

## Neuer TMN-TourismusMonitor liefert Erkenntnisse zu Tourismusentwicklung in Niedersachsen

Wir freuen uns, Ihnen die erste Ausgabe des neuen „TMN-TourismusMonitor“ zu präsentieren. Ziel des TMN-TourismusMonitors ist die kontinuierliche Beobachtung der Tourismusentwicklung in Niedersachsen. Damit richtet die TMN den Blick auf strukturelle Veränderungen in der Tourismusentwicklung, spiegelt der Branche Erfolge wie Misserfolg wider und weist frühzeitig auf problematische Entwicklungen hin und identifiziert Handlungsbedarfe. Mit den aktuellen Bausteinen setzt der TMN-TourismusMonitor am bis 2020 laufenden Erfolgsprodukt Sparkassen-Tourismusbarometer Niedersachsen an. Die Inhalte werden 2x im Jahr im Rahmen von Kurzberichten und in Form eines zusätzlichen Jahresberichts veröffentlicht.

TOURISMUSMONITOR NIEDERSACHSEN			
Tourismus im Wettbewerbsvergleich	Freizeitwirtschaft	Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe	Qualität der Betriebe
Rahmenbedingungen	Freizeit- und Kultureinrichtungen	Wirtschaftliche Situation des Gastgewerbes	Gästezufriedenheit (Land, Regionen)
Nachfrage und Angebot (Land, Regionen)			Zertifizierungs- und Klassifizierungssysteme
Betriebs- und Destinationstypen			Kultur-/Freizeiteinrichtungen: Bewertungen auf Trip Advisor
Fokus Benchmarking	Fokus Betriebswirtschaft		Fokus Qualität

Quelle: dwif 2021

Die Monitoring-Felder reichen von Angebots- und Nachfrageentwicklungen des Tourismus in Niedersachsen und den Regionen über den Markterfolg der niedersächsischen Freizeitwirtschaft und die wirtschaftliche Situation des Gastgewerbes bis hin zum aktuellen Qualitätsniveau der touristischen Betriebe in Niedersachsen. Wichtig für einen möglichst hohen Nutzen und für die Einordnung der Erkenntnisse sind strukturelle, regionale und deutschlandweite Vergleiche sowie ein jährlich gleichbleibendes Datenset.

Neben dem neuen TMN-TourismusMonitor finden Sie in unserem [Tourismusnetzwerk Niedersachsen](#) weiterhin interessante und hilfreiche Marktforschungsinhalte wie unser monatliches Booklet mit Übernachtungsstatistiken sowie kompakt zusammengefasste Fact Sheets für niedersächsische Regionen, Städte und ausländische Quellmärkte.

# Touristische Nachfrage in Niedersachsen

Die Tourismuswirtschaft in Niedersachsen leidet stark unter den Folgen der Corona-Pandemie – dies belegt die Jahresbilanz 2020: Die gewerblichen Beherbergungsbetriebe ab 10 Betten verbuchten zwischen Januar und Dezember 2020 im Vergleich zum Vorjahr einen Nachfrageeinbruch um 35,0 % auf 30.036.477 Übernachtungen. Damit fehlte ihnen ein Volumen von 16,2 Millionen Übernachtungen im Vergleich zu einem „Normaljahr“. Dies zog sich durch alle Reisegebiete in Niedersachsen. Deutschlandweit sank die Zahl der Übernachtungen im gleichen Zeitraum sogar um 39,0 %.

## Das Reiseverhalten: ungebrochene Reiselust und Budget für Reisen vorhanden

Was trotz aller Unsicherheiten optimistisch stimmt: Ob Reiseanalyse oder Freizeitmonitor, praktisch alle aktuellen Marktforschungsstudien gehen von einer ungebremsen Reiselust der Deutschen aus. Hinzu kommt eine durch Konsumverzicht und Vorsicht gestiegene Sparquote auf ein Allzeithoch und somit insgesamt ausreichend Budget für Reisen. Gute Chancen auch für den Re-Start der Destinationen in Niedersachsen. Das zeigen bereits die ersten Signale aus den Monaten Mai und Juni im Zuge der schrittweisen Rücknahme der Restriktionen.

## Entscheidende Faktoren

Neben dauerhaften Erfolgsfaktoren wie einer guten Service- und Hardwarequalität kommt es auf einige (Post-)Pandemische Urlaubsanforderungen an: Gesundheit und Sicherheit – hier gilt es am Ball zu bleiben und nicht nachzulassen bei Hygienekonzepten und Co. Verlässliche Informationen sind für das Gästelerlebnis wichtiger denn je, insbesondere in Bezug auf aktuellen und qualitativ hochwertigen Content. Flexibilität und Kurzfristigkeit rund um Buchungs- und Stornierungsbedingungen sind entscheidende Faktoren. Der Trend zu Outdoor- und Natur bleibt. Neue Angebote und die Kombination von Städte- und Naturerlebnissen können zusätzliche Potenziale freisetzen.

## Perspektive ab 2022

Anzeichen für eine langfristige Verhaltensveränderung bei der Wahl der Zielorte gibt es derzeit nicht. Vielmehr könnte bei entsprechendem Angebot und wiedergewonnenen Reisefreiheiten auch ein Nachholeffekt beim Stillen des Fernwehs einsetzen. Laut European Travel Commission (ETC) haben 70 % der Europäer für das zweite Halbjahr 2021 konkrete Urlaubspläne, etwa die Hälfte soll ins europäische Ausland führen. Die Destinationen in Niedersachsen sollten sich also schon jetzt auf einen starken, weltweiten Wettbewerb einstellen, spätestens für das Reisejahr 2022.

## Offene Fragen, auf die es erst in der Zukunft Antworten gibt

Wird sich das Geschäftsreiseaufkommen dauerhaft reduzieren? Verlieren Messen und Kongresse Teilnehmer? Gewinnen Gruppenreisen ab 2022 wieder an Bedeutung? Geht der Outdoorboom auch weiter, wenn Städterlebnisse und Veranstaltungsbesuche wieder möglich sind? Hat Corona das Bewusstsein für Nachhaltigkeit im Tourismus dauerhaft geschärft oder gibt es eine Art Revenge-Travel, nach dem Motto, jetzt erst recht? Hier lohnt ein regelmäßiger Blick auf aktuelle Befragungen und Studien.

Aus der amtlichen Statistik lassen sich mit den aktuellen Zahlen aus dem April noch keine wirklich neuen Erkenntnisse gewinnen, da diese vollumgänglich in der Zeit des Lockdowns liegen. Fakt ist allerdings, dass die Rückgänge im bisherigen Jahr noch einmal diejenigen aus 2020 übertreffen, weil in den Monaten Januar, Februar und teilweise im März 2020 noch privat motivierter Übernachtungstourismus stattfand und auch das Geschäftsreisesegment Anfang 2020 noch gut anlief.

