

## Management Summary Jahresbericht 2012

### NIEDERSACHSEN-TOURISMUS IM WETTBEWERBSVERGLEICH

#### Deutschlandtourismus boomt – Niedersachsen zeigt verhaltenes Wachstum

Deutschland ist Europameister im Tourismus 2011! Nach einem harten Kopf-an-Kopf-Rennen im Jahresverlauf setzte sich Deutschland zum vierten Mal in Folge gegen Spanien durch und gewann mit 394 Millionen Übernachtungen (+3,6 Prozent) das Rennen um den Titel. Platz 3 belegt Italien, gefolgt von Frankreich und Großbritannien. Die Steigerungsraten der ausländischen Gäste in Deutschland liegen deutlich über dem Weltniveau – der Deutschlandtourismus boomt.

Das schöne Wetter an den Feiertagen im Frühjahr sowie der sonnige Herbst haben fast überall die Wetterkapriolen des Sommers vergessen lassen. Nur Mecklenburg-Vorpommern hat das Wetter leider einen Strich durch die Rechnung gemacht. Die Gewinner im Deutschlandtourismus 2011 sind die Stadtstaaten, deren Zuwachsraten mit gut +7 Prozent allerdings nicht ganz so hoch ausfielen wie im Vorjahr.

In Niedersachsen fiel die Bilanz – wie bereits im Vorjahr – zwar positiv aus, blieb aber mit einem Übernachtungsplus von 2,5 Prozent hinter dem bundesweiten Wachstum zurück. Mit 39,4 Millionen Übernachtungen wurde jedoch die bisherige Bestmarke aus dem Expo-Jahr 2000 übertroffen und ein neuer Höchststand erzielt.

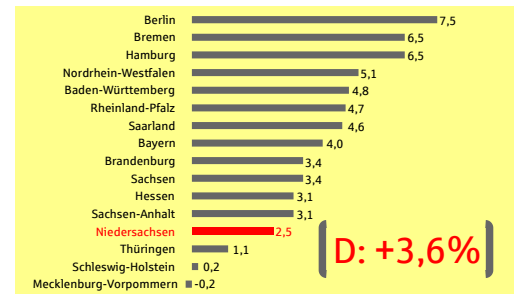
Der Incoming-Tourismus wird auch für Niedersachsen immer bedeutender. Das Potenzial ist damit aber noch lange nicht ausgeschöpft, da der Anteil ausländischer Übernachtungen zu den niedrigsten in Deutschland zählt. Verstärkte Anstrengungen in den einzelnen Quellmärkten sind jetzt mehr denn je gefragt.

#### Vor allem die städtisch geprägten Regionen gewinnen Marktanteile

Der Städtetourismus ist seit mehreren Jahren ein bedeutender Wachstumsmotor im Reiseland Deutschland. Neue (kulturelle) Angebote, die hohe Erlebnis-dichte, attraktive Städtereiseangebote und ein florierender Geschäftstourismus haben für steigende Übernachtungszahlen gesorgt. Diesem positiven Trend folgen seit mehreren Jahren auch die niedersächsischen Städte und Bremer-haven. Nach Jahren der Stagnation konnten die deutschen Mittelgebirge ihre Übernachtungszahlen 2011 insgesamt ausbauen und schlossen sich der positiven Nachfrageentwicklung im Deutschlandtourismus an. Die deutschen Küstenregionen wiesen 2011 einen Marktanteil von 13,7 Prozent an allen deutschen Übernachtungen auf und lagen somit leicht unter dem Niveau von 2010.

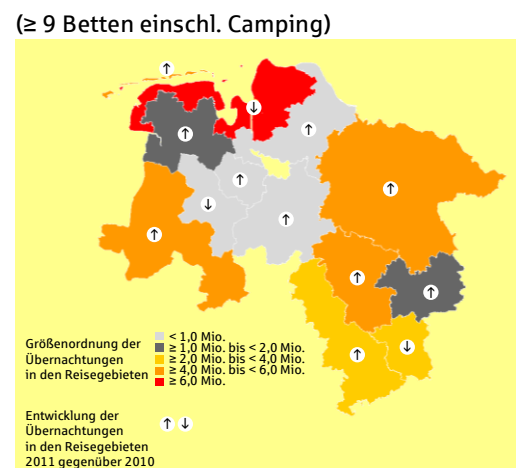
Auf regionaler Ebene fiel in Niedersachsen die Bilanz mehrheitlich positiv aus. Nur drei Reisegebiete meldeten leichte Verluste.

