



Tourismusbarometer Rheinland

Tourismusbarometer Rheinland

Jahresbericht 2018

Inhalt

Vorwort	- 3 -
Zusammenfassung.....	- 4 -
I Einführung	- 5 -
II Rheinland-Tourismus im Wettbewerbsvergleich.....	- 6 -
1 Rahmenbedingungen	- 6 -
2 Touristische Nachfrage.....	- 7 -
3 Touristisches Angebot.....	- 14 -
4 Betriebstypen im Vergleich	- 19 -
5 Destinationstypen im Vergleich.....	- 22 -
III Wirtschaftliche Lage im Gastgewerbe	- 25 -
1 Konjunktur- und Marktentwicklung.....	- 25 -
2 Saisonumfrage der IHK.....	- 29 -
Anhang.....	- 33 -

Ihr Ansprechpartner:

Karsten Heinsohn

dwif-Consulting GmbH, Marienstraße 19/20, 10117 Berlin

Tel: 030 - 757 949 – 30, E Mail: k.heinsohn@dwif.de

Interner Gebrauch und Bildquellen:

Zur Veranschaulichung von guten Beispielen und Vorbildern werden im Bericht Fotos und Abbildungen verwendet, für die dem dwif keine Rechte zur allgemeinen Veröffentlichung vorliegen. Deshalb ist dieser Teil des Berichts ausdrücklich nur für den internen Gebrauch bestimmt. Mit Ausnahme der Fotos und Abbildungen, für die der Auftraggeber selbst oder das dwif über Bildrechte verfügen, dürfen diese nicht weitergegeben oder öffentlich publiziert werden. Die Fundstellen im Internet sind jeweils unter den Fotos und Abbildungen im Bericht vermerkt.

Vorwort

Wir Rheinländer wissen, dass unsere Region für Touristen attraktiv ist. Sie schätzen die Bauwerke, die Kunst, die Kultur, die rheinische Fröhlichkeit und eine traumhafte Landschaft. Auch die Geschäftsleute besuchen Kongresse, Tagungen, Messen und Events im Rheinland gerne. Tourismus ist aber kein Selbstläufer, dafür müssen die Betriebe, die Tourismusorganisationen und die Kommunen immer wieder höchsten Einsatz bringen. Doch wie erfolgreich sind Sie dabei? Welche Regionen sind besonders erfolgreich damit? Woher kommen die Gäste? Wie entwickeln sich die touristischen Teilräume im Rheinland? Wie ist es um die touristischen Betriebe bestellt?

Das vorliegende 2. Tourismusbarometer Rheinland soll dazu beitragen, die Region touristisch näher zu beleuchten. Das Tourismusbarometer Rheinland wird von der IHK-Initiative Rheinland und der IHK für Essen, Mülheim an der Ruhr, Oberhausen zu Essen getragen.

Auch das diesjährige Tourismusbarometer Rheinland zeigt, dass die Bedeutung des Tourismus hierzulande ansteigt. Den Hotels und Gaststätten sowie den Reiseunternehmen ist es wieder gelungen, mehr Gästeankünfte sowie Übernachtungen zu erzeugen. Unterstützt wurden sie dabei von den kulturellen Einrichtungen und nicht zuletzt von den zahlreichen Tourismusorganisationen, die ein erfolgreiches Destinationsmarketing betreiben. Erneut wird aber auch deutlich, vor welchen Herausforderungen die Branche insgesamt steht. Fachkräftebedarf, Digitalisierung und Nachfolge sind die wichtigsten Stichworte.

Das Barometer liefert zudem Erkenntnisse dazu, wie und wo die IHKs im Rheinland die Touristiker tatkräftig unterstützen können. Auf der Grundlage der Ergebnisse werden Produkte und Leistungen entwickelt, die den Betrieben des Gastgewerbes helfen, die eine oder andere Herausforderung zu meistern. Schließlich werden die Erkenntnisse des Barometers auch in die Erarbeitung der neuen Landestourismusstrategie einfließen.

Angenehme Lektüre wünschen Ihnen

Ulf Reichardt
Hauptgeschäftsführer
IHK Köln

Dr. Stefan Dietzfelbinger
Hauptgeschäftsführer
Niederrheinische IHK Duisburg-
Wesel-Kleve zu Duisburg

Zusammenfassung

- Im Hinblick auf die touristische Nachfrage gibt es für das Rheinland Erfreuliches zu vermelden: Der Wachstumstrend setzte sich auch 2017 fort, und mit 28,5 Millionen Übernachtungen konnten die gewerblichen Beherbergungsbetriebe im Rheinland über eine Million Übernachtungen mehr als im Vorjahr verbuchen. Damit entfällt mehr als die Hälfte der gesamten Nachfrage Nordrhein-Westfalens auf das Rheinland.
- Der Auslandstourismus, 2016 auf Bundesebene noch durch die internationalen Rahmenbedingungen geschwächt, zog im vergangenen Jahr wieder an und löste den Inlandstourismus als Wachstumstreiber ab. Die Regionen im Rheinland sind dabei unterschiedlich stark von der Nachfrage aus dem Ausland geprägt bzw. von diesem abhängig.
- Nach einem starken Kapazitätsausbau, der darauffolgenden Trendwende 2015 und den Rückgängen im Jahr 2016, entwickelte sich das touristische Angebot 2017 mit einer Erweiterung um mehr als 4.000 Schlafgelegenheiten¹ wieder dynamisch.
- Qualität wird zu einem immer wichtigeren Thema, wenn es darum geht, Gästen ein transparentes Angebot zu bieten und sich im Wettbewerb langfristig die Nachfrage zu sichern bzw. sie zu erhöhen. Die Teilnahme an Qualitätsinitiativen und die Nutzung von Bewertungsportalen zur betrieblichen Qualitätsverbesserung sollten dabei Hand in Hand gehen.
- Differenziert nach Betriebstypen, machen die Hotels weiterhin den größten Anteil aus. Bei gleichzeitig wachsender Nachfrage wurden weitere Kapazitäten geschaffen, unter anderem durch die Eröffnung von Boutique- und Lifestyle-Hotels. Ebenfalls auf Expansionskurs sind die Hotels garnis und der Ferienwohnungsmarkt. Campingplätze warten mit innovativen Ideen auf und erfreuen sich zunehmender Beliebtheit.
- Branchenübergreifendes Wirtschaftswachstum und stabile Rahmenbedingungen tragen zu der guten Stimmung im Gastgewerbe bei. Die weiterhin steigenden Zimmerpreise und bessere Auslastung sorgen für mehr Umsätze im Gastgewerbe. Darüber hinaus ist das Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe im Rheinland nach wie vor ein Jobmotor. Laut DIHK-Saisonumfrage wollen in der kommenden Saison 9 von 10 befragten Unternehmen im rheinländischen Gastgewerbe die Zahl ihrer Beschäftigten stabil halten oder gar steigern.
- Die DIHK-Saisonumfrage zeigt ein Stimmungshoch im rheinländischen und im deutschen Gastgewerbe. Fast drei Viertel der befragten Betriebe im Rheinland wollen in der kommenden Saison mehr oder gleich viel investieren; dabei liegt der Fokus auf Modernisierung und Produktinnovation. Die größten Risiken und Herausforderungen sieht das Gastgewerbe in dem Fachkräftemangel, in höheren Arbeitskosten und steigenden Energie-/Rohstoffpreisen.
- Der Fachkräftemangel führt laut IHK-Saisonumfrage bei drei Viertel der Unternehmen zu einer höheren Arbeitsbelastung der vorhandenen Mitarbeiter. Hier ist die Branche weiterhin gefragt, noch stärker gegenzusteuern, um das Image des Gastgewerbes im Hinblick auf Arbeitszeiten und Arbeitsbelastung schrittweise zu verbessern.

¹ „Schlafgelegenheiten“ bedeuten in den klassischen Betriebstypen nichts anderes als „Betten“. Um das Campingsegment in das Gesamtangebot einzubeziehen, haben die Statistischen Landesämter jedoch diesen Begriff einheitlich für den Gesamtmarkt übernommen. Hier entspricht 1 Campingstellplatz 4 Schlafgelegenheiten.

I Einführung

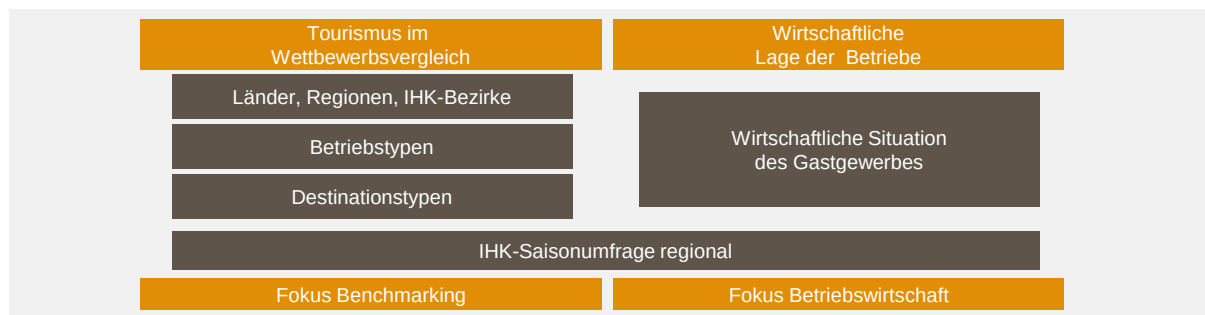
Das Tourismusbarometer Rheinland, herausgegeben von der IHK-Initiative Rheinland in Kooperation mit der IHK zu Essen, erscheint 2018 zum zweiten Mal. Wissenschaftlich betreut und durchgeführt wird es von der dwif-Consulting GmbH.

Vorrangiges Ziel des Tourismusbarometers ist die kontinuierliche, problemorientierte Beobachtung der Tourismusedwicklung im Rheinland und seinen Regionen. Das Tourismusbarometer macht den Nutzer aufmerksam auf Erfolge und Misserfolge sowie auf wichtige strukturelle Veränderungen der Tourismusedwicklung. Als Frühwarnsystem dient es dazu, rechtzeitig auf problematische Entwicklungen hinzuweisen und Handlungsbedarf zu identifizieren.

Das kontinuierliche Monitoring ermöglicht zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche. Letztlich soll das Tourismusbarometer die Entscheidungsfindungen für Infrastrukturentwicklung und Marketing erleichtern.

Das Tourismusbarometer ermöglicht durch den Einsatz eines jährlich gleichbleibenden Datensets strukturelle, (über-)regionale Vergleiche und Einschätzungen zur Angebots- und Nachfrageentwicklung des Tourismus im Rheinland und seinen Regionen.

Abb. 1: Module des Rheinland-Tourismusbarometers



Quelle: dwif 2018

In der Auswertung des touristischen Angebots und der touristischen Nachfrage werden das Rheinland sowie seine sieben Teilregionen analysiert: Niederrhein, Köln und Rhein-Erft-Kreis, Düsseldorf und Kreis Mettmann, Eifel und Region Aachen, Bonn und Rhein-Sieg-Kreis, das Bergische Land sowie das Bergische Städtedreieck. Hinzu kommen die drei Städte Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr, die in einem IHK-Bezirk vereint sind. Die Zuordnung der einzelnen Stadt- und Landkreise zu den Reisegebieten ist in Anhang 21 dargestellt. In den tabellarischen Anhängen sind zudem die detaillierten Daten zu den Kammerbezirken aufgeführt.

II Rheinland-Tourismus im Wettbewerbsvergleich

1 Rahmenbedingungen

Der Tourismus ist ein weltweiter Wachstumsmarkt. Die Welttourismusorganisation (UNWTO) meldet das achte Rekordjahr in Folge, und nicht nur das: Mit einem Anstieg von 6,7 % wuchsen die internationalen Ankünfte 2017 überdurchschnittlich stark.² Europa liegt dabei im Trend: Über die Hälfte der weltweiten Ankünfte (671 Millionen) fanden dort statt. Triebkraft für das starke Wachstum war vor allem die gute Performance der beliebten Mittelmeerländer (+13 % ggü. 2016). Dazu zählen auch die Volumenmärkte Spanien und Italien. Die Türkei feierte ein beachtliches Comeback (+29 % internationale Ankünfte ggü. 2016); Frankreich und Belgien erholten sich, und die Balkanländer liegen weiterhin im Trend.

Insbesondere zwei große Themen, die untrennbar miteinander verwoben sind, bewegten die Branche im vergangenen Jahr: Die UNWTO rief 2017 zum „Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus“ auf, zugleich aber machte „Overtourism“ als (Un)Wort des Jahres in der Tourismusbranche die Runde. Dieses Phänomen betrifft im Übrigen nicht nur Großstädte, sondern auch Kreuzfahrtdestinationen, Skigebiete, Strand- und Erholungsregionen im ländlichen Raum. Vor dem Hintergrund des anhaltenden Wachstums und damit der steigenden – nicht nur wirtschaftlichen – Bedeutung der Branche sind ein sensibler Umgang mit Besucherströmen sowie die Ableitung nachhaltiger und regionalspezifischer Strategien gefragt. Denn der Tourismus ist zwar ein Wirtschaftsfaktor, bringt positive Arbeitsmarkt-, Infrastruktur- und Attraktivitätseffekte mit sich, aber er muss gemanagt werden. Denn eines ist beim Thema Overtourism zu beachten: Es halten sich nicht überall und zu jeder Zeit zu viele Touristen auf. Vielmehr handelt es sich vor allem um ein lokales/regionales und saisonales Phänomen. Fragen der (Orts-)Verträglichkeit sollten in den Vordergrund gerückt und eine engere Verzahnung des Tourismus mit der Stadt-/Regionalentwicklung angestrebt werden. Auch die Einwohner vor Ort rücken unter dem Stichwort Akzeptanz stärker in den Fokus. Aktuelle Trends wie der New Urban Tourism bieten zudem die Chance, Gäste besser zu lenken und zu „verteilen“.

Inlandsurlaub wird bei den Deutschen immer beliebter, gleichzeitig steigt die Freude am Reisen insgesamt.³ Kommen Sondereffekte wie Jubiläen hinzu, verbuchen einzelne Destinationen zusätzliche Zuwächse aus speziellen Märkten. Wechselnde wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen führen in vielen Ländern weltweit zu kurzfristig schwankenden Nachfragezahlen. In dieser Gemengelage scheint Deutschland derzeit als „sicherer Hafen“ wahrgenommen zu werden. Das Land genießt laut Anholt-GfK Nation Brand Index weltweit den besten Ruf.⁴ Dies wirkt sich auch auf den Tourismus aus.

² UNWTO, Januar 2018

³ FUR Reiseanalyse, erste Ergebnisse 2018

⁴ www.gfk.com

Davon abgesehen gibt es zahlreiche wichtige Themen, die sich auf den Tourismus auswirken. Das Spektrum ist breit; es reicht von der bereits erwähnten Nachhaltigkeit über den zunehmenden Fachkräftemangel bis zur Digitalisierung, die weit mehr als Marketing ist und ein Überdenken sämtlicher Abläufe und Prozesse in Betrieben und Organisationen erfordert. Darüber hinaus wird es immer wichtiger, über alternative Mobilitätskonzepte nachzudenken. Diese und viele weitere Themen treiben die Branche derzeit um. >> Abb. 2

Abb. 2: Branchentrends und aktuelle Übernachtungsentwicklungen Top-5-Europaländer



Quelle: dwif 2018, EUROSTAT

2 Touristische Nachfrage

Erfreuliche Meldungen für die touristische Entwicklung im Rheinland: Der Wachstumstrend setzte sich auch 2017 fort. Mit 28,5 Millionen Übernachtungen verbuchten die Beherbergungsbetriebe im Rheinland (ab zehn Schlafgelegenheiten) mehr als eine Million zusätzliche Übernachtungen im Vorjahresvergleich. Mit nun 55,3 % fällt mehr als die Hälfte der Gesamtnachfrage in Nordrhein-Westfalen auf das Rheinland. 2012 betrug der Marktanteil noch 54,0 %.⁵ Anders als im Vorjahr lag das Übernachtungsplus von 4,3 % wieder oberhalb des Bundes- und Landesdurchschnitts. >> Abb. 3 und Anhang 1