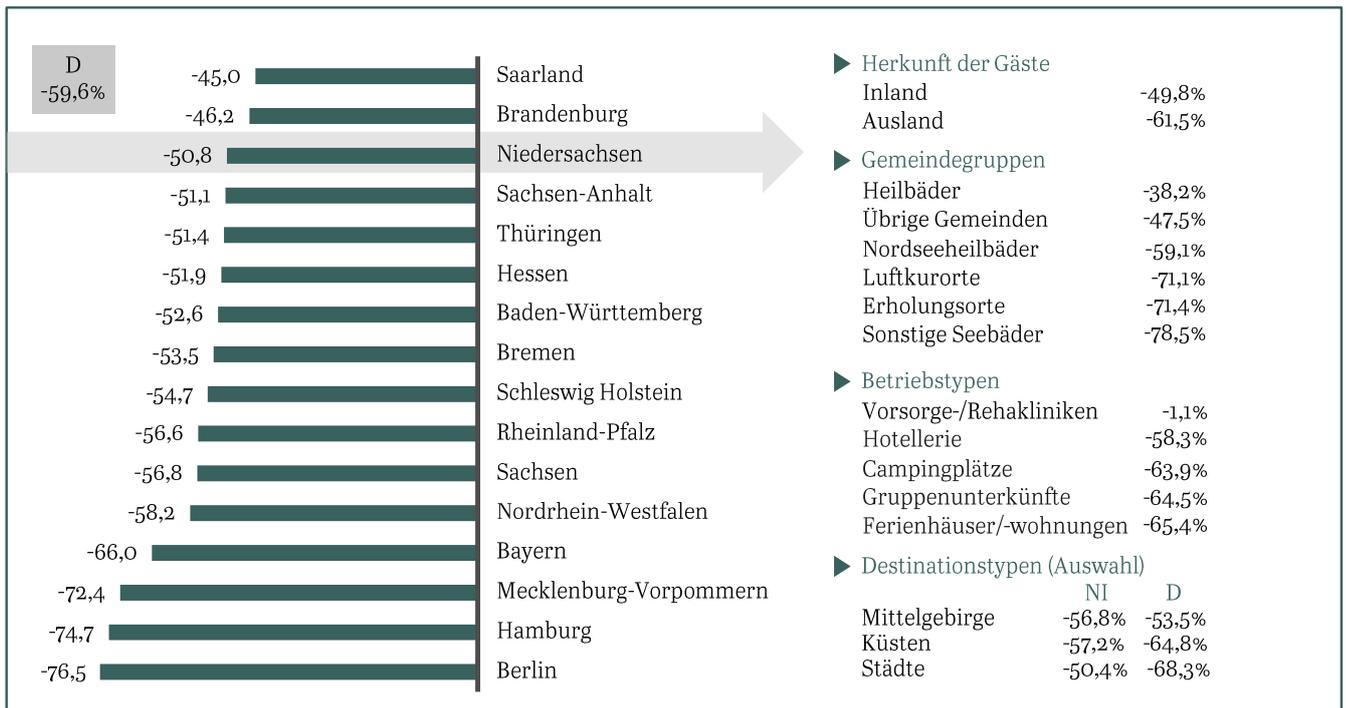
## Erstes Tertial 2021: Alle Regionen mit starken Nachfrageverlusten

Der durchgängige Lockdown im Kalenderjahr 2021 zwischen Januar und April führte zu nie dagewesenen Nachfrageeinbrüchen. Bundesweit waren die Leisure-Destinationen stärker betroffen, besonders bei Regionen, die in Normaljahren eine stärkere Wintersaison verbuchen. So erklären sich auch die weit überdurchschnittlich starken Rückgänge im Harz. Im Januar und Februar 2020 wurden hier noch entsprechende Übernachtungen getätigt. Auch die Küstendestinationen verlieren deutlich, wenngleich hier durch eine gute Sommer- und Herbstsaison 2021 sicherlich noch einiges gut gemacht werden kann. Auffällig: Die Städte und die Küsten in Niedersachsen verlieren zwar, doch weniger stark als im Bundesdurchschnitt. Insgesamt zeigt sich wenig überraschend, dass in den ersten vier Monaten 2021 die beruflich bedingten Übernachtungen (vornehmlich klassische Geschäftsreisen und Saisonarbeitskräfte/Monteure) sowie die Nachfrage in Vorsorge-/Rehakliniken für die Unterschiede sorgten. Klassische Marktmechanismen waren weiterhin ausgesetzt. So gingen die Übernachtungen in der GEO-Region, in der Region Mittelweser und im Weserbergland nur um jeweils rund ein Drittel zurück. Ein weiterer Beleg dafür sind die Entwicklungen nach Betriebstypen (siehe folgende Abbildung). Insgesamt ist Niedersachsen besser als viele andere Bundesländer durch den Lockdown gekommen. Dennoch ging die Auslastung im Zeitraum Januar bis April 2021 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum noch einmal um 5,1 Prozentpunkte zurück (bundesweit -11,6 Prozentpunkte).

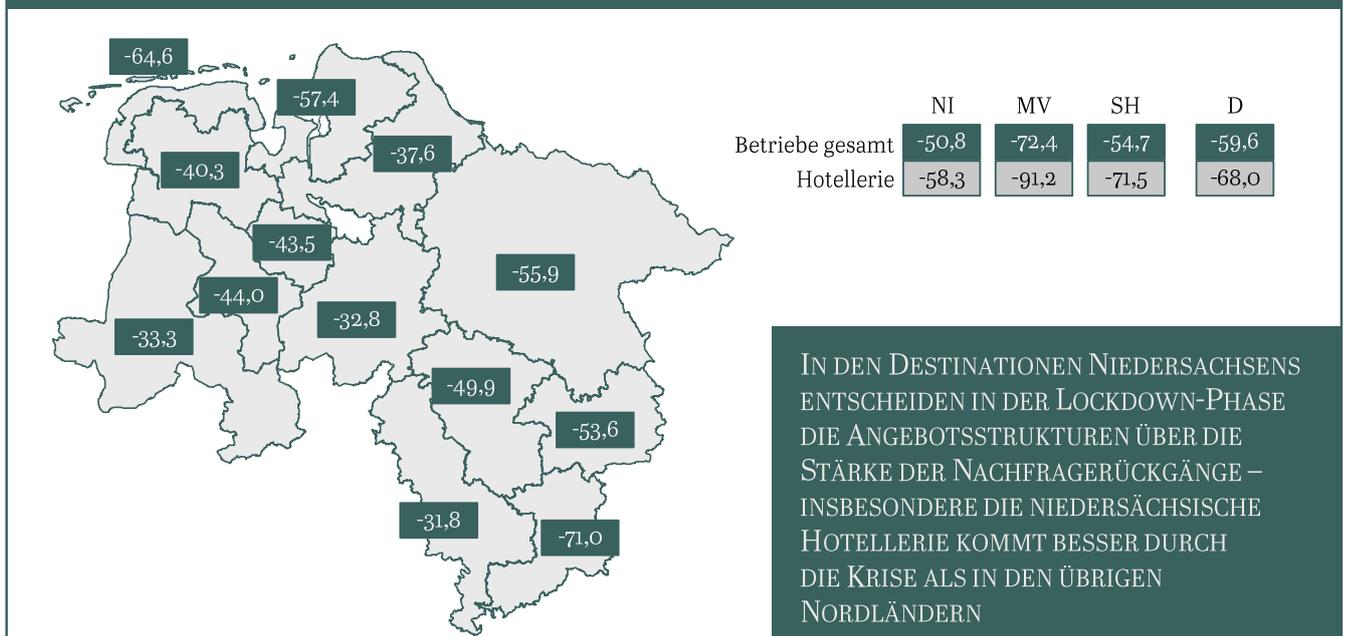
## Was lässt sich aus den aktuellen Trends ableiten:

- Die Recovery in den Bereichen Incoming und MICE wird voraussichtlich mehrere Jahre andauern. Internationale Marketingmaßnahmen sollten ab dem 2. Halbjahr 2021 bis Anfang 2022 wieder aufgenommen werden, um die niedersächsischen Destinationen weiterhin sichtbar zu machen.
- Im MICE-Segment hat die Corona-Pandemie den bestehenden Trend zu mehr digitalen und hybriden Formaten verstärkt. Der künftige Erfolg wird davon abhängen, sich anpassen und verändern zu können. Gleichzeitig wird der Wettbewerb auch hier härter. Kleiner, häufiger, digitaler, aber gleichzeitig der Wunsch nach realen Orten. All das sind wichtige Stichworte für die Zukunft von Meetings. Multifunktionalität und Investitionen in die Digitalisierung sind zentrale Anforderungen an die Infrastruktur.
- Der Trend zu einem stärkeren Kurzfristgeschäft hält weiter an. Dieses veränderte Buchungsverhalten gilt es zu berücksichtigen (Kurzfristigkeit, flexible Stornobedingungen etc.).
- Nachfrageseitig gibt es bislang keine Signale für eine mittelfristige Verhaltensänderung im Vergleich zur Zeit vor der Corona-Pandemie. Ein härterer Wettbewerb zwischen den Destinationen ist spätestens ab 2022 zu erwarten, wenn weltweite Reiseeinschränkungen weiter gefallen sind.
- Legt man den TrustScore der Metasuchmaschine TrustYou – Online-Bewertungen von Unterkünften – als Orientierung für die Gästezufriedenheit zugrunde, dann ist diese 2020 erstmals nicht nur in Niedersachsen, sondern praktisch bundesweit rückläufig. In Niedersachsen fiel der Wert zwar nur leicht von 85,6 Punkte auf 85,0 Punkte. Dieser Frühwarnindikator zeigt jedoch, dass neben Maßnahmen zur Existenzsicherung Qualitätsinitiativen gestartet werden sollten (z.B. Sensibilisierung der Unternehmer\*innen, Informationen zu Fördermöglichkeiten bei Investitionen), zumal im Rahmen von bundesweiten Betriebsbefragungen viele Unternehmer\*innen im Gastgewerbe und in der Freizeitwirtschaft angegeben hatten, Investitionen aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie auf unbestimmte Zeit verschoben zu haben.
- Auch die Angebotskennzahlen (Betriebe, Schlafgelegenheiten) sind rückläufig, allerdings ist noch nicht klar, ob es sich um temporäre oder dauerhafte Effekte handelt. Mittelfristig sollten sich die Tourismusverantwortlichen auf veränderte Angebotsstrukturen einstellen (Betriebskonzepte, räumliche Verteilung). Mehr Transparenz wird der zweite Kurzbericht des TMN-TourismusMonitors bringen, wenn die Daten für den Sommer 2021 und erste Trends aus der Insolvenzstatistik verfügbar sind.

Gewerbliche Übernachtungen (ab 10 Schlafgelegenheiten) Januar bis April 2021 ggü. Vorjahr in %



NIEDERSACHSEN MIT ERHEBLICHEN EINBUßEN, DENNOCH KOMMT DAS LAND BESSER ALS VIELE WETTBEWERBER DURCH DEN LOCKDOWN – AUSSAGEKRÄFTIGE TRENDS ERST IM ZUGE DER SOMMERSAISON ABZULEITEN



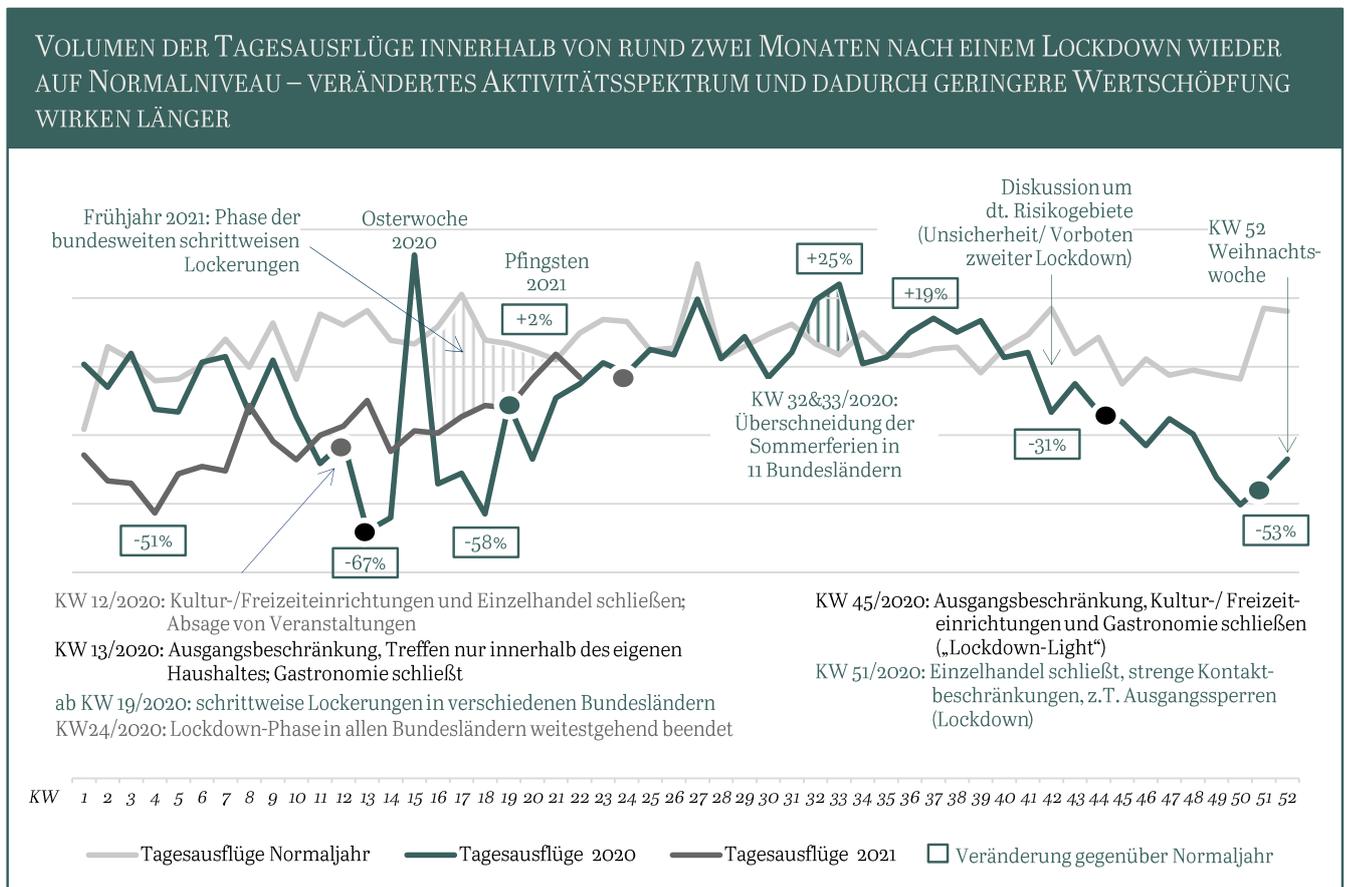
IN DEN DESTINATIONEN NIEDERSACHSENS ENTSCHEIDEN IN DER LOCKDOWN-PHASE DIE ANGEBOTSSTRUKTUREN ÜBER DIE STÄRKE DER NACHFRAGERÜCKGÄNGE – INSBESONDERE DIE NIEDERSÄCHSISCHE HOTELLERIE KOMMT BESSER DURCH DIE KRISE ALS IN DEN ÜBRIGEN NORDLÄNDERN

Quelle: dwif 2021, Daten: Statistisches Bundesamt, Landesamt für Statistik Niedersachsen, Statistikamt Nord

# Tagesreisen und Freizeitwirtschaft Niedersachsen

Der Tagestourismus ist ein milliardenschweres Standbein im Deutschlandtourismus und wichtig für eine kontinuierliche Auslastung vieler Einrichtungen und Anbieter. Im Zeitraum Januar bis Mai 2021 sind die Tagesreisen bundesweit jedoch um rund 30 % zurückgegangen, in den Wintermonaten wurde teilweise weniger als die Hälfte des regulären Tagesreisenaufkommens erreicht. Insbesondere Gastronomie- und Veranstaltungsbesuche gingen gegen „Null“. Die Jahresbilanz 2020 mit einem Minus von „nur“ -19 % spiegelt jedoch den positiven Einfluss der Lockerungsphasen im Sommer 2020 wider. Erneut zeigte sich eine schnelle Regenerationsgeschwindigkeit nach den ersten bundesweiten schrittweisen Lockerungen im Frühjahr 2021. Das Ausflugsverhalten (Intensität/Aktivitäten) im April/Mai 2021 ist vergleichbar mit den Trends nach dem Frühjahrs-Lockdown 2020 (ab KW 19/2020). Die gesamte Corona-Pandemie ist gekennzeichnet von einer Verlagerung auf naturnahe Aktivitäten und massiven Rückgängen bei Besuchen von Gastronomie, Sehenswürdigkeiten/Attraktionen oder Veranstaltungen. Die daraus resultierende Reduzierung der Wertschöpfung aus dem Tagestourismus trifft die Branche somit deutlich stärker als die bloße Volumenreduktion. Diese Entwicklungstrends sind auch auf Niedersachsen übertragbar.

Niveau privater Tagesausflüge pro Kopf und Kalenderwochen 2020/2021 in Deutschland



Quelle: dwif 2021, Daten: dwif-Tagesreisenmonitor 2021

Die Corona-Pandemie hat die Freizeitwirtschaft schon 2020 hart getroffen. Flächendeckende Schließungen zwischen Mitte März und Ende April 2020 sowie am Jahresende, Abstands- und Hygieneregeln sowie eine gewisse Zurückhaltung der Menschen bei Freizeitaktivitäten führten zu enormen Verlusten. Die Einrichtungen mussten innerhalb kürzester Zeit ein hohes Maß an Kreativität und Improvisationstalent beweisen sowie ihre Kommunikationsinfrastruktur ausbauen, um die Zeit zu überbrücken, präsent zu bleiben und für den Neustart gerüstet zu sein. Die Freizeitwirtschaft hat schnell gehandelt: Bereits nach kürzester Zeit wurden im letzten Frühjahr neue Online-Angebote zur Verfügung gestellt. Diese reichten von Livestreams der Tierfütterungen in Zoos und virtuellen Rundgängen in Museen und Schlössern über Bildungs- und Bastelangebote für Kinder sowie Videos älterer

Theater- und Konzertaufführungen bis hin zu speziellen Drive-in-Angeboten. Laut einer Befragung im Februar 2021 messen acht von zehn Freizeiteinrichtungen in Niedersachsen digitalen Angeboten auch nach der Pandemie mehr Bedeutung bei als in den Jahren zuvor. Darüber hinaus wurden Spenden- oder Gutscheinkaktionen ins Leben gerufen, um die finanziellen Verluste zumindest minimal abzufedern. Dennoch sehen sich rund 15 % aller Freizeiteinrichtungen in Niedersachsen trotz der vielfältigen Unterstützungsmaßnahmen in ihrer Existenz bedroht.

## Die monatelangen Schließungen sind für viele Einrichtungen existenzbedrohend

Neben eigenen Rücklagen waren Hilfs- und Förderprogramme die einzige Möglichkeit, durch die Krise zu kommen. Im Februar 2021 hatten bereits drei Viertel der Freizeiteinrichtungen in Niedersachsen Hilfsprogramme in Anspruch genommen, insbesondere Kurzarbeitergeld und Zuschüsse ohne Rückzahlungsverpflichtung sowie Sofort- und Überbrückungshilfen. Diese finanzielle Unterstützung war immerhin für die Hälfte der Einrichtungen ausreichend. Lange Zeit hatten kommunal getragene Einrichtungen weniger Bedarf oder waren nicht anspruchsberechtigt, gerieten dann aber mit anhaltender Pandemiedauer ebenfalls immer mehr unter Druck. Hier bleibt abzuwarten, wie sich die Situation der öffentlichen Haushalte, insbesondere ab 2022, auch auf den Betrieb und die Investitionen der kommunalen Freizeit- und Kultureinrichtungen auswirken wird. Die Stärkung von Tourismus und Kultur als freiwillige Aufgabe der Kommunen sollte im Sinne des Erhalts und der Steigerung der Lebens- und Aufenthaltsqualität weiterhin eine hohe Priorität haben.

## Dramatischer Einbruch der Besucherzahlen 2020

Die Besucherzahlen der Kultur- und Freizeiteinrichtungen in Niedersachsen sind 2020 um 47,2 % zurückgegangen. Damit waren die Verluste größer als im Durchschnitt der am Freizeitmonitoring teilnehmenden Bundesländer (-41,5 %). Lediglich vier Einrichtungen in Niedersachsen konnten das Jahr 2020 mit einem Besucherplus abschließen. Outdoor-Angebote sowie Einrichtungen mit großen Außenbereichen konnten die Verluste zumeist geringer halten als Indoor-Einrichtungen. Zudem waren Saisonbetriebe weniger von den Corona-Maßnahmen betroffen als Ganzjahresangebote. Letztlich bilanzierten alle Einrichtungstypen deutliche Besucher- und damit Umsatzrückgänge.

## Saisonverlauf zeigt deutlich die Extremsituation 2020

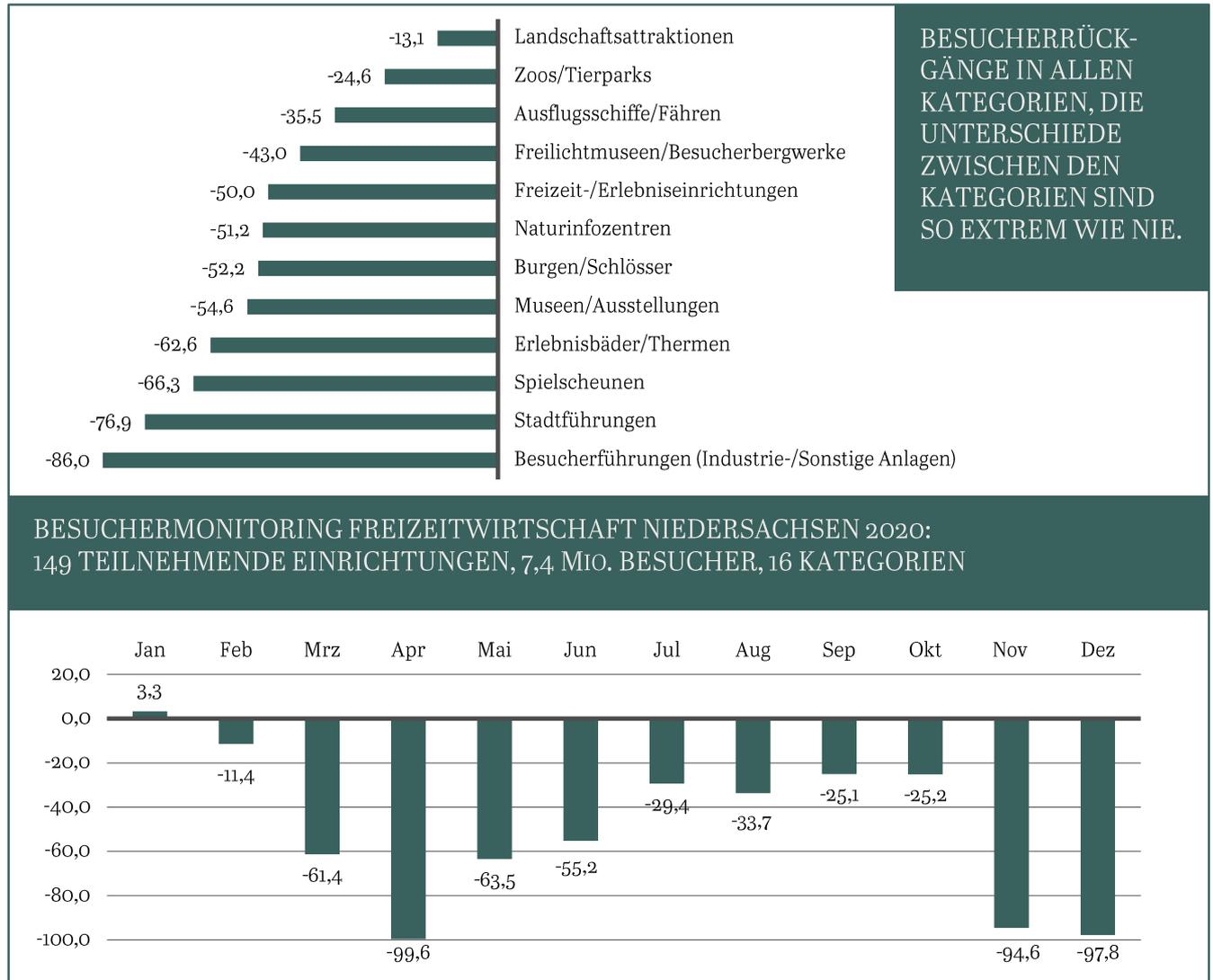
Der Saisonverlauf der Besucherzahlen zeigt die Extremsituation des Jahres 2020 eindrucksvoll auf. Einem bereits durchwachsenen Jahresstart mit einer leichten Steigerung der Besucherzahlen im Januar (+3,3 %) und deutlichen Rückgängen im Februar (-11,4 %) standen ab März weitere zehn Monate mit gesunkenen Besucherzahlen gegenüber. In den Monaten April, November und Dezember gab es aufgrund der Lockdowns kaum Besucher in den Freizeiteinrichtungen. Im Gegensatz zu anderen Bundesländern öffneten in Niedersachsen auch Zoos/Tierparks nach dem ersten Lockdown erst Anfang Mai wieder und mussten auch im zweiten Lockdown komplett schließen, was sich in den Besucherzahlen dieser Monate widerspiegelt. Auch im Mai (-63,5 %) und im Juni (-55,2 %) waren die Verluste noch erheblich. Zwischen Juli und Oktober pendelten sich die Rückgänge zwischen -25 % und -33 % ein und lagen damit etwas höher als in vielen anderen Bundesländern. Die meisten Einrichtungen konnten allerdings zumindest eingeschränkt mit Hygienekonzepten, teils auch Besucherbegrenzungen öffnen; und sehr viele Menschen hatten ein großes Bedürfnis nach Erlebnissen. Auch der Trend, den Urlaub 2020 im eigenen Land zu verbringen sowie Ausflüge ins Umland zu unternehmen, kam den Freizeiteinrichtungen in diesen Monaten zugute. Landschaftsattraktionen und Zoos/Tierparks schnitten hier in einzelnen Monaten sogar besser ab als im Vorjahreszeitraum. Für 2021 ist aufgrund des zweiten Lockdowns mit einem ähnlichen saisonalen Verlauf und Reise-/Ausflugsverhalten zu rechnen wie 2020.

## Besucherentwicklung nach Kategorien in Niedersachsen 2020

Die Jahresergebnisse der einzelnen Kategorien variieren aufgrund der Sondersituation 2020 besonders stark. Zwischen der Kategorie mit dem geringsten Verlust (Landschaftsattraktionen -13,1 %) und derjenigen mit den größten Einbrüchen (Besucherführungen (Industrie-/Sonstige Anlagen -86,0 %)) liegen rund 73 Prozentpunkte. Outdoor-einrichtungen wie die erwähnten Landschaftsattraktionen und Zoos/Tierparks (-24,6 %) sind noch am besten durch die Krise gekommen. Aufgrund ihres Angebotes an der frischen Luft hatten sie teils mehr Öffnungstage als andere Kategorien. Auch Ausflugsschiffe/Fähren (-35,5 %) verloren „nur“ rund jeden dritten Fahrgast.

Kulturangebote wie Museen/Ausstellungen und Burgen/Schlösser konnten hingegen nur rund die Hälfte der Gäste des Vorjahres begrüßen. Ebenso wie Erlebnisbäder/Thermen (-62,6 %), die noch stärkere Einbrüche verzeichneten, stellen sie Ganzjahresangebote dar und sind auch in der Nebensaison, in die der zweite Lockdown fiel, normalerweise gut besucht. Die Anbieter von Stadtführungen (-76,9 %) waren besonders stark von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen. An den Teilnehmerzahlen der Stadtführungen ist erkennbar, dass Städtetourismus 2020 nur sehr eingeschränkt stattgefunden hat.

Besucherentwicklung in der Freizeitwirtschaft in Niedersachsen 2020 ggü. Vorjahr in %



Quelle: dwif 2021, Daten: Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

Aktuelle Zahlen zum ersten Tertial 2021 sind noch nicht aussagekräftig, da sie mit wenigen Ausnahmen (einige Outdoor-Einrichtungen) noch komplett in die Zeit des 2. Lockdowns fallen. Der zweite Kurzbericht des TMN-TourismusMonitors im Herbst 2021 wird hier mehr Aufschluss zur Regeneration und Entwicklung der Freizeitwirtschaft bringen, wenn die Ergebnisse aus den Sommermonaten mit in die Auswertung einfließen können.

# Hotel- und Gaststättengewerbe in Niedersachsen

## Anhaltende Krise mindert seit über einem Jahr die Wirtschaftsleistung

Die deutsche Wirtschaft wurde im Jahr 2020 von einer starken Rezession getroffen. Der Ausbruch der Corona-Pandemie und die damit einhergehenden Maßnahmen zu ihrer Bekämpfung ab dem Frühjahr 2020 führten zu einem Rückgang des preisbereinigten Bruttoinlandproduktes (BIP) um 5,0 %. Nach zehnjähriger Wachstumsphase ist die Wirtschaftsleistung erstmals seit der globalen Finanzkrise im Jahr 2009 geschrumpft. Damals gehörte das Gastgewerbe jedoch nicht zu den Hauptbetroffenen. Insgesamt entwickelte sich das deutsche BIP in den vier Quartalen des Jahres 2020 parallel zum Pandemieverlauf: Nach dem historischen Einbruch um 9,7 % im 2. Quartal setzte im 3. Quartal ein deutlicher Erholungsprozess ein (+8,5 %), der durch die zweite Pandemiewelle und den erneuten Lockdown zum Jahresende gebremst wurde. Das 4. Quartal endete mit einer Stagnation (-0,1 %).

Im 1. Quartal des laufenden Jahres belasten die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie weiterhin die deutsche Wirtschaft. Entsprechend getrübt ist die Stimmungslage in den Unternehmen. Der Ifo-Geschäftsklimaindex, ein Frühindikator für die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland, lag im März bei 96,6 Punkten und im April bei 96,8 Punkten. Der Trend ist jedoch positiv, denn seit dem Umfragetiefpunkt im April 2020 (75,6 Punkte) ist der Wert fast kontinuierlich gestiegen. Der GfK-Konsumklimaindex, der die Konsumneigung der Privathaushalte misst, liegt nach wie vor bei einem weit unterdurchschnittlichen Wert von -8,8 Punkten (Stand: Mai 2021). Insgesamt wirkt sich die Pandemie weiterhin massiv auf die Unternehmens- und Verbraucherstimmung aus und mindert sowohl die Konjunktur- und Einkommenserwartung als auch die Kauflust der Deutschen. Es gilt also, zu einem positiven Konsumklima beizutragen, denn z.B. die Entwicklung der Reallöhne und die Sparquote auf Rekordniveau bieten grundsätzlich gute Voraussetzungen. Vertrauen und Optimismus mit Blick auf die Zukunft sind hier gefragt.

## Umsatzeinbruch im Gastgewerbe trotz des starken Sommers

Der wirtschaftliche Einbruch fiel insgesamt dank milliardenschwerer Staatshilfen weniger gravierend aus als befürchtet: Trotzdem hat es einzelne Branchen, vor allem den Tourismus und das Gastgewerbe, besonders stark getroffen. Anhaltende Einschränkungen und punktueller Stillstand im Gastgewerbe sorgten allein im Zeitraum März bis Dezember 2020 für einen nie da gewesenen Umsatzeinbruch um (preisbereinigt) 47,1 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Seit Beginn der Einschränkungen gab es keinen Monat, in dem die Umsätze im Gastgewerbe bundesweit real wieder das Niveau des jeweiligen Vorjahresmonats erreichten – auch nicht im Sommer, als sich die Branche dank der weitreichenden Lockerungen etwas erholen konnte. Der August 2020 war für das Gastgewerbe der umsatzstärkste Monat des Jahres; und das bundesweit mit 20,5 % unter dem Vorjahresniveau.

## Große regionale Unterschiede in der Umsatzentwicklung

Die Pandemie hat einige Urlaubervorlieben hinsichtlich Destinations- und Betriebstypen temporär verändert, andere wiederum bestätigt. Diese Veränderungen sind auch an den Umsätzen des Gastgewerbes ablesbar: In Niedersachsen beträgt der Umsatzrückgang 34,4 %, während sich in Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein der Umsatz im Gastgewerbe um weniger als 30 % verringerte. Besonders das Gastgewerbe in den Stadtstaaten Berlin (-50 %), Hamburg und Bremen sowie Hessen (jeweils rund -43 %) hatte immens zu leiden. Zum Vergleich: Deutschlandweit verlor das Gastgewerbe durchschnittlich 39 % des Umsatzes.

## Gastronomiebetriebe sind etwas weniger von Umsatzrückgängen betroffen

Insgesamt hat das Beherbergungssegment deutlich stärker unter Nachfragerückgängen und Umsatzeinbrüchen gelitten als die Gastronomie: In allen Lockdown-Monaten des Jahres 2020 durften nur Geschäftsreisende beherbergt werden; sämtliche Tagungen und Einnahmen durch Zusatzangebote wie Familienfeiern oder Wellness fielen weg. Damit verbuchten die Beherbergungsbetriebe in Deutschland nach Angaben der amtlichen Statistik im Durchschnitt rund 46 % weniger Einnahmen, in Niedersachsen waren es 39,1 %. Am stärksten betroffen waren wiederum Berlin und Hamburg mit einem Umsatzverlust von über 60 %. Die Gastronomie hatte in den Lockdown-Monaten einen etwas größeren Handlungsspielraum: Sie konnte – zumindest im urbanen Raum und an Ausflugszielen – Außer-Haus-Verkauf und Lieferservice anbieten. Insgesamt fiel der Gastronomieumsatz in Deutschland um 32,0 % und in Niedersachsen um 28,9 %.

Die allermeisten Betriebe erwirtschafteten somit über viele Monate hinweg nur einen Bruchteil ihres regulären Umsatzes. Das Land Niedersachsen hat eine inzidenzbezogene Öffnungsstrategie vorgelegt. Somit können seit dem 10. Mai 2021 Beherbergungsbetriebe auch wieder touristische Übernachtungen anbieten und Gastronomiebetriebe ihren Gästen in Abhängigkeit des Inzidenzwertes Außen- und Innensitzplätze anbieten. Die Testpflicht und die vorgeschriebene Maximalbelegungszahl wird die Umsatzerwartungen jedoch noch längere Zeit einschränken. Wichtig: Der Bedarf an Unterstützungsmaßnahmen bricht mit der Wiedereröffnung nicht schlagartig ab. Um Überschuldungen und weiteren Investitionsstau zu vermeiden, benötigen die meisten Betriebe auch weiterhin finanzielle Unterstützung. Diese gilt es gemeinsam mit Wirtschaft, Verbänden und Politik auszuloten.

### **Regional unterschiedliche Nachfrage wirkt sich auf die Zimmerpreise aus**

Die beschriebenen Umsatzverluste im Beherbergungssegment sind nicht nur der gesunkenen Nachfrage geschuldet, sondern auch Folge eines bundesweit geringeren Durchschnittspreises. Gerade in der Preispolitik werden Unterschiede zwischen Destinations- und Betriebstypen sichtbar: Aufgrund der hohen Nachfrage konnten Hotelbetriebe in freizeittouristisch starken Destinationen – vor allem an der Küste und an den Seen – ihre Preise während der Öffnungsphase 2020 sogar erhöhen. Betriebe, deren Konzept auf Geschäftsreisende und ausländische Gäste ausgerichtet ist (zum Beispiel Tagungs-, Messe-, Flughafen- und Stadthotels), mussten deutliche Preisabschläge vornehmen. Allerdings gilt hier, die Preisspirale nicht zu überdrehen, da die Nachfrager auch in Pandemie-Zeiten durchaus preissensibel sind. Das wird aus den Trends bei der Gästezufriedenheit des TrustScore deutlich. Preissteigerungen müssen demnach mit einer entsprechenden Anpassung der Qualität einhergehen, und zwar durch Investitionen in die Hardware, vor allem aber in die Mitarbeiter\*innen/den Service.

Die Angebotsstruktur in Niedersachsen ist je nach Standort und Region, zwischen Küste und Mittelgebirge, sowohl auf Freizeit- als auch auf geschäftlich motivierten Tourismus ausgelegt. So konnten einige Betriebe angesichts der vermehrten Inlandsnachfrage und des häufig einkalkulierten Hygieneaufschlages höhere Preise durchsetzen als im Vorjahr. Insgesamt aber sanken die Zimmerpreise in Niedersachsen wie auch in Deutschland um rund 14 %. Der durchschnittliche Zimmerpreis in der niedersächsischen Beherbergung lag 2020 bei 86,4 Euro (Quelle STR-Global). Offen bleibt, wie sich die Preise nach der Corona-Pandemie entwickeln werden. Denkbar wäre, dass die zu erwartenden Marktaustritte im Beherbergungssegment zu einer Angebotsverknappung führen, was sich bei steigender Nachfrage in höheren Preisen niederschlägt. Gleichzeitig sind jedoch weiterhin viele Bauvorhaben und Planungen im Gange (u.a. Braunschweig, Göttingen, Hannover, Meppen, Oldenburg, Stade und Wolfsburg), die für zusätzliche Kapazitäten am Markt sorgen.

### **Beherbergungsbetriebe erzielten fast zwei Drittel weniger Umsatz je Zimmer**

Ein Blick auf den RevPAR – den Umsatz je verfügbarem Zimmer – verdeutlicht, wie dramatisch die Situation für die Beherbergungsbetriebe ist. Einen RevPAR von rund 26 Euro erzielten Hotelbetriebe in Niedersachsen im Jahresdurchschnitt 2020. Im Vorjahr lag der Wert noch bei 66 Euro. Es gibt keine konkrete Messlatte, wie hoch der RevPAR eines Betriebes sein muss, da hier interne Faktoren wie das Lohnniveau und der Umfang der Servicebereiche sowie externe Faktoren wie Saison und Zielgruppen eine Rolle spielen. Klar ist jedoch, dass es betriebswirtschaftlich unrentabel ist, den Betrieb bei einem RevPAR von unter 10 Euro aufrechtzuerhalten, was in den Lock-down-Monaten in Niedersachsen allerdings oftmals der Fall war.

WIRTSCHAFT UND KONJUNKTUR IM GASTGEWERBE

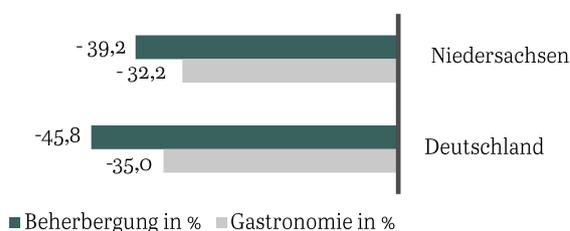
Ifo-Geschäftsklimaindex für Deutschland (Index 2015 = 100)



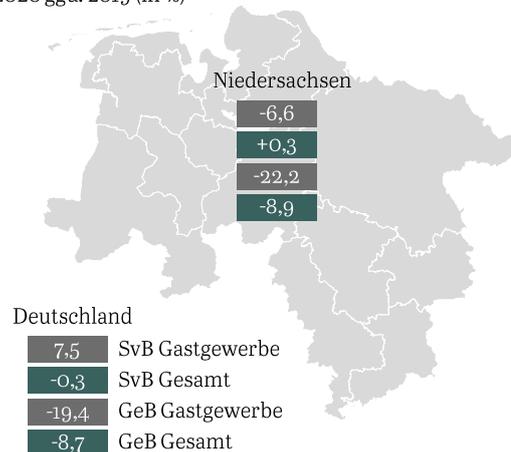
DIHK-Saisonumfrage: Wo sehen Sie die größten Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung Ihres Unternehmens in den kommenden zwölf Monaten? (Gastgewerbe Deutschland im Herbst 2020; in %)

Risiko	2020	2019
Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen	52	43
Arbeitskosten	46	59
Inlandsnachfrage	44	24
Fachkräftemangel	40	71
Auslandsnachfrage	39	10
Energie- und Rohstoffpreise	27	45
Finanzierung	18	10
Wechselkurs	1	1

Reale (preisbereinigte) Umsatzentwicklung in Beherbergung und Gastronomie 2020 im Vergleich zum Vorjahr (in %)



Arbeitsmarkt in Niedersachsen: sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und geringfügig Beschäftigte im Gastgewerbe und insgesamt; 2020 ggü. 2019 (in %)

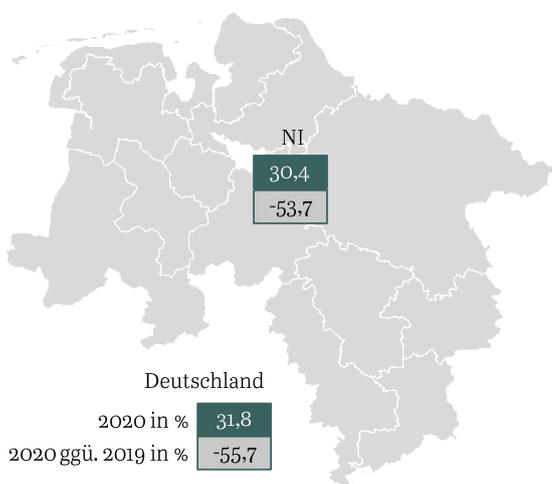


Personen in Kurzarbeit: Anteil des Gastgewerbes an allen Branchen im Jahresdurchschnitt 2020 (in %)

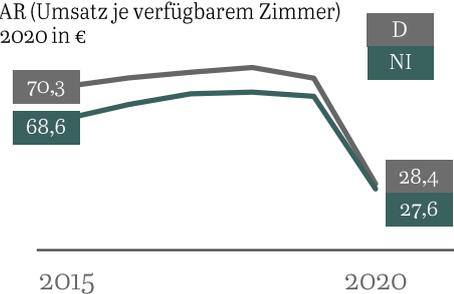
	NI	D	Anteil SvB Gastgewerbe an Gesamt	
Beherbergung	2,6	2,7		
Gastronomie	6,8	7,5	NI	D
Gastgewerbe	9,4	10,2	2,8	3,1

PREISE UND ZIMMERAUSLASTUNG IM HOTELSEGMENT

Zimmerauslastung 2020 in % und Veränderung ggü. 2019 in %



RevPAR (Umsatz je verfügbarem Zimmer) 2015-2020 in €



Zimmerpreise 2019 u. 2020 in € sowie Veränderung in %

	2020	2019	ggü. 2019
Deutschland	89,4	103,1	-13,6
Niedersachsen	86,4	100,5	-14,2

Quelle: dwif 2021, Daten: ifo-Institut, DIHK, Destatis, Bundesagentur für Arbeit, STR Global

## Finanzielle Hilfen waren und sind weiterhin notwendig

Wenn im laufenden Betrieb längerfristig nur ein Bruchteil der gewöhnlichen Umsätze eingefahren wird, führt dies zu massiven Liquiditätsengpässen und Fixkosten können kaum mehr bezahlt werden. Daher waren und sind die Instrumente zur finanziellen Soforthilfe von Bund und Ländern aus betriebswirtschaftlicher Sicht notwendig. Für die meisten Betriebe standen dabei die staatliche Übernahme von Fixkosten wie Löhnen und Gehältern sowie Mieten/Pachten im Vordergrund. Die großzügig bemessenen November- und Dezember-Hilfen, die einen einmaligen Zuschuss in Höhe von bis zu 75 % des jeweiligen Vorjahresumsatzes bedeuteten, haben viele Betriebe zunächst optimistisch gestimmt. Doch die Hilfgelder wurden teilweise nur schleppend ausgezahlt. Über mehrere Monate hinweg mussten viele Betriebe lediglich mit Abschlagszahlungen auskommen, da die Anträge noch geprüft oder korrigiert werden mussten.

Zudem konzentrierten sich die Hilfsprogramme lange auf kleine und mittelständische Betriebe. Größere Betriebe waren aufgrund der bis Ende 2020 geltenden Hilfsobergrenzen von den Maßnahmen ausgeschlossen. Die anhaltenden Umsatzausfälle haben aber auch diesen Betrieben zugesetzt, weshalb sie Unterstützung benötigen. Die EU hatte hier zwischenzeitlich nachgebessert und die Beihilfegrenze von 0,8 auf 2,0 Millionen Euro erhöht. Somit konnten ab Anfang 2021 auch größere Betriebe, regionale mittelgroße Hotelketten und Systemgastronomen darauf zugreifen. Mit der Überbrückungshilfe III erhalten besonders vom Umsatzrückgang betroffene Betriebe einen Eigenkapitalzuschuss und eine höhere Fixkostenerstattung. Insgesamt haben Bund und Länder ihre Hilfsprogramme mehrfach angepasst und sind somit auf die eindringlichen Forderungen der Branchenverbände eingegangen.

### Kurzarbeitergeld ist das am häufigsten genutzte Hilfsangebot

Laut einer Umfrage der ahgz ([www.ahgz.de](http://www.ahgz.de)) nutzten alle befragten Hotelbetriebe das Instrument der Kurzarbeit. Auf diese Weise konnten Betriebe massiv Personalkosten einsparen und Entlassungen vermeiden. Der Bundesagentur für Arbeit zufolge wurde im Jahr 2020 für rund 14,4 Millionen Personen deutschlandweit Kurzarbeit angezeigt. Davon waren rund 1,5 Millionen Angestellte – also rund 10 % – dem Gastgewerbe zugeordnet. Zum Vergleich: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Gastgewerbe stellen insgesamt 3 % aller Beschäftigten in Deutschland. Dabei ist die Gastronomie deutlich stärker betroffen als die Beherbergung, denn drei Viertel der Personen in Kurzarbeit, insgesamt rund 1 Million Menschen, waren in der Gastronomie tätig.

Insgesamt waren die Betriebe im niedersächsischen Gastgewerbe etwas weniger betroffen von Auslastungsrückgang und Umsatzausfällen als der bundesweite Durchschnitt. Das sollte jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich die meisten Betriebe trotzdem in einer finanziellen Notlage befinden und die Sehnsucht nach Planbarkeit und Normalität bei allen Betrieben gleichermaßen groß ist.

#### Ihre Ansprechpartner:

Herausgeber: TourismusMarketing Niedersachsen GmbH  
Thorsten Glaß, Petra Ahrens  
Essener Straße 1  
30173 Hannover  
E-Mail: [glass@tourismusniedersachsen.de](mailto:glass@tourismusniedersachsen.de)  
[ahrens@tourismusniedersachsen.de](mailto:ahrens@tourismusniedersachsen.de)

Bearbeitung: dwif-Consulting GmbH  
Karsten Heinsohn