

Tourismusbarometer Rheinland

Tourismusbarometer Rheinland

Jahresbericht 2017

Inhalt

Vorwort	- 3 -
Zusammenfassung	- 4 -
I Einführung	- 5 -
II Rheinland-Tourismus im Wettbewerbsvergleich.....	- 6 -
1 Rahmenbedingungen	- 6 -
2 Touristische Nachfrage.....	- 7 -
3 Touristisches Angebot.....	- 13 -
4 Betriebstypen im Vergleich	- 15 -
5 Destinationstypen im Vergleich.....	- 18 -
III Wirtschaftliche Lage im Gastgewerbe.....	- 22 -
1 Konjunktur- und Marktentwicklung.....	- 22 -
2 Saisonumfrage der IHK.....	- 25 -
Anhang	- 28 -

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

Das Rheinland ist eine touristisch attraktive Region. Vielerorts locken Bauwerke, Kunst, Kultur, die rheinische Fröhlichkeit und eine traumhafte Landschaft Touristen aus dem In- und Ausland in das „Land am Rhein“. Kongresse, Tagungen, Messen und Events in den großen Städten bringen jährlich eine Vielzahl von Geschäftsleuten in die Region. Wie aber entwickelt sich unsere Tourismusregion? Wie stehen wir im Vergleich zu anderen Regionen da? Woher kommen unsere Gäste? Wie entwickeln sich die touristischen Teilräume im Rheinland? Wie geht es den touristischen Akteuren? Wo gibt es Ansätze für eine Zusammenarbeit der verschiedenen Teilregionen?

Das sind einige der Fragen, die wir mit der Veröffentlichung des „Tourismusbarometers Rheinland“ beantworten wollen. Das Barometer wurde von der IHK-Initiative Rheinland mit Unterstützung der IHK für Essen, Mülheim an der Ruhr, Oberhausen zu Essen ins Leben gerufen – nicht zuletzt, weil der westfälische Landesteil von Nordrhein-Westfalen bereits seit langem über ein eigenes Barometer verfügt. Damit ist nun auch das Rheinland kein weißer Fleck mehr auf der Landkarte der Tourismusbarometer.

Das vorliegende Tourismusbarometer zeigt eindrucksvoll wie bedeutend der Tourismus im Rheinland heute ist. Er ist ein wichtiges Standbein der regionalen Wirtschaft. Die Unternehmen des Gastgewerbes stellen vielfach die Visitenkarte des Rheinlands für die Besucher dar und sind zugleich auch unsere Willkommensbotschafter. Das Barometer lässt erkennen, welchem Wettbewerb die Branche auch bei uns ausgesetzt ist und vor welchen Herausforderungen sie steht. Die Themen Digitalisierung und Nachfolge – um nur zwei der wichtigsten zu nennen – erfordern auch im Tourismus tiefgreifende Veränderungen, die die Betriebe bewältigen müssen.

Die Ergebnisse des Barometers bilden auch eine Grundlage für die künftige Arbeit der IHKs im Rheinland im Bereich Tourismus. Es liefert wichtige Erkenntnisse darüber, wie die IHKs den Unternehmen des Gastgewerbes entsprechende Produkte und Hilfestellungen anbieten können. Zudem lassen sich Schlussfolgerungen für die politische Arbeit der IHKs im Bereich Tourismus ableiten.

Angenehme Lektüre wünschen Ihnen



Ulf Reichardt
Hauptgeschäftsführer
IHK Köln



Dr. Hubertus Hille
Hauptgeschäftsführer
IHK Bonn / Rhein-Sieg

Zusammenfassung

- Das Rheinland generierte 2016 mit 27,3 Millionen Übernachtungen mehr als die Hälfte aller gewerblichen Übernachtungen Nordrhein-Westfalens. Sowohl kurz-, als auch mittelfristig stiegen die Nachfragezahlen an. Parallel nahm die Zahl der Kapazitäten mittelfristig leicht zu, wobei es auch hier aufgrund von Investitionen in die touristische Infrastruktur und in das Beherbergungsgewerbe große regionale Unterschiede gab. Erfreulich: Im Fünfjahresvergleich erhöhte sich die Auslastung der Schlafgelegenheiten in allen Regionen, was sich auch auf die betriebswirtschaftliche Situation der Anbieter niederschlagen sollte.
- Der Incoming-Tourismus nach Deutschland wird aktuell durch internationale Rahmenbedingungen beeinflusst. Er spielt im Rheinland eine überdurchschnittlich große Rolle. 2016 wurden rund 27 Prozent der Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland generiert, darunter in den Metropolen des Rheinlands bis zu 40 Prozent. Besonders die Top-Märkte Niederlande und Belgien legten deutlich zu. Aber auch bei Fernmärkten rücken die Destinationen im Rheinland immer mehr in den Fokus.
- Bei der Übernachtungsnachfrage im Rheinland, besonders in den größeren Städten, spielen die Geschäftstouristen eine wichtige Rolle. So gibt es allein im rheinländischen MICE-Markt knapp 700 Veranstaltungszentren, Tagungshotels und Eventlocations. Und: Sowohl die Zahl der Veranstaltungen, als auch die Teilnehmerzahl stieg in den letzten Jahren an.
- Die 39 erfassten Städte generierten 2016 knapp 80 Prozent aller Übernachtungen im Rheinland. Dieser Destinationstyp ist mittelfristig der Wachstumstreiber im Rheinland, wenn auch nicht so deutlich wie im Bundesvergleich. Dabei sind es besonders die Großstädte, die immer wieder für relevante Nachfrageschübe sorgen.
- Die deutschen Mittelgebirge befinden sich weiterhin in einem Prozess des Strukturwandels und der Marktberreinigung. Die rheinländischen Vertreter Eifel und Region Aachen sowie das Bergische Land entwickelten sich uneinheitlich: Die Eifel wuchs auch dank neuer Ferienzentren, während das Angebot und die Nachfrage im Bergischen Land stabil blieben.
- Die DIHK-Saisonumfrage zeigt ein Stimmungshoch im rheinländischen und deutschen Gastgewerbe. Zwei Drittel der Befragten Betriebe im Rheinland wollen in der kommenden Saison mehr oder gleich viel investieren, vor allem in die Modernisierung und Produktinnovation. Die größten Risiken und Herausforderungen sieht das Gastgewerbe in den Arbeitskosten, den Energie-/Rohstoffpreisen sowie dem Fachkräftemangel.
- Steigende Zimmerpreise und Auslastung sorgen für mehr Umsätze im Gastgewerbe. Gute Rahmenbedingungen und Wirtschaftswachstum tragen zur guten Stimmung im Gastgewerbe bei. Darüber hinaus ist das Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe im Rheinland weiterhin ein Jobmotor, und die Branche wird gesamtwirtschaftlich relevanter. 9 von 10 Befragten im rheinländischen Gastgewerbe wollen laut DIHK-Saisonumfrage in der kommenden Saison die Zahl ihrer Beschäftigten gleich halten oder gar steigern.

I Einführung

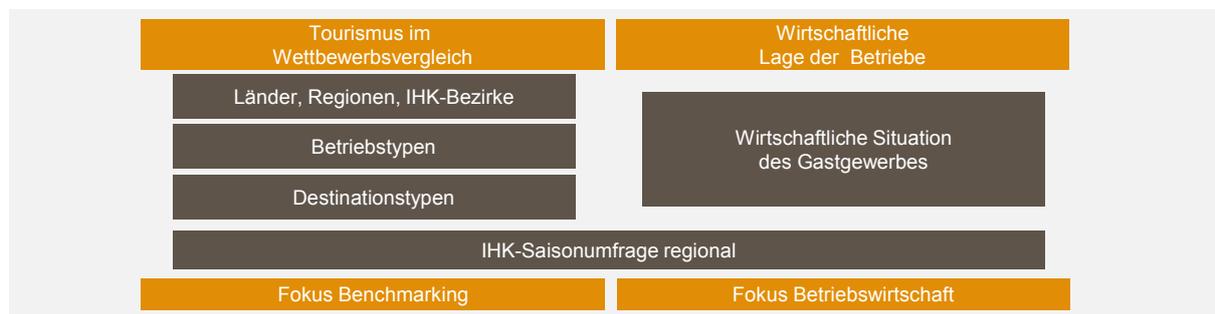
Das Tourismusbarometer Rheinland wird 2017 erstmals veröffentlicht. Herausgegeben wird es von der IHK-Initiative Rheinland in Kooperation mit der IHK zu Essen. Wissenschaftlich betreut und durchgeführt wird das Tourismusbarometer von der dwif-Consulting GmbH.

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 2017

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, Bergisches Land sowie Bergisches 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 22 dargestellt. In den tabellarischen Anhängen sind zudem die detaillierten Daten zu den Kammerbezirken aufgeführt.

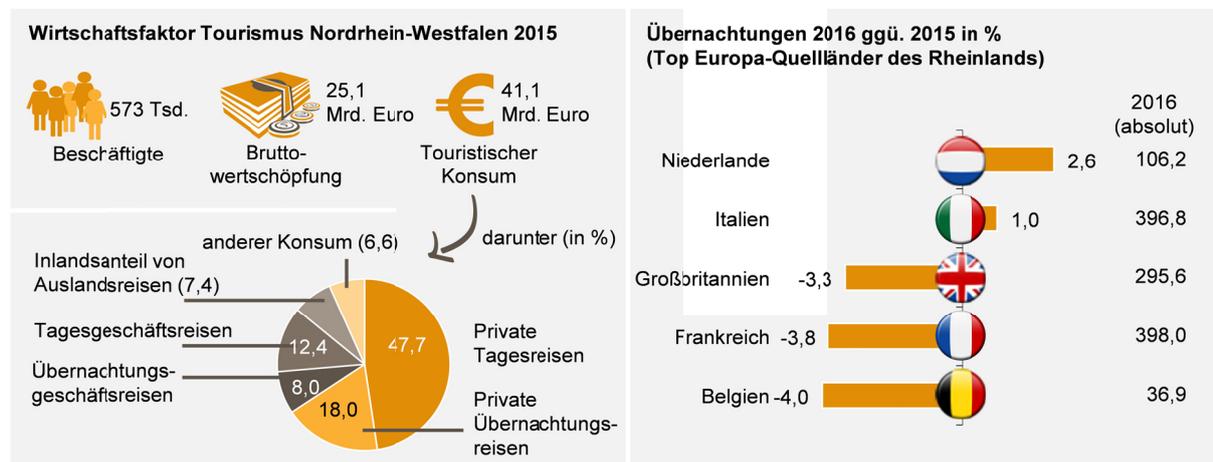
II Rheinland-Tourismus im Wettbewerbsvergleich

1 Rahmenbedingungen

Globale und gesellschaftliche Unsicherheiten bremsen die weltweite Reiselust kaum. 2016 wurde laut UNWTO zum siebten Mal in Folge ein neuer weltweiter Touristenrekord erreicht. Ein stetiger Anstieg, wie er seit 50 Jahren nicht verzeichnet wurde. Und die Erwartungen bleiben positiv. Anders sieht es bei den Reisesströmen mit Blick auf die einzelnen Quellmärkte aus. Sie haben sich verschoben: So profitierten in Asien vor allem Südkorea, Vietnam und Japan. Und Afrika legte trotz des Rückgangs in Nordafrika insgesamt weiter zu. Auch die Deutschen bleiben reisefreudig. Der von der GfK erhobene Tourismusindex lag Ende 2016 im positiven Bereich und steht für die steigende Bereitschaft der Deutschen, in den nächsten Monaten eine Reise zu unternehmen.

Der Reisende von heute agiert in gesättigten Märkten und sieht sich einer Vielzahl von teils austauschbaren Angeboten gegenüber. Wie schnell der Strandurlaub in der Türkei durch die Costa Brava oder die Reise nach Nordafrika durch eine Balkantour ersetzt werden kann, zeigte das vergangene Jahr. Neben der Türkei, dem Nahen Osten und Nordafrika verbuchten auch Frankreich und Belgien sinkende Übernachtungszahlen. Nutznießer des Sicherheitsbedürfnisses der Reisenden war innerhalb Europas vor allem Spanien bei gleichzeitiger Stagnation des südeuropäischen Raumes insgesamt. Im Europa-Ranking hat Spanien damit erstmals Deutschland vom Thron gestoßen. Weitere Profiteure im Europatourismus sind Nordeuropa und viele Balkanländer.

Abb. 2: Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Nordrhein-Westfalen und aktuelle Entwicklungen in Europa



Quelle: dwif 2017, Daten Tourismus NRW e. V. 2015, Eurostat

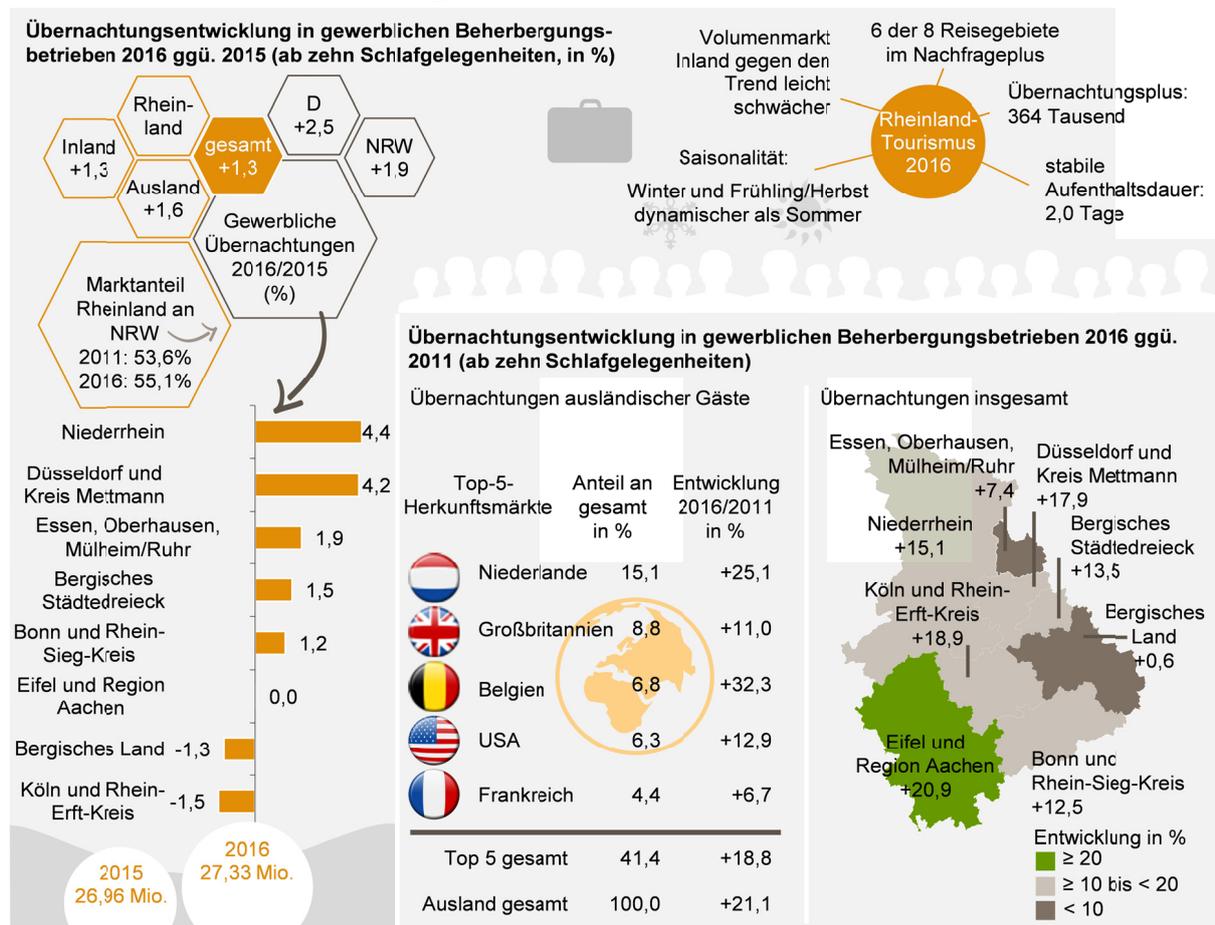
Auch für das Reiseland Deutschland lief es 2016 erfolgreich. Oder doch nicht? Zwar legte die Wirtschaft deutlich zu, doch das Reisejahr war überschattet von Terror und politischen Unruhen, nicht nur weltweit, sondern auch vor der eigenen Haustür. Für den Tourismus in Deutschland war es dennoch ein weiteres Rekordjahr, wenngleich sich der Incoming-Tourismus angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen schwächer entwickelte als in den Vorjahren; und die Städtedestinationen waren erstmals seit Jahren nicht mehr der Wachstumstreiber. Gleichzeitig verbesserte sich die betriebswirtschaftliche Lage der Branche. Insofern war 2016 tatsächlich ein Jahr gegensätzlicher Entwicklungen. Jahrelang gelernte und gültige Trends haben sich nicht oder nur in Teilen bestätigt

und kommen kurzfristig auf den Prüfstand: Temporäre Sondereffekte oder neue langfristige Marktentwicklungen? Das werden die nächsten Jahre zeigen. Fakt ist: Die Ambivalenz in der Entwicklung nimmt zu, und es besteht weniger Gewissheit über künftige Entwicklungen. Das Reiseziel Deutschland aber hat ein gutes Image und ist eine starke Marke. Das hilft, Vertrauen aufzubauen und gleichzeitig Begehrlichkeiten für das Reiseziel zu schaffen.

