



dwif CORONA-KOMPASS

Schlüsselkennziffern für den Tourismus

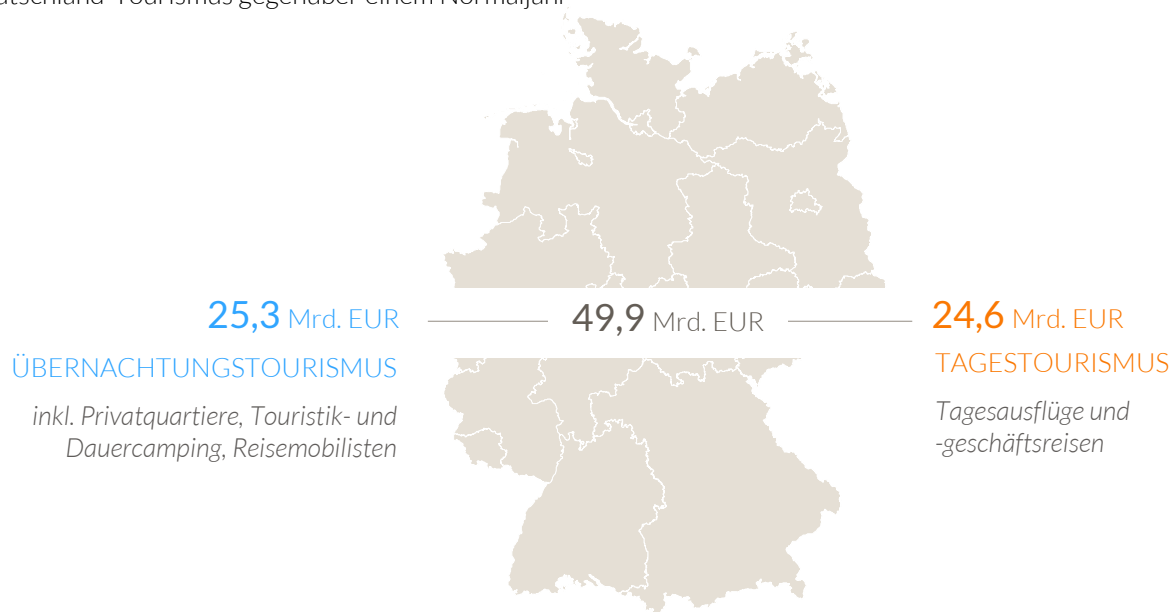
UPDATE November 2021

UMSATZAUSFÄLLE IM TOURISMUS

Umsatzausfall im Deutschland-Tourismus durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie für die Monate Januar bis Juni 2021: knapp 50 Mrd. Euro | Wöchentliche Umsatzeinbußen von 1,9 Mrd. Euro | Lockdown zwischen Januar und April 2021 und schrittweise länderspezifische Öffnungen führen zu weiteren Milliardenausfällen

Exklusive Berechnungen des dwif

Umsatzausfall für die Monate Januar bis Juni 2021 im
Deutschland-Tourismus gegenüber einem Normaljahr



Quelle: dwif 2021, Hinweise zur Datengrundlage: Für die Berechnung des Umsatzausfalls wurden die Übernachtungszahlen der amtlichen Statistik für Januar bis Juni (Hochrechnungen für Privatquartiere, Dauercamping, Reisemobilisten) sowie aktuelle Zahlen des dwif-Tagesreisenmonitors bis einschl. Juni 2021 berücksichtigt.

EINSCHÄTZUNG DWIF

UMSATZAUSFÄLLE IM TOURISMUS

- Umsatzausfall von rund 50 Mrd. Euro verteilt sich gleichermaßen auf rückläufige bzw. ausgebliebene Nachfrage im Tages- und Übernachtungstourismus
- Die Lockdown-Monate Januar, Februar, März und April 2021 dominieren anteilig die Umsatzausfälle.
- Umsatzausfälle durch ausbleibende Gäste und zunehmend unter Druck geratende öffentliche Haushalte führen bei Tourismusorganisationen zu existenziellen Fragen sowie zur Überprüfung der freiwilligen Aufgaben durch Kommunen

WAS BEDEUTET DAS FÜR POLITISCHE ENTSCHEIDER & DESTINATIONEN?

