

Saisonumfrage Tourismus Ergebnisse nach Abschluss der Wintersaison im Frühjahr 2019 für die IHK-Region Hannover

(Berichtszeitraum 1. November 2018 bis 30. April 2019)

Saisonumfrage Touristik: Geschäftslage kritischer bewertet

Die Ergebnisse der Saisonumfrage Touristik Wintersaison 2018/2019 bei Reiseveranstaltern, Reisebüros und Busreiseunternehmen im Gebiet der Industrie- und Handelskammer Hannover liegen vor. Die Antworten von 56 Unternehmen zur Entwicklung der Leistungskennzahlen und die Bewertung und Einschätzung von Indikatoren geben Aufschluss über die Situation der Branche. In Niedersachsen haben sich insgesamt 134 Unternehmen beteiligt.

Bei deutlich abgeschwächter Umsatzentwicklung fällt die Bewertung der eigenen Geschäftslage durch die teilnehmenden Unternehmen kritischer als vor Jahresfrist aus. Während der Outgoing-Markt eine deutliche Abwärtsbewegung verzeichnet und sich auch im Inlandsmarkt ein schwächeres Buchungsgeschäft ergeben hat, hat zumindest im Incoming der Positiv-/ Negativ-Saldo eine leichte Stärkung erfahren.

Für die Sommersaison 2019 sind die Teilnehmer an der Saisonumfrage deutlich skeptischer gestimmt. Der Konjunkturklima-Index für die Touristik ist Sparten übergreifend kräftig gefallen. Wie vor Jahresfrist ist mit einem Anziehen der Verkaufspreise zu rechnen. Die Beschäftigtenzahlen dürften sich tendenziell rückläufiger gestalten. Bei unverändert gering ausgeprägter Investitionsdynamik liegt die Modernisierung/Ersatzbeschaffung unter den Investitionsmotiven weiter mit klarem Vorsprung vorn.

Als Top-Risikofaktoren für die kommenden 12 Monate benennen die Teilnehmer den Fachkräftemangel, gefolgt von den gleichauf dahinter liegenden Themen Arbeitskosten und Inlandsnachfrage. Die Deckung des Arbeitskräftebedarfs insbesondere für gelernte Fachkräfte bereitet den Betrieben große Probleme. Im Schwerpunkt bieten die Unternehmen familienfreundliche Arbeitsbedingungen und Weiterbildungsangebote.

Bewertung der Geschäftslage fällt kritischer aus

Die Touristikunternehmen im Gebiet der IHK Hannover bewerten ihre geschäftliche Entwicklung inzwischen erheblich kritischer. Bezeichnete noch vor Jahresfrist nahezu jedes zweite Unternehmen (48,9 %) die eigene Geschäftslage als gut, so tut dies inzwischen nur noch jedes dritte Unternehmen (33,9 %). Der Anteil an Unternehmen, die mit ihrer Situation unzufrieden sind („schlecht“), ist hingegen kräftig von 6,7 Prozent auf 26,8 Prozent gestiegen.

Auf Landesebene ist der Anteil der mit ihrer Geschäftslage sehr zufriedenen Unternehmen noch drastischer von 56,1 Prozent auf 34,3 Prozent zurückgegangen; der bislang äußerst geringe Anteil unzufriedener Unternehmen hat sich etwas geringfügiger als in der IHK-Region von 6,5 Prozent auf 19,4 Prozent erhöht.

Dieser Rückgang bei den zufriedenen Unternehmen ist noch stärker bei den Reiseveranstaltern als bei den Reisebüros zu registrieren, während sich bei den teilnehmenden Omnibusunternehmen „gute“ und „schlechte“ Geschäftslage die Waage halten. 46,2

der teilnehmenden Reiseveranstalter (Vorjahr: 70,0 %) beurteilen ihre Situation noch als gut; bei den Reisemittlern ist der Anteil der sehr zufriedenen Unternehmen von 55,6 Prozent auf 34,4 Prozent geschrumpft. Von den teilnehmenden Reisebüros beurteilen 31,3 Prozent (Vorjahr: 7,4 %) ihre gegenwärtige geschäftliche Situation als schlecht; bei den Reiseveranstaltern ist dieser Anteil von 10,0 Prozent auf 23,1 Prozent weniger kräftig angestiegen. Keines der Busreiseunternehmen klagt über eine schlechte geschäftliche Situation. Sowohl bei Reisebüros als auch bei Reiseveranstaltern befindet sich der Positiv-Negativ-Saldo (aus „guter“ und „schlechter“ Bewertung) - wenn auch auf unterschiedlichem Niveau - noch in den schwarzen Zahlen (Reiseveranstalter: + 23,1; Reisebüros: + 3,1).