2 Touristische Nachfrage

27,3 Millionen Übernachtungen fanden 2016 in den Beherbergungsbetrieben ab zehn Schlafgelegenheiten im Rheinland statt. Das entsprach mit 55,1 % aller gewerblichen Übernachtungen etwas mehr als der Hälfte der Gesamtnachfrage in Nordrhein-Westfalen. 2011 hatte der Marktanteil noch 53,6 % betragen.¹ Mit einem Übernachtungsplus von 1,3 % lag das Rheinland 2016 dennoch leicht unter dem Bundes- und Landesdurchschnitt. >> Abb. 3, Anhang 1

Abb. 3: Touristische Nachfrage im Rheinland



Quelle: dwif 2017, Daten Statistisches Bundesamt, IT.NRW sowie eigene Berechnungen

¹ Der Marktanteil berechnet sich aus dem Anteil der 7 Reisegebiete sowie Essen, Oberhausen und Mülheim/Ruhr an Nordrhein-Westfalen.

Statistisch erfasste versus reale Marktentwicklung

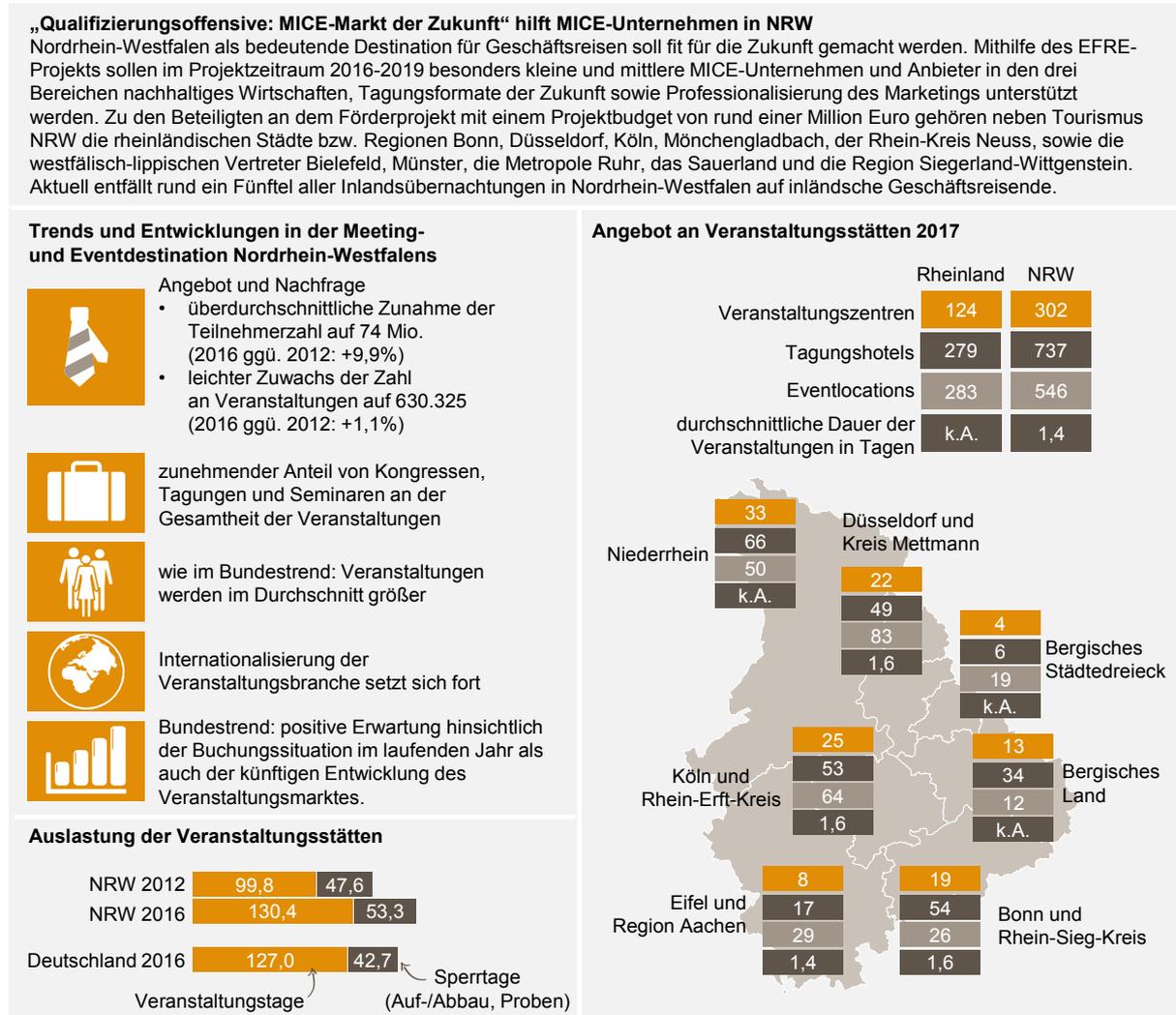
Neben den klassischen Beherbergungsbetrieben ist es vor allem das Sharing-Segment (zum Beispiel Airbnb), das sich in den letzten Jahren zunehmend Marktanteile sicherte. Hinzu kommen die Segmente des Grauen Markts: von den Betrieben mit weniger als zehn Betten über Verwandten-/Bekanntebesucher bis zu Bootstouristen, die die amtliche Tourismusstatistik immer stärker unter Druck setzen, weil diese Segmente gar nicht oder nur unzureichend darstellbar sind. Zudem gibt es Signale, dass die Statistischen Ämter bei der Erfassung der meldepflichtigen Beherbergungsbetriebe (Marktzu- und -abgänge) immer seltener mit der realen Marktentwicklung mithalten können, so dass Unschärfen in den Daten nicht mehr auszuschließen sind. Statistikämter, Politik und Touristiker sind gemeinsam gefragt, Lösungen und womöglich neue Kooperationsansätze zu finden.

2016 Rekordjahr im Rheinland, aber stärkere bundesweite Dynamik

Alle acht Regionen des Rheinlands verbuchten 2016 eine positive Übernachtungsbilanz gegenüber 2011. Jedoch waren die Zuwächse regional sehr unterschiedlich. Die Entwicklungsspanne reichte von einer Stagnation im Bergischen Land bis zu einem deutlich zweistelligen Wachstum im Reisegebiet Eifel und Region Aachen. Auch im Vorjahresvergleich gab es in den Regionen größere Unterschiede: von Übernachtungsverlusten bis zu deutlichen Gewinnen. Zu den Gründen zählten unter anderem internationale Rahmenbedingungen, einmalige Sonderereignisse, die Anzahl der Besucher im Messe- und Kongresstourismus sowie Neueröffnungen, aber auch Schließungen von Beherbergungsbetrieben. >>Abb. 4, Anhang 3

- Die Reiseregion "Eifel und Region Aachen" vereint die Eifel als Mittelgebirgsraum und die Städtedestination Aachen, auf die ein Drittel der Übernachtungen entfällt. Die Eifel ist in den Wintermonaten besonders von der Witterung abhängig und zieht im Frühjahr sowie Herbst Kurzurlauber an. Der saisonale Verlauf in der Stadt Aachen ist aufgrund des hohen Anteils von Geschäftsreisen, wissenschaftlichen Kongressen und Städtereisenden gleichmäßiger. Die Region war im Vergleichszeitraum 2011 bis 2016 der Wachstumsmotor im Rheinland, noch knapp vor Köln und Düsseldorf. Das starke Wachstum kam hauptsächlich durch Neueröffnungen auf dem Beherbergungsmarkt zustande. Im Oktober 2014 eröffnete das "Resort Eifeler Tor" in Heimbach (rund 1000 Betten) und 2016 kam ein 160-Zimmerhaus in der Stadt Aachen hinzu.
- Das volumenstärkste Reisegebiet des Rheinlands war erneut Köln und Rhein-Erft-Kreis. Die Übernachtungszahlen stiegen innerhalb der letzten fünf Jahre um über eine Million auf 7,1 Millionen Übernachtungen. Die Stadt Köln allein trägt über 80 % der Regionsübernachtungen bei. Allerdings war die Übernachtungsnachfrage zum ersten Mal seit 2009 kurzfristig wieder im Minus (2016 gegenüber 2015: -1,5 %). Ursächlich hierfür dürften singuläre Ereignisse wie die Unruhen in der Silvesternacht 2015/2016 und das in Köln turnusgemäß schwächere Messejahr 2016 gewesen sein, denn diese Entwicklung war im Rhein-Erft-Kreis nicht abzulesen, sondern nur in der Kernstadt. Für 2017 ist wiederum ein deutlich besseres Ergebnis zu erwarten. Die Aufenthaltsdauer von 1,9 Tagen bestätigt die Rolle des Reisegebiets als Städte- und Geschäftsreiseziel.

Abb. 4: MICE-Markt im NRW- und Deutschlandtourismus²



Quelle: dwif 2017, www.touristiker-nrw.de, EITW 2017, GCB 2017; Rheinland-Daten ohne Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr³

- Mit 5,6 Millionen Übernachtungen wies die Region Düsseldorf und Kreis Mettmann 2016 die zweitstärkste Übernachtungsnachfrage aller Destinationen im Rheinland auf. Auch hier entfielen über 80 % auf die Stadt Düsseldorf. Nach Verlusten im Jahr 2015 zog die Übernachtungsnachfrage also wieder deutlich an (+4,2 %). Ein Grund hierfür war das für die Stadt turmusbedingt veranstaltungsstarke Messejahr mit 31 Messeveranstaltungen und 1,6 Millionen Fachbesuchern. Gleichzeitig hat die Region Düsseldorf und Kreis Mettmann aber auch die geringste Aufenthaltsdauer (1,7 Tage) aller Regionen des Rheinlands.

² 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.
³ Das Ruhrgebiet hat nachrichtlich 67 Veranstaltungszentren, 96 Tagungshotels, 122 Eventlocations. Die durchschnittliche Dauer der Veranstaltungen beträgt 1,2 Tage. (GCB 2016/2017)

- Der eher ländlich geprägte Niederrhein war 2016 mit 4,4 Millionen Übernachtungen hinter den beiden „Big Playern“ die volumenmäßig drittstärkste Region. Die Nachfrageentwicklung im Fünfjahresvergleich verlief im Vergleich zum Rheinland-Wert leicht unterdurchschnittlich, lag allerdings noch über dem Bundesniveau. Zudem machte der Niederrhein trotz verringerter Angebotskapazitäten mit einem Nachfrageplus von 4,4 % gegenüber dem Vorjahr den größten Sprung nach vorn. Diese Entwicklung spricht für eine Marktbereinigung um weniger wettbewerbsfähige Betriebe.
- Die Region Bonn und Rhein-Sieg-Kreis steuert bei den Übernachtungszahlen mit Bonn als größerer Destination auf die 3-Millionenmarke zu: 2,9 Millionen Übernachtungen in 2016 (53,7 % Marktanteil). Die übrigen gut 46 % der Übernachtungen entfielen auf den Rhein-Sieg-Kreis, der als touristisches Highlight vor allem das Siebengebirge bietet. Entgegen des bundes- wie landesweiten Trends war mittelfristig der Inlandsmarkt in der Region mit einem Übernachtungsplus von 15,3 % (2016 gegenüber 2011) der Wachstumsmotor. Der Incoming-Markt hingegen wies „nur“ ein Plus von 10,5 % auf.
- Das Bergische Städtedreieck – bestehend aus den Städten Wuppertal, Solingen und Remscheid – war auch 2016 die Region mit einem verhältnismäßig geringen Übernachtungsvolumen. Gegenüber 2011 verzeichnete sie in Summe aber rund 100.000 Übernachtungen mehr als 2011 (2016: 0,8 Millionen). Ähnlich wie in der Region Bonn und Rhein-Sieg-Kreis war der Inlandsmarkt (+15,3 %) dynamischer als die Nachfrage aus dem Ausland (+5,4 %).
- Das weniger städtisch geprägte Bergische Land war 2016 strukturbedingt wieder die Region mit der höchsten Aufenthaltsdauer: 2,6 Tage (Rheinland gesamt: 2,0 Tage). Gleichzeitig war es die Region mit der geringsten mittelfristigen Nachfragedynamik. Als Hauptgrund lassen sich die geringfügigen Veränderungen beim Volumenmarkt des Inlandstourismus ausmachen. Dazu trugen die im Rheinlandvergleich höchsten mittelfristigen Verluste bei den Angebotskapazitäten bei (Schlafgelegenheiten: -6,1 %). Eine Maßnahme, dieser Entwicklung entgegenzuwirken, ist die Beteiligung an der landesweiten touristischen Innovationswerkstatt.
- Die drei Städte Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr (als Teile des offiziellen Reisegebietes Ruhrgebiet) vollzogen zwischen 2011 und 2016 in Summe eine zwar steigende, aber unterdurchschnittliche Übernachtungsentwicklung (+7,4 % auf rund 2 Millionen Übernachtungen). Unter den drei Städten vereinte Essen 2016 rund zwei Drittel der Übernachtungsnachfrage auf sich. Essen, die Stadt der DAX-Konzerne und damit einhergehend einem hohen Geschäftsreiseanteil schärfte in den vergangenen Jahren ihr Profil als attraktiver Messe- und Kongressstandort. Spezialisierte Dienstleister der MICE-Branche verschiedenster Kategorien und ideale Voraussetzungen für Rahmenprogramme zeichnen die Stadt aus. >> Kap. II, 5

Landesweite touristische Innovationswerkstatt

„Um die Qualität und Innovationsfähigkeit touristischer Unternehmen zu steigern, entwickelt der Tourismus NRW e. V. in Kooperation mit regionalen Tourismusorganisationen das Projekt „Landesweite touristische Innovationswerkstatt“. Mit Workshops, Seminaren und Coachings sollen touristische Betriebe in die Lage versetzt werden, neue Trends, innovative touristische Produkte und Serviceleistungen zu entwickeln. Gefördert werden im Rahmen der Qualifizierung zudem Netzwerke von KMU und lokalen Projektpartnern, die helfen, die Zukunft der zahlreichen Betriebe im Tourismus sowie ihrer Beschäftigten zu sichern. Auf die gewonnenen Ergebnisse und Erfahrungen dieses Projekts können weitere Unternehmen zugreifen. Von diesem Wissenstransfer profitieren somit langfristig alle im Tourismus tätigen Unternehmen in Nordrhein-Westfalen.“⁴

Incoming-Tourismus 2016: Rahmenbedingungen setzen der Dynamik zu

Der Incoming-Tourismus wurde 2016 bundesweit durch die internationalen Rahmenbedingungen geschwächt. Dies zeigte sich vor allem in der Gesamtbilanz jener Regionen mit einem hohen Marktanteil ausländischer Gästeübernachtungen. In Düsseldorf und Kreis Mettmann beispielsweise wurden 2016 mit 38,4 % fast vier von zehn Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland getätigt. Die Auslandsnachfrage im Rheinland konzentriert sich zudem relativ stark auf zwei Städte: Köln und Düsseldorf sowie deren Umland machten 2016 in Summe knapp 60 % aller Incoming-Übernachtungen im Rheinland aus.

