

Saisonumfrage Tourismus Ergebnisse nach Abschluss der Wintersaison im Frühjahr 2026 für die IHK-Region Hannover

(Berichtszeitraum 1. November 2025 bis 30. April 2026)

Saisonumfrage Touristik: Schwierige Geschäfte in herausforderndem Umfeld

Die Antworten von 19 Unternehmen im Rahmen der IHK-Herbstumfrage Touristik zur Wintersaison 2025/2026 bei Reiseveranstaltern, Reisebüros und Busreiseunternehmen für das Gebiet der Industrie- und Handelskammer Hannover weisen rückläufige Zufriedenheit mit der eigenen Geschäftslage, sich schwieriger gestaltende Geschäfte mit rückläufigen Buchungszahlen und Umsätzen und deutlich von Pessimismus geprägte Perspektiven mit Blick auf die kommende Sommersaison aus. Das herausfordernde, sich zunehmend komplexer und komplizierter gestaltende politische und wirtschaftliche Umfeld führt zu deutlichen Erschwernissen bei den betriebswirtschaftlichen und operativen Rahmenbedingungen der Unternehmen und zu Verunsicherung und Zurückhaltung bei den Kunden. In Niedersachsen haben sich insgesamt 75 Unternehmen an der Umfrage beteiligt.

Die Touristikunternehmen im Gebiet der IHK Hannover beurteilen ihre Geschäftslage in der Wintersaison 2025/2026 deutlich ungünstiger als in den vergangenen Umfragen. Nur noch 57,9 Prozent der teilnehmenden Betriebe äußern sich sehr zufrieden oder zumindest zufrieden mit ihrer Geschäftslage.

Die Branche muss nun auch im Inlandsmarkt per Saldo rückläufige Buchungen hinnehmen. Die negativen Tendenzen bei den Buchungszahlen im Incoming wie auch im Outgoing-Segment verstärken sich. Die Umsätze haben sich in der Wintersaison 2025/2026 stark rückläufig entwickelt. Insbesondere die Umsatzentwicklung mit Geschäftsreisenden entwickelte sich sehr schwach: Kein Betrieb konnte seine Umsätze mit Geschäftsreisenden steigern. Dreiviertel der Antwortenden mussten vielmehr rückläufige Umsätze in diesem Teilsegment konstatieren. Das Geschäft mit den Urlaubsreisenden hat sich zwar auch negativ entwickelt, doch in einem deutlich geringeren Maße.

Die aktuellen geopolitischen Krisen mit den kriegerischen Auseinandersetzungen in der Ukraine und im Nahen Osten, weltweite (wirtschafts)politische Unklarheiten und damit einhergehende Unsicherheiten bei den Kundinnen und Kunden, erschwerte betriebswirtschaftliche Rahmenbedingungen und operative Erschwernisse im Tourismusgeschäft sowie die von Pessimismus geprägten Perspektiven für die kommenden Monate lassen den Klimaindex auf 55,7 einbrechen.

Die Verkaufspreise in der Reisebranche werden auch in den kommenden sechs Monaten auf breiter Front ansteigen. So planen 68,4 Prozent der Teilnehmenden die Preise anzuheben. Das Personaltabelleau bleibt in der Touristikbranche der IHK-Region weitgehend stabil – allerdings mit leicht negativer Tendenz.

Als Top-Risikofaktoren Nr. 1 für die kommenden 12 Monate werden mit einer Nennung von jeweils 68,4 Prozent – bei teils deutlich gesteigener Gewichtung gegenüber der letztjährigen Frühjahrsumfrage – die Energie- und Rohstoffpreise und die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen bewertet. Es folgt die Inlandsnachfrage mit 52,6 Prozent vor den Arbeitskosten mit 21,1 Prozent.