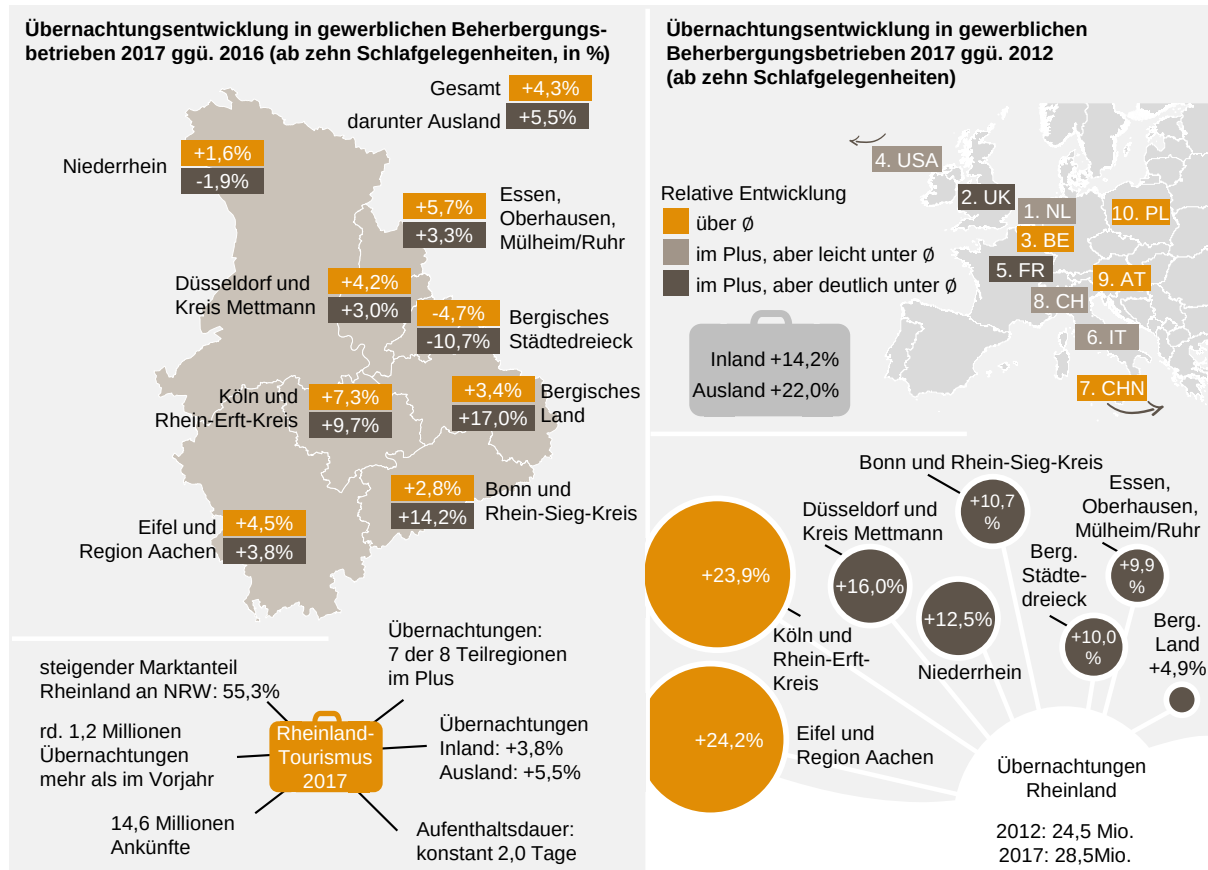
Weiteres Rekordjahr für den Rheinland-Tourismus

Die gute Nachricht vorweg: Alle acht Regionen des Rheinlands verbuchten 2017 gegenüber 2012 eine positive Übernachtungsbilanz. Dass die Zuwächse jedoch regional sehr unterschiedlich ausfielen, zeigt die große Spannweite von minimalen Zuwächsen im Bergischen Land bis zu einem deutlich zweistelligen Wachstum in den Reisegebieten Eifel und Region Aachen sowie Köln und Rhein-Erft-Kreis. Im Vorjahresvergleich legten alle Regionen außer dem Bergischen Städtedreieck beim Übernachtungsvolumen zu. Auch hier waren erhebliche Unterschiede zu beobachten. Einflussfaktoren für die Nachfragedynamik, abgesehen von Erweiterung oder Abbau von Übernachtungska-

⁵ Der Marktanteil berechnet sich aus dem Anteil der 7 Reisegebiete sowie Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr an Nordrhein-Westfalen.

pazitäten: Entwicklungen auf internationaler Ebene, politische und wirtschaftliche Einflussfaktoren, der MICE-Markt mit herausragenden Veranstaltungen (z. B. Klimakonferenz der Vereinten Nationen) und Sondereffekte durch Sportereignisse (z. B. Eishockey-Weltmeisterschaft in Köln und Grand Depart der Tour de France in Düsseldorf).

Abb. 3: Touristische Nachfrage im Rheinland



Quelle: dwif 2018, Daten Statistisches Bundesamt, IT.NRW sowie eigene Berechnungen

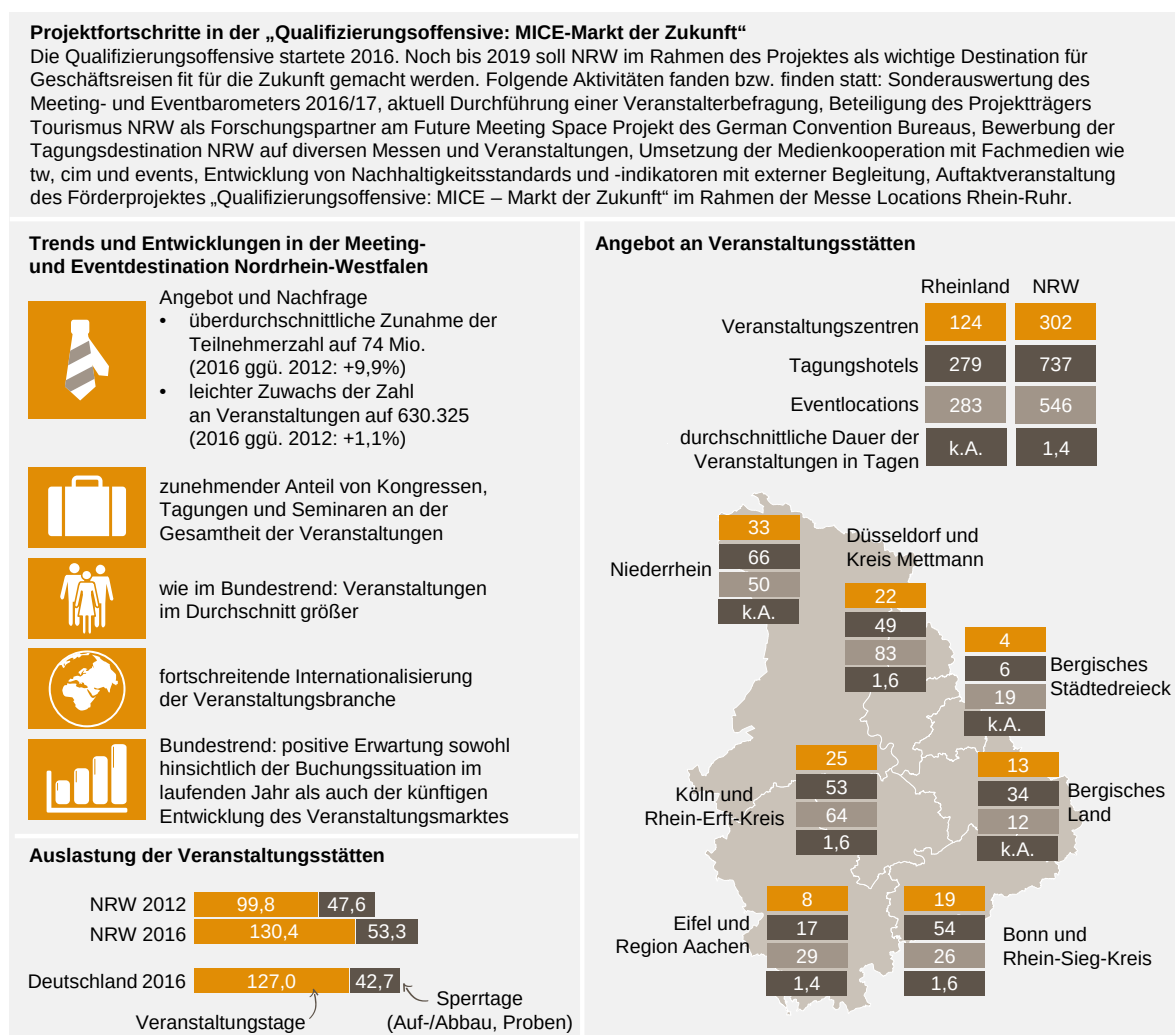
- Mit 7,6 Millionen gewerblichen Übernachtungen war das Reisegebiet Köln und Rhein-Erft-Kreis erneut am nachfragestärksten im Rheinland. Davon entfielen allein 6,2 Millionen Übernachtungen auf die Stadt Köln. Nach einem Nachfrageminus der Stadt Köln im Vorjahr, bedingt durch singuläre Ereignisse und ein turnusmäßig schwaches Messejahr, stand 2017 ganz im Zeichen des Aufholprozesses. Im Vorjahresvergleich war die Region (darunter Stadt Köln: +8,1 %, Rhein-Erft-Kreis: +3,9 %) die dynamischste Region des Rheinlands: Sie verzeichnete rund eine halbe Million mehr Übernachtungen und sogar rund 1,5 Millionen mehr Übernachtungen als noch vor fünf Jahren. Eine Ursache für das hohe Wachstum im Mittelfristvergleich war neben dem generell anhaltenden Trend des Städtetourismus die angebotsgetriebene Nachfragedynamik.
- Die Region Düsseldorf und Kreis Mettmann zählte 2017 rund 5,8 Millionen Übernachtungen, davon entfiel das Gros auf die Landeshauptstadt (4,8 Millionen). Das mittelfristige Wachstum entsprach mit +16,0 % ungefähr dem Durchschnitt des Rheinlands, wobei die Stadt Düsseldorf (+18,8 %) als der Wachstumstreiber der Region fungierte. Und die Aufenthaltsdauer von

konstant 1,7 Tagen im Jahr 2017 weist einmal mehr auf die Rolle des Reisegebiets als bedeutendes Städte- und Geschäftsreiseziel hin. >> Abb. 4

Des einen Freud ist des anderen Leid: Fußball schafft Nachfrage

Der 1.FC Köln musste sich aus der 1. Fußball-Bundesliga verabschieden, zumindest vorläufig, wohingegen Fortuna Düsseldorf in das Fußball-Oberhaus aufstieg. Das hat auch Auswirkungen auf den Tourismus und die Touristiker vor Ort: Während KölnTourismus mit weniger Gästeübernachtungen und Umsatz durch Fußballfans rechnet, ist es in Düsseldorf genau umgekehrt: Düsseldorfs Beherbergungsbetriebe und Gastronomie werden profitieren und dürfen sich auf mehr Städtebesucher, Fangruppen und Funktionäre sowie größeren Andrang auf Pakete aus Eintrittskarte und Hotelübernachtung freuen.⁶

Abb. 4: MICE-Markt⁷



Quelle: dwif 2018, EITW 2017, GCB 2017; Rheinland-Daten ohne Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr, www.touristiker-nrw.de

⁶ www.wz.de (Artikel: Was der Fortuna-Aufstieg für Düsseldorf bedeutet)

⁷ Die Daten zu den Veranstaltungsstätten stammen aus einer bundesweiten Studie mit einheitlichen Definitionen und sind dementsprechend vergleichbar. Einzelne Abweichungen zu lokal verfügbaren Daten sind somit möglich. Die Werte für Nordrhein-Westfalen und das Rheinland sind Werte von 2016/2017, da keine aktuellere Differenzierung für die Teilregionen vorliegt.

- Zu der Reiseregion Eifel und Region Aachen gehören die Eifel als Mittelgebirgsraum und die Städtedestination Aachen, auf die ein Drittel der Übernachtungen entfällt. Im Jahr 2017 fanden erstmals mehr als 3 Millionen Übernachtungen statt. Mittelfristig war diese Reiseregion der dynamischste Wettbewerber im Rheinland. Ausschlaggebend dafür war unter anderem der Kapazitätsausbau zwischen 2012 und 2014, bei dem laut Statistik 4.000 Schlafgelegenheiten neu auf den Beherbergungsmarkt kamen. Seit der Kapazitätserweiterung blieben die Übernachtungszahlen zwischen 2014 und 2016 überwiegend konstant. Erst 2017 legte das Reisegebiet nach und lag mit 4,5 % wieder deutlich im Nachfrageplus.

Nettersheim: Deutschlands nachhaltigster Ort

Seit 2008 sucht die Jury des Deutschen Nachhaltigkeitspreises jedes Jahr kreative Lösungen für die Herausforderungen von morgen: Europas größte Auszeichnung für ökologisches und soziales Engagement würdigt Spitzenleistungen der Nachhaltigkeit. „Mit dem Preis fördert die Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e. V. gemeinsam mit der Bundesregierung und weiteren Partnern mutige Akteure und Ideen mit Vorbildfunktion.“ Neun Kommunen haben es bis in das Finale des Deutschen Nachhaltigkeitspreises geschafft. Bundessieger unter den Kleinstädten und Gemeinden wurde Nettersheim. Über die Anforderungen der nachhaltigen lokalen Entwicklung hinausgehend, bewarb sich Nettersheim mit seiner ambitionierten Strategie, natürliche Ressourcen und kulturelle Wurzeln zu bewahren. Den Blick zurück auf die Traditionen mit behutsamem Handeln für die Zukunft zu verbinden wurde in der Bewerbung als besondere Stärke hervorgehoben.⁸

Die Nordeifel im Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen

Für das nachhaltige touristische Engagement ist die Nordeifel Mitte Juni 2017 beim "Bundeswettbewerb 2016/17 – Nachhaltige Tourismusdestinationen" mit einem zweiten Platz ausgezeichnet worden und gehört damit zu den fünf nachhaltigsten Tourismusregionen in Deutschland. Um dem vielschichtigen, facettenreichen und komplexen Aspekt der Nachhaltigkeit gerecht zu werden, wird das Thema im Sinne eines Beitrags zur nachhaltigen Entwicklung der Region verstanden. Dabei geht es darum, die Nachhaltigkeitsprinzipien fest in der Strategie der Tourismusregion zu verankern und in Zusammenarbeit mit den touristischen Partnern in konkrete Angebote umzusetzen.

- Die im Rheinlandvergleich eher ländlich geprägte Region Niederrhein weist erneut ein Nachfrageplus auf. Die Region ist eine von nur drei Regionen im Rheinland (neben Bonn und Rhein-Sieg-Kreis sowie dem Bergischen Städtedreieck; als Teilregion kommt der Rhein-Erft-Kreis hinzu) mit kontinuierlichem Wachstum in den letzten fünf Jahren. Konkret heißt das: Die Beherbergungsbetriebe in der Region verbuchten rund 500.000 mehr Übernachtungen als 2012. Großen Anteil an der positiven Entwicklung der Region hat die Stadt Duisburg, die ihre Übernachtungszahlen allein von 2016 auf 2017 um 6,5 % steigern konnte.

⁸ www.nettersheim.de

Niederrhein soll Marke werden

Was macht den Niederrhein aus, was sind die Stärken der Region? Wie kann man sie touristisch noch besser vermarkten? Mit diesen Fragen beschäftigt sich die Niederrhein Tourismus GmbH. Ziel ist es, eine Marke für den Niederrhein zu entwickeln. Die positive Nachfrageentwicklung in der Destination möchte man über eine Marke, die auch nach innen wirkt, weiter voranbringen. Es soll ein Prozess in der Region in Gang gesetzt werden, durch den auch die Netzwerkbildung und das Partnermanagement in der Querschnittsbranche Tourismus ausgebaut werden.⁹

- Die Region Bonn und Rhein-Sieg-Kreis ist auf einem guten Weg, die 3-Millionen-Übernachtungsmarke zu übertreffen. Mit 2,9 Millionen Übernachtungen, darunter 1,6 Millionen in Bonn, erreichte das Nachfragevolumen 2017 ein neues Allzeithoch. Zu dem Wachstum gegenüber dem Vorjahr (+2,8 %) trug auch der Sondereffekt der UN-Klimakonferenz in Bonn im November 2017 bei. Im Fünfjahresvergleich war die Entwicklung allerdings unterdurchschnittlich, wobei insbesondere der Inlandstourismus nicht mit der Dynamik anderer Regionen mithalten konnte.
- Das Bergische Städtedreieck mit den Städten Wuppertal, Solingen und Remscheid lag 2017 nach deutlichem Vorjahresplus in der Minuszone, aber immerhin noch mit einer höheren Übernachtungszahl als 2015. Der Nachfragerückgang ist wohl auch auf die aufgrund von Bauarbeiten schlechte Erreichbarkeit per Bahn während der Oster- und Sommerferien zurückzuführen. In der mittelfristigen Entwicklung zeigten Wuppertal (+12,0 %) und Remscheid (+10,3 %) eine ähnliche Entwicklungsperformance. Solingen erreichte nach einem stark überdurchschnittlichen Jahr 2016 wieder das Nachfrageniveau der Jahre 2012 bis 2015.¹⁰
- Nach Verlusten im Vorjahr befand sich das Bergische Land wieder in der Wachstumszone. Mittelfristig zeigt die Region aber nur wenig Dynamik, vor allem beim Inlandsmarkt. Trotz der geringen Nachfrageentwicklung stieg die Auslastung erneut, was auf leichte Marktbereinigungstendenzen hindeutet. Neue Impulse sollen unter anderem durch die Beteiligung an der landesweiten touristischen Innovationswerkstatt gesetzt werden.
- Die drei Städte Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr (als Teile der offiziellen Reiseregion Ruhrgebiet) konnten mittelfristig nur ein vergleichsweise geringes Plus verbuchen. Im Kurzfristvergleich allerdings stach besonders Essen hervor, das als Grüne Hauptstadt Europas 2017 national und international eine wichtige Adresse war. Im Titeljahr wurden allein 453 Projekte realisiert; rund 200.000 Besucherinnen und Besucher kamen zu den Veranstaltungen. Das Fazit: Essen war als Grüne Hauptstadt Europas ein Erfolg, was sich künftig hoffentlich auch in der Entwicklung von Stadt und Region niederschlägt. Mülheim an der Ruhr bestätigte das sehr dynamische Vorjahr. Und Oberhausen könnte es 2018 mit ähnlicher Vorjahresdynamik schaffen, die Marke von 500.000 Übernachtungen zu erreichen.

