

Saisonumfrage Tourismus Ergebnisse nach Abschluss der Sommersaison im Herbst 2022 für die IHK-Region Hannover

(Berichtszeitraum 1. Mai 2022 bis 31. Oktober 2022)

Saisonumfrage Gastgewerbe: Verunsicherung überlagert Zufriedenheit mit Sommersaison

Die Antworten von 48 Unternehmen im Rahmen der IHK-Herbstumfrage zur Sommersaison 2022 im Gastgewerbe für das Gebiet der Industrie- und Handelskammer Hannover verdeutlichen einerseits, dass aus Sicht der Betriebe die Geschäfte in der Sommersaison überwiegend gut gelaufen sind. Aber mit Blick auf die Preisentwicklungen insbesondere im Energiebereich, den Personalmangel und die Unsicherheit über das Ausgabeverhalten der Gäste infolge der drohenden hohen Kostenbelastungen gehen sie die Wintersaison 2022/2023 mit Sorgen an. In Niedersachsen haben sich insgesamt 391 Unternehmen an der Umfrage beteiligt.

Die Stimmungslage im Gastgewerbe der IHK-Region Hannover hat sich im Vergleich zur letzten Herbstumfrage deutlich verbessert. Auch wenn es weiterhin eine geringere Anzahl an Veranstaltungen, weniger internationale Gäste und teilweise fehlende Geschäftsreisende gab, so zeigen sich die Teilnehmenden nahezu ausnahmslos zufrieden bis sehr zufrieden mit der eigenen Geschäftslage. Hier werden (auch) Nachholeffekte sichtbar aus einer (zu) langen, von Einschränkungen bestimmten Coronazeit. Mit dieser positiv ausfallenden Einschätzung korrespondiert, dass die Umsätze im Vorjahresvergleich kräftig angezogen haben. Fast zwei Drittel der Teilnehmenden berichten über höhere Erlöse. Freude bereiteten insbesondere die Geschäfte mit den Urlaubsreisenden (hier weisen sieben von zehn Teilnehmende ein Plus aus) und mit den Geschäftsreisenden (hier verbucht nahezu jedes zweite Unternehmen höhere Umsätze).

Die Zimmer- bzw. Stellplatzauslastung fällt sowohl in der IHK-Region als auch auf Landesebene kräftiger aus als vor Jahresfrist, aber auch besser als in der Wintersaison 2021/2022. Sechs von zehn Antwortenden verbuchen eine verbesserte Zimmer- bzw. Stellplatzauslastung.

Der Klimaindex in der IHK-Region Hannover liegt mit 92,4 sowohl leicht über dem jeweils sehr durchschnittlichen Niveau der vergangenen Wintersaison (84,3) als auch dem der Sommersaison des Vorjahres (85,1).

Für die Wintersaison 2022/2023 planen neun von zehn teilnehmenden Unternehmen (90,9 %) die Übernachtungs- bzw. Verzehrpriese zu erhöhen. Die Perspektive für die Entwicklung der Beschäftigung zeigt einerseits ein indifferentes Bild auf, weist aber auch eine von Stabilität mit leicht positiver Tendenz gekennzeichnete Entwicklung aus.

Unter dem Einfluss des Krieges in der Ukraine und bei weiterhin vorhandenen Lieferengpässen haben die Energie-, Lebensmittel- und Rohstoffpreise bei der Bewertung der Top-Risikofaktoren deutlich an Gewicht gewonnen und belegen unverändert Rang 1. Bereits 93,0 Prozent der Teilnehmenden zählen sie zu den größten Risiken für die

wirtschaftliche Entwicklung des eigenen Unternehmens in den folgenden 12 Monaten. Auf Rang 2 folgt mit spürbarem Bedeutungszuwachs der Fachkräftemangel mit 78,3 Prozent vor den stabil hoch bewerteten Arbeitskosten mit 73,2 Prozent. Die Bedeutung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen ändert sich sehr sprunghaft.

Hinsichtlich der aktuellen Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Geschäfte des eigenen Unternehmens berichtet weiterhin fast jedes zweite Unternehmen von einer rückläufigen Nachfrage. Von Stornierungen durch Kunden sind immer noch 43,0 Prozent betroffen. Wie in der Frühjahrsumfrage 2022 berichtet etwa ein Drittel der Unternehmen (37,6 %) über die Abwanderung von Mitarbeitenden.

Die Verunsicherung hinsichtlich der weiteren geschäftlichen Entwicklungen lässt die Betriebe bei den Investitionen Zurückhaltung üben. Knapp die Hälfte der Teilnehmenden plant keine Investitionen zu tätigen; lediglich 4,9 Prozent der Antwortenden wollen mehr Geld für Investitionen in die Hand nehmen.

Bei den Investitionsmotiven stehen die Modernisierungsmaßnahmen mit klarem Abstand, aber deutlich abnehmender Gewichtung, an erster Stelle. Weiteren Bedeutungszuwachs erhalten Rationalisierungsmaßnahmen.

Die Aussagen zu den Sonderfragen zur Beschäftigung und zu den Energiekosten ergaben folgendes Bild: Der Arbeitskräftemangel stellt weiterhin – insbesondere in der Gastronomie – ein dramatisches Problem dar. Mehr als die Hälfte der Antwortenden bestätigen, dass sie wegen fehlender passender Arbeitskräfte derzeit offene Stellen längerfristig nicht besetzen können. In der Gastronomie ist dies gar bei sieben von zehn Betrieben der Fall. Die aus einem anhaltenden Personalmangel resultierenden hauptsächlichsten Konsequenzen für das eigene Unternehmen wären nach Angaben von sieben von zehn Betrieben eine Mehrbelastung der vorhandenen Belegschaft. Zwei Drittel der Antwortenden müssten ihr Angebot einschränken bzw. Aufträge ablehnen.

Die beiden maßgeblichen Folgen steigender Energiekosten für das eigene Unternehmen sind nach Angaben von 95,8 Prozent der Antwortenden eigene Preiserhöhungen sowie für 69,4 Prozent Energieeinsparungen im Betrieb.

Stimmungslage deutlich positiver als vor Jahresfrist

Die Stimmungslage im Gastgewerbe der IHK-Region Hannover hat sich im Vergleich zur letzten Herbstumfrage deutlich verbessert. Der auf die eigene aktuelle Geschäftslage bezogene Zufriedenheitswert von Hoteliers, Gastronomen und Campingunternehmern aus dem vergangenen Herbst von damals 59,6 Prozent hat sich kräftig auf 97,5 Prozent erhöht. Darunter beurteilen zwei Drittel der Unternehmen (65,2 %) ihre Geschäftslage als „gut“ (Herbstumfrage 2021: 25,3 %; Frühjahrsumfrage 2022: 13,7 %), nur noch 2,5 Prozent der Teilnehmenden (vor Jahresfrist: 40,4 %; Frühjahr 2022: 61,9 %) als „schlecht“. Unterschiede in der Bewertung zwischen den Teilsegmenten des Gastgewerbes und den Betriebsformen sind allenfalls gradueller Natur.

Landesweit zeigen sich 92,5 Prozent der an der Umfrage teilnehmenden Betriebe zumindest zufrieden mit der eigenen geschäftlichen Situation (davon 55,4 % sehr zufrieden).

Umsätze ziehen im Vorjahresvergleich kräftig an

Wiesen in der Herbstumfrage vergangenen Jahres 60,4 Prozent der Betriebe höhere oder zumindest unveränderte Umsatzzahlen aus (davon 43,4 % höhere Umsätze; in der Frühjahrsumfrage dieses Jahres waren es dann nur 33,8 %), so hat sich dieser Anteil in der Sommersaison kräftig auf 83,4 Prozent (davon 64,7 % mit gestiegenen Erlösen) erhöht.

Rückläufige Umsätze verbuchten nur noch 16,7 Prozent der Antwortenden (Herbstumfrage 2021: 39,6 %; Frühjahrsumfrage 2022: 56,7 %). Im Beherbergungssektor berichteten 64,1 Prozent der Teilnehmenden über höhere Erlöse (Herbstumfrage 2021: 35,7 %; Frühjahrsumfrage 2022: 29,5 %), 18,8 Prozent über Umsatzrückgänge (Herbstumfrage 2021: 48,8 %; Frühjahrsumfrage 2022: 59,1 %). In der Gastronomie weist mit 69,1 Prozent der Antwortenden sogar noch ein etwas höherer Anteil ein Plus aus (Herbstumfrage 2021: 46,6 %; Frühjahrsumfrage 2022: 31,1 %), 16,0 Prozent ein Minus (Herbstumfrage 2021: 35,2 %; Frühjahrsumfrage 2022: 60,2 %).

Hier werden (auch) deutlich Nachholeffekte sichtbar aus einer (zu) langen, von Einschränkungen bestimmten Coronazeit, in der auch dann, wenn es Lockerungen der Bestimmungen gab, die Bereitschaft und die Akzeptanz der Gäste insbesondere in geschlossenen Räumen Beherbergungsleistungen und gastronomische Leistungen zu nutzen und zu genießen, nur deutlich eingeschränkt gegeben war.

Auf Landesebene zeigt sich eine insgesamt abgeschwächte Umsatzentwicklung im Vergleich zu der Entwicklung in der IHK-Region: 73,7 Prozent der Betriebe melden höhere oder zumindest unverändert hohe Einnahmen (Vorjahr: 69,6 %), 26,2 Prozent hingegen rückläufige Umsätze (Vorjahr: 30,4 %).

Geschäfte mit allen drei Gästegruppen im Aufwind

Die Entwicklung der Geschäfte mit den drei unterschiedlichen Gästegruppen weist – wie in der Gesamtbetrachtung – eine deutlich positive Tendenz gegenüber den Ergebnissen der Herbstumfrage 2021 wie auch der Frühjahrsumfrage 2022 aus, die aber in unterschiedlicher Dynamik und auf sehr unterschiedlichem Niveau erfolgt. Eine konkrete Aussage über das erreichte Umsatzniveau lässt sich unverändert nicht treffen. In zwei der drei Segmente haben sich die Salden der Positiv-Negativ-Antworten aus dem Minus-Bereich in die schwarzen Zahlen hineinentwickelt.

- **Geschäftsreisende:** Das anziehende MICE-Geschäft wirkt sich auch positiv auf das Gastgewerbe aus. Messen, Kongresse und andere Formen geschäftlicher Veranstaltungen werden nach der langen Coronabedingten „Verbannung“ ins Internet wieder zunehmend in Präsenz durchgeführt. Die Umsätze mit Geschäftsreisenden sind bei nahezu jedem zweiten Unternehmen gestiegen

(48,0 %; Herbst 2021: 30,0 %; Frühjahr 2022: 21,3 %), während nur noch etwas mehr als jedes fünfte Unternehmen (22,0 %; Herbst 2021: 50,0 %; Frühjahr 2022: 66,3 %) rückläufige Geschäfte meldet.

- **Urlaubsreisende:** Das Geschäft mit Urlaubsreisenden hat im Vorjahresvergleich kräftig angezogen: Der Anteil der teilnehmenden Betriebe mit positiver Umsatzentwicklung ist von 42,9 Prozent auf nun 70,6 Prozent (Frühjahrsumfrage 2022: 23,7 %) gestiegen. Ergänzend ist der Anteil derjenigen mit rückläufigen Umsätzen von 43,5 Prozent in der letztjährigen Herbstumfrage auf nun 4,0 Prozent zurückgegangen.
- **Heimische Gäste:** Einzig bei Geschäften mit heimischen Gästen ist der Anteil der Unternehmen mit positiver Umsatzentwicklung im Vergleich sowohl mit der letztjährigen Herbstumfrage als auch mit der Frühjahrsumfrage 2022 zurückgegangen (17,1 %; Herbst 2021: 21,8 %; Frühjahr 2022: 21,0 %). Während allerdings in der Sommersaison 2021 noch mehr als jedes zweite teilnehmende Unternehmen einen Erlösrückgang verzeichnete, sind es nun noch knapp jedes fünfte Unternehmen (19,5 %).

Zimmerauslastung höher als vor Jahresfrist

Die Zimmerauslastung fällt sowohl in der IHK-Region als auch auf Landesebene kräftiger aus als vor Jahresfrist in der Sommersaison 2021 wie auch in der Wintersaison 2021/2022. Der Anteil der Teilnehmenden mit einer verbesserten Zimmer- bzw. Stellplatzauslastung ist deutlich von 38,3 Prozent vor Jahresfrist (Frühjahrsumfrage 2022: 32,3 %) auf 60,5 Prozent angestiegen. Der Anteil der Teilnehmenden mit schwächerer Auslastung ist deutlich von 44,7 Prozent (Herbstumfrage 2021) auf 18,4 Prozent gesunken (Frühjahrsumfrage 2022: 58,1 %).

Die durchschnittliche Zimmer- bzw. Stellplatzauslastung der an der Umfrage teilnehmenden Unternehmen ist in der IHK-Region im Vorjahresvergleich um 8,8 Prozentpunkte von 48,7 Prozent (Herbstumfrage 2021) auf 57,5 Prozent angestiegen (Frühjahr 2022: 38,3 %). Auf Landesebene ist die Auslastung im Vorjahresvergleich – auf allerdings höherem Niveau – um 2,0 Prozentpunkte von 60,4 Prozent auf 62,4 Prozent gestiegen.

Unsicherheit und Sorgen bestimmen die Erwartungen an die Wintersaison

Ein krasser Einbruch bei der Stimmungslage findet statt, wenn man von der Betrachtung der Situation in der Sommersaison zu den Erwartungen für die Wintersaison 2022/2023 wechselt: Nur noch 1,3 Prozent der Unternehmen aus der IHK-Region erwarten eine günstigere Entwicklung der Geschäftslage, fast jedes zweite Unternehmen (48,7 %) hingegen eine ungünstigere Entwicklung. Damit ist im Vergleich zur letztjährigen Herbstumfrage – insbesondere aber im Vergleich zur Frühjahrsumfrage dieses Jahres – eine deutlich spürbare Skepsis (wieder) eingeleitet, bestimmen Sorgen und Unsicherheit die Meinungs- und Stimmungslage im Gastgewerbe. Vor Jahresfrist hatten noch 26,8 Prozent eine sich günstiger gestaltende Geschäftslage erwartet und

41,6 Prozent eine ungünstigere Entwicklung. Nach der letzten Wintersaison gab es ein spürbares „Zwischenhoch“ mit einem Anteil von 56,4 Prozent mit positiven Erwartungen sowie 19,3 Prozent mit negativen Prognosen. Waren in den vergangenen zweieinhalb Jahren nahezu ausschließlich die direkten und indirekten Wirkungen der Coronapandemie für besonders negative oder – bei Aufhebung von Einschränkungen – besonders positive Erwartungen verantwortlich, so ist es derzeit ein besonders schwierig handhabbarer Mix aus hoher Inflation, der Erwartung deutlicher Kostensteigerungen (insbesondere bei der Energie), Verunsicherung in der Bevölkerung hinsichtlich der Entwicklung der Verbraucherpreise mit entsprechender Zurückhaltung im Konsum jeglicher Form sowie dem weit verbreiteten und deutlich spürbaren Personalmangel.

Auf Landesebene sind auch nur noch 9,2 Prozent der Teilnehmenden (Herbstumfrage 2021: 39,3 %; Frühjahrsumfrage 2022: 45,9 %) positiv gestimmt. Eine ungünstigere Entwicklung der Geschäftslage erwartet jedes zweite Unternehmen (50,7 %; Herbstumfrage 2021: 18,8 %; Frühjahrsumfrage 2022: 19,8 %).

Der Klimaindex in der IHK-Region Hannover liegt mit 92,4 sowohl leicht über dem jeweils sehr durchschnittlichen Niveau der vorigen Wintersaison (84,3) als auch dem der Sommersaison des Vorjahres (85,1). Hinweis: Der Klimaindex setzt sich zusammen aus der Bewertung der aktuellen Geschäftslage und den Erwartungen an die künftige Geschäftsentwicklung und kann einen Wert von max. 200 erreichen. Die leicht positive Entwicklung des Indexes wurde dabei weniger gespeist aus den von Unsicherheit und Sorgen geprägten Erwartungen an die kommende Saison als vom positiven Verlauf und den guten Ergebnissen der abgelaufenen Saison.

Der gesamthafte Klimaindex im Gastgewerbe von 92,4 wird im Beherbergungssektor mit 96,2 leicht überschritten (Herbstumfrage 2021: 85,6; Frühjahrsumfrage 2022: 80,9). Der Klimaindex der Gastronomie hat ebenfalls gegenüber der Herbstumfrage 2021 (79,7) und der Frühjahrsumfrage 2022 (79,8) leicht zugelegt, bleibt aber leicht unter dem Niveau des Beherbergungsgewerbes.

Der Klimaindex für die Bewertungen und Erwartungen der niedersächsischen Betriebe liegt mit 93,0 marginal über dem Klimaindex für die IHK-Region. Entgegen der leicht positiven Tendenz in der IHK-Region fällt er aber hinter das - allerdings deutlich höhere Niveau – der letzten Herbstumfrage mit 128,6 deutlich zurück.

Preise ziehen auf breiter Front an – Beschäftigungsentwicklung zeigt indifferentes Bild

Für die Wintersaison 2022/2023 planen neun von zehn teilnehmenden Unternehmen (90,9 %) die Übernachtungs- bzw. Verzehrpreise zu erhöhen. Während es vor Jahresfrist erst 57,4 Prozent waren, deutete sich diese Entwicklung verstärkt bei der diesjährigen Frühjahrsumfrage an, bei der mit 87,0 Prozent bereits das aktuelle Niveau erreicht wurde. Preisanpassungen nach unten sind derzeit kein Thema (0,7 %).

Zwischen dem Beherbergungssektor (hier wollen 93,8 % die Preise erhöhen) und der Gastronomie (87,7 %) ergeben sich in dieser Frage allenfalls graduelle Unterschiede. Während im Beherbergungsbereich keine Preissenkungen vorgesehen sind, planen dies auch in der Gastronomie nur 1,4 Prozent.

Die Ergebnisse zeigen eine von Stabilität gekennzeichnete Tendenz bei der Entwicklung der Beschäftigung. So planen 55,3 Prozent mit saldiert unverändertem Personaltableau, während jeweils 22,4 die Zahl der Beschäftigten erhöhen wollen bzw. mit einer geringeren Anzahl an Mitarbeitenden planen. Gegenüber der Herbstumfrage 2021, als 19,8 Prozent mit mehr Personal, hingegen 32,3 Prozent mit einer geringeren Anzahl an Beschäftigten planten, ergibt sich hier geplant eine positive Tendenz.

Top-Risikofaktoren: Preisentwicklung und Fachkräftemangel vorn

Unter dem Einfluss des Krieges in der Ukraine und weiterhin vorhandenen Lieferengpässen haben die Energie-, Lebensmittel- und Rohstoffpreise weiter deutlich an Gewicht gewonnen und belegen unverändert Rang 1 unter den Top-Risikofaktoren. Bereits 93,0 Prozent der Teilnehmenden zählen die Preisentwicklungen zu den größten Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung des eigenen Unternehmens in den folgenden 12 Monaten (Herbstumfrage 2021: 71,5 %; Frühjahrsumfrage 2022: 88,0 %). Auf Rang 2 folgt mit spürbarem Bedeutungszuwachs der Fachkräftemangel mit 78,3 Prozent (Herbstumfrage 2021: 68,9 %; Frühjahrsumfrage 2022: 64,6 %) vor den Arbeitskosten mit 73,2 Prozent (Herbstumfrage 2021: 40,4 %; Frühjahrsumfrage 2022: 70,3 %). Weiterhin sehr sprunghaft ändert sich die Bedeutung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen bei derzeit 43,9 Prozent (Herbstumfrage 2021: 28,5 %; Frühjahrsumfrage 2022: 59,9 %). Es folgen die Faktoren Inlandsnachfrage (29,3 %) und Auslandsnachfrage (12,7 %).

Auch auf Niedersachsen-Ebene liegen im Ranking der Risikofaktoren die Energie-, Lebensmittel- und Rohstoffpreise (89,8 %) deutlich vorn, gefolgt hier von den Arbeitskosten (69,9 %), vom Fachkräftemangel (65,8 %) und den wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (46,0 %).

Covid-19-Pandemie beeinträchtigt weiterhin maßgeblich die Nachfrage

Hinsichtlich der aktuellen Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Geschäfte des eigenen Unternehmens berichtet mit 45 Prozent ein hoher – aber weiter rückläufiger – Anteil an Betrieben im Vergleich zur diesjährigen Frühjahrsumfrage (51,8 %) und der Herbstumfrage 2021 (54,1 %) von einer sinkenden Nachfrage. Eine steigende Nachfrage verbuchen 12,8 Prozent der Teilnehmenden. Ein weiteres Indiz für eine weiterhin labile Auftragslage: Von Stornierungen durch Kunden sind immer noch 43,0 Prozent betroffen im Vergleich zu 64,4 Prozent in der diesjährigen Frühjahrsumfrage und im Vergleich zu 58,5 Prozent im vergangenen Herbst.

Die Auswirkungen der Pandemie auf den Personalbestand gestalten sich stabil: Wie in der Frühjahrsumfrage 2022 berichtet etwa ein Drittel der Unternehmen (37,6 %) über die Abwanderung von Mitarbeitenden, während in der letztjährigen Herbstumfrage diese Thematik noch von mehr als jedem zweiten Unternehmen (56,6 %) problematisiert wurde.

Die Auswirkungen der Pandemie auf die Investitionstätigkeit haben sich deutlich relativiert: Nur noch 15,4 Prozent der Teilnehmenden (Frühjahrsumfrage 2022: 34,6 %; Herbstumfrage 2021: 29,6 %) tätigen geringere Investitionsausgaben infolge der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie.

Verunsicherung hemmt Investitionen – Modernisierungsinvestitionen unverändert vorn

Die Unsicherheiten hinsichtlich der weiteren geschäftlichen Entwicklungen lässt die Betriebe bei den Investitionen Zurückhaltung üben. Knapp die Hälfte der Teilnehmenden (46,9 %; vor Jahresfrist: 32,3 %) plant keine Investitionen zu tätigen; jeder fünfte Betrieb (20,4 %; Vorjahr: 20,3 %) kürzt das Investitionsbudget ein. Hingegen wollen lediglich 4,9 Prozent der Antwortenden mehr Geld für Investitionen in die Hand nehmen (Vorjahr: 15,1 %), während 27,8 Prozent (32,3 %) investive Ausgaben in gleichbleibender Höhe planen. Während 5,8 Prozent der teilnehmenden gastronomischen Betriebe das Investitionsbudget ausweiten wollen (Vorjahr: 14,4 %), planen 54,7 Prozent der Gastronomie-Betriebe keine Investitionen (Vorjahr: 38,9 %). Bei den Beherbergungsbetrieben wollen 4,2 Prozent der Antwortenden mehr investieren (Vorjahr: 9,8 %), während 40,8 Prozent (Vorjahr: 26,1 %) keine Investitionen vorgesehen haben.

Dort, wo investiert wird, stehen mit 57,6 Prozent Modernisierungsmaßnahmen mit deutlichem Abstand – aber deutlich abnehmender Gewichtung (Vorjahr: 76,0 %) an erster Stelle vor den mit 20,2 Prozent gleichgewichtig benannten Investitionsmotiven Rationalisierung (Anstieg von 13,3 % im Vorjahr) und Produktinnovation (Rückgang von 28,7 % im Vorjahr). Einen marginalen Bedeutungsverlust müssen die Investitionen in Umweltschutzmaßnahmen hinnehmen (16,2 %; Vorjahr: 18,0 %). An letzter Position (bei allerdings leichtem Anstieg) rangieren die Investitionen in Kapazitätserweiterung (9,1 %; Vorjahr: 6,0 %).

Sonderfragen Beschäftigung und Energie:

I. Arbeitskräftemangel – besonders in der Gastronomie ein dramatisches Problem

Mehr als die Hälfte der Antwortenden (57,2 %; Frühjahrsbefragung 2022: 48,7 %) bestätigen, dass sie derzeit offene Stellen längerfristig (mehr als zwei Monate) nicht besetzen können, weil sie keine passenden Arbeitskräfte finden. Mit 70,1 Prozent stellt sich diese Problematik in der Gastronomie deutlich gravierender dar als in der Hotellerie (55,8 %) bzw. im Beherbergungsgewerbe insgesamt (44,8 %). Keine Probleme Beschäftigte zu finden haben lediglich 12,6 Prozent der Teilnehmenden. Keinen Personalbedarf weisen 30,2 Prozent der Teilnehmenden (Frühjahrsbefragung 2022: 38,1 %) aus.

II. Anhaltender Personalmangel belastet insbesondere vorhandene Belegschaft

Die hauptsächlichen Konsequenzen eines anhaltenden Personalmangels für das eigene Unternehmen wären nach Angaben von 70,7 Prozent der Antwortenden eine Mehrbelastung der vorhandenen Belegschaft. Zwei Drittel der Unternehmen müssten Angabe gemäß ihr Angebot einschränken bzw. Aufträge ablehnen. Jeweils 49,3 Prozent prognostizieren steigende Arbeitskosten, um knappe Fachkräfte zu gewinnen bzw. zu halten, bzw. könnten ihr Wachstumspotenzial nicht ausschöpfen. Ein Mehraufwand für das Anwerben von Fach- und Arbeitskräften wäre für 34,7 Prozent die Folge, für 16,7 Prozent ein Verlust von Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit. Keine (negativen) Folgen erkennen 6,7 Prozent der Betriebe. Investitionen in technische Lösungen (z. B. IT-Anwendung, Roboter usw.) als Ersatz für fehlende Fachkräfte sehen 4,7 Prozent als Ansatzpunkt an.

III. Steigende Energiekosten befeuern Preisspirale

Die beiden maßgeblichen Folgen steigender Energiekosten für das eigene Unternehmen sind nach Angaben von 95,8 Prozent der Antwortenden eigene Preiserhöhungen sowie für 69,4 Prozent Energieeinsparungen im Betrieb. Für ein Drittel der Unternehmen sind geringere Investitionen die Konsequenz. Für 22,9 Prozent würden steigende Energiekosten zu einer Einschränkung des Angebots führen. Für jeweils 18,8 Prozent sind die Nutzung alternativer Energiequellen bzw. zeitweise Betriebsschließung geeignete Strategien, den steigenden Kosten zu begegnen. Reduzierung der eigenen Nachfrage und Personalabbau stehen für 17,4 Prozent bzw. 16,0 Prozent auf der Agenda. Eine Insolvenz infolge der steigenden Kostenbelastung sehen 5,6 Prozent der teilnehmenden Unternehmen am Horizont drohen.

Fragen zur Konjunkturumfrage Tourismus beantwortet: IHK, Handel und Dienstleistungen, Hans-Hermann Buhr, Tel. 0511 3107-377, Fax 0511 3107-435,
hans-hermann.buhr@hannover.ihk.de.

Hinweis

Diese Erhebung soll – als Service Ihrer Industrie- und Handelskammer Hannover – nur erste Hinweise geben und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung auf die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

November 2022

Autor

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

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