101,3	106,8	107,7	110,3
Stadt	100	102,4	101,3	101,3	99,3	97,2
Städtische Region	100	98,4	96,7	112,9	106,6	108,6
Städtisches Umland	100	107,1	109,2	106,1	105,3	101,7

Quelle: dwif 2019, Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft in allen erfassten Bundesländern/Regionen

Anhang 13: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 2013 und 2018

	2013			2018		
	Gastge- werbe	alle Branchen	Anteil Gast- gewerbe (%)	Gastge- werbe	alle Branchen	Anteil Gast- gewerbe (%)
Niedersachsen	76.069	2.667.446	2,9	89.266	2.956.733	3,0
Schleswig-Holstein	34.473	882.373	3,9	43.569	984.620	4,4
Mecklenburg-Vorpommern	34.460	543.573	6,3	37.422	574.586	6,5
Deutschland	907.739	29.614.379	3,1	1.083.683	32.870.228	3,3

Quelle: dwif 2019, Daten Bundesagentur für Arbeit

Anhang 14: Definitionen der EBIL-Kennzahlen

Umsatzrendite =	$\frac{\text{Betriebsergebnis}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Die Umsatzrentabilität oder -rendite bezeichnet das erzielte Betriebsergebnis, ausgedrückt in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz). Sie wird als Nachweis für die Ertragskraft eines Unternehmens gesehen.
Personalaufwandsquote =	$\frac{\text{Personalaufwand}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Der Personalaufwand wird immer in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) dargestellt.
Rohertragsquote =	$\frac{\text{Rohertrag}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Der Rohertrag ist definiert als Gesamtleistung (Nettoumsatz) abzüglich Warenaufwand. Die Rohertragsquote drückt den obigen Wert in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) aus. Er dient somit als Nachweis für die Wirtschaftlichkeit des Wareneinsatzes.
Zinsaufwandsquote =	$\frac{\text{Zinsaufwand}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Der Zinsaufwand wird immer in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) dargestellt.
Abschreibungsquote =	$\frac{\text{Abschreibungen}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Die Abschreibungsquote wird immer in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) dargestellt.
Investitionsquote =	$\frac{\text{Brutto-Anlageinvestitionen}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Die Investitionsquote misst die Brutto-Sachinvestitionen des Geschäftsjahres an der Gesamtleistung (Nettoumsatz). Erfasst werden die Zugänge des Sachanlagevermögens und der immateriellen Anlagewerte. Sie wird als Nachweis für die Investitionsneigung eines Unternehmens gesehen.
Mietaufwandsquote =	$\frac{\text{Miet- und Leasingaufwand}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Der Miet- und Leasingaufwand wird immer in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) dargestellt.
Anlagendeckung =	$\frac{\text{Wirtschftl. Eigenkapital} + \text{langfr. Fremdkapital}}{\text{Anlagevermögen + Unterbilanz}} \times 100$	→ Der Anlagendeckungsgrad ist eine Kennzahl zur Beurteilung der finanziellen Stabilität des Unternehmens (fristenkongruente Finanzierung des längerfristig gebundenen Vermögens).
Cash-Flow-Rate =	$\frac{\text{Cash-Flow (vor Steuern)}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Der Cash-Flow vor Steuern versteht sich als Summe aus Gewinn, Abschreibungen auf Anlagevermögen und Veränderungen bei Rückstellungen und Wertberichtigungen. Diese Kennzahl drückt die Innenfinanzierungskraft eines Betriebes aus.
Dynamischer Verschuldungsgrad =	$\frac{\text{Fremdkapital}}{\text{Cashflow (vor Steuern)}} \times 100$	→ Der dynamische Verschuldungsgrad stellt eine Kennzahl zur Beurteilung der Innenfinanzierungskraft dar. Er wird in Jahren ausgedrückt und gibt somit an, wie lange es dauern würde, bis die Verbindlichkeiten durch den Cash-Flow abbezahlt worden wären.
Eigenkapitalquote =	$\frac{\text{Wirtschaftl. Eigenkapitalunterbilanz}}{\text{Bilanzsumme}} \times 100$	→ Als Richtwert wird ein Eigenkapitalanteil von 40 Prozent angenommen, weil dies im Zuge von Finanzierungen eine gebräuchliche Forderung darstellt. Gerade im Gastgewerbe ist zu beobachten, dass die Verbindlichkeiten der Betriebe häufig höher sind als das Anlage- und Umlaufvermögen zusammen.