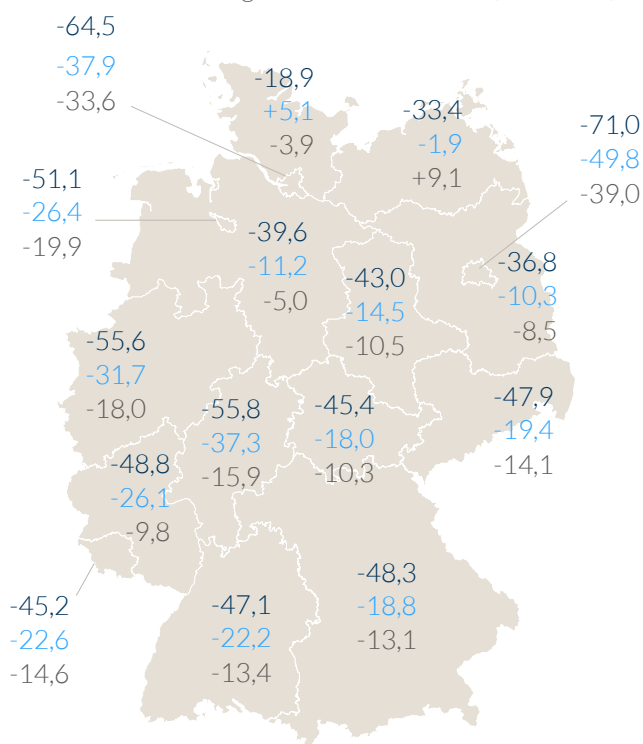
- öffentliche Wahrnehmung der Tourismus- und Freizeitbranche als Wirtschaftsfaktor stärken
- Diskussionen rund um das Thema „freiwillige Aufgabe Tourismus“ anstoßen bzw. weiterführen
- wettbewerbsfähige Destinationsmanagementorganisationen bilden (Aufgaben & Finanzierung)
- Kooperationen zwischen Tourismusakteuren und vom Tourismus profitierenden Branchen intensivieren
- Mittelfristig wirkende Investitions- und Arbeitsmarktprogramme durch Bund/Länder prüfen (für Betriebe und Kommunen)
- weitere Pandemie-Folgen (Arbeitsmarkt, Finanzierung, Qualität) im Blick haben

NACHFRAGE IM BEHERBERGUNGSGEWERBE

Branche länderspezifisch seit Mai/Juni wieder mit Öffnungsschritten | Sommer 2021: rund 32 Mio. gewerbliche Übernachtungen von Juni-August 2021 weniger als im Vergleichszeitraum eines Normaljahres | Sehr unterschiedliche Entwicklung nach Ländern: Übernachtungsnachfrage zwischen Juni und August 2021: +5 und -50 Prozent | Incoming weiter verhalten, Reisen deutscher Gäste ins Ausland ziehen wieder an

Gewerbliche Übernachtungen

Deutschland -46,8 Januar-August 2021 ggü.
Vergleichszeitraum 2019 (%)
-19,2 Juni-August 2021 ggü. Vergleichszeitraum 2019 (%)
-12,1 Auslastung Januar-August 2021 ggü.
Vergleichszeitraum 2019 (%-Punkte)



Quelle: dwif November 2021, Daten Destatis/Statistische Landesämter

ÜN Juni-August 2021 ggü. 2019 (%) in Deutschland

HERKUNFT

Inland

-9,9



Ausland

-61,7

BETRIEBSTYPEN

Ferienwohnungsmarkt  +3,5

Camping  -0,6

Hotellerie  -26,6

Gruppenunterkünfte  -45,5

DESTINATIONSTYPEN

Küsten  +1,3

Bergregionen  -5,5

Seenregionen  -5,8

Mittelgebirge  -21,2

Städte  -42,8

EINSCHÄTZUNG DWIF

ÜBERNACHTUNGSNACHFRAGE

- Start in das Tourismusjahr 2021 durch Lockdown noch einmal schwächer als 2020
- ab Frühsommer deutliche Erholung in Wasserdestinationen und in den Bergen; Recovery in Städtedestinationen nach wie vor langsamer, aber mit ersten positiven Signalen
- Recovery in den Segmenten Incoming und MICE wird mehrere Jahre andauern; DZT rechnet 2023 im Business-Segment mit deutlichen Einbußen, bei privat motivierten Reisen mit leichtem Zuwachs
- internationale Erreichbarkeit verbessert sich wieder schrittweise

WAS BEDEUTET DAS FÜR BETRIEBE & DESTINATIONEN?