In der kommenden Saison planen dreiviertel der Teilnehmenden keine Investitionen zu tätigen. Hingegen plant keines der Touristikunternehmen höhere Investitionsausgaben zu tätigen. Bei den Investitionsmotiven liegt der „Ersatzbedarf“ (Modernisierungsmaßnahmen) mit 57,1 Prozent vor der „Produktinnovation“ und der „Rationalisierung“ mit jeweils 42,9 Prozent.

Aktuell erscheint der Fach- und Arbeitskräftemangel in der Touristikbranche eher als nachrangiges Problem. In der Umfrage benennt lediglich jedes achte Unternehmen diese Thematik als Problem. Keinen Personalbedarf weisen derzeit 75,0 Prozent der teilnehmenden Betriebe aus.

Bei den Sonderfragen zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) bestätigen 31,6 Prozent der Betriebe, dass im eigenen Hause Künstliche Intelligenz eingesetzt werde; weitere 15,8 Prozent planen ihren Einsatz. Bei den Anwendungsbereichen der KI liegt Marketing mit 31,6 Prozent deutlich an der Spitze, gefolgt von Gästekommunikation & Kundenservice mit 21,1 Prozent. Die mit deutlichem Abstand größten Vorteile des Einsatzes von KI werden bei der Entlastung von Mitarbeitenden erwartet (66,7 %). Auf den Plätzen folgen Produktivitätssteigerungen (58,3 %), Verbesserung der Servicequalität (50,0 %), sowie gleichauf Kostensenkungen und die Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit mit jeweils 33,3 Prozent. Die größten Hemmnisse für den Einsatz von KI im Gastgewerbe liegen den Ergebnissen der Umfrage zufolge in den beiden Themen unklare(r) Wirtschaftlichkeit/Nutzen (56,3 %) und Datenschutz- und Rechtsunsicherheit (50,0 %).

Stimmung trübt sich zusehends ein

Die Touristikunternehmen im Gebiet der IHK Hannover beurteilen ihre Geschäftslage in der Wintersaison 2025/2026 deutlich weniger positiv als in den vergangenen Umfragen. So äußern sich zwar noch 57,9 Prozent der teilnehmenden Betriebe sehr zufrieden oder zumindest zufrieden zu ihrer Geschäftslage. Aber dieser Wert hatte im Frühjahr 2025 noch 85,8 Prozent betragen und in der Herbstumfrage 2025 immer noch 80 Prozent. 15,8 Prozent der befragten Betriebe sehen ihre derzeitige Lage als gut an, weitere 42,1 Prozent als zufriedenstellend und ebenfalls 42,1 Prozent als schlecht. Im Vergleich zur letztjährigen Frühjahrsumfrage ist die Eintrübung der Stimmung deutlich zu erkennen, denn hier hatten noch 42,9 Prozent der antwortenden Betriebe die Note „gut“ vergeben, weitere 42,9 Prozent ein befriedigend und nur 14,3 Prozent waren mit ihrer Lage nicht zufrieden.

Die eingetrübte Stimmung lässt sich vor allem an den Antworten der Reisebüros festmachen, denn von ihnen beurteilen nur noch 12,5 Prozent (Frühjahr 2025: 69,2 %) ihre Lage als „gut“; hingegen beklagen 37,5 Prozent (Frühjahr 2025: 7,7 %) eine schlechte

Geschäftslage. Von den teilnehmenden Reiseveranstaltern äußern sich ebenfalls nur 22,2 Prozent sehr zufrieden (Vorjahr: kein Betrieb), 33,3 Prozent zufrieden (Vorjahr: 71,4 %) und 44,4 Prozent (Vorjahr: 28,6 %) sind mit ihrer Geschäftslage nicht zufrieden. Somit hat sich auch hier die Zufriedenheit etwas abgeschwächt.

Im direkten Vergleich der Salden der Positiv-Negativ-Antworten von Landesebene (hier äußern sich 23,3 Prozent (Frühjahr 2025: 38,6 %) der Teilnehmenden sehr zufrieden; als „schlecht“ bewerten 28,8 Prozent (Frühjahr 2025: 9,6 %) ihre Geschäftslage) und IHK fallen die Ergebnisse mit minus 5,5 (Land) zu minus 26,3 (IHK) deutlich unterschiedlich aus. Die Entwicklung der Salden (Land: von plus 29,0 im Frühjahr 2025 auf aktuell minus 5,5; IHK: von plus 28,6 im Frühjahr 2025 auf aktuell minus 26,3) zeigt, dass sich sowohl auf Niedersachsebene als auch auf IHK-Ebene eine klar rückläufige Zufriedenheit mit der Geschäftslage bei den teilnehmenden Betrieben ergeben hat, dass sich aber auf Landesebene die Entwicklung deutlich stabiler und auf relativ höherem Niveau darstellt.

Fehlende Impulse in allen Märkten

Die Branche muss nun auch im Inlandsmarkt rückläufige Buchungen hinnehmen. Die negativen Tendenzen bei den Buchungszahlen im Incoming wie auch im Outgoing-Segment verstärken sich.

Inlandsmarkt: Das inländische Tourismusgeschäft verbuchte nach zuletzt positiver Entwicklung nunmehr eine rückläufige Tendenz: So konnten nur noch 8,3 Prozent der antwortenden Betriebe bei den Buchungen zulegen (Vorjahr: 18,8 %); auf der anderen Seite meldete aber unverändert jedes zweite Unternehmen rückläufige Buchungszahlen (50,0 %; Frühjahr 2025: 50,0 %). Damit erhöhte sich der negative Saldo der Positiv-Negativ-Antworten (von – 31,2 auf – 41,7).

Outgoing: Stark im Sinkflug befindet sich das Outgoing-Segment. Im Vorjahresvergleich hat sich der Anteil der Teilnehmenden mit höheren Buchungszahlen von 30,0 Prozent auf 16,7 Prozent nahezu halbiert. Zudem meldeten 66,7 Prozent der Antwortenden – und damit im Vorjahresvergleich (35,0 %) ein nahezu verdoppelter Anteil – rückläufige Buchungen.

Incoming: Vergleichbar schwierig gestaltete sich das Incoming-Geschäft: Während kein einziger Betrieb steigende Buchungszahlen vorweisen konnte (Frühjahr 2025: 7,1 %), mussten 58,3 Prozent geringere Buchungszahlen hinnehmen (Frühjahr 2025: 28,6 %).

Dramatischer Umsatzeinbruch bei Reisebüros

Die Umsätze haben sich in der Wintersaison 2025/2026 stark rückläufig entwickelt. Realisierten vor Jahresfrist noch 38,9 Prozent der Teilnehmenden Umsatzzuwächse (in der Sommersaison 2025 gar 50 %), so verbuchten nun nur noch 16,7 Prozent der Unternehmen steigende Erlöse. Zwei von drei Unternehmen weisen hingegen rückläufige Umsätze aus, nachdem dieser Anteil in der letztjährigen Frühjahrsumfrage 38,9 Prozent der Antwortenden betrug. Besonders dramatisch stellt sich die Entwicklung bei

den Reisebüros dar: Kein einziger Reisemittler konnte steigende Umsätze verbuchen (vor Jahresfrist waren es noch 45,5 %). Hingegen mussten 87,5 Prozent der Reisebüros Umsatzrückgänge hinnehmen (Vorjahr: 27,3 %). Bei den Reiseveranstaltern konnten immerhin 37,5 Prozent Umsatzgewinne verbuchen (Frühjahr 2025: 33,3 %), und wie vor Jahresfrist musste jeder zweite Reiseveranstalter Umsatzverluste hinnehmen.

Auf Landesebene erzielten bei ebenfalls rückläufiger Entwicklung nur noch 12,9 Prozent der antwortenden Unternehmen (Frühjahr 2025: 32,9 %) ein Umsatzplus, während mehr als jedes zweite Unternehmen (54,3 %; Vorjahr: 31,5 %) ein Umsatzminus hinnehmen musste.

Umsatzentwicklung Segment Geschäftsreisende: Die Umsatzentwicklung mit Geschäftsreisenden entwickelte sich sehr schwach: Kein Betrieb (Frühjahr 2025: 15,4 %) konnte seine Umsätze in diesem Marktsegment steigern. Dreiviertel der Antwortenden (76,9; Frühjahr 2025: 48,2 %) mussten hier vielmehr rückläufige Umsätze konstatieren. Betrachtet man die Entwicklung des Saldos der Positiv-Negativ-Antworten im Vergleich von Gesamtmarkt zu Geschäftsreisemarkt, so zeigt sich, dass die Verschlechterung des Saldos des Gesamtmarktes von +- 0 auf minus 50 etwa der des Saldos im Geschäftsreise-Markt von minus 30,8 auf minus 76,9 entspricht.

Umsatzentwicklung Segment Urlaubsreisende: Das Geschäft mit den Urlaubsreisen hat sich im Vergleich in einem deutlich geringeren Maße rückläufig entwickelt: Hier verbuchte noch jedes vierte Unternehmen höhere Umsätze (26,7 %; vor Jahresfrist: 35,0 %). Der Anteil der Antwortenden mit rückläufigen Umsätzen nahm von 40,0 Prozent in der letztjährigen Frühjahrsumfrage auf 53,3 Prozent zu, so dass der Saldo der Positiv-Negativ-Antworten von minus 5,0 auf minus 26,6 zurückging.

Blick auf den Sommer fehlt Optimismus

Hatte vor Jahresfrist noch jeder siebte Betrieb eine günstigere Entwicklung der eigenen Geschäftslage erwartet, so ist der Anteil der optimistisch gestimmten Unternehmen auf nur noch 5,3 Prozent zurückgegangen. Der Anteil der Teilnehmenden, der eine ungünstigere Entwicklung prognostiziert, steigt hingegen stark von 28,6 Prozent auf 63,2 Prozent an. Dies bedeutet mehr als eine Verdopplung des Anteils der pessimistisch gestimmten Teilnehmenden. Besonders ausgeprägt ist die zurückhaltende Erwartungshaltung bei den Reisebüros: So gehen nur noch 12,5 Prozent der Teilnehmenden von einer günstigeren Entwicklung ihrer Geschäftslage (Vorjahr: 15,4 %) aus, während dreiviertel der teilnehmenden Reisebüros mit Sorgen auf die kommende Saison blicken (Frühjahr 2025: 15,4 %). Auch bei den Reiseveranstaltern fehlt eine optimistische Grundstimmung: So ist keiner der teilnehmenden Reiseveranstalter (Vorjahr: 14,3 %) überzeugt davon, dass die Geschäftslage sich voraussichtlich günstiger entwickeln werde; mehr als jeder zweite (55,6 %) blickt mit deutlicher Zurückhaltung auf die kommende Saison (Vorjahr: 57,1 %).

Die Umfrageergebnisse auf Landesebene deuten auf eine im Vergleich zur IHK-Region insgesamt leicht abgeschwächte pessimistische Stimmungslage hin: Mit einem Anteil zuversichtlich gestimmter Teilnehmender von 9,3 Prozent liegt das Ergebnis über dem

der IHK-Region; allerdings liegt das Ergebnis dennoch unter dem des Vorjahres (Frühjahr 2025: 14,5 %). Fast sechs von zehn Unternehmen erwarten hingegen eine ungünstigere Entwicklung ihrer Geschäftslage (58,7 %; Frühjahr 2025: 34,9 %). Der Saldo der Positiv-Negativ-Antworten hat sich entsprechend von minus 20,4 auf minus 49,4 rückläufig entwickelt. Im Vergleich dazu ist der Saldo im IHK-Bereich von minus 14,3 auf minus 57,9 kräftiger zurückgegangen.