Quelle: dwif 2019

Anhang 15: Reale Umsatzentwicklung im niedersächsischen Gastgewerbe

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Niedersachsen						
Gastgewerbe	-1,8	2,9	0,2	-0,4	- 0,5	0,8
Beherbergung	-3,3	1,5	1,8	2,1	- 0,7	3,0
Gastronomie	-1,0	3,7	-0,6	-2,0	- 0,5	- 0,2
Schleswig-Holstein						
Gastgewerbe	-3,2	-3,7	8,5	-2,9	0,7	0,0
Beherbergung	-2,7	-8,8	9,1	-11,8	0,1	-0,9
Gastronomie	-3,5	0,8	8,1	5,6	1,1	0,6
Mecklenburg-Vorpommern						
Gastgewerbe	0,4	1,5	0,4	3,8	-4,1	-0,1
Beherbergung	0,9	3,8	0,6	5,7	-4,6	1,5
Gastronomie	- 0,6	- 3,1	- 0,1	0,3	-2,8	-2,6
Deutschland						
Gastgewerbe	- 1,1	1,0	1,6	0,8	0,9	1,0
Beherbergung	- 1,2	0,9	2,1	1,9	0,9	1,4
Gastronomie	- 1,0	1,1	1,3	0,2	0,9	0,7

Quelle: dwif 2019, Daten Statistische Landesämter

Anhang 16: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen nach Betriebstyp im Zeitvergleich – Tabelle 1

	2007	2012	2016	2017	2017 1. Quar- til	2017 3. Quar- til	Veränderung 2007/17 (%-Punkte)	Veränderung 2016/17 (%-Punkte)
Cash-Flow-Rate								
Beherbergung	14,0	15,1	16,3	15,4	7,5	25,3	1,4	-0,9
Hotels	12,2	12,9	14,1	13,2	6,1	22,4	1,0	-0,9
Hotels garnis	19,8	20,7	22,8	21,9	12,1	34,8	2,1	-0,9
Gasthöfe	15,3	17,1	17,1	16,9	9,8	25,3	1,6	-0,2
Pensionen	22,5	26,7	31,5	29,3	22,9	39,0	6,8	-2,2
Gastronomie	13,3	13,7	14,5	13,6	6,4	21,9	0,3	-0,9
Restaurant m. herk. Bedienung	13,7	14,4	15,4	15,1	7,5	22,6	1,4	-0,3
Restaurant m. SB	8,5	7,3	7,7	7,3	3,8	10,6	-1,2	-0,4
Cafés	13,3	14,1	15,6	14,1	8,0	22,2	0,8	-1,5
Eissalons	16,2	21,7	22,0	21,3	13,6	27,0	5,1	-0,7
Umsatzrentabilität								
Beherbergung	6,8	8,3	10,5	9,1	2,8	18,2	2,3	-1,4
Hotels	5,4	6,5	8,4	7,2	1,5	15,4	1,8	-1,2
Hotels garnis	10,6	12,1	17,1	15,8	6,9	26,6	5,2	-1,3
Gasthöfe	8,6	10,6	12,4	11,6	5,4	19,2	3,0	-0,8
Pensionen	10,4	16,4	20,2	22,5	13,5	27,6	12,1	2,3