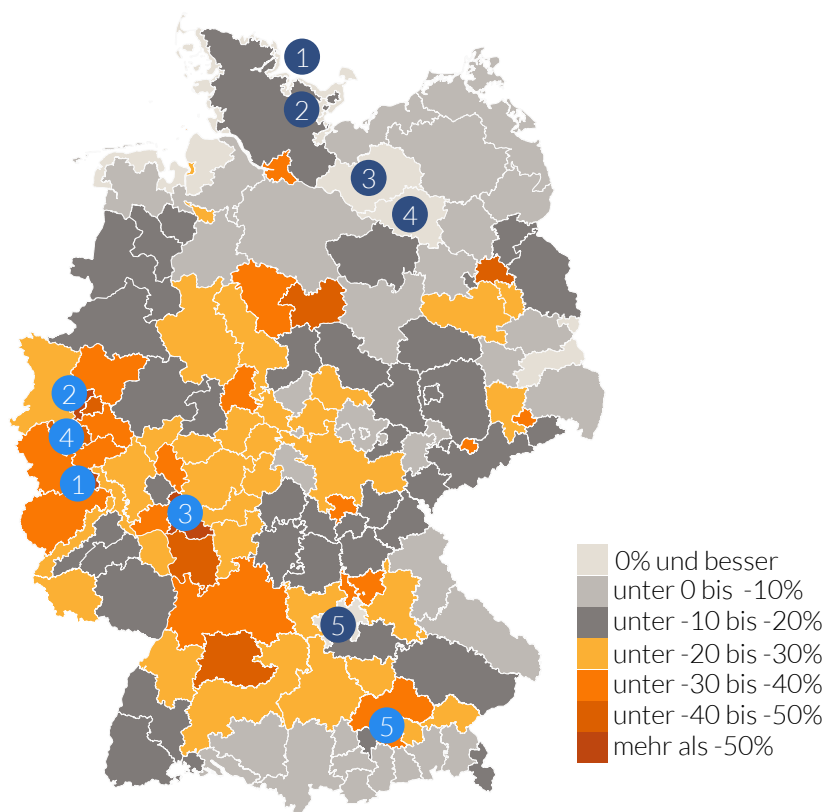
- verändertes Buchungsverhalten berücksichtigen (Kurzfristigkeit, flexible Stornobedingungen etc.)
- nachfrageseitig keine Signale für eine mittelfristige Verhaltensänderung im Vergleich zur Zeit vor der Corona-Pandemie
- auf intensiven Wettbewerb der Destinationen (national und international) einstellen
- mittelfristig auf veränderte Angebotsstrukturen einstellen (Betriebskonzepte, räumliche Verteilung)
- internationale Marketingmaßnahmen wieder forcieren

NACHFRAGE IM BEHERBERGUNGSGEWERBE – REGIONEN

Juni bis August 2021: Innerdeutsche Aktiv-Urlaubsziele an Küsten und Seen stark nachgefragt, lokal mit Zuwächsen durch ausgebuchten Ferienwohnungsmarkt und starkes Camping-Segment | Juni bis August 2021: acht Destinationen mit Übernachtungszuwächsen ggü. Vergleichszeitraum eines Normaljahres | Weiterhin sehr heterogene Entwicklung mit einer Spanne zwischen +11 Prozent (Ostsee SH) und -64 Prozent (Ahr, Sondereffekt Flutereignis)

Gewerbliche Übernachtungen

Juni-August 2021 ggü. Juni-August 2019



ÜN Juni-August 2021 ggü. Juni-August 2019 (%)

GRÖSSTE ZUWÄCHSE

- 1 Ostsee (SH) (+11,1)
- 2 Holsteinische Schweiz (+10,9)
- 3 Westmecklenburg (+7,1)
- 4 Prignitz (+6,4)
- 5 Fränkisches Seenland (+2,2)

