

Pressemitteilung

Nr.: 7/2014

Sparkassen-Tourismusbarometer 2014:

Megatrend Digitalisierung stellt den Niedersachsen-Tourismus vor Herausforderungen

Niedersächsische Touristiker mit Nachholbedarf beim Umgang mit digitalen Medien – Unterstützung dringend geboten

Optimistisch in das Tourismusjahr 2014 – neue Wachstumsimpulse für den Tourismus in Niedersachsen gefragt

Zunehmende Nachfrage durch ausländische Gäste

Hannover, 2. Juni 2014

Die Revolution der digitalen Medien macht auch vor dem Tourismus in Niedersachsen nicht halt. Ob Onlinebewertungen oder die Gästekommunikation im Social Web, ob die Suche nach Informationen oder die Buchung – die Gäste sind längst im digitalen Zeitalter angekommen. Die Branche hingegen ist in Anbetracht der hohen Dynamik überfordert und zeigt in vielerlei Hinsicht noch großen Nachholbedarf. Dabei gilt es die neuen Möglichkeiten nicht zu verteufeln, sondern die Chancen zu erkennen und optimal zu nutzen, wie Thomas Mang, Präsident des Sparkassenverbandes Niedersachsen, bei der Präsentation des elften Sparkassen-Tourismusbarometers am 2. Juni 2014 in Hannover betonte.

Häufig fehlt es an Wissen und Strategie

Auf diesem Weg müssen die Touristiker jedoch unterstützt werden. Digitalisierung ist weit mehr als ein Profil auf Facebook. Sie umfasst eine breite Palette an Instrumenten. Um erfolgreich handeln zu können, müssen strategische Grundlagen geschaffen und messbare Erfolgskennzahlen definiert werden. Nicht jeder Akteur muss überall präsent sein, aber auf den Plattformen, wo die Betriebe aktiv sind,

Für weitere Informationen:
Michael Schier
Sparkassenverband
Niedersachsen
Schiffgraben 6 – 8
30159 Hannover
Telefon +49 511 3603-878
Telefax +49 511 3603-861
michael.schier@svn.de

Hannover, 2. Juni 2014

Seite 2

müssen sie ihre Sache richtig gut machen und stetig am Ball bleiben. Sonst gerate man schnell in die Kritik, denn die Netzgemeinschaft setze auf hochwertige, glaubwürdige Informationen mit Mehrwert, stellte Mang fest und appellierte an alle Akteure im niedersächsischen Tourismus, auch einmal „Mut zur Lücke“ zu beweisen anstatt ohne klares Ziel auf allen Hochzeiten tanzen zu wollen.

Sparkassen bieten umfangreichen Leitfaden durch den digitalen Dschungel

Viele Entscheidungen zur eigenen Online-Präsenz und den sozialen Medien würden aus dem Bauch heraus getroffen, bemängelte auch Manfred Zeiner, Geschäftsführer der dwif-Consulting GmbH, die das Sparkassen-Tourismusbarometer fachlich verantwortet. Vorreiter bei digitalen Medien in Niedersachsen seien Regionen wie die Lüneburger Heide, der Harz oder die Nordsee. Viele kleine und mittlere Betriebe bräuchten hingegen dringend Hilfe.

Daher gibt das aktuelle Tourismusbarometer einen umfassenden Leitfaden für den Umgang mit dem Megatrend Digitalisierung an die Hand, stellt Analysen zur Lage im Niedersachsen-Tourismus dar und gibt praxisorientierte, konkrete Hilfestellung für Tourismusorganisationen, das Gastgewerbe sowie die Freizeitwirtschaft. Damit gehöre es auf jeden Schreibtisch in der Branche, bekräftigte Mang. Seit 2003 zeigt der Sparkassenverband Niedersachsen mit dem Tourismusbarometer jährlich Branchenprobleme auf, deutet auf Marktpotenziale hin und bietet Lösungen an.

Ohne Kooperation geht es nicht

„Nur wenn alle Akteure an einem Strang ziehen und den Gast während allen Reisephasen begleiten, von der Inspiration über das Erlebnis vor Ort bis zur Reflektion, kann aus der digitalen Revolution eine

Hannover, 2. Juni 2014

Seite 3

Erfolgsgeschichte werden“, mahnte Dr. Manfred Zeiner. Gemeinsame Digitalisierungsstrategien, die die einzelnen Aktivitäten bündeln, sind gefragt.

