

## **Saisonumfrage Tourismus Ergebnisse nach Abschluss der Wintersaison im Herbst 2022 für die IHK-Region Hannover**

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

### **Saisonumfrage Touristik Sommer 2022: Gute Geschäfte – unsichere Perspektive**

*Die Antworten von 30 Unternehmen im Rahmen der IHK-Herbstumfrage Touristik zur Sommersaison 2022 bei Reiseveranstaltern, Reisebüros und Busreiseunternehmen für das Gebiet der Industrie- und Handelskammer Hannover zeigen, dass die Sommersaison überwiegend zufriedenstellend gelaufen ist. Aber die Kostenentwicklung insbesondere im Energiebereich, der Personalmangel und die Unsicherheit über das Ausgabe- und Urlaubsverhalten der Gäste infolge der steigenden Lebenshaltungskosten lassen die Betriebe die Wintersaison 2022/2023 vielfach mit Skepsis und Verunsicherung angehen. In Niedersachsen haben sich insgesamt 113 Unternehmen beteiligt.*

*Die Touristikunternehmen im Gebiet der IHK Hannover beurteilen nach schwierigen Corona-Zeiten ihre Geschäftslage in der abgelaufenen Sommersaison noch deutlich positiver als bereits in der vorherigen Wintersaison. Eine gute Geschäftslage bestätigt inzwischen wieder ein Drittel der Antwortenden. Nur noch 22,6 Prozent bewerten ihre Lage als schlecht. Die Buchungen ziehen überwiegend an. Die Dynamik der Geschäftsentwicklung fällt in den drei Teilssegmenten aber deutlich differenziert aus. Während im Outgoing knapp zwei Drittel der Unternehmen ein Plus verbuchen, kann dies im Inlandsmarkt lediglich jedes achte Unternehmen bestätigen. Im Incoming weisen sieben von zehn der Unternehmen ein stabiles Buchungsgeschäft aus.*

*Nachdem sich bereits in der vergangenen Wintersaison nach dem Wegfall vieler Pandemiebezogener Beschränkungen in Deutschland und wichtigen ausländischen Reisegebieten die Umsatzentwicklung deutlich günstiger gestaltet hatte, hat sich diese positive Tendenz in der Sommersaison 2022 erkennbar fortgesetzt. So registrierten zwei Drittel der Teilnehmenden Umsatzzuwächse. Im Vergleich der beiden Segmente „Geschäftskunden“ und „Urlaubsreisende“ entwickelte sich letzteres deutlich dynamischer.*

*Der von Verunsicherung und Skepsis geprägte Ausblick auf die Wintersaison 2022/2023 hat der zuletzt kräftigen Aufwärtsentwicklung des Klimaindexes einen leichten Dämpfer versetzt. Der aus der Bewertung der aktuellen Geschäftslage und den Erwartungen an die künftige Geschäftsentwicklung zusammengesetzte Wert liegt – bei einem maximal erreichbaren Wert von 200 – nun bei 82,0.*

*Die multiplen Problemlagen erschweren einen positiven Ausblick auf die kommenden Monate. So erwartet lediglich jeder achte Betrieb eine günstiger verlaufende Wintersaison 2022/2023, während jeder zweite Betrieb eine ungünstigere Entwicklung befürchtet.*

*Die Verkaufspreise in der Reisebranche werden in den kommenden sechs Monaten auf breiter Front steigen. Bei der Beschäftigung herrscht hingegen ein hohes Maß an Stabilität.*

*Bei den Top-Risikofaktoren für die wirtschaftliche Entwicklung des eigenen Unternehmens für die kommenden 12 Monate nehmen die Energie- und Rohstoffpreise mit 74,2 Prozent unverändert Rang 1 ein, gefolgt vom Fachkräftemangel mit 58,1 Prozent und den wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (48,4 %).*

*Hinsichtlich der aktuellen Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Geschäfte des eigenen Unternehmens berichtet mehr als jedes zweite Unternehmen von einer rückläufigen Nachfrage. Jeweils knapp vier von zehn Unternehmen investieren weniger bzw. müssen Abwanderung von Mitarbeitenden verkraften.*

*Die Verunsicherung mit Blick auf die Wintersaison bremst das Investitionsgeschehen in der Touristik deutlich aus. So plant jeder zweite Betrieb kein Budget für Investitionsausgaben (mehr) ein. Lediglich etwa jeder achte Betrieb beabsichtigt die Investitionsausgaben zu erhöhen oder auf gleicher Höhe zu halten. Bei den Investitionsmotiven liegen der Ersatzbedarf (Modernisierungsmaßnahmen) mit 58,8 Prozent sowie die Umsetzung von Produktinnovationen mit 52,9 Prozent vorn.*

*Die Aussagen zu den Sonderfragen zur Beschäftigung und zu den Energiekosten ergaben folgendes Bild:*

*Etwa jeder dritte Betrieb bestätigt, dass derzeit offene Stellen längerfristig (mehr als zwei Monate) nicht besetzt werden können, weil keine passenden Arbeitskräfte auf dem Arbeitsmarkt zu finden seien. Die hauptsächlichen Konsequenzen eines anhaltenden Personalmangels für das eigene Unternehmen wären nach Angaben von etwa zwei Drittel der Betriebe eine Einschränkung des Angebots bzw. eine Ablehnung von Aufträgen. Bei sechs von zehn der Antwortenden ergäbe sich eine Mehrbelastung der vorhandenen Belegschaft.*

*Die beiden maßgeblichen Folgen steigender Energiekosten für das eigene Unternehmen sind nach Angaben von etwa zwei Drittel der Antwortenden Energieeinsparungen im Betrieb und von jedem Zweiten der Antwortenden eigene Preiserhöhungen.*

### **Reisebranche deutlich zufriedener mit Geschäftslage**

Nachdem die letzte Wintersaison nach den besonders heftig von den Einschränkungen und Wirkungen der Corona-Pandemie geprägten vorherigen Saisons bereits etwas besser gelaufen war, beurteilen die Touristikunternehmen im Gebiet der IHK Hannover ihre Geschäftslage in der Sommersaison 2022 noch deutlich positiver. Nur noch 22,6 Prozent bewerten ihre Lage als schlecht, nachdem es in der letztjährigen Herbstumfrage noch 63,0 Prozent und in der Frühjahrsumfrage 2022 37,9 Prozent waren. Eine gute Geschäftslage bestätigt inzwischen wieder ein Drittel der Antwortenden (32,3 %; Herbstumfrage 2021: 0,0 %; Frühjahrsumfrage 2022: 13,8 %).

Auf Landesebene bestätigen bei vergleichbarem Anteil sehr zufriedener Unternehmen („gut“: 31,9 %) ein geringerer Anteil (16,8 %) eine schlechte Geschäftslage und ein entsprechend größerer Anteil (51,3 %; IHK-Region: 45,2 %) eine befriedigende Situation.

### **Buchungsgeschäft zieht kräftig an – aber segmentspezifisch unterschiedlich stark**

Die Buchungen ziehen überwiegend an. Die Dynamik der Geschäftsentwicklung fällt in den drei Teilsegmenten aber deutlich differenziert aus:

Outgoing: Im Vergleich zum Vorjahr hat sich der Anteil der Teilnehmenden mit gestiegenen Buchungen auf 62,1 Prozent (Herbstumfrage 2021: 33,3 %; Frühjahrsumfrage 2022: 65,4 %) nahezu verdoppelt. Auch konnte damit die in der Frühjahrsumfrage feststellbare zunehmende Dynamik der Geschäftsentwicklung etwa gehalten werden. Hier sind weiterhin Wirkungen starker urlaubsbezogener Nachholeffekte spürbar, die sich aus den regional und zeitlich differenzierten eigenen und in den ausländischen Zielgebieten generierten Pandemiebedingten Restriktionen für Auslandsurlaube seit März 2020 ergeben. Zugleich weist nur noch jedes fünfte Unternehmen (20,7 %; Vorjahr: 51,9 %) rückläufige Buchungen im Outgoing-Geschäft aus.

Inlandsmarkt: Das inländische Tourismusgeschäft ist stärker von Stabilität gekennzeichnet: Jedes zweite Unternehmen verzeichnet unverändert hohe Buchungen (54,2 %; Herbstumfrage 2021: 30,4 %; Frühjahrsumfrage 2022: 48,0 %). Nur jeder achte der antwortenden Betriebe konnte zulegen (Vorjahr: 21,7 %); jeder dritte Betrieb weist geringere Buchungszahlen auf (Herbstumfrage 2021: 47,8 %; Frühjahrsumfrage 2022: 32,0 %).

Incoming: Das Incoming-Geschäft kommt weiterhin nur schwer in Tritt. Das MICE-Segment hat sein Vor-Corona-Geschäftsvolumen mit entsprechenden Besucherzahlen ebenso noch nicht wieder erreicht wie auch die Reisen ausländischer Gäste im Bereich der Privatreisen erst langsam Fahrt aufnehmen. Wie bei der letzten Frühjahrsumfrage registrieren sieben von zehn der Unternehmen ein stabiles Buchungsgeschäft (Herbstumfrage 2021: 52,4 %; Frühjahrsumfrage 2022: 72,7 %). Immerhin jedes fünfte Unternehmen (Vorjahr: 0,0 %) weist höhere Buchungszahlen aus, jedes zehnte (Herbst 2021: 47,6 %; Frühjahr 2022: 22,7 %) hingegen geringere.

### **Positive Umsatzentwicklung insbesondere mit Urlaubsreisenden**

Nach den dramatischen Einbrüchen in den vergangenen Corona-Jahren mit leichtem Aufwind in der Sommersaison 2021 hatten die Umsätze bereits in der vergangenen Wintersaison nach dem zeitlich und regional gestuften Wegfall vieler Pandemiebezogener Beschränkungen in Deutschland und in ausländischen Zielgebieten deutlich zugelegt. Diese positive Tendenz hat sich in der abgelaufenen Sommersaison 2022 klar fortgesetzt.

Zwei Drittel der Teilnehmenden (66,7 %; Herbstumfrage 2021: 35,7 %; Frühjahrsumfrage 2022: 61,5 %) registrieren Umsatzzuwächse. Hatte vor Jahresfrist noch jeder

zweite Betrieb Umsatzrückgänge gemeldet und in der Frühjahrsumfrage noch etwa jeder vierte Betrieb ein Minus angezeigt, so registrieren nunmehr noch 13,3 Prozent der Teilnehmenden Umsatzverluste. Bei den Reisebüros erzielten gar mehr als drei Viertel der Antwortenden ein Umsatzplus, während bei den Omnibusunternehmen ausschließlich unveränderte Erlösdaten gemeldet wurden.

Auf Landesebene hat sich die Umsatzentwicklung der Touristikunternehmen nur teilweise vergleichbar gestaltet. 60,4 Prozent der Antwortenden erzielten ein Umsatzplus, während allerdings mit 25,7 Prozent ein etwa doppelt so hoher Anteil als in der IHK-Region rückläufige Umsätze hinnehmen musste.

*Umsatzentwicklung Segment Geschäftsreisende:* Unverändert hat sich der Umsatz im „Corporate“-Segment (mit Geschäftsreisenden) bei erst anlaufenden größeren Veranstaltungen im Messe- und Kongressbereich, aber auch aufgrund der Nutzung und Akzeptanz virtueller Veranstaltungen und geschäftlicher Online-Meetings zwar positiv, aber deutlich verhaltener als im Gesamtergebnis entwickelt. Lediglich jedes vierte Unternehmen (26,9 %; vor Jahresfrist 4,2 %; in der vergangenen Wintersaison 20,8 %) hat einen Zuwachs verbuchen können, während 34,6 Prozent (62,5 % vor Jahresfrist; laut Frühjahrsumfrage 2022: 33,3 %) der Antwortenden ein Umsatzminus melden.

*Umsatzentwicklung Segment Urlaubsreisende:* Deutlich dynamischer entwickelte sich das Geschäft mit den Urlaubsreisenden: Im „Leisure“-Geschäft registrieren sieben von zehn Unternehmen (71,4 %) gestiegene Umsätze (vor Jahresfrist 32,1 %; im vergangenen Frühjahr 62,1 %). Nur noch jedes siebte Unternehmen (14,3 %) meldet rückläufige Umsätze bei Geschäften mit Urlaubsreisenden (vergangene Herbstumfrage: 42,9; im Frühjahr 2022: 20,7 %).

### **Unsichere Perspektiven für die kommende Saison**

Trotz aktuell fehlender COVID 19-bezogener Beschränkungen für Hotellerie und Gastronomie, ungehinderten internationalen Reiseverkehrs (Ziel- und Quellmärkte) und zunehmend auch wieder auf der Agenda stehender Termine für Messen und Kongresse herrscht Skepsis vor mit Blick auf die kommende Saison. Insbesondere die vielfältigen durchgreifenden Wirkungen des russischen Angriffskrieges in der Ukraine werfen große dunkle Schatten, denn unklar ist, wie insbesondere die Urlaubsreisenden ihr Ausgabe- und Urlaubsverhalten angesichts bereits begonnener und noch verstärkt drohender Preissteigerungen, insbesondere im Energiebereich, steuern werden. Auch die zunehmenden eigenen Kostenbelastungen und der Personalmangel gehören zu den multiplen Problemlagen, die einen positiven Ausblick auf die nähere Zukunft erschweren.

So erwartet lediglich noch jeder achte Betrieb eine günstiger verlaufende Wintersaison 2022/2023, während sowohl in der vergangenen Herbstumfrage als auch in der Frühjahrsumfrage 2022 etwa jeder zweite Betrieb Optimismus ausgestrahlt hatte. Jeder zweite Betrieb (51,6 %; Herbst 2021: 22,7 %; Frühjahr 2022: 20,7 %) befürchtet eine ungünstigere Entwicklung.

Eine vergleichbare Stimmungslage spiegeln auch die Umfrageergebnisse auf Landesebene: 13,3 Prozent der Teilnehmenden (Vorjahr: 47,3 %) sind optimistisch gestimmt. Eine ungünstigere Entwicklung der Geschäftslage erwarten hingegen 47,8 Prozent (Vorjahr: 25,0 %).

### **Klimaindex-Entwicklung erhält Dämpfer**

Nachdem der Klimaindex in den vergangenen Umfragen für die IHK-Region Hannover wie auch für Niedersachsen Pandemiebedingt dramatisch eingebrochen war (mit dem Tiefstwert von 13,5 für den Bereich der IHK in der Herbstumfrage 2020), befand er sich seit der Sommersaison 2021 wieder im Aufwind. Der von Verunsicherung und Skepsis geprägte Ausblick auf die Wintersaison 2022/2023 hat dieser kräftigen Aufwärtsentwicklung einen leichten, aber sichtbaren Dämpfer versetzt. Denn der Klimaindex setzt sich zusammen aus der Bewertung der aktuellen Geschäftslage und den Erwartungen an die künftige Geschäftsentwicklung. Bei einem maximal erreichbaren Wert von 200 liegt er nun bei einem Wert von 82,0 (Herbst 2021: 68,6; Frühjahr 2022: 98,4). Die Bremsspur wird vor allem erzeugt vom Rückgang des Klimaindexes der Reisebüros auf 81,9 (Herbst 2021: 63,7; Frühjahr 2022: 110,0). Während der Index der Reiseveranstalter (86,1; Herbst 2021: 50,0; Frühjahr 2022: 81,0) auf den höchsten Wert im Vergleich mit dem Vorjahr und mit der Frühjahrsumfrage 2022 kletterte, allerdings wie dann auch derjenige der Reisebüros auf lediglich mittlerem Niveau, ist der Indexwert der Omnibusunternehmen durchgängig gesunken (66,7; Herbst 2021: 82,4; Frühjahr 2022: 70,7).

Die Entwicklung des Klimaindexes für die Bewertungen und Erwartungen der niedersächsischen Betriebe entspricht derjenigen für die Touristikbetriebe in der IHK-Region in Entwicklung und Niveau: von 69,7 im Herbst 2021 über 96,5 im Frühjahr 2022 auf nun 86,8.

### **Preise steigen auf breiter Front**

Die Verkaufspreise in der Reisebranche werden in den kommenden sechs Monaten auf breiter Front steigen. 93,5 Prozent der Betriebe planen die Preise anzuheben, nachdem dies nach der Sommersaison 2021 noch knapp drei Viertel der Betriebe (73,1 %) ins Auge gefasst hatten. Preissenkungen sind lediglich vereinzelt vorgesehen (3,2 %).

Das Beschäftigungstableau der Touristik bleibt weitgehend stabil: 87,1 Prozent planen keine Veränderungen vorzunehmen. 9,7 Prozent planen weniger Personal ein (ausschließlich in den Bereichen Reiseveranstaltung und Busreisen), 3,2 Prozent hingegen mehr (ausschließlich im Bereich Reiseveranstaltung).

### **Top-Risikofaktoren: Energie- und Rohstoffpreise und Fachkräftemangel**

Während die Energie- und Rohstoffpreise mit 74,2 Prozent (Herbstumfrage 2021: 44,4 %; Frühjahrsumfrage 2022: 78,6 %) unverändert als Top-Risikofaktor Nr. 1 für die kommenden 12 Monate eingestuft werden, nimmt nun der Fachkräftemangel (58,1 %)

Rang 2 ein bei kräftigem, insbesondere von den Busreiseunternehmen und den Reisebüros gespeisten, Bedeutungszuwachs (Herbstumfrage 2021: 44,4 %; Frühjahrsumfrage 2022: 42,9 %). Es folgen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (48,4 %), ebenfalls mit stärkerer Gewichtung als in den beiden vergangenen Umfragen (Herbstumfrage 2021: 42,2 %; Frühjahrsumfrage 2022: 35,7 %). Bei der offen formulierten Frage nach den wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen werden vor allem Hinweise zu den Gründen für Verunsicherung und zur schwierigen Stimmungslage der Kunden gegeben. Als Gründe werden vor allem der Ukraine-Krieg, die steigenden Kosten (insbesondere im Energiebereich), die hohe Inflation sowie die Auswirkungen der Preissteigerungen auf die Urlaubsplanungen und auf ein verändertes, deutlich kurzfristigeres Buchungsverhalten genannt.

Ein deutlich stärkeres Gewicht haben die auf Rang 4 platzierten Arbeitskosten erhalten (Herbstumfrage 2021: 24,4 %; Frühjahrsumfrage 2022: 25,0 %). Die Inlandsnachfrage, bislang auf Rang 2, hat hingegen an Bedeutung verloren und rangiert nun auf Platz 5 (38,7 %; Herbstumfrage 2021: 53,3 %; Frühjahrsumfrage 2022: 50,0 %).

Auf Niedersachsen-Ebene liegen im Ranking der Risikofaktoren ebenfalls die Energie- und Rohstoffpreise (76,6 %) vorn. Auch hier folgt der Fachkräftemangel auf Rang 2 (52,3 %) – beide Faktoren mit stärkerer Gewichtung im Vorjahresvergleich. Auf den Plätzen folgen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (47,7 %; gestiegene Bedeutung) sowie mit jeweils geringem Abstand in der Gewichtung die Inlandsnachfrage (37,8 %; marginal gestiegen), die Arbeitskosten (34,2 %; leicht gestiegen) und die Auslandsnachfrage (31,5 %; leicht gestiegen).

### **Covid-19-Pandemie beeinträchtigt weiter die Nachfrage**

Hinsichtlich der aktuellen Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Geschäfte des eigenen Unternehmens berichtet bei leicht steigender Tendenz mehr als jedes zweite Unternehmen (55,2; Frühjahr 2022: 51,7 %) von einer rückläufigen Nachfrage. Jeweils knapp vier von zehn Unternehmen investieren weniger (37,9 %; Frühjahr 2022: 41,4 %) bzw. berichten von einer Abwanderung von Mitarbeitenden (Frühjahr 2022: jedes vierte Unternehmen). Das Problem der Auftrags-Stornierungen durch Kunden hat sich hingegen deutlich abgeschwächt (31,0 %; Frühjahr 2022: 51,7 %).

### **Verunsicherung hemmt Investitionsplanungen**

Die Verunsicherung mit Blick auf die erwarteten Entwicklungen in der kommenden Wintersaison bremst das Investitionsgeschehen in der Touristik deutlich aus: Nachdem vor Jahresfrist noch 17,8 Prozent der Touristikunternehmen steigende Investitionsausgaben vorgesehen hatten, schrumpft dieser Anteil nun deutlich auf 3,2 Prozent. 9,7 Prozent der Betriebe sehen gleichbleibend hohe Ausgaben vor und jeder dritte Teilnehmende (35,5 %) plant mit abnehmender Ausgabenhöhe zu investieren. Jeder zweite der antwortenden Betriebe (51,6 %; Herbstumfrage 2021: 28,9 %; Frühjahr 2022: 51,7 %) plant kein Budget für Investitionsausgaben (mehr) ein.

Bei den Investitionsmotiven liegen der Ersatzbedarf (Modernisierungsmaßnahmen) mit 58,8 Prozent (Vorjahr: 65,5 %) sowie die Umsetzung von Produktinnovationen mit 52,9 Prozent (Vorjahr: 34,5 %) vorn. Bei möglichen Mehrfachnennungen stehen Rationalisierungsmaßnahmen mit 29,4 Prozent an dritter Position (Vorjahr: 31,0 %). Investitionen in Kapazitätserweiterungen (23,5 %; Vorjahr: 24,1 %) und in Umweltschutzmaßnahmen (5,9 %; deutlicher Rückgang von 27,6 %) folgen auf den Plätzen.

### **Sonderfragen Beschäftigung:**

#### **I. Offene Stellen bereiten weiterhin Probleme**

Etwa jeder dritte Betrieb (35,5 %; Frühjahr: 39,3 %) bestätigt, dass derzeit offene Stellen längerfristig (mehr als zwei Monate) nicht besetzt werden können, weil keine passenden Arbeitskräfte auf dem Arbeitsmarkt zu finden seien. Diese Problematik stellt sich vor allem bei den Busreiseunternehmen und den Reisebüros. Keine Probleme bereitet die Besetzung jedem achten Betrieb. Keinen Personalbedarf weist jeder zweite der teilnehmenden Betriebe (51,6 %) aus.

#### **II. Konsequenzen fehlenden Personals für Angebote und Aufträge**

Die hauptsächlichen Konsequenzen eines anhaltenden Personalmangels für das eigene Unternehmen wären nach Angaben von etwa zwei Drittel der Betriebe (63,3 %) eine Einschränkung des Angebots bzw. eine Ablehnung von Aufträgen. Bei sechs von zehn der Antwortenden ergäbe sich eine Mehrbelastung der vorhandenen Belegschaft. Bei jedem zweiten der teilnehmenden Betriebe könnte das Wachstumspotenzial nicht ausgeschöpft werden. Weitere gravierende Konsequenzen wären für 36,7 Prozent insbesondere steigende Arbeitskosten, um knappe Fachkräfte zu gewinnen bzw. zu halten sowie für 30 Prozent ein Mehraufwand für das Anwerben von Fach- und Arbeitskräften. Einen Verlust von Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit befürchtet etwa jedes vierte Unternehmen (23,3 %).

#### **III. Steigende Energiekosten tragen zu Preiserhöhungen bei**

Die maßgeblichen Konsequenzen steigender Energiekosten für das eigene Unternehmen sind nach Angaben von zwei Drittel der Antwortenden (64,5 %) Energieeinsparungen im Betrieb und von jedem zweiten (51,6 %) eigene Preiserhöhungen. Für 45,2 Prozent wirkten sich die gestiegenen Energiekosten in Form der Reduzierung der eigenen Nachfrage aus. Keine bzw. keine maßgebliche Bedeutung haben Maßnahmen oder Wirkungen wie die Einschränkung des eigenen Angebots (9,7 %), die Nutzung alternativer Energiequellen (6,5 %), eine zeitweise Betriebsschließung oder eine drohende Insolvenz (jeweils 3,2 %), Personalabbau oder gestiegene Nachfrage (die jeweils keine Nennungen erhielten).

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](mailto: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.

Dezember 2022

**Autor**

Hans-Hermann Buhr  
Abteilung Handel und Dienstleistungen  
Tel. 0511 3107-377  
Fax 0511 3107-435  
[hans-hermann.buhr@hannover.ihk.de](mailto:hans-hermann.buhr@hannover.ihk.de)

Industrie- und Handelskammer Hannover  
Schiffgraben 49  
30175 Hannover  
[www.hannover.ihk.de](http://www.hannover.ihk.de)