Umsatzentwicklung deutlich abgeschwächt

Die Umsatzentwicklung hat sich in der Wintersaison im Vergleich zum Vorjahr deutlich abgeschwächt: So hat sich der Anteil der Unternehmen mit positiver Umsatzentwicklung von 46,7 Prozent auf 23,1 Prozent halbiert, während ebenfalls etwa jedes vierte Unternehmen (26,9 %; Vorjahr: 20,0 %) geringere Umsätze verbucht.

Bei den Reiseveranstaltern ist der Saldo im Vorjahresvergleich deutlich eingebrochen und in den negativen Bereich auf - 16,6 (Vorjahr: + 30,0) abgerutscht. Auch bei den Reisebüros ist der Positiv-Negativ-Saldo deutlich gesunken: von + 31,2 auf + 5,9. Hier verbuchten noch 29,4 Prozent der teilnehmenden Büros Umsatzzuwächse (Vorjahr: 50,0 %), während 23,5 Prozent (Vorjahr: 18,8 %) Umsatzverluste hinnehmen mussten.

Auf Landesebene hat sich hingegen die Umsatzentwicklung noch schwieriger gestaltet: Der Anteil der Unternehmen mit höheren Erlösen hat sich mehr als halbiert (von 51,3 % im Vorjahr auf 20,2 %); zudem hat sich der Anteil der Unternehmen mit rückläufigen Umsätzen von 18,8 Prozent auf 31,5 Prozent kräftig erhöht. Im Ergebnis ist damit der Positiv-Negativ-Saldo von Unternehmen mit höheren bzw. niedrigeren Umsätzen sowohl in der IHK-Region (von + 26,7 auf - 3,8) als auch auf Landesebene (von + 32,5 auf - 11,3) im negativen Bereich angekommen.

Umsatzentwicklung Segment Geschäftsreisende: Bei den Abschlüssen im „Corporate“-Segment (mit Geschäftsreisenden) ist der Positiv-/Negativ-Saldo von - 3,9 auf - 17,4 gesunken. Mehr Geld in der Kasse verbuchten 8,7 Prozent der Unternehmen (Vorjahr: 11,5 %). Rückläufige Umsätze bei Geschäften mit Geschäftsreisenden verzeichnete hingegen jedes vierte Unternehmen (26,1 %; Vorjahr: 15,4 %). Während sich bei den Reisebüros ein unveränderter Positiv-Negativ-Saldo von - 12,5 ergab, gestaltet sich die Umsatzentwicklung dieses Marktsegments bei den Reiseveranstaltern (Saldo: von + 14,3 auf - 20) weiterhin und zunehmend schwieriger. Kein Reiseveranstalter meldete steigende Umsätze.

Umsatzentwicklung Segment Urlaubsreisende: Auch im „Leisure“-Geschäft (mit Urlaubsreisenden) verbuchten die Unternehmen eine rückläufige Umsatzentwicklung: So hat sich die Saldenentwicklung in der Touristik kräftig von + 29,0 im Vorjahr auf - 6,4 reduziert.

Während der Positiv-Negativ-Saldo bei den Reisebüros einen drastischen Einbruch (von + 41,2 auf - 5,9) erlitten hat, verzeichnen die Reiseveranstalter zwar auch eine

rückläufige Entwicklung. Aber die Anteile der Unternehmen mit positiver und negativer Umsatzentwicklung (jeweils 27,3 %) halten sich die Waage.

Buchungen: schwaches Geschäft in allen Teilsegmenten

In den drei Teilsegmenten (Outgoing, Incoming und Inlandsmarkt) vollziehen sich sehr unterschiedliche Aufwärts- bzw. Abwärts-Bewegungen auf unterschiedlichem Niveau. Während der Outgoing-Markt eine deutliche Abwärtsbewegung verzeichnet und sich auch im Inlandsmarkt ein schwächeres Buchungsgeschäft ergeben hat, hat zumindest im Incoming der Positiv-/ Negativ-Saldo – allerdings unverändert im negativen Bereich liegend – eine leichte Stärkung erfahren.

Outgoing: Im Outgoing-Bereich ist der Anteil der Unternehmen mit höheren Buchungszahlen von 48,3 Prozent auf 27,6 Prozent deutlich zurückgegangen. Zudem hat sich der Anteil der Unternehmen mit rückläufigen Buchungen auf 20,7 Prozent verdoppelt. Der Positiv-/ Negativ-Saldo ist zwar deutlich eingebrochen - verbleibt aber noch leicht in den schwarzen Zahlen (von + 38,0 auf + 6,9).

Incoming: Im Incoming-Geschäft ist weiterhin keine Belebung des Geschäfts spürbar. Zwar meldete wie im Vorjahr keines der Unternehmen höhere Buchungszahlen; hingegen ging aber der Anteil der Unternehmen mit rückläufigen Zahlen (11,1 %; Vorjahr: 18,2 %) leicht zurück. Entsprechend hat sich der Positiv-/ Negativ-Saldo – bereits seit Jahren im negativen Bereich befindlich – geringfügig verbessert.

Inlandsmarkt: Das Inlands-Geschäft hat sich schwächer als in der Wintersaison des Vorjahres entwickelt. Denn es hat sich nicht nur der Anteil der Unternehmen mit höheren Buchungszahlen von 23,1 Prozent auf 18,2 Prozent verringert, sondern auch der Anteil der Antwortenden mit rückläufigen Buchungen von 19,2 Prozent auf 31,8 Prozent erhöht.

Klimaindex auf mittlerem Niveau gesunken

Eine günstigere Entwicklung ihrer Geschäftslage in der Sommersaison 2019 erwarten lediglich 18,2 Prozent der Teilnehmer (Vorjahr: 34,8 %). Jedes dritte Unternehmen (Vorjahr: 21,7 %) aber befürchtet eine Verschlechterung der eigenen Geschäftslage. Daraus folgt ein deutlicher Abwärtsschwung des Positiv-/ Negativ-Saldos von + 13,1 auf – 14,5.

In den Teilmärkten gestalten sich die Perspektiven für die neue Saison überwiegend skeptischer: Während sich der Anteil der optimistisch gestimmten Reisebüro-Inhaber/-Geschäftsführer von 48,1 Prozent auf 21,9 Prozent mehr als halbiert, geht mit 34,4 Prozent (Vorjahr: 18,5 %) ein deutlich erhöhter Anteil von einer ungünstigeren Entwicklung der Geschäftslage aus. Bei den Reiseveranstaltern erwartet sowohl jedes vierte Unternehmen eine verbesserte als auch eine ungünstigere Geschäftslage. Der Positiv-Negativ-Saldo verringert sich von + 10 auf + -0. Von den Omnibusunternehmen erwarten zwei Drittel eine gleich bleibende, ein Drittel eine ungünstigere Entwicklung der eigenen Geschäftslage in der Sommersaison 2019.

Der Klimaindex für die Touristik setzt sich aus der Bewertung der aktuellen Geschäftslage und den Erwartungen an die künftige Geschäftsentwicklung zusammen und kann

einen Wert von maximal 200 erreichen. Sparten übergreifend ist er kräftig von 126,8 auf 95,7 gefallen (Reiseveranstalter: deutlicher Rückgang von 132,7 auf 110,9; Reisebüros: drastisches Minus von 138,6 auf 95,0; Omnibusunternehmen: Stabilität auf bereits eher niedrigem Niveau bei 81,6). Auch der Klimaindex für die Bewertungen und Einschätzungen der niedersächsischen Betriebe insgesamt ist – allerdings etwas maßvoller als in der IHK-Region – von 115,9 auf 99,9 zurückgegangen.

Planungen: Verkaufspreise ziehen an – Beschäftigtenzahlen sinken

Für die Sommersaison ist mit einem spürbaren partiellen Anziehen der Verkaufspreise zu rechnen. So beabsichtigen wie im Winter 2017/2018 drei von zehn der antwortenden Unternehmen (29,4 %) Preiserhöhungen zu realisieren. Preissenkungen planen 8,8 Prozent.

In der Reiseveranstaltung stehen bei 45,5 Prozent der Unternehmen Preissteigerungen auf der Agenda; von den Reisebüros plant etwa jedes fünfte höhere Preise umzusetzen und bei den Busreiseunternehmen ist es jedes dritte Unternehmen.

In der Sommersaison wird sich das Arbeitsangebot in der Touristikbranche der IHK-Region etwas zurückhaltender gestalten: nur 3,7 Prozent der antwortenden Unternehmen planen die Zahl der Beschäftigten zu erhöhen – dagegen wollen 18,5 Prozent der Unternehmen ihren Personalbestand reduzieren. Von den Reiseveranstaltern beabsichtigen jeweils 16,7 Prozent die Zahl der Beschäftigten zu steigern bzw. zu senken. Etwa jeder zehnte Reisemittler (9,7 %; Vorjahr: 3,7 %) plant weniger Arbeitsplätze anzubieten, während bei keinem Arbeitgeber aus dem Reisebürobereich auf dem Plan steht, mehr Personal einzustellen. Jedes zweite Busreiseunternehmen beabsichtigt den Personalbestand zu verringern – keines dagegen mehr Mitarbeiter einzustellen.

Top-Risiken: Fachkräftemangel, Arbeitskosten und Inlandsnachfrage

Als stärksten Risikofaktor (aber mit leicht verringertem Gewicht) für die eigene wirtschaftliche Entwicklung in den folgenden 12 Monaten sehen 48 Prozent (Vorjahr: 53,5 %) der Antwortenden den Fachkräftemangel an, gefolgt gleichauf von den Arbeitskosten und der Inlandsnachfrage mit jeweils 38,0 Prozent (Vorjahr: jeweils 27,9 %). Es folgen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen mit 36,0 Prozent (Vorjahr: 39,5 %). Dahinter rangieren mit deutlichem Gewichtszuwachs der Wechselkurs mit 20,0 Prozent (4,7 %) sowie die Energie- und Rohstoffpreise mit 14,0 Prozent (Vorjahr: 14,0 %), die Auslandsnachfrage (10 %) und die Finanzierung (8,0 %).

Auf Niedersachsen-Ebene liegt ebenfalls der Fachkräftemangel mit 47,5 Prozent auf Rang 1 (stabil gegenüber dem Vorjahr: 47,6 %) – gefolgt von den wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (43,3 %), den Arbeitskosten mit 34,2 Prozent, der Inlandsnachfrage (25,0 %), den Energie- und Rohstoffpreisen mit 19,2 Prozent und der Auslandsnachfrage (15,0 %).

Unverändert gering ausgeprägte Investitionsdynamik

Die Investitionsneigung ist weiterhin von nur geringer Dynamik geprägt: Lediglich knapp jedes zehnte Unternehmen (9,8 %; Vorjahr: 6,5 %) plant im kommenden halben Jahr die Investitionsausgaben auszuweiten. Wie im Vorjahr beabsichtigt hingegen etwa jedes fünfte Unternehmen (21,6 %; Vorjahr: 19,6 %) nicht zu investieren. 45,1 Prozent (Vorjahr: 63,0 %) der Teilnehmer sehen vor, Investitionen auf dem bisherigen Niveau zu tätigen, während weitere 23,5 Prozent (Vorjahr: 10,9 %) Investitionen mit geringerem Volumen tätigen wollen.

Unter den Investitionsmotiven liegt die Modernisierung/Ersatzbeschaffung unverändert mit weitem Vorsprung und gegenüber dem Vorjahr nur leicht reduzierter Bedeutung auf Rang 1 (72,5 %; Vorjahr: 77,8 %) vor den jeweils mit geringfügigem Bedeutungsgewinn versehenen Investitionsfeldern Produktinnovation (35,0 %; Vorjahr: 27,8 %) und Rationalisierung/Kostensenkung (25,0 %; Vorjahr: 19,4 %). Es folgen auf den Plätzen mit jeweils 7,5 Prozent (bei jeweils leichten Verlusten) Kapazitätserweiterungen und Umweltschutzinvestitionen.

Zugang zu Fremdfinanzierung kaum Problem

Die an der Saisonumfrage teilnehmenden Unternehmen haben weitgehend keine Probleme mit dem Thema Fremdfinanzierung: 33,3 Prozent verfügen entweder über einen guten oder zumindest befriedigenden Zugang zu Fremdfinanzierung während 61,9 Prozent keine Fremdmittel benötigen. Lediglich 4,8 Prozent klagen über einen schlechten Zugang zu Fremdfinanzierung.

Dringend gesucht: Gelernte Fachkräfte!

Die Zusatzfragen widmeten sich verschiedenen Aspekten des Arbeitskräftebedarfs und seiner Deckung: Die Frage, ob das Unternehmen derzeit offene Stellen längerfristig nicht besetzen könne, da es keine passenden Arbeitskräfte finde, beantwortet etwas mehr als jedes dritte der antwortenden Unternehmen (37,5 %) mit „ja“. Dieser Wert liegt in etwa auf Linie des Landesergebnisses (35,4 %). Jedes zweite Unternehmen hat keinen Personalbedarf; weitere 12,5 Prozent haben keine Probleme bei der Stellenbesetzung.

Als Hauptgründe, offene Stellen nicht längerfristig besetzen zu können, benennen 57,1 Prozent eine „zu geringe Qualifikation“ bzw. „zu geringe Berufserfahrung“ der Bewerber. „Keine Bewerber“ nennen 28,6 Prozent als Grund. „Zu hohe Forderungen der Bewerber“ wie z. B. Gehalt, Arbeitsbedingungen werden von jedem siebten Betrieb angeführt. Wenn freie Stellen nicht besetzt werden können, reagieren mehr als jedes zweite Unternehmen (53,8 %) darauf, indem sie den Angaben zufolge ihren Betrieb umstrukturieren (z. B. Betrieb verkleinern, Öffnungszeiten anpassen). Bei 23,1 Prozent führt die Problematik zur Mehrbelastung der vorhandenen Belegschaft. 15,4 Prozent der Unternehmen verschieben ihre Expansionspläne und lediglich 7,7 Prozent reagieren mit dem Einstellen ungelernter Kräfte bzw. von Arbeitskräften anderer Qualifikation. Den Engpassfaktor schlechthin stellen die gelernten Fachkräfte dar: Sie sind es, die von 83,3 Prozent gesucht werden; bei 41,7 Prozent stehen Auszubildende im Fokus, bei jeweils 8,3 Prozent sind es ungelernete Hilfskräfte sowie Führungskräfte.

Kanal Nr. 1 bei der Suche nach Mitarbeitern ist mit großem Vorsprung die Agentur für Arbeit, die von zwei Dritteln der Unternehmen bei der Suche nach Arbeitskräften genutzt wird. Es folgen Online-Jobportale mit 47,6 Prozent. Auf Rang 3 liegt die eigene Website (38,1 %) vor Zeitungsanzeigen (33,3 %) und Soziale Medien (28,6 %). Headhunter werden nicht genutzt.

Familienfreundliche Arbeitsbedingungen (87,0 %) und Weiterbildungsangebote (69,6 %) sind die beiden Top-Angebote, die Arbeitgeber ihren Mitarbeitern bieten. Im Vergleich zu diesen fallen weitere Angebote eher unter die Rubrik „ferner liefern“: „überdurchschnittliches Gehalt“ und „Smartphone“ (jeweils 21,7 %), Dienstwagen (13,0 %) oder die „Zur Verfügungstellung von Wohnraum“ (8,7 %). Auf Niedersachsebene liegen Familienfreundliche Arbeitsbedingungen (67,6 %) und Weiterbildungsangebote (66,2 %) auf Augenhöhe vorn.

Fragen zur Konjunkturumfrage Tourismus beantwortet: IHK, Handel und Dienstleistungen, Hans-Hermann Buhr, Tel. 0511/3107-377, Fax 0511/3107-435, 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 2019

Autor

Hans-Hermann Buhr
Abteilung Handel und Dienstleistungen
Tel. (0511) 3107-377
Fax (0511) 3107-435
buhr@hannover.ihk.de

Industrie- und Handelskammer Hannover
Schiffgraben 49
30175 Hannover
www.hannover.ihk.de