



# tourismus in niedersachsen

Zahlen – Daten – Fakten 2012

Veröffentlicht im Mai 2012



TourismusMarketing  
niedersachsen

Als Ergänzung zu der roten Broschüre „tourismus in niedersachsen“, gibt die Broschüre „incoming tourismus“ einen Überblick über die touristischen Kennzahlen für Reisen in das Reiseland Niedersachsen aus dem Ausland.

## Kontakt / Informationen zur Marktforschung

TourismusMarketing  
Niedersachsen GmbH  
Jan Matysiak  
t +49 (0) 511 27048823  
matysiak@  
tourismusniedersachsen.de  
www.tourismuspartner-  
niedersachsen.de

## Impressum

Herausgeber  
Tourismus Marketing Niedersachsen GmbH  
Essener Straße 1  
D-30173 Hannover  
t +49 (0) 511 2704880  
f +49 (0) 511 27048888  
info@tourismusniedersachsen.de  
www.reiseland-niedersachsen.de

Veröffentlicht im Mai 2012



## Quellennachweis

Deolitte & Touche GmbH, Touristische  
Entwicklungsstrategie Niedersachsen  
2015, 2010

DIW econ in BMWI „Wirtschaftsfaktor  
Tourismus Deutschland“, 2012

GfK GeoMarketing GmbH,  
RegioGraph 10, 2009

GfK TravelScope 2012

Landesbetrieb für Statistik und Kommu-  
nikationstechnologien Niedersachsen  
(LSKN), LSKN-Online, 2012

Statistisches Bundesamt,  
Monatserhebung im Tourismus, 2012

## Gestaltung

genese werbeagentur gmbh,  
Magdeburg  
www.genese-md.de

## Produktion

BWH GmbH Medien Kommunikation

Mit einem Anteil von 4,4% an der gesamten Bruttowertschöpfung wurde unlängst der Stellenwert des deutschen Tourismussektors aufgezeigt. Besonders die damit zusammenhängenden Einkommens- und Beschäftigungseffekte sind hier hervorzuheben. Niedersachsen konnte das Tourismusjahr 2011 mit einem Rekordwert von 39,4 Mio. Übernachtungen erfolgreich abschließen und erreicht damit ein Wachstum von 2,5% gegenüber dem Vorjahr. Diese Zahlen belegen den Bedeutungsgewinn des Tourismussektors als elementaren Wirtschaftsfaktor und unterstreichen die Notwendigkeit einer differenzierten Betrachtung der einwirkenden Faktoren.

Die neu aufgelegte Broschüre der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) gibt einen umfassenden Überblick über wichtige tourismusrelevante Strukturdaten des Reiselandes Niedersachsen und liefert Erläuterungsansätze zu den einzelnen Themenbereichen.

Sollten Sie Fragen zu den Quellen oder Daten haben, sprechen Sie uns gerne an.