Wichtiges Entscheidungskriterium für Gäste aus dem Ausland ist unter anderem die empfundene Sicherheit eines Landes. Aufgrund der internationalen Berichterstattung über fremdenfeindliche Übergriffe auf Flüchtlingsunterkünfte sowie Terroranschläge in Deutschland besteht die Gefahr einer Diskrepanz zwischen Wahrnehmung und Wirklichkeit in der Reisedestination Deutschland. Vor allem Asiaten reagieren sensibel auf mögliche Unsicherheiten; sie sehen Deutschland sogar im Kontext mit Anschlägen in Paris und Brüssel. Dennoch sind im Rheinland bislang keine gravierenden Verschiebungen der Reiseströme insgesamt erkennbar. Doch in Metropolen wie Berlin, Hamburg oder Köln sind die Folgen von Brexit und Co. sehr unterschiedlich.

2016 bewegten sich die Entwicklungsraten des Incoming-Tourismus im Rheinland gegenüber dem Vorjahr zwischen -3,5 % in Köln und Rhein-Erft-Kreis und einem zweistelligen Plus von 10,8 % im Bergischen Städtedreieck. Mittelfristig betrachtet aber schnitten das Bergische Land und das Bergische Städtedreieck mit ihrer Dynamik am schwächsten ab. Dabei verfügten beide Reisegebiete ohnehin über verhältnismäßig geringe Marktanteile an den Gästeübernachtungen aus dem Ausland.

⁴ www.touristiker-nrw.de

Die Quellmärkte des Rheinlands weisen eine relativ breit gefächerte Struktur auf: So vereinten die Top-5-Quellmärkte 2016 „nur“ 41 % aller Auslandsübernachtungen auf sich. In Nordrhein-Westfalen beispielsweise lag der entsprechende Wert bei rund 47 %. Die wichtigen ausländischen Quellmärkte des Rheinlands zeigten folgende Auffälligkeiten:

- Im Mittelfristvergleich legten besonders die Übernachtungen aus den Niederlanden zu. Das Wachstum entfiel maßgeblich auf das Reisegebiet Eifel und Region Aachen, wo unter anderem bei Niederländern beliebte und zum Teil neu errichtete Ferienzentren liegen. In den übrigen Regionen des Rheinlands verlief die Nachfrage aus dem Top-Quellmarkt deutlich verhaltener. Auffällig ist der Nachfragerückgang in den letzten beiden Jahren, was auch auf die konjunkturelle Lage im westlichen Nachbarland zurückzuführen ist, obgleich andere Wettbewerbsregionen bereits wieder Zuwächse verbuchen konnten.
- Zu den Newcomern der letzten Jahre zählen Polen, China und die Arabischen Golfstaaten, die sich mittlerweile unter den Top-11-Quellmärkten befinden. Bei Polen ist allerdings wie bei allen osteuropäischen Quellmärkten auf den möglichen Einfluss berufsbedingter Gründe hinzuweisen (zum Beispiel Saisonkräfte, Monteure). Und China wie die Arabischen Golfstaaten sind nach wie vor sehr volatil.
- Die Fernmärkte aus Asien gewannen kontinuierlich an Marktanteilen hinzu, während die Übernachtungsnachfrage aus den USA absolut zwar stieg, jedoch an Marktanteilen verlor.
- Als sehr robust in ihrer Entwicklung und kaum von externen Rahmenbedingungen beeinflusst erwiesen sich die Quellmärkte Schweiz, Österreich und Frankreich. Insbesondere bei Reisenden aus der Schweiz und Österreich steht das Reiseland Deutschland hoch im Kurs.
- Das Vereinigte Königreich verbuchte unter anderem aufgrund des Brexits und eines aus Quellmarksicht schlechteren Wechselkurses (Reisen nach Deutschland wurden teurer) Übernachtungsrückgänge, z.B. in Köln. Noch deutlicher sanken die Gästezahlen aus Russland, und das nun schon im dritten Jahr in Folge. Grund dafür dürften die politischen Rahmenbedingungen und die dortige Wirtschaftsentwicklung sein.

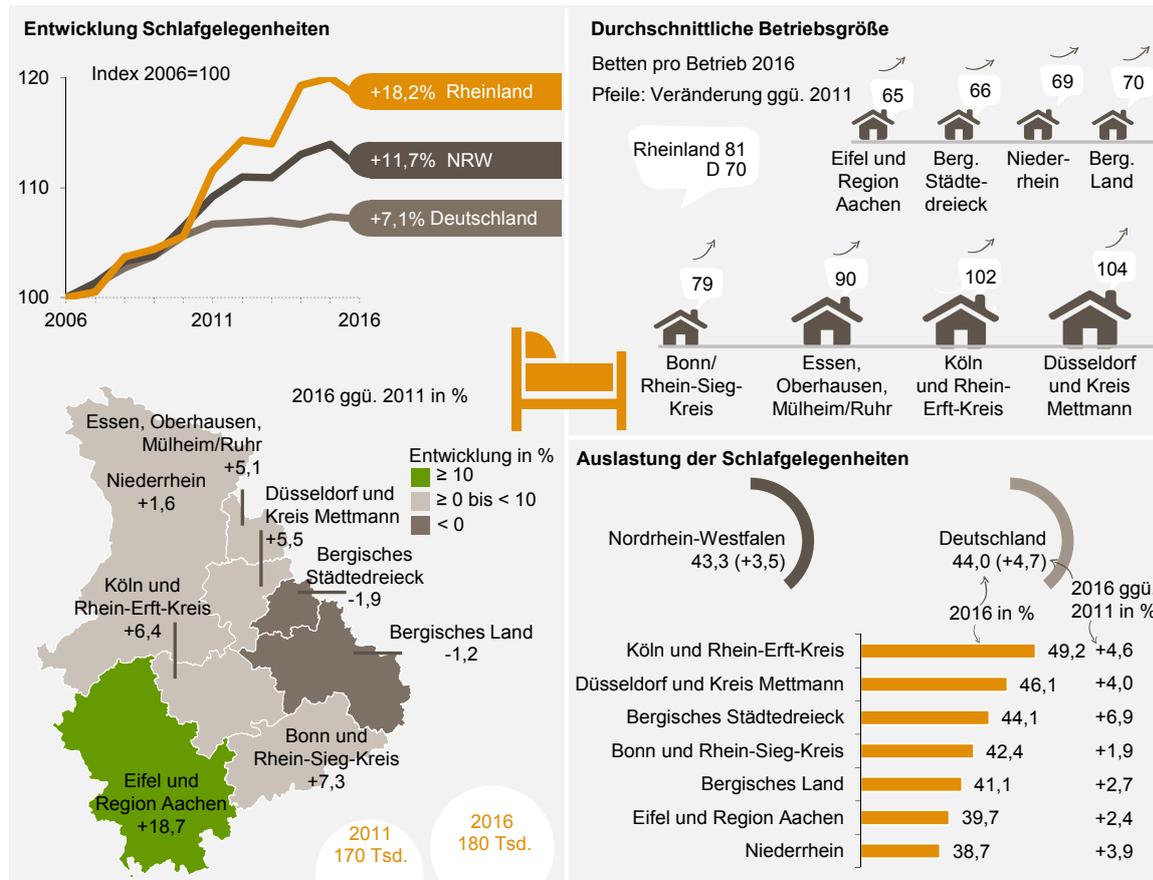
Die mittel- und kurzfristigen Entwicklungen machen deutlich: 1. Auf traditionelle Top-Märkte im In- und Ausland kann man in Krisenzeiten zählen. 2. Wachstum im Incoming-Tourismus ist kein Selbstläufer und erfordert langfristige Strategien. 3. Echte Trends werden weder auf lokaler noch auf regionaler Ebene gemacht, sondern erfordern eine übergreifende Marktbearbeitung und damit Kooperationen. Für Letztere gibt es bereits viele gute Ansätze im Rheinland, die es auszubauen gilt.

3 Touristisches Angebot

Seit Jahren stiegen die Beherbergungskapazitäten im Rheinland, mitunter sogar deutlich. 2015 aber setzte eine Trendwende ein, und die Entwicklung flachte etwas ab, 2016 sank die Zahl der Schlafgelegenheiten erstmals wieder. Diese Entwicklung ist in allen Reisegebieten zu beobachten. Dies könnten Hinweise auf eine beginnende Reifephase und Marktberreinigung sein, in der sich andere Regionen Deutschlands bereits seit längerem befinden. >> Anhang 2 und 4

- Mittelfristig ging die Zahl der Betriebe in allen Regionen zurück. An Schlafgelegenheiten verloren nur das Bergische Land und das Bergische Städtedreieck. Am Niederrhein stieg ihre Zahl nach Schwankungen in den Vorjahren leicht an. Insgesamt nimmt die Betriebsgröße also zu, was die kleineren und mittleren Betriebe zunehmend unter Druck setzt. Inwiefern sich hierin die reale Entwicklung widerspiegelt, oder ob auch statistische Effekte eine Rolle spielen, lässt sich nicht konkret ausmachen.
- Die vier städtischen Regionen um Bonn, Köln, Düsseldorf und Essen wiesen im Fünfjahresvergleich eine hohe Angebotsdynamik auf. Aber auch diese Regionen verbuchten im Vorjahresvergleich leichte Rückgänge der Bettenzahlen beziehungsweise stagnierten. Köln und Rhein-Erft-Kreis sowie Düsseldorf und Kreis Mettmann haben die mit Abstand größten Betriebe mit durchschnittlich über 100 Schlafgelegenheiten. Ausschlaggebend sind die vielen Kettenhotels in den beiden Rheinmetropolen. Dabei geht eine größere Betriebsstruktur häufig mit einer besseren Wettbewerbsfähigkeit einher. Genauso charakteristisch ist eine höhere Auslastungsquote der Betriebe in Städten und städtischen Regionen. >> Anhang 9 und Anhang 10
- Wie erwähnt vollzog das Reisegebiet Eifel und Region Aachen einen Kapazitätssprung zwischen 2012 und 2014. Die gleichzeitig gestiegene Auslastung spricht für ein gesundes touristisches Wachstum der Region.
- Die Auslastung der Schlafgelegenheiten aller acht Regionen befand sich 2016 auf einem guten Niveau. Sie reichte von 38,7 % am Niederrhein bis 49,2 % in Köln und Rhein-Erft-Kreis. Erfreulich: Im gesamten Rheinland stieg die Auslastung der Schlafgelegenheiten, am stärksten in den städtischen Regionen um Köln und Düsseldorf sowie im Bergischen Städtedreieck. >> Abb. 5
- Die drei Städte Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr erreichten 2016 Auslastungsquoten zwischen 32,4 % in Mülheim an der Ruhr und 55,6 % in Oberhausen. Damit liegt Oberhausen deutlich über, Essen leicht über und Mülheim an der Ruhr unter dem Durchschnitt von NRW (43,3 %). Die recht große Bandbreite des Auslastungsniveaus ist auf die Angebotsstruktur innerhalb der Städte zurückzuführen. >> Kap. II, 5, Anhang 10

Abb. 5: Touristisches Angebot im Rheinland⁵



Quelle: dwif 2017, Daten Statistisches Bundesamt, IT.NRW sowie eigene Berechnungen

⁵ 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, siehe Anhang 10). 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 oder die durchschnittliche Auslastung beziehen sich dagegen auf den gesamten Zeitraum eines Jahres. Dieses Prinzip zieht sich durch den gesamten Bericht einschließlich der Datenanhänge.

4 Betriebstypen im Vergleich⁶

Volumenmarkt Hotels mit solidem Wachstum

Die Hotels sind im Rheinland ebenso wie bundesweit das Segment mit den meisten Übernachtungen. Sowohl im Kurz- als auch im Mittelfristvergleich fand ein kontinuierliches Wachstum statt. Einzig Köln und Rhein-Erft-Kreis erlebte 2016 gegenüber 2015 Übernachtungsrückgänge in der Hotelnachfrage. Zwischen 2011 und 2016 stieg die Nachfrage nach Hotelübernachtungen im Rheinland um rund 1,6 Millionen auf 13,5 Millionen an. Dies entspricht einer relativen Entwicklung von +13,0 % und liegt damit leicht unterhalb des Durchschnitts von Nordrhein-Westfalen. Bei der Entwicklung des Hotelmarktes spielt auch die Struktur eine wichtige Rolle. So ist in Köln etwa die Privathotellerie stark ausgeprägt. Potenziale liegen dort beispielsweise in den höheren Segmenten der (internationalen) Markenhotellerie, gerade auch mit Blick auf den Tagungs- und Kongressmarkt sowie das Messegeschäft.

Die Bettenauslastung der Hotels variierte 2016 relativ stark. Am Niederrhein und im Bergischen Land mit verhältnismäßig kleinen Hotels (64,6 bzw. 48,2 Betten pro Betrieb) lag sie bei unter 40 %, während sie in Köln und Rhein-Erft-Kreis sowie Düsseldorf und Kreis Mettmann mit anderen Strukturen und einer geringeren Saisonalität (135,7 bzw. 162,1 Betten pro Betrieb) deutlich darüber lag. >> Anhang 5

Neue Beherbergungsprojekte im Rheinland

In vielen Städten des Rheinlands kamen und kommen neue Beherbergungsbetriebe, darunter viele Betriebe der Hotellerie, auf den Markt. Eine Auswahl:

- *In Köln eröffnete im Sommer 2016 das erste Steigenberger Hotel der Stadt mit 305 Zimmern.⁷ Viele weitere sind bereits in der Planung oder im Bau.*
- *Düsseldorf weist mehrere Hotelprojekte mit Hunderten neuer Betten aus. Nach der Eröffnung des me and all hotels in Düsseldorf gibt es zum Beispiel schon Pläne für einen weiteren Standort mit 250 Zimmern im Stadtteil Oberkassel.⁸*
- *In Neuss werden in den beiden kommenden Jahren gleich zwei neue Hotels eröffnet: 2018 ein B&B-Hotel mit rund 100 Zimmern und 2020 ein Hotel der Choice Hotels Gruppe mit rund 300 Zimmern.⁹*
- *„niu Cobbles“, ein durchaus vielversprechender Name für ein neues Hotel in Essens zentraler Lage. Bereits im November 2017 stehen Geschäftsleuten und Globetrottern 147 Zimmer des ersten Hotels der Lifestyle-Marke niu zur Verfügung. Das Cobbles (oder auch Stückkohle auf Deutsch) bietet dem Gast ein einmaliges Hotelenerlebnis im industriellen Design – die einzigartige Geschichte der Stadt wird hier symbolisch erlebbar gemacht.¹⁰*
- *In Aachen eröffnete im Sommer 2017 ein Hampton by Hilton mit 164 Zimmern.*

⁶ 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).

