

Touristische Nachfrage in Niedersachsen im Jahr 2017

Jahresbilanz: Übernachtungsplus

Erfolgreiches Tourismusjahr für die rund 5.600 gewerblichen Beherbergungsbetriebe in Niedersachsen: Sie verzeichneten 2017 rund 728.000 Übernachtungen mehr als im Vorjahr (+1,7 Prozent) und steigerten ihr Übernachtungsvolumen auf 43,5 Millionen. Dennoch belegte Niedersachsen im Dynamikranking aller Bundesländer nur einen Platz im unteren Mittelfeld. Auf den vorderen Rängen lagen unter anderem Bundesländer wie Sachsen und Sachsen-Anhalt, die vom Luther-Reformationsjubiläum profitierten. Schleswig-Holstein führt das Ranking an. Ein Großteil der +6,0 Prozent ist dort reales Nachfragewachstum, allerdings war auch eine Statistikumstellung Treiber der Dynamik.

Erfreulich ist die Entwicklung der Gästekünfte: Niedersachsen erreichte im 13. Jahr in Folge Zuwächse. Die Zahl der Ankünfte stieg gegenüber dem Vorjahr um rund 400.000 auf 14,5 Millionen. Dieses Plus von 2,8 Prozent entsprach einem Wert knapp unterhalb des Bundesdurchschnitts, der bei +3,8 Prozent lag. Die Aufenthaltsdauer blieb in Niedersachsen bei konstanten 3,0 Tagen pro Übernachtungsgast. Das Auslastungsniveau der gewerblichen Beherbergungsbetriebe stieg um 0,3 Prozentpunkte auf 33,6 Prozent. Diesen Trend verzeichneten auch 8 von 13 niedersächsischen Reisegebieten. Deutschlandweit stieg die Auslastung

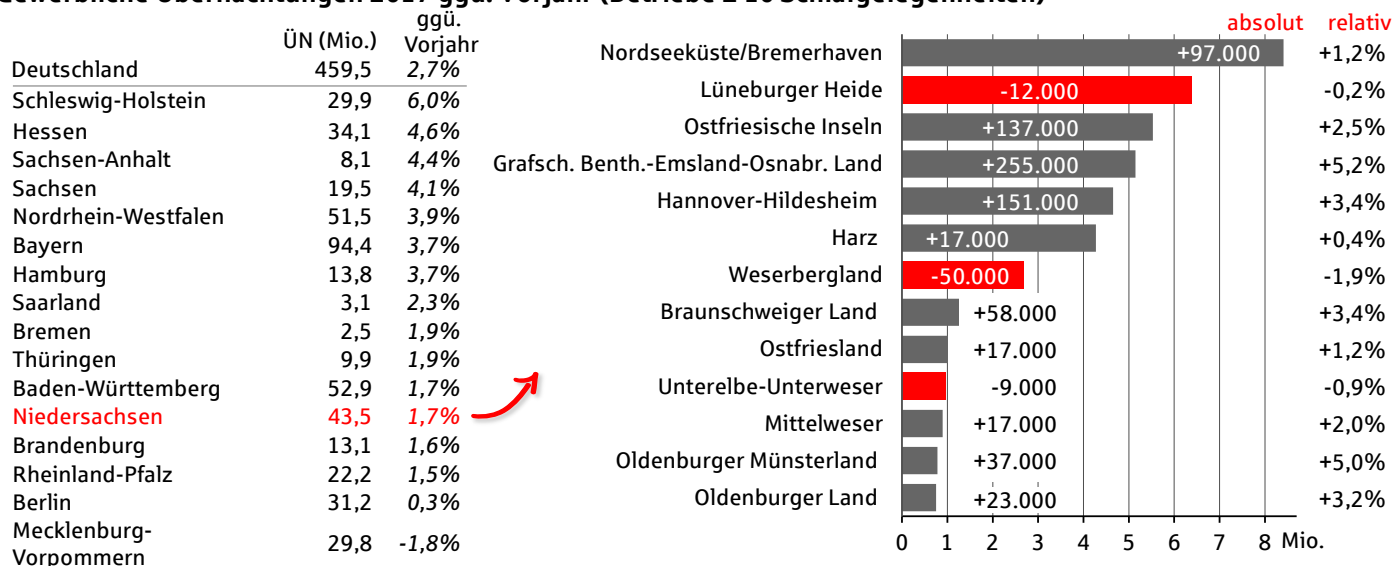
um 0,6 Prozentpunkte auf 38,5 Prozent. Klassischerweise sind die Zahlen in Niedersachsen aufgrund der Betriebsstruktur, der Saisonalität und insbesondere der Bedeutung des Campingmarktes geringer.

Wachstum in fast allen Regionen

10 der 13 niedersächsischen Reisegebiete verbesserten ihr Vorjahresergebnis bei der Übernachtungsnachfrage. Ebenfalls 10 von 13 Destinationen freuten sich über ein Allzeithoch bei der Übernachtungsnachfrage.

Die Entwicklungsspanne gegenüber dem Vorjahr reichte von -1,9 Prozent im Weserbergland bis +5,2 Prozent in der GEO-Region, die gleichzeitig das höchste absolute Wachstum verzeichnete. Die städtisch geprägten Regionen Hannover-Hildesheim und Braunschweiger Land befanden sich nach einem weniger dynamischen Vorjahr wieder im Aufwind. Die Ostfriesischen Inseln übertrafen den Landesdurchschnitt deutlich, auch dank eines Kapazitätsausbaus. Die Nordseeküste und Ostfriesland lagen 2017 ebenfalls weiter auf Wachstumskurs. Eine wenig dynamische Entwicklung zeigten die beiden niedersächsischen Mittelgebirgsregionen Harz und Weserbergland sowie die Volumenregion Lüneburger Heide.

Gewerbliche Übernachtungen 2017 ggü. Vorjahr (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)



Quelle: dwif 2018, Daten Statistisches Bundesamt und LSN (rundungsbedingte Abweichungen vom Gesamtergebnis)

7 von 12 Monaten im Plus

Der Niedersachsen-Tourismus startete mit einem dynamischen Januar, der sich bereits im Vorjahr stark zeigte. Der monatliche Vergleich zwischen März und Mai ist durch die Verschiebung der Feiertage geprägt: Die Ostertage fielen 2016 in den März, 2017 in den April. In Summe blieben beide Monate deutlich über dem Vorjahreswert (+5,4 Prozent). Die Pfingsttage fielen 2017 in den Juni (Vorjahr Mai) und sorgten zusammen ebenfalls für positive Impulse. In den Sommermonaten ist aufgrund kapazitärer Beschränkungen auf hohem Niveau kaum noch Potenzial vorhanden und wenn, dann jenseits der Küste und Inseln. Besonders erfreulich zeigte sich der Jahresschluss spurt.

Inlands- und Auslandstourismus wachsen gleichauf

Der niedersächsische Inlandsmarkt machte 2017 rund 91 Prozent der Gesamtnachfrage aus. Dabei entwickelte er sich relativ betrachtet in etwa so dynamisch wie der Markt ausländischer Gäste. Der Marktanteil der Inländer stieg somit leicht an. Die Top-Auslandsmärkte zeigten sich uneinheitlich: Während die Nachfrage aus Österreich (+16,3 Prozent) und der Schweiz (+3,6 Prozent) zum Teil deutlich zulegte, sanken die Übernachtungszahlen aus den Niederlanden (-2,6 Prozent) und dem größten Überseequellmarkt USA (-1,2 Prozent).

Hotellerie als einziger Betriebstyp deutlich im Plus

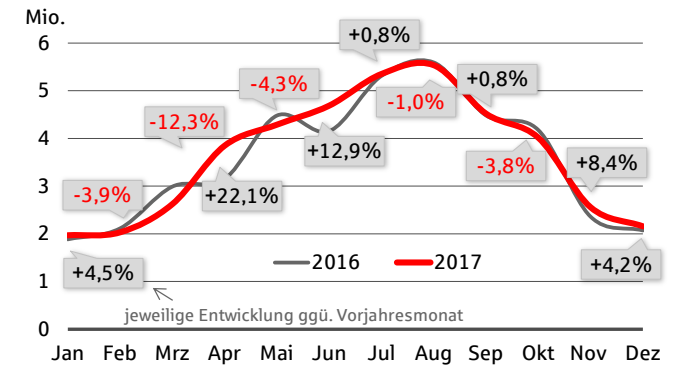
Die Hotellerie, darunter die Hotels (+4,3 Prozent) und Hotels garnis (+3,4 Prozent) erreichte als einziger Betriebstyp eine Dynamik über dem Landeswert. Sie waren die Zugpferde 2017. Der Campingsektor schloss das Jahr trotz hoher Nachfrageeinbußen in den Sommermonaten noch leicht im Plus ab. Gleiches gilt für die niedersächsischen Ferienzentren, die in den Monaten mit dem höchsten Übernachtungsvolumen Juli und August das Vorjahresniveau nicht halten konnten. Für beide zeigt sich daran die strategische Bedeutung der Vor- und Nachsaison.

Destinationstypen: Städte und Seen obenauf

Nach einem durchwachsenen Vorjahr legten die niedersächsischen Städte über 100.000 Einwohner wieder zu (+3,2 Prozent), darunter besonders die Städte zwischen 200.000-500.000 Einwohnern (+10,9 Prozent). Die niedersächsischen Mittelgebirgsdestinationen (-0,5 Prozent) verpassten die Dynamik ihrer Wettbewerber. Die Küstenregionen setzten ihren Wachstumstrend fort, allerdings regional sehr unterschiedlich: Das Plus der niedersächsischen Küstendestinationen (+1,6 Prozent) lag leicht unterhalb der Entwicklung der schleswig-holsteinischen Wettbewerber (Achtung: Statistikanpassung an der Nordsee in SH). Die Küstenregionen in Mecklenburg-Vorpommern stagnierten.

Niedersachsen: Monatliche Übernachtungen ggü. Vorjahr

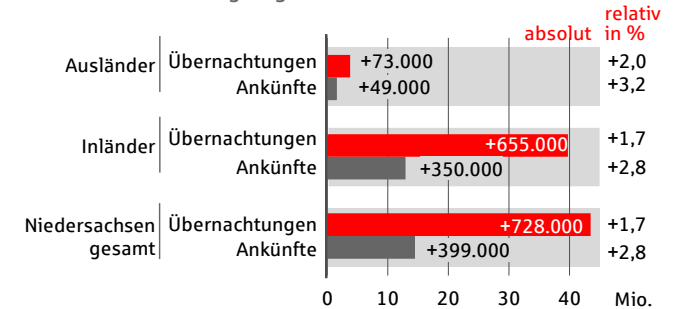
Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten



Quelle: dwif 2018, Daten LSN

Niedersachsen: Ankünfte/Übernachtungen 2017 ggü. Vorjahr

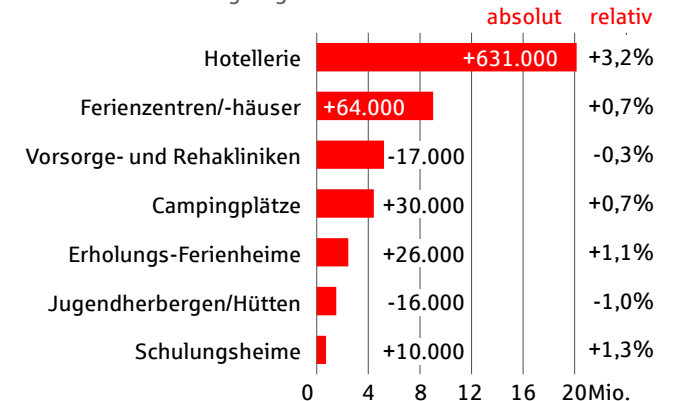
Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten



Quelle: dwif 2018, Daten LSN (absolute Werte gerundet)

Übernachtungen nach Betriebstypen 2017 ggü. Vorjahr

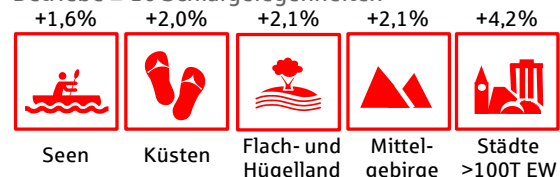
Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten



Quelle: dwif 2018, Daten LSN (absolute Werte gerundet)

Destinationstypen in Deutschland: Übernachtungen 2017 ggü. Vorjahr

Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten



Quelle: dwif 2018, Daten Statistisches Bundesamt und Landesämter

Vorjahresvergleich betrieblicher Kennziffern: Innenfinanzierungskraft im Beherbergungsgewerbe steigt

Die Cash-Flow Rate gilt als wichtiger Indikator für die Innenfinanzierungskraft: Bei steigendem Cash-Flow stehen den Betrieben mehr finanzielle Mittel für unternehmerische Entscheidungen zur Verfügung. Dies ist insbesondere im Gastgewerbe von Bedeutung, wo häufig geringe Eigenkapitalquoten bei Investitionen sowie relativ überschaubare Gewinnmargen die Situation prägen.

In Niedersachsen entwickelte sich die Cash-Flow-Rate der Betriebe je nach Teilbranche in unterschiedliche Richtungen. Das Beherbergungsgewerbe hatte seit 2010 nachhaltig von der Mehrwertsteuersenkung profitiert. 2015 stieg die Cash-Flow-Rate im Vergleich zum Jahr 2014 um 0,6 Prozentpunkte, bleibt damit stabil und hält sich auch deutlich über dem deutschlandweiten Niveau. Entscheidend für den künftigen Erfolg ist nun, wie die Beherbergungsbetriebe die zusätzlichen Mittel einsetzen. Für manche dürfte die Beseitigung von Instandhaltungsstaus an erster Stelle stehen. Zudem sollten notwendige Investitionen in das Personal (Weiterbildung, Gehaltsanpassung etc.), in die Qualität (Prozessoptimierung, Zertifizierung etc.) oder in das Marketing (Online-Aktivitäten, Kundenbindung etc.) geprüft werden. Bereits gut aufgestellte Betriebe könnten auch in die Digitalisierung der Betriebsabläufe investieren. Die Investitionshöhe und -art sollte jeder

Betrieb durch eine vorangestellte Bestandsaufnahme oder Betriebsanalyse bestimmen.

Die niedersächsische Gastronomie konnte sich nicht der positiven Entwicklung des Beherbergungsgewerbes anschließen. Nach einem zweijährigen Anstieg sank die Innenfinanzierungskraft von 2014 zu 2015 um 1,2 Prozentpunkte (bundesweit -1,3 Prozentpunkte). Entgegensteuernde Maßnahmen der Gastronomiebetriebe wären etwa die Anhebung der Preise oder die Verbesserung der Produktivität – zum Beispiel Kapazitäten besser auslasten, Personal effizienter einsetzen, Öffnungszeiten anpassen. Häufig ist dies nur unter veränderten Rahmenbedingungen wie einem neuen Konzept, einer neuen Zielgruppenansprache, einer neuen Speisekarte etc. möglich. Ausgangspunkt für Preis- und/oder Produktivitätssteigerungen ist ebenfalls eine Prüfung betriebsinterner Stärken/Schwächen sowie externer Rahmenbedingungen am Markt beziehungsweise Standort.

Vorjahresvergleich der Cash-Flow-Rate im Gastgewerbe

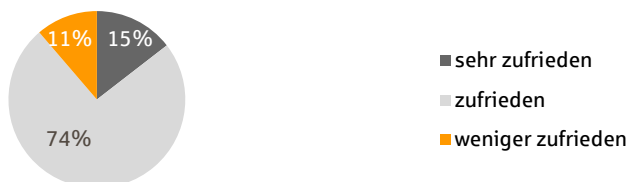
	2014		2015	
	Beherbergung	Gastronomie	Beherbergung	Gastronomie
Niedersachsen	15,7	14,4	16,3	13,2
Deutschland	15,5	14,3	15,1	13,0

Quelle: dwif 2017, Daten: DSV EBIL-Bilanzdaten

Stimmungsumfrage bei niedersächsischen Touristikern

Dreimal jährlich findet die Online-Stimmungsumfrage der örtlichen und regionalen Touristiker in Niedersachsen statt. Die Beteiligung an der Umfrage im Februar 2018 lag bei 67 Prozent (das Panel umfasst 93 Organisationen, 62 haben geantwortet).

Zufriedenheit der niedersächsischen Touristiker mit dem Jahr 2017



Quelle: dwif 2017, Stimmungsumfrage

Jahr 2017: Zufriedenheit weiter auf hohem Niveau!

Die Stimmung unter den niedersächsischen Touristikern war im Jahr 2017 erneut gut. 89 Prozent und damit etwas mehr als im Vorjahr, waren mit der Tourismusentwicklung sehr zufrieden/zufrieden. Allerdings ist der Anteil derer, die sehr zufrieden waren von 32 auf

15 Prozent gesunken. Als Grund hierfür wurde in den meisten Fällen das durchwachsene Wetter in der zweiten Jahreshälfte angegeben.

Herausforderungen für die Touristiker 2018

Tourismusorganisationen stehen wie Betriebe ständig vor neuen Anforderungen, die nur mit einem entsprechenden Etat sowie einer guten Personalausstattung zu bewältigen sind. Im Jahr 2017 bezeichneten nur 23 Prozent ihren Gesamtetat und 21 Prozent ihre Personalausstattung als gut. Damit hat sich die Situation im Vergleich zu 2016 leicht verschlechtert. Und auch für 2018 sind die Touristiker in Niedersachsen mit Blick auf den Gesamtetat etwas skeptischer als noch im Vorjahr: nur 13 Prozent gehen von einem höheren Etat aus. Die Entwicklung der Personalausstattung wird hingegen etwas besser bewertet als im Vorjahr.

Die Prioritäten bei den Aufgabenbereichen haben sich 2018 etwas verschoben: Das Außenmarketing führt die Liste zwar mit 40 Prozent wieder an. Einen starken Bedeutungszuwachs erlebt das Innenmarketing bei niedersächsischen Tourismusorganisationen. In den letzten Jahren nur von rund einem Viertel der Befragten zu den drei wichtigsten Arbeitsschwerpunkten gezählt, nimmt es 2018 (37 Prozent) einen deutlich

höheren Stellenwert ein. Weiterhin wichtig bleibt auch die Strukturentwicklung der eigenen Organisation (34 Prozent). Stark an Bedeutung verloren haben hingegen die Produktentwicklung sowie die Attraktivitätserhöhung bestehender Infrastruktur. Beide Arbeitsfelder lagen 2017 an der Spitze. Hier ist davon auszugehen, dass die entsprechenden Maßnahmen zunächst im Markt wirken müssen.

Freizeitwirtschaft Niedersachsen: Besuchermonitoring

Ein wichtiger Indikator für die Nachfrageentwicklung im Tourismus sind die Besucherzahlen tourismusrelevanter Einrichtungen und Angebote der Freizeitwirtschaft. Hierzu zählen Erlebnisbäder, Museen/Ausstellungen, Naturinfozentren, Zoos, Ausflugsschiffe/Fähren, Schlösser/Burgen, Bergbahnen, Freizeit-/Erlebniseinrichtungen, Stadtführungen etc.

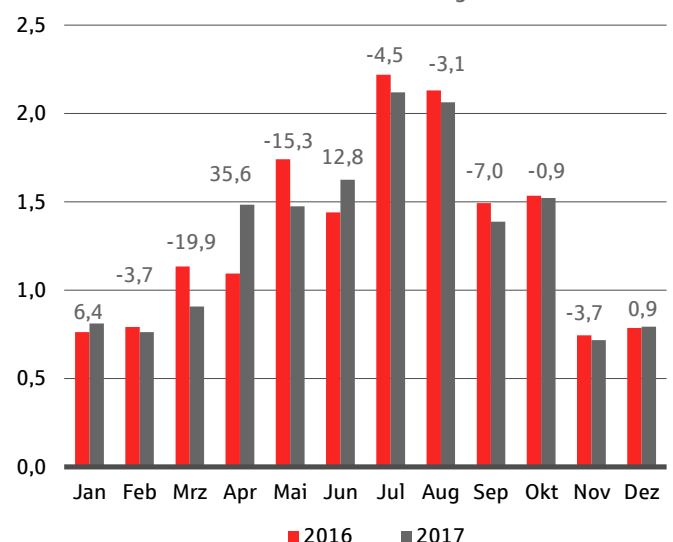
Januar bis Dezember 2017: -1,2 Prozent Neue Impulse bleiben aus

Bereits im vierten Jahr in Folge brachte die Besucherentwicklung keine größeren Veränderungen mit sich. Das Besucherminus 2017 in Höhe von -1,2 Prozent entsprach in etwa den Zuwächsen des Vorjahres. Insgesamt rutschte die Bilanz bei rund 58 Prozent aller Einrichtungen in die Minuszone. Natürlich gab es auch Gewinner: Einige Einrichtungen setzten sich durch Sondereffekte wie herausragende Veranstaltungen deutlich vom Gesamtmarkt ab. Insgesamt braucht die niedersächsische Freizeitwirtschaft jedoch mehr attraktive Events und Erlebnisorientierung, denn in der Gesamtbilanz schlugen sich die dadurch ausgelösten Impulse in den letzten Jahren immer weniger nieder.

Zunächst verlief der Jahresstart 2017 ganz typisch für einen späten Osterferientermin. So waren die hohen Einbußen im März (-19,9 Prozent) in erster Linie auf die Verschiebung der Osterferien zurückzuführen. Die Zuwächse im April (+35,6 Prozent) überstiegen die Verluste im Vormonat jedoch deutlich, so dass die Bilanz bis dahin um 4,8 Prozent über dem Vorjahr lag. Im Mai rutschten die Besucherzahlen dann deutlich in die Minuszone. Dieser Monat wies im Vergleich zum Vorjahr nur vier Wochenenden auf (2016: 5). Noch entscheidender dürfte sich aber die Lage der Pfingstferien auf die Bilanz ausgewirkt haben. Pfingsten fand 2017 erst im Juni (Vorjahr Mai) statt. Doch der Juni konnte im Gegensatz zur Übernachtungsentwicklung nicht für den erwarteten Ausgleich sorgen. Blickt man auf die Marktstrukturen, so haben es die Einrichtungen nicht geschafft, insbesondere die einheimischen Tagesausflügler ausreichend zu mobilisieren. In den Folgemonaten ging es dann fast nur noch bergab. Gerade in den Sommermonaten blieben spürbare Akzente aus. Seinen Anteil dürfte das unbeständige Wetter bzw. der Stark- und Dauerregen im Hochsommer (in erster Linie im Juli) gehabt haben, vor allem bei den stark wetterabhängigen Angebotskategorien.

Besucherzahlen Januar bis Dezember 2017 ggü. Vorjahreszeitraum in Niedersachsen

Besucherzahlen in Millionen, Veränderung in Prozent



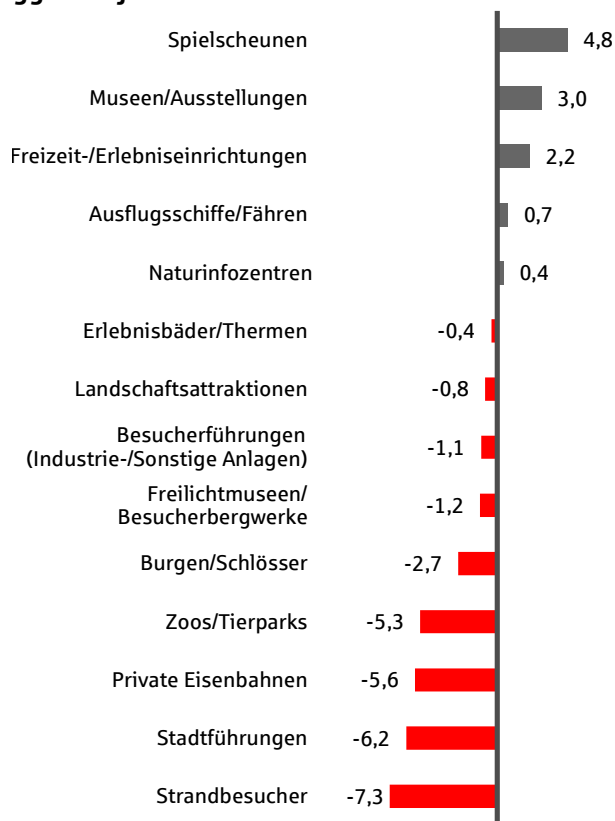
Quelle: dwif 2018, Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

Spielscheunen: +4,8 Prozent Spitzenreiter



In sehr ausgeprägter Form zeigte sich 2017 der Ostereffekt in dieser Kategorie mit deutlichen Zuwächsen im April, die die Einbußen im März voll kompensierten. In den Folgemonaten blieben die Spielscheunen auf Wachstumskurs. Lediglich im Juni und August waren Verluste hinzunehmen. Ihre Entwicklung zeigte sich nicht selten entgegengesetzt zu den Strandbesuchen: Ist das Wetter gut, punkten die Strände. Zeigt sich ein Sommer eher regnerisch und unbeständig, machen die Spielscheunen das Rennen. Auch die weiterhin hohe Bedeutung der Familien als Zielgruppen zeigt sich in dieser Beobachtung, die jüngst auch durch die Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. bestätigt wurde. Gerade in den Küstenregionen stellen die Spielscheunen ein klassisches Schlechtwetterangebot dar.

Besucherentwicklung Januar bis Dezember 2017 ggü. Vorjahreszeitraum in Prozent in Niedersachsen



Quelle: dwif 2018, Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

Museen/Ausstellungen: +3,0 Prozent Besucherplus, aber ...



Niedersächsische Museen und Ausstellungen gehörten 2017 zu den wenigen Gewinnern. An der schwierigen Marktposition hat sich dennoch kaum etwas geändert. 2016 bewegten sich die Besucherzahlen auf einem sehr niedrigen Niveau, was die aktuellen Zuwächse relativiert. Dennoch: 53 Prozent aller Einrichtungen fanden sich auf der Gewinnerseite wieder. Einzelne Häuser bilanzierten einen überdurchschnittlich hohen Besucheranstieg und beeinflussten damit den Gesamttrend. Deutliche Impulse waren einmal mehr die Folge von Sondereffekten. So waren etwa die Römer- und Germanentage 2017 im Museum und Park Kalkriese ein Besuchermagnet. Die ersten sechs Monate zeigten keine größeren Besonderheiten im Vergleich zu anderen Kategorien. Bis zum Jahresende ging es allerdings fast nur noch bergauf (Ausnahme November). Offenbar kam den musealen Einrichtungen die Witterung in den Sommermonaten entgegen.

Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: +2,2 Prozent Das reicht nicht



Im Vorjahr bildeten die Freizeit- und Erlebniseinrichtungen mit überdurchschnittlich hohen Verlusten das Schlusslicht unter allen Angebotskategorien. Das aktuelle Besucherplus 2017 ist somit als Aufholprozess anzusehen. Im Detail zeigte sich die Situation auch nur durchwachsen. Gewinner und Verlierer hielten sich die Waage. Tendenziell verzeichneten vor allem die größeren Anbieter eine steigende Nachfrage. Einzelne Indoor-Angebote profitierten zudem von der durchwachsenen Witterung während der Ferienzeiten.

Ausflugsschiffe/Fähren: +0,7 Prozent Am Ende wurde es doch noch knapp



Im ersten Halbjahr bauten die Ausflugsschiffe und Fähren ein großes Polster auf. Ein schwacher Spätsommer/Herbst ließ die Bilanz jedoch fast wieder auf null rutschen. So lagen die Fahrgastzahlen im September um 8,3 Prozent unter dem Vorjahr. Im Oktober betrug die Einbußen sogar 9,8 Prozent. Am Ende reichte es schließlich noch für eine schwarze Null. Auch im Detail zeigte sich die Situation nur durchwachsen. Die Gewinner waren nur knapp in der Überzahl.

Naturinfozentren: +0,4 Prozent Messlatte lag hoch



Die Naturinfozentren hatten 2017 eine anspruchsvolle Messlatte aus dem Vorjahr zu überwinden. Investitionen und damit verbundene Attraktivitätssteigerungen spielten hierbei eine wichtige Rolle. Vor diesem Hintergrund ist das kleine Besucherplus durchaus als Erfolg zu werten. In den einzelnen Monaten zeigten sich starke Schwankungen. In negativer Hinsicht fiel vor allem das erste Quartal ins Auge. Auch im Mai lief es nicht besonders gut. Dank hoher Zuwächse im April, Juni und überraschenderweise auch November retteten sich die Einrichtungen aber noch knapp in den positiven Bereich. Insgesamt zeigte sich das Verhältnis zwischen Gewinnern und Verlierern ausgeglichen.

Erlebnisbäder/Thermen: -0,4 Prozent Keine größeren Überraschungen



Wie so oft zeigten die Besucherzahlen der Erlebnisbäder und Thermen keine größeren Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr. Sowohl das Nachfragepotenzial in der Bevölkerung und bei Urlaubern, als auch das Angebot u.a. aufgrund der hohen Investitionskosten erweisen sich hier äußerst stabil. Im Detail zeigten sich jedoch starke Schwankungen. Veränderungsdaten in zweistelliger Höhe waren keine Seltenheit. Insgesamt verkauften zwei von fünf Bädern mehr Eintrittskarten als im Vorjahr – darunter auch einzelne Anbieter mit

deutlichen Zuwächsen, die für Akzente bei der Gesamtbilanz sorgten. Tendenziell gehörten vor allem Bäder mit Fokus auf Gesundheit und Wellness zu den Gewinnern. Prozentual und absolut gesehen gingen im Jahresverlauf im Mai (-14,6 Prozent) die meisten Besucher verloren.

Landschaftsattraktionen: -0,8 Prozent Schwachtes Ostergeschäft



Leider profitierten die Landschaftsattraktionen 2017 nicht stark genug vom Ostergeschäft. Die Zuwächse im April (+37,4 Prozent) reichten nicht, um die hohen Verluste im März (-45,7 Prozent) auszugleichen. Anders als den meisten Kategorien gelang zwar im Mai ein Besucherplus; im darauffolgenden Juni fiel das Vorzeichen jedoch trotz der Feiertage negativ aus. Gleiches galt für die Monate Juli und August. Ein gutes Herbstgeschäft sorgte immerhin für Impulse bei der Gesamtbilanz, wenngleich es nicht mehr ganz für die Trendwende reichte. Dabei registrierte die Hälfte der Anbieter ähnliche Besucherzahlen wie im Vorjahr – darunter vor allem die besucherstarken Angebote.

Besucherführungen: -1,1 Prozent Die Kleinen verlieren



Während sich die größeren Anbieter dieser Kategorie 2017 relativ gut schlugen, hatten vor allem kleinere Führungsangebote mit Verlusten zu kämpfen. Daher rutschte die Bilanz auch nur knapp in die Minuszone. Ähnlich wie bei den Freilichtmuseen und Besucherbergwerken wies der Monatsverlauf starke Schwankungen auf. Hier stellt sich die Frage, ob bekanntere Marken bzw. Namen aktuell auch bei den Führungen eine größere Zugkraft entfalten, oder ob 2017 dahingehend ein Ausnahmejahr war.

Freilichtmuseen/Besucherbergwerke: -1,2 Prozent Wechselhaft



Bereits der Jahresauftakt verlief für die Freilichtmuseen und Besucherbergwerke denkbar schlecht. Immerhin sorgte das Ostergeschäft im April für einen gewissen Ausgleich (+51,1 Prozent). Doch eine echte Kehrtwende blieb aus. Die Folgemonate zeigten sich sehr durchwachsen. Obwohl die Gewinner am Ende sogar in der Überzahl waren, reichte es nicht mehr ganz für ein positives Vorzeichen.

Burgen/Schlösser: -2,7 Prozent Kurz vor knapp doch noch abgerutscht



Die Verschiebung der Osterferien machte sich unter dem Strich kaum in der Gesamtbilanz bemerkbar. Sehr starke Schwankungen zeigten sich dagegen im Mai (-45,0 Prozent) und Juni (+90,5 Prozent). Dies lag vor allem an der Verschiebung von Veranstaltungen zu

Pfingsten. Es folgten weiterhin wechselhafte Monate. Ende Oktober lag die Bilanz sogar noch leicht im Plus. Leider gab ein deutlich schlechteres Weihnachtsgeschäft als im Vorjahr den Ausschlag für die Negativbilanz. Insgesamt verzeichneten fast 80 Prozent der Burgen und Schlösser rückläufige Besucherzahlen.

Zoos/Tierparks: --5,3 Prozent Mehrheit verliert



Zoos und Tierparks gehören zu den Kategorien, die in besonderem Maße auf günstige Witterung angewiesen sind. Vor diesem Hintergrund zeigten sich die Bedingungen 2017 alles andere als optimal. So wurden unter dem Strich auch deutlich weniger Eintrittskarten als im Vorjahr verkauft. Großen Anteil hieran hatte ein überaus schwacher Sommer mit den bereits erwähnten Stark- und Dauerregen. Von Mai bis September fielen die Vorzeichen fast durchgängig negativ aus (Ausnahme Juni: +8,5 Prozent). Herbe Verluste waren vor allem im Mai (-23,7 Prozent) zu verkräften. Auch der September zog die Bilanz (-17,6 Prozent) nach unten. Insgesamt standen am Ende des Jahres drei Viertel der Zoos und Tierparks mit negativer Besucherbilanz da.

Private Eisenbahnen: -5,6 Prozent Kein Dampf



Die privaten Eisenbahnen beförderten 2017 deutlich weniger Fahrgäste als im Vorjahr. In den meisten Monaten rutschte die Bilanz in die Minuszone. Als besonders schwach erwies sich wie in vielen anderen Kategorien der Mai (-24,0 Prozent). Letztlich konnten sich nur wenige der Anbieter dem Negativtrend entziehen.

Stadtführungen: -6,2 Prozent Erschwerte Bedingungen



Die Stadtführungen schlossen das Jahr 2017 mit deutlichen Verlusten ab. Allerdings hatte es diese Kategorie auch mit erschwerten Bedingungen zu tun. Stellenweise behinderten Baumaßnahmen in Innenstädten bzw. an Schlüsselattraktionen den Betrieb. Dadurch war gerade das Ostergeschäft stark in Mitleidenschaft geraten. Andererseits wirken diese Maßnahmen attraktivitätssteigernd für die Zukunft. Zudem führte in Einzelfällen der Wegfall von Sonderveranstaltungen zu weiteren Einbußen. Doch auch ohne diese Sondereffekte wäre das Ergebnis negativ ausgefallen. So verzeichneten nicht wenige der Anbieter Rückgänge in zweistelliger Höhe.

Strandbesucher: -7,3 Prozent Weit zurückgefallen



Die Zuwächse im April (+123,9 Prozent) und Juni (+44,7 Prozent) zeigten sich mehr als erfreulich. Doch für diese Kategorie ist das Ergebnis im Hochsommer entscheidend. Und in dieser Zeit lief es aufgrund des unbeständigen Wetters alles andere als gut. Von Juli bis September lagen die Besucherzahlen etwas mehr als ein Fünftel unter dem Vorjahresniveau. Besonders der September (-48,5 Prozent) schlug kräftig zu Buche. Von den Rückgängen 2017 waren fast alle erfassten Strände betroffen. Ein Trostpflaster gab es aber trotzdem, denn die aktuellen Verluste fielen immer noch geringer aus als die deutlichen Zuwächse im Vorjahr. Damit liegt das absolute Niveau noch über den Zahlen von 2015.

Besucherentwicklung Januar bis Dezember 2017 nach ausgewählten Bundesländern/Regionen

Sachsen-Anhalt:	+6,4 Prozent
Schleswig-Holstein (vorläufig):	+3,6 Prozent
Mecklenburg-Vorpommern:	+1,2 Prozent
Sachsen:	+1,2 Prozent
Thüringen:	+1,1 Prozent
Westfalen-Lippe (vorläufig):	-0,5 Prozent
Niedersachsen:	-1,2 Prozent
Brandenburg:	-3,5 Prozent

Auch wenn das Besucherminus nur relativ klein ausfiel, gehörte Niedersachsen 2017 zu den schwächeren Bundesländern. Im Küstenbundesländervergleich machte Schleswig-Holstein das Rennen mit einem starken Besucherwachstum in Höhe von 3,6 Prozent. Zu den positiven Einflussfaktoren gehörten neben Sonderausstellungen auch Jubiläen.

Sachsen-Anhalt belegte insgesamt die Spitzenposition im Gesamtranking. Hier machten sich vor allem die positiven Effekte des Reformationsjubiläums bemerkbar. Zu den großen Gewinnern zählten dort Museen und Ausstellungen sowie Stadtführungen. Die höchsten Verluste fuhr Brandenburg ein. Fast keine Kategorie blieb hier von rückläufigen Besucherzahlen verschont. Die Bilanz in Westfalen-Lippe rutschte nur leicht in die Minuszone. Hier sorgten jedoch herausragende Sonderausstellungen 2016 für einen regelrechten Besucherboom.

Liebe Leserinnen und Leser,

das Sparkassen-Tourismusbarometer Niedersachsen ist eine viel genutzte Branchenanalyse sowie ein Ideenpool und Ratgeber für die Tourismuswirtschaft. Der Sparkassenverband Niedersachsen freut sich, mitteilen zu können, dass die Weiterführung des Tourismusbarometers Niedersachsen für die Jahre 2018 bis 2020 beauftragt wurde.

In Abänderung der bisherigen Praxis umfasst das Leistungspaket für die nächsten drei Jahre die Ausarbeitung eines Branchenthemas. Die Ergebnisse werden in einer Präsentationsveranstaltung im Jahr 2020 vorgestellt. In den Jahren 2018 und 2019 wird es keine Präsentationsveranstaltung geben. Wie gewohnt wird in jedem Jahr ein Jahresbericht „Sparkassen-Tourismusbarometer Niedersachsen“ mit allen relevanten Daten und Entwicklungen des Tourismus im Land, der Rolle von Qualität im Niedersachsen-Tourismus, den Kennzahlen zur betriebswirtschaftlichen Lage der Betriebe des Gastgewerbes sowie den Erkenntnissen zur Freizeit- und Kulturwirtschaft erarbeitet und veröffentlicht. Zudem wird es keine Zwischenberichte mehr geben. Für alle Partner aus der Freizeit- und Kulturwirtschaft ändert sich jedoch nichts. Sie können sich im Rahmen ihrer Dateneingabe über das WEBMARK-System jederzeit unterjährig ihre individuellen Zahlen und Wettbewerbsvergleiche ziehen.

Wer macht das Tourismusbarometer?

Das Tourismusbarometer ist eine Leistung der niedersächsischen Sparkassen. Herausgeber ist der Sparkassenverband Niedersachsen (SVN). Wissenschaftlich betreut und durchgeführt wird es von der dwif-Consulting GmbH.

Wo bekommt man mehr Informationen?

Der Jahresbericht 2018 des Sparkassen-Tourismusbarometers Niedersachsen steht ab Frühsommer 2018 als Online-Version unter www.svn.de/sparkassen/tourismusbarometer.html zum Download bereit. Weitere Informationen rund um das Tourismusbarometer finden Sie ebenfalls online, wie den Bestellvordruck für den Jahresbericht 2017 mit dem Branchenthema „Erfolgsfaktor Qualität im Niedersachsen-Tourismus: Der Weg zum Gäste-Glück“.

Sparkassen-Tourismusbarometer Niedersachsen – Ihre Ansprechpartner:

Erstellung: dwif-Consulting GmbH
Lars Bengsch
089/23 702 89 – 0
l.bensch@dwif.de
www.dwif.de

Auftraggeber: Sparkassenverband Niedersachsen
Volkmar Jaath
0511/36 03 – 616
Volkmar.Jaath@svn.de
www.svn.de