Klimaindex eingebrochen

Seit der Sommersaison 2021 wies der Klimaindex, der sich zusammensetzt aus der Bewertung der aktuellen Geschäftslage und den Erwartungen an die künftige Geschäftsentwicklung und einen maximalen Wert von 200 erreichen kann, nach den vorangegangenen Pandemiebedingt dramatischen Einbrüchen wieder eine grundsätzlich eher positive – allerdings von eher kleinteiligeren „Auf und Ab“ gekennzeichnete – Entwicklung auf. Nach dem herausragenden Wert von 146,9 in der Frühjahrsumfrage 2024 fielen bei den in der Herbstumfrage 2024 ermittelten 128,5 die eher durchschnittlichen Erwartungen an die kommende Saison gegenüber der positiven Bewertung der Geschäftslage in der vergangenen Saison ins Gewicht. In der Frühjahrsumfrage 2025 hatte der Klimaindex dann zum zweiten Mal in Folge mit 105,0 wieder einen deutlichen Rückschritt gemacht, dem in der letztjährigen Herbstumfrage ein weiterer Rückgang auf 94,9 folgte. Damit lag der Klimaindex erstmals wieder unter den Durchschnittswert von 100. Die aktuellen geopolitischen Krisen mit den kriegerischen Auseinandersetzungen in der Ukraine und im Nahen Osten, weltweite (wirtschafts)politische Unklarheiten und damit einhergehende Unsicherheiten bei den Kundinnen und Kunden, erschwerte betriebswirtschaftliche Rahmenbedingungen und operative Erschwernisse im Tourismusgeschäft sowie die von Pessimismus geprägten Perspektiven für die kommenden Monate lassen den Klimaindex auf 55,7 einbrechen.

Während die Bewertungen der aktuellen Lage und der künftigen Entwicklungen den Index bei der Reiseveranstaltung mit 58,8 (Herbst 2025: 74,5; Frühjahr 2025: 63,9) marginal positiver als den Index des Touristiksektors dastehen lassen, liegt dieser bei den Reisebüros mit 53,0 darunter und hat sich gegenüber den beiden vergangenen Umfragen etwa halbiert bzw. mehr als halbiert (Herbst 2025: 103,1; Frühjahr 2025: 127,1).

Der Klimaindex für die Angaben der Betriebe auf Landesebene (69,2) hat ebenfalls einen krachenden Einbruch gegenüber dem Vorjahr erlebt (Frühjahrsumfrage 2025: 101,2).

Preise steigen – Personaltableau bleibt negativ-stabil

Die Verkaufspreise in der Reisebranche werden auch in den kommenden sechs Monaten auf breiter Front ansteigen. So planen 68,4 Prozent der Teilnehmenden die Preise anzuheben, eine klare Zunahme gegenüber den Ergebnissen vor Jahresfrist, als 52,4 Prozent Preissteigerungen ankündigten. Preissenkungen stehen lediglich bei 5,3 Prozent der teilnehmenden Betriebe auf der Agenda. Während alle teilnehmenden Reisebüros ihre Preise anheben wollen, plant dies jeder dritte Reiseveranstalter.

Das Personaltableau bleibt in der Touristikbranche der IHK-Region weitgehend stabil – allerdings mit leicht negativer Tendenz. Bei 77,8 Prozent wird die Zahl der Beschäftigten voraussichtlich unverändert bleiben. Die Zahl der Beschäftigten wird allerdings auch bei keinem Betrieb (Frühjahr 2025: 28,6 %) steigen, während bei 22,2 Prozent (Frühjahr 2025: kein Betrieb) die Zahl der Beschäftigten zurückgehen wird.