#### Gewerbliche Übernachtungen 2011 ggü. 2010 (in Prozent – einschl. Camping)



Quelle: dwif 2012, Daten Statistisches Bundesamt

#### Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben 2011 (≥ 9 Betten einschl. Camping)



Quelle: dwif 2012, Daten Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN)

Die Nordseeküste ist mit 7,1 Millionen Übernachtungen das übernachtungsstärkste Reisegebiet Niedersachsens. Sowohl 2010 (-0,6 Prozent) als auch 2011 (-0,2 Prozent) musste diese besonders wetterabhängige Destination leichte Rückgänge verbuchen. Auch der Harz und das Oldenburger Münsterland beendeten das Jahr mit Einbußen. Die an Bremen grenzenden Reisegebiete Mittelweser (+9,3 Prozent) und Untereibe-Untereswer (+6,6 Prozent) konnten sich hingegen das zweite Jahr in Folge über Zuwächse freuen. In Hannover-Hildesheim (+9,3 Prozent) konnten rund 360.000 Übernachtungen mehr gezählt werden – der absolute Spitzenwert in Niedersachsen. In Ostfriesland, im Braunschweiger Land und in Weserbergland-Süd-niedersachsen stiegen die Übernachtungszahlen mit rund 4 Prozent ebenfalls überdurchschnittlich.

### 2012 könnte ein neues Rekordjahr im Tourismus werden

Für das Jahr 2012 werden weltweit Steigerungen prognostiziert, in Deutschland geht man von über 400 Millionen Übernachtungen aus. Dazu kann auch das Themenjahr 2012 „Geschäftsreiseziel Deutschland“, verbunden mit der Chance, Deutschland als Standort für Messen, Kongresse und Veranstaltungen weiter auszubauen, beitragen. Im Hinblick auf die privaten Reiseplanungen sind die Vorhersagen ebenfalls optimistisch (+1 Prozent). Insbesondere weil die Erfahrungen zeigen, dass die tatsächliche Reisetätigkeit meist höher liegt als die Planungen.

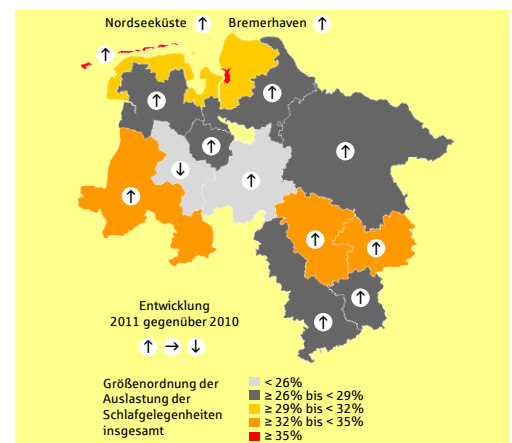
### Beherbergungskapazitäten: Stagnation in Niedersachsen – kurzfristige Wachstumspause oder Anzeichen einer Marktsättigung?

Die Kapazitätsentwicklung verliert in ganz Deutschland langsam an Dynamik, liegt aber in den meisten Bundesländern noch immer im Plus. In Niedersachsen stagnierte das Beherbergungsangebot 2011 nach überaus dynamischen Vorjahren. Auf regionaler Ebene stehen Kapazitätserweiterungen in Ostfriesland und Mittelweser einer (zum Teil seit mehreren Jahren anhaltenden) Marktbereinigung an der Küste und in den Mittelgebirgen gegenüber. Während insbesondere die Feriencentren und Campingplätze eine überdurchschnittliche Betriebsgröße aufweisen sind vor allem die Betriebsstrukturen in der niedersächsischen Hotellerie traditionell kleiner als in vielen anderen Bundesländern.