⁷ www.steigenberger.com

⁸ www.tophotel.de

⁹ www.ahgz.de, www.rp-online.de

¹⁰ www.novumgroup.de

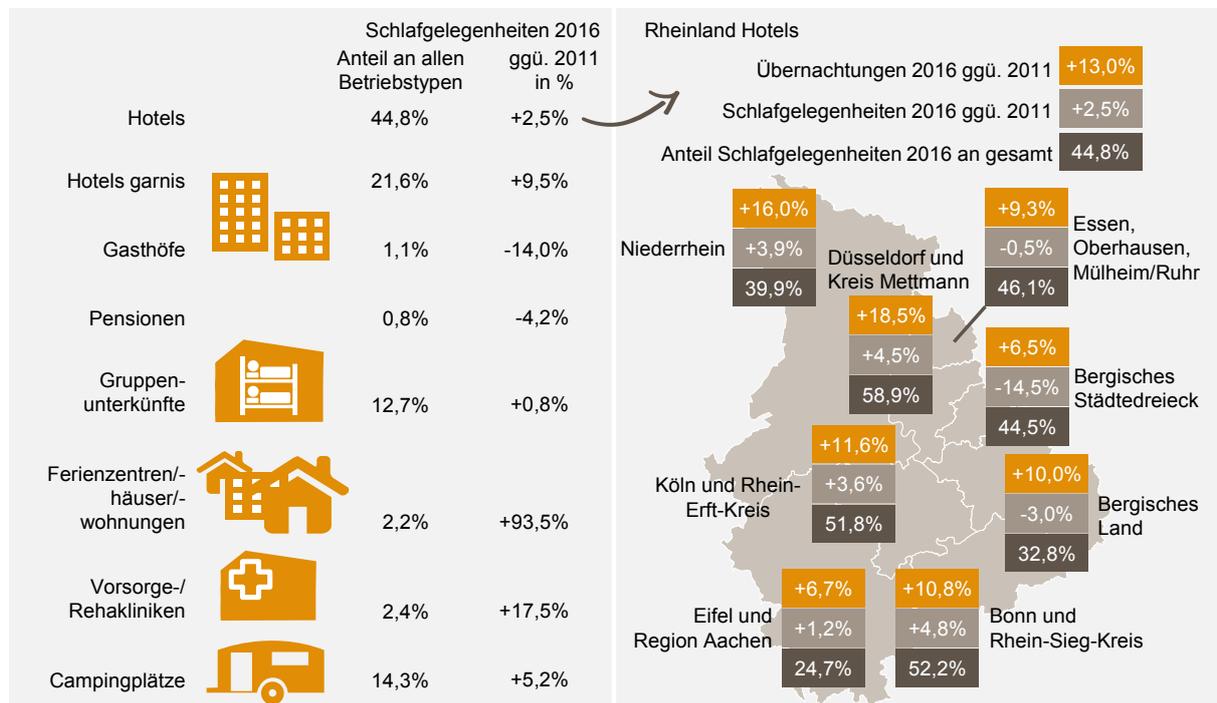
Wachstumssegment Hotels garnis

Die Hotels garnis, unter die auch Budget-Design-Betriebe wie Motel One und Ibis Budget fallen, sind deutschlandweit das Wachstumssegment Nummer eins. Auch im Rheinland ist dieser Trend zu beobachten: Zwischen 2011 und 2016 gingen mit 3.644 weiteren Betten ein Drittel aller zusätzlichen Schlafgelegenheiten auf das Konto der Hotels garnis. Ein großer Teil entfiel auf das Reisegebiet Eifel und Region Aachen, wo knapp 900 Betten hinzukamen. Die Bettenauslastung dieses Betriebstyps lag im Rheinland mehrheitlich bei über 40 %.

Gasthöfe und Pensionen: Geringe Bedeutung, geringe Auslastung

Die übrige Hotellerie spielt im Rheinland eine untergeordnete Rolle: Nur etwa 2 % aller Schlafgelegenheiten waren 2016 den Gasthöfen und Pensionen zuzuordnen. Sie kämpfen weiterhin mit Betriebschließungen und einer sinkenden Nachfrage. Positive Auswirkungen von Marktverdrängungsmechanismen (verbesserte Kennzahlen der bestehenden Betriebe) sind bislang nicht spürbar. Auslastung und Betriebsgröße der Gasthöfe und Pensionen bewegen sich seit Jahren auf einem relativ konstanten Niveau. In nahezu allen Regionen lag die Auslastung auch 2016 unter 30 %. Für die Zukunft sollte das Augenmerk vor allem auf die Professionalisierung und neue Vertriebswege gerichtet werden.

Abb. 6: Betriebstypen



Quelle: dwif 2017, Daten IT.NRW sowie eigene Berechnungen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres)

Gruppenunterkünfte suchen ihren Platz am Markt

Die Gruppenunterkünfte, also Jugendherberge/Hütten sowie Erholungs-/Ferien-/Schulungsheime, machten 2016 einen Anteil von 12,7 % aller Schlafgelegenheiten im Rheinland aus (Deutschland: 10,1 %). Nach einem Bettenausbau bis 2014 ging das Angebot danach wieder zurück. Wie stark sich hierin die reale Entwicklung widerspiegelt, oder ob statistische Effekte, auch die temporäre Nutzung als Flüchtlingsunterkünfte, eine Rolle spielen, lässt sich auf Basis der reinen Daten nicht sagen. Deutschlandweit war die Entwicklung mit einem leichten Plus von 4 % wenig dynamisch, im Rheinland jedoch war der Übernachtungszuwachs bei den Gruppenunterkünften in fast allen Regionen sogar unterdurchschnittlich.

Wachsende Bedeutung des Klinikmarktes

Die Vorsorge- und Rehakliniken spielen im Rheinland bislang kaum eine Rolle: Nur rund 2,4 % aller Schlafgelegenheiten entfielen 2016 auf diesen Betriebstyp. Dabei konzentrieren sich derzeit rund drei Viertel der Betten in diesem Segment auf die weniger städtisch geprägten Destinationen Eifel und Region Aachen, Niederrhein und Bergisches Land. Die Zahl der Betriebe stieg zwischen 2011 und 2016 um 8 auf 33, die Zahl der Betten um rund 700 beziehungsweise 17,5 % auf 4.629, während das Angebot in diesem Segment bundesweit stagniert. >> Abb. 6

Medizintourismus als lukratives Nischensegment

In Düsseldorf gewinnt der Medizintourismus an Bedeutung. Seit 2010 kümmert sich das aus 20 Medizinern bestehende Netzwerk MED (Medical Experts Dusseldorf) um die Behandlung von Patienten aus dem Ausland. Das aus Privatkliniken, Praxen im Bereich Ästhetische Chirurgie, Vorsorgespezialisten und Zahnärzten bestehende Netzwerk wird zunehmend in die touristische Vermarktung der Stadt, zum Beispiel im arabischen Raum, integriert. Hotels kümmern sich um die Vermittlung an das Ärztenetzwerk und um die Unterkunft der Medizintouristen.¹¹ Auch in Köln gibt es mit Health Cologne eine durch die KölnTourismus GmbH initiierte und durch die dortige IHK unterstützte Initiative zum Medizintourismus.

Ferienwohnungsmarkt auf Wachstumskurs

Auch der Ferienwohnungsmarkt erreicht im Rheinland insgesamt nur einen Marktanteil von 2,2 % an allen Schlafgelegenheiten. Vor allem in städtischen Regionen sind sie klassischerweise eher unterrepräsentiert, wobei sich die Zahl der Schlafgelegenheiten in Ferienwohnungen/-häusern in den letzten Jahren allerdings erhöht hat. Die positive Nachfrageentwicklung, wenn auch auf einem geringen absoluten Niveau, wurde seit 2011 durch einen Kapazitätsausbau befördert: Rund 2.000 Betten kamen innerhalb der letzten fünf Jahre hinzu, davon allein 75 % im Reisegebiet Eifel und Region Aachen. In städtischen Regionen macht sich die Attraktivität dieses Segments für Individualreisende insbesondere im nicht-gewerblichen Sektor bemerkbar, denn Sharing-Portale wie Airbnb und Co. gehen genau auf diese Bedürfnisse ein. Neben dem Bedarf neuer Monitoringinstrumente für dieses Segment stellen sich auch eine Reihe ganz handfester rechtlicher Fragen mit Blick auf einen fairen Wettbewerb gegenüber klassischen Beherbergungsbetrieben oder das Thema Zweckentfremdung.

¹¹ www.medical-experts-dusseldorf.com

Aktuelle Trends im Camping beachten

Der Campingtourismus erfreut sich deutschlandweit mit stetig neuen Angeboten in den Untersegmenten „Glamping“ (Luxuriöses Campen) und „Naturcamping“ wachsender Beliebtheit. Die Campingplätze des Rheinlands konzentrieren sich auf die eher ländlichen Regionen: Knapp drei Viertel aller Schlafgelegenheiten befanden sich 2016 in den Reisegebieten Eifel und Region Aachen sowie Niederrhein. Das Kapazitätsangebot wuchs um rund 1.400 auf 27.764 Schlafgelegenheiten auf den gewerblichen Campingplätzen. Um in Zukunft auf Nachfrageänderungen und Megatrends vorbereitet zu sein, gilt es, die relevanten Zielgruppen zu identifizieren und für diese individuell ausgerichtete Angebote zu kreieren. Strategisch sind zudem saisonverlängernde Maßnahmen und Themen wie Wintercamping oder Mieteinheiten in die Fortentwicklung einzubeziehen.

5 Destinationstypen im Vergleich

Städte und Wasser ziehen immer! Mit diesem Grundsatz hätte jedes Ranking der Destinationstypen in den vergangenen Jahren überschrieben sein können. Grundsätzlich gilt dies auch weiterhin, doch waren 2016 erstmals nicht die Städte die Gewinner – weder im Rheinland, noch bundesweit –, sondern die Küsten vor den Seen. Auch das Thema Sicherheit scheint in den deutschen Metropolen angekommen zu sein, in Zeiten, in denen Städte wie London oder Paris sogar lernen müssen, mit Einbußen umzugehen.

Mit #urbanana den Städtetourismus in Nordrhein-Westfalen stärken

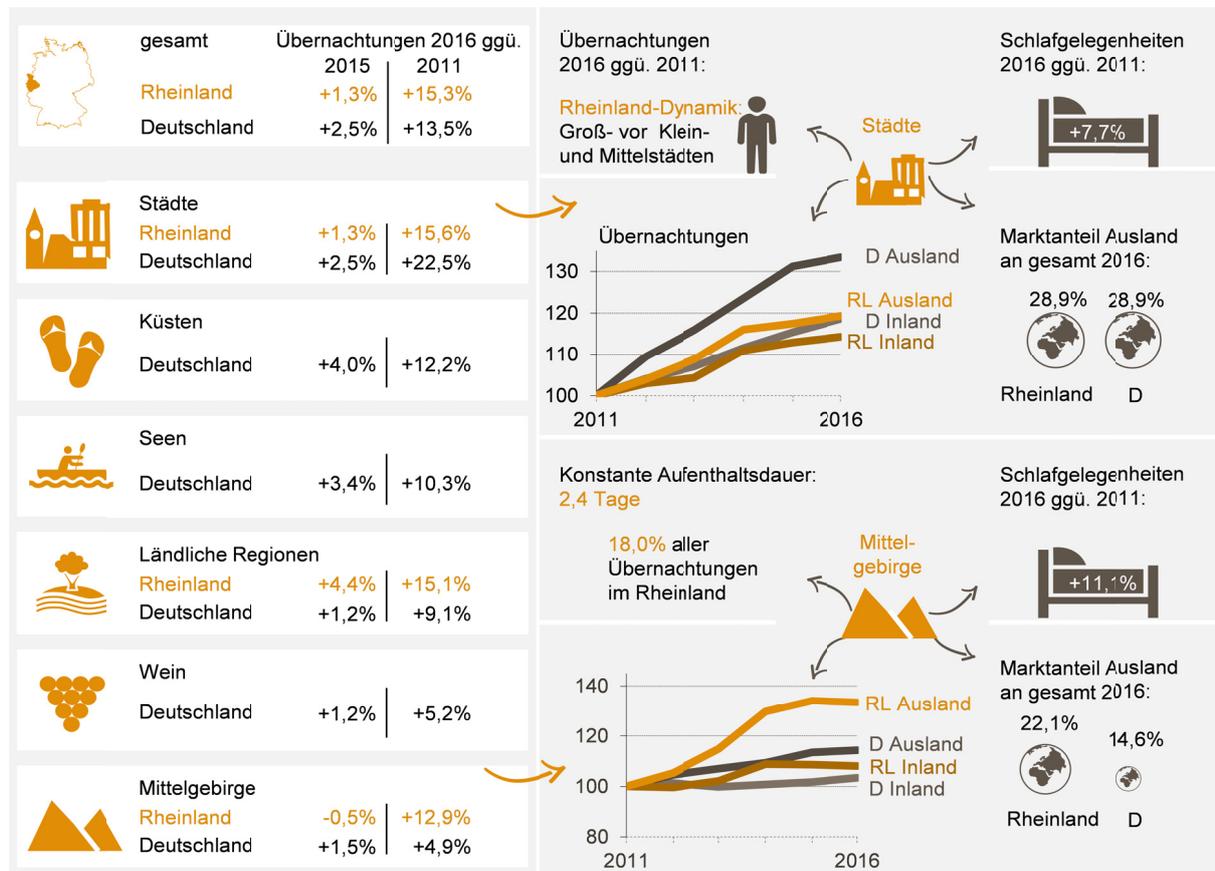
Wie Städtetourismus in Nordrhein-Westfalen jenseits von Besichtigungen und Shopping aussieht, soll das Projekt #urbanana aufzeigen. Um das Markenimage der urbanen Region auch international zu stärken, möchten die beteiligten Partner Ruhr Tourismus, Tourismus NRW, Düsseldorf Marketing und Tourismus sowie Köln Tourismus das kreative Potenzial der Städte in Rheinland und Ruhrgebiet in das Blickfeld Reisender und temporärer Bewohner rücken. Die #urbanana-Projekte thematisieren Festivals, Mode, Urban Art, digitale Szene und Musik und entstehen in enger Zusammenarbeit mit Vertretern der Kunst- und Kreativszene. So erstellte beispielsweise das Magazin Heimatdesign den zweisprachigen „Guide to the West“, einen Design-Reiseführer für Nordrhein-Westfalen.¹² Damit wird der zunehmende Trend zum New Urban Tourism – möglichst nah am „echten“ Leben der Stadtbevölkerung – aufgegriffen.

¹² www.nrw-tourism.com/urbanana

Städte mit hoher Dominanz im Rheinland

Der Städtetourismus ist und bleibt mittelfristig der Wachstumsgarant im Deutschland-Tourismus. Allerdings deuten die aktuellen Entwicklungen mit sinkenden Zuwachsraten auf die Notwendigkeit hin, konsequent weiter an Image und Bekanntheit sowie der Erschließung potenzialträchtiger Märkte zu arbeiten, touristische Netzwerke auszubauen und das Angebot (Gastgewerbe, Freizeitwirtschaft etc.) weiterzuentwickeln. Die 39 touristisch relevanten Städte des Rheinlands¹³ erreichten 2016 ein Übernachtungsvolumen von 21,6 Millionen und machten damit knapp 80 % aller Übernachtungen im Rheinland aus. Im Vorjahresvergleich erreichten sie in Summe ein ähnliches Entwicklungsniveau wie das Rheinland insgesamt. Die Halbjahreszahlen für 2017 deuten allerdings darauf hin, dass das Vorjahr nur ein Ausreißer war, denn die Nachfragedynamik zog wieder an.

Abb. 7: Destinationstypen im Wettbewerbsvergleich



Quelle: dwif 2017, Daten Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter, eigene Berechnungen (Schlafgelegenheiten inkl. Camping und im Juli eines Jahres)

¹³ Kriterium: ≥ 25 Tausend Einwohner und ≥ 100 Tausend Übernachtungen im Jahr

Folgende wichtige Erkenntnisse ergeben sich aus der kurz- und mittelfristigen Entwicklung: >> Abb. 7, Anhang 9, Anhang 10

- **Dominanz:** In Köln und Düsseldorf wurden zusammen rund 50 % aller Übernachtungen in den Städten des Rheinlands gezählt. Sie sind die wichtigsten Standorte für den Geschäftstourismus in Nordrhein-Westfalen und haben jeweils internationale Flughäfen mit rund 12 beziehungsweise 24 Millionen Fluggästen im Jahr.¹⁴ Die zehn anderen Großstädte¹⁵ vereinten rund 34 % der Übernachtungsnachfrage auf sich. Und die übrigen 18 % Marktanteil teilten die 24 kleinen und mittelgroßen Städte des Rheinlands unter sich auf.
- **Incoming schwach:** Im Vergleich zu den gesamtdeutschen Städten hinkte die Übernachtungsdynamik der rheinländischen Städte etwas hinterher. Vor allem bei der Auslandsnachfrage fiel die Entwicklungskurve der Städte im Rheinland deutlich flacher aus. Das Thema Internationalisierung und damit die Erschließung strategischer Auslandsmärkte birgt demnach weiteres Potenzial. Hier müssen Angebot und Marketing Hand in Hand gehen.
- **Geringe Saisonalität:** Die Saisonalität der Städte ist gering ausgeprägt und sorgt ganzjährig für eine vergleichsweise stabile Übernachtungsnachfrage. Insbesondere Messen und Veranstaltungen im MICE-Sektor tragen hierzu bei.
- **Großstädte vorn:** Die Großstädte entwickelten sich in der mittelfristigen Dynamik von Angebots (+9,6 %) und Nachfrage (+16,1 %) besser als die Mittel- und Kleinstädte (-0,1 bzw. +13,8 %). Im Kurzfristvergleich kehrte sich die Rangfolge um: Hier waren es vor allem die größeren Metropolen, die mit einem Übernachtungsplus von nur 1,2 % an Wachstumsdynamik einbüßten. Internationale Rahmenbedingungen fallen hier offensichtlich stärker ins Gewicht. Allerdings deuten die Zahlen für 2017 auf eine Rückkehr auf den mittelfristigen Entwicklungstrend hin. Gleichzeitig sind Mittel- und Kleinstädte zunehmend dabei, sich über eine klare Positionierung und gelebte Kooperationen erfolgreich am Markt zu platzieren.
- **Ein Blick auf die Übernachtungsintensität¹⁶ der Regionen des Rheinlands zeigt:** Die städtischen Regionen weisen die höchsten Intensitäten auf. Dies verdeutlicht eine wichtigere Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor, kann aber auch eine höhere Belastung für die Bevölkerung, Natur und Umwelt bedeuten. In weniger städtischen Regionen, wie beispielsweise in der Region Niederrhein, war die Übernachtungsintensität dreimal niedriger als in den großen Städtereionen um Köln und Düsseldorf. >> Anhang 6

¹⁴ www.dus.com, www.koeln-bonn-airport.de

¹⁵ Kriterium: ≥ 100 Tausend Einwohner und ≥ 100 Tausend Übernachtungen im Jahr

¹⁶ Übernachtungen je 1.000 Einwohner und Jahr

Mittelgebirge im Strukturwandel

Nahezu alle Mittelgebirgsregionen unterliegen weiterhin einem Strukturwandel. Davon sind das touristische Angebot (Marktberreinigung und Qualitätssteigerung) und die Positionierung (zum Beispiel thematisch) ebenso betroffen wie die Zielgruppenausrichtung. Die Devise lautet: Querdenken und mit innovativen Ideen auf sich aufmerksam machen. So kooperieren Skigebiete in Erzgebirge und Hochschwarzwald, indem der Hochschwarzwald seinen Saisonkarteninhabern eine Woche Pistenvergnügen im Erzgebirge schenkt und umgekehrt.

- Die deutschen Mittelgebirgsregionen erfreuen sich einer wachsenden Beliebtheit, deutschlandweit entwickelt sich der Destinationstyp langfristig positiv. Die rheinländischen Mittelgebirgsvertreter Bergisches Land sowie Eifel und Region Aachen entsprechen diesem Trend und zeigen sich langfristig und trotz des Abbaus von Kapazitäten sogar dynamischer als ihre bundesweiten Wettbewerber. Insbesondere Eifel und Region Aachen entwickelte sich in den vergangenen Jahren dank konsequenter Stärkung der touristischen Infrastruktur durch die öffentliche Hand und Privatinvestitionen in das Beherbergungsgewerbe sehr positiv.¹⁷ Die für „das Bergische“ typischen Fachwerkdörfer und historischen Ortskerne sind für diese Region vielversprechende Anziehungspunkte für Tages- und Übernachtungsgäste. Zudem machen zwei Qualitätsfernwanderwege und zahlreiche weitere Themenwanderwege (z.B. die "Bergischen Streifzüge"), die „Wanderland-App“, der „Bergische WanderBus“ und Wandergastgeber das bergische Wanderland erlebbar.¹⁸
- Erfreulich: In beiden rheinländischen Mittelgebirgen boomt im Vergleich zur Gesamtnachfrage der Incoming-Tourismus (+33,5 % ggü. 2011) – der Internationalisierungsgrad steigt weiter an. Ursächlich hierfür ist die Entwicklung in der Eifel und Region Aachen – um 42,9 % (gegenüber 2011) legten dort die ausländischen Übernachtungen zu.
- Allerdings: Im Vorjahresvergleich hat die Übernachtungsnachfrage in Eifel und Region Aachen an Fahrt verloren (± 0 % gegenüber 2015), auch das Bergische Land verbuchte in diesem Zeitvergleich einen Rückgang bei den Übernachtungszahlen.

Nationalpark Eifel zieht erfolgreiche Bilanz 2016

2016 war ein Jahr voller Ereignisse und Erfolge für den Nationalpark Eifel. Zum einen wurde das Nationalpark-Zentrum Eifel fertiggestellt. Es präsentiert die barrierefreie interaktive Dauer- und Erlebnisausstellung „Wildnis(t)räume“, womit das Informationsnetzwerk des Nationalparks nun vollständig ist. Zum anderen erhielt der Naturerkundungspfad „Wilder Weg“ den DB Award Tourismus für Alle. Seit 2007 hat sich die Zahl der Besucher des Nationalparks Eifel auf 870.000 nahezu verdoppelt. Die Gäste bringen 30 Millionen Euro Umsatz in die Nationalparkregion; und es entsteht ein Beschäftigungsäquivalent von 700 Personen.¹⁹

¹⁷ Der rheinland-pfälzische Teil der Eifel-Destination konnte den Anschluss allerdings nicht halten und entwickelte sich weniger stark. Ausschlaggebend dafür war unter anderem eine Verringerung der Angebotskapazitäten.

¹⁸ www.dasbergische.de

¹⁹ eifeler-presse-agentur.de, www.nationalpark-eifel.de, www.deutschebahn.com

III Wirtschaftliche Lage im Gastgewerbe

1 Konjunktur- und Marktentwicklung

Positive Konjunktur hebt die Marktstimmung im nordrhein-westfälischen Gastgewerbe

Die eingangs erwähnte starke touristische Nachfrage unterstreicht, dass die Rahmenbedingungen für das Gastgewerbe weiterhin gut sind. Trotz des turbulenten Jahres 2016 mit der Brexit-Entscheidung und der Präsidentenwahl in den USA, legte die deutsche Wirtschaft insgesamt um 1,9 % zu. Das durchschnittliche Wirtschaftswachstum der letzten fünf Jahre lag im Euroraum bei 0,9 %, in Deutschland bei 1,7 % jährlich. Die Arbeitslosenquote in Deutschland erreichte im Juni 2017 mit 3,8 % den zweitniedrigsten Wert in der EU nach Tschechien (2,9 %) und liegt damit deutlich unterhalb des EU-Durchschnitts von 7,7 %. Die langfristig positive Entwicklung ist somit auf dem Arbeitsmarkt, aber auch bei der Markteinschätzung der Unternehmen spürbar.

Umsätze steigen leicht

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 quasi flächendeckende positive Wirkung des „gefühlten“ guten Geschäftsklimas bei den Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben in Nordrhein-Westfalen:

- Nach einem Rückgang im Vorjahr hat sich der nominale Umsatz in Nordrhein-Westfalen 2016 weitgehend stabilisiert. Inflationsbereinigt bedeutete dies ein leichtes reales Wachstum von 0,9 % gegenüber dem Vorjahr. Damit lag Nordrhein-Westfalen nicht nur im Bundesdurchschnitt, sondern auch im Mittelfeld aller Bundesländer. >> Abb. 8
- Der Beherbergungssektor ist mit einem inflationsbereinigten Plus von 1,9 % deutschlandweit der Wachstumstreiber im Gastgewerbe. In Nordrhein-Westfalen erreichten die Beherbergungsbetriebe nach einigen schwierigen Jahren ein überdurchschnittliches reales Umsatzwachstum von 3,3 %. Die nordrhein-westfälischen Gastronomiebetriebe hingegen stagnierten wie schon im Vorjahr, bewegten sich mit einem realen Zuwachs von 0,1 % aber im Bundesdurchschnitt (+0,2 %).

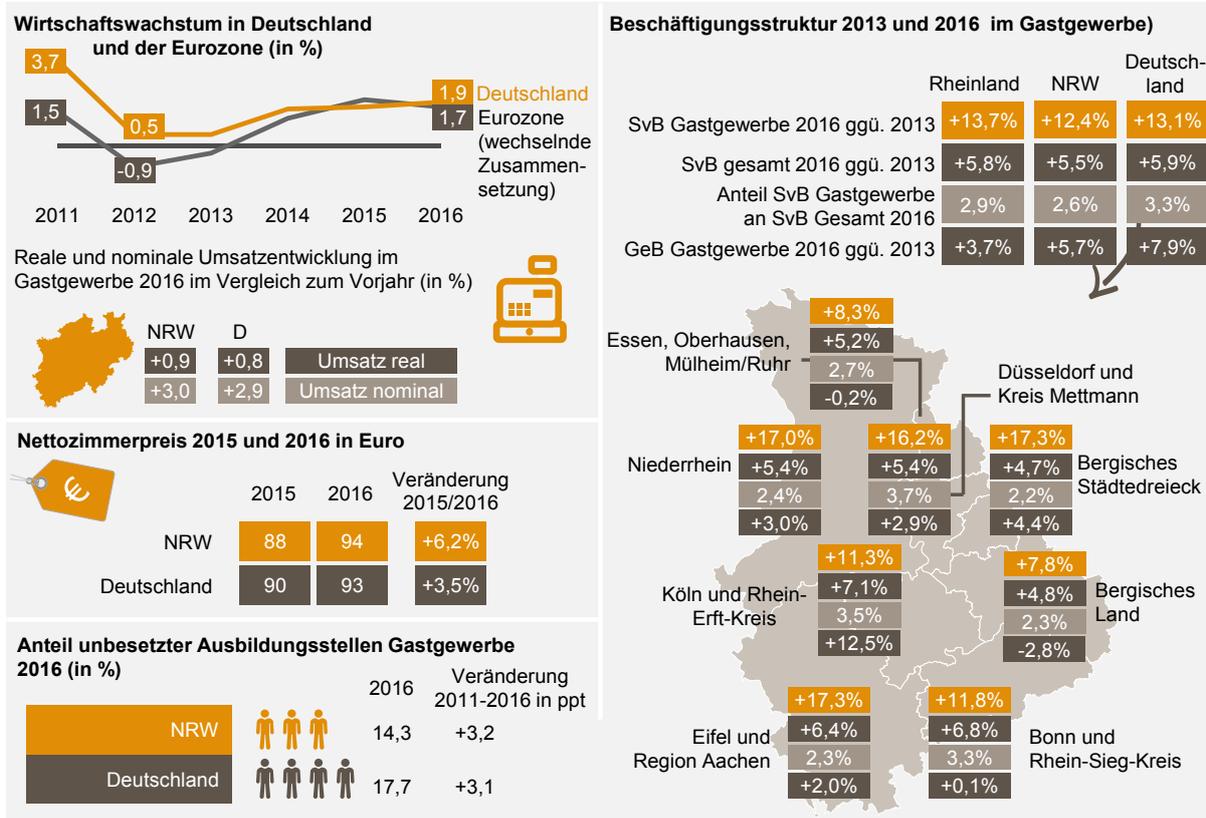
Zusätzlich zu den nur stichprobenartig erhobenen und hochgerechneten Daten zur Umsatzentwicklung wird auch die Umsatzsteuerstatistik betrachtet. Diese wird zwar zeitlich verzögert ausgewertet, bildet dafür aber die tatsächlich angefallenen „besteuerbaren“ Umsätze ab. Folgende Entwicklungen sind daran abzulesen:

- Von 2011 bis 2016 ging die Zahl der steuerpflichtigen Betriebe in Nordrhein-Westfalen von 44.915 auf 43.291 zurück, der durchschnittliche Umsatz pro Betrieb stieg jedoch an. Damit gab es zwar weniger Betriebe am Markt, die gleichzeitig aber leistungsfähiger geworden sind.
- Die steuerbaren Umsätze des nordrhein-westfälischen Gastgewerbes stiegen in den letzten fünf Jahren von 12,5 Milliarden auf 14,3 Milliarden Euro und damit um fast 15 %. Im Vergleich

zum Vorjahr gingen die Gesamtumsätze um rund 4 % nach oben. Gleiches gilt für die durchschnittlichen Umsätze pro Betrieb, die um 18,7 % beziehungsweise 4,1 % anstiegen.

- Das Beherbergungsgewerbe legte im Vergleich zum Vorjahr mit 5,0 % deutlicher zu als die Gastronomie (4,4 %), was auch der großen Anzahl neu eröffneter Betriebe geschuldet ist.

Abb. 8: Wirtschaftliche Entwicklung des Gastgewerbes



Quelle: dwif 2017, Daten Statistisches Bundesamt, Bundesagentur für Arbeit, IHA 2016/2017, EUROSTAT

Zimmerpreise und -auslastung in Nordrhein-Westfalen deutlich angezogen

Trotz des durchschnittlichen Sommerwetters 2016 steigerten vor allem die Ferienregionen an den Küsten erneut ihre Umsätze. Auch der Städtetourismus und der Geschäftsreiseverkehr erwiesen sich als stark, wenngleich nicht mehr in führender Position. Deutschland präsentiert sich zudem als attraktives Reiseland mit einem im internationalen Vergleich guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Die höheren Umsätze sind unter anderem bedingt durch Zuwächse bei Preisen und Auslastung:

- Die durchschnittlichen Nettozimmerpreise stiegen deutschlandweit um 3,5 % (2016 gegenüber 2015). In Nordrhein-Westfalen legten die Preise mit 6,2 % noch kräftiger zu. Mit einem durchschnittlichen Zimmerpreis von 94 Euro lag Nordrhein-Westfalen nun fast gleichauf mit dem Bundesdurchschnitt (93 Euro). >> Abb. 8
- Treiber hinsichtlich der Preise im Rheinland sind eindeutig die großen Städte. Allein in Düsseldorf zogen die Zimmerpreise um 13,5 % an und lagen 2016 bei 115 Euro pro Nacht. Ebenfalls über dem deutschlandweiten Schnitt lag Köln mit 96 Euro je Nacht. Essen hat deutlich aufgeholt und bietet nun die Zimmer für durchschnittlich 86 EUR die Nacht an (2015: 78 EUR). Lediglich in Bonn sanken die Zimmerpreise auf 81 Euro je Nacht.

- Trotz der Preissteigerung in Nordrhein-Westfalen stieg die Zimmerauslastung 2016 um 1,9 % gegenüber 2015 auf 69,4 % und nähert sich damit dem bundesdeutschen Durchschnitt von 71,0 %. Diese Aussage ist auch auf die großen Städte im Rheinland übertragbar. Trotz teilweise erheblich besserer Auslastung liegt aber nur Köln mit 73,4 % über dem Bundeswert.
- Werden Preis- und Auslastungswerte zusammengesetzt, errechnet sich die für die Hotellerie wesentliche Kennzahl RevPAR.²⁰ Diese Profitabilitätskennzahl konnte aufgrund der verbesserten Auslastung im nordrhein-westfälischen Beherbergungsgewerbe um 8,2 % gesteigert werden und lag im Jahr 2016 bei 65 Euro Erlös je verfügbares Zimmer. Damit ist das Niveau des deutschlandweiten Werts nahezu erreicht (66 Euro). Spitzenreiter im RevPAR sind häufig die großen Städte, im Rheinland vor allem Düsseldorf (80 Euro) und Köln (70 Euro).

Weniger Insolvenzfälle, mehr Neugründungen

Von der erkennbaren Marktbereinigung, die 2003 begann und über die weltweite Wirtschafts- und Finanzkrise hinweg bis 2012 anhielt, konnte sich das nordrhein-westfälische Gastgewerbe insgesamt weitgehend erholen. Erstmals seit 2002 lag die Zahl der eröffneten Insolvenzverfahren unter der Grenze von 1.000 Fällen pro Jahr. Im Vergleich zum Vorjahr (1.016) wurden 106 Unternehmensinsolvenzen weniger gemeldet. Dabei sind die mittelständischen Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe aufgrund ihrer Strukturen und vor dem Hintergrund ihrer betriebswirtschaftlichen Kennzahlen besonders insolvenzgefährdet. Der Anteil der Verfahren im Gastgewerbe an den Verfahren aller Branchen betrug immerhin 14 %.

Wegen der rückläufigen Insolvenzen schrumpfte auch der Überhang von Gewerbeabmeldungen im Vergleich zu den Gewerbeanmeldungen, sowohl bundesweit als auch in Nordrhein-Westfalen. Auffällig ist die Verteilung innerhalb des Gastgewerbes: Während es 2015 bei den Beherbergungsbetrieben 60 Abmeldungen mehr gab als Anmeldungen, haben 2016 fast 100 Betriebe mehr an- als abgemeldet. Damit ist das Angebot im Beherbergungsgewerbe angestiegen. In der Gastronomie ist weiterhin eine leichte Marktbereinigungstendenz erkennbar. Wie im Vorjahr standen den fast 11.000 Anmeldungen im Jahr 2016 knapp 11.500 Abmeldungen gegenüber. Erfreulich ist die starke Gründungsaktivität in Nordrhein-Westfalen. Mit über 8.000 Neugründungen wurde wie schon 2015 jeder siebte neue Betrieb im deutschen Gastgewerbe in Nordrhein-Westfalen gegründet.

Veränderte Beschäftigungsstruktur bei steigenden Beschäftigungszahlen

Die Stellenzahl im deutschen wie im nordrhein-westfälischen Gastgewerbe ist in der letzten Dekade konstant gewachsen. Allein zwischen 2013 und 2016 stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Nordrhein-Westfalen um rund 18.650 und damit um 12,4 %. Die Anzahl an ausschließlich geringfügig Beschäftigten stieg im gleichen Zeitraum mit 0,9 % nur minimal an. Die Gesamtentwicklung auf dem Arbeitsmarkt lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Das Gastgewerbe ist weiterhin ein Jobmotor, und die Branche wird gesamtwirtschaftlich relevanter. Im Rheinland stieg der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im

²⁰ Revenue per available room: durchschnittliche Nettozimmer rate pro verfügbarem Zimmer (Profitabilitätskennzahl)

Gastgewerbe an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von 2,7 % auf 2,9 %. In Nordrhein-Westfalen stieg sie im gleichen Zeitraum von 2,4 % auf 2,6 %.

- Die Einführung des Mindestlohns zeigt Wirkung. Alle elf Tarifgruppen im nordrhein-westfälischen Gastgewerbe lagen 2016 über den gesetzlich festgelegten 8,50 Euro. Zudem wurde der gesetzliche Mindestlohn im Januar 2017 auf 8,85 Euro erhöht.
- Dies wirkt sich zunehmend auf die Beschäftigtenstruktur aus. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stieg – wie eingangs beschrieben – im Vergleich zu den geringfügig Beschäftigten überproportional stark an. Trotzdem zählten 2016 noch über 55 % aller Beschäftigten im nordrhein-westfälischen Gastgewerbe zu den geringfügig Beschäftigten. Im Rheinland waren es nur rund 51 %. Die enorme Durchdringung der Mini-Jobs im Gastgewerbe zeigt sich im Vergleich zur Gesamtwirtschaft: Hier machten die geringfügig entlohnten Beschäftigten im Rheinland und in Nordrhein-Westfalen nämlich nur rund 20 % aus.
- Eine weitere große Herausforderung besteht in der Besetzung offener Ausbildungsstellen. In Nordrhein-Westfalen lag der Anteil unbesetzter Ausbildungsstellen im Gastgewerbe 2016 bei 14,3 %. Damit fehlte für gut jede sechste Lehrstelle der passende Nachwuchs. Bezogen auf alle Branchen blieb jedoch nur jede 15. Ausbildungsstelle vakant. Daran zeigt sich einmal mehr, wie stark das Gastgewerbe von dem Fachkräfte- und Nachwuchsmangel betroffen ist. Insgesamt blieben im nordrhein-westfälischen Gastgewerbe im Jahr 2016 mehr als 930 Ausbildungsstellen unbesetzt.

2 Saisonumfrage der IHK

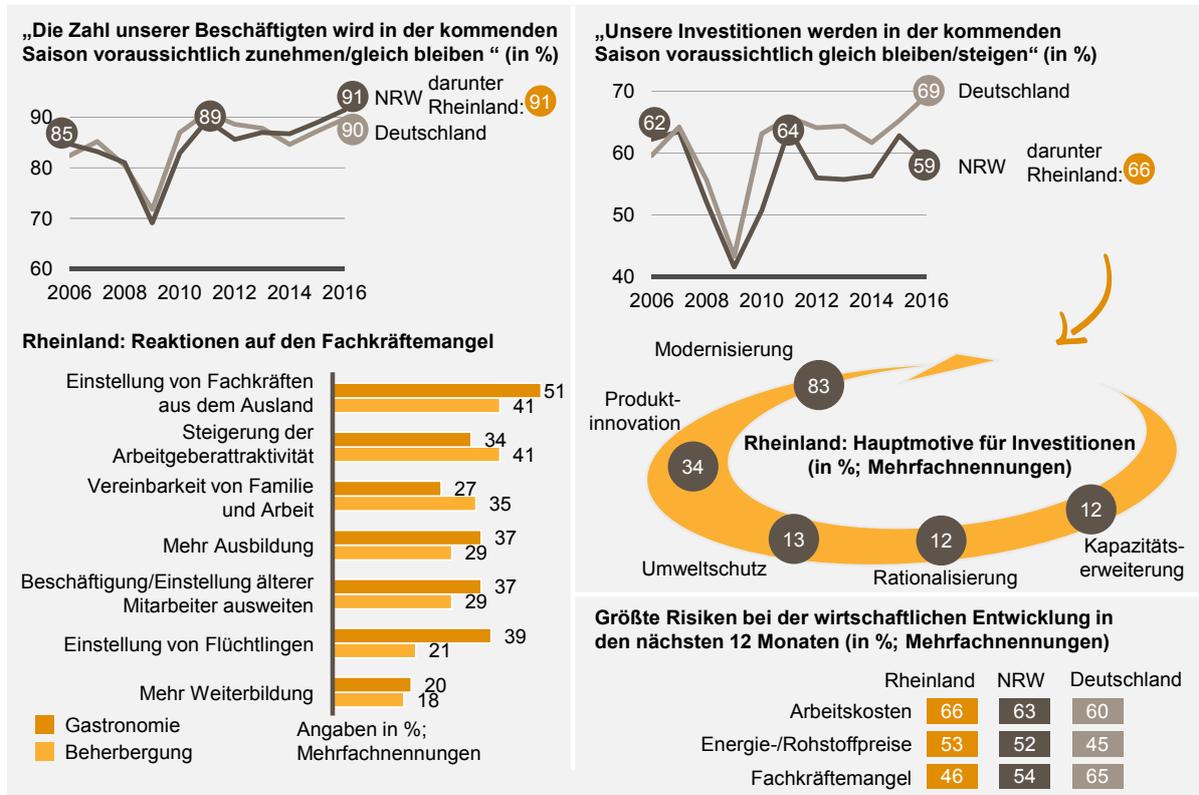
Den aufgeführten Kennzahlen nach zu urteilen, müsste die Stimmung auf dem Markt gut sein. Und tatsächlich bewerten bundesweit wie auch in Nordrhein-Westfalen und im Rheinland jeweils über 90 % der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe die Geschäftslage des vergangenen Jahres als gut bis befriedigend. Besonders gut ist die Stimmung in den Kammerbezirken Köln und Essen. Befragt nach der Entwicklung für die kommende Saison, fiel die Bewertung der zukünftigen Geschäftslage etwas gedämpfter aus. Knapp 82 % der gastgewerblichen Unternehmen im Rheinland sehen einer stabilen bis steigenden Geschäftslage entgegen. Ein wenig verhaltener sind die Unternehmen in Krefeld, Essen und Duisburg in ihrer Einschätzung.

Fachkräftemangel stellt Risiko für Geschäftsentwicklung dar

Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung des eigenen Unternehmens werden hauptsächlich in einem Anstieg der Arbeits- und Energiekosten sowie im Fachkräftemangel gesehen. Deutschlandweit befürchten 65 % der Unternehmen, ihre freien Stellen nicht angemessen besetzen zu können. In Nordrhein-Westfalen wird der Mangel an Fachkräften nicht ganz so kritisch beurteilt (54 %), während im Rheinland sogar nur weniger als die Hälfte der Unternehmen (46 %) Besetzungsprobleme befürchten. Auch sich ändernde politische Rahmenbedingungen sind ein Risikofaktor für das Gastgewerbe. 47 % der Unternehmen im deutschen Gastgewerbe sehen dadurch mögliche negative Beeinträchtigungen für ihr Geschäft. Im Rheinland fällt diese Einschätzung optimistischer aus (31 %), sicherlich auch bedingt durch die starke Binnennachfrage in Nordrhein-Westfalen. Schwan-

kende Nachfragen in Beherbergung und Gastronomie und mögliche Finanzierungsprobleme hingegen gelten insgesamt als weniger risikobehaftet. >> Abb. 9

Abb. 9: Markteinschätzungen aus der IHK-Saisonumfrage



Quelle: dwif 2017, DIHK/IHK-Initiative Rheinland

Der Fachkräftemangel liegt vor allem in dem schlechten Image der Branche begründet. Vergleichsweise viele Überstunden, geringe Löhne und mangelnde Perspektiven sorgen langfristig für ein Defizit an qualifizierten Arbeitskräften. Im rheinländischen Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe kann jeweils ein Drittel der Betriebe seine offenen Stellen längerfristig nicht besetzen. Diese Einschätzung deckt sich mit der oben genannten, eher geringfügigen Risikoeinschätzung beim Thema Fachkräftemangel im Rheinland. Denn in Nordrhein-Westfalen (38 %) und auch bundesweit (48 %) gibt ein größerer Anteil der Betriebe an, keine passenden Arbeitskräfte zu finden. Dennoch darf diese Entwicklung nicht unterschätzt werden, zumal der Nachwuchsmangel mit Blick auf die offenen Stellen die Situation künftig verschärfen wird. Dabei ist die Gastronomie deutlich stärker betroffen als das Beherbergungsgewerbe. Gesucht werden in der Gastronomie vor allem Köche und Restaurantfachkräfte; das Beherbergungsgewerbe sucht vornehmlich nach Rezeptionisten und Reinigungskräften, aber auch nach Service- und Küchenfachkräften.

Über die Hälfte der Betriebe im Rheinland sucht somit nach Angestellten mit der Qualifikation einer abgeschlossenen Ausbildung im Gastgewerbe. Deutschlandweit geben sogar fast zwei Drittel der Betriebe an, keine ausgebildeten Fachkräfte zu finden. Dies liegt zum einen an der oben erwähnten Hürde, überhaupt passenden Nachwuchs für die Lehrstellen zu finden, zum anderen an der geringen Übernahmequote von Auszubildenden nach Abschluss ihrer Lehrzeit. Knapp jeder zweite Betrieb gab auch an, keine Mitarbeiter für Positionen ohne abgeschlossene Berufsausbildung zu fin-

den. Die Besetzung von Stellen, für die ein Hochschul- oder Meisterabschluss erforderlich ist, verläuft für die Unternehmen im Gastgewerbe wesentlich erfolgreicher.

Besetzungsprobleme in der Branche trotz steigender Beschäftigungszahlen

Die Führungskräfte im Gastgewerbe ergreifen eine Vielzahl von Maßnahmen, um diesem Trend entgegenzusteuern. Dazu gehören neben Ausbildungsinitiativen und Weiterbildungsangeboten vor allem Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Imagekampagnen zur Steigerung der Attraktivität der Unternehmen sowie die verstärkte Akquise von älteren Mitarbeitern und Arbeitskräften aus dem Ausland. Insbesondere in der Möglichkeit, Flüchtlinge einzustellen, sieht die Branche nach eigenen Angaben eine Chance, um offene Arbeits- und Ausbildungsstellen zu besetzen. Etwa ein Drittel der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe im Rheinland und in Deutschland gibt an, als Gegenstrategie zum Fachkräftemangel Flüchtlinge einstellen zu wollen, insbesondere als Aushilfskräfte. Weniger als ein Drittel der Unternehmen kann sich allerdings vorstellen, tatsächlich Ausbildungsplätze für Flüchtlinge anzubieten.

Insgesamt plant die überwiegende Mehrheit (91 %) der rheinländischen Betriebe mit stabilen bis leicht steigenden Beschäftigtenzahlen. Damit deckt sich die Einschätzung mit der Meinung der Betriebe in Nordrhein-Westfalen (91 %) und bundesweit (90 %). Die Betriebe in Köln und Krefeld sehen sogar zu 100 % eine mindestens gleichbleibende Zahl an Beschäftigten. >> Abb. 9

Modernisierungsinvestitionen haben Priorität

Entsprechend der guten konjunkturellen Lage ist auch die Investitionsbereitschaft der Betriebe als sehr hoch einzuschätzen. Über 83 % der gastgewerblichen Betriebe im Rheinland wollen 2017 weitere betriebliche Investitionen tätigen. Dabei planen zwei Drittel der Befragten, mindestens genauso viel oder mehr in ihr Unternehmen zu investieren. Deutschlandweit geben sogar 70 % der Unternehmen an, ihre Investitionen in der kommenden Saison stabil halten oder erhöhen zu wollen. In Nordrhein-Westfalen insgesamt liegt die Investitionsbereitschaft mit 59 % auf einem vergleichsweise niedrigen, mit Blick auf die letzten Jahre aber stabilen Niveau. >> Abb. 9

Wenn es um die Art der Investitionen geht, geben vier von fünf Unternehmen im Rheinland an, ihre Anlagen und Infrastruktureinrichtungen modernisieren zu wollen. In Nordrhein-Westfalen liegt der Anteil der Unternehmen mit Modernisierungsvorhaben sogar noch höher (86 %). Im Gastgewerbe besteht allerdings auch in vielen Regionen klassischerweise ein gewisser Investitionsstau. Gut ein Drittel der Betriebe plant auch 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 23 % der Unternehmen ihre Produktentwicklung stärken. Die Investitionsfelder Kapazitätserweiterung, Umweltschutz und Rationalisierung liegen im Investitionsranking der rheinländischen Unternehmen ungefähr gleichauf (12 bis 14 %). Auffällig ist, dass Rationalisierungs- und Umweltschutzvorhaben in Nordrhein-Westfalen und Deutschland insgesamt einen höheren Stellenwert haben als im Rheinland. Unternehmen, die in diesem Jahr nicht in ihre Infrastruktur investieren, könnten dafür freie finanzielle Mittel alternativ für Weiterbildungsmaßnahmen, Gehaltssteigerungen oder Vertriebs- und Marketingaktivitäten verwenden.

Anhang

Anhang 1: Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten und auf Campingplätzen 2016

	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	48,3	2	2,6	3.769	4	2,0	52,0	2	2,5
Bayern	85,6	1	3,0	5.209	1	3,3	90,8	1	3,1
Berlin	30,9	6	2,7	119	15	12,4	31,1	6	2,7
Brandenburg	11,8	12	3,1	1.127	8	1,0	12,9	12	2,9
Bremen	2,3	16	1,4	78	16	-3,9	2,4	16	1,2
Hamburg	13,2	11	5,5	138	13	3,8	13,3	11	5,5
Hessen	31,5	5	1,4	1.126	9	-0,1	32,6	5	1,3
Meckl.-Vorpommern	25,3	7	2,0	4.950	2	7,1	30,3	7	2,8
Niedersachsen	38,4	4	2,9	4.391	3	9,2	42,8	4	3,5
Nordrhein-Westfalen	47,9	3	2,0	1.662	7	-0,7	49,6	3	1,9
Rheinland-Pfalz	19,4	9	0,8	2.464	6	-0,8	21,9	9	0,6
Saarland	2,9	15	1,5	133	14	-2,5	3,0	15	1,3
Sachsen	18,1	10	0,2	622	10	-2,2	18,8	10	0,1
Sachsen-Anhalt	7,4	14	2,2	378	12	7,6	7,8	14	2,4
Schleswig-Holstein	24,5	8	3,7	3.740	5	6,8	28,2	8	4,1
Thüringen	9,2	13	-0,9	558	11	11,9	9,7	13	-0,2
Deutschland	416,7		2,4	30.462		4,2	447,2		2,5

Quelle: dwif 2017, Daten Statistisches Bundesamt

Anhang 2: Kapazitäten und deren Auslastung 2015 und 2016 (einschließlich Campingplätze)

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlaf- gelegenheiten (Tsd.)		Auslastung angebotene Schlafge- legenheiten (%)		Auslastung angebotene Betten der Hotellerie (%)	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Baden-Württemberg	6.701	6.644	394,4	396,1	38,6	39,2	43,0	43,6
Bayern	12.191	12.107	703,2	697,6	36,9	38,0	42,7	43,5
Berlin	814	789	140,7	143,7	59,3	59,7	61,2	61,4
Brandenburg	1.655	1.650	125,5	125,3	32,5	33,0	37,9	39,3
Bremen	119	115	14,9	14,7	44,4	44,6	44,5	46,2
Hamburg	352	362	59,0	60,7	59,3	60,2	60,7	31,5
Hessen	3.494	3.421	251,8	253,1	37,5	37,9	41,2	41,5
Meckl.-Vorpommern	2.851	2.782	278,5	276,3	34,2	35,8	45,2	46,8
Niedersachsen	5.421	5.570	389,5	391,0	32,5	33,3	37,9	38,9
Nordrhein-Westfalen	5.279	5.136	376,0	368,6	36,8	37,9	40,1	41,1
Rheinland-Pfalz	3.537	3.496	231,2	232,6	28,8	29,8	32,8	33,6
Saarland	252	263	23,8	24,2	37,7	38,2	35,2	35,9
Sachsen	2.122	2.069	148,8	145,0	38,1	38,6	41,2	41,8
Sachsen-Anhalt	1.134	1.088	73,9	73,7	31,0	31,7	34,7	35,9
Schleswig-Holstein	4.069	3.952	258,0	256,6	35,8	37,0	47,2	49,1
Thüringen	1.330	1.329	107,0	108,5	34,7	34,1	36,5	36,7
Deutschland	51.321	50.824	3.576,2	3.567,8	37,0	37,9	43,0	43,9

Quelle: dwif 2017, Daten Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres; siehe auch Fußnote 5 auf Seite 14)

Anhang 3: Nachfrage in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten und auf Campingplätzen nach Reisegebieten 2016

	Ankünfte	Übernach- tungen (ÜN)	Aufent- halts- dauer (Tage)	ÜN Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	Übernach- tungen Ausländer	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	Ausländer- anteil (%)
Nordrhein-Westfalen	22.148.062	49.596.890	2,2	1,9	10.417.143	2,7	21,0
Rheinland	13.863.884	27.325.159	2,0	1,3	7.315.936	1,6	26,8
Eifel und Region Aachen	1.237.571	2.940.804	2,4	0,0	815.582	-0,2	27,7
Niederrhein	2.111.450	4.364.023	2,1	4,4	881.460	9,0	20,2
Bergisches Land	620.721	1.603.651	2,6	-1,3	187.065	-1,4	11,7
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	1.424.914	2.863.984	2,0	1,2	522.878	-2,3	18,3
Köln und Rhein-Erft-Kreis	3.826.179	7.107.621	1,9	-1,5	2.217.472	-3,5	31,2
Düsseldorf und Kreis Mettmann	3.284.354	5.593.956	1,7	4,2	2.145.702	5,1	38,4
Bergisches Städtedreieck	347.072	806.314	2,3	1,5	138.469	10,8	17,2
Essen, Oberhausen, Mülheim/Ruhr	1.011.623	2.044.806	2,0	1,9	407.308	4,4	19,9

Quelle: dwif 2017, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen

Anhang 4: Kapazitäten und deren Auslastung 2015 und 2016 (einschließlich Campingplätze)

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Betten (%)	
	2016	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	2016	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	2016	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	2015	2016
Nordrhein-Westfalen	5.136	-2,7	368.631	-1,9	71,8	0,8	42,2	43,3
Rheinland	2.385	-3,0	193.032	-1,4	80,9	1,6	.	.
Eifel und Region Aachen	423	-1,6	27.463	-2,0	64,9	-0,4	39,2	39,7
Niederrhein	569	-2,6	39.367	-0,9	69,2	1,7	37,1	38,7
Bergisches Land	200	-5,7	13.970	-6,1	69,9	-0,5	40,6	41,1
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	249	-5,3	19.684	-0,1	79,1	5,5	42,2	42,4
Köln und Rhein-Erft-Kreis	406	-1,9	41.378	-0,9	101,9	1,1	49,4	49,2
Düsseldorf und Kreis Mettmann	319	-2,7	33.273	-0,7	104,3	2,1	45	46,1
Bergisches Städtedreieck	78	-2,5	5.147	-5,2	66,0	-2,8	41,4	44,1
Essen, Oberhausen, Mülheim/Ruhr	141	0,3	12.750	0,3	90,4	4,6	.	.

Quelle: dwif 2017, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres; siehe auch Fußnote 5 auf Seite 14)

Anhang 5: Kapazitäten der Hotellerie und Sonstigen Beherbergungsbetrieben nach Reisegebieten 2015 und 2016

	Hotellerie (Hotels, Hotels garnis, Pensionen, Gasthöfe)							
	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Betten (%)	
	2016	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2016	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2016	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2015	2016
Nordrhein-Westfalen	3.783	-2,9	216.596	-1,0	57,3	1,9	40,1	41,1
Rheinland	1.846	-3,1	132.784	-0,5	71,9	2,7	.	.
Eifel und Region Aachen	254	-2,3	10.831	1,2	42,6	3,6	39,0	.
Niederrhein	411	-4,0	21.454	-0,6	52,2	3,5	34,1	.
Bergisches Land	129	-6,5	5.628	-3,6	43,6	3,1	34,9	.
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	205	-3,8	14.632	2,7	71,4	6,7	.	.
Köln und Rhein-Erft-Kreis	362	-2,4	34.636	-0,6	95,7	1,8	.	47,4
Düsseldorf und Kreis Mettmann	302	-3,2	31.154	-1,6	103,2	1,7	.	.
Bergisches Städtedreieck	63	0,0	3.688	-6,1	58,5	-6,1	.	.
Essen, Oberhausen, Mülheim/Ruhr	120	-3,2	10.761	1,4	89,7	4,8	.	.

Quelle: dwif 2017, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (Betriebe und Schlafgelegenheiten im Juli eines Jahres; siehe auch Fußnote 5 auf Seite 14)

	Sonstige Beherbergungsbetriebe (einschließlich Campingplätze)					
	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)	
	2016	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2016	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2016	Veränderung ggü. Vorjahr (%)
Nordrhein-Westfalen	1.383	0,5	157.118	1,4	113,6	0,9
Rheinland*	539	-1,8	60.248	-3,3	111,8	-1,5
Eifel und Region Aachen	169	-0,6	16.632	-4,0	98,4	-3,4
Niederrhein	158	1,3	17.913	-1,3	113,4	-2,5
Bergisches Land	71	-4,1	8.342	-7,8	117,5	-3,9
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	44	-12,0	5.052	-7,5	114,8	5,2
Köln und Rhein-Erft-Kreis	44	2,3	6.742	-2,2	153,2	-4,4
Düsseldorf und Kreis Mettmann	17	6,3	2.119	13,8	124,6	7,1
Bergisches Städtedreieck	15	-11,8	1.459	-3,1	97,3	9,9
Essen, Oberhausen, Mülheim/Ruhr	21	-8,7	1.989	-5,1	94,7	3,9

Quelle: dwif 2017, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres; siehe auch Fußnote 5 auf Seite 14)

Anhang 6: Übernachtungsintensität (Übernachtungen pro 1.000 Einwohner) in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten und auf Campingplätzen nach Reisegebieten 2011 und 2016

	2011	2016
Nordrhein-Westfalen	2.479,8	2.725,3
Rheinland	2.478,9	2.809,0
Eifel und Region Aachen	2.374,0	2.917,1
Niederrhein	1.377,2	1.520,9
Bergisches Land	2.223,7	2.257,9
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	2.741,4	3.091,7
Köln und Rhein-Erft-Kreis	4.033,2	4.725,9
Düsseldorf und Kreis Mettmann	4.365,0	4.898,9
Bergisches Städtedreieck	1.148,6	1.284,8
Essen, Oberhausen, Mülheim/Ruhr	2.003,7	2.080,2

Quelle: dwif 2017, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen

Anhang 7: Nachfrage in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten und auf Campingplätzen nach IHK-Bezirken 2016

	Ankünfte	Übernachtungen (ÜN)	Aufenthaltsdauer (Tage)	ÜN Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Übernachtungen Ausländer	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Ausländeranteil (%)
Rheinland	13.863.884	27.325.132	2,0	1,3	6.908.628	1,4	27,3
IHK Aachen	1.350.181	3.211.890	2,4	0,7	863.161	0,1	26,9
IHK Mittlerer Niederrhein	947.630	1.949.748	2,0	-0,6	426.972	11,9	22,8
IHK Duisburg-Wesel-Kleve	1.051.210	2.143.162	2,0	4,6	406.909	6,7	19,0
IHK Bonn/Rhein-Sieg	1.424.914	2.863.984	2,0	1,21,2	522.878	-2,3	18,3
IHK Köln	4.446.900	8.711.272	2,0	-1,5	2.404.537	-3,3	27,6
IHK Düsseldorf	3.284.354	5.593.956	1,7	4,2	2.145.702	5,1	38,4
IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid	347.072	806.314	2,3	1,5	138.469	10,8	17,2
IHK Essen	1.011.623	2.044.806	2,0	1,9	407.308	4,4	19,9

Quelle: dwif 2017, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, eigene Berechnungen

Anhang 8: Kapazitäten und deren Auslastung 2015 und 2016 (einschließlich Campingplätze)

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Betten (%)	
	2016	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2016	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2016	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2015	2016
Rheinland	2.385	-2,9	193.032	-1,5	80,3	1,4	.	.
IHK Aachen	481	-2,2	29.923	-2,0	62,2	0,2	.	.
IHK Mittlerer Niederrhein	217	-4,4	14.709	-2,0	67,8	2,5	.	.
IHK Duisburg-Wesel-Kleve	294	-0,3	22.198	0,0	75,5	0,3	.	.
IHK Bonn/Rhein-Sieg	249	-5,3	19.684	-0,1	79,1	5,5	42,2	42,4
IHK Köln	606	-3,2	55.348	-2,3	91,3	1,0	.	.
IHK Düsseldorf	319	-2,7	33.273	-0,7	104,3	2,1	45,0	46,1
IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid	78	-2,5	5.147	-5,2	66,0	-2,8	41,4	44,1
IHK Essen	141	0,3	12.750	0,3	90,4	4,6	.	.

Quelle: dwif 2017, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, eigene Berechnungen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres; siehe auch Fußnote 5 auf Seite 14)

Anhang 9: Nachfrage in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Schlafgelegenheiten in Städten des Rheinlands (RL) 2016

Stadt und Rang bei Übernachtungen im gesamtdeutschen Städtevergleich (n = 257 Städte)	Ankünfte	Übernachtungen (ÜN)	Aufenthaltsdauer (Tage)	ÜN Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Übernachtungen Ausländer	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Ausländeranteil (%)	
Aachen	28	511.268	988.665	1,9	1,6	294.596	-1,6	29,8
Bad Honnef	150	95.332	191.633	2,0	0,4	21.264	29,3	11,1
Bergisch Gladbach	166	83.071	166.925	2,0	5,6	23.397	-4,7	14,0
Bonn	15	818.221	1.539.367	1,9	2,9	340.122	-4,5	22,1
Brühl	71	179.797	485.775	2,7	10,3	61.777	12,3	12,7
Dormagen	222	35.417	119.007	3,4	1,8	13.120	-15,4	11,0
Duisburg	65	241.753	516.230	2,1	12,8	99.149	29,5	19,2
Düsseldorf	6	2.746.579	4.604.675	1,7	4,6	1.897.385	5,4	41,2
Essen	19	684.868	1.383.934	2,0	-1,8	284.949	3,6	20,6
Frechen	251	58.301	103.557	1,8	-2,7	23.883	-8,5	23,1
Geldern	239	28.334	109.188	3,9	0,3	6.768	-17,5	6,2
Gronau (Westf.)	234	52.013	111.924	2,2	16,2	26.779	41,0	23,9
Gummersbach	219	58.117	122.241	2,1	-0,9	29.343	24,7	24,0
Haan	255	41.017	102.466	2,5	5,7	10.511	7,0	10,3
Hennef (Sieg)	145	47.815	197.892	4,1	-3,7	9.099	-5,0	4,6
Hilden	188	61.591	143.178	2,3	-1,1	30.144	-1,5	21,1
Hürth	82	95.683	368.241	3,8	6,0	73.918	4,3	20,1
Kerpen	233	44.119	111.966	2,5	7,3	19.913	2,6	17,8
Kleve	256	55.476	101.764	1,8	-1,5	21.020	1,3	20,7
Köln	5	3.346.329	5.774.890	1,7	-3,5	1.980.171	-4,8	34,3
Königswinter	122	129.872	238.734	1,8	-7,4	37.510	-10,7	15,7
Krefeld	120	135.853	245.506	1,8	2,3	75.820	23,0	30,9
Leichlingen (Rheinland)	213	14.504	126.152	8,7	0,0	4.699	22,3	3,7
Leverkusen	121	133.103	242.403	1,8	-3,7	76.283	-5,9	31,5
Meerbusch	151	38.850	189.965	4,9	4,2	27.287	1,3	14,4
Mettmann	198	78.329	139.688	1,8	6,8	42.758	19,3	30,6
Moers	237	65.390	109.711	1,7	0,9	30.995	-4,4	28,3
Mönchengladbach	94	179.556	324.198	1,8	8,9	80.087	17,1	24,7
Mülheim an der Ruhr	148	106.891	196.000	1,8	28,6	43.438	36,7	22,2
Nettetal	226	59.983	116.012	1,9	-1,8	8.297	77,7	7,2
Neuss	77	284.304	442.488	1,6	2,9	134.253	5,4	30,3
Ratingen	85	221.723	359.759	1,6	3,3	109.638	13,5	30,5
Oberhausen	74	219.864	464.872	2,1	4,2	78.921	-5,1	17,0
Remscheid	240	60.945	108.936	1,8	1,8	22.885	-0,3	21,0
Siegburg	257	55.468	101.198	1,8	1,3	27.998	0,5	27,7
Solingen	207	53.323	130.645	2,5	16,5	18.785	-11,0	14,4
Troisdorf	246	56.561	105.135	1,9	0,6	23.359	3,5	22,2
Wesel	163	92.148	170.302	1,8	-10,9	38.578	-1,4	22,7
Wuppertal	59	232.804	566.733	2,4	-1,5	96.799	19,6	17,1
Städteauswahl RL gesamt		11.504.572	21.621.955	1,9	1,3	6.245.698	1,6	28,9
Anteil an RL gesamt		83,0 %	79,1 %			85,4 %		