Gastronomie	8,9	10,0	11,1	9,9	3,6	18,2	1,0	-1,2
Restaurant m. herk. Bedienung	9,3	10,6	12,0	11,6	4,5	19,2	2,3	-0,4
Restaurant m. SB	5,5	4,8	5,0	4,4	1,2	8,2	-1,1	-0,6
Cafés	8,6	9,7	11,6	10,2	3,9	18,5	1,6	-1,4
Eissalons	10,8	16,3	16,9	14,7	8,6	23,8	3,9	-2,2
Rohertragsquote								
Beherbergung	80,6	83,2	85,3	85,6	79,7	91,8	5,0	0,3
Hotels	81,4	83,4	84,9	85,1	80,2	90,4	3,7	0,2
Hotels garnis	92,6	92,4	92,8	92,8	88,4	95,3	0,2	0,0
Gasthöfe	70,2	72,2	74,0	75,5	70,6	79,9	5,3	1,5
Pensionen	86,3	88,1	91,0	89,7	85,6	95,9	3,4	-1,3
Gastronomie	69,3	69,8	71,8	72,1	68,2	75,4	2,8	0,3
Restaurant m. herk. Bedienung	68,3	69,2	71,0	71,6	67,4	74,9	3,3	0,6
Restaurant m. SB	70,8	69,7	72,6	72,4	71,3	74,1	1,6	-0,2
Cafés	71,8	72,4	74,0	73,7	69,8	77,6	1,9	-0,3
Eissalons	67,2	75,2	77,2	77,2	73,8	80,3	10,0	0,0
Personalaufwandsquote								
Beherbergung	26,1	27,9	30,6	32,5	23,8	38,9	6,4	1,9
Hotels	28,7	30,6	32,5	34,1	26,8	40,4	5,4	1,6
Hotels garnis	20,5	22,4	23,5	23,9	18,6	32,4	3,4	0,4
Gasthöfe	24,6	26,3	31,6	33,0	26,1	38,2	8,4	1,4
Pensionen	15,1	15,7	17,8	18,9	10,3	27,4	3,8	1,1
Gastronomie	26,1	28,3	31,7	32,9	27,0	39,1	6,8	1,2
Restaurant m. herk. Bedienung	25,6	28,1	31,9	33,2	26,6	39,4	7,6	1,3
Restaurant m. SB	28,5	29,4	31,2	32,3	28,7	35,5	3,8	1,1
Cafés	29,3	30,1	33,8	35,8	27,2	42,5	6,5	2,0
Eissalons	20,3	22,9	27,0	30,3	25,3	33,4	10,0	3,3
Abschreibungsquote								
Beherbergung	6,5	6,0	5,2	5,1	2,4	9,1	-1,4	-0,1
Hotels	6,2	5,9	5,1	5,0	2,3	8,7	-1,2	-0,1
Hotels garnis	8,0	6,6	5,7	5,4	2,3	9,4	-2,6	-0,3
Gasthöfe	5,9	5,1	4,4	4,7	2,4	8,0	-1,2	0,3
Pensionen	11,6	10,2	9,1	8,0	4,8	12,3	-3,6	-1,1
Gastronomie	3,7	3,2	2,8	2,8	1,5	4,7	-0,9	0,0
Restaurant m. herk. Bedienung	3,6	3,2	2,8	2,8	1,5	4,7	-0,8	0,0
Restaurant m. SB	2,6	2,4	2,2	2,5	1,6	3,9	-0,1	0,3
Cafés	4,4	3,6	3,4	3,5	1,9	5,4	-0,9	0,1
Eissalons	4,0	5,8	4,2	4,3	2,3	6,5	0,3	0,1