GRÖSSTE VERLUSTE

- 1 Ahr (-64,1)
- 2 Düsseldorf und Kreis Mettmann (-54,4)
- 3 Main und Taunus (-52,3)
- 4 Köln und Rhein-Erft-Kreis (-45,9)
- 5 München (-45,4)

Quelle: dwif November 2021, Daten Destatis/Statistische Landesämter

EINSCHÄTZUNG DWIF

ÜBERNACHTUNGSNACHFRAGE – REGIONEN

- temporäres Aussetzen der Marktregeln hält an, allerdings wirken Attraktivität/Begehrlichkeit einer Destination wieder stärker
- Auswirkungen von 3G und 2G mit Blick auf den Herbst/Winter 2021 noch nicht mit Zahlen zu belegen
- Strukturumkehr und zunehmende Segmentierung bzw. Fragmentierung im Übernachtungstourismus nimmt zu (unterschiedliche Entwicklungen zwischen Betriebs- und Destinationstypen, aber auch zwischen einzelnen Betrieben vor Ort) in Abhängigkeit der Bedeutung einzelner Marktsegmente (Geschäftsreiseverkehr/ MICE, Ausland, Gruppengeschäft, Betriebsformen)

WAS BEDEUTET DAS FÜR BETRIEBE & DESTINATIONEN?

- Anforderungen an ein Recovery-Monitoring weiterhin hoch
- Sicherheit, Hygiene und transparente Kommunikation mit/für Besucher*innen, Beschäftigte, Bevölkerung und Betriebe wichtig und vor dem Hintergrund der aktuellen Pandemie-Entwicklung sogar wieder mit steigender Bedeutung
- Geschäftsmodelle überdenken und neue Wege der Kund*innenansprache gehen (z. B. Themen- und Zielgruppenausrichtung anpassen)

KAPAZITÄTEN IM BEHERBERGUNGSGEWERBE

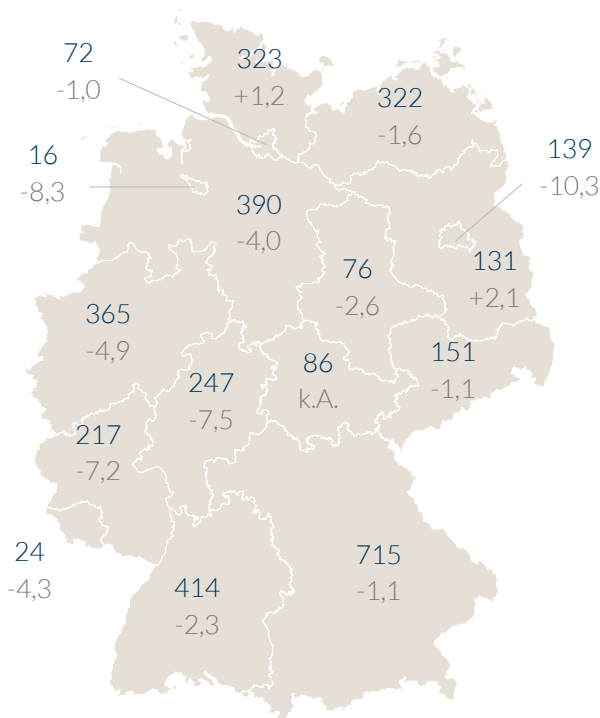
Weiterhin leichte Angebotsverknappung spürbar: Zahl der geöffneten Betriebe im Juli 2021: -5,5 Prozent; angebotene Schlafgelegenheiten -3,6 Prozent ggü. Normaljahr | Städtisch geprägte Bundesländer und Destination sowie die Kategorie

Gruppenunterkünfte stärker von Kapazitätsrückgängen betroffen |

Ausnahme: Ferienwohnungsmarkt angebots- und nachfrageseitig mit Zuwächsen 2021

Angebotene Schlafgelegenheiten

Beherbergungsbetriebe ab 10 Betten und auf
Campingplätzen im Juli 2021



Deutschland 3.689 Schlafgelegenheiten Juli (Tsd.)
-3,6 Veränderung ggü. Juli 2019 (%)