Quelle: dwif 2017, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, eigene Berechnungen

Anhang 10: Kapazitäten und Auslastung 2015 und 2016 in Städten des Rheinlands

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Betten bzw. Schlafgelegenheiten (%)	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Aachen	67	68	5.290	5.475	79,0	80,5	49,1	49,0
Bad Honnef	17	14	1.310	1.274	77,1	91,0	39,4	39,8
Bergisch Gladbach	19	18	1.204	1.181	63,4	65,6	41,6	39,9
Bonn	94	94	8.312	9.185	88,4	97,7	47,8	47,4
Brühl	21	19	2.724	2.520	129,7	132,6	47,0	52,1
Dormagen	17	17	755	761	44,4	44,8	43,2	43,0
Duisburg	51	51	3.305	3.423	64,8	67,1	38,2	41,2
Düsseldorf	220	222	25.882	26.974	117,6	121,5	47,1	48,5
Essen	93	87	8.768	8.819	94,3	101,4	42,7	44,5
Frechen	10	10	815	789	81,5	78,9	35,8	35,3
Geldern	9	9	471	471	52,3	52,3	57,3	54,7
Gronau (Westf.)	20	18	807	757	40,4	42,1	30,6	34,3
Gummersbach	14	14	869	877	62,1	62,6	33,7	36,6
Haan	7	5	883	444	126,1	88,8	41,7	37,1
Hennef (Sieg)	13	14	1.091	1.077	83,9	76,9	52,5	54,8
Hilden	13	13	1.002	1.016	77,1	78,2	39,8	38,7
Hürth	16	16	1.358	1.376	84,9	86,0	72,0	73,5
Kerpen	15	17	779	835	51,9	49,1	36,6	37,6
Kleve	12	12	689	692	57,4	57,7	37,1	35,9
Köln	289	285	32.154	32.099	111,3	112,6	50,3	49,4
Königswinter	24	23	1.873	1.806	78,0	78,5	38,4	35,8
Krefeld	23	22	1.755	1.684	76,3	76,5	37,8	39,6
Leichlingen (Rheinland)	12	11	561	549	46,8	49,9	60,9	61,9
Leverkusen	19	21	1.449	1.503	76,3	71,6	45,2	44,8
Meerbusch	17	17	915	906	53,8	53,3	55,1	56,2
Mettmann	7	7	968	971	138,3	138,7	37,0	39,4
Moers	13	13	729	729	56,1	56,1	40,3	41,2
Mönchengladbach	34	31	2.265	2.183	66,6	70,4	36,2	40,3
Mülheim an der Ruhr	30	30	1.664	1.663	55,5	55,4	27,7	32,4
Nettetal	14	15	625	896	44,6	59,7	39,1	39,0
Neuss	23	23	3.092	3.175	134,4	138,0	37,6	38,9
Oberhausen	24	24	2.278	2.268	94,9	94,5	50,7	55,6
Ratingen	31	31	2.526	2.587	81,5	83,5	38,0	38,6
Remscheid	17	18	798	899	46,9	49,9	33,5	35,1
Siegburg	14	13	736	699	52,6	53,8	37,2	37,9
Solingen	19	19	791	946	41,6	49,8	32,2	37,2
Troisdorf	8	9	666	728	83,3	80,9	41,9	41,7
Wesel	14	14	813	793	58,1	56,6	43,5	43,4
Wuppertal	42	42	3.387	3.644	80,6	86,8	45,8	48,5
Städteauswahl RL gesamt	1.402	1.386	126.359	128.674	90,1	92,8		
Anteil an RL gesamt	57,0%	58,1%	64,5%	66,5%				

Quelle: dwif 2017, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, eigene Berechnungen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Dezember eines Jahres; siehe auch Fußnote 5 auf Seite 14)

Anhang 11: 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	
	2016	2016 ggü. 2013 in %	2013 in %	2016 in %	2016	2016 ggü. 2013 in %	2013 in %	2016 in %
Rheinland	102.825	13,7	2,7	2,9	108.175	3,7	10,9	11,4
IHK Aachen	9.302	16,8	2,1	2,3	13.560	1,6	10,1	10,3
IHK Mittlerer Niederrhein	9.528	15,3	2,1	2,3	13.949	2,5	11,8	12,3
IHK Duisburg-Wesel-Kleve	9.355	19,3	2,1	2,4	13.210	4,2	10,6	11,4
IHK Bonn/Rhein-Sieg	10.507	11,8	3,1	3,3	9.660	0,1	10,6	10,4
IHK Köln	28.700	10,6	3,0	3,2	28.301	8,2	11,8	12,7
IHK Düsseldorf	21.108	16,2	3,3	3,7	13.248	2,9	10,7	11,2
IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid	4.756	17,3	2,0	2,2	6.176	4,4	10,3	10,6
IHK Essen	9.569	8,3	2,6	2,7	10.071	-0,2	10,6	10,6

Quelle: dwif 2017, Daten Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen

Anhang 12: Geschäftslage im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Die Geschäftslage war ...	gut (in %)	befriedigend (in %)	schlecht (in %)
Rheinland*	48,8	41,9	9,4
Nordrhein-Westfalen	48,4	42,0	9,6
Deutschland	55,3	37,1	7,7

Quelle: dwif 2017, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2016, *ohne IHK Düsseldorf

Anhang 13: Geschäftslage der nächsten Saison im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Unsere Geschäftslage entwickelt sich in der nächsten Saison voraussichtlich ...	günstiger (in %)	gleich bleibend (in %)	ungünstiger (in %)
Rheinland*	21,3	60,4	18,3
Nordrhein-Westfalen	20,7	61,8	17,5
Deutschland	20,4	65,1	14,5

Quelle: dwif 2017, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2016, *ohne IHK Düsseldorf

Anhang 14: 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 %)	Energiepreise (in %)	Lebensmittel-/Rohstoffpreise (in %)	Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen (in %)
Rheinland*	19,4	6,3	18,3	66,0	46,1	0,0	33,5	19,9	30,9
Nordrhein-Westfalen	18,8	7,6	11,4	63,2	54,1	0,0	34,6	27,6	37,6
Deutschland	16,5	8,4	11,0	59,5	65,1	0,7	28,2	20,5	37,9

Quelle: dwif 2017, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2016, *ohne IHK Düsseldorf

Anhang 15: 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*	15,8	74,8	9,4
Nordrhein-Westfalen	14,1	77,4	8,6
Deutschland	12,7	77,0	10,3

Quelle: dwif 2017, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2016, *ohne IHK Düsseldorf

Anhang 16: Investitionen im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Werden Sie voraussichtlich investieren?	Ja, zunehmend (in %)	Ja, gleichbleibend (in %)	Ja, aber abnehmend (in %)	Nein, keine Investitionen (in %)
Rheinland*	24,1	41,5	17,4	16,9
Nordrhein-Westfalen	18,4	40,4	19,2	22,0
Deutschland	26,0	43,3	15,4	15,3

Quelle: dwif 2017, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2016, *ohne IHK Düsseldorf

Anhang 17: Hauptmotive der Investitionen im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Unsere Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf ...	Kapazitätserweiterung (in %)	Rationalisierung (in %)	Modernisierung (in %)	Produktinnovation (in %)	Umweltschutz (in %)
Rheinland*	12,1	12,9	82,9	33,6	13,6
Nordrhein-Westfalen	13,6	18,0	86,2	22,8	15,7
Deutschland	14,3	18,1	81,0	27,7	17,9

Quelle: dwif 2017, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2016, *ohne IHK Düsseldorf

Anhang 18: Fachkräftemangel (IHK-Saisonumfrage)

Unser Unternehmen wird zukünftig auf den Fachkräftemangel folgendermaßen reagieren: (Mehrfachnennungen möglich)	Mehr Ausbildung (in %)	Mehr Weiterbildung (in %)	Vereinbarkeit von Familie und Arbeit (in %)	Beschäftigung älterer Mitarbeiter ausweiten (in %)	Einstellung von Fachkräften aus dem Ausland (in %)	Einstellung von Auszubildenden aus dem Ausland (ohne Flüchtlinge) (in %)	Einstellung von Flüchtlingen (in %)	Steigerung der Arbeitgeberattraktivität (in %)
Rheinland*	32,9	19,7	30,3	32,9	46,1	15,8	31,6	36,8
Nordrhein-Westfalen	37,1	22,5	32,2	33,0	32,6	16,5	24,7	35,2
Deutschland	30,8	23,7	33,4	35,9	46,0	23,2	29,6	42,2

Quelle: dwif 2017, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2016, *ohne IHK Düsseldorf

Anhang 19: Besetzungsprobleme im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Derzeit können wir in unserem Unternehmen offene Stellen längerfristig nicht besetzen, weil wir keine passenden Arbeitskräfte finden:	Ja (in %)	Nein, keine Probleme (in %)	Nein, derzeit kein Personalbedarf (in %)
Rheinland*	33,3	28,6	38,0
Nordrhein-Westfalen	37,7	23,3	39,0
Deutschland	47,7	16,3	35,7

Quelle: dwif 2017, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2016, *ohne IHK Düsseldorf

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

Für folgende Bereiche suchen wir vergeblich Arbeitskräfte: (Mehrfachnennungen möglich)	Küche (in %)	Restaurant/Service (in %)	Hotel (Rezeption, Zimmerreinigung, in %)
Rheinland*	58,7	62,7	11,6
Nordrhein-Westfalen	62,7	63,6	34,0
Deutschland	65,3	61,2	34,7

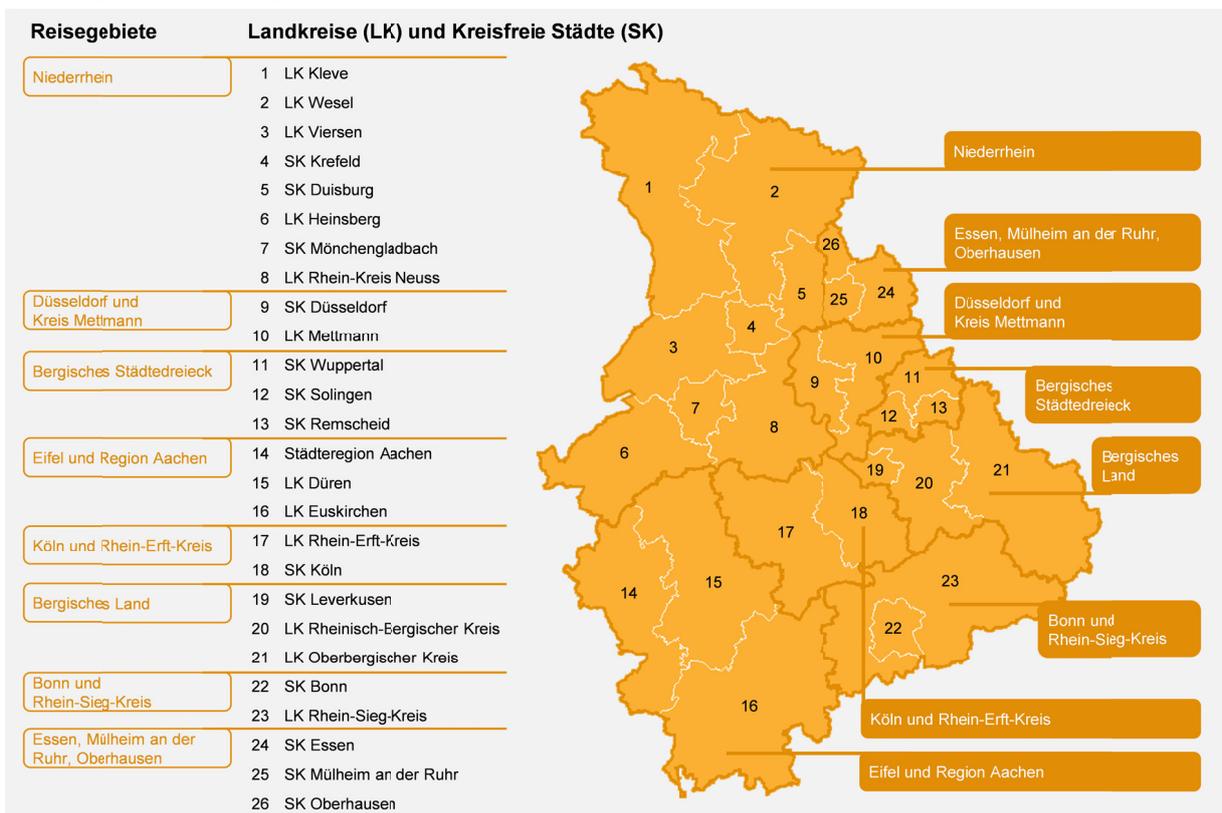
Quelle: dwif 2017, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2016, *ohne IHK Düsseldorf

Anhang 21: Arbeitsmarkt: Qualifikationsniveau im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Für folgendes Qualifikationsniveau suchen wir vergeblich Arbeitskräfte: (Mehrfachnennungen möglich)	Ohne abgeschlossene Berufsausbildung (in %)	Duale Berufsausbildung (in %)	Fachwirt/Meister (in %)	(Fach-) Hochschulabschluss (in %)
Rheinland*	44,6	54,1	27,0	12,2
Nordrhein-Westfalen	43,7	57,7	23,9	7,5
Deutschland	44,1	64,6	20,2	5,5

Quelle: dwif 2017, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2016, *ohne IHK Düsseldorf

Anhang 22: Reisegebiete und Landkreise im Rheinland



Quelle: dwif 2017

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:	Prozentpunkte
SvB:	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte
UNWTO:	World Tourism Organization

Literatur

- Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW) an der Hochschule Harz:** Das Meeting- & EventBarometer NRW 2016/2017 Management-Information. Wernigerode 2017
- German Convention Bureau e. V. (GCB):** Meeting- & EventBarometer 2016/2017. Frankfurt 2017
- Hotelverband Deutschland (IHA):** Hotelmarkt Deutschland 2016. Bonn 2016
- Hotelverband Deutschland (IHA):** Hotelmarkt Deutschland 2017. Bonn 2017
- Tourismus NRW e.V. (Hrsg.):** Wirtschaftsfaktor Tourismus in NRW. Düsseldorf 2015
- UNWTO:** World Tourism Barometer Volume 15. Madrid 2017

Internet

www.dus.com	www.steigenberger.com
www.destatis.de	www.it.nrw.de
www.ec.europa.eu	www.statistik.arbeitsagentur.de
www.koeln-bonn-airport.de	www.tophotel.de
www.novumgroup.de	www.ahgz.de
www.nrw-tourism.com/urbanana	www.rp-online.de
www.touristiker-nrw.de	www.medical-experts-dusseldorf.com

Darüber hinaus wurden die Tagespresse und Fachzeitschriften 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: Oliver Franke, Tourismus NRW e.V.

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.