

## **Saisonumfrage Tourismus Ergebnisse nach Abschluss der Wintersaison im Frühjahr 2024 für die IHK-Region Hannover**

(Berichtszeitraum 1. November 2023 bis 30. April 2024)

### **Saisonumfrage Gastgewerbe: Stimmung eher bewölkt als heiter**

*Die Antworten von 44 Unternehmen aus dem Beherbergungsgewerbe, aus Gastronomie und Campingwirtschaft im Rahmen der IHK-Frühjahrsumfrage zur Wintersaison 2023/2024 im Gastgewerbe für das Gebiet der Industrie- und Handelskammer Hannover verdeutlichen eine eingeschränkte Zufriedenheit mit der geschäftlichen Entwicklung in der Wintersaison und gedämpfte Erwartungen für den Sommer. Die gravierendsten Risiken liegen unverändert in den Preisentwicklungen, den steigenden Personalkosten, dem Personalmangel und in der rückläufigen Konsumneigung der Gäste. In Niedersachsen haben sich insgesamt 354 Unternehmen an der Umfrage beteiligt.*

*Die Stimmungslage im Gastgewerbe der IHK-Region Hannover hat sich im Vergleich zu den beiden letzten Umfragen im vergangenen Herbst und im Frühjahr 2023 weiter abgeschwächt und kann im Ergebnis eher als „bewölkt“ denn als „heiter“ beschrieben werden. Zwar zeigen sich noch 72,8 Prozent der Teilnehmenden zufrieden bis sehr zufrieden mit der eigenen Geschäftslage, aber als „gut“ beurteilt diese nur mehr ein Achtel der Unternehmen.*

*Wiesen in der Frühjahrsumfrage vergangenen Jahres 78,5 Prozent der Betriebe höhere oder zumindest unveränderte Umsätze aus, so hat sich dieser Anteil nun drastisch auf 49,7 Prozent reduziert. Die Geschäfte mit allen drei Gästegruppen (Geschäftsreisende, Urlaubsreisende, inländische Gäste) weisen eine rückläufige Tendenz aus. In allen drei Segmenten registrieren mittlerweile zwischen 40 und 50 Prozent der teilnehmenden Unternehmen rückläufige Umsätze. Die verfügbaren Kapazitäten sind in der abgelaufenen Wintersaison im Vorjahresvergleich deutlich schwächer ausgelastet worden. Sieben von zehn Unternehmen haben rückläufige Belegungen ihrer Zimmer bzw. Stellplätze verbuchen müssen.*

*Der Klimaindex in der IHK-Region Hannover hat sich mit einem Wert von 75,0 das zweite Mal in Folge rückläufig entwickelt (Frühjahr 2023: 126,7; Herbst 2023: 101,7).*

*Für die Sommersaison 2024 planen 56,3 Prozent der teilnehmenden Unternehmen die Übernachtungs- bzw. Verzehrpriese zu erhöhen. Diese Thematik steht weiterhin vor allem in der Gastronomie auf der Agenda. Die Entwicklung der Beschäftigung ist überwiegend von Stabilität gekennzeichnet – bei im Vorjahresvergleich leicht verstärkter negativer Tendenz.*

*Unverändert belegen die Energie-, Lebensmittel- und Rohstoffpreise mit 77,8 Prozent Rang 1 unter den Top-Risikofaktoren für die wirtschaftliche Entwicklung des eigenen Unternehmens in den folgenden 12 Monaten. Auf Rang 2 folgen die Arbeitskosten mit 68,1 Prozent, auf den Plätzen folgen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen mit 47,9 Prozent und der Fachkräftemangel mit 44,4 Prozent.*

*Die Bereitschaft, Investitionen zu tätigen, nimmt im Vergleich zur Frühjahrsumfrage 2023 ab. So beabsichtigt nur etwas mehr als ein Drittel der Teilnehmenden verstärkt oder zumindest in gleichbleibendem Maße zu investieren, jeder dritte Betrieb hingegen keine investiven Ausgaben zu tätigen. Bei den Investitionsmotiven stehen mit 85,2 Prozent Modernisierungsmaßnahmen weiterhin mit deutlichem Abstand und kräftigem Bedeutungszuwachs an erster Stelle.*

*Die Aussagen zu den Sonderfragen zur Beschäftigung, zur Verkehrsmittelwahl der Gäste bei Anreise und für die Mobilität vor Ort, zur Erreichbarkeit der Betriebe bei Nutzung unterschiedlicher Verkehrsmittel, zur vor Ort gegebenen Verkehrsinfrastruktur sowie zum Trend einer umweltschonenden Mobilität bei Gästen ergaben folgendes Bild:*

*Vier von zehn der antwortenden Betriebe bestätigen, dass sie derzeit offene Stellen längerfristig (mehr als zwei Monate) nicht besetzen können, weil sie keine passenden Arbeitskräfte finden.*

*Die Verkehrsmittelwahl der Gäste bei Anreise zu mehrtägigem Aufenthalt fällt deutlich standortdifferenziert aus. Dies gilt insbesondere für die Anreise per Auto (eher kleinere Standorte), Bahn (Großstadt) bzw. Fahrrad (Gemeinden).*

*Für die Mobilität vor Ort fällt die Verkehrsmittelwahl der Gäste ebenfalls deutlich standortdifferenziert aus. Während in den Gemeinden weit überwiegend das eigene Auto genutzt wird, sind in den Großstädten auch Car-Sharing und ÖPNV durchaus genutzte Optionen.*

*Während die Erreichbarkeit des eigenen Betriebes mit dem Auto durchweg bejaht wird, sieht es bei den weiteren Verkehrsmitteln je nach Standortkategorie sehr unterschiedlich aus. Dies trifft insbesondere auf Bahn und ÖPNV zu, deren Anbindung bei den kleineren Standorten deutliche Defizite aufweist. Bei der vor Ort vorhandenen Verkehrsinfrastruktur wird ein gutes Radwegenetz sehr einheitlich positiv hervorgehoben.*

*Der weit überwiegende Anteil der teilnehmenden Unternehmen sieht derzeit bei den eigenen Gästen eher keinen (50,3 %) bzw. keinen (23,2 %) Trend zur umweltschonenden Mobilität.*

### **Zufriedenheit mit eigener Geschäftslage schwächt sich ab**

Die Stimmung im Gastgewerbe der IHK-Region Hannover schwächt sich im Vergleich zu den beiden letzten Umfragen im vergangenen Herbst und im Frühjahr 2023 weiter ab und kann im Ergebnis eher als „bewölkt“ denn als „heiter“ bewertet werden. Denn der auf die eigene aktuelle Geschäftslage bezogene Zufriedenheitswert von Hoteliers, Gastronominnen und Gastronomen sowie Campingunternehmerinnen und -unternehmern ist im Vorjahresvergleich weiter von 83,5 Prozent auf 72,8 Prozent gefallen. Nur noch etwas mehr als ein Achtel der Unternehmen (13,2 %) beurteilt die eigene Geschäftslage als „gut“ (Frühjahr 2023: 34,1 %); inzwischen stufen 27,2 Prozent der teilnehmenden Unternehmen sie als „schlecht“ ein (vor Jahresfrist: 16,5 %).

Besonders in der Gastronomie ist der Rückgang des Zufriedenheitswertes dramatisch: nur noch 4,1 Prozent beurteilen die eigene Geschäftslage als „gut“ (Frühjahr 2023: 31,9 %), hingegen 28,4 Prozent als „schlecht“ (Frühjahr 2023: 13,2 %), während im Beherbergungsgewerbe bei ebenfalls rückläufiger Tendenz immerhin noch ein höherer Anteil die eigene Geschäftslage als „gut“ (23,6 %) im Vergleich zu „schlecht“ (20,8 %) bewertet.

Landesweit zeigen sich 75,8 Prozent der an der Umfrage teilnehmenden Betriebe zumindest zufrieden mit der eigenen geschäftlichen Situation (davon 24,8 % sehr zufrieden).

### **Umsatzentwicklung deutlich rückläufig**

Wiesen in der Frühjahrsumfrage vergangenen Jahres 78,5 Prozent der Betriebe höhere oder zumindest unveränderte Umsatzzahlen aus (davon 60,2 % höhere Umsätze), so hat sich dieser Anteil in der abgelaufenen Wintersaison deutlich auf 49,7 Prozent (davon 27,5 % mit gestiegenen Erlösen) verringert. Sinkende Erlöse verbuchte jedes zweite Unternehmen (50,3 %; Frühjahr 2023: 21,5 %).

Im Beherbergungssektor berichten 27,5 Prozent der Teilnehmenden über höhere Erlöse (Frühjahr 2023: 65,6 %), 50,7 Prozent über Umsatzrückgänge (Frühjahr 2023: 23,3 %). In der Gastronomie weisen 29,1 Prozent der Antwortenden ein Umsatzplus aus (Frühjahr 2023: 59,6 %), 46,8 Prozent ein Minus (Frühjahr 2023: 21,3 %). Während somit der Anteil der Unternehmen mit höheren Umsätzen sich im Vorjahresvergleich halbiert hat, hat sich der Anteil derjenigen mit Umsatzverlusten verdoppelt.

In der vergangenen Wintersaison waren die Geschäfte erheblich von Sparbemühungen infolge der hohen Energie- und Warenpreise und der auch zu Jahresbeginn noch hohen Inflationsraten beeinträchtigt.

Auch auf Landesebene zeigt sich eine rückläufige, im Vergleich zu der Entwicklung in der IHK-Region aber leicht günstigere Umsatzentwicklung: 56,6 Prozent der Betriebe melden höhere oder zumindest unverändert hohe Einnahmen (Vorjahr: 76,7 %), 43,4 Prozent hingegen rückläufige Umsätze (Vorjahr: 23,4 %).

### **MICE-Geschäft nun ebenfalls rückläufig**

Die Entwicklung der Geschäfte mit den drei unterschiedlichen Gästegruppen weist – wie in der Gesamtbetrachtung – eine rückläufige Tendenz im Vergleich zu den Ergebnissen der Frühjahrsumfrage 2023 aus, die aber in unterschiedlicher Dynamik und auf sehr unterschiedlichem Niveau erfolgt. Auch im Bereich der Geschäftsreisen liegt der Saldo der Positiv-Negativ-Antworten nun inzwischen nicht mehr in den schwarzen Zahlen.

- **Geschäftsreisende:** Auch das MICE-Geschäft hat sich inzwischen deutlich eingetrübt. Zwar sind die Umsätze mit Geschäftsreisenden immerhin noch bei mehr als jedem dritten Unternehmen gestiegen (36,0 %; Frühjahr 2023: 45,5 %).

Die Tendenz ist aber klar rückläufig, denn mit 45,3 Prozent hat sich im Vorjahresvergleich der Anteil der Unternehmen mit rückläufigen Geschäften mehr als verdreifacht (Frühjahr 2023: 13,5 %). Auch liegt der Saldo der Positiv-Negativ-Antworten nun ebenfalls im Minus-Bereich, während er vor Jahresfrist noch klar im Plus gelegen hatte.

- **Urlaubsreisende:** Das Geschäft mit Urlaubsreisenden ist weiter klar rückläufig: Der Anteil der teilnehmenden Betriebe mit positiver Umsatzentwicklung ist in den vergangenen Umfragen von 70,6 Prozent über 23,9 Prozent und 16,9 Prozent auf nunmehr 8,1 Prozent gesunken. Zugleich hat sich der Anteil derjenigen mit rückläufigen Umsätzen von 4,0 Prozent in der Herbstumfrage 22 über 39,3 Prozent und 40,1 Prozent auf nun 43,2 Prozent verzehnfacht. In diesem Geschäftsbereich verstärkt sich das deutliche Minus des Saldos der Positiv-Negativ-Antworten weiter.
- **Heimische Gäste:** Auch die Geschäfte mit inländischen Gästen gestalten sich infolge der schwierigeren wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die privaten Haushalte schwieriger: Der Anteil der Unternehmen mit positiver Umsatzentwicklung hat sich im Vergleich zur letztjährigen Herbstumfrage zwar nur leicht noch leicht von 16,7 Prozent auf 12,0 Prozent reduziert. Verzeichnete in der Wintersaison 2022/2023 aber nur jedes fünfte teilnehmende Unternehmen (19,3 %) einen Erlösrückgang, so ist es in der abgelaufenen Wintersaison bereits jedes zweite Unternehmen (50,7 %).

### **Dramatischer Rückgang der Kapazitätsauslastung**

Während sich das Niveau der Auslastung verfügbarer Kapazitäten in der abgelaufenen Wintersaison in der IHK-Region im Vorjahresvergleich deutlich abgeschwächt hat, hat sich die Auslastungsquote zumindest im Vorjahresvergleich leicht erhöht, während sie im Vergleich zur letztjährigen Herbstumfrage rückläufig war. Nur noch 16,7 Prozent der Teilnehmenden (Frühjahr 2023: 47,1 %; Herbst 2023: 59,8 %) registrieren eine stärkere Zimmer- bzw. Stellplatzauslastung; der Anteil der Unternehmen mit schwächerer Auslastung ist hingegen dramatisch von 12,9 Prozent (Frühjahr 2023) bzw. von 20,7 Prozent (Herbst 2023) auf 70,5 Prozent angestiegen.

Die durchschnittliche Zimmer- bzw. Stellplatzauslastung der an der Umfrage teilnehmenden Unternehmen liegt in der IHK-Region mit 52,2 Prozent leicht über dem Niveau der Frühjahrsumfrage 2023 (51,2 %) – aber deutlich unter dem Ergebnis der letztjährigen Herbstumfrage von 57,5 Prozent. Auf Landesebene, wo 18,2 Prozent der Betriebe eine steigende, aber 46,1 Prozent eine schwächere Auslastung verzeichnen, hat sich die Auslastungsquote von deutlich höherem Niveau im Vergleich zur IHK-Region um 5,3 Prozentpunkte von 56,2 Prozent (Frühjahr 2023) bzw. um 13,3 Prozentpunkte von 64,2 Prozent auf 50,9 Prozent verringert.

## **Mit gedämpften Erwartungen in die Sommersaison**

Die teilnehmenden Unternehmen blicken mit gedämpften Erwartungen auf die Sommersaison: Erwartete vor Jahresfrist noch jedes zweite Unternehmen eine günstigere Geschäftsentwicklung in der anstehenden Sommersaison (51,9 %), so gilt dies nunmehr nur noch für 6 Prozent der teilnehmenden Unternehmen. Auch im Vergleich zur letztjährigen Herbstumfrage, als Optimismus nur noch aus den Rückmeldungen von 18,8 Prozent der Unternehmen herausklang, ist eine Drittelung dieses Ergebnisses ein klarer Rückschlag. Vier von zehn Unternehmen (40,7 %; Frühjahr 2023: 15,5 %; Herbst 2023: 30,7 %) erwarten eine ungünstigere Entwicklung. Unsicherheit verbreiten nach wie vor hohe Kosten (Energie, Lebensmittel, Rohstoffe, Personal), eine zurückhaltende Konsumneigung und der deutlich spürbare Personalmangel.

Auf Landesebene ist mit 12,2 Prozent der Teilnehmenden (Frühjahr 2023: 30,0 %) immerhin noch ein doppelt so hoher Anteil im Vergleich zur IHK-Region positiv gestimmt. Eine ungünstigere Entwicklung der Geschäftslage erwartet hingegen knapp jedes dritte Unternehmen (31,3 %; Frühjahr 2023: 21,1 %).

Der Klimaindex in der IHK-Region Hannover hat sich mit einem Wert von 75,0 das zweite Mal in Folge rückläufig entwickelt (Frühjahr 2023: 126,7; Herbst 2023: 101,7) und liegt damit auch unter dem Wert der Sommersaison 2022 (92,4). Hinweis: Der Klimaindex setzt sich zusammen aus der Bewertung der aktuellen Geschäftslage und den Erwartungen an die künftige Geschäftsentwicklung und kann einen Wert von max. 200 erreichen.

Der gesamthafte Klimaindex wird im Beherbergungssektor mit 80,6 (Frühjahr 2023: 130,1; Herbst 2023: 118,6) leicht überschritten – vom Klimaindex der Gastronomie hat mit 66,5 (Frühjahr 2023: 126,7; Herbst 2023: 101,7) hingegen leicht unterboten.

Der Klimaindex für die Bewertungen und Erwartungen der niedersächsischen Betriebe liegt mit 90,2 über dem Klimaindex für die IHK-Region, hat gegenüber der Frühjahrsumfrage 2023 (116,6) aber ebenfalls deutlich verloren.

## **Stabile Preise gewinnen an Bedeutung – Personalplanung ohne Schwung**

Für die Sommersaison 2024 planen 56,3 Prozent der teilnehmenden Unternehmen die Übernachtungs- bzw. Verzehrpreise zu erhöhen. Diese Thematik steht weiterhin vor allem in der Gastronomie auf der Agenda, wo zwei Drittel (67,5 %) der Teilnehmenden Preisanhebungen vornehmen wollen, während dies im Beherbergungsgewerbe vier von zehn der Unternehmen (40,6 %; Hotels: 50 %) planen. Die Betriebe sehen sich gezwungen, die multiplen Kostensteigerungen bei der Energie, beim Einkauf von Lebensmitteln und Rohstoffen wie auch bei Löhnen und Gehältern, aber auch die Wiederanhebung des Umsatzsteuersatzes für Speisen an die Gäste weiterzureichen. Im Vergleich zu der letztjährigen Frühjahrsumfrage, als Preissteigerungen bei zwei Drittel der Teilnehmenden Thema waren (66,1 %), und zu der letztjährigen Herbstumfrage (68,3 %) ist der Anteil der Betriebe mit geplanten Preissteigerungen allerdings etwas zurückgegangen – mehr Preisstabilität geplant. Preisanpassungen nach unten sind hingegen weiterhin nicht in nennenswertem Umfang vorgesehen (2,6 %).

Die Entwicklung der Beschäftigung ist überwiegend von Stabilität gekennzeichnet – bei im Vorjahresvergleich leicht verstärkter negativer Tendenz. Nahezu acht von zehn Unternehmen (78,7 %) planen mit saldiert unverändertem Personaltableau, während keines der Unternehmen eine Erhöhung der Zahl der Beschäftigten plant, hingegen jedes fünfte der Unternehmen (21,3 %) eine Reduzierung der Anzahl an Mitarbeitenden vorsieht.

### **Top-Risikofaktoren: Preisentwicklung und Arbeitskosten vorn**

Unverändert belegen die Energie-, Lebensmittel- und Rohstoffpreise mit 77,8 Prozent und mit leichtem Vorsprung (bei im Vorjahresvergleich weitgehend stabiler Gewichtung) Rang 1 unter den Top-Risikofaktoren für die wirtschaftliche Entwicklung des eigenen Unternehmens in den folgenden 12 Monaten (Herbst 2023: 78,7 %; Frühjahr 2023: 84,8 %). Auf Rang 2 folgen die Arbeitskosten mit 68,1 Prozent (Herbst 2023: 74,0 %; Frühjahr 2023: 70,9 %). Im Vergleich zur Frühjahrsumfrage 2023 (46,7 %) haben die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen bei derzeit 47,9 Prozent leicht an Gewicht gewonnen – im Vergleich zur letztjährigen Herbstumfrage (65,1 %) kräftig verloren und liegen knapp vor dem Fachkräftemangel mit 44,4 Prozent. Dieser hat im Vorjahresvergleich deutlich an Gewicht eingebüßt (Frühjahr 2023: 72,7 %). Kräftig „Boden gut gemacht“ hat der Faktor Inlandsnachfrage (36,8 %) mit verdoppeltem Anteil im Vergleich zur letztjährigen Frühjahrsumfrage. Mit deutlichem Abstand folgen: Auslandsnachfrage (16,7 %) und Finanzierung (11,1 %).

Auch auf Niedersachsen-Ebene liegen im Ranking der Risikofaktoren die Energie-, Lebensmittel- und Rohstoffpreise (73,7 %) knapp vor den Arbeitskosten (71,1 %). Auf Rang 3 und 4 folgen nahezu gleichauf die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (59,4 %) und der Fachkräftemangel (59,2 %). Die Inlandsnachfrage benennt auf Landesebene jedes dritte Unternehmen (33,0 %) als Risikofaktor.

### **Investitionsbereitschaft nimmt ab – Modernisierungsinvestitionen unverändert vorn**

Die Bereitschaft, Investitionen zu tätigen, nimmt im Vergleich zur Frühjahrsumfrage 2023 ab. So beabsichtigt nur etwas mehr als ein Drittel der Teilnehmenden verstärkt oder zumindest in gleichbleibendem Maße zu investieren (36,7 %; vor Jahresfrist: 49,5 %; Herbst 2023: 47,9 %) – wobei in der aktuellen Umfrage allerdings kein einziger teilnehmender Betrieb ein erhöhtes Investitionsbudget in Aussicht stellt. Andererseits kürzen 28,7 Prozent (Vorjahr: 18,1 %) das Investitionsbudget ein und jeder dritte Betrieb (34,7; Vorjahr: 32,4 %) plant keine investiven Ausgaben zu tätigen. Im Beherbergungsgewerbe geben 29 Prozent der Antwortenden an, keine Investitionen vorgesehen zu haben (Vorjahr: 20,7 %), während von den teilnehmenden gastronomischen Betriebe 42,1 Prozent keine Investitionen planen (Vorjahr: 44,4 %).

Dort, wo investiert wird, stehen mit 85,2 Prozent Modernisierungsmaßnahmen weiterhin mit deutlichem Abstand – und kräftigem Bedeutungszuwachs (Vorjahr: 58,0 %) – an erster Stelle vor den Investitionsmotiven Rationalisierung mit 29,5 Prozent (ver-

gleichbar dem Vorjahresergebnis von 29,0 %) und Umweltschutz mit 18 Prozent (leichter Rückgang im Vergleich zum Frühjahr 2023: 24,6 %). Mit nur noch einstelligen Anteilen rangieren die Investitionen in Produktinnovation (8,2 %; Vorjahr: 24,6 %) und Kapazitätserweiterung (4,9 %; Vorjahr: 5,8 %) auf den hinteren Plätzen.

Die Sektoren Beherbergung und Gastronomie unterscheiden sich allerdings sehr deutlich in ihrem Investitionsverhalten: Während 94,9 Prozent der teilnehmenden Beherbergungsbetriebe hauptsächlich in Modernisierungsmaßnahmen investieren wollen (Hotellerie: 100 %), liegt dieser Anteil in der Gastronomie bei 74,1 Prozent. Hier spielt die Rationalisierung mit 36,2 Prozent eine stärkere Rolle.

### **Sonderfragen Beschäftigung, Verkehrsmittelwahl der Gäste bei Anreise und für die Mobilität vor Ort, Erreichbarkeit der Betriebe bei Nutzung unterschiedlicher Verkehrsmittel, vor Ort gegebene Verkehrsinfrastruktur sowie Trend einer umweltschonenden Mobilität bei Gästen:**

#### **I. Arbeitskräftemangel – besonders in der Gastronomie ein dramatisches Problem**

Vier von zehn der antwortenden Betriebe (41,3 %) bestätigen, dass sie derzeit offene Stellen längerfristig (mehr als zwei Monate) nicht besetzen können, weil keine passenden Arbeitskräfte gefunden werden. Keine Probleme, Beschäftigte zu finden, haben 22,0 Prozent der Teilnehmenden, keinen Personalbedarf 36,7 Prozent.

57,9 Prozent derjenigen Antwortenden, deren Betriebsstandort in einer Großstadt liegt, bestätigen, dass sie derzeit offene Stellen längerfristig nicht besetzen können. Die diesbezüglichen Antwortquoten fallen bei Standorten in einer kleinen Stadt (35,4 %) bzw. in einer Gemeinde (35,9 %) deutlich geringer aus. Die räumliche Standortverteilung der Teilnehmenden sieht folgendermaßen aus: Während 43 Prozent ihren Standort in einer Gemeinde haben, sind 31,8 Prozent in einer kleinen Stadt lokalisiert und 25,2 Prozent haben ihren Standort in einer Großstadt.

#### **II. Verkehrsmittelwahl der Gäste bei Anreise zu mehrtägigem Aufenthalt deutlich standortdifferenziert**

Vier von zehn der antwortenden Betriebe (40,7 %) geben an, dass nahezu alle Gäste (90-100 %) mit dem Auto anreisen. Bei 35,9 Prozent trifft dies für 75-89 Prozent ihrer Gäste zu. Differenziert man die höchsten Antwortquoten nach den Standorten der antwortenden Betriebe, so geben 63,1 Prozent der Unternehmen mit Standort in einer Gemeinde an, dass 90-100 Prozent ihrer Gäste mit dem Pkw anreisen. 60,9 Prozent der Unternehmen mit Standort in einer kleinen Stadt geben an, dass 75-89 Prozent ihrer Gäste das Auto für die Anreise nutzen und bei den Unternehmen mit Standort in einer Großstadt geben 64,7 Prozent an, dass dieser betreffende Anteil bei ihnen 50-74 Prozent ihrer Gäste betrifft.

Eine Anreise per Bahn nutzen nach Angabe von 46,4 Prozent 0-10 Prozent der Gäste, von weiteren 37,1 Prozent 10-24 Prozent ihrer Gäste. Bei Betrieben mit Großstadtstandort nutzen nach Angabe von 64,7 Prozent 10-24 Prozent ihrer Gäste die Bahn, nach Angaben von weiteren 35,3 Prozent 25-49 Prozent der Gäste. 92,9 Prozent der Be-

etriebe mit Kleinstadtstandort geben an, dass max. 24 Prozent ihrer Gäste per Bahn anreisen; bei Betrieben mit Standort in einer Gemeinde geben 94,3 Prozent an, dass max. 9 Prozent ihrer Gäste die Bahn zur Anreise nutzen.

Den Reisebus als Anreisemittel nutzen standortunabhängig und standortdifferenziert max. 9 Prozent der Gäste. Per Flugzeug reisen nach Auskunft von 61,2 Prozent der Betriebe bis zu max. 9 Prozent der Gäste an. Immerhin noch bei 17,9 Prozent der Betriebe (bei Großstadtbetrieben bis zu 50 Prozent) beträgt dieser Anteil der Gäste bis zu 49 Prozent. Selbst mit dem Fahrrad reisen bei sieben von zehn Betrieben bis zu 9 Prozent der Gäste an, bei immerhin noch 28 Prozent sind es noch max. ein Viertel der Gäste. Diesen Anteil weisen bei Standorten in Gemeinden immerhin noch 36,7 Prozent der Betriebe auf.

### **III. Verkehrsmittelwahl der Gäste für die Mobilität vor Ort bei mehrtägigem Aufenthalt**

Für die eigene Mobilität vor Ort nutzen nach Aussage von rund sieben von zehn Betrieben (71,6 %) mehr als drei Viertel der Gäste ihr eigenes Auto. Während dies bei allen Betrieben mit Standort in Gemeinden der Fall ist, variieren die Anteile nach Auskunft von Betrieben mit Standort in Großstädten deutlich stärker: Bei jeweils 35,3 Prozent betragen die Anteile 25-49 Prozent bzw. 75-89 Prozent. Nach Aussage von 29,4 Prozent liegt der Anteil zwischen der Hälfte und drei Viertel.

Mietwagen bzw. Car-Sharing-Angebote werden nach Aussage von 70 Prozent der Antwortenden von bis zu 9 Prozent der Gäste genutzt. Weitere 20 Prozent nennen immerhin Anteile zwischen 75 und 89 Prozent. Diese Nennungen entfallen auf Betriebe mit Standort in einer Großstadt. Auch zur Mobilität vor Ort per ÖPNV nennt mit 59,5 Prozent der deutlich überwiegende Anteil der Befragten einen max. Anteil von 9 Prozent der Gäste. Die übrigen Anteile verteilen sich nahezu gleichgewichtig auf Anteilgruppen bis max. 50-74 Prozent. Größere Anteile werden im Vergleich der Standortkategorien erwartungsgemäß in den Großstädten erreicht. Während 62,2 Prozent angeben, dass bis zu 9 Prozent ihrer Gäste vor Ort mit dem Fahrrad mobil unterwegs sind, sind es nach Aussage von 35,6 Prozent zwischen 10 und 24 Prozent der Gäste. Nahezu gleichgewichtig zwischen 40 und 50 Prozent geben an, dass bis zu 9 Prozent bzw. zwischen 10 und 24 Prozent zu Fuß vor Ort unterwegs sind.

### **IV. Erreichbarkeit der Betriebe mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln und vor Ort gegebene Verkehrsinfrastruktur**

Eine gute Erreichbarkeit des eigenen Betriebes mit dem Auto bestätigen alle antwortenden Teilnehmer. Diese Aussage trifft für die Erreichbarkeit per Bahn und die Anbindung an den ÖPNV nur noch für 57 Prozent zu. Während alle in einer Großstadt gelegenen Betriebe diese Aussage bestätigen können, trifft dies bezogen auf die Bahn-Anbindung für drei Viertel (75,4 %), bezogen auf die ÖPNV-Anbindung für 63,1 Prozent der in einer Gemeinde gelegenen Betriebe nicht zu. Vor Ort vorhandene Car-Sharing-Angebote gibt es allenfalls im Einzelfall. Nur 2,6 Prozent können auf ein solches Angebot verweisen. Deutlich positiver wird die vor Ort vorhandene Radwegeinfrastruktur bewertet: 72,8 Prozent geben an, dass es vor Ort ein gutes Radwegenetz gebe. Diese positive Einschätzung variiert zwischen den Standortkategorien nur leicht.

## V. Trend zur umweltschonenden Mobilität bei Gästen?

Der weit überwiegende Anteil der teilnehmenden Unternehmen sieht derzeit bei ihren Gästen eher keinen (50,3 %) bzw. keinen (23,2 %) Trend zur umweltschonenden Mobilität. Jedes vierte Unternehmen (25,2 %) beurteilt diese Entwicklung mit einem „eher ja“, nur 1,3 Prozent mit einem klaren „ja“. Während bei den Standortkategorien die Betriebe in den kleinen Städten mit 33,4 Prozent tendenziell positiver urteilen (ja + eher ja), sind hier die Betriebe mit Standort in Gemeinden mit 21,5 Prozent (ja + eher ja) eher zurückhaltend bei einer diesbezüglich positiven Bewertung.

Fragen zur Konjunkturumfrage Tourismus beantwortet: IHK, Handel und Dienstleistungen, Hans-Hermann Buhr, Tel. 0511 3107-377, Fax 0511 3107-435,  
[hans-hermann.buhr@hannover.ihk.de](mailto:hans-hermann.buhr@hannover.ihk.de).

### Hinweis

Diese Erhebung soll – als Service Ihrer Industrie- und Handelskammer Hannover – nur erste Hinweise geben und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung auf die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

Juni 2024

### Autor

Hans-Hermann Buhr  
Abteilung Handel und Dienstleistungen  
Tel. 0511 3107-377  
Fax 0511 3107-435  
[hans-hermann.buhr@hannover.ihk.de](mailto:hans-hermann.buhr@hannover.ihk.de)

Industrie- und Handelskammer Hannover  
Bischofsholer Damm 91  
30173 Hannover  
[www.hannover.ihk.de](http://www.hannover.ihk.de)