⁹ www.willicher-nachrichten.de

¹⁰ www.rp-online.de

Auslandstourismus 2017: Gute Entwicklung nach schwierigen Rahmenbedingungen

Nachdem die Nachfrage aus dem Ausland 2016 bundesweit durch die internationalen Rahmenbedingungen geschwächt worden war, zog er 2017 wieder an und löste den Inlandstourismus als Wachstumsmotor ab. Die Regionen des Rheinlands sind dabei unterschiedlich stark vom Auslandstourismus geprägt bzw. von diesem abhängig. Mehr als jede dritte Übernachtung in Düsseldorf und Kreis Mettmann beispielsweise kam 2017 von einem Auslandsgast. Insbesondere ländlich geprägte Regionen wie der Niederrhein und das Bergische Land waren 2017 mit Anteilen der Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland von unter 20 % eher bei Gästen aus dem Inland gefragt. Im Rheinland insgesamt lag der Anteil der Übernachtungen ausländischer Gäste 2017 bei 21,3 %.

2017 bewegten sich die Entwicklungsraten des Auslandstourismus im Rheinland gegenüber dem Vorjahr zwischen -10,7 % im Bergischen Städtedreieck und einem zweistelligen Plus von 17,0 % im Bergischen Land. Mittelfristig betrachtet verzeichnete nur das Bergische Städtedreieck ein Minus, wenn auch ein deutliches: Zwischen 2012 und 2017 musste die Region Rückgänge bei Übernachtungen ausländischer Gäste von rund 55 % hinnehmen. In allen anderen Regionen hingegen war der Auslandstourismus der Wachstumsmotor.

Nach wie vor ist die Quellmarktstruktur des Rheinlands breit gefächert: Auf die Top-5-Quellmärkte verteilen sich 2017 40 % aller Auslandsübernachtungen (2012: 42 %); damit ist der Wert geringer als in Nordrhein-Westfalen insgesamt (2017: 46 %; 2012: 49 %), was den Auslandstourismus krisenresistenter macht.

Die wichtigsten ausländischen Quellmärkte des Rheinlands weisen folgende Charakteristika auf:

- Im Ranking der Top 5 stehen die Niederlande seit Jahren ganz oben auf der Liste mit einem Anteil von 15 % an den Übernachtungen ausländischer Gäste. Erst mit großem Abstand folgen das Vereinigte Königreich, Belgien, Frankreich und Italien.
- Mittelfristig betrachtet legten die Übernachtungen aus dem Nachbarland Niederlande am stärksten zu. Schwerpunkt mit fast 70 % Nachfragezuwachs in den letzten fünf Jahren bildet das Reisegebiet Eifel und Region Aachen. Die dortigen, zum Teil neu errichteten Feriencentren sind bei den Niederländern äußerst beliebt. In den übrigen Regionen des Rheinlands verlief die Entwicklung aus dem Top-Quellmarkt verhaltener, teilweise sogar rückläufig. Insbesondere das Bergische Städtedreieck musste seit 2012 laufend Einbußen hinnehmen. Insgesamt befindet sich der Quellmarkt Niederlande nach den beiden rückläufigen Jahren 2015 und 2016 wieder im Aufwärtstrend.
- Belgien als zweitgrößter Quellmarkt wächst solide mit einem konstanten Plus. Hier war ebenfalls das Reisegebiet Eifel und Region Aachen maßgeblicher Wachstumstreiber; mit knapp 40 % stellt es den Löwenanteil an Übernachtungen aus dem Nachbarland. Mittlerweile haben andere Reisegebiete im Rheinland nachgelegt: Im letzten Jahr konnten sowohl Bonn

und Rhein-Sieg-Kreis (+8,4 %) sowie Köln und der Rhein-Erft-Kreis (+4,9 %) mit Übernachtungszuwächsen aus Belgien punkten.

- Polen setzte als Newcomer seinen Wachstumstrend fort und rangiert im Ranking der bedeutendsten Quellmärkte des Rheinlands mittlerweile auf Platz 6, nur noch knapp hinter der Schweiz. Allerdings ist dieser Quellmarkt nach wie vor zweigeteilt, denn einerseits steigt die Zahl privat motivierter polnischer Reisender, andererseits spielen Monteure und Saisonkräfte eine große Rolle.
- Der Wachstumsmarkt Arabische Golfstaaten entwickelt sich sehr schwankend und von Region zu Region sehr unterschiedlich: Nach Jahren hoher Zuwachsraten zeigen sich für das Rheinland insgesamt das zweite Jahr in Folge Übernachtungsrückgänge (2017 ggü. 2015: -11,2 %). Anders sah es in den letzten Jahren für den Fernmarkt China aus, der sein Übernachtungsvolumen kontinuierlich steigerte und innerhalb der letzten sechs Jahre fast verdoppelte. Wichtig bei den sogenannten Emerging Markets ist eine langfristige Angebots- und Marketingstrategie, da sie aufgrund ihres Volumens, aber auch der spezifischen Themenrelevanz und äußerer Rahmenbedingungen noch sehr volatil sind.
- Garanten für eine Entwicklung, die sich kaum von äußeren Einflüssen beeindrucken lassen, sind die Quellmärkte Schweiz, Österreich und Frankreich. Bei Gästen aus der Schweiz und Österreich steht Deutschland sogar nach wie vor ganz oben.
- Die wenig erfreuliche Entwicklung der Übernachtungen aus dem Vereinigten Königreich infolge der Brexit-Verhandlungen setzte sich auch im vergangenen Jahr fort. Ebenso sanken die Gästezahlen aus Russland. Die Gründe dafür dürften auf die politischen Rahmenbedingungen und die Wirtschaftsentwicklung zurückzuführen sein. Allerdings gab es 2017 mit einem leichten Nachfragezuwachs aus Russland wieder verhalten positive Signale.

„Auslandsmarketing: Fit im Netzwerk“ – ein Projekt von Tourismus NRW e. V.

Um Attraktivität und Image des Reiselands Nordrhein-Westfalen und seiner Regionen aufzuwerten, entwickelt Tourismus NRW e. V. das Tourismusmarketing in den nächsten drei Jahren weiter. Neue Gäste aus dem Ausland, vor allem aus den Benelux-Ländern und Großbritannien, sollen durch zielgruppenorientierte Maßnahmen des Programms „Auslandsmarketing: Fit im Netzwerk“ angesprochen werden. Dafür entwickelt der Tourismus NRW e. V. zum Beispiel innovative Werbekampagnen für die neuen Medien, er fördert die regionale Marketingkommunikation und organisiert Multiplikatoren-Börsen für kleine und mittlere Unternehmen. Zudem werden das Wissen und die Anwendung digitaler Leitfäden zur touristischen Vermarktung ausgebaut und eine Potenzialanalyse für den stark wachsenden polnischen Markt durchgeführt. Acht Projektpartner beteiligen sich aktuell an diesem Netzwerk, darunter aus dem Rheinland die Niederrhein Tourismus GmbH, die Eifel Tourismus GmbH, die Naturarena Bergisches Land GmbH, der Bergisches Land Tourismus Marketing e. V., der Aachen tourist service e. V. sowie der RadRegionRheinland e. V.¹¹

¹¹ www.touristiker-nrw.de/foerderprojekte/auslandsmarketing-fit-im-netzwerk

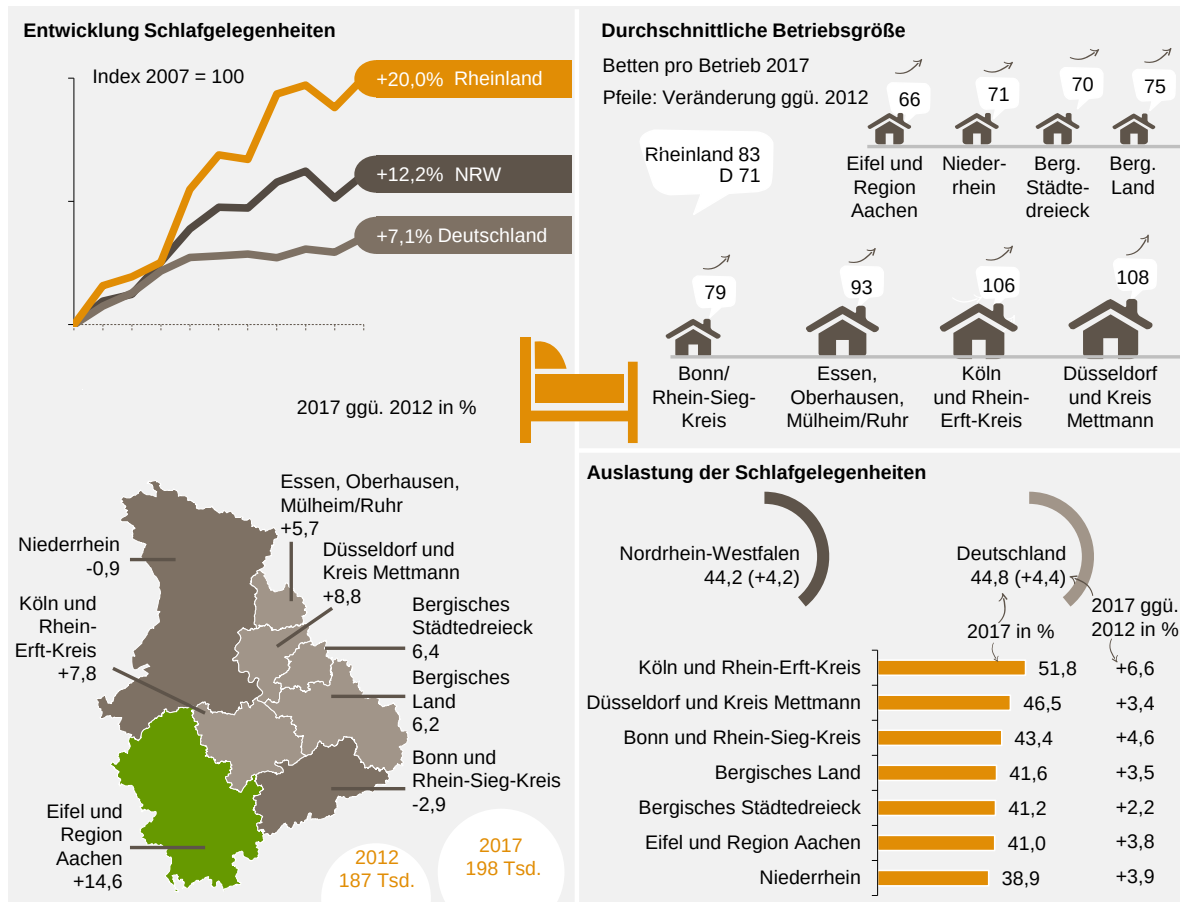
3 Touristisches Angebot

Nach dem teils starken Ausbau der Beherbergungskapazitäten, der darauffolgenden Trendwende 2015 und den Rückgängen 2016 ist 2017 wieder eine dynamische Entwicklung zu erkennen: Die Statistik wies 2017 über 4.000 zusätzliche Schlafgelegenheiten mehr als im Vorjahr aus.

>> Anhang 24

Die Betrachtung im Detail macht deutlich:

- In den letzten fünf Jahren nahm die Zahl der Betriebe in allen Reisegebieten ab, außer in der Eifel und der Region Aachen. Gleichzeitig wurden in allen Regionen die Schlafgelegenheiten ausgebaut; lediglich Bonn und Rhein-Sieg-Kreis sowie Niederrhein reduzierten ihre Kapazitäten. Die Region um Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr wird als Standort für Hotelentwickler attraktiver, worauf weitere Hotelprojekte und Anfragen von Investoren hindeuten. Insgesamt setzte sich somit auch 2017 der Trend zu größeren Betrieben fort. Das bedeutet in den meisten Fällen mehr Wettbewerbsfähigkeit und Schlagkraft für die „Großen“, stellt aber gleichzeitig kleinere und mittlere Betriebe sowie den Erhalt der Angebote in der Fläche, beispielsweise entlang von Rad- und Wanderwegen, vor zunehmende Herausforderungen.
- Die städtischen Regionen bauten mittelfristig ihre Kapazitäten weiter aus. Bei der Betriebsgröße stechen insbesondere die Regionen Düsseldorf und Kreis Mettmann sowie Köln und Rhein-Erft-Kreis mit über 100 Schlafgelegenheiten pro Betrieb hervor, nicht zuletzt bedingt durch die Präsenz zahlreicher größerer Hotelketten. Damit liegen sie deutlich über dem Wert des Rheinlands (83 Betten pro Betrieb) und dem von Nordrhein-Westfalen insgesamt (74 Betten pro Betrieb). Die kleineren und mittelgroßen Betriebe finden sich erwartungsgemäß in den eher ländlich strukturierten Gebieten wie der Eifel und Region Aachen, dem Niederrhein, aber auch im Bergischen Städtedreieck. >>Anhang 8 und Anhang 9

Abb. 5: Touristisches Angebot im Rheinland¹²


Quelle: dwif 2018, Daten Statistisches Bundesamt, IT.NRW sowie eigene Berechnungen; Keine aggregierten Auslastungsdaten für Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr verfügbar

- Alle Regionen befanden sich 2017 bei der Auslastung der Schlafgelegenheiten auf einem guten Niveau. Die Auslastung reichte vom geringsten Wert am Niederrhein (38,9 %) bis zum höchsten im Reisegebiet Köln und Rhein-Erft-Kreis (51,8 %). Außer im Bergischen Städtedreieck stieg sie überall kurzfristig an, mittelfristig sogar in sämtlichen Regionen, darunter am stärksten in den städtischen Regionen um Köln, Düsseldorf und Bonn. >> Abb. 5
- Das Auslastungsniveau der drei Städte Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr weist eine große Spannweite auf und ist vor allem auf die differenzierte Angebotsstruktur innerhalb der Städte zurückzuführen. Mülheim an der Ruhr erreichte 2017 32,4 %, Essen lag mit 42,6 % im Mittelfeld, Oberhausen erreichte sogar 55,0 % und übertraf damit den Durchschnittswert von Nordrhein-Westfalen (44,2 %). >> Anhang 9

¹² Die Indikatoren „Zahl der Betriebe“ und „Zahl der Schlafgelegenheiten“ umfassen jeweils den Gesamtmarkt der in der amtlichen Tourismusstatistik erfassten Betriebstypen einschließlich der Campingplätze. Diese Daten werden zu einem bestimmten Zeitpunkt erfasst, in diesem Fall immer im Juli eines Jahres, da es ansonsten, insbesondere durch die Campingplätze (Winterschließungen), zu Verzerrungen käme (einzige Ausnahme bilden die Städte, in denen der Campingfaktor nur eine untergeordnete Rolle spielt). Dadurch ist eine durchgängige Vergleichbarkeit sowohl innerhalb der Zeitreihen als auch zwischen den Regionen im Rheinland und darüber hinaus gewährleistet. Andere Daten wie die Zahl der Übernachtungen und die durchschnittliche Auslastung hingegen beziehen sich auf den gesamten Zeitraum eines Jahres. Dieses Prinzip zieht sich durch den kompletten Jahresbericht einschließlich der Datenanhänge.

Exkurs: Qualität im touristischen Angebot

Im zunehmenden Wettbewerb der Destinationen und angesichts der Fülle an Vergleichsmöglichkeiten für Gäste ist Qualität der Schlüssel zum Erfolg. Gästewünsche sollten möglichst optimal erfüllt werden, denn damit schafft man sich auf lange Sicht Stammkunden, gute Weiterempfehlungsraten und die Basis für eine stabile Nachfrage. Aber Qualität ist kein Selbstläufer. Vielmehr bedarf es eines Managements der Prozesse, um die notwendige Professionalisierung der überwiegend mittelständisch geprägten Anbieter voranzutreiben und sie fit für den Wettbewerb zu machen. Es stellt sich die Frage, wie Gäste Qualität wahrnehmen, bewerten und kommunizieren, wie die Betriebe in der Destination mit dem Thema umgehen und vor welchen Aufgaben und Herausforderungen sie stehen.

Gäste können auf vielfältige Weise ihre Zufriedenheit oder eben auch Unzufriedenheit äußern. Zunehmend werden Bewertungs- und Vergleichsportale wie HolidayCheck, TripAdvisor & Co. dafür genutzt. Sie bieten einen tagesaktuellen Einblick in die Sicht der Gäste mit Fokus auf dem Beherbergungsgewerbe und dienen Reisenden als Orientierungshilfe. Inzwischen spielen sie auch eine herausragende Rolle bei der Reiseentscheidung. So erfasst beispielsweise der TrustScore¹³ die Gästezufriedenheit in den Bewertungsportalen für Beherbergungsbetriebe auf einen Blick. Darüber hinaus stehen (bundesweite) Klassifizierungen, Zertifizierungen, Themenlabels und Initiativen für Qualität und Transparenz auf der Angebotsseite. Problematisch ist, dass viele dieser Maßnahmen und Ansätze in den letzten Jahren mit rückläufigen Teilnehmerzahlen kämpfen. Das liegt vor allem daran, dass Betriebe häufig nicht erkennen, welchen Nutzen diese Maßnahmen für sie haben.

¹³ Die Metasuchmaschine TrustYou wertet alle Beurteilungen von Nutzern zu Unterkünften in Deutschland auf den relevanten Online-Portalen aus. Mittels statistischer Verfahren ergibt sich der TrustScore als Zusammenfassung aller Bewertungen. Er zeigt die Online-Reputation von Unterkünften auf einer Skala von 0 (negativste Ausprägung) bis 100 Punkten (positivste Ausprägung). Damit wird auf einen Blick die Gesamtbewertung eines Betriebes klar.