Top-Risiken: wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen und Preise

Als Top-Risikofaktoren Nr. 1 für die kommenden 12 Monate werden mit einer Nennung von jeweils 68,4 Prozent – bei teils deutlich gestiegener Gewichtung gegenüber der letztjährigen Frühjahrsumfrage – die Energie- und Rohstoffpreise (Frühjahr 2025: 25 %) und die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (Frühjahr 2025: 50,0 %) bewertet. Hier spielen sowohl die vorgenannten internationalen (wirtschafts)politischen Verwerfungen als auch die Bewertung der heimischen rahmensetzenden Politik hinein. Es folgt die Inlandsnachfrage mit 52,6 Prozent (Frühjahr 2025: 45,0 %) vor den Arbeitskosten mit 21,1 Prozent (Vorjahr: 30 %) sowie den Themen Auslandsnachfrage und Wechselkurs mit jeweils 15,8 Prozent (Vorjahr Auslandsnachfrage: 25,0 %; Vorjahr Wechselkurs: 35,0 %). Der Personal-/Fachkräftemangel liegt mit 10,5 Prozent (Vorjahr: 45,0 %) mittlerweile auf dem vorletzten Platz der Risikofaktoren vor dem Thema Finanzierung mit 5,3 Prozent (Vorjahr: 20,0 %).

Auch auf Niedersachsen-Ebene liegen im Ranking der Risikofaktoren mit einer Verdopplung der Gewichtung die Energie- und Rohstoffpreise mit 65,8 Prozent (Frühjahr 2025: 33,8 %) auf dem hier allerdings ungeteilten Rang 1 vor den wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen mit 56,2 Prozent bei leicht reduzierter Gewichtung (Frühjahr 2025: 66,3 %). Gefolgt werden sie von der Inlandsnachfrage mit 37,0 Prozent, den Arbeitskosten und der Auslandsnachfrage mit jeweils 32,9 Prozent und der Arbeits-/Fachkräfteproblematik mit 17,8 Prozent.

Investitionsplanungen aktuell weitgehend ad acta

In der kommenden Saison planen dreiviertel der Teilnehmenden (73,7 %; Frühjahr 2025: 50,0 %) keine Investitionen zu tätigen. Hingegen beabsichtigt keines der Touristikunternehmen höhere Investitionsausgaben zu tätigen (Frühjahr 2025: 5,0 %), weitere 5,3 Prozent (Vorjahr: 30,0 %) gleichbleibend hohe Ausgaben, und jedes fünfte Unternehmen (21,1 %) Investitionen mit reduziertem Budget (Frühjahr 2025: 15 %).

Worin wird investiert? Deutlich vorn liegen bei den Investitionsmotiven (bei möglichen Mehrfachnennungen) der „Ersatzbedarf“ (Modernisierungsmaßnahmen) mit 57,1 Prozent (Vorjahr: 54,5 %) gefolgt von „Produktinnovation“ und „Rationalisierung“ mit jeweils 42,9 Prozent (Vorjahr: 45,5 % bzw. 36,4 %). Kapazitätserweiterungen und Umweltschutzinvestitionen stehen nicht auf der Investitions-Agenda (Vorjahr: jeweils 9,1 %).

Sonderfrage Beschäftigung:

Arbeitskräftemangel eher nachrangiges Problem

Während in den beiden vergangenen Umfragen im Herbst und Frühjahr 2025 jeweils etwa ein Drittel der Unternehmen bestätigte, offene Stellen längerfristig (mehr als zwei Monate) nicht besetzen zu können, weil keine passenden Arbeitskräfte auf dem Arbeitsmarkt zu finden seien, benennt in der aktuellen Umfrage lediglich jedes achte Unternehmen (Reisebüros: 25 %; kein Reiseveranstalter) diese Thematik als Problem. Weitere 12,5 Prozent bestätigen, keine Probleme bei der Besetzung offener Stellen zu haben. Keinen Personalbedarf weisen derzeit 75,0 Prozent der teilnehmenden Betriebe aus (Herbst 2025: 68,4 %; Frühjahr 2025: jeder zweite Betrieb; Herbst 2024: 35 %).