### Seite 4 – 9

Aktuelle Entwicklungen in Deutschland und Niedersachsen

### Seite 10 – 11

Überblick Incomingtourismus

### Seite 12 – 13

Bettenangebot und Auslastung

### Seite 14 – 15

Aufenthaltsdauer und Unterkünfte

### Seite 16 – 18

Quellmarkt NRW und Querschnittsthemen

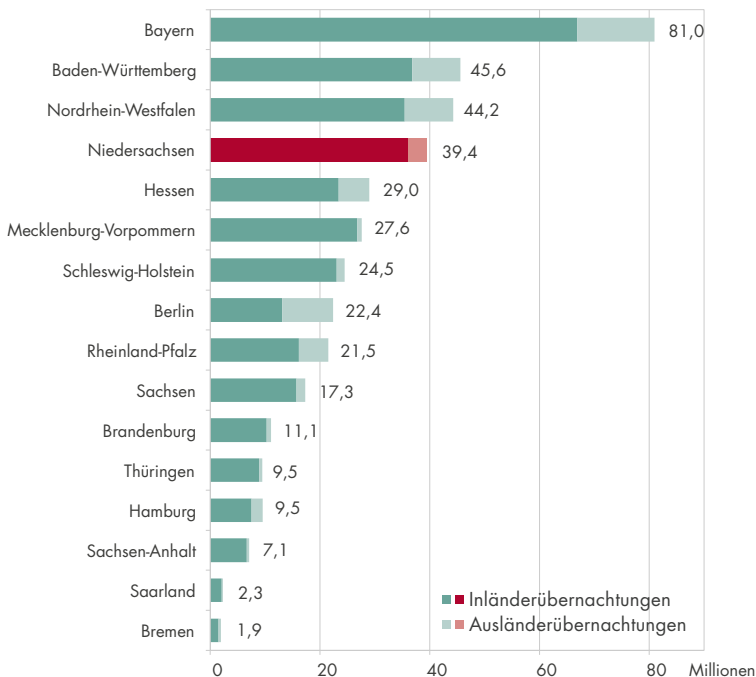
### Seite 19 – 21

Tourismus als Wirtschaftsfaktor

### Seite 22 – 23

Buchungstrends

## Niedersachsen im Bundesland-Vergleich auf Platz 4, nach Inländern sogar auf Platz 3



Quelle: TMN nach Destatis 2012

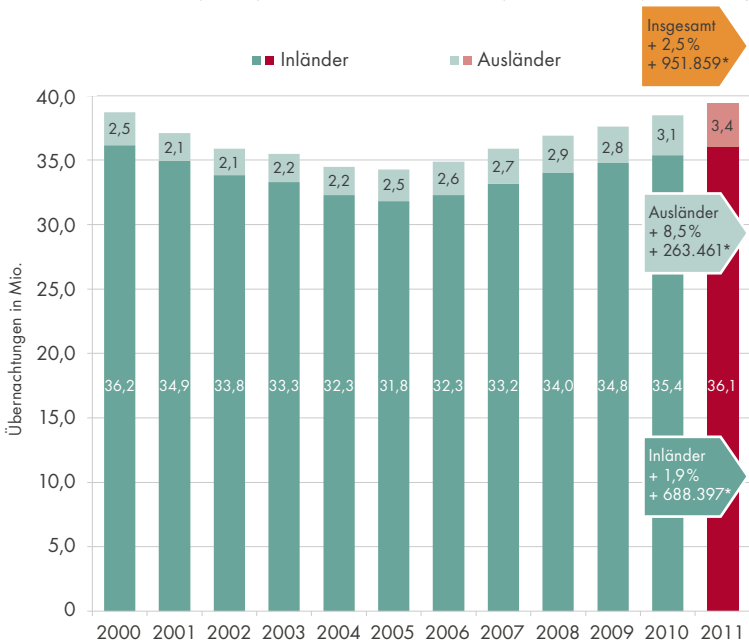
Niedersachsen belegt bei den Übernachtungszahlen insgesamt im Jahr 2011 Rang 4 im Bundesvergleich. Beim Hauptmarktsegment der Inländer-Übernachtungen kann das Reiseland nur knapp hinter Baden-Württemberg Rang 3 für sich beanspruchen.

Ausführliche Daten und Erläuterungen zur Nachfrage aus dem Ausland finden Sie in der Sonderausgabe der TMN Marktforschungsbroschüre „Incomingtourismus in Niedersachsen“.

## Die Zahl der Übernachtungen in Niedersachsen in 2011 erstmals über Expo-Niveau

Summenfehler sind rundungsbedingt

Jahresergebnis 2011 im Vergleich zum Vorjahr



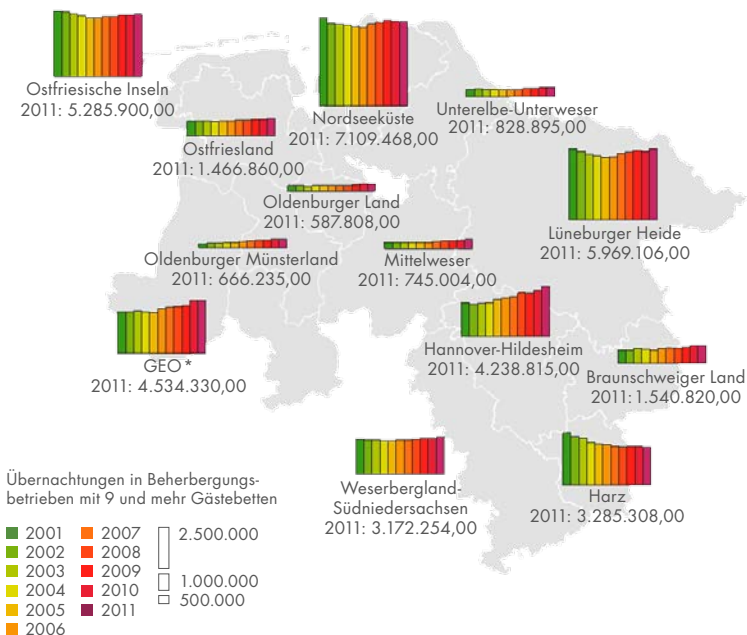
Quelle: TMN nach LSKN 2012

\* = Berechnung Veränderung absolut auf Basis der einstelligen Veränderungsrate

Mit über 39 Millionen Übernachtungen liegt Niedersachsen erstmals über dem Niveau des Expo-Jahres 2000. Der seit 2005 vorherrschende Wachstumstrend sowohl bei den Inländer-Übernachtungen als auch im Incoming ist somit ungebrochen. Die Zahl der ausländischen Übernachtungsgäste steigt gegenüber 2010 sogar um 8,5%.

Ausführliche Daten und Erläuterungen zur Nachfrage aus dem Ausland finden Sie in der Sonderausgabe der TMN Marktforschungsbroschüre „Incomingtourismus in Niedersachsen“.

## Heterogene Entwicklungen in den niedersächsischen Reisegebieten

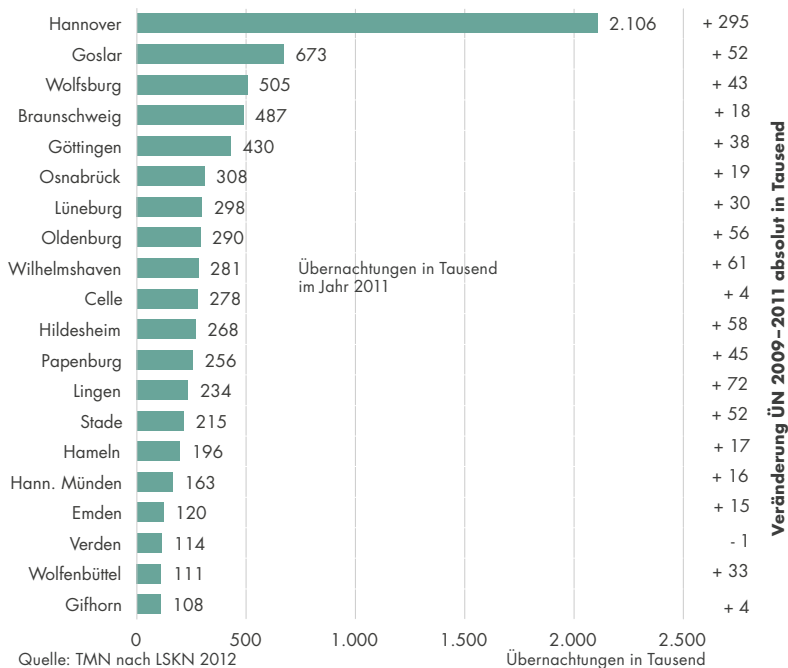


Quelle: LSKN 2012, Kartengrundlage: GfK GeoMarketing

\*GEO = Grafschaft Bentheim, Emsland, Osnabrücker Land

Die Mehrzahl der niedersächsischen Reisegebiete konnte in den letzten 5 Jahren ein starkes Wachstum generieren. Betrachtet man die kurzfristige Entwicklung seit 2009, sind bei den absoluten Übernachtungszuwächsen die Regionen Hannover-Hildesheim (+604.000), GEO\* (+495.000) und die Lüneburger Heide (+93.000) Spitzenreiter.