Qualität im Rheinland – ein kurzer Blick auf den Status quo

Ein Blick auf die Teilnahme von Betrieben im Rheinland an Klassifizierungen, Labels und Initiativen signalisiert, dass zwar an vielen Stellen schon aktiv am Qualitätsausbau gearbeitet wird, teilweise aber noch Optimierungspotenzial besteht. Folgende Erkenntnisse sind festzuhalten:

- Die Beteiligung an der DEHOGA-Klassifizierung im Rheinland ist – entgegen dem bundesweit zu beobachtenden Abwärtstrend – positiv. Von den insgesamt 643 Hotels ist der überwiegende Anteil mit 3 bis 4 Sternen klassifiziert (Anteil an allen Hotels: 88,9 %) ¹⁴ und das bei konstanter Zunahme in den letzten Jahren. Leichte Schwankungen bzw. Rückgänge insgesamt gab es nur im 2- und im 5-Sterne-Segment. In allen Reisegebieten des Rheinlands ging die Zahl der teilnehmenden Betriebe an der Beherbergungskategorie nach oben. Mit einem Anteil der klassifizierten Betriebe an allen Betrieben von 52,7 % bzw. 51,7 % stechen besonders die Regionen Düsseldorf und Kreis Mettmann sowie Bonn und Rhein-Sieg-Kreis hervor.
- Bei der Initiative ServiceQualität Deutschland folgt das Rheinland dem Bundestrend. Mittelfristig ist hier der Anteil der Betriebe an diesem Qualitätsmanagementansatz rückläufig (-29,7 %). Die meisten ServiceQ-Betriebe weist im Rheinland das Reisegebiet Eifel und Region Aachen aus. Angesichts dieser negativen Entwicklung wird es in Zukunft verstärkt darum gehen müssen, die Innenwirkung dieses Instruments noch klarer als bisher zu kommunizieren. Außerdem wurde das System im Mai 2018 völlig überarbeitet, um es für die Betriebe flexibler zu machen.
- Die verschiedenen Themenlabel haben sich sehr ambivalent entwickelt: „Bett+Bike“ hat bundesweit seit 2016 leichte Teilnehmerrückgänge, im gesamten Rheinland blieb die Teilnehmerzahl aber bis auf wenige „Ausreißer“ mittelfristig konstant. Die Beteiligung am Themenlabel für betriebliche Qualität im Wandertourismus „Wanderbares Deutschland“ ist im Rheinland zwischen 2013 und 2018 um rund 13 % gestiegen und folgt damit dem landesweiten Trend. Das vergleichsweise junge Label für barrierefreien Tourismus „Reisen für Alle“ erlebte im Rheinland ein starkes Wachstum: Mittlerweile sind 54 Betriebe dabei, vor allem am Niederrhein, in der Eifel und Region Aachen sowie in Köln und Rhein-Erft-Kreis.

¹⁴ Anzahl 3-Sterne-Hotels: 335, 4-Sterne-Hotels: 235, 2-Sterne-Hotels: 53, 1-Sterne-Hotels: 12, 5-Sterne-Hotels: 6

Ein Blick in die Zukunft der Qualitätsinitiativen

Qualitätsinitiativen müssen weiterentwickelt und professionalisiert werden, um den (potenziell) teilnehmenden Betrieben ebenso wie den Gästen einen klar erkennbaren Nutzen aufzuzeigen. Dies bezieht sich sowohl auf stärker außenorientierte Initiativen wie Klassifizierungen und Themenlabel als auch auf solche, die eher nach innen gerichtet sind (ServiceQualität Deutschland). Nutzen und Mehrwerte deutlich herausstellen und den Betrieben aufzeigen, was gute Qualität ausmacht, sie unterstützen, Qualitätsprozesse in Gang setzen, gegebenenfalls auch nach mehreren Jahren der Teilnahme wieder neue Impulse geben, mehr Pragmatismus und weniger Bürokratie in der Umsetzung und immer den Gast im Blick haben – das sind die Herausforderungen für die Qualitätsinitiativen.

Initiativen, die vorrangig nach außen wirken (z. B. Klassifizierungen, Themenlabel), müssen vor allem

- eine hohe Bekanntheit beim Gast nachweisen können,
- dem Gast ein Qualitätsversprechen geben,
- eine objektive und unabhängige Prüfung gewährleisten,
- über eine ausdifferenzierte Marketing- und Kooperationsstrategie verfügen sowie
- klare Anforderungen an Mitgliedsbetriebe formulieren.

Initiativen, die vorrangig nach innen wirken (z. B. ServiceQualität Deutschland), müssen vor allem

- individuell und flexibel auf die Bedürfnisse der Betriebe eingehen können,
- Wissen und Prozess-Know-how vermitteln,
- von den Betrieben selbst in Gang gehalten und gelebt werden,
- Coaching und Beratung einen höheren Stellenwert einräumen sowie
- bestenfalls auch Spaß bei der Umsetzung machen.

4 Betriebstypen im Vergleich¹⁵

Hotelmarkt weiterhin auf Wachstumskurs

Der Hotelmarkt ist und bleibt mit einem Anteil der Schlafgelegenheiten von 45,3 % an allen Betriebstypen der wichtigste Betriebstyp im Rheinland und folgt damit dem deutschlandweiten Trend. In den vergangenen fünf Jahren wurden bei gleichzeitiger Steigerung der Nachfrage weitere Kapazitäten geschaffen (+5,8 %). Beispiele hierfür sind das Hampton by Hilton, das 2017 in Aachen seine Pforten öffnete; und in Essen ging im November 2017 das niu cobbles, ein Hotel der Lifestylemarke niu, an den Start.

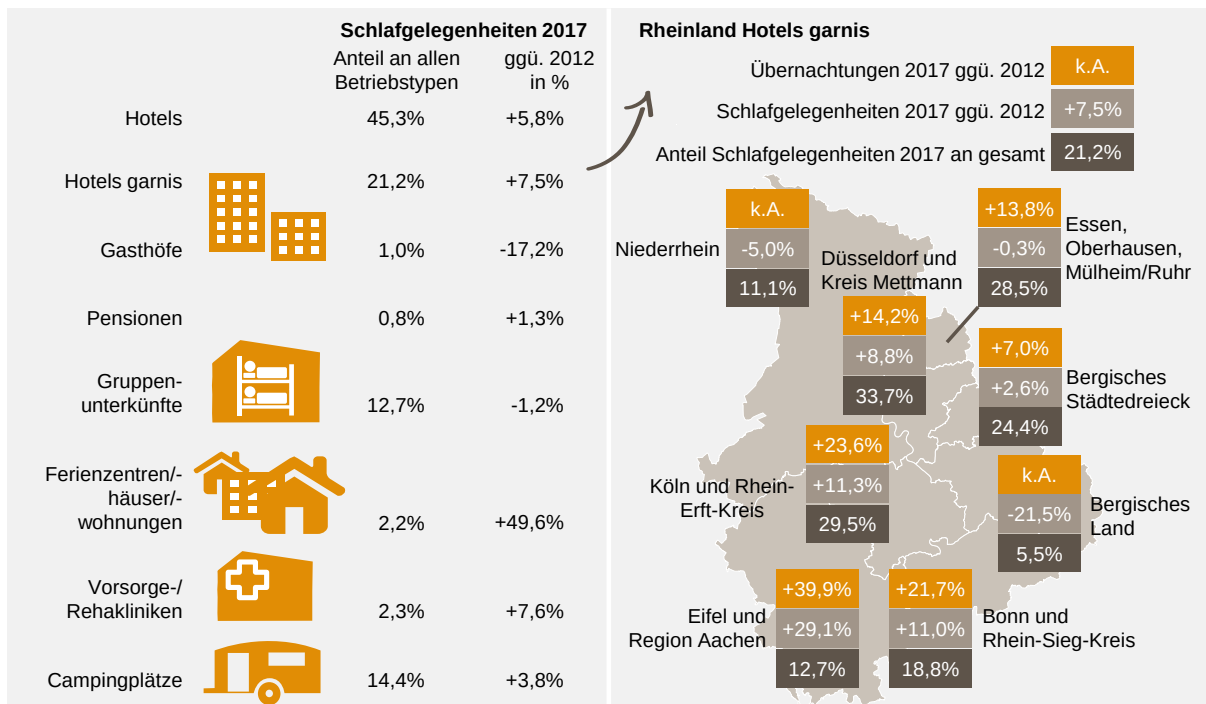
Die Hotels garnis befinden sich weiter auf Expansionskurs, nicht nur deutschlandweit, sondern auch im Rheinland. Dort wurden die Schlafgelegenheiten in diesem Segment zwischen 2012 und 2017 um 5,8 % erweitert. Mit einem Marktanteil von nunmehr 21,2 % stehen die Hotels garnis an zweiter Position im Rheinland – damit ist der Anteil dieses Betriebstyps größer als in Deutschland insgesamt (fast 15 %).

Spitzenreiter in der Bereitstellung weiterer Kapazitäten sind die Reisegebiete Eifel und Region Aachen, Köln und Rhein-Erft-Kreis (hier konkret die Stadt Köln) sowie Bonn und Rhein-Sieg-Kreis, allesamt mit Zuwächsen im zweistelligen Bereich. Es gibt aber auch Rückgänge zu vermelden. So wurden im Bergischen Land Schlafgelegenheiten in klassischen Hotels garnis abgebaut. Dieser Betriebstyp hat dort verglichen mit allen anderen Regionen den geringsten Marktanteil. >> Abb. 6

Gasthöfe und Pensionen: Weiterhin im Abseits

Gasthöfe und Pensionen sind im Rheinland mit einem Marktanteil von 1 % bzw. 0,8 % deutlich unterrepräsentiert; an dieser Entwicklung hat sich auch 2017 nichts verändert. Die Wettbewerbssituation ist deutschlandweit schwierig. Für die Gasthöfe hat sich die Situation mit einer Verringerung der Schlafgelegenheiten um 17,2 % in den letzten fünf Jahren abermals verschärft. Bei den Pensionen hingegen ist eine leichte Erholung zu spüren, denn auf den mittelfristigen Abbau von Kapazitäten folgte eine leichte Ausweitung. Doch gerade in den Flächendestinationen entlang touristischer Wegeinfrastruktur könnten diese Betriebstypen bei einer entsprechenden Zielgruppenausrichtung punkten. Noch allerdings kommt die Nachfolgeproblematik hier erschwerend hinzu.

¹⁵ Die Daten nach Betriebstypen werden ohne die Städte Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr ausgewertet, da auf Gemeindeebene nach Betriebstypen nicht alle Daten veröffentlicht werden (Geheimhaltung).

Abb. 6: Betriebstypen

Quelle: dwif 2018, Daten IT.NRW sowie eigene Berechnungen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres)

Gruppenunterkünfte: Kaum Veränderungen sichtbar

Gruppenunterkünfte umfassen Jugendherbergen und Hütten ebenso wie Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime. Mit einem Marktanteil an allen Betriebstypen von 12,7 % im Jahr 2017 entspricht der Wert exakt dem des Vorjahres. Nach wie vor sind die Zahlen schwierig zu interpretieren, und es ist fraglich, ob sie die tatsächliche Entwicklung abbilden. In vielen Orten und Regionen wurden Gruppenunterkünfte in den vergangenen Jahren nicht touristisch, sondern als Flüchtlingsunterkünfte genutzt.

Ferienwohnungsmarkt: Nach wie vor im Aufwärtstrend

Der Ferienwohnungsmarkt mit Ferienzentren, Ferienhäusern und -wohnungen entwickelt sich positiv. Zwischen 2012 und 2017 fand ein Kapazitätsausbau statt. In keinem anderen Segment gab es in dieser Zeit eine derart starke Ausweitung der Schlafgelegenheiten (+49,6 %), allerdings ausgehend von einem niedrigen Niveau. Schwerpunkt beim Ausbau der Kapazitäten war das Reisegebiet Eifel und Region Aachen. Dort befinden sich zahlreiche Betriebe dieses Typus, unter anderem Landal Eifel Tor in der Stadt Heimbach („Nationalparktor“) mit 95 Ferienhäusern und 74 Ferienwohnungen sowie der Roompot Eifelpark Kronenburger See, ein Familienpark in Kronenburg in der Nordeifel mit Gruppenhaus, Bungalows und Wellness-Villen.¹⁶ Während in den ländlichen Regionen noch überwiegend der gewerbliche Ferienwohnungsmarkt dominiert, ist in den Städten das Thema Sharing Economy in aller Munde. Die Angebote über Plattformen wie Airbnb haben

¹⁶ www.landal.de, www.eifelpark-eks.de

sich in den letzten Jahren vervielfacht. Längst werden hierüber allerdings nicht mehr nur private Unterkünfte vermittelt. Immer mehr klassische Betriebe entdecken diesen Vertriebskanal für sich. Zweckentfremdung, Wettbewerbsverzerrung, Steuerungsmöglichkeiten und Co. werden mit dem Thema Sharing verbunden, aber auch die Gästewünsche nach Individualität und einem Eintauchen in die Erlebniswelt der Einheimischen dürfen nicht unterschätzt werden.

Vorsorge- und Rehakliniken: Schwacher Anteil, aber Erweiterungen

Mit einem Anteil von 2,3 % hat der Klinikmarkt im Rheinland, ähnlich wie Gasthöfe und Pensionen, einen vergleichsweise geringen Anteil an allen Betriebstypen. Während im Zeitraum 2011 bis 2016 sogar zweistellige Kapazitätserweiterungen stattfanden, bewegt sich die Erweiterung der Klinikbetten nun im einstelligen Bereich (+7,6 %). >> Abb. 6

Die Vorsorge- und Rehakliniken konzentrieren sich in erster Linie auf die Flächendestinationen Eifel und Region Aachen, Niederrhein und Bergisches Land. Generell spielen sie im Vergleich zu anderen Regionen in Nordrhein-Westfalen wie Sauerland und Teutoburger Wald eine weniger wichtige Rolle. In den größeren Städten des Rheinlands wiederum werden seit einiger Zeit die Marketingaktivitäten rund um das Thema Gesundheits- und Medizintourismus intensiviert. Gesundheit wird auch auf Landesebene explizit thematisiert und mit entsprechenden Angeboten in den einzelnen Regionen unterlegt.

Glamping am Niederrhein: Wikingerfass am Wisseler See in Kalkar

Der Campingplatz Wikingerfass am Freizeitpark Wisseler See in Kalkar liegt im Reisegebiet Niederrhein. Er bietet 4-Sterne-Komfort zum günstigen Preis in glamourösen Campingeinheiten, die Campingcharakter und Luxus in einem versprechen. Im Feriendorf Vogelnest stehen hochwertig ausgestattete „Vogel-nester“ (Chalets) für zwei bis sechs Personen zur Verfügung. Ebenso gibt es Zwei-Personen-Chalets, in denen man wie in einem Hotelzimmer untergebracht ist, mit kleiner Küche, eigenem Bad und einem Wurfzelt für die Kinder. Bei schlechtem Wetter steht im Chalet eine Schlafempore für die Kinder bereit. Möchte man es gemütlich mit Campingcharakter, aber dennoch mit einem festen Dach über dem Kopf, ist man im „Wikingerdorf“ gut aufgehoben. Hier befinden sich als Übernachtungsmöglichkeiten Wikingerfässer und ein Cottage. Diese Unterkünfte eignen sich insbesondere für längere Radtouren mit Zwischenstationen, bei denen der Gast kein eigenes Zelt aufbauen möchte.¹⁷

Camping: Innovativ und immer beliebter

In den vergangenen Jahren hat der Campingtourismus eine Trendwende erlebt. Innovative Schlafmöglichkeiten, außergewöhnliche Locations, qualitativ hochwertige Plätze und ein geschärftes Profil geben ihm ein völlig neues Antlitz und führen zu wachsendem Interesse an dieser Übernachtungsform. Die Palette der Schlafmöglichkeiten ist breit gefächert: von ursprünglich, naturbezogenen bis hin zu luxuriös und extravagant oder eben alles zusammen. Für die Gäste bleiben kaum noch Wünsche offen, und der Unterschied zu den Annehmlichkeiten eines Hotels ver-

¹⁷ www.wisseler-see.de

schwimmt zusehends. Der Markt reagiert mit einem weiteren Kapazitätsausbau. Im Rheinland fand mittelfristig eine Angebotserweiterung um 3,8 % in diesem Segment statt. 2017 stand Camping nunmehr an dritter Stelle beim Marktanteil an allen Betriebstypen des Rheinlands. Das Angebot konzentriert sich auch hier vor allem auf die Reisegebiete Eifel und Region Aachen sowie Niederrhein.

5 Destinationstypen im Vergleich

Seit vielen Jahren ist der Städtetourismus das Zugpferd im Deutschland-Tourismus. Nachdem die Städte 2016 im Vergleich zu den Küsten und den Seenregionen kurzfristig das Nachsehen hatten und damit weder im Rheinland noch deutschlandweit als Gewinner aus dem Destinationsranking hervorgingen, sind sie nun wieder im Kommen: Mit Zuwachsraten von +4,0 % deutschlandweit und +4,6 % im Rheinland knüpfen sie an ihre Erfolge an.

Städte: Treiber für den Rheinland-Tourismus

Insgesamt 36 touristisch relevante Städte gibt es im Rheinland.¹⁸ Diese erzielten 2017 ein Übernachtungsvolumen von 22,3 Millionen, was 78,4 % aller Übernachtungen im Rheinland entspricht. Im Vorjahresvergleich erreichten sie in Summe ein leicht höheres Entwicklungsniveau als das Rheinland insgesamt. Mittelfristig betrachtet waren die Städte treibende Kraft für die Nachfrage. Zwischen 2012 und 2017 konnten sie mit Zuwächsen von 17,4 % ihre Position auf Platz 1 im Destinationsranking festigen, allerdings liegen sie bei den Zuwachsraten nur noch knapp vor den rheinländischen Mittelgebirgsregionen (+16,7 %). >> Abb. 7, Anhang 8, Anhang 9

Umso wichtiger scheint es, sich nicht auf dem Erreichten auszuruhen, sondern proaktiv und mit der notwendigen Portion Kreativität innovative Produktentwicklung zu betreiben, Wachstumspotenziale auszumachen sowie mit Markenbildungsprozessen und Imageförderung an den Stellschrauben für eine positive Entwicklung zu drehen. Außerdem ist es wichtig – das zeigen nicht zuletzt etablierte und erfolgreiche Städtekooperationen in Deutschland¹⁹ – gemeinsam auf den Markt zu treten und die entstehenden Synergien sinnvoll zu nutzen. Das gilt insbesondere für Klein- und Mittelstädte.

Im Detail zeigen sich folgende Entwicklungen: >> Anhang 8, Anhang 9

- Auf die beiden größten Städte Nordrhein-Westfalens, Köln und Düsseldorf, entfiel die Hälfte aller Übernachtungen in den Städten des Rheinlands. Sie sind bedeutende Standorte für den Geschäftstourismus im Land. Zu dieser Konzentration tragen nicht zuletzt die beiden internationalen Flughäfen Köln/Bonn und Düsseldorf mit rund 12 beziehungsweise 24 Millionen Fluggästen im Jahr 2017 bei.²⁰ Die 15 anderen Großstädte²¹ vereinten rund 34 % der Über-

¹⁸ Kriterium: ≥ 25 Tausend Einwohner und ≥ 100 Tausend Übernachtungen im Jahr

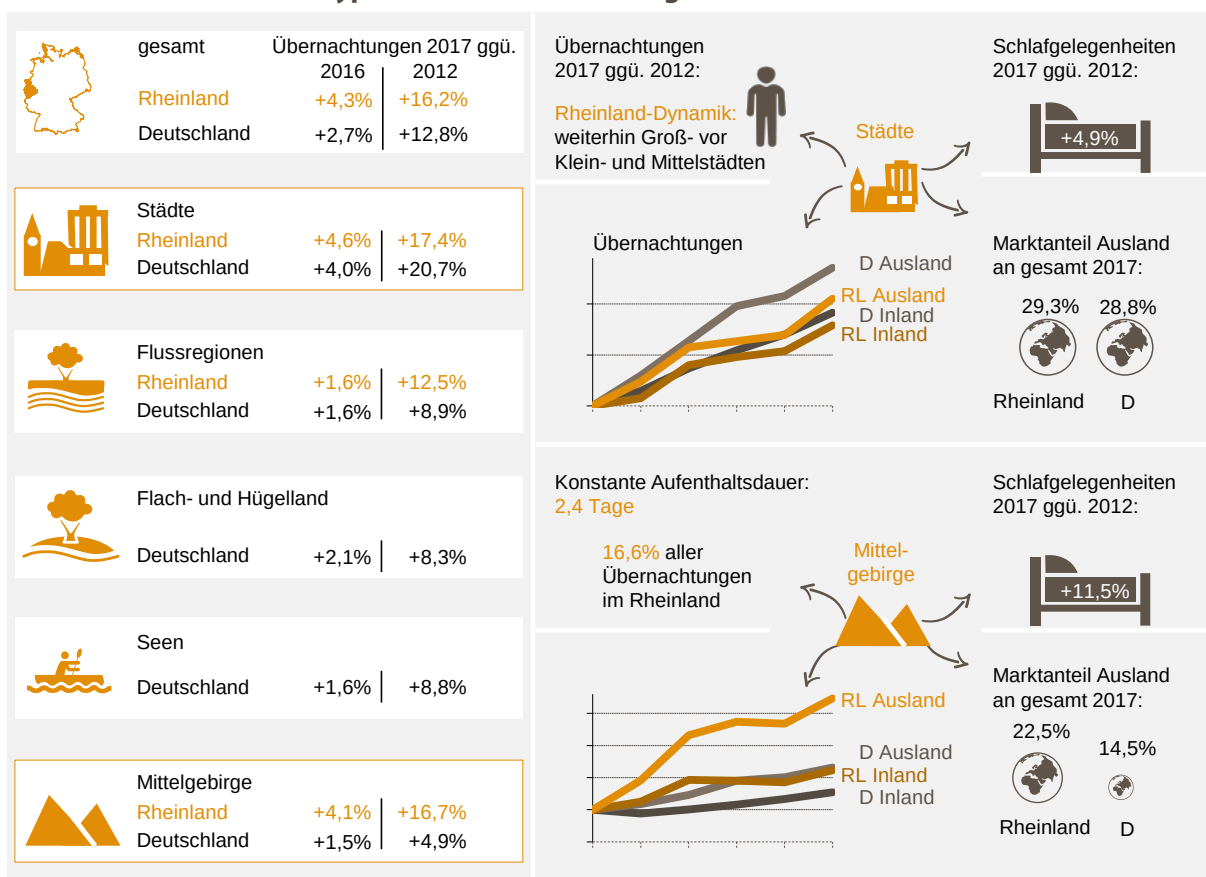
¹⁹ Beispiele für eine Städtekooperationen sind die Magic Cities "Magic Cities" mit insgesamt zehn Metropolen – u.a. Düsseldorf und Köln (www.germany.travel/de/microsite/magic-cities/magic-cities.html) oder „aboutcities“, ein Zusammenschluss von 17 Städten in Niedersachsen (<https://aboutcities.de>).

²⁰ www.dus.com, www.koeln-bonn-airport.de (Zahlen für Düsseldorf von 2017, für Köln von 2016)

nachtungsnachfrage auf sich. Die übrigen 16 % Marktanteil teilten die 19 kleinen und mittelgroßen Städte des Rheinlands unter sich auf.

- Die Städte im Rheinland zeigten im Vergleich zu den bundesweiten Übernachtungszahlen eine geringere Dynamik. Auffällig war zudem die wieder nur schwach ausgeprägte Nachfrage aus dem Ausland. Bei der Bearbeitung internationaler Märkte besteht noch deutliches Potenzial.
- Mittelfristig schnitten die Großstädte bei Angebot (+6,5 %) und Nachfrage (+18,6 %) besser ab als die Mittel- und Kleinstädte (-2,7 bzw. +11,8 %) und entwickelten sich dynamischer. Ein ähnliches Bild zeigt die Kurzfristbetrachtung von 2016 auf 2017: Die größeren Metropolen legten nach einem etwas schwächeren Vorjahr wieder deutlicher zu (+5,2 %), die Übernachtungszahlen der Klein- und Mittelstädte stiegen um 3,3 %.
- Die Saisonalität der Städte ist generell schwach ausgeprägt und sichert eine ganzjährig stabile Nachfrage. Garanten hierfür sind die zahlreichen Messen, Events und Veranstaltungen, die über das Jahr verteilt im Rheinland stattfinden.

Abb. 7: Destinationstypen im Wettbewerbsvergleich



Quelle: dwif 2018, Daten Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter, eigene Berechnungen (Schlafgelegenheiten inkl. Camping und im Juli eines Jahres)

- Die Übernachtungsintensität²² ist ein Indikator für die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus und die touristische Attraktivität eines Standortes. Die städtischen Regionen um Köln und Düsseldorf weisen mit annähernd 5.000 Übernachtungen pro 1.000 Einwohner und Jahr die höchste Übernachtungsintensität im Rheinland auf.²³ In Zeiten der Diskussionen rund um Overtourism und Akzeptanz und einer damit verbundenen möglichen (subjektiven) lokalen oder temporären Belastung für die Bevölkerung ist es jedoch auch von Bedeutung, die touristische Intensität aus einer anderen Perspektive zu betrachten.

Mittelgebirge: auf neuen Wegen zum Erfolg

Über Jahre hinweg hatten die klassischen Mittelgebirgsregionen mit einem verstaubten Image, Investitionsstau und einer entsprechend veralteten Infrastruktur zu kämpfen. Rückläufige Übernachtungszahlen und Stagnation waren die Konsequenz. Mittlerweile wurde eine Trendumkehr eingeleitet. Bewegung ist in den Markt gekommen, die touristischen Entscheidungs- und Leistungsträger zahlreicher deutscher Mittelgebirgsdestinationen haben die Zeichen der Zeit erkannt und sich den neuen Herausforderungen gestellt. Markenbildungsprozesse, die Image und Bekanntheit schärfen, wurden (und werden) angeschoben, Themen werden stärker fokussiert, Zielgruppen neu definiert und das Angebotsportfolio adäquat angepasst. Die Aktivitäten scheinen sich zu lohnen, denn die Mittelgebirgsregionen sind wieder angesagt.

- Nach mehreren Jahren Stagnation und einem Nachfrageeinbruch 2013 entwickeln sich die Mittelgebirge in Deutschland, Nordrhein-Westfalen und im Rheinland wieder positiv. Die Übernachtungszahlen stiegen mittelfristig um 16,7 % (Hinweis: Kapazitätsausbau im Rheinland). In der Kurzfristbetrachtung erhöhte sich das Nachfragevolumen um +4,1 %. Damit nehmen die Mittelgebirge gleich hinter den Städten den zweiten Rang ein.
- Insbesondere die Eifel und die Region Aachen hatten mit fast 600.000 zusätzlichen Übernachtungen seit 2012 und der zweithöchsten relativen Dynamik aller Mittelgebirge die größten Erfolge zu verbuchen (siehe Nachfrage- und Angebotsentwicklung im Rheinland).
- Positiv zu bemerken ist, dass der Auslandstourismus weiterhin im Aufwind ist: Bei Gästen aus dem Ausland erfreuen sich die deutschen Mittelgebirge wachsender Beliebtheit. In der Eifel und Region Aachen sind es vor allem die zahlreichen niederländischen Gäste, die diesen Trend befördern. Treiber sind hier die Feriencentren und damit Investitionen in großem Maßstab.

²² Übernachtungen je 1.000 Einwohner und Jahr

²³ Zum Vergleich: Rheinland plus Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr: rund 2968 Übernachtungen pro 1000 Einwohner und Jahr; touristische Top-Destinationen wie die Ostfriesischen Inseln weisen Werte von bis zu 30.000 Übernachtungen pro 1000 Einwohner aus.

III Wirtschaftliche Lage im Gastgewerbe

1 Konjunktur- und Marktentwicklung

Nordrhein-westfälisches Gastgewerbe profitiert von guter Konjunktur

Die deutsche Wirtschaft bietet weiterhin gute Rahmenbedingungen für das Gastgewerbe, und auch europaweit hat sich die Gesamtsituation im Vergleich zu den Vorjahren deutlich verbessert. Im Euroraum betrug das Wirtschaftswachstum im Jahr 2017 rund 2,3 % und fiel damit stärker aus als in den Jahren davor. Die deutsche Wirtschaft wuchs um 2,2 %, konnte also ebenfalls stärker zulegen als im Vorjahr. Das durchschnittliche Wirtschaftswachstum der letzten fünf Jahre lag in der Eurozone bei 1,5 % jährlich, in Deutschland bei 1,7 %. Von der guten Entwicklung profitiert auch der Arbeitsmarkt: 2017 lag Deutschland mit seiner Arbeitslosenquote von 5,7 % innerhalb des Euroraums auf Platz 2.

Umsätze steigen abermals

Die anhaltend gute konjunkturelle Entwicklung des deutschen Gastgewerbes spiegelt sich in den nominal wie real gestiegenen Umsätzen wider. Diese liegen allerdings nur auf Bundesländerebene vor, so dass hier keine rheinlandspezifischen Aussagen getroffen werden können. Ein Blick auf die nordrhein-westfälischen Werte verdeutlicht die offenbar flächendeckend positive Wirkung des „gefühlten“ guten Geschäftsklimas bei den Gastgewerbebetrieben in Nordrhein-Westfalen:

- Der nominale Umsatz in Nordrhein-Westfalen hat sich in den letzten beiden Jahren weitgehend stabilisiert. Inflationsbereinigt bedeutet dies ein leichtes reales Wachstum von 1,4 % gegenüber dem Vorjahr. Damit lag Nordrhein-Westfalen über dem Bundesdurchschnitt. >> Abb. 8
- Deutschlandweit wachsen sowohl der Beherbergungssektor als auch die Gastronomie mit jeweils einem inflationsbereinigten Plus von 0,9 %. In Nordrhein-Westfalen erreichten die Beherbergungsbetriebe ein überdurchschnittliches reales Umsatzwachstum von 3,1 %. Die nordrhein-westfälischen Gastronomiebetriebe hingegen stagnierten erneut, bewegten sich aber mit einem realen Zuwachs von 0,7 % im Bundesdurchschnitt.

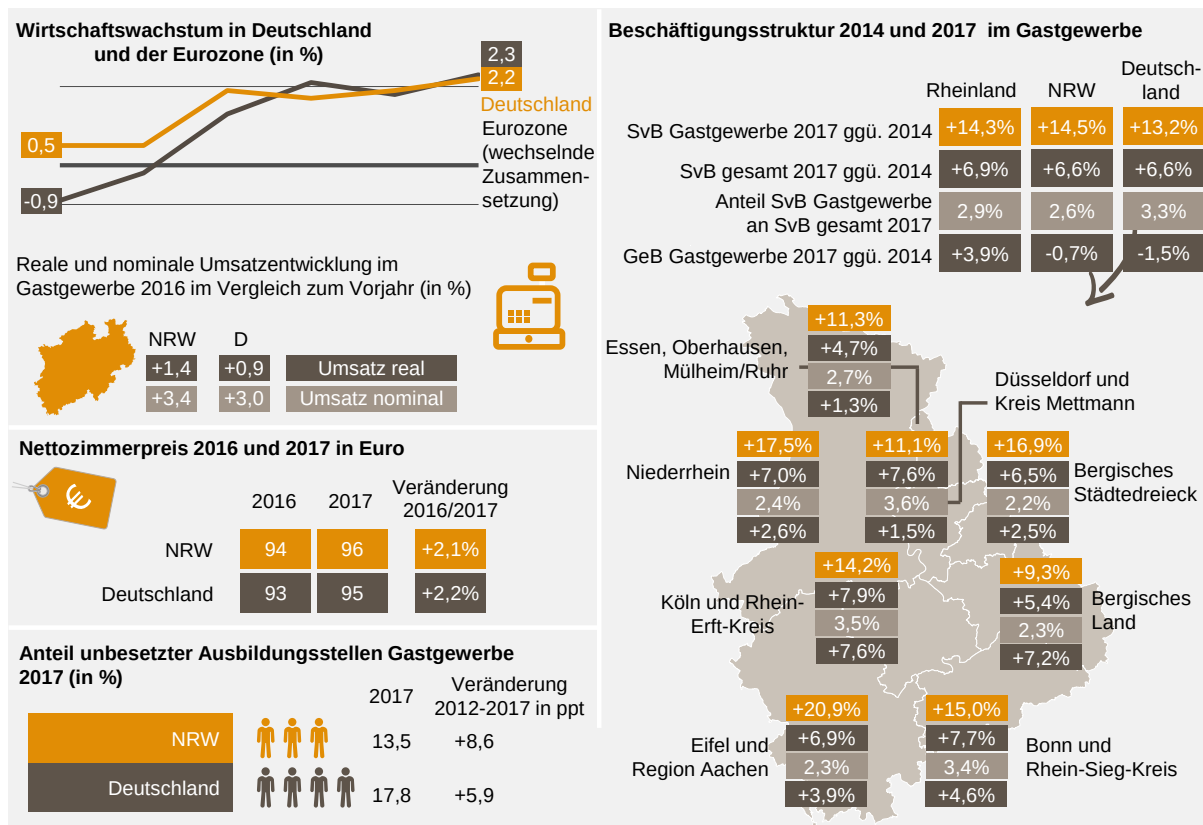
Über die nur stichprobenartig erhobenen und hochgerechneten Daten zur Umsatzentwicklung hinaus wird auch die Umsatzsteuerstatistik betrachtet. Zwar wird diese zeitlich verzögert ausgewertet, bildet dafür aber die tatsächlich angefallenen „besteuerbaren“ Umsätze ab und lässt somit verlässliche Aussagen zu. Folgende Entwicklungen sind daran abzulesen:

- Von 2012 bis 2016 sank die Zahl der steuerpflichtigen Betriebe in Nordrhein-Westfalen um 2,6 %. Somit waren 1.163 Betriebe weniger am Markt. Der durchschnittliche Umsatz je Betrieb stieg jedoch an. Daraus folgt, dass der Trend der vergangenen Jahre sich fortsetzt: Es gibt immer weniger, dafür aber leistungsfähigere Betriebe am Markt.
- Die steuerbaren Umsätze des nordrhein-westfälischen Gastgewerbes stiegen in den letzten fünf Jahren um fast 19 % (von 12,6 Milliarden auf 15,0 Milliarden Euro). Seit 2012 ist der Umsatz jedes Jahr um mindestens 3 % gewachsen. Gleiches gilt für die durchschnittlichen Um-

sätze pro Betrieb: Diese sind seit 2012 um 21,9 % und damit jährlich um mindestens 4 % angestiegen.

- Das durchschnittliche Umsatzwachstum je Betrieb verteilt sich gleichmäßig auf Beherbergung (4,7 %) und Gastronomie (4,9 %). Damit hat sich die ungleiche Wachstumsverteilung der letzten Jahre aufgelöst.

Abb. 8: Wirtschaftliche Entwicklung des Gastgewerbes



Quelle: dwif 2018, Daten Statistisches Bundesamt, Bundesagentur für Arbeit, IHA 2017/2018, EUROSTAT

Höhere Zimmerpreise und gleichbleibende Auslastung

Der Tourismus in Deutschland boomt weiter. Der Beherbergungssektor erlebte das achte Wachstumsjahr in Folge. Mit einem im internationalen Vergleich guten Preis-Leistungs-Verhältnis ist Deutschland bei Urlaubsreisenden ebenso beliebt wie im Geschäfts- und Tagungstourismus. Auch das Rheinland konnte wieder von dem Trend profitieren. Die höheren Umsätze im Gastgewerbe wurden unter anderem durch Preiserhöhungen und verbesserte Auslastung erzielt:

- Die durchschnittlichen Nettozimmerpreise stiegen deutschlandweit um 2,2 % (2017 gegenüber 2016). In Nordrhein-Westfalen bewegt sich der Zuwachs auf dem gleichen Niveau. Mit einem durchschnittlichen Zimmerpreis von 96 Euro liegen die Betriebe in Nordrhein-Westfalen leicht über dem Bundesdurchschnitt (95 Euro). >> Abb. 8
- Die großen Städte sind nach Angaben des Hotelverbandes Deutschland (IHA) im Rheinland eindeutig die Treiber in puncto Preise. Dabei ist Düsseldorf weiterhin sogar bundesweiter Spitzenreiter, auch wenn sich der durchschnittliche Zimmerpreis von 115 Euro (2016) auf

112 Euro im letzten Jahr reduziert hat. In Köln und Bonn gab es einen regelrechten Preissprung von 6 bzw. 8 %. In Köln liegt der Übernachtungspreis nunmehr bei 104 Euro, in Bonn bei 88 Euro je Nacht. Nur in Essen stagnierte der Preis (85 Euro; -1,9 %).

- Die Preise im Beherbergungsgewerbe in Nordrhein-Westfalen zogen an und gleichzeitig konnte auch die Zimmerauslastung 2017 weiter gesteigert werden (+0,7 % gegenüber 2016 auf 69,7 %). Dies wirkt sich positiv auf die betriebswirtschaftliche Situation der Betriebe aus. Deutschlandweit gab es eine ähnlich hohe Steigerung um 0,8 % auf eine durchschnittliche Auslastung von 71,5 %. In den rheinländischen Städten entwickelte sich die Auslastung unterschiedlich: Köln liegt mit 75,2 % über dem Durchschnitt; Düsseldorf (69,4 %), Bonn und Essen (je 65,3 %) hingegen sind weiterhin unterhalb des bundesweiten Schnitts.
- Werden Preis- und Auslastungswerte zusammengelegt, errechnet sich die für die Hotellerie wesentliche Kennzahl RevPAR.²⁴ Diese Profitabilitätskennzahl konnte aufgrund der gestiegenen Preise im nordrhein-westfälischen Beherbergungsgewerbe um 2,9 % gesteigert werden und lag im Jahr 2017 bei 67 Euro Erlös je verfügbares Zimmer. Damit ist das Niveau des deutschlandweiten Werts nahezu erreicht (68 Euro). Spitzenreiter im RevPAR sind häufig die großen Städte. Bemerkenswert ist, dass die Kölner Betriebe bei dieser Kennzahl aufgrund verbesserter Auslastung und höherer Preise zu den Düsseldorfer Betrieben aufschließen konnten. In beiden Städten liegt der RevPAR bei 78 Euro.

Mehr Neugründungen, weniger Insolvenzfälle

Nachdem 2016 die Zahl der eröffneten Insolvenzverfahren in Nordrhein-Westfalen erstmals seit 15 Jahren unter die Grenze von 1.000 Fällen sank, fiel sie im letzten Jahr abermals, und zwar drastisch auf 732 Fälle. Im Vergleich zum Vorjahr (910) wurden 178 Unternehmensinsolvenzen weniger gemeldet. Besonders erfreulich ist der starke Rückgang bei den gastronomischen Betrieben (-177 Insolvenzen). Somit sank der Anteil der Verfahren in der Gastronomie an den Verfahren aller Branchen von 13,4 % (2016) auf 11,8 %. Gerade die mittelständischen Gastronomiebetriebe sind aufgrund ihrer Struktur und vor dem Hintergrund ihrer betriebswirtschaftlichen Kennzahlen besonders insolvenzgefährdet. Immerhin konnte die Zahl der eröffneten Insolvenzverfahren seit 2010 um 54 % gesenkt werden. Trotzdem weist Nordrhein-Westfalen weiterhin den höchsten Anteil an Insolvenzen auf: Bundesweit betrachtet findet gut jede dritte Geschäftsaufgabe in dem bevölkerungsreichsten Bundesland statt.

Sowohl die Zahl der Gewerbeanmeldungen als auch die Zahl der Gewerbeabmeldungen im Gastgewerbe in Nordrhein-Westfalen sank leicht im Vergleich zum Vorjahr. Dabei sind Abmeldungen (11.616 Fälle) jedoch etwas häufiger aufgetreten als Anmeldungen (11.396). Auffällig ist die Verteilung innerhalb des Gastgewerbes: 2015 wurden noch mehr Beherbergungsbetriebe abgemeldet als angemeldet. 2016 kehrte der Trend sich um und hielt auch im vergangenen Jahr an. Insgesamt haben 536 Beherbergungsbetriebe ihr Gewerbe an- und 468 Betriebe ihr Gewerbe abgemeldet. Damit ist das Angebot im nordrhein-westfälischen Beherbergungsgewerbe faktisch gestiegen. In

²⁴ Revenue per available room: durchschnittliche Nettozimmerate pro verfügbares Zimmer (Profitabilitätskennzahl)

der Gastronomie hingegen ist weiterhin eine leichte Marktbereinigungstendenz erkennbar, auch wenn diese seit 2011 stetig rückläufig war. 10.850 Anmeldungen im Jahr 2017 standen knapp 11.150 Abmeldungen gegenüber. Die Gründungsaktivitäten in Nordrhein-Westfalen sind nach wie vor überdurchschnittlich stark. Mit über 8.200 Neugründungen wurde 2017 fast jeder vierte neue Betrieb im deutschen Gastgewerbe in Nordrhein-Westfalen gegründet.

Steigende Beschäftigungszahlen und mehr vollwertige Arbeitsplätze

Im deutschen wie im nordrhein-westfälischen Gastgewerbe ist die Anzahl der gemeldeten Arbeitsstellen in der letzten Dekade konstant gewachsen. In den vergangenen fünf Jahren wurden rund 25.400 (+17 %) sozialversicherungspflichtige Arbeitsstellen in Nordrhein-Westfalen geschaffen. Gleichzeitig schuf die Branche rund 9.650 geringfügige Arbeitsplätze (+7 %). Die Zuwächse sind damit ähnlich stark wie bundesweit. Seit 2012 wurden in Deutschland rund 18 % mehr sozialversicherungspflichtige Arbeitsstellen und 8 % mehr geringfügige Arbeitsplätze im Gastgewerbe geschaffen. Die Gesamtentwicklung auf dem Arbeitsmarkt lässt sich wie folgt zusammenfassen:

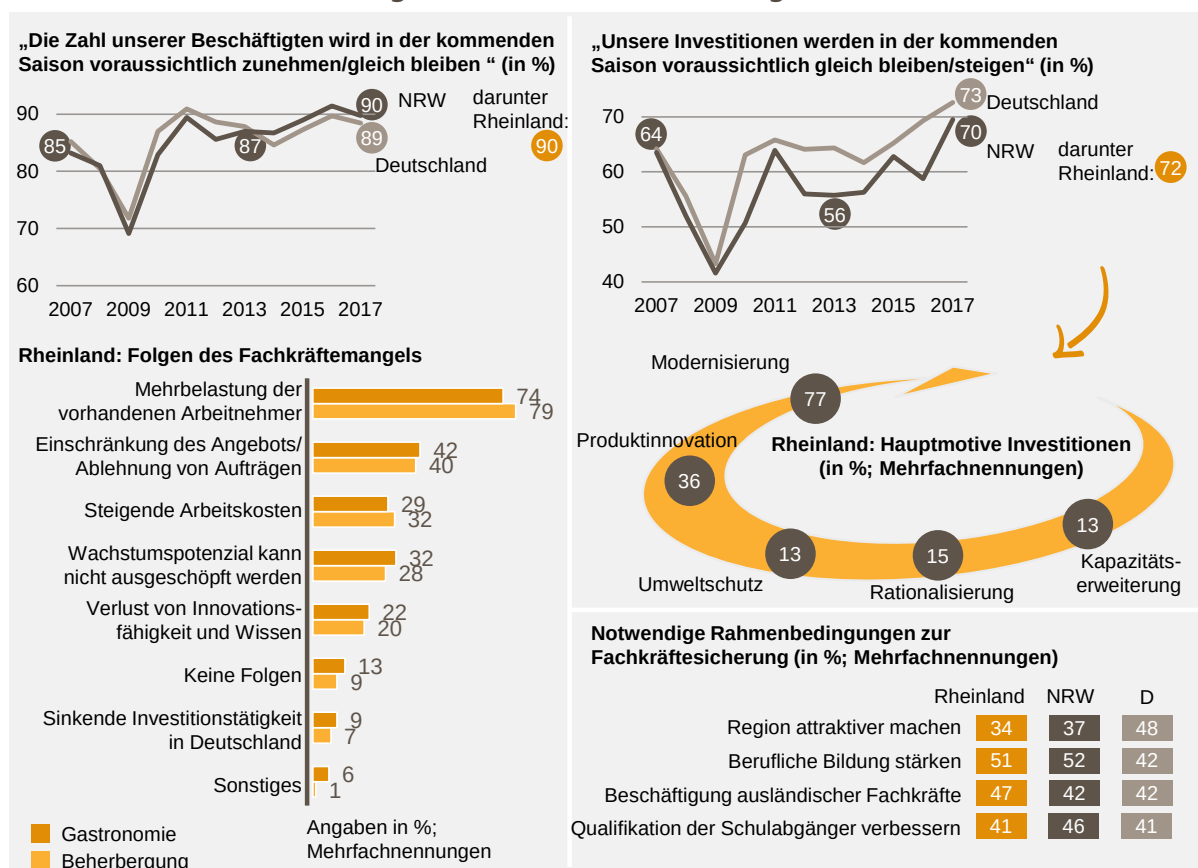
- Das Gastgewerbe ist weiterhin ein Jobmotor. Im Kontext der branchenübergreifend guten Konjunktur ist der Anteil des Gastgewerbes an allen Branchen jedoch stabil geblieben. Im Rheinland beträgt der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Gastgewerbe an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten wie im Vorjahr 2,9 %, in Nordrhein-Westfalen 2,6 % und deutschlandweit 3,3 %.
- Der Mindestlohn hat sich dauerhaft auf die Beschäftigungsstruktur ausgewirkt. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stieg im Vergleich zu den geringfügig Beschäftigten überproportional stark an: 2017 wurden über 3.500 neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsstellen im rheinländischen Gastgewerbe neu besetzt, während die Anzahl der geringfügig Beschäftigten nur um rund 2.400 zunahm. Dieser Entwicklungstrend trägt nicht nur zur Motivation der Mitarbeiter*innen bei, sondern kann sich langfristig auch positiv in den Bemühungen um die Fachkräftegewinnung auswirken. 2017 waren 51 % aller Beschäftigten im rheinländischen Gastgewerbe geringfügig beschäftigt, weniger als in Nordrhein-Westfalen insgesamt. Die hohe Bedeutung von Mini-Jobs im Gastgewerbe zeigt sich beim Vergleich mit der Gesamtwirtschaft: Bezogen auf alle Branchen stellen die geringfügig entlohnt Beschäftigten nur rund 20 %. Gleichzeitig ist jedoch festzuhalten, dass ein höherer Anteil an Mini-Jobs im Gastgewerbe auch notwendig ist, damit sich die Unternehmen mit ihren Kapazitäten flexibel im Sinne der Nachfrage aufstellen können (saisonale, tagesbezogene Nachfragespitzen). Nur durch die Kombination aus sozialversicherungspflichtiger und geringfügig entlohnter Beschäftigung können langfristig der Dienstleistungsumfang und die Dienstleistungsqualität gewährleistet bleiben.
- Die Besetzung offener Ausbildungsstellen bleibt eine große Herausforderung. In Nordrhein-Westfalen lag der Anteil unbesetzter Ausbildungsstellen im Gastgewerbe 2017 bei 13,5 %. Damit fehlte für gut jede siebte Lehrstelle der passende Nachwuchs. Bezogen auf alle Branchen blieb jedoch nur jede 15. Ausbildungsstelle vakant. Hier spiegelt sich erneut wider, wie stark das Gastgewerbe von dem Fachkräfte- und Nachwuchsmangel betroffen ist. Insgesamt

blieben im nordrhein-westfälischen Gastgewerbe im Jahr 2017 über 750 Ausbildungsstellen unbesetzt.

2 Saisonumfrage der IHK²⁵

Die positive Sprache der Kennzahlen spiegelt sich auch in der Stimmung auf dem Markt wider. Bundesweit und in Nordrhein-Westfalen bewerteten jeweils über 90 % der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe die Geschäftslage des vergangenen Jahres als gut bis befriedigend. Im Rheinland liegt der Wert bei 88,5 %. Besonders gut ist die Stimmung in den Kammerbezirken Köln und Bonn. Befragt nach der Entwicklung für die kommende Saison, fiel die Bewertung der zukünftigen Geschäftslage sogar etwas besser aus. Gut 91 % der gastgewerblichen Unternehmen im Rheinland sehen einer stabilen bis steigenden Geschäftslage entgegen. Besonders positiv gestimmt sind die Unternehmen in Essen, Köln und Wuppertal.

Abb. 9: Markteinschätzungen aus der IHK-Saisonumfrage



Quelle: dwif 2018, DIHK/IHK-Initiative Rheinland, *ohne IHK zu Düsseldorf

Fachkräftemangel bedroht Geschäftsentwicklung

Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung des eigenen Unternehmens werden hauptsächlich im Fachkräftemangel sowie in steigenden Arbeitskosten, Energie- und Rohstoffpreisen gesehen. Deutschlandweit befürchten 67 % der gastgewerblichen Unternehmen, ihre freien Stellen nicht

²⁵ ohne IHK zu Düsseldorf

angemessen besetzen zu können, wobei die Gastronomie stärker betroffen ist als das Beherbergungsgewerbe. Auch in Nordrhein-Westfalen (63 %) und im Rheinland (61 %) wird der Mangel an Fachkräften als größtes Risiko betrachtet. 2016 sahen noch 47 % der Unternehmen im deutschen Gastgewerbe sich ändernde politische Rahmenbedingungen als bedeutenden Risikofaktor an. Diese Einschätzung wurde im letzten Jahr deutlich revidiert, denn nur noch knapp 36 % der Unternehmen sehen dadurch mögliche Beeinträchtigungen für ihr Geschäft. Im Rheinland fällt diese Einschätzung ebenfalls optimistischer aus (31 %), auch bedingt durch die starke Binnennachfrage in Nordrhein-Westfalen. Schwankende Nachfragen in Beherbergung und Gastronomie, mögliche Finanzierungsprobleme und Wechselkurse gelten insgesamt als weniger risikobehaftet. >> Abb. 9

Ein Grund für den Fachkräftemangel ist das schlechte Image der Branche insgesamt, wenngleich diese Pauschalaussage natürlich nicht auf die individuelle Situation in alle Betrieben zutrifft. Vergleichsweise viele Überstunden und geringe Löhne sowie mangelnde Perspektiven sorgen langfristig für ein Defizit an qualifizierten Arbeitskräften. Im rheinländischen Beherbergungs- und Gastrogewerbe können jeweils über die Hälfte der Betriebe (55 %) ihre offenen Stellen längerfristig nicht besetzen. Damit ist dieser Wert im Vergleich zum Vorjahr (31 %) deutlich angestiegen. Diese Einschätzung deckt sich weitestgehend mit der Risikoeinschätzung beim Thema Fachkräftemangel im Rheinland. Auch in Nordrhein-Westfalen (52 %) und bundesweit (55 %) gibt jeder zweite Betrieb an, keine passenden Arbeitskräfte zu finden. Und wahrscheinlich wird dies noch nicht die Spitze der Entwicklung sein, denn mit Blick auf die offenen Stellen wird sich der Nachwuchsmangel zukünftig eher noch verschärfen. Die gastronomischen Betriebe sind von dem Fachkräftedefizit etwas stärker betroffen als das Beherbergungsgewerbe. In der Gastronomie werden vor allem Köche und Restaurantfachkräfte gesucht; das Beherbergungsgewerbe sucht vornehmlich nach Rezeptionisten und Reinigungskräften, aber auch nach Service- und Küchenfachkräften.

Stärkere Belastung der Mitarbeiter aufgrund von Besetzungsproblemen

Gefragt nach den direkten Folgen des Fachkräftemangels auf die operative Tätigkeit der gastgewerblichen Unternehmen, gaben drei Viertel der rheinländischen Betriebe an, dass die bereits beschäftigten Mitarbeiter wegen des höheren Arbeitsaufwands überproportional stark belastet werden. Dies befeuert das ohnehin negative Image des Gastgewerbes im Hinblick auf Arbeitszeiten und Arbeitsbelastung. Dagegen bewertet nur ein Drittel der Unternehmen die betriebswirtschaftlichen Aspekte wie geringeres Auftragsvolumen, steigende Arbeitskosten und nicht ausgeschöpftes Wachstumspotenzial als kritische Folgen für ihren Betrieb. Die Antwort auf das Fachkräftedefizit im Gastgewerbe wird eher in überbetrieblichen Maßnahmen gesehen: Nach Meinung der Betriebe müsste die berufliche Bildung gestärkt und die Qualifikation der Schulabgänger verbessert werden. Zudem sollten die Hürden für die Beschäftigung ausländischer Fachkräfte gesenkt werden. >> Abb. 9

Das stärkste Motiv für die Suche nach Fachkräften im Rheinland ist die hohe Fluktuationsrate. Zwei Drittel der Betriebe suchen neue Mitarbeiter als Ersatz für abgewanderte Fachkräfte. Und immerhin

ein Drittel der gastgewerblichen Unternehmen im Rheinland sucht junge Nachwuchskräfte, weil Mitarbeiter altersbedingt ausgeschieden sind. Zunehmende Qualifikationsanforderungen und Expansion sind eher nachrangige Gründe. Im Gastgewerbe wird bereits eine Vielzahl an Maßnahmen ergriffen, um dem Fachkräftedefizit entgegenzusteuern. Imagekampagnen werben für flexible Arbeitszeiten, einen hohen Anteil an Teilzeitstellen sowie eine hohe Übernahme- und Arbeitsplatzgarantie in Gastronomie und Hotellerie. Viel wird aber davon abhängen, ob die Rahmenbedingungen sich verbessern. Dabei kommt der qualitativ hochwertigen Aus- und Weiterbildung eine Schlüsselrolle zu. Auch die „Soft-Faktoren“ wie sozialer Umgang und Anerkennung sind entscheidend für Loyalität und Motivation der Mitarbeiter. Zudem ist es Aufgabe der Betriebe, über die Ausbildung hinaus konkrete Aufstiegs- und Weiterentwicklungsperspektiven zu bieten. Nur wer selbst auch entsprechende Anreize schafft, wird dem Fachkräftemangel erfolgreich begegnen können.

Insgesamt plant die überwiegende Mehrheit (90 %) der rheinländischen Betriebe mit stabilen bis leicht steigenden Beschäftigtenzahlen. Damit deckt sich die Einschätzung mit der Meinung der Betriebe in Nordrhein-Westfalen (90 %) und bundesweit (89 %). Überdurchschnittlich hoch ist die Bereitschaft, weiteres Personal einzustellen, in Köln, Wuppertal, Krefeld und Duisburg. >> Abb. 9

Investitionstätigkeiten mit Fokus auf Modernisierung und Innovation

Entsprechend der guten konjunkturellen Lage ist auch die Investitionsbereitschaft der Betriebe besonders hoch. Bundesweit erreichte die Investitionsbereitschaft zuletzt einen Rekordwert. Fast drei Viertel der Betriebe (73 %) geben an, dass ihre Investitionen in der kommenden Saison gleich hoch oder höher ausfallen werden. Auch im Rheinland wollen 72 % der gastgewerblichen Betriebe gleichbleibende oder mehr betriebliche Investitionen tätigen. Jedoch möchte etwa ein Viertel der Unternehmen – und davon überproportional viele Gastronomiebetriebe – in diesem Jahr gar nicht investieren. Dabei gibt gut ein Viertel der rheinländischen Betriebe die Finanzierung als Risiko an. Hier ist es Aufgabe der Kammern, die Betriebe bei der Planung und Finanzierung von Investitionen zur Instandhaltung und Weiterentwicklung zu unterstützen, denn ausbleibende Investitionen können mittelfristig zu einem Modernisierungstau führen, der selten mit eigenen Mitteln zu bewältigen ist. Und auch bei der strategischen Weiterentwicklung der touristischen Standorte unterstützen die Kammern. So begleiten sie z. B. Unternehmensansiedlungen (Investoren und Politik). >> Abb. 9

Wenn es um die Art der Investitionen geht, geben 77 % der Unternehmen im Rheinland an, ihre Anlagen und Infrastruktureinrichtungen modernisieren zu wollen. Damit liegt der Fokus ähnlich stark auf Modernisierung wie in Nordrhein-Westfalen (78 %) und bundesweit (79 %). Die kontinuierliche Erneuerung und Erweiterung der Infrastruktur ist im Gastgewerbe auch notwendig, um einen Investitionsstau zu verhindern. Mehr als ein Drittel der Betriebe plant zudem konkrete Investitionen in den Erwerb oder die Entwicklung innovativer Produkte. Damit liegt das Gastgewerbe im Rheinland bei der Produktinnovation klar vorn, denn in Nordrhein-Westfalen wollen nur gut 30 %,

bundesweit nur 27 % der Unternehmen ihre Produktentwicklung ausbauen. Die Investitionsfelder Kapazitätserweiterung, Umweltschutz und Rationalisierung liegen im Investitionsranking der rheinländischen Unternehmen ungefähr gleichauf (13 % bis 15 %). Auffällig ist, dass diese Investitionsfelder in Nordrhein-Westfalen und Deutschland insgesamt immer noch einen höheren Stellenwert haben als im Rheinland. So planen beispielsweise 20 % der gastgewerblichen Unternehmen in Deutschland Rationalisierungsinvestitionen und über 17 % zusätzliche Ausgaben für Umweltschutzmaßnahmen.

Anhang

Anhang 1: Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten und auf Campingplätzen 2017

	Beherbergungsbetriebe ≥ 10 Betten			Campingplätze			Beherbergungsbetriebe ≥ 10 Betten und Campingplätze		
	Anzahl (Mio.)	Rang	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Anzahl (Tsd.)	Rang	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Anzahl (Mio.)	Rang	Veränderung ggü. Vorjahr (%)
Baden-Württemberg	48,9	3	1,3	4.011	4	6,4	29,9	2	1,7
Bayern	88,8	1	3,7	5.617	1	7,8	94,4	1	3,7
Berlin	31,0	6	0,3	117	15	-1,6	31,2	6	0,3
Brandenburg	12,0	12	1,8	1.120	9	-0,6	13,1	12	1,6
Bremen	2,4	16	1,5	88	16	13,2	2,4	16	1,9
Hamburg	13,7	11	3,7	140	13	1,7	13,8	11	3,7
Hessen	32,9	5	4,6	1.176	8	4,5	34,1	5	4,6
Meckl.-Vorpommern	25,2	8	-0,6	4.561	2	-7,9	29,8	8	-1,8
Niedersachsen	39,1	4	1,8	4.421	3	0,7	43,5	4	1,7
Nordrhein-Westfalen	49,7	2	3,6	1.833	7	10,3	51,5	3	3,9
Rheinland-Pfalz	19,7	9	1,3	2.551	6	3,5	22,2	9	1,5
Saarland	3,0	15	2,5	129	14	-3,5	3,1	15	2,3
Sachsen	18,8	10	3,9	680	10	9,5	19,5	10	4,1
Sachsen-Anhalt	7,7	14	4,2	409	12	8,2	19,5	14	4,4
Schleswig-Holstein	26,3	7	7,4	3.622	5	-3,2	29,9	7	6,0
Thüringen	9,4	13	1,9	576	11	3,2	9,9	13	1,9
Deutschland	428,4		2,8	31.051		1,9	459,5		2,7

Quelle: dwif 2018, Daten Statistisches Bundesamt

Anhang 2: Kapazitäten und deren Auslastung 2016 und 2017 (einschließlich Campingplätze)

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten (Tsd.)		Auslastung angebotene Schlafgelegenheiten (%)		Auslastung angebotene Betten der Hotellerie (%)	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Baden-Württemberg	6.644	6.609	396,1	401,3	39,2	39,4	43,6	43,8
Bayern	12.107	11.989	697,6	699,8	38,0	39,7	43,5	45,2
Berlin	789	795	143,7	147,2	59,7	58,9	61,4	60,3
Brandenburg	1.650	1.648	125,3	125,9	33,0	33,6	39,3	40,3
Bremen	115	119	14,7	14,8	44,6	45,2	46,2	46,4
Hamburg	362	383	60,7	62,9	60,2	60,4	61,5	61,8
Hessen	3.421	3.428	253,1	257,6	37,9	38,8	42,2	43,5
Meckl.-Vorpommern	2.782	2.797	276,3	277,2	35,8	35,1	46,8	46,6
Niedersachsen	5.570	5.585	391,0	395,8	33,3	33,6	38,9	39,7
Nordrhein-Westfalen	5.136	5.102	368,6	375,0	37,9	38,8	41,1	42,3
Rheinland-Pfalz	3.496	3.499	232,6	230,2	29,8	30,1	33,6	34,7
Saarland	263	259	24,2	24,4	38,2	38,7	35,9	0,0
Sachsen	2.069	2.071	145,0	147,2	38,6	39,7	41,8	43,1
Sachsen-Anhalt	1.088	1.123	73,7	75,4	31,7	32,4	35,9	37,3
Schleswig-Holstein	3.952	4.005	256,6	266,1	37,0	37,0	49,1	49,6
Thüringen	1.329	1.316	108,5	108,2	34,1	34,8	36,7	38,1
Deutschland	50.773	50.728	3.567,8	3.609,0	37,9	38,5	43,9	44,8

Quelle: dwif 2018, Daten Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres)

Anhang 3: Nachfrage in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten und auf Campingplätzen nach Reisegebieten 2017

	Ankünfte	Übernach- tungen (ÜN)	Aufent- halts- dauer (Tage)	ÜN Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	Übernach- tungen Ausländer	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	Ausländer- anteil (%)
Nordrhein-Westfalen	23.279.062	51.509.458	2,2	3,9	10.991.813	5,5	21,3
Rheinland	14.600.130	28.486.765	2,0	4,3	7.714.684	5,5	27,1
Eifel und Region Aachen	1.309.946	3.071.826	2,3	4,5	846.565	3,8	27,6
Niederrhein	2.184.658	4.433.711	2,0	1,6	864.931	-1,9	19,5
Bergisches Land	647.788	1.658.445	2,6	3,4	218.809	17,0	13,2
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	1.471.188	2.943.460	2,0	2,8	596.961	14,2	20,3
Köln und Rhein-Erft-Kreis	4.086.225	7.627.689	1,9	7,3	2.433.100	9,7	31,9
Düsseldorf und Kreis Mettmann	3.461.575	5.773.697	1,7	4,2	2.209.909	3,0	38,3
Bergisches Städtedreieck	358.600	817.238	2,3	-4,7	123.620	-10,7	15,1
Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr	1.080.150	2.160.699	2,0	5,7	420.789	3,3	19,5

Quelle: dwif 2018, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen

Anhang 4: Kapazitäten und deren Auslastung 2016 und 2017 (einschließlich Campingplätze)

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Betten (%)	
	2017	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	2017	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	2017	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	2016	2017
Nordrhein-Westfalen	5.102	-0,7	374.991	1,7	73,5	2,4	43,3	44,2
Rheinland	2.374	-0,5	197.549	2,3	83,2	2,8	.	.
Eifel und Region Aachen	417	-1,4	27.487	0,1	65,9	1,5	39,7	41
Niederrhein	564	-0,9	39.514	0,4	70,1	1,3	38,7	38,9
Bergisches Land	198	-1,0	14.763	5,7	74,6	6,7	41,1	41,6
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	249	0,0	19.690	0,0	79,1	0,0	42,4	43,4
Köln und Rhein-Erft-Kreis	398	-2,0	42.131	1,8	105,9	3,9	49,2	51,8
Düsseldorf und Kreis Mettmann	323	1,3	34.782	4,5	107,7	3,2	46,1	46,5
Bergisches Städtedreieck	79	1,3	5.606	8,9	71,0	7,5	44,1	41,2
Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr	146	3,5	13.576	6,5	93,0	2,8	.	.

Quelle: dwif 2018, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres)

Anhang 5: Kapazitäten der Hotellerie und Sonstigen Beherbergungsbetriebe nach Reisegebieten 2016 und 2017

	Hotellerie (Hotels, Hotels garnis, Pensionen, Gasthöfe)							
	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Betten (%)	
	2017	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2017	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2017	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2016	2017
Nordrhein-Westfalen	3.748	-0,9	221.125	2,1	59,0	3,0	41,1	42,3
Rheinland	1.831	-0,8	135.799	2,7	74,2	3,4	.	.
Eifel und Region Aachen	249	-2,0	10.747	-0,8	43,2	1,2	.	.
Niederrhein	408	-0,7	21.722	1,2	53,2	2,0	.	.
Bergisches Land	125	-3,1	5.517	-2,0	44,1	1,2	.	.
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	205	0,0	14.453	-1,2	70,5	-1,2	.	.
Köln und Rhein-Erft-Kreis	354	-2,2	35.206	1,6	99,5	3,9	47,4	50,5
Düsseldorf und Kreis Mettmann	307	1,7	33.057	6,1	107,7	4,4	.	.
Bergisches Städtedreieck	63	0,0	3.806	3,2	60,4	3,2	.	.
Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr	120	0,8	11.291	10,0	94,1	9,1	.	.

Quelle: dwif 2018, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (Betriebe und Schlafgelegenheiten im Juli eines Jahres); aus Datenschutzgründen wird die Auslastung der Hotellerie in der amtlichen Tourismusstatistik für den Großteil der Regionen nicht ausgewiesen.

	Sonstige Beherbergungsbetriebe (einschließlich Campingplätze)					
	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)	
	2017	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2017	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2017	Veränderung ggü. Vorjahr (%)
Nordrhein-Westfalen	1.354	0,1	153.866	1,2	113,6	1,1
Rheinland	545	0,4	62.847	2,5	115,3	2,1
Eifel und Region Aachen	168	-0,6	16.740	0,6	99,6	1,2
Niederrhein	156	-1,3	17.792	-0,7	114,1	0,6
Bergisches Land	73	2,8	9.246	10,8	126,7	7,8
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	44	0,0	5.237	3,7	119,0	3,7
Köln und Rhein-Erft-Kreis	44	0,0	6.925	2,7	157,4	2,7
Düsseldorf und Kreis Mettmann	16	-5,9	1.725	-18,6	107,8	-13,5
Bergisches Städtedreieck	16	6,7	1.800	23,4	112,5	15,7
Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr	28	12,0	3.382	9,9	120,8	-1,8

Quelle: dwif 2018, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres)

Anhang 6: Nachfrage in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten und auf Campingplätzen nach IHK-Bezirken 2017

	Ankünfte	Übernach- tungen (ÜN)	Aufent- halts- dauer (Tage)	ÜN Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	Übernach- tungen Ausländer	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	Ausländer- anteil (%)
Rheinland	14.600.130	28.486.765	2,0	4,3	7.714.684	5,5	27,1
IHK Aachen	1.419.165	3.326.683	2,3	3,6	887.727	2,8	26,7
IHK Mittlerer Nieder- rhein	955.320	1.912.964	2,0	-1,9	408.564	-4,3	21,4
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	1.120.119	2.265.890	2,0	5,7	415.205	2,0	18,3
IHK Bonn/Rhein-Sieg	1.471.188	2.943.460	2,0	2,8	596.961	14,2	20,3
IHK Köln	4.734.013	9.286.134	2,0	6,6	2.651.909	10,3	28,6
IHK zu Düsseldorf	3.461.575	5.773.697	1,7	4,2	2.209.909	3,0	38,3
IHK Wuppertal- Solingen-Remscheid	358.600	817.238	2,3	-4,7	123.620	-10,7	15,1
IHK zu Essen	1.080.150	2.160.699	2,0	1,9	420.789	3,3	19,5

Quelle: dwif 2018, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, eigene Berechnungen

Anhang 7: Kapazitäten und deren Auslastung 2016 und 2017 (einschließlich Campingplätze) nach IHK-Bezirken 2017

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Betten (%)	
	2017	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	2017	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	2017	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	2016	2017
Rheinland	2.374	-0,5	197.549	2,3	83,2	2,8	.	.
IHK Aachen	475	-1,2	29.937	0,0	63,0	1,3	.	.
IHK Mittlerer Nieder- rhein	212	-2,3	14.481	-1,6	68,3	0,8	.	.
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	294	0,0	22.583	1,7	76,8	1,7	.	.
IHK Bonn/Rhein-Sieg	249	0,0	19.690	0,0	79,1	0,0	42,4	43,4
IHK Köln	596	-1,7	56.894	2,8	95,5	4,5	.	.
IHK zu Düsseldorf	323	1,3	34.782	4,5	107,7	3,2	46,1	46,6
IHK Wuppertal- Solingen-Remscheid	79	1,3	5.606	8,9	71,0	7,5	44,1	41,2
IHK zu Essen	146	3,5	13.576	6,5	93,0	2,8	.	.