Sonderfragen Künstliche Intelligenz:

Bei den Sonderfragen zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) geht es um den bereits praktizierten Einsatz von KI im eigenen Unternehmen, um die Einsatzbereiche, um die Vorteile, die man sich vom KI-Einsatz verspricht und um die Hinderungsgründe/Hemmnisse, KI einzusetzen.

I. Einsatz von KI

Aktuell setzt knapp ein Drittel (31,6 %) der antwortenden Betriebe Künstliche Intelligenz im eigenen Hause ein; weitere 15,8 Prozent haben ihren Einsatz in Planung. 52,6 Prozent setzen KI hingegen nicht ein. In der Reiseveranstaltung setzen bereits 44,4 Prozent, und damit ein deutlich größerer Teil als bei den Reisebüros (25,0 %), KI ein.

II. Einsatzbereiche der KI

Mit 31,6 Prozent (Reiseveranstaltung: 44,4 %; Reisebüros: 25,0 %) liegt das Marketing bei den Anwendungsbereichen für die KI deutlich an der Spitze, gefolgt von Gästekommunikation & Kundenservice (z. B. KI-Assistent) mit 21,1 Prozent, Produktentwicklung und Datenanalyse & Prognosen (jeweils 10,5 %; ausschließlich von Reiseveranstaltern eingesetzt) sowie Personalplanung/HR (5,3 %). Ohne Nennungen finden sich (noch) die Bereiche Buchhaltung und Buchungs- und Revenue-Management.

III. Erwartete/Erhoffte Vorteile des KI-Einsatzes

Die mit deutlichem Abstand größten Vorteile des Einsatzes von KI werden mit 66,7 Prozent durch die anwendenden Teilnehmerinnen und Teilnehmer in Form der Entlastung von Mitarbeitenden erwartet – fokussiert insbesondere von der Reiseveranstaltung (83,3 %). Auf Rang 2 folgen Produktivitätssteigerungen (58,3 %) – hier besonders bei den Reisebüros im Blick (75 %). Auf den weiteren Plätzen liegen die Verbesserung der Servicequalität (50,0), sowie gleichauf Kostensenkungen und die Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit mit jeweils 33,3 Prozent. Nachrangig erscheinen aktuell die erwarteten Vorteile aus dem Beitrag zur Nachhaltigkeit (z. B. Energieeffizienz) mit 8,3 Prozent.

IV. Hinderungsgründe/Hemmnisse für den Einsatz von KI

Deutlich an der Spitze liegen bei den Hinderungsgründen für den Einsatz von KI die beiden Punkte unklare(r) Wirtschaftlichkeit/Nutzen (56,3 %) und Datenschutz- und Rechtsunsicherheit (50,0 %). Beide Themen sind bei den Reisebüros stärker fokussiert

als bei den Reiseveranstaltern (jeweils 57,1 % / 42,9 %). Akzeptanzprobleme bei Kundinnen und Kunden (31,3 %; deutlich gewichtiger bei Reisebüros: 42,9 % / 14,3 %) sowie Zeitmangel (ebenfalls 31,3 %; deutlich gewichtiger bei den Reiseveranstaltern; 42,9 % / 14,3 %) und Mangel an Fachpersonal/Know-how (25,0 %; gewichtiger bei Reiseveranstaltern) weisen ebenfalls noch eine recht hohe Bedeutung auf. Akzeptanzprobleme beim eigenen Personal und hohe Kosten (gewichtiger bei Reiseveranstaltern) erhalten mit jeweils 18,8 Prozent die geringste Gewichtung.

Fragen zur Konjunkturmfrage Tourismus beantwortet: IHK Hannover, Handel und Dienstleistungen, Hans-Hermann Buhr, Tel. 0511 3107-377, E-Mail 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 2026

Autor

Hans-Hermann Buhr
Abteilung Handel und Dienstleistungen
Tel. 0511 3107-377
hans-hermann.buhr@hannover.ihk.de

Industrie- und Handelskammer Hannover
Bischofsholer Damm 91
30173 Hannover
www.hannover.ihk.de