Quelle: dwif 2019, Daten DSV (Sonderauswertung EBIL-Bilanzdaten)

Anhang 17: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen nach Betriebstyp im Zeitvergleich – Tabelle 2

	2007	2012	2016	2017	2017 1. Quar- til	2017 3. Quar- til	Veränderung 2007/17 (%-Punkte)	Veränderung 2016/17 (%-Punkte)
Zinsaufwandsquote								
Beherbergung	4,9	3,2	2,1	1,9	0,5	4,3	-3,0	-0,2
Hotels	4,5	3,1	1,9	1,8	0,4	4,1	-2,7	-0,1
Hotels garnis	6,5	3,4	2,5	2,1	0,4	5,8	-4,4	-0,4
Gasthöfe	4,6	3,1	1,9	1,7	0,7	3,3	-2,9	-0,2
Pensionen	9,2	6,5	3,6	3,6	1,8	6,1	-5,6	0,0
Gastronomie	1,7	1,2	0,8	0,7	0,3	1,7	-1,0	-0,1
Restaurant m. herk. Bedienung	1,8	1,3	0,9	0,7	0,3	1,8	-1,1	-0,2
Restaurant m. SB	0,7	0,6	0,4	0,4	0,2	0,8	-0,3	0,0
Cafés	1,9	1,3	0,8	0,9	0,3	2,0	-1,0	0,1
Eissalons	2,0	2,1	1,2	1,0	0,5	1,8	-1,0	-0,2
Investitionsquote								
Beherbergung	1,8	2,3	2,4	2,2	0,8	6,7	0,4	-0,2
Hotels	1,9	2,2	2,3	2,4	0,9	6,8	0,5	0,1
Hotels garnis	2,1	2,6	2,4	1,9	0,7	4,9	-0,2	-0,5
Gasthöfe	1,6	2,1	2,5	2,0	0,7	6,7	0,4	-0,5
Pensionen	2,5	2,8	3,9	3,1	1,0	9,8	0,6	-0,8
Gastronomie	1,2	1,2	1,5	1,5	0,5	4,9	0,3	0,0
Restaurant m. herk. Bedienung	1,1	1,3	1,5	1,4	0,5	4,5	0,3	-0,1
Restaurant m. SB	1,0	0,8	1,0	1,7	0,6	5,7	0,7	0,7
Cafés	1,2	1,2	1,8	2,3	0,8	4,9	1,1	0,5
Eissalons	1,2	1,5	1,8	2,9	0,7	7,7	1,7	1,1
Anlagendeckung								
Beherbergung	74,9	72,1	71,8	70,9	37,7	97,7	-4,0	-0,9
Hotels	73,9	71,9	70,5	70,5	35,8	97,7	-3,4	0,0
Hotels garnis	82,3	78,1	77,6	79,5	51,5	106,6	-2,8	1,9
Gasthöfe	70,6	66,2	65,2	63,8	22,5	86,2	-6,8	-1,4
Pensionen	83,2	78,7	77,7	69,6	60,0	93,0	-13,6	-8,1
Gastronomie	48,8	48,7	47,0	47,9	5,3	88,9	-0,9	0,9
Restaurant m. herk. Bedienung	49,1	50,3	49,3	50,6	2,8	90,7	1,5	1,3
Restaurant m. SB	44,8	32,4	30,8	39,0	6,6	88,9	-5,8	8,2
Cafés	50,8	50,0	51,5	46,9	14,7	87,9	-3,9	-4,6
Eissalons	51,2	47,7	44,0	52,2	23,9	80,2	1,0	8,2
Dynamischer Verschuldungsgrad								
Beherbergung	7,9	6,0	4,2	4,4	2,0	8,7	-3,5	0,2
Hotels	8,9	6,7	4,6	4,9	2,2	9,3	-4,0	0,3
Hotels garnis	6,8	5,3	3,5	3,6	1,1	7,5	-3,2	0,1
Gasthöfe	6,5	4,9	3,8	3,7	2,2	6,9	-2,8	-0,1
Pensionen	8,1	5,5	3,8	3,7	2,0	5,2	-4,4	-0,1
Gastronomie	3,8	2,9	2,1	2,1	1,0	4,6	-1,7	0,0
Restaurant m. herk. Bedienung	4,0	2,9	2,0	2,0	0,9	4,5	-2,0	0,0
Restaurant m. SB	3,4	3,5	2,8	3,2	1,7	6,3	-0,2	0,4
Cafés	3,9	2,7	1,9	2,0	0,8	4,1	-1,9	0,1
Eissalons	3,7	2,2	1,9	1,9	1,0	3,7	-1,8	0,0
Eigenkapitalquote								
Beherbergung	0,0	5,3	11,5	12,7	-12,6	38,3	12,7	1,2
Hotels	0,0	5,7	11,7	12,1	-13,0	36,4	12,1	0,4
Hotels garnis	0,4	9,5	14,1	18,1	-2,7	47,3	17,7	4,0
Gasthöfe	0,0	0,0	0,4	2,9	-31,9	30,9	2,9	2,5
Pensionen	3,0	7,1	20,2	20,7	-3,6	48,9	17,7	0,5
Gastronomie	0,0	0,0	1,3	4,9	-27,0	31,6	4,9	3,6
Restaurant m. herk. Bedienung	0,0	0,0	1,4	4,6	-26,7	31,6	4,6	3,2
Restaurant m. SB	0,0	0,0	2,6	6,9	-22,0	28,6	6,9	4,3
Cafés	0,0	0,0	-1,8	3,5	-35,9	43,5	3,5	5,3
Eissalons	0,0	0,0	1,4	7,9	-21,4	28,8	7,9	6,5

Quelle: dwif 2019, Daten DSV (Sonderauswertung EBIL-Bilanzdaten)

Anhang 18: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen Beherbergungsgewerbe nach Bundesländern

	2007	2012	2016	2017	2017 1. Quartil	2017 3. Quartil	Veränderung 2007/17 (%-Punkte)	Veränderung 2016/17 (%-Punkte)
Umsatzrendite								
Niedersachsen	7,3	9,1	11,6	9,3	2,5	19,4	2,0	-2,3
Schleswig-Holstein	9,2	10,1	16,2	16,2	5,5	25,9	7,0	0,0
Mecklenburg-Vorpom- mern	4,7	9,7	12,5	11,7	2,3	19,6	7,0	-0,8
Deutschland	6,8	8,3	10,5	9,1	2,8	18,2	2,3	-1,4
Cash-Flow-Rate								
Niedersachsen	14,3	16,1	17,3	15,2	7,9	25,5	0,9	-2,1
Schleswig-Holstein	16,0	17,5	21,1	20,9	11,3	32,5	4,9	-0,2
Mecklenburg-Vorpom- mern	16,6	20,2	22,1	22,1	11,4	33,6	5,5	0,0
Deutschland	14,0	15,1	16,3	15,4	7,5	25,3	1,4	-0,9
Eigenkapitalquote*								
Niedersachsen	k. A.	1,2	9,8	12,4	-13,4	43,9	11,2	2,6
Schleswig-Holstein	k. A.	7,3	15,8	17,2	-13,6	54,5	9,9	1,4
Mecklenburg-Vorpom- mern	k. A.	5,8	15,4	10,2	-10	27,3	4,4	-5,2
Deutschland	k. A.	5,3	11,5	12,7	-12,6	38,3	7,4	1,2
Investitionsquote								
Niedersachsen	1,8	2,7	2,0	2,3	0,6	6,7	0,5	0,3
Schleswig-Holstein	2,1	2,2	1,4	1,3	0,1	4,2	-0,8	-0,1
Mecklenburg-Vorpom- mern	2,5	1,7	1,8	2,4	1,0	7,4	-0,1	0,6
Deutschland	1,8	2,3	2,4	2,2	0,8	6,7	0,4	-0,2
Personalaufwandsquote								
Niedersachsen	25,6	29,2	32,7	32,6	25,8	39,8	7,0	-0,1
Schleswig-Holstein	22,5	25,0	26,8	29,2	19,6	34,9	6,7	2,4
Mecklenburg-Vorpom- mern	24,2	25,4	28,7	33,2	23,8	39,8	9,0	4,5
Deutschland	26,1	27,9	30,6	32,5	23,8	38,9	6,4	1,9

Quelle: dwif 2019, Daten DSV (Sonderauswertung EBIL-Bilanzdaten), * Veränderung 2012/2017

Anhang 19: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen Gastronomie nach Bundesländern

	2007	2012	2016	2017	2017 1. Quartil	2017 3. Quartil	Veränderung 2007/17 (%-Punkte)	Veränderung 2016/17 (%-Punkte)
Umsatzrendite								
Niedersachsen	9,7	9,3	12,2	9,8	3,4	17,5	0,1	-2,4
Schleswig-Holstein	9,8	12,9	16,8	14,4	4,7	21,7	4,6	-2,4
Mecklenburg-Vorpommern	8,8	8,3	11,4	14,3	1,0	20,8	5,5	2,9
Deutschland	8,9	10,0	11,1	9,9	3,6	18,2	1,0	-1,2
Cash-Flow-Rate								
Niedersachsen	14	12,8	16	13,3	6,3	21,3	-0,7	-2,7
Schleswig-Holstein	15	17,3	19,5	17,2	9,5	25,4	2,2	-2,3
Mecklenburg-Vorpommern	15,5	12,8	15,7	15,6	2,5	26,5	0,1	-0,1
Deutschland	13,3	13,7	14,5	13,6	6,4	21,9	0,3	-0,9
Eigenkapitalquote*								
Niedersachsen	k. A.	0,0	7,9	14,6	-17,7	35,1	14,6	6,7
Schleswig-Holstein	k. A.	0,0	4,8	0,4	-22,6	28,4	0,4	-4,4
Mecklenburg-Vorpommern	k. A.	0,0	9,7	12,9	-16,7	41,5	12,9	3,2
Deutschland	k. A.	0,0	1,3	4,9	-27,0	31,6	4,9	3,6
Investitionsquote								
Niedersachsen	0,9	1,1	1,8	2,5	0,7	5,8	1,6	0,7
Schleswig-Holstein	0,8	0,8	1,0	1,7	0,0	4,8	0,9	0,7
Mecklenburg-Vorpommern	1,9	1,4	1,3	1,2	0,3	8,9	-0,7	-0,1
Deutschland	1,6	1,6	1,7	2,1	0,9	6,0	0,5	0,5
Personalaufwandsquote								
Niedersachsen	26,1	29,3	32,1	33,0	27,3	38,1	6,9	0,9
Schleswig-Holstein	24,5	24,7	29	31,1	23,7	35,1	6,6	2,1
Mecklenburg-Vorpommern	27,2	29,0	30,9	34,3	26,7	39,0	7,1	3,4
Deutschland	26,1	28,3	31,7	32,9	27,0	39,1	6,8	1,2

Quelle: dwif 2019, Daten DSV (Sonderauswertung EBIL-Bilanzdaten), * Veränderung 2012/2017

Anhang 20: TrustScore Reisegebiete, Niedersachsen und Deutschland 2018 (Skala 0 bis 100 Punkte)

	Zim- mer	Essen & Trin- ken	Loca- tion	Service	Hotel	Außen- anla- gen	Preis	Ge- bäude	Inter- net	Ge- samt Score
Ostfriesische Inseln	75,4	80,1	95,9	92,7	89,7	73,2	58,6	58,9	50,3	85,6
Nordseeküste	76,4	84,1	91,1	92,6	88,8	79,7	74,4	68,3	49,8	84,6
Ostfriesland	78,2	82,8	93,0	94,3	89,7	82,6	79,3	70,1	51,5	85,0
Untere Elbe-Unterweser	76,6	84,9	94,7	94,0	88,9	80,3	81,9	67,9	62,0	83,1
Oldenburger Land	63,3	83,9	92,4	94,3	84,6	63,5	76,8	60,3	55,6	80,7
Oldenburger Münsterland	73,9	84,5	94,0	94,8	91,6	75,8	83,2	72,0	59,4	86,2
Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land	72,1	83,3	90,8	91,4	86,5	77,5	79,4	65,0	53,9	84,4
Mittelweser	73,7	79,8	88,0	91,2	82,2	77,9	77,8	60,7	53,0	81,8
Lüneburger Heide	69,5	84,1	91,7	92,7	87,5	82,6	74,2	63,1	52,9	84,0
Weserbergland	63,4	82,9	90,0	89,1	82,9	83,7	71,3	59,8	48,3	80,1
Hannover-Hildesheim	59,6	77,8	86,4	88,2	80,2	79,1	72,3	53,9	56,2	78,0
Braunschweiger Land	70,2	76,9	87,8	87,9	78,4	76,3	71,1	60,1	51,4	79,1
Harz	72,3	81,5	91,1	90,0	83,2	76,0	75,1	57,9	52,5	81,5
Niedersachsen	72,3	82,1	91,2	91,5	86,2	78,9	74,1	62,2	52,8	82,8
Deutschland	73,8	81,0	90,6	90,5	86,3	79,9	73,8	63,9	49,2	83,5

Quelle: dwif 2019, Daten TrustYou GmbH sowie eigene Berechnungen

Anhang 21: DEHOGA Hotelklassifizierung nach Reisegebieten (Anzahl der Betriebe)

	1 Stern	2 Sterne	3 Sterne	4 Sterne	5 Sterne	Insgesamt
Niedersachsen*	6	34	488	265	11	804
Anteil an Deutschland (in %)	7,9	8,2	10,1	10,0	9,0	9,9
Braunschweiger Land	1	4	18	15	1	39
Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land	2	5	43	20	0	70
Hannover-Hildesheim	3	7	56	42	1	109
Harz	0	3	67	36	2	108
Lüneburger Heide	0	6	79	36	2	123
Mittelweser	0	3	19	8	0	30
Nordseeküste/Bremerhaven	0	2	49	36	2	89
Oldenburger Land	0	0	22	1	0	23
Oldenburger Münsterland	0	0	18	10	0	28
Ostfriesische Inseln	0	1	29	26	0	56
Ostfriesland	0	1	29	18	0	48
Untere Elbe-Unterweser	0	1	22	5	0	28
Weserbergland	0	2	45	17	3	67
Deutschland	76	414	4.854	2.643	122	8.109

*Niedersachsenwerte auf Ebene der Bundesländer werden ohne Bremerhaven ausgewiesen.

Quelle: dwif 2019, Daten DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH (Stand: Februar 2019)

Anhang 22: G-Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen nach Reisegebieten (Anzahl der Betriebe)

	1 Stern	2 Sterne	3 Sterne	4 Sterne	5 Sterne	Insgesamt
Niedersachsen*	0	6	37	3	0	46
Anteil an Deutschland (in %)	0,0	8,6	7,3	5,0	0,0	7,1
Braunschweiger Land	0	1	1	0	0	2
Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land	0	0	3	0	0	3
Hannover-Hildesheim	0	0	2	0	0	2
Harz	0	2	7	0	0	9
Lüneburger Heide	0	0	7	2	0	9
Mittelweser	0	1	0	0	0	1
Nordseeküste/Bremerhaven	0	1	5	0	0	6
Oldenburger Land	0	0	1	0	0	1
Oldenburger Münsterland	0	0	0	0	0	0
Ostfriesische Inseln	0	1	2	0	0	3
Ostfriesland	0	0	0	0	0	0
Untere Elbe-Unterweser	0	0	3	1	0	4
Weserbergland	0	0	6	0	0	6
Deutschland	3	70	509	60	5	644

*Niedersachsenwerte auf Ebene der Bundesländer werden ohne Bremerhaven ausgewiesen.

Quelle: dwif 2019, Daten DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH (Stand: Februar 2019)

Anhang 23: DTV-Klassifizierung Ferienwohnungen, Ferienhäuser und Privatzimmer nach Reisegebieten

	1 Stern	2 Sterne	3 Sterne	4 Sterne	5 Sterne	Insgesamt
Niedersachsen*	8	173	2.643	2.377	436	5.637
Anteil an Deutschland (in %)	8,9	11,3	13,0	11,1	7,7	11,5
Braunschweiger Land	1	3	21	10	0	35
Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land	0	2	117	135	6	260
Hannover-Hildesheim	0	1	25	47	4	77
Harz	1	24	437	405	76	943
Lüneburger Heide	0	13	304	253	35	605
Mittelweser	3	1	59	30	7	100
Nordseeküste/Bremerhaven	2	90	880	726	97	1795
Oldenburger Land	0	1	16	11	3	31
Oldenburger Münsterland	0	1	40	45	23	109
Ostfriesische Inseln	0	29	316	233	81	659
Ostfriesland	1	5	256	300	65	627
Untere Elbe-Unterweser	0	1	76	107	23	207
Weserbergland	0	6	99	79	17	201
Deutschland	90	1.535	20.366	21.447	5.684	49.122

*Niedersachsenwerte auf Ebene der Bundesländer werden ohne Bremerhaven ausgewiesen.

Quelle: dwif 2019, Daten Deutscher Tourismusverband Service GmbH (Stand: Januar 2019)

Anhang 24: Themenorientierte Qualitätssiegel nach Reisegebieten

	Bett+ Bike- Betriebe	Qualitäts- gastgeber „Wanderbares Deutschland“	ADAC- Campingplätze	„i-Marke“-Tou- rist-Information- en
Niedersachsen*	651	81	160	149
Anteil an Deutschland (in %)	12,9	6,1	13,9	20,0
Braunschweiger Land	12	0	2	4
Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land	114	2	17	22
Hannover-Hildesheim	31	0	10	4
Harz	36	16	18	16
Lüneburger Heide	161	28	39	17
Mittelweser	59	0	5	7
Nordseeküste/Bremerhaven	59	2	27	29
Oldenburger Land	9	0	3	5
Oldenburger Münsterland	18	0	0	2
Ostfriesische Inseln	0	0	1	7
Ostfriesland	30	0	11	21
Untere Elbe-Unterweser	63	18	10	4
Weserbergland	61	17	17	11
Deutschland	5.043	1.323	1.155	744

*Niedersachsenwerte auf Ebene der Bundesländer werden ohne Bremerhaven ausgewiesen.

Quelle: dwif 2019, Daten ADFC Sachsen – Bett+Bike (Stand: Januar 2019), Deutscher Wanderverband (Stand: Januar 2019), ADAC Medien und Reise GmbH, ADAC Campingführer 2019 (Stand: Januar 2019), Deutscher Tourismusverband Service GmbH (Stand: Januar 2019), Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e. V. (Stand: Januar 2019)

Anhang 25: ServiceQ Klassifizierung

	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Niedersachsen*	250	23	2	275
Anteil an Deutschland (in %)	11,8	11,3	2,8	11,5
Braunschweiger Land	35	2	0	37
Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land	20	4	1	25
Hannover-Hildesheim	16	1	0	17
Harz	16	4	0	20
Lüneburger Heide	40	2	0	42
Mittelweser	8	0	0	8
Nordseeküste/Bremerhaven	52	4	1	57
Oldenburger Land	4	0	0	4
Oldenburger Münsterland	4	0	0	4
Ostfriesische Inseln	19	2	0	21
Ostfriesland	13	1	0	14
Untereibe-Unterweser	7	1	0	8
Weserbergland	28	2	0	30
Deutschland	2.115	203	71	2.389