Quelle: dwif 2018, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, eigene Berechnungen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres)

Anhang 8: Nachfrage in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Schlafgelegenheiten in Städten des Rheinlands (RL) 2017

Stadt und Rang bei Übernachtungen im gesamtdeutschen Städtevergleich (n = 252 Städte)		Ankünfte	Übernachtungen (ÜN)	Aufenthaltsdauer (Tage)	ÜN Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Übernachtungen Ausländer	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Ausländeranteil (%)
Aachen	29	540.075	1.027.991	1,9	4,0	305.392	3,7	29,7
Bad Honnef	172	80.865	165.940	2,1	-13,4	21.677	1,9	13,1
Bergisch Gladbach	163	86.007	174.131	2,0	4,3	27.761	18,7	15,9
Bonn	15	857.031	1.595.805	1,9	3,7	390.948	14,9	24,5
Brühl	66	185.525	520.360	2,8	7,1	79.780	29,1	15,3
Dormagen	225	35.913	121.731	3,4	2,3	16.352	24,6	13,4
Duisburg	61	268.439	549.804	2,0	6,5	104.382	5,3	19,0
Düsseldorf	6	2.922.015	4.817.579	1,6	4,6	1.972.505	4,0	40,9
Essen	18	735.089	1.480.104	2,0	6,9	300.101	5,3	20,3
Frechen	234	62.516	112.309	1,8	8,5	27.987	17,2	24,9
Geldern	238	29.369	111.040	3,8	1,7	5.835	-13,8	5,3
Gummersbach	206	61.711	134.756	2,2	10,2	36.345	23,9	27,0
Hennef (Sieg)	141	53.657	207.569	3,9	4,9	9.505	4,5	4,6
Hilden	201	61.033	138.564	2,3	-3,2	27.966	-7,2	20,2
Hürth	88	91.890	360.374	3,9	-2,1	70.299	-4,9	19,5
Kerpen	233	44.692	112.434	2,5	0,4	20.845	4,7	18,5
Köln	5	3.591.996	6.243.341	1,7	8,1	2.162.900	9,2	34,6
Königswinter	120	128.830	245.369	1,9	2,8	44.958	19,9	18,3
Krefeld	128	133.148	228.730	1,7	-6,8	64.660	-14,7	28,3
Leichlingen (Rheinland)	223	13.494	123.120	9,1	-2,4	6.457	37,4	5,2
Leverkusen	118	133.852	249.440	1,9	2,9	87.408	14,6	35,0
Meerbusch	148	39.871	191.708	4,8	0,9	24.347	-10,8	12,7
Mettmann	194	81.407	144.705	1,8	3,6	45.746	7,0	31,6
Moers	243	65.787	109.160	1,7	-0,5	31.330	1,1	28,7
Mönchengladbach	97	192.543	331.734	1,7	2,3	78.614	-1,8	23,7
Mülheim an der Ruhr	146	108.158	196.432	1,8	0,2	37.810	-13,0	19,2
Nettetal	216	66.024	128.845	2,0	11,1	10.961	32,1	8,5
Neuss	77	283.456	423.266	1,5	-4,3	136.413	1,6	32,2
Oberhausen	73	236.903	484.163	2,0	4,1	82.878	5,0	17,1
Ratingen	83	232.723	372.473	1,6	3,5	99.119	-9,6	26,6
Remscheid	228	69.346	118.588	1,7	8,9	27.687	21,0	23,3
Siegburg	214	62.294	131.421	2,1	29,9	32.253	15,2	24,5
Solingen	230	57.664	115.697	2,0	-11,4	19.090	1,6	16,5
Troisdorf	232	61.329	115.009	1,9	9,4	30.668	31,3	26,7
Wesel	161	105.701	176.649	1,7	3,7	35.488	-8,0	20,1
Wuppertal	59	231.590	582.953	2,5	2,9	76.843	-20,6	13,2
Städteauswahl RL gesamt		12.011.943	22.343.294	1,9	4,9	6.553.310	5,9	29,3
Anteil an RL gesamt		82,3 %	78,4 %			84,9 %		

Quelle: dwif 2018, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, eigene Berechnungen

Anhang 9: Kapazitäten und Auslastung 2016 und 2017 in Städten des Rheinlands

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Betten bzw. Schlafgelegenheiten (%)	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Aachen	68	64	5.475	5.472	80,5	85,5	49,0	50,2
Bad Honnef	14	13	1.274	1.074	91,0	82,6	39,8	40,3
Bergisch Gladbach	18	17	1.181	1.171	65,6	68,9	39,9	41,7
Bonn	94	95	9.185	9.015	97,7	94,9	47,4	48,3
Brühl	19	19	2.520	2.709	132,6	142,6	52,1	52,9
Dormagen	17	16	761	744	44,8	46,5	43,0	44,5
Duisburg	51	50	3.423	3.755	67,1	75,1	41,2	41,7
Düsseldorf	222	220	26.974	27.017	121,5	122,8	48,5	48,6
Essen	87	91	8.819	9.365	101,4	102,9	44,5	42,6
Frechen	10	11	789	817	78,9	74,3	35,3	38,0
Geldern	9	9	471	469	52,3	52,1	54,7	56,7
Gummersbach	14	14	877	875	62,6	62,5	36,6	39,9
Hennef (Sieg)	14	12	1.077	1.048	76,9	87,3	54,8	54,3
Hilden	13	13	1.016	1.032	78,2	79,4	38,7	37,4
Hürth	16	16	1.376	1.524	86,0	95,3	73,5	68,8
Kerpen	17	17	835	832	49,1	48,9	37,6	37,3
Köln	285	280	32.099	32.544	112,6	116,2	49,4	52,4
Königswinter	23	24	1.806	1.806	78,5	75,3	35,8	37,4
Krefeld	22	23	1.684	1.880	76,5	81,7	37,8	39,6
Leichlingen (Rheinland)	11	9	549	488	49,9	54,2	61,9	67,1
Leverkusen	21	21	1.503	1.503	71,6	71,6	44,8	45,4
Meerbusch	17	18	906	941	53,3	52,3	56,2	56,0
Mettmann	7	7	971	971	138,7	138,7	39,4	40,9
Moers	13	12	729	715	56,1	59,6	41,2	42,9
Mönchengladbach	31	30	2.183	2.219	70,4	74,0	40,3	40,7
Mülheim an der Ruhr	30	30	1.663	1.681	55,4	56,0	32,4	32,4
Nettetal	15	15	896	747	59,7	49,8	39,0	39,1
Neuss	23	20	3.175	2.994	138,0	149,7	38,9	38,5
Oberhausen	24	25	2.268	2.530	94,5	101,2	55,6	55,0
Ratingen	31	30	2.587	2.537	83,5	84,6	38,6	39,9
Remscheid	18	18	899	896	49,9	49,8	35,1	36,6
Siegburg	13	15	699	909	53,8	60,6	37,9	41,7
Solingen	19	19	946	971	49,8	51,1	37,2	32,6
Troisdorf	9	8	728	696	80,9	87,0	41,7	45,0
Wesel	14	13	793	758	56,6	58,3	43,4	44,6
Wuppertal	42	42	3.644	3.632	86,8	86,5	48,5	44,7
Städteauswahl RL gesamt	1.351	1.336	126.781	128.337	93,8	96,1		
Anteil an RL gesamt	56,6%	56,3%	65,7%	65,0%				

Quelle: dwif 2018, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, eigene Berechnungen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Dezember eines Jahres)

Anhang 10: Beschäftigtenstruktur und -entwicklung im Rheinland nach IHK-Bezirken

	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB)				Geringfügig entlohnte Beschäftigte (GeB)			
	Gastgewerbe		Anteil Gastgewerbe an gesamt		Gastgewerbe		Anteil Gastgewerbe an gesamt	
	2017	2017 ggü. 2014 in %	2014 in %	2017 in %	2017	2017 ggü. 2014 in %	2014 in %	2017 in %
Rheinland	106.513	14,3	2,7	2,9	110.958	3,9	11,1	11,7
IHK Aachen	9.746	20,9	2,1	2,3	13.914	2,5	10,1	10,5
IHK Mittlerer Niederrhein	9.894	15,2	2,2	2,3	14.051	3,7	11,7	12,3
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	9.753	19,3	2,2	2,4	13.274	2,6	10,8	11,4
IHK Bonn/Rhein-Sieg	11.189	15,0	3,2	3,4	10.260	4,6	10,6	10,9
IHK Köln	29.867	13,3	3,0	3,2	29.204	7,5	12,2	12,9
IHK zu Düsseldorf	21.108	11,1	3,4	3,6	13.645	1,5	11,2	11,6
IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid	4.969	16,9	2,0	2,2	6.262	2,5	10,3	10,7
IHK zu Essen	9.987	11,3	2,6	2,7	10.348	1,3	10,5	11,1

Quelle: dwif 2018, Daten Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen

Anhang 11: Geschäftslage im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Die Geschäftslage war ...	gut (in %)	befriedigend (in %)	schlecht (in %)
Rheinland*	47,7	41,0	11,3
Nordrhein-Westfalen	52,1	39,1	8,8
Deutschland	52,2	39,4	8,4

Quelle: dwif 2018, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2017, *ohne IHK zu Düsseldorf

Anhang 12: Geschäftslage der nächsten Saison im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Unsere Geschäftslage entwickelt sich in der nächsten Saison voraussichtlich ...	günstiger (in %)	gleichbleibend (in %)	ungünstiger (in %)
Rheinland*	28,8	62,6	8,6
Nordrhein-Westfalen	27,1	62,5	10,4
Deutschland	20,2	65,1	14,7

Quelle: dwif 2018, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2017, *ohne IHK zu Düsseldorf

Anhang 13: Risiken bei der wirtschaftlichen Entwicklung im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Größte Risiken bei der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens in den kommenden 12 Monaten? (Mehrfachnennungen möglich)	Inlandsnachfrage (in %)	Auslandsnachfrage (in %)	Finanzierung (in %)	Arbeitskosten (in %)	Fachkräftemangel (in %)	Wechselkurs (in %)	Energie- und Rohstoffpreise (in %)	Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen (in %)
Rheinland*	16,0	9,6	16,0	58,0	61,2	0,0	46,3	31,4
Nordrhein-Westfalen	14,5	7,0	11,8	56,8	63,1	0,0	51,8	35,1
Deutschland	14,9	6,5	10,4	56,6	66,7	0,6	50,3	35,8

Quelle: dwif 2018, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2017, *ohne IHK zu Düsseldorf

Anhang 14: Beschäftigung in der nächsten Saison im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Die Zahl unserer Beschäftigten wird in der nächsten Saison voraussichtlich ...	zunehmen (in %)	gleich bleiben (in %)	abnehmen (in %)
Rheinland*	16,6	73,6	9,8
Nordrhein-Westfalen	17,5	72,3	10,3
Deutschland	12,1	76,3	11,6

Quelle: dwif 2018, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2017, *ohne IHK zu Düsseldorf

Anhang 15: Investitionen im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Werden Sie voraussichtlich investieren?	Ja, zunehmend (in %)	Ja, gleichbleibend (in %)	Ja, aber abnehmend (in %)	Nein, keine Investitionen (in %)
Rheinland*	22,6	49,5	15,3	12,6
Nordrhein-Westfalen	22,2	47,3	13,1	17,4
Deutschland	26,5	46,2	12,6	14,8

Quelle: dwif 2018, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2017, *ohne IHK zu Düsseldorf

Anhang 16: Hauptmotiv für Investitionen im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Unsere Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf ...	Kapazitätserweiterung (in %)	Rationalisierung (in %)	Modernisierung (in %)	Produktinnovation (in %)	Umweltschutz (in %)
Rheinland*	13,3	14,7	76,9	36,4	12,6
Nordrhein-Westfalen	16,9	17,2	78,0	29,3	14,9
Deutschland	14,5	19,6	78,5	27,3	17,1

Quelle: dwif 2018, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2017, *ohne IHK zu Düsseldorf

Anhang 17: Motive für Suche nach Fachkräften (IHK-Saisonumfrage)

Aus welchem Motiv suchen Sie Fachkräfte? (Mehrfachnennungen möglich)	Ersatz wegen altersbedingten Ausscheidens (in %)	Ersatz wegen Fluktuation (in %)	Erweiterung wegen expansiver Geschäfte (in %)	Zunehmende Qualifikationsanforderungen (in %)
Rheinland*	33,1	66,9	17,2	21,5
Nordrhein-Westfalen	29,0	63,5	22,5	21,8
Deutschland	34,9	64,5	17,6	21,2

Quelle: dwif 2018, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2017, *ohne IHK zu Düsseldorf

Anhang 18: Besetzungsprobleme im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Können Sie in Ihrem Unternehmen derzeit offene Stellen längerfristig nicht besetzen, weil Sie keine passenden Arbeitskräfte finden?	Ja (in %)	Nein, keine Probleme (in %)	Nein, derzeit kein Personalbedarf (in %)
Rheinland*	54,5	20,1	25,4
Nordrhein-Westfalen	51,8	22,5	25,7
Deutschland	54,8	14,7	30,5

Quelle: dwif 2018, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2017, *ohne IHK zu Düsseldorf

Anhang 19: Arbeitsmarkt: Beschäftigungsbereiche im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Welche Folgen hätte ein anhaltender Fachkräftemangel für Ihr Unternehmen? (Mehrfachnennungen möglich)	Steigende Arbeitskosten (in %)	Mehrbelastung der vorhandenen Arbeitnehmer (in %)	Verlust von Innovationsfähigkeit und Wissen (in %)	Wachstumspotenzial kann nicht ausgeschöpft werden (in %)	Einschränkung des Angebots/Ablehnung von Aufträgen (in %)	sinkende Investitionstätigkeit in Deutschland (in %)	Sonstiges (in %)
Rheinland*	30,3	75,7	21,1	30,8	40,5	8,1	3,8
Nordrhein-Westfalen	35,9	72,6	22,6	35,4	43,3	12,3	3,8
Deutschland	32,6	73,5	19,3	39,6	54,9	15,8	5,8

Quelle: dwif 2018, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2017, *ohne IHK zu Düsseldorf

Anhang 20: Arbeitsmarkt: Qualifikationsniveau im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Wie sollten die Rahmenbedingungen verändert werden, um Ihrem Unternehmen bei der Fachkräftesicherung zu helfen? (Mehrfachnennungen möglich)	Berufliche Bildung stärken (in %)	Beschäftigung ausländischer Fachkräfte (in %)	Kinderbetreuung, Ganztagschulen (in %)	Qualifikation der Schulabgänger verbessern (in %)	Region für Arbeitnehmer zum Leben und Arbeiten attraktiver machen (in %)	Keine Maßnahmen nötig (in %)	Sonstiges (in %)
Rheinland*	50,6	47,1	27,3	41,3	33,7	9,3	5,8
Nordrhein-Westfalen	51,6	42,3	31,3	46,0	36,7	7,8	8,8
Deutschland	42,3	42,2	32,3	40,9	48,0	7,9	9,9

Quelle: dwif 2018, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2017, *ohne IHK zu Düsseldorf

Anhang 21: Reisegebiete und Landkreise im Rheinland



Quelle: dwif 2018

Abkürzungen

ADAC:	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e. V.
ADFC:	Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club e. V.
BIP:	Bruttoinlandsprodukt
BTW:	Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft
DEHOGA:	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
DIHK:	Deutscher Industrie- und Handelskammertag
DTV:	Deutscher Tourismusverband
EBIL:	Einzelbilanzanalyse
EDV:	Elektronische Datenverarbeitung
EU:	Europäische Union
GeB:	Geringfügig entlohnte Beschäftigte
GfK:	Gesellschaft für Konsumforschung
MICE:	Meetings, Incentives, Conventions, Events
NRW:	Nordrhein-Westfalen
ppt:	%punkte
SvB:	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte
UNWTO:	World Tourism Organization

Literatur

EITW Europäisches Institut für TagungsWirtschaft an der Hochschule Harz: Meeting- & Event-Barometer 2017/2018. Frankfurt am Main, Wenigerode 2018

FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.: Erste ausgewählte Ergebnisse der 48. Reiseanalyse zur ITB 2018. 2018

UNWTO: Word Tourism Barometer, Madrid 2017

Internet

www.aboutcities.de	www.landal.de
www.dus.com	gesund.nrw-tourismus.de
www.eifelpark-eks.de	www.nettersheim.de
www.essen.de	www.rp-online.de
www.gfk.com	www.touristiker-nrw.de
www.it.nrw.de	www.wilicher-nachrichten.de
www.koeln-bonn-airport.de	www.wisseler-see.de
	www.wz.de

Darüber hinaus wurden Fachzeitschriften und die Tagespresse zur Informationsgewinnung genutzt.

Kartengrundlage GfK GeoMarketing

Impressum

Herausgeber: **IHK-Initiative Rheinland**

Ansprechpartner: Prof. Dr. Stephan Wimmers
Bonner Talweg 17
53113 Bonn
Telefon: (0228) 2284-142
Telefax: (0228) 2284-223
E-Mail: wimmers@bonn.ihk.de
Internet: www.ihk-bonn.de

Bearbeitung: **dwif-Consulting GmbH**

dwif – Büro Berlin
Marienstraße 19/20
10117 Berlin
Telefon: (030) 757949-0
Telefax: (030) 7516510
E-Mail: info-berlin@dwif.de

dwif – Büro München
Sonnenstraße 27
80331 München
Telefon: (089) 2370289-0
Telefax: (089) 2370289-9
E-Mail: info@dwif.de
Internet: www.dwif.de

Bildnachweis Titelseite: Friedhelm Krischer, krischerfotografie.de

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder in irgendeinem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Herausgeber reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

