

**Pressemitteilung**

Nr.: 3/2017

## **Sparkassen-Tourismusbarometer 2017:**

### **Tourismus in Niedersachsen mit hoher Dynamik**

**Niedersachsen 3,5 Prozent im Plus**

**Übernachtungszahlen besser als Bundesdurchschnitt**

**Stimmung im Gastgewerbe auf Höhepunkt**

**Problematisch: Online-Portale relevanter als Hotelsterne**

Hannover, 1. Juni 2017

Niedersachsens rund 5.600 gewerbliche Beherbergungsbetriebe verzeichneten 2016 rund 1,5 Millionen Übernachtungen mehr als im Vorjahr (+3,5 Prozent) und steigerten ihr Übernachtungsvolumen auf knapp 42,8 Millionen. Damit lag Niedersachsen auf Platz 3 im Dynamikranking aller Bundesländer und erstmals seit 2009 wieder über dem Bundesdurchschnitt. Alle 13 niedersächsischen Regionen trugen ihren Teil dazu bei. Die Entwicklungsspanne reichte von plus 0,3 Prozent (Braunschweiger Land) bis plus 9,7 Prozent (Mittelweser).

### **Positive Nachfrageentwicklung kommt in den Bilanzen der Betriebe an**

Bereits in den Ergebnissen des letzten Sparkassen-Tourismusbarometers hat es sich angedeutet: Schritt für Schritt schlägt sich der Zuwachs bei den Übernachtungen und Ankünften auch in den betriebswirtschaftlichen Kennzahlen des Gastgewerbes nieder. „Die Eigenkapitalquote ist zwischen 2006 und 2015 um satte 6,5 Prozentpunkte gestiegen und die Schuldentilgungsfähigkeit hat sich verbessert. Die Investitionen haben in den letzten fünf Jahren ebenfalls angezogen und liegen mittlerweile wieder über dem bundesweiten Niveau. Nachholbedarf hat hier jedoch insbesondere die

Für weitere Informationen:  
Michael Schier  
Sparkassenverband  
Niedersachsen  
Schiffgraben 6 – 8  
30159 Hannover  
Telefon +49 511 3603-878  
Telefax +49 511 3603-1878  
michael.schier@svn.de

Hannover, 1. Juni 2017

Seite 2

Gastronomie, um auch deren Bonitätsbewertungen zu verbessern. Das geht aus den Bilanzanalysen der Sparkassen hervor“, betonte Thomas Mang, Präsident des Sparkassenverbands Niedersachsen, bei der Präsentation des Sparkassen-Tourismusbarometers in Hannover.

Diese gute Entwicklung sei das Ergebnis steigender Auslastungswerte und steigender Zimmerpreise sowie einer insgesamt stabilen Kostenbelastung der Beherbergungsbetriebe.

### **Problematisch: Online-Portale beim Buchen relevanter als Hotelsterne**

Die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren vertraut Qualitätsinitiativen mehr als den Bewertungen auf Online-Portalen. Gleichzeitig haben gute Bewertungen jedoch einen höheren Einfluss auf die Buchungswahrscheinlichkeit als die Zertifizierung einer Unterkunft. Der Grund dafür ist einfach: Die Bekanntheit der Qualitätsinitiativen in der deutschen Bevölkerung ist vergleichsweise gering. Die Deutsche Hotelklassifizierung erreicht mit 47 Prozent noch die mit Abstand höchste gestützte Bekanntheit. Buchungs-/Bewertungsportale haben inzwischen eine deutlich bessere Durchdringung. Trivago, Expedia, Booking und HolidayCheck erzielen in der deutschen Bevölkerung gestützte Bekanntheitswerte zwischen 70 und 90 Prozent. „Digitale Sichtbarkeit ist essentiell. Dennoch sollten die Gäste den Online-Portalen nicht blind vertrauen“, so Thomas Mang.

### **Qualitätsinitiativen kämpfen um Zuspruch, aber zahlen sich aus**

Die Qualitätsinitiativen im Deutschland-Tourismus sollten deshalb die eigene Vertriebsrelevanz beziehungsweise die eigene Positionierung kritisch hinterfragen. Denn nicht jede Qualitätsinitiative möchte und soll nach außen wirken. Wichtige Aspekte wie Mitarbeiterzufriedenheit und interne Qualitätssicherung sind mindestens ebenso wichtig. Für die teilnehmenden Betriebe zählt jedoch oft nur die Marketingstärke.

Hannover, 1. Juni 2017

Seite 3

Das Ergebnis: Viele der deutschlandweiten Qualitätsinitiativen kämpfen um Zuspruch, eine Art Zertifizierungsmüdigkeit zeigt sich auch in Niedersachsen.

Dafür gibt es durchaus schlagkräftige Argumente: Eine Analyse im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers zeigt, dass Unterkunftsbetriebe in Niedersachsen, die sich an Qualitätsinitiativen beteiligen, bessere Online-Bewertungen (TrustScores) erzielen. Gäste wiederum buchen häufiger ein Hotel mit höherem Score, und jeder zweite Deutsche ist sogar bereit, für einen Unterkunftsbetrieb mit Top-Gästebewertungen oder auch einer Klassifizierung mehr zu zahlen.

### **Die Tourismusbranche braucht leistungsfähige Qualitätsinitiativen**

Aktuell fehlt es den Qualitätsinitiativen an schlagkräftigen Strukturen und innovativen Konzepten, die eigenen Mehrwerte klar zu kommunizieren. Um ihrer Rolle als Nutzenstifter für die Betriebe wieder stärker gerecht zu werden, müssen sie die eigene Ausrichtung schärfen, sich inhaltlich kontinuierlich weiterentwickeln und im Qualitätsverbund der verschiedenen Initiativen gemeinsam denken und handeln. Aus Gästesicht sollten die Vorteile digitaler Vertriebs-/Bewertungsportale mit nachweisbaren externen Prüfkriterien kombiniert werden. Genau hier liegen große Potenziale für mehr Qualitäts-Transparenz.

### **Niedersächsische Freizeitwirtschaft unter Druck**

Nach leichten Zuwächsen im Vorjahr fiel das Besucherplus der niedersächsischen Freizeitwirtschaft auch 2016 wieder nur verhalten aus. Am Jahresende stand ein Plus von 1,2 Prozent. 2016 waren die Angebotstypen Strandbesucher (+11,0 Prozent gegenüber 2015), Naturinfozentren (+10,9 Prozent) und Ausflugschiffe (+8,4 Prozent) besonders erfolgreich. Freizeit- und Erlebniseinrichtungen (-7,6 Prozent) sowie Museen/Ausstellungen (-5,8 Prozent) hatten dagegen

Hannover, 1. Juni 2017

Seite 4

besonders mit dem zunehmenden Wettbewerbsdruck und sich verändernden Nachfragetrends und -ansprüchen zu kämpfen. Ziel der Freizeitunternehmen muss es sein, die Gästezufriedenheit zu steigern und damit nicht nur die Wiederbesuchs-, sondern auch die Weiterempfehlungsbereitschaft zu erhöhen.