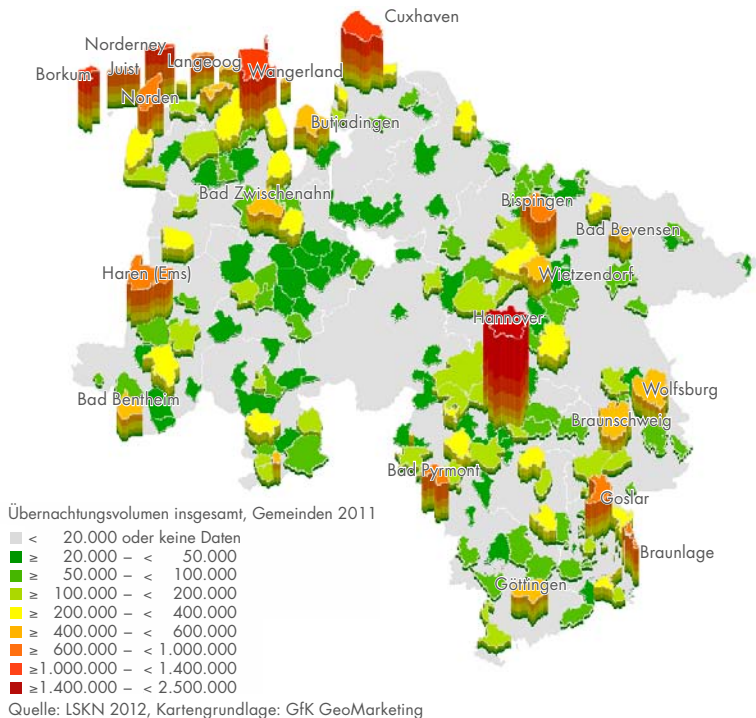
## Niedersachsens Städte sind beliebte Reiseziele



Die Städte des Reiselandes werden gerne und oft frequentiert und können in den letzten Jahren zum Teil mit starken Zuwächsen auffahren. Mittlerweile stammen dabei rund 17% der Übernachtungsgäste aus dem Ausland (2010 noch 15%). 38% aller ausländischen Gäste in Niedersachsen übernachten in einer der 20 Städte.

Ausführliche Daten und Erläuterungen zur Nachfrage aus dem Ausland finden Sie in der Sonderausgabe der TMN Marktforschungsbroschüre „Incomingtourismus in Niedersachsen“.

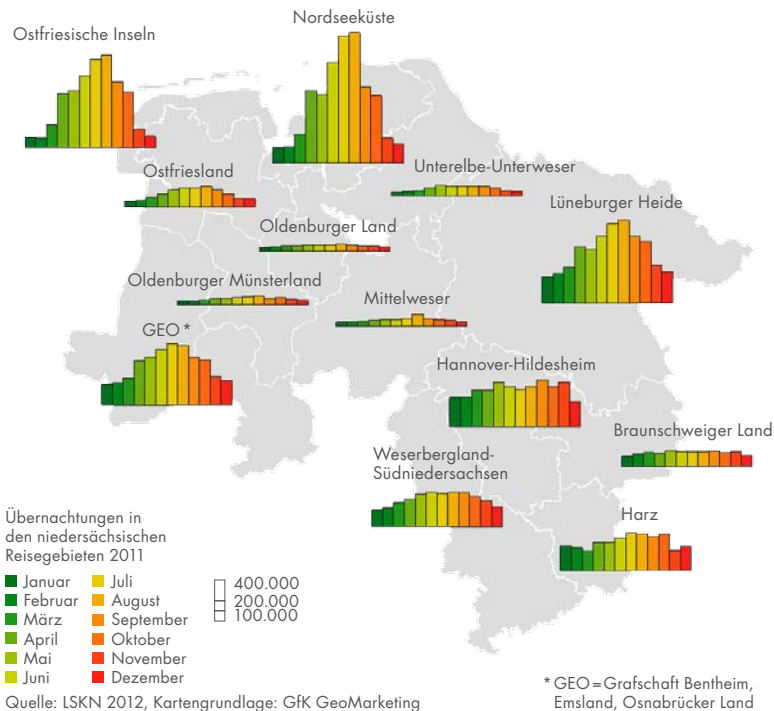
## Nachfragekonzentration auf die touristischen Hochburgen an der Küste und im Binnenland



Mehr als die Hälfte aller Übernachtungen entfällt auf die 25 aufkommensstärksten Gemeinden in Niedersachsen. Insbesondere die Küstenorte aber auch die von Ferienparks und Campingplätzen dominierten Gemeinden Haren (Ems) und Bismpingen tragen mit hohen Übernachtungsvolumina dazu bei. Nicht berücksichtigt sind Übernachtungen in Kleinstbetrieben (< 9 Betten).