Juli 2021 ggü. Juli 2019 (%) in Deutschland

BETRIEBSTYPEN

Beherbergungs- betriebe		Schlaf- gelegenheiten
-2,5	Ferienwohnungsmarkt	+1,2
-6,3	Hotellerie	-3,0
-2,2	Camping	-4,6
-10,9	Gruppenunterkünfte	-12,0

Quelle: dwif November 2021, Daten (gerundet) Destatis

EINSCHÄTZUNG DWIF

KAPAZITÄTEN IM BEHERBERGUNGSGEWERBE

- immer mehr Indikatoren deuten auf angebotsseitige Strukturverschiebung hin
- dauerhafte Marktaustritte insbesondere kleinerer Betriebe durch die Corona-Pandemie forciert
- Betriebstypen Ferienwohnungen/-häuser sowie Camping liegen weiterhin im Trend
- anfänglich befürchtete umfassende Insolvenzwelle scheint auszubleiben; Daten für eine abschließende Bewertung liegen voraussichtlich im 1. Halbjahr 2022 vor

WAS BEDEUTET DAS FÜR BETRIEBE & DESTINATIONEN?

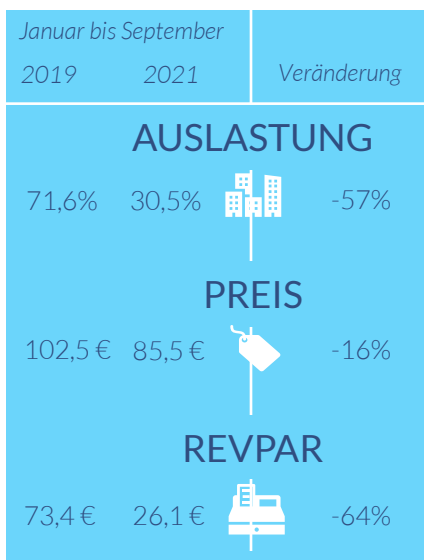
- Netzwerke zu den Betrieben weiter stärken
- Landes- und Bundeshilfen für bestimmte Branchensegmente/Betriebstypen (z. B. Veranstaltungswirtschaft, MICE, Gruppenunterkünfte) weiterhin prüfen
- betriebliche Investitionsvorhaben entsprechend der Markttrends neu bewerten
- Qualitätsinitiativen starten, Aufklärung zu Fördermöglichkeiten bei Investitionen leisten

GASTGEWERBE IN DEUTSCHLAND

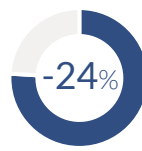
Kapazitätsbeschränkungen durch Hygiene- und Abstandsregeln drücken weiterhin auf die Auslastung | Betriebe in Urlaubsregionen profitieren durch höhere Preise und gute Auslastung | Langsamer Start für MICE-Betriebe und im Kultur- und Eventbereich | Personalmangel ist aktuell größte Herausforderung für die Betriebe | Überbrückungshilfen stehen den Unternehmen weiterhin zur Verfügung | Soloselbstständige erhalten über die Neustarthilfe Plus zielgerichtete Unterstützung

Hotellerie in Deutschland

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und Auszubildende



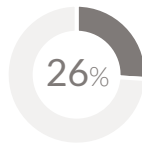
weniger sozialversicherungs-
pflichtig Beschäftigte
im deutschen
Gastgewerbe als
2019



weniger gemeldete
Ausbildungsstellen im
deutschen Gastgewerbe
als 2019



beträgt der Anteil sozial-
versicherungspflichtig
Beschäftigter im Gast-
gewerbe an allen
Beschäftigten (2019:
3,3%)



der Ausbildungsstellen
im Gastgewerbe blieben
unbesetzt (2019: 18%)

Stand August 2021

Stand September 2021

Quelle: dwif November 2021, Daten STR Global

Quelle: dwif November 2021, Daten Bundesagentur für Arbeit 2021

EINSCHÄTZUNG DWIF

GASTGEWERBE

- Abwanderung von Fachkräften kurz- und mittelfristig Hemmfaktor für Betriebe aller Segmente
- Beherbergungsbetriebe mit Lage an touristischen Sommer Hot-Spots profitierten von starker Nachfrