

# Fokus Niedersachsen

Unser Blickpunkt auf die Wirtschaft



## Rekordjahr oder Wunden lecken – Wie kommt Niedersachsens Tourismuswirtschaft durch das Jahr 2023?

Juni 2023



# Wer wir sind

Die IHK Niedersachsen ist die Landesarbeitsgemeinschaft der sieben niedersächsischen Industrie- und Handelskammern:

- IHK Braunschweig
- IHK Hannover
- IHK Lüneburg-Wolfsburg
- Oldenburgische IHK
- IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim
- IHK für Ostfriesland und Papenburg
- IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum

Sie vertritt rund 500.000 gewerbliche Unternehmen gegenüber Politik und Verwaltung.

## Rekordjahr oder Wunden lecken –

Wie kommt Niedersachsens Tourismuswirtschaft durch das Jahr 2023?



Nach zwei Jahren mit pandemiebedingten Lockdowns und Reisebeschränkungen konnte die Tourismuswirtschaft 2022 wieder relativ normal in die Saison starten. Der russische Angriff auf die Ukraine stellte die Branche aber schnell vor neue Herausforderungen: Sorgen über die Energieversorgung und steigende Energiepreise lösten die Hoffnung auf eine Erholung von den pandemiebedingten Einbrüchen ab. Nicht zuletzt sorgt die kräftig angestiegene Inflationsrate für Unsicherheiten.

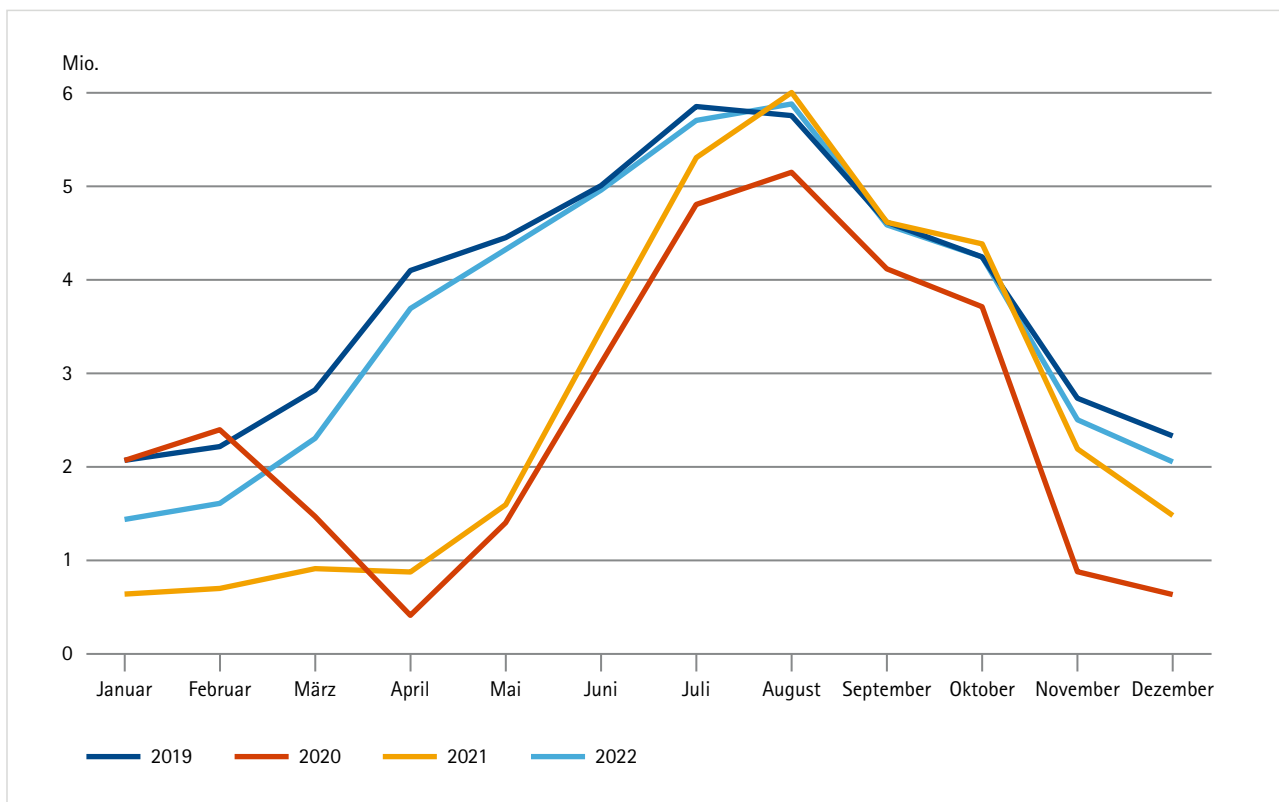
Die statistischen Erhebungen zeigen, dass die Übernachtungszahlen in Niedersachsen 2022 beinahe wieder das Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019 erreicht haben. Auch die Aussichten für das Jahr 2023 sind gut. Die großen deutschen Tourismusstudien belegen: Die Menschen wollen reisen und sind auch bereit, dafür Geld auszugeben.

Doch decken sich die Ergebnisse der Studien, die ausschließlich die potenziellen Touristen – und damit die Nachfragesicht – befragten, mit der Praxis, also den Erfahrungen der Unternehmen? Wie ist die aktuelle Stimmung in der Tourismusbranche in Niedersachsen? Und: Wie hat sich das Reiseverhalten durch Corona, Krieg und Inflation verändert? Gibt es Änderungen im Buchungsverhalten, Ausgabeverhalten oder beim Reiseanlass? Welche Spuren haben die Krisen hier hinterlassen?

In der IHKN-Saisonumfrage wurden vom 10. April bis 5. Mai 2023 insgesamt 560 Tourismusunternehmen aus ganz Niedersachsen zu diesen und weiteren Themen befragt.



## 2023 – ein Rekordjahr für die niedersächsische Tourismuswirtschaft?



### Gästeübernachtungen in Niedersachsen

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

Für das Jahr 2022 ermittelte das Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN) 13,6 Mio. Gästeankünfte<sup>1</sup>. Die Zahl der gebuchten Übernachtungen lag bei knapp 43,3 Mio. Das Niveau des touristischen Rekordjahres 2019 mit mehr als 15,4 Millionen Gästeankünften und über 46,2 Millionen gebuchten Übernachtungen wurde damit noch nicht wieder erreicht. Im Vergleich zu 2019 fiel das Ergebnis für die Zahl der Gäste um 11,5 Prozent niedriger aus. Auch die Zahl der Übernachtungen im Jahr 2022 lag um 6,4 Prozent unter dem Wert des Jahres 2019. In einigen Regionen wurden die

Zahlen von 2019 aber bereits wieder übertroffen. So lagen die Übernachtungszahlen in den Reiseregionen Mittelweser (+23,2 Prozent), Untere Elbe-Unteres Weser (+4,7 Prozent), Oldenburger Münsterland (+2,9 Prozent) und Ostfriesland (+0,3 Prozent) über dem Vorkrisenniveau.

Glaubt man den großen Tourismusstudien, könnte das Jahr 2023 ein Rekordjahr für die deutsche Tourismuswirtschaft werden.

<sup>1</sup> Die Daten des Landesamtes für Statistik Niedersachsen (LSN) erfassen die Übernachtungen und Ankünfte in Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Betten und auf den Campingplätzen mit mindestens zehn Stellplätzen für Urlaubscamping.



Die **Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reise e.V. (FUR)**<sup>2</sup>, die jedes Jahr mit über 13.000 Interviews das Reiseverhalten der Deutschen untersucht, kommt zu dem Schluss: 70 Prozent der Bevölkerung planen 2023 sicher zu verreisen, 18 Prozent sind unsicher und nur 13 Prozent planen keine Reise. Diese Werte liegen auf dem Rekord-Level der „Vor-Corona-Zeit“. Für 2023 geht die Studie davon aus, dass die Deutschen zwischen 65 und 75 Mio. Urlaubsreisen<sup>3</sup> unternehmen – die für das bisherige Rekordjahr 2019 prognostizierten Zahlen in Höhe von 71 Mio. Urlaubreisen könnten damit übertroffen werden. Die Anteile der Reisen, die ins Inland, in die Nachbarländer, an das Mittelmeer oder in die Ferne geplant sind, decken sich dabei weitgehend mit den Angaben für 2019. So könnten 26 Prozent aller erwarteten Urlaubsreisen 2023 im Inland stattfinden. Niedersachsen liegt dabei hinter Bayern, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Baden-Württemberg auf Platz fünf der Bundesländer, die als interessantes Reiseziel für 2023-2025 betrachtet werden. Während fünf Prozent der Befragten in den nächsten drei Jahren ziemlich sicher eine Reise nach Niedersachsen planen, kommt das Bundesland für weitere 23 Prozent zumindest als Reiseziel in Frage.

Laut Reiseanalyse wird die Reiseabsicht von Inflation und Preissteigerungen nur wenig beeinflusst. Auch wenn sich die Erwartungen bezüglich der allgemeinen und der persönlichen wirtschaftlichen Lage deutlich eingetrübt haben, hat die Urlaubsreise für die Deutschen einen hohen Stellenwert. Dies wird an den Antworten auf die Frage, welche Dinge den Deutschen gerade persönlich besonders wichtig seien, deutlich: Urlaubsreisen rangieren auf Rang zwei – nur hinter Lebensmitteln, noch vor Wohnen, Gesundheit, Sport und Ausgehen.

Die zweite große Tourismus-Studie, die **39. Deutsche Tourismusanalyse**<sup>4</sup> der BAT-Stiftung für Zukunftsfragen, zeigt ein ähnliches Stimmungsbild. Die Studie, in der über 3.000 Personen zum eigenen Reiseverhalten befragt werden, ermittelt, dass 60 Prozent in den kommenden zwölf Monaten eine oder mehrere Urlaubsreise(n) von wenigstens fünf Tagen Dauer planen. 20 Prozent der Befragten sind unsicher und weitere 20 Prozent planen keine Urlaubsreise. Die Reiseintensität liegt damit über dem Vor-Corona-Jahr 2019. 28 Prozent beabsichtigen ihren Urlaub wieder im eigenen Land zu verbringen. Zwar lässt die Beliebtheit Deutschlands als Reiseziel im Vergleich zum Vorjahr nach; dennoch bleibt das Inland das mit großem Abstand beliebteste Ziel der Deutschen.

Dass die Urlaubsreise nichts von ihrem Stellenwert eingebüßt hat und die meisten Bürger trotz Energiekrise, Inflation, Ukrainekrieg verreisen wollen, zeigt auch die Abfrage der verschiedenen Sparmaßnahmen zur Urlaubsfinanzierung. So wollen fast drei Viertel (73 Prozent) ihre Urlaubsausgaben vor Ort (Souvenirs, Shopping) im Blick haben. Für 69 Prozent der Befragten ist Urlaub in der Nebensaison anstatt in der Hauptsaison eine gute Möglichkeit, um Geld zu sparen. Auch beim Reiseziel (63 Prozent), bei der Unterkunft (61 Prozent), bei der Anreise (56 Prozent) oder der Verpflegung (54 Prozent) wird Einsparpotenzial gesehen. Weniger zu verreisen oder die Reisedauer zu verkürzen stellt mit 52 Prozent bzw. 42 Prozent dagegen deutlich seltener eine Option dar.

<sup>2</sup> <http://reiseanalyse.de>

<sup>3</sup> Als Urlaubsreisen werden Reisen ab 5 Tage Dauer definiert.

<sup>4</sup> [www.tourismusanalyse.de](http://www.tourismusanalyse.de)





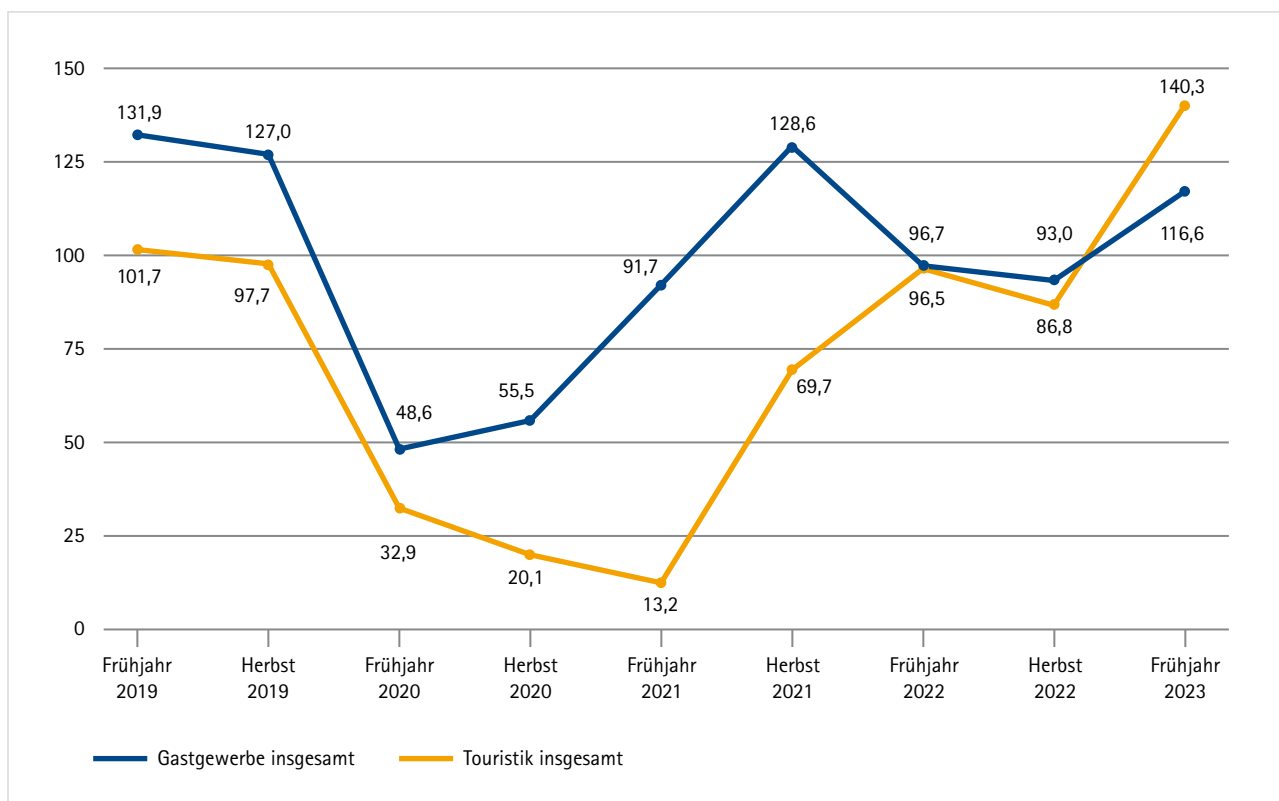
Auch die **ADAC-Tourismusstudie**<sup>5</sup>, für die bundesweit über 5.000 Menschen in Online-Interviews befragt wurden, zeigt, dass die Reiselust der Deutschen wieder gestiegen ist: 63 Prozent der Deutschen sind sich sicher oder halten es für wahrscheinlich, in 2023 eine Urlaubsreise zu machen. Deutschland bleibt in der Planung 2023 als Urlaubsziel bestimmend und rangiert auf dem Niveau der Corona-Krisenzeit.

Die Studie zeigt aber auch, dass die Krisen der letzten Jahre Spuren im Reiseverhalten hinterlassen haben. So hat sich der Wunsch nach Sicherheit verstärkt. Neben einer unkomplizierten und störungsfreien An- und Abreise (71 Prozent) und der Einhaltung von Hygienestandards (56 Prozent), sind für 54 Prozent der Reisenden flexible Stornierungs- und Umbuchungsbedingungen wichtig bei der Urlaubsbuchung. Kosten- und Qualitätsfaktoren rangieren mit 45 bis 50 Prozent hinter den Sicherheitsaspekten. Stark gestiegen ist der Anteil derjenigen, die sich im Urlaub einschränken müssen. So bestätigen 24 Prozent der Befragten, dass ihnen 2023 ein kleineres Urlaubsbudget zur Verfügung steht. Während der Großteil (51 Prozent) an Komfort und Reisedauer spart, geht ein Drittel davon aus, 2023 aus finanziellen Gründen ganz auf eine Reise zu verzichten oder Urlaub zuhause zu machen. Eine weitere interessante Erkenntnis: Eine intakte Natur am Zielort gehört zu einem der wichtigsten Entscheidungskriterien beim Buchen des Urlaubs. Aber: Ökologisch nachhaltig zu reisen spielt hingegen eine deutlich untergeordnete Rolle und belegt den letzten Platz im Ranking von 17 Kriterien. Die Bereitschaft, für nachhaltige Komponenten bei Urlaubsreisen Aufschläge zu bezahlen, ist entsprechend gering ausgeprägt und besteht nur bei etwa 5 bis 10 Prozent der Befragten.

<sup>5</sup> [www.adac.de/verkehr/standpunkte-studien/mobilitaets-trends/tourismusstudie-reisen-corona](http://www.adac.de/verkehr/standpunkte-studien/mobilitaets-trends/tourismusstudie-reisen-corona)



## Zwischen Erholung und Sorgen – die aktuelle Lage der Tourismusbranche in Niedersachsen



### Klimaindex

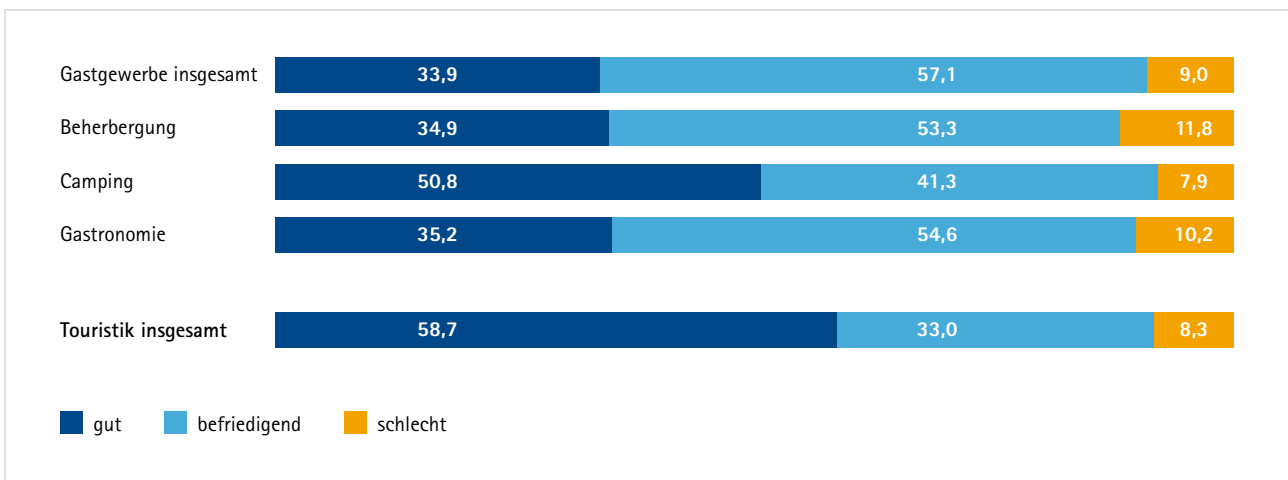
Quelle: IHKN Saisonumfrage Tourismus Frühjahr 2019–Frühjahr 2023

Der Klimaindex der Branche, der die aktuelle Geschäftslage und die Zukunftsaussichten der Unternehmen in einem Wert (Maximum: 200 Punkte) zum Ausdruck bringt, bestätigt, dass sich die Tourismusbranche in Niedersachsen langsam von den Auswirkungen der Corona-Pandemie und der Energiekrise erholt. Der Klimaindex im Gastgewerbe steigt wieder über die 100 Punkte-Marke, auf nun 116,6 Punkte. Der Klimaindex in der Touristik klettert sogar auf 140,3 – höher als er im Zeitraum seit 2019 jemals war.

#### IHKN Saisonumfrage Tourismus

Zweimal im Jahr befragt die IHK Niedersachsen (IHKN) Tourismusunternehmen aus ganz Niedersachsen zur aktuellen Lage in der Tourismusbranche. In der aktuellen Saisonumfrage wurden vom 10. April bis 5. Mai 2023 insgesamt 560 Tourismusbetriebe befragt. Darunter befanden sich:

- 450 Unternehmen des Gastgewerbes (Beherbergung, Gastronomie und Campingplätze)
- 110 Touristikbetriebe (Reisebüros, Reiseveranstalter und Omnibusunternehmen)

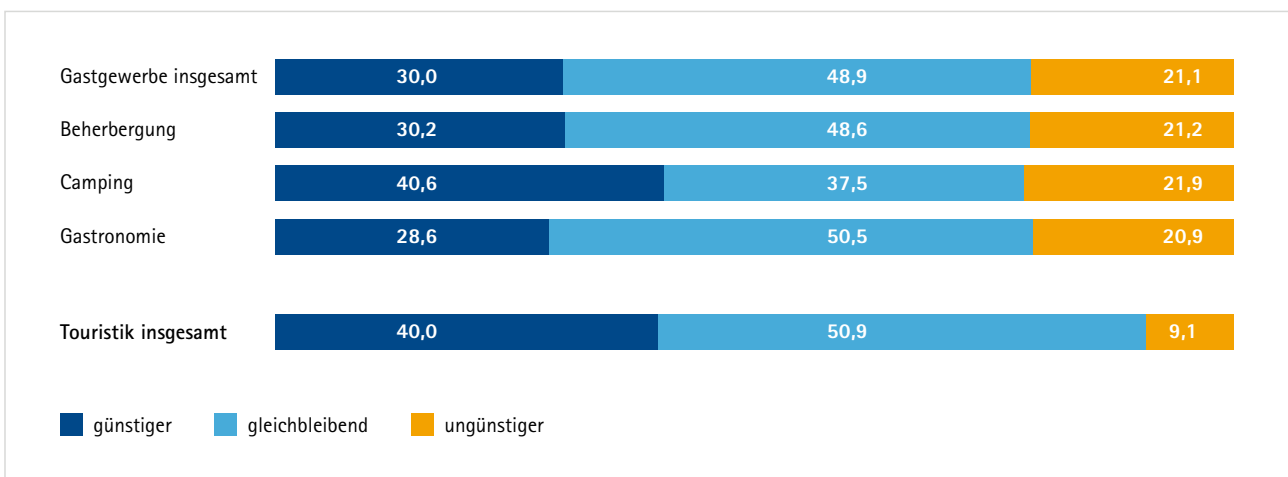


## Aktuelle Geschäftslage

Quelle: IHKN Saisonumfrage Tourismus Frühjahr 2023

Für die gute Stimmung ist vor allem die Bewertung der aktuellen Geschäftslage verantwortlich. So bewerten aktuell 35 Prozent der Betriebe im Gastgewerbe ihre wirtschaftliche Lage als gut, 55 Prozent als befriedigend und nur 10 Prozent als schlecht. Vor allem die Campingplätze erfahren weiteren Zuspruch. Hier schätzt jeder zweite Betrieb seine Lage als gut ein.

In der Touristik wird die aktuelle Geschäftslage noch besser beurteilt. Rund 59 Prozent der Reisebüros, Reiseveranstalter und Omnibusunternehmen bewerten ihre wirtschaftliche Lage als gut, 33 Prozent als befriedigend und 8 Prozent als schlecht.



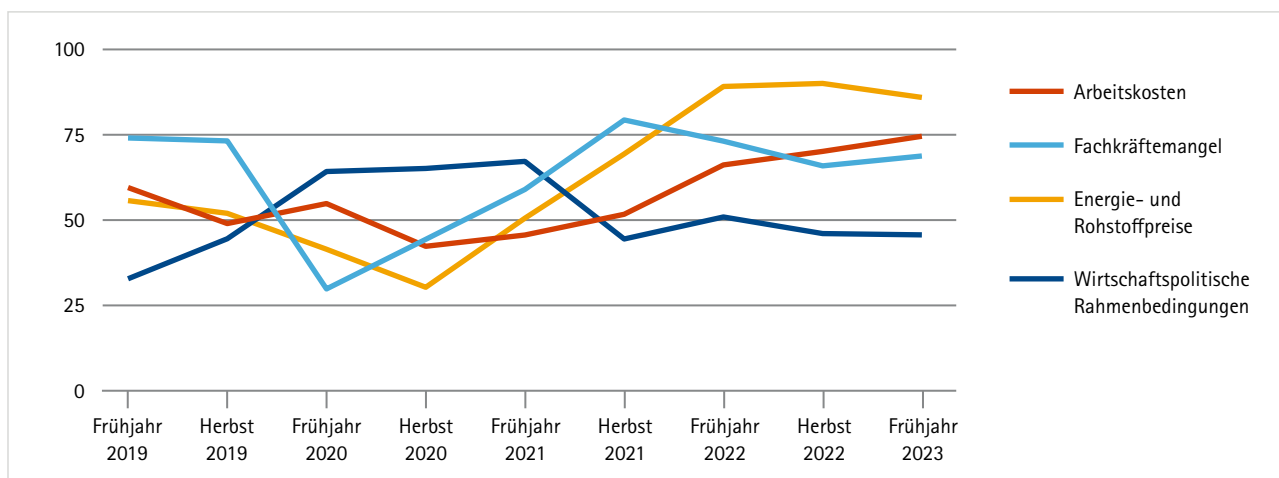
## Zukünftige Geschäftslage

Quelle: IHKN Saisonumfrage Tourismus Frühjahr 2023

Auch die Zukunftsaussichten lassen hoffen: 30 Prozent der Betriebe im Gastgewerbe erwarten eine Verbesserung der Geschäftsentwicklung, jeder zweite Betrieb eine gleichbleibende Entwicklung und 21 Prozent eine Verschlechterung im Vergleich zur letzten Saison.

Die Betriebe der Touristik zeigen auch hier ein positiveres Bild: 40 Prozent gehen von einer besseren Geschäftslage aus, 51 Prozent von einer gleichbleibenden und 9 Prozent vermuten eine schlechtere Geschäftslage. Da Reisen international wieder uneingeschränkt möglich sind, erlebt dieser Wirtschaftszweig eine große Nachfrage.



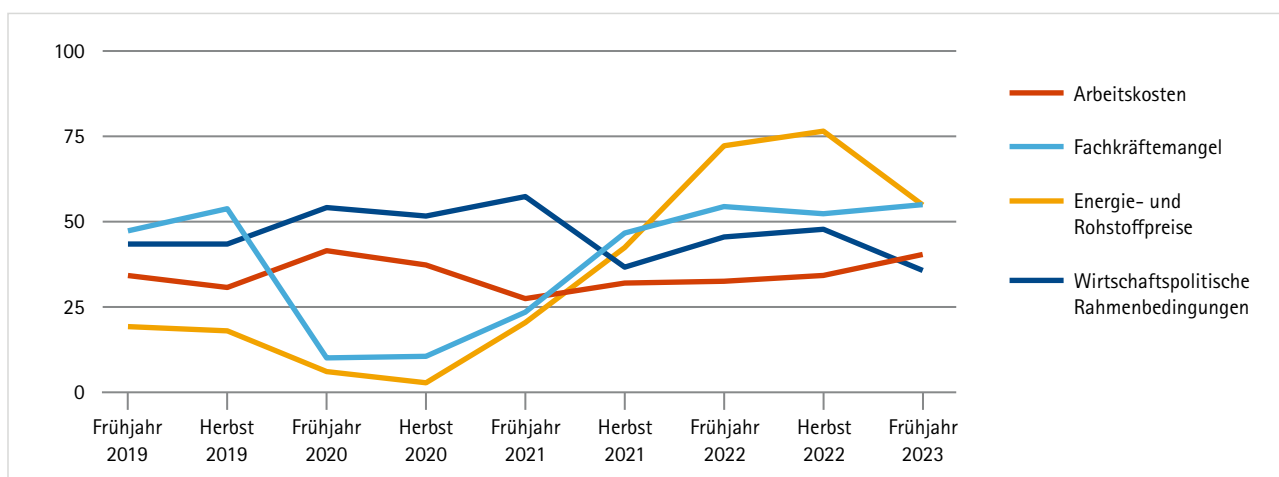


## Die größten Risiken im Gastgewerbe

Quelle: IHKN Saisonumfrage Tourismus Frühjahr 2019–Frühjahr 202

Als größtes Risiko für die Geschäftstätigkeit sieht das Gastgewerbe weiterhin die hohen Preise für Energie, Lebensmittel und Rohstoffe. Dies gaben 86 Prozent der Betriebe an. Auf dem zweiten Platz folgt mit 74 Prozent ein weiterer Kostenfaktor: die Arbeitskosten. Erst dahinter folgt nun der Personalmangel, den weiterhin zwei Drittel der Unternehmen als Risiko sehen.

Auch bei den Reisebüros und -veranstaltern werden die Energie- und Rohstoffpreise sowie der Personalmangel als die größten Risiken bewertet. Mit je 55 Prozent teilen sie sich den ersten Platz; danach folgen Arbeitskosten (40 Prozent) und wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen (36 Prozent).



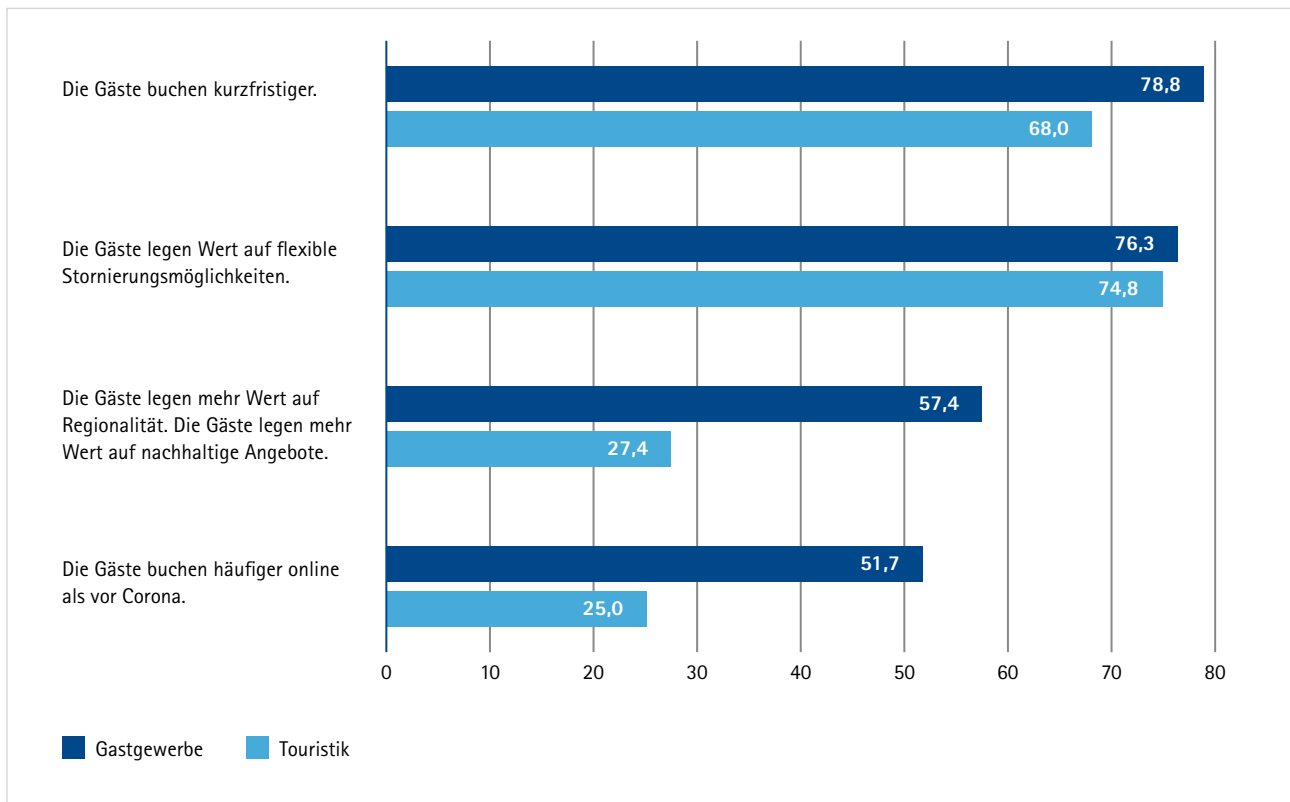
## Die größten Risiken in der Touristik

Quelle: IHKN Saisonumfrage Tourismus Frühjahr 2019–Frühjahr 2023

Die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen, die in der Corona-Pandemie sowohl vom Gastgewerbe als auch von der Touristik als größtes Risiko für die wirtschaftliche Entwicklung wahrgenommen wurden, werden aktuell nur noch von 46 Prozent bzw. 36 Prozent der Unternehmen genannt. Mit Ausbruch des russischen Angriffskrieges in der Ukraine, der daran anschließenden Energiekrise und der kräftig

angestiegenen Inflationsrate haben die Preise für Energie, Lebensmittel und Rohstoffe die Spitzenposition eingenommen. Auffällig ist, dass der Personal- und Fachkräftemangel, der zwischenzeitlich – in Zeiten von Corona-Pandemie und den damit einhergehenden Lockdowns – konsequenterweise an Bedeutung verloren hatte, wieder als wesentliches Risiko angesehen wird.

# Krisen über Krisen – Wie hat sich das Reiseverhalten seit 2019 verändert?



## Veränderung des Buchungsverhaltens

Quelle: IHKN Saisonumfrage Tourismus Frühjahr 2023

Wie Menschen verreisen, wird durch unterschiedliche Faktoren beeinflusst. Grundsätzliche Entwicklungen wie die Digitalisierung oder der Klimawandel spielen hier ebenso eine Rolle wie aktuelle Rahmenbedingungen. Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine, die Energiekrise und nicht zuletzt die Inflation: In den vergangenen drei Jahren haben zahlreiche Krisen Spuren hinterlassen. Mit der Saisonumfrage Tourismus wurden die niedersächsischen Tourismusbetriebe gefragt, wie sich das Reiseverhalten der Gäste ihrer Einschätzung und Wahrnehmung nach im Vergleich zu der Zeit „vor Corona“ verändert hat.

Das Gastgewerbe gibt an, dass sich das **Buchungsverhalten** der Gäste vor allem dahingehend geändert hat, dass die Gäste kurzfristiger buchen – 79 Prozent der Antwortenden stimmen dieser Aussage zu. Mit 85 Prozent Zustimmung bestätigen diesen Trend vor allem die Beherbergungsbetriebe. Dies scheint vor allem auf direkt getätigte Buchungen zuzutreffen. In der Touristik scheint die kurzfristige Buchung leicht weniger verbreitet zu sein – doch immerhin 68 Prozent der Reisebüros und -veranstalter stimmen dieser These zu.

An zweite Stelle (76 Prozent) tritt die Aussage, dass Gäste mehr Wert auf flexible Stornierungsmöglichkeiten legen. Naturgemäß stimmen Beherbergungsbetriebe (93 Prozent) dieser Aussage mehr zu als Gastronomiebetriebe (56 Prozent). Auch in der Touristik berichten die Betriebe von einem zunehmenden Wunsch nach Flexibilität bei der Buchung (75 Prozent).

Weniger Veränderungen gab es bei der Nachfrage nach nachhaltigen bzw. regionalen Angeboten. Während 57 Prozent der Betriebe im Gastgewerbe der Aussage zustimmen, dass Gäste mehr Wert auf regionale Angebote legen, gehen 43 Prozent der Befragten mit dieser Aussage nicht konform. Eine gestiegene Bedeutung der Regionalität seitens ihrer Gäste verzeichnet am ehesten die Gastronomie mit 66 Prozent. In der Touristik wurde danach gefragt, ob die Gäste mehr Wert auf nachhaltige Angebote legen. Nur 27 Prozent der Unternehmen haben dies bestätigt.

Auch der Anteil der Gäste, der vermehrt online bucht, ist laut den Aussagen der gastgewerblichen Betriebe nicht wesentlich gestiegen – der Anteil der Betriebe, der eine Zunahme an Online-Buchungen bemerkt, ist mit 52 Prozent in etwa so groß wie der Anteil, der dies nicht tut (48 Prozent). Nur in der Campingbranche scheint es Änderungen gegeben zu haben – 74 Prozent der Campingbetriebe stimmen der Aussage zu, dass Gäste häufiger online buchen als vor Corona. Dagegen sind nur 25 Prozent der Reisebüros und Reiseveranstalter der Auffassung, dass diese Aussage zutrifft. Hier zeigt sich, dass die Pandemie gerade im Gastgewerbe in vielen Betrieben den Vertrieb ihrer Angebote über das Internet forciert hat.

Die Frage, wie sich das **Ausgabeverhalten** der Gäste verändert hat, ruft ein geteiltes Meinungsbild im Gastgewerbe hervor. So geben 58 Prozent der befragten Betriebe an, dass die Gäste weniger Geld vor Ort ausgeben – 42 Prozent stimmen dieser Aussage nicht zu. Dass die Gäste bereit sind, mehr für ihren Urlaub zu bezahlen, bestätigen 52 Prozent. Auch bei dieser Frage gibt es Uneinigkeit – 48 Prozent der Betriebe teilen diese Aussage nicht.

Das Gastgewerbe wurde darüber hinaus befragt, wie sich der **Reiseanlass** verändert hat. Nur 13 Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass die Gäste überwiegend für ihren Haupturlaub zu ihnen kommen – 87 Prozent stimmen dieser Aussage nicht zu. Mit 21 Prozent (Bezirk IHK Ostfriesland und Papenburg) und 19 Prozent (Bezirk IHK Oldenburg) heben sich die Küstenregionen mit einem etwas höheren Anteil an Haupturlaubsreisen ab. In den Binnenlandregionen – hier allen voran in den Bezirken Braunschweig (1 Prozent) und Hannover-Hildesheim (6 Prozent) – liegt der Anteil der Haupturlaubsreisen dagegen deutlich unter dem Durchschnitt.

Die Touristik-Betriebe wurden weiterhin danach befragt, wie sich das **Reiseziel** im Vergleich zur Zeit vor Corona verändert hat. Der Aussage „Die Gäste reisen wieder mehr ins Ausland“ stimmen 85 Prozent der Reisebüros und -veranstalter zu. Dass Auslandsreisen wieder ohne Einschränkungen möglich sind, schmälert jedoch die Nachfrage im Inland.

## Das fordert die IHKN:

Die Krisen der vergangenen Jahre wirken sich auf den Tourismus aus, führen aber nicht zu einem kompletten Einbruch. Weder Corona-Pandemie, noch Inflation oder Krieg halten die Menschen vom Reisen ab. Das ist ein gutes Signal für die Tourismusbranche.

Allerdings haben die drei Krisenjahre Spuren hinterlassen. So hatte die Corona-Pandemie Auswirkungen auf das Sicherheitsbedürfnis der Menschen auf Reisen. In der Folge hat sich das Reiseverhalten geändert: Die Gäste buchen kurzfristiger und legen mehr Wert auf flexible Stornierungsmöglichkeiten. Die Unternehmen sind gefordert, flexibel darauf zu reagieren und ihren Kunden entgegenzukommen. Um die Tourismusunternehmen in Niedersachsen zu stärken, sollte die Politik den Unternehmen mit verlässlichen, möglichst bürokratiearmen Rahmenbedingungen helfen, den aktuellen Herausforderungen zu begegnen.

Als größtes Risiko für die Geschäftstätigkeit sehen Gastgewerbe und Touristik die hohen Preise für Energie, Lebensmittel und Rohstoffe. Die höheren Kosten können nicht vollumfänglich an die Gäste weitergegeben werden, denn auch diese sind durch Inflation und Realeinkommensverluste belastet. Zumindest für einen Teil der Bevölkerung heißt dies: am und im Urlaub sparen. Vor allem Geringverdienende geraten durch die Preissteigerungen unter Druck. Verlässliche und praxisnahe Hilfen zur finanziellen Stabilisierung der Betriebe sind vonnöten. So ist beispielsweise im Energie-Hilfepaket „Wirtschaftshilfe KMU Niedersachsen“ die Änderung des Referenzjahres auf 2019 erforderlich. Außerdem sollte eine weitere finanzielle Belastung der Unternehmen vermieden werden. So auch beim Thema Bettensteuer und touristischen Abgaben.

Der Personalmangel bleibt eine der größten Herausforderungen der Branche. Vor allem in Beherbergung und Gastronomie fehlen Mitarbeiter aller Qualifikationen. Um diesem Problem entgegenzuwirken, sollte die Politik für ein einfaches und transparentes Verfahren für die Steuerung der arbeitsmarktorientierten Zuwanderung sorgen. Mit Hilfe aktiver Werbung sollte versucht werden, Menschen für den Arbeitsstandort Niedersachsen zu gewinnen. Nicht zuletzt müssen auch die Unternehmen daran mitwirken, das Image der Branche aufzuwerten und die Arbeitgeberattraktivität zu steigern.

Die Menschen reisen wieder mehr ins Ausland. Auf einen dermaßen starken Inlandstourismus wie in den Corona-Jahren kann man nicht mehr bauen. Umso wichtiger ist es jetzt, Niedersachsen als Reiseziel attraktiver zu machen – für deutsche und für ausländische Gäste. Die Attraktivität eines Reiseziels wird grundlegend durch die Erreichbarkeit und die Mobilität vor Ort bestimmt. Ein leistungsfähiges Straßennetz, ein attraktiver ÖPNV und intelligente Mobilitätssysteme (die im Optimalfall die Verknüpfung mit Gästekarten erlauben) sind hier gefragt.

Auch der Fortschritt der Digitalisierung spielt hier mit ein. Neben dem Ausbau der digitalen Infrastruktur sollten auch Betriebe unterstützt und gefördert werden. Ein Digitalförderprogramm, das sowohl Beratungsleistungen als auch investive Maßnahmen fördert, wäre hierbei hilfreich. Digitale Besucherlenkungsinstrumente und -programme sind nicht nur aus Gästesicht wünschenswert, sondern helfen auch Kommunen, den Tourismus smart zu steuern.

Weiterhin sollte die Internationalität des Niedersachsen-Tourismus ausgebaut werden. Die weitere Erschließung von ausländischen Quellmärkten könnte den Tourismus in Niedersachsen auf breitere Beine stellen und für mehr Wertschöpfung sorgen.

Nachhaltige Reiseangebote gewinnen zwar immer mehr an Bedeutung, spielen aber weiterhin nur eine untergeordnete Rolle, wenn es um das konkrete Reiseverhalten geht. Vor allem sind die wenigsten Touristen bereit, für ihren Urlaub der Umwelt und des Klimas zuliebe mehr Geld auszugeben. Die Sensibilisierung für das Thema und eine Unterstützung der Unternehmen, attraktive nachhaltige Angebote mit Magnetwirkung zu entwickeln, spielen hier eine Schlüsselrolle. Gerade das Thema nachhaltige Anreise und Mobilität vor Ort sind aber Themen, die die Unternehmen nicht allein umsetzen können, sondern bei denen die Politik gefordert ist.

Die niedersächsischen Industrie- und Handelskammern stehen der Politik dabei als Partner und Impulsgeber gerne zur Verfügung.

# Fokus Niedersachsen

Tourismus

Juni 2023

Ihre Ansprechpartnerin:

**Kerstin Kontny**

Federführung Tourismus

**IHK Niedersachsen (IHKN)**

Königstraße 19  
30175 Hannover

Telefon 04921 8901 48

E-Mail [kerstin.kontny@emden.ihk.de](mailto:kerstin.kontny@emden.ihk.de)

Web [www.ihk-n.de](http://www.ihk-n.de)

Titelfoto: ©Urheber: Adobe Stock/blende40;

Seite 1: ©Urheber: Shutterstock/loreanto;

Seite 4: ©Urheber: Shutterstock/Madcat\_Madlove

Die IHK Niedersachsen ist die Landesarbeitsgemeinschaft der IHK Braunschweig, IHK Hannover, IHK Lüneburg-Wolfsburg, Oldenburgischen IHK, IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim, IHK für Ostfriesland und Papenburg sowie IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum. Sie vertritt rund 500.000 gewerbliche Unternehmen gegenüber Politik und Verwaltung.

Der Fokus Niedersachsen erscheint in regelmäßigen Abständen zu aktuellen Themen aus Wirtschaft und Politik und steht unter: [www.fokus-niedersachsen.de](http://www.fokus-niedersachsen.de) auch zum Download zur Verfügung.

Bitte beachten: Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Publikation auf die geschlechtsspezifische Differenzierung verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten im Sinne der Gleichbehandlung für alle Geschlechter.





## IHK Niedersachsen (IHKN)

Königstraße 19  
30175 Hannover

Telefon 0511 920 901 10

Fax 0511 920 901 11

E-Mail [noske@ihk-n.de](mailto:noske@ihk-n.de)

[info@ihk-n.de](mailto:info@ihk-n.de)

Web [www.ihk-n.de](http://www.ihk-n.de)