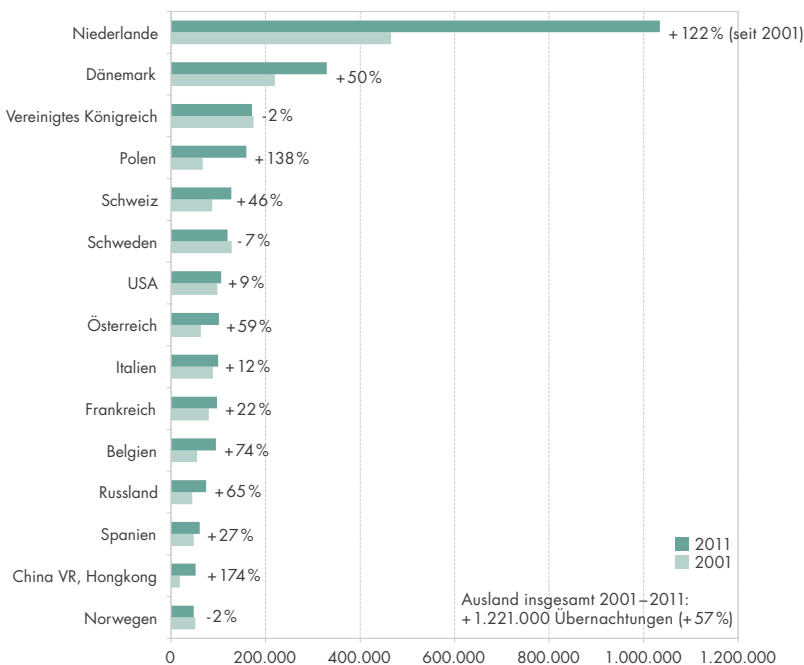


## Küstenregionen weisen hohe saisonale Abhängigkeit auf



Die Übernachtungszahlen an der Nordseeküste und auf den Ostfriesischen Inseln sind saisonbedingt in den Sommermonaten am höchsten, in den Wintermonaten hingegen stark rückläufig. Dieses Ergebnis gibt auch Hinweise auf eine hohe Wetterabhängigkeit dieser Destinationen. Im Südosten Niedersachsens sind nur schwache saisonale Schwankungen zu beobachten.

### Die Niederlande und Dänemark sind bei der Nachfrage weiterhin die Wachstumstreiber

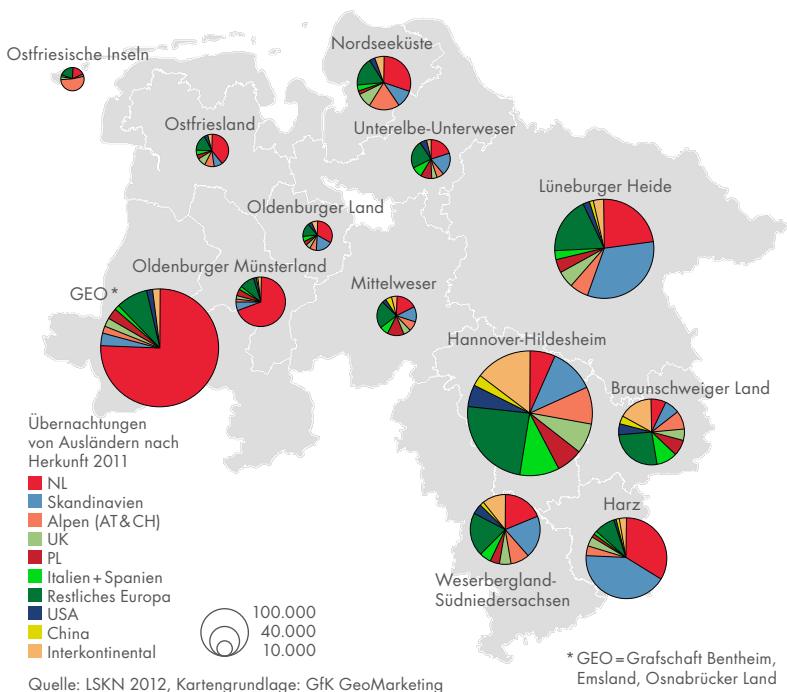


Quelle: TMN nach LSKN 2012

Rund 85% aller ausländischen Übernachtungsgäste kommen aus dem europäischen Quellmarkt. Alleine die Niederlande und Dänemark tragen ca. 41% des Gesamtmarktes. Die interkontinentalen Märkte haben für den niedersächsischen Tourismus somit eine eher geringere Bedeutung.

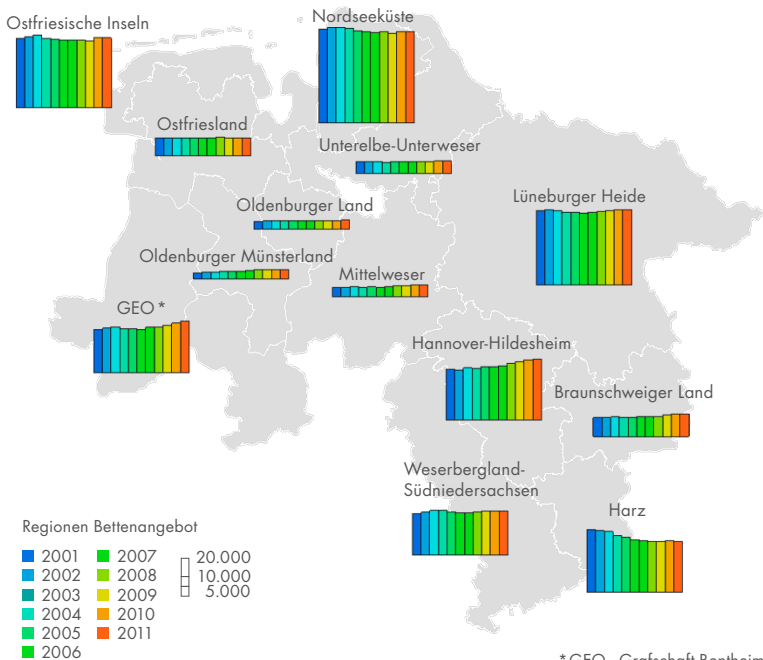
Ausführliche Daten und Erläuterungen zur Nachfrage aus dem Ausland finden Sie in der Sonderausgabe der TMN Marktforschungsbroschüre „Incomingtourismus in Niedersachsen“.

## Hannover-Hildesheim und GEO\* mit den höchsten internationalen Übernachtungsvolumina



Die Herkunft der Gäste bestimmt maßgeblich das Reiseziel. Niederländer übernachteten beispielsweise gerne in Grenznähe oder in der Lüneburger Heide und im Harz. Skandinavische Gäste sind vor allem im östlichen und südlichen Teil Niedersachsens anzutreffen.

## Bettenzahl im leichten Aufwärtstrend (alle Angaben ohne Camping)

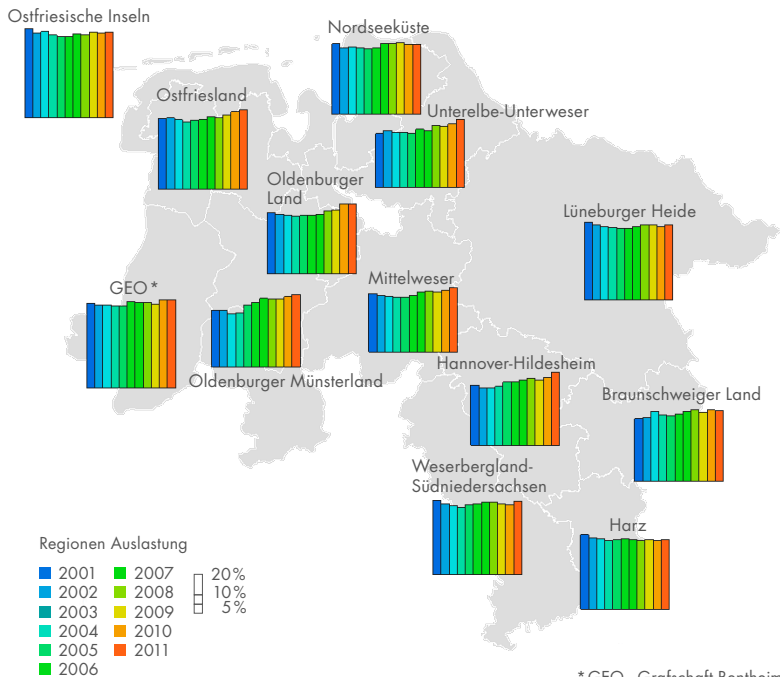


Quelle: LSKN 2012, Kartengrundlage: GfK GeoMarketing

\*GEO = Grafschaft Bentheim, Emsland, Osnabrücker Land

Die Regionen reagieren auf die steigenden Übernachtungszahlen mit einer Aufstockung des Bettenangebotes. Die höchsten prozentualen Zuwächse in den letzten 5 Jahren (2007–2011) verzeichnet die Region Mittelweser (+22 %) gefolgt vom Braunschweiger Land (+15 %). Beim Zuwachs der absoluten Bettenzahlen führen in diesem Zeitraum die Region Hannover (+3.500) und GEO\* (+3.000) die Liste an.

## Steigende Auslastungszahlen in ganz Niedersachsen (alle Angaben ohne Camping)



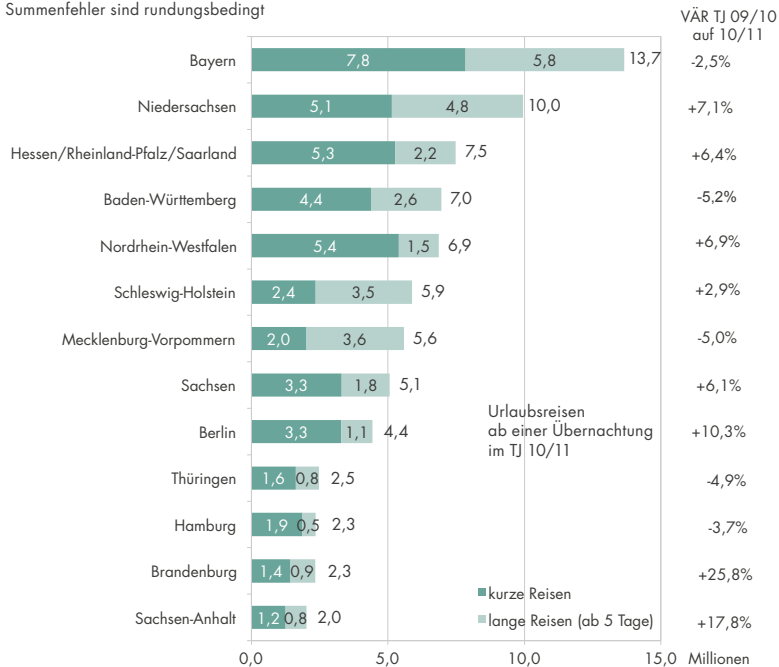
Quelle: LSKN 2012, Kartengrundlage: GfK GeoMarketing

\*GEO=Grafschaft Bentheim, Emsland, Osnabrücker Land

Niedersachsen zeigt bei der Entwicklung der Bettenauslastung insgesamt einen positiven Trendverlauf. Im Zeitraum von 2007–2011 können im Besonderen die Regionen Unterelbe-Unterweser, das Oldenburger Land und Ostfriesland ihre Auslastungszahlen deutlich steigern.

## Niedersachsen bei den Urlaubsreisen der Deutschen auf Platz 2

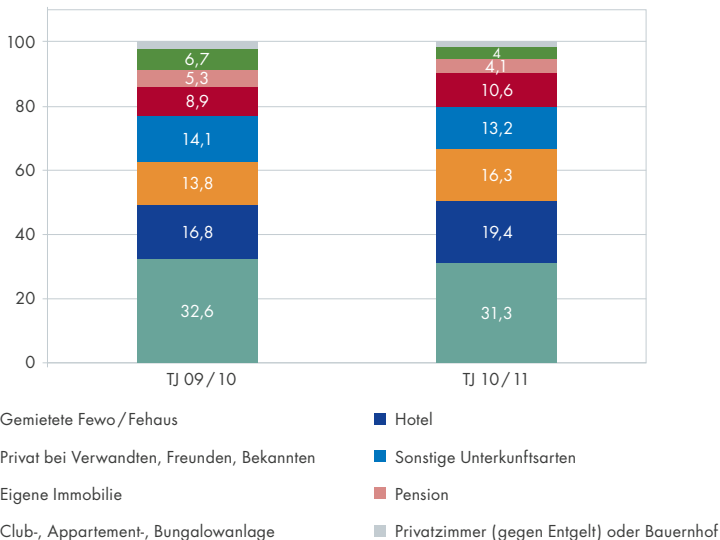
Summenfehler sind rundungsbedingt



Quelle: TMN nach GfK TravelScope TJ 09/10 – 10/11, Urlaubsreisen ab einer Übernachtung

Bei Rund 10 Millionen Deutschen fiel die Wahl der Urlaubsdestination auf das Reiseland Niedersachsen. Damit liegt Niedersachsen bei den Übernachtungszahlen privater Urlaubsreisender aus Deutschland (ohne Geschäftsreisen) auf Platz 2 im Bundesvergleich. Das Reiseland ist zudem nicht nur bei Kurzurlaubern beliebt, 48 % der Gäste bleiben länger als 5 Tage.

## Ferienwohnungen und -häuser am beliebtesten

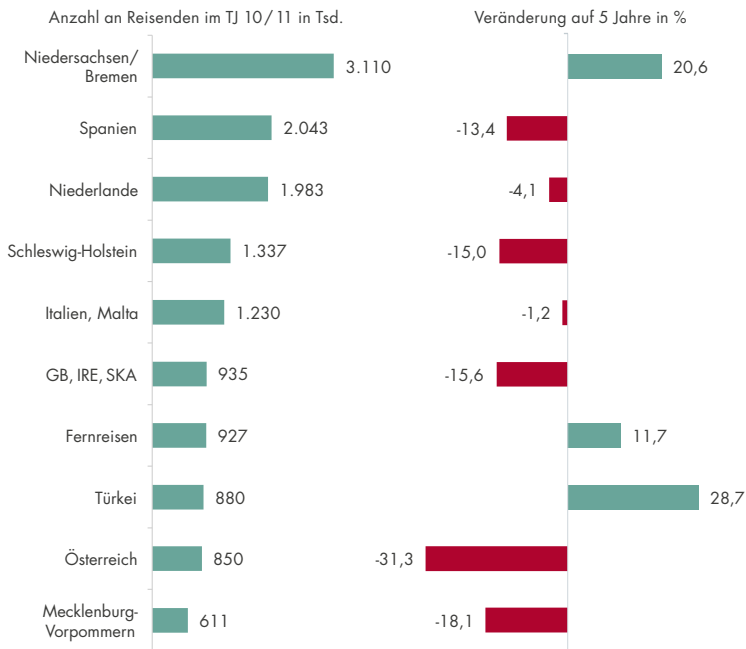


Quelle: TMN nach GfK TravelSkope 2012

Die Wahl der Unterkunft fällt bei Niedersachsenreisenden deutlich zu Gunsten von Ferienwohnungen und -häusern aus. Das Segment verliert zwar zum Vorjahr 1,3% Marktanteil, ist aber mit gut 31% immer noch auf Platz 1 bei den Übernachtungsarten. Die Hotellerie liegt auf Platz 2 der genutzten Unterkünfte und kann gegenüber dem Vorjahr noch 2,6% Marktanteil gewinnen.

## Niedersachsen bei Urlaubern aus NRW hoch im Kurs

Zeitraum TJ 2010 zu 2011, Quellmarkt NRW



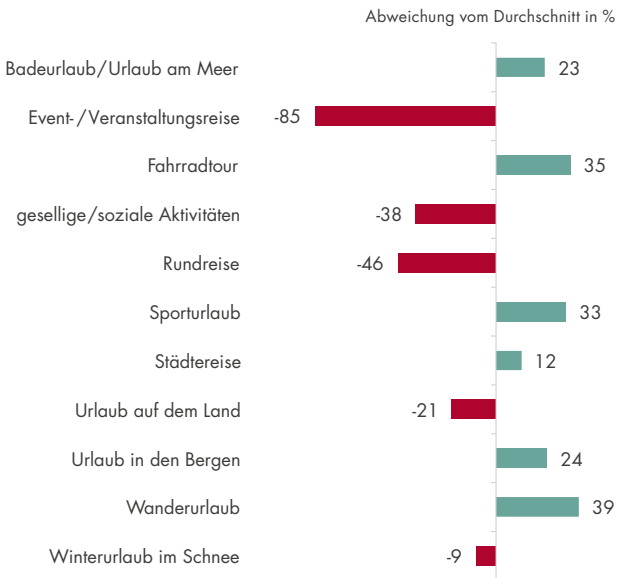
Quelle: TMN nach GfK TravelScope 2012

Bei den Reisenden aus Nordrhein-Westfalen ist die Urlaubsdestination Niedersachsen die erste Wahl. Selbst Spanien, das beliebteste Auslandsziel der Deutschen und die räumlich nahen Niederlande werden auf die Plätze 2 und 3 verwiesen. In den letzten 5 Jahren konnte Niedersachsen hohe Marktanteile am Quellmarkt NRW dazugewinnen.



### Auch Aktivitäten wie Wandern, Radfahren und Sport allgemein sind bei Wellnessreisenden aus NRW gefragt

Zeitraum TJ 2009 bis 2011, Quellmarkt NRW

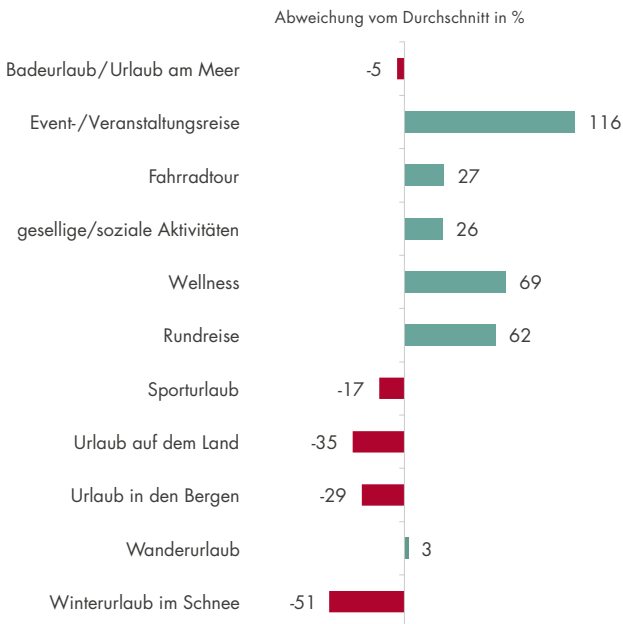


Quelle: TMN nach GfK TravelScope 2012

Die Einbeziehung von beliebten Querschnittsthemen kann als wichtiges Instrument zur Ausrichtung des regionalen Marketings dienen. Themenurlauber volumenstarker Quellmärkte können somit besser angesprochen werden. Wellnessurlauber aus NRW machen z. B. ebenso weit überdurchschnittlich oft Wander-, Fahrrad- und Sporturlaube.

### Zusätzliches Interesse an Events und Veranstaltungen bei Städtereisenden aus NRW

Zeitraum TJ 2009 bis 2011, Quellmarkt NRW

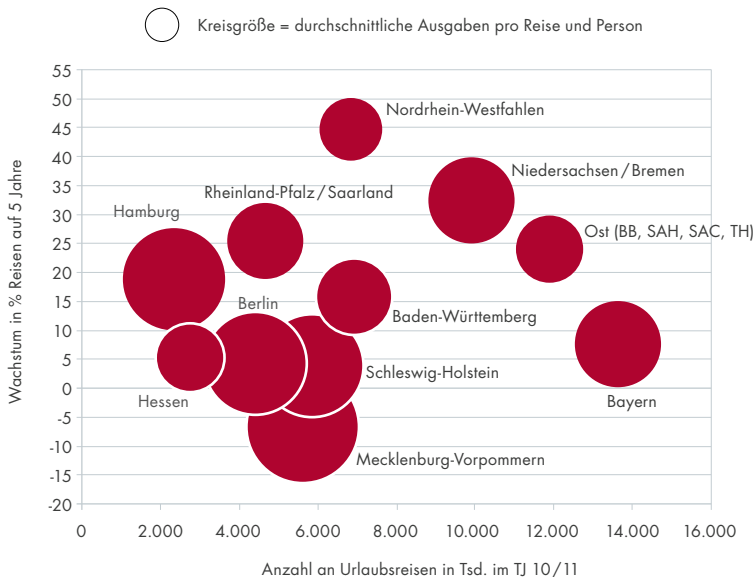


Quelle: TMN nach GfK TravelScope 2012

Städtereisende aus Nordrhein-Westfalen haben im TJ 2009 bis 2011 auch oft Event- und Veranstaltungsreisen unternommen (116 % über dem Durchschnitt). Wellness und Rundreisen sind bei dieser Themengruppe ebenfalls bevorzugte Urlaubsarten.

## Durchschnittliches Wachstum + 13,5% von 2007 auf 2011

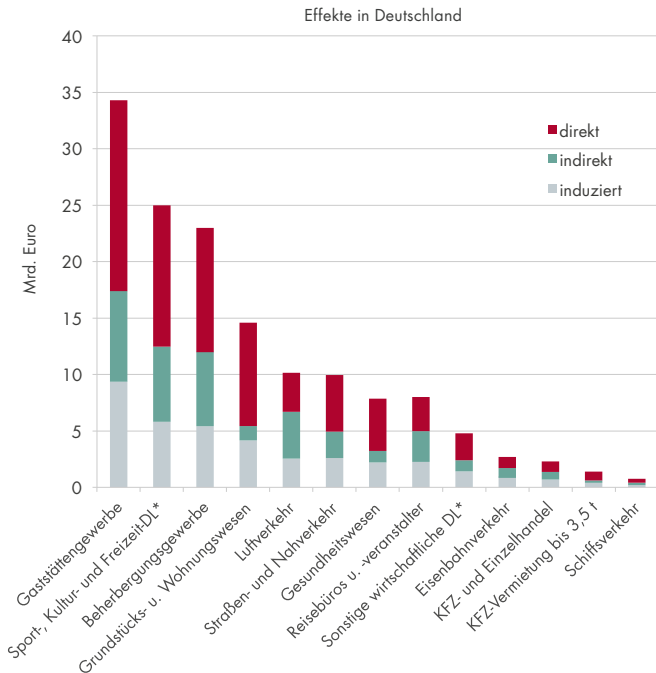
Zielgebiet Deutschland, Zeitraum TJ 2007–2011



Quelle: TMN nach GfK TravelScope 2012

Im Bundesländervergleich liegt das Reiseland Niedersachsen (inkl. Bremen) sowohl bei den Marktanteilen, als auch beim prozentualen Wachstum der letzten 5 Jahre im vorderen Feld.

## Gaststättengewerbe profitiert in Deutschland am stärksten vom Tourismus



\* DL = Dienstleistungen  
Quelle: DIW econ

Im Tourismussektor werden alleine durch direkte Effekte 4,4% der gesamten Bruttowertschöpfung der deutschen Volkswirtschaft generiert. Ein großer Anteil des touristischen Konsums wird dabei im Gaststättengewerbe gebunden.

Zusätzliche Wertschöpfung entsteht durch indirekte Effekte (Vorleistungsanbieter) und durch die Verausgabung der entlang der Wertschöpfungskette entstandenen Einkommen (induzierte Effekte).

### Über 15 Mrd. Euro Umsatz in der niedersächsischen Tourismusbranche

<b>Übernachtungen</b>		38 Mio. gewerblich
	+	90 Mio. privat
		128 Mio. Übernachtungen <b>6,3 Mrd. Euro</b>

+

<b>Tagesreisen</b>		264 Mio. Tagesausflüge
	+	46 Mio. Tagesgeschäftsreisen
		310 Mio. Aufenthaltstage <b>8,9 Mrd. Euro</b>

<b>Tourismus insgesamt</b>	=	438 Mio. Übernachtungen/ Aufenthaltstage <b>15,2 Mrd. Euro</b>
----------------------------	---	--

- ➡ • 7,2 Mrd. Euro absoluter Beitrag des Tourismus am Volkseinkommen Niedersachsens
- ➡ • 338.000 Personen leben vom Tourismus (Beschäftigungsäquivalent)
- ➡ • 320 Mio. Euro Steueraufkommen

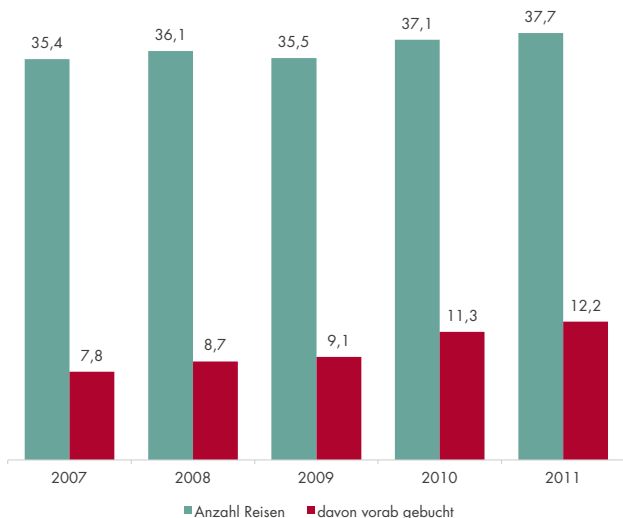
Quelle: Deloitte & Touche GmbH 2010, Datenbasis 2009

(einschließlich Rundungsdifferenzen)

Mit mehr als 338.000 standortgebundenen Arbeitsplätzen (Beschäftigungsäquivalent) und 15,2 Mrd. Euro Bruttoumsatz ist der Tourismus einer der wichtigsten Wirtschaftszweige für Niedersachsen. Zum kommunalen Steueraufkommen trägt der Tourismus mit 320 Mio. Euro bei.

Jeder dritte Euro für vorabgebuchte Leistungen wird in 2011 im Buchungskanal Online ausgegeben

Vorabgebucht in Mrd. Euro für Urlaubsreisen (Quellmarkt Deutschland)



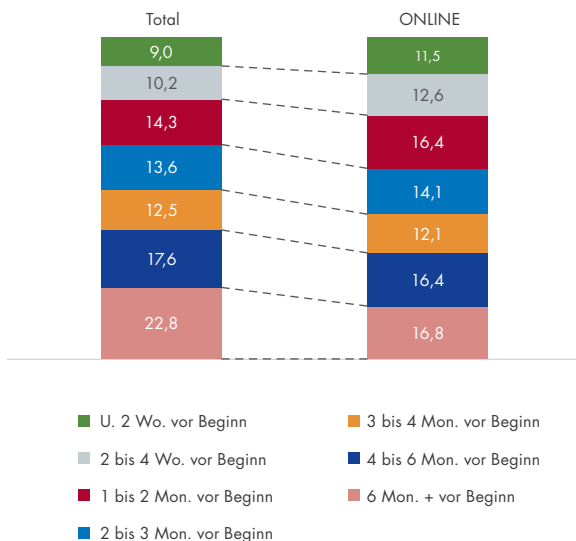
Anteil Online in %	2007	2008	2009	2010	2011
	21%	24%	26%	32%	35%

Quelle: GfK TravelScope 2012

Die Nutzung von Online-Dienstleistungen im Tourismussektor hat in den vergangenen Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen. 35% aller vorab gebuchten Reisen aus dem Quellmarkt Deutschland werden mittlerweile online gebucht. Der Marktanteil für vorab gebuchte Leistungen über dieses Buchungsmedium erhöht sich seit 2007 somit um 14%.

# Online werden die Reisen im Vergleich zum Gesamtmarkt kurzfristiger gebucht

Von allen gebuchten oder ONLINE gebuchten Reisen wird wie lange vor Abreise gebucht (in %, Quellmarkt Deutschland)



Quelle: GfK TravelScope 2012

Insgesamt werden über 66% aller Urlaubsreisen früher als 2 Monate vor Reisebeginn gebucht, 22,8% sogar mehr als 6 Monate im Voraus. Der Buchungskanal Online wird im Vergleich zum Gesamtmarkt dabei eher für kurzfristige Reisen genutzt. 11,5% der Buchungen erfolgen hier unter 2 Wochen vor Reisebeginn. Bei langfristigen Buchungen werden andere Buchungskanäle bevorzugt.

[www.tourismuspartner-niedersachsen.de](http://www.tourismuspartner-niedersachsen.de)



TourismusMarketing  
niedersachsen