### Kapazitätsauslastung in Niedersachsen steigt

Insgesamt entwickelte sich die Kapazitätsauslastung mit der wieder anziehenden Nachfrage seit 2009 erfreulich positiv. Fast alle niedersächsischen Regionen meldeten steigende Auslastungswerte, nur im Oldenburger Münsterland verschärfte sich die Lage für die Betriebe. In ganz Niedersachsen sind insbesondere Gasthöfe und Pensionen durch zurückgehende Bettenkapazitäten gekennzeichnet. In den Pensionen führt dies jedoch aufgrund der gleichzeitig steigenden Nachfrage erfreulicherweise zu einer Verbesserung der Auslastungssituation. Die Situation der Gasthöfe ist hingegen weiterhin problematisch.

### Bettenauslastung 2011



Quelle: dwif 2012, Daten Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN)

## FREIZEITWIRTSCHAFT UND GASTGEWERBE IN NIEDERSACHSEN

### Niedersächsische Wetterstationen im Aufschwung

Aufatmen hieß es bei der niedersächsischen Freizeitwirtschaft. Während das Vorjahr mit deutlichen Nachfrageeinbußen abgeschlossen worden war, ging es 2011 wieder bergauf: Am Jahresende fielen die Besucherzahlen 5,7 Prozent höher aus als 2010 und bewegten sich damit auf dem höchsten Niveau der letzten sechs Jahre. Nahezu alle Angebotskategorien konnten ihre Vorjahresergebnisse übertreffen. Positive Impulse lösten vor allem Investitionen und Sonderausstellungen aus. Auch die Lage der Feiertage war 2011 günstiger als im Vorjahr.

### Sonderauswertung zu den Social Media-Aktivitäten der Freizeitwirtschaft

Social Media-Aktivitäten haben sich in vielen Bereichen zu einem nicht mehr wegzudenkenden Marketing-Instrument für Unternehmen und öffentliche Einrichtungen entwickelt. Aktuell nutzen rund 43 Prozent der touristischen Freizeiteinrichtungen die sozialen Medien bereits als Kommunikationsweg. Vor allem größere Einrichtungen sind hier aktiv. Die Zuwachsraten der Einrichtungen mit Social-Media-Nutzung lagen über dem Durchschnitt. Doch Vorsicht: Im Umkehrschluss bedeutet das nicht, dass Social Media-Aktivitäten mit hohen Besucherzuwächsen gleichzusetzen sind. Nur jene Einrichtungen, die diese Medien konsequent und strategisch einsetzen, können in der Kundenpflege und -bindung punkten.

### Niedersächsisches Beherbergungsgewerbe verzeichnet deutliche Umsatzsteigerung

Getreu dem Motto „Nach der Krise folgt der Aufschwung“ stiegen sowohl die Umsätze als auch die Beschäftigtenzahlen in Deutschland im Gastgewerbe 2011 wieder deutlich an. In Niedersachsen profitierte von diesem positiven Trend nur das Beherbergungsgewerbe in vollem Umfang. Die Umsätze des Gaststätten-gewerbes blieben nach rückläufiger Entwicklung in den Vorjahren jedoch zumindest auf gleichem Niveau. Die Entspannung am Markt führte in Niedersachsen im Vergleich zum Vorjahr zu deutlich weniger Insolvenzen sowohl im Beherbergungs- als auch im Gastronomiegewerbe. Die Beschäftigung sank zwar unter die Vorjahreswerte, erfreulicherweise erhöhte sich jedoch die Zahl der Vollzeitbeschäftigten. Ein Hauptproblem der Branche ist weiterhin die Finanzierung. Insbesondere die hohe Insolvenzanfälligkeit wirkt sich negativ auf die Kreditvergabe aus, weshalb weitere Investitionen erschwert werden. Umso positiver sind die rückläufigen Insolvenzzahlen in Niedersachsen zu bewerten.

### Besucherentwicklung Wetterstationen



Quelle: dwif 2012, Daten Wetterstationen

### Langfristige Entwicklung der Kennzahlen im Gastgewerbe 2010 ggü. 2005

Kennzahlen Gastgewerbe	Niedersachsen
Umsatzrendite	⊕
Personalaufwandsquote	⊖
Rohertragsquote	⊕
Abschreibungsquote	⊖
Zinsaufwandsquote	⊕
Mietaufwandsquote	⊖
Investitionsquote	⊕
Betriebsrentabilität	⊖
Cash-Flow-Rate	⊕

+/-0,0 bis 0,4 Prozentpunkte = stabil

 positiv    stabil    negativ

Quelle: dwif 2012, Sonderauswertung EBIL-Daten

### **Moderat steigende Investitionstätigkeit in Niedersachsen**

Ab einer bestimmten Kredithöhe müssen die gastgewerblichen Unternehmen ihre Jahresabschlüsse zu Prüfungszwecken bei der finanzierenden Sparkasse einreichen. Die Jahresabschlüsse werden nach einem vorgegebenen Muster aufbereitet, in die EDV eingegeben und zentral bearbeitet (sogenannte EBIL-Analyse). Die wirtschaftliche Situation des Gastgewerbes in den „Barometer“-Bundesländern hat sich leicht verbessert. Bei den Kreditnehmern in Niedersachsen lief die Entwicklung unterschiedlich: Während das Beherbergungsgewerbe 2010 sowohl die Gewinnmargen- als auch die Innenfinanzierungskraft deutlich steigern konnte, fielen die Ergebnisse der Gastronomie unter das Vorjahresniveau. Bei den Aufwendungen sind die anteiligen Personal- und Mietkosten deutlich angestiegen. Dem stehen gesunkene Aufwendungen für den Einkauf von Waren- und Fremdkapitalzinsen gegenüber. Die Abschreibungsquote stieg in Niedersachsen zum ersten Mal seit fünf Jahren leicht an und weist auf eine leicht höhere Investitionstätigkeit in der Vergangenheit hin. Dies spiegelt sich auch in der Entwicklung der Investitionsquote wieder. Diese stieg im Vergleich zum Vorjahr im niedersächsischen Gastgewerbe leicht an. Trotzdem ist die Höhe der getätigten Investitionen nach wie vor nicht ausreichend, um die Substanz der Betriebe zu erhalten.

### **Mehr Klassifizierungen und Qualitätslabels im Fokus**

Das Sparkassen-Tourismusbarometer beobachtet kontinuierlich die Qualitätsentwicklung relevanter Tourismussegmente. Hierbei zeigt sich: Niedersachsen erreicht im bundesdeutschen Vergleich überdurchschnittliche Werte bei DEHOGA-klassifizierten Hotelbetrieben und bei der DTV-Klassifizierung; schwach ist allerdings der Anteil von Unterkünften im Vier- und Fünf-Sterne-Segment. Nachholbedarf besteht bei den „Qualitätsgastgebern Wanderbares Deutschland“ und bei Online-Hotelbewertungen. Bei den mit der „i-Marke“ ausgezeichneten Touristinformationen ist Niedersachsen nach wie vor Marktführer in Deutschland. Deutlich wird jedoch auch: Trotz vieler positiver Ergebnisse bleiben Motivation und Sensibilisierung der Betriebe für die Teilnahme an Klassifizierungen weiterhin wichtige Kernaufgaben.

## BRANCHENTHEMA 2012: DEMOGRAFISCHER WANDEL UND TOURISMUS IN NIEDERSACHSEN

### Wirkungszusammenhänge und Leitfragen

Der demografische Wandel ist nicht umkehrbar, aber kalkulierbar: Die Lebenserwartung ist relativ präzise vorherzusagen und die Altersentwicklung sowie natürliche Bevölkerungsbewegung (Geburten- und Sterberaten) sind gut zu quantifizieren. Insofern ist der Parameter für das Arbeitskräfte- und das Gästepotenzial der nächsten zehn bis zwanzig Jahre vorgegeben, wenngleich natürlich wichtige Faktoren wie politische Rahmenbedingungen und Einkommensentwicklung eine Rolle spielen. Ziel des Branchenthemas „Demografischer Wandel und Tourismus in Niedersachsen“ ist es, die zahlreichen Facetten des Themas abzubilden, die Akteure für die Herausforderungen zu sensibilisieren und praxisorientierte Empfehlungen für die Tourismusbranche abzuleiten. Die wichtigsten Erkenntnisse im Überblick:

### Ausprägungen des demografischen Wandels

Niedersachsen erwartet bis 2025 einen verstärkten Bevölkerungsrückgang (von 7,9 auf 7,6 Millionen; -4,0 Prozent). Regional reicht die Spanne von wirtschaftsstarke Wachstumsregionen im Westen und im Umland der großen Ballungsräume bis hin zu demografischen Schrumpfungsräumen im Südosten und teilweise an der Küste. Gleichzeitig steigt die Einwohnerzahl in den wichtigsten ausländischen Quellmärkten für Niedersachsen an.

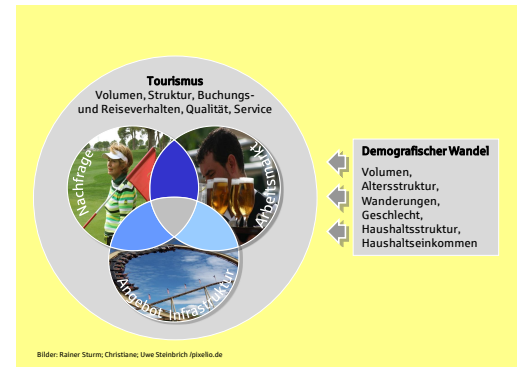
Ältere Gäste und Arbeitnehmer bestimmen zunehmend das Bild. Das gilt für Niedersachsen, Deutschland und Europa gleichermaßen. Zwar werden viele touristische Top-Regionen bis 2025 mit zweistelligen Rückgängen der Erwerbsfähigen zu kämpfen haben – die Ausgangslage im Hinblick auf das Arbeitskräftepotenzial ist für Niedersachsen insgesamt jedoch noch gut. In der touristischen Angebotsgestaltung und Vermarktung sind zukünftig kleinere Haushalte und weniger Familien mit mehreren Kindern zu berücksichtigen. Die Einkommensunterschiede in der Bevölkerung nehmen weiter zu, was eine stärkere Differenzierung der touristischen Angebote erfordert. In den nächsten 10 bis 15 Jahren sind jedoch keine einschneidenden negativen Effekte auf das absolute Ausgabevolumen im Tourismus zu erwarten.

### Mehr ältere Deutsche = mehr Gäste für Niedersachsen? Leider NEIN!

Viele Touristiker setzen auf die Gleichung: mehr ältere Deutsche = mehr Gäste für Niedersachsen. Doch ist das wirklich so? Wird diese einfache Gleichung zum Selbstläufer für den Niedersachsen-Tourismus? Leider nicht ...

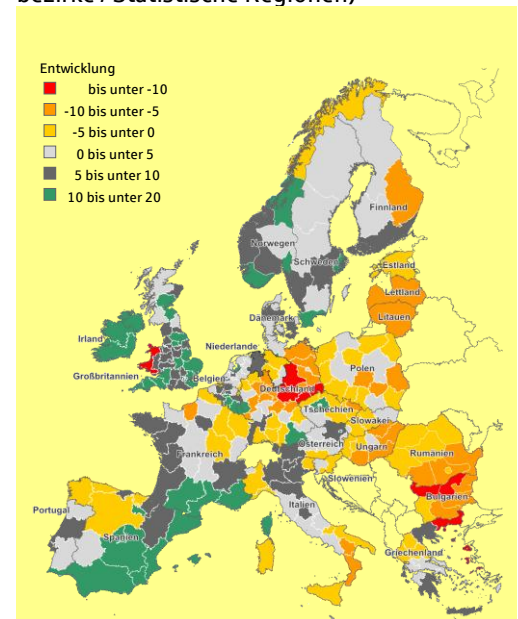
Exklusive Modellrechnungen für das Reiseland Niedersachsen zeigen, dass der demografische Wandel hier zu einem leichten Rückgang der längeren Urlaubsreisen führen könnte. Die Zielgruppen ab 60 Jahren wachsen dagegen. Aktivitäten zur Kundenbindung gewinnen an Relevanz, denn immer weniger Reisende

### Wirkungszusammenhänge Tourismus und demographischer Wandel



Quelle: dwif 2011

### Bevölkerungsentwicklung insgesamt (NUTS-2-Regionen, Deutschland: Regierungsbezirke / Statistische Regionen)



Quelle: dwif 2012, Daten Eurostat

werden wiederholt nach Niedersachsen kommen. Bei den Kurzurlaubsreisen sind deutliche Einbußen denkbar. Hier sollte das Reiseland Niedersachsen auf Erwachsene mittleren Alters setzen, um jetzt die Senioren der Zukunft zu gewinnen. Auch für ältere Gäste sind Reisen im eigenen Pkw immer attraktiver. Auch Urlaube im Hotel werden in Niedersachsen beliebter. Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen bleiben die wichtigsten Quellmärkte für Urlaubsreisen, während die Metropolregionen hohes Potenzial für Kurzurlaube haben.

In den wichtigsten ausländischen Quellmärkten Niedersachsens sind eher positive Auswirkungen des demografischen Wandels zu erwarten, da dort die Bevölkerung bis 2025 ansteigt. Unter demografischen Gesichtspunkten haben die Niederlande und die Schweiz die besten Wachstumsaussichten. Eine deutliche Verschiebung zu älteren Zielgruppen ist jedoch auch bei den Gästen aus dem Ausland festzustellen. Je nach Quellmarkt eröffnen zudem auch junge Erwachsene und Familien interessante Potenziale.

Neben den Übernachtungsreisenden sind Tagesgäste von besonderer Bedeutung: Eine Modellrechnung auf Basis des demografischen Wandels ergibt für Niedersachsen ein Potenzial von 288 Millionen Tagesausflügen im Jahr 2025 (+9,1 Prozent gegenüber 2006). Motoren der zukünftigen Dynamik werden ausschließlich die Altersgruppen ab 55 Jahren sein. Hier verändert sich auch das Ausflugsverhalten am stärksten. Die Altersverschiebungen erfordern eine zunehmende Berücksichtigung der Mobilitätsanforderungen älterer Gäste und können auch für eine Entzerrung des Ausflugsverkehrs genutzt werden. Der steigenden Bedeutung der Tagesausflüge für Niedersachsen sollte mit aktiverer Vermarktung Rechnung getragen werden: direkte Zielgruppenansprache, spezifische Informationen, konkrete (buchbare) Angebote etc.

### **Deutliche Auswirkungen auf den touristischen Arbeitsmarkt in Niedersachsen**

Fachkräftemangel, Nachwuchssorgen, ungeklärte Unternehmensnachfolge zählen derzeit zu den meistdiskutierten Themen in der Tourismusbranche. Der demografische Wandel wird in den nächsten Jahren auch spürbare Auswirkungen auf den touristischen Arbeitsmarkt haben. Dabei ist nicht die moderate Bevölkerungsentwicklung insgesamt das Entscheidende, sondern der Rückgang der Zahl der Erwerbsfähigen ab 2020. Der Ostteil des Landes, aber auch die Küsten werden die Umbrüche am Arbeitsmarkt als Erste zu spüren bekommen.

### **Dramatisch sinkende Azubizahlen**

Rückläufige Schulabgängerzahlen sind eine direkte Folge des demografischen Wandels. Schließlich stehen immer weniger Bewerber einer steigenden Zahl an Ausbildungsstellen gegenüber. Die Tourismusbranche ist aus Sicht der Jugendlichen durchaus attraktiv, wenngleich die mitunter schwierigen Arbeitsbedingungen durchaus realistisch eingeschätzt werden. Die Voraussetzungen stimmen also. Doch während Jugendliche meist online auf Informations- und Stel-

lensuche sind, bewegen sich die Unternehmen eher in der analogen Welt. Übergreifende und zeitgemäße Imagekampagnen sowie innovative einzelbetriebliche Maßnahmen sind im Kampf um Nachwuchskräfte erfolgsentscheidend.

### Schon heute fehlen dem niedersächsischen Gastgewerbe mehr als 3.000 Fachkräfte

Die Zahl der gemeldeten freien Stellen bei der Bundesagentur für Arbeit gilt als wichtiges Indiz für einen möglichen Fachkräftemangel. Allerdings ist sie stets ein Minimumwert, denn längst nicht jedes Unternehmen meldet dort alle offenen Stellen. Das Durchschnittsalter der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im niedersächsischen Gastgewerbe steigt zudem deutlich an. Investitionen in das Personalmanagement und ein Paradigmenwechsel hin zu einer ganzheitlichen Personalpolitik sind erforderlich.

Zusätzliche Stellen entstehen vor allem für geringfügig entlohnte Beschäftigte. Die Qualitätssicherung der Dienstleistungen hat somit besondere Bedeutung, zumal der „weiche“ Faktor Personal maßgeblich zur Wettbewerbsfähigkeit des Reiselandes Niedersachsen beiträgt. Neue Anreizsysteme bei Weiterbildung, Arbeitszeitregelungen, Gehalt und Kinderbetreuung müssen entwickelt werden. Nur so kann der touristische Arbeitsmarkt im Wettbewerb um Fachkräfte konkurrenzfähig bleiben.

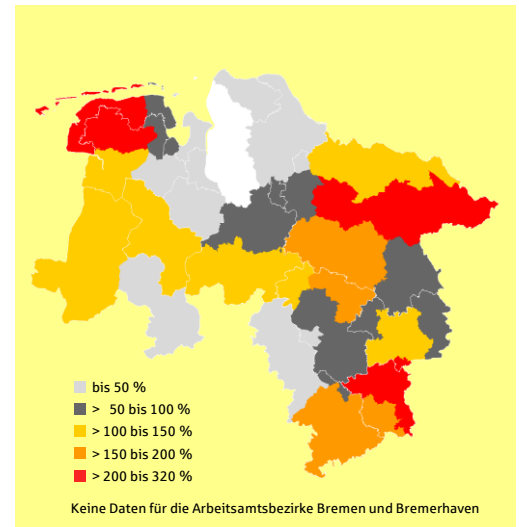
Ein weiteres Problem: Ein Drittel der gastgewerblichen Betriebe in Niedersachsen steht in den nächsten fünf Jahren vor der Herausforderung, die Unternehmensnachfolge zu regeln. Der demografische Wandel wird diesen Prozess noch beschleunigen. Sensibilisierung, Information und beratende Betreuung sind in diesem Zusammenhang die drei zentralen Handlungsfelder.

### Auswirkungen auf die tourismusrelevante Infrastruktur in Niedersachsen

Die Auswirkungen des demografischen Wandels sind vielschichtig. So betreffen die Veränderungen nicht nur die Nachfrage und den Arbeitsmarkt, sondern insbesondere auch die (tourismusrelevante) Infrastruktur. Dazu zählen neben Hotels, Touristinformationen, Rad- und Wanderwegen sowie Gastronomie auch die Gesundheits- und Verkehrsinfrastruktur, das Ortsbild und der Einzelhandel. Kultur-, Sport- und Freizeitangebote, Bäder und Thermen werden, je nach Lage und Ausstattung, mehr oder weniger stark von Touristen und/oder Einheimischen genutzt. Quantität und Qualität dieser Angebote haben demzufolge erheblichen Einfluss auf das Reiseerlebnis.

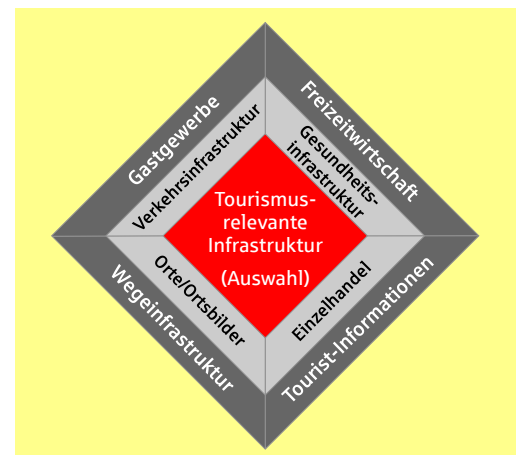
Infolge des demografischen Wandels ist eine Ausdünnung der Infrastrukturangebote (tourismusspezifische und ergänzende tourismusrelevante Infrastruktur) in kleineren Orten und im ländlichen Raum Niedersachsens nicht auszuschließen. Daher müssen bereits heute adäquate Strategien entwickelt werden, wenn Standorte weiterhin für Arbeitskräfte und Touristen attraktiv bleiben wollen.

### Entwicklung der gemeldeten freien Stellen 2011 ggü. 2005 im Gastgewerbe (Arbeitsamtsbezirke in Niedersachsen, Grenzen = Reisegebiete)



Quelle: dwif 2012, Daten Bundesagentur für Arbeit

### Tourismusrelevante Infrastruktur



Quelle: dwif 2012

Hinweise zu den Auswirkungen des demografischen Wandels auf die einzelnen Bereiche lesen Sie im Sparkassen-Tourismusbarometer Jahresbericht 2012.

Der Tourismus kann als stabilisierender Faktor für den Erhalt der lokalen Basisinfrastruktur wirken. Bei einem teilweise vorhandenen Investitionsstau bei gleichzeitig demografisch bedingter Stagnation der Nachfrage und häufig ungeklärten Nachfolgeregelungen kann es jedoch zu einer Lähmung bei Modernisierungsmaßnahmen und damit zu einer Stagnation der Qualitätsentwicklung führen. Privatwirtschaft und öffentliche Hand sind bei der Bereitstellung und Pflege der Angebote gleichermaßen gefordert.

Flexible und bedarfsgerechte Konzepte werden an Bedeutung gewinnen – hinsichtlich Planung und Bereitstellung sind kreative Ideen und kooperative Ansätze gefragt. Der „Entwurf für ein Handlungskonzept Demografischer Wandel“ der Niedersächsischen Landesregierung liefert hier umfangreiche Grundlagen, auf die unter touristischen Gesichtspunkten zurückgegriffen werden sollte.

### Den demografischen Wandel aktiv mitgestalten

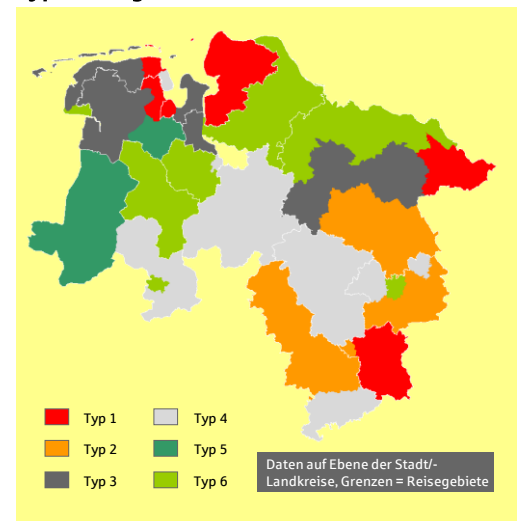
Die touristischen Akteure in Niedersachsen dürfen den demografischen Wandel weder einfach geschehen lassen noch ignorieren. Im Mittelpunkt aller Handlungsfelder und Maßnahmen muss die aufmerksame Begegnung und Beschäftigung mit allen Konsequenzen stehen. Herkömmliche Denk- und Handlungsweisen werden zum Teil nicht mehr zum Erfolg führen. Die übergeordneten Ziele für das Reiseland Niedersachsen:

- Potenziale aus der Nachfrageentwicklung nutzen und das touristische Angebot an die Veränderungen anpassen!
- Risiken bei den Auswirkungen auf den touristischen Arbeitsmarkt und die tourismusrelevante Infrastruktur minimieren!

Aus den Analysen und Schlussfolgerungen zu den Auswirkungen des demografischen Wandels in Niedersachsen wird im Sparkassen-Tourismusbarometer ein umfangreicher Maßnahmenkatalog abgeleitet. Praxisbeispiele liefern zudem hilfreiche Ansätze.

Zusätzlich erfolgt eine Typisierung der niedersächsischen Destinationen entlang der Grenzen von Landkreisen und Kreisfreien Städten. Sie dient der besseren Orientierung sowie Einschätzung im Hinblick auf die Handlungsfelder aus den Bereichen Arbeitsmarkt und Angebot/Infrastruktur und hilft, Regionen mit ähnlichen Schwerpunkten, Praxisbeispiele sowie mögliche Kooperationspartner zu identifizieren. So durchschnittlich, wie sich ein Großteil der demografischen Veränderungen in Niedersachsen insgesamt zeigt, so unterschiedlich sind die Ausprägungen und Situationen in den Regionen.

### Typisierung der niedersächsischen Landkreise



Quelle: dwif 2012

Eine detaillierte Typen-Beschreibung lesen Sie im Sparkassen-Tourismusbarometer Jahresbericht 2012.