Quelle: dwif 2019, Daten ServiceQualität Deutschland (SQD) e.V. (Stand: Januar 2019)

Anhang 26: Barrierefrei zertifizierte Betriebe nach Bundesländern

	Jahr der Einführung	Zertifizierte Betriebe (Januar 2018)
Baden-Württemberg	voraussichtlicher Start in 2019	7*
Bayern	Juli 2015	430
Berlin	Januar 2014	98
Brandenburg	voraussichtlicher Start in 2019	1*
Bremen	voraussichtlicher Start in 2019	1*
Hamburg	Oktober 2014	36
Hessen	Juli 2015	45
Mecklenburg-Vorpommern	April 2016	43
Niedersachsen	November 2014	265
Nordrhein-Westfalen	April 2014	97
Rheinland-Pfalz	März 2014	282
Saarland	voraussichtlicher Start in 2019	2*
Sachsen	voraussichtlicher Start in 2019	/*
Sachsen-Anhalt	Anfang 2015	81
Schleswig-Holstein	September 2013	3
Thüringen	Januar 2014	22
Deutschland		1.413
darunter:		
Embrace-Hotelkooperation		31

* Einige Bundesländer sind bisher noch kein Lizenznehmer von Reisen für Alle. Die Anzahl der Betriebe bezieht sich hier auf die Embrace-Hotelkooperation oder vom DSFT direkt zertifizierte Betriebe. Das DSFT zertifiziert z. T. interessierte Betriebe auch in den Bundesländern, die noch keine Lizenznehmer sind.

Quelle: dwif 2019, Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e. V. (Stand: Januar 2019)

Literatur

Cognizant: The Coming Intelligent Digital Assistant Era and Ist Impact on Online Platforms, 20-20 insights, Februar 2017

UNWTO: World Tourism Barometer. Madrid 2018

Internet

www.150-jahre-whv.de

www.ahgz.de

www.airdna.co

www.bad-zwischenahn-touristik.de

www.bauhaus100.de

www.bettundbike.de

www.btw.de

www.deutschertourismusverband.de

www.dwd.de

www.emsland.com

www.g-klassifizierung.de

www.hotelsterne.de

www.hotelstars.eu

www.noch-besser-vermieten.de

www.reiseanalyse.de

www.reisen-fuer-alle.de

www.rhauderfehn.de

Liberty-bremerhaven.com

www.mwk.niedersachsen.de

www.ronolulu.de

www.serengeti-park.de

www.sonnenhotels.de

www.sparkassen-tourismusbarometer.de

www.splendid-research.com

www.sterneferien.de

www.svn.de

www.toskanaworld.net

www.tourismusanalyse.de

www.wanderbares-deutschland

www.wanderverband.de

www.welt.de

www.wirtshauskultur.bayern

www.wttc.org

www.zoo-hannover.de

www.zoo-osnabrueck.de

Darüber hinaus wurden die Tagespresse, Fachzeitschriften und die Statistischen Bundes- sowie Landesämter zur Informationsgewinnung genutzt. Kartengrundlage GfK GeoMarketing.

Impressum

Herausgeber: Sparkassenverband Niedersachsen

Schiffgraben 6-8
30159 Hannover
Telefon: (0511) 36 03-0
Telefax: (0511) 36 03-680
Internet: www.svn.de

Kerstin Peters

Ansprechpartner: Volkmar Jaath, Sparkassenverband Niedersachsen

Telefon: (0511) 36 03-616
E-Mail: volkmar.jaath@svn.de

Bearbeitung:

dwif-Consulting GmbH
dwif – Büro München
Sonnenstraße 27
80331 München
Telefon: (089) 23 70 28 9-0
Telefax: (089) 23 70 28 99
E-Mail: info@dwif.de
Internet: www.dwif.de

dwif-Consulting GmbH
dwif – Büro Berlin
Marienstraße 19/20
10117 Berlin
(030) 75 79 49-0
(030) 75 79 49-18
info-berlin@dwif.de

Ansprechpartner: Karsten Heinsohn, dwif-Consulting GmbH

Telefon: (030) 757 949-30
E-Mail: k.heinsohn@dwif.de

Nachweis Titelbild

© Silvia Weindok

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder in irgendeinem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.



Finanzgruppe
Sparkassenverband Niedersachsen