Optimismus für 2014

Auch wenn die Herausforderungen durch die Digitalisierung im Tourismus groß sind: Generell ist die Stimmung in der Wirtschaft gut, Experten sehen ein steigendes Wirtschaftswachstum und mehr Ausgaben beim privaten Konsum sowie gute Werte für den Arbeitsmarkt 2014. Im niedersächsischen Gastgewerbe gehen mehr als acht von zehn Betrieben von einer stabilen bis positiven Geschäftslage im laufenden Jahr aus und der eigens für das Sparkassen-Tourismusbarometer Niedersachsen entwickelte Tourismusklimaindex ist ebenfalls gestiegen.

Nach Stagnation Wachstumsimpulse notwendig

Wachstum zu schaffen, das sei trotzdem dringend geboten, betonte Dr. Manfred Zeiner. 2013 gab es bei den Übernachtungen einen leichten Rückgang von 0,3 Prozent (auf 39,9 Millionen), während die Ankünfte um 0,6 Prozent zulegen. Das ist Stagnation auf hohem Niveau. Deutschlandweit wuchs die Zahl der Übernachtungen hingegen um 1,1 Prozent. Bezogen auf die Gesamtzahl der Übernachtungen liegt Niedersachsen auf Rang 4 im Bundesvergleich. Vom überraschenden Wachstum des Welttourismus mit rund fünf Prozent, das alle Prognosen übertraf, konnte Niedersachsen also nicht profitieren. Dabei haben andere Bundesländer bei den Übernachtungen vorgelegt, z.B. Flächenbundesländer wie Schleswig-Holstein oder Nordrhein-Westfalen.

Hannover, 2. Juni 2014

Seite 4

Mehr ausländische Gäste

Wie in den vergangenen Jahren stieg die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland wieder an (+1,4 Prozent). Kleiner Wehrmutstropfen: Die Dynamik hat etwas nachgelassen. Dennoch konnten durch die Incoming-Nachfrage die Rückgänge insgesamt etwas abgedeutet werden.

Wie sich die Regionen entwickeln

Bei den Regionen zeigt die Mittelweser mit 2,2 Prozent das höchste Wachstum bei Übernachtungen, gefolgt vom Braunschweiger Land (1,3 Prozent) und dem Oldenburger Land (1 Prozent). Auch Ostfriesland, die Nordseeküste mit Bremerhaven und das Weserbergland sind leicht im Plus. Sorgen bereiten dagegen Unterelbe-Unterweser mit minus 4,2 Prozent und das Oldenburger Münsterland mit minus 2,2 Prozent.

Betriebswirtschaftliche Lage im niedersächsischen Gastgewerbe verbessert sich

Steigende Gewinnmargen sind ein Beleg für eine bessere betriebswirtschaftliche Lage im niedersächsischen Gastgewerbe. Die Innenfinanzierungskraft legte in Niedersachsen sowohl im Beherbergungs- als auch im Gastronomiegewerbe zu. Die gute Gesamtentwicklung führte langfristig in allen Segmenten zu einer gestiegenen Schuldentilgungsfähigkeit und höherer Gesamtkapitalverzinsung, unterstrich Thomas Mang anhand sparkasseneigener Bilanzdaten. Daraus folgt: Betriebe können die Schulden schneller tilgen und erreichen eine bessere Verzinsung ihres eingesetzten Kapitals. Frei gewordene unternehmerische Handlungsspielräume müssen dringend für erforderliche Investitionen und den langfristigen Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit eingesetzt werden.

Hannover, 2. Juni 2014

Seite 5

Freizeitwirtschaft und Tagesreisen als wichtige Standbeine des Tourismus in Niedersachsen

Die Besucherzahlen der niedersächsischen Freizeitwirtschaft fielen 2013 deutlich unter das Vorjahresniveau (-3,1 Prozent), allerdings galt dies für fast alle beobachteten Bundesländer. Die Rahmenbedingungen für die Besucherentwicklung waren alles andere als günstig (Witterung, Flutkatastrophe, zunehmender Modernisierungsbedarf). Aber Thomas Mang weiß, nur über neue Besuchsansätze durch inszenierte Erlebnisse und über Sonderaktionen lassen sich bei steigendem Konkurrenzdruck Besucherzuwächse erzielen. Eine gewichtige Rolle für die Entwicklung der Freizeiteinrichtungen spielt der Tagestourismus. Besonders die Städte profitieren von den Ausgaben der Tagesgäste. In den klassischen Urlaubsregionen gilt es vor allem, auch die Übernachtungsgäste zu weiteren Ausflügen zu animieren.

Innovative Unternehmerinnen und Unternehmer fördern und zum Nachahmen animieren

Um Ideen geht es beim Deutschen Tourismuspreis, der sein 10-jähriges Jubiläum feiert und vom Sparkassenverband unterstützt wird. Der Deutsche Tourismusverband zeichnet damit jährlich die besten drei Ideen und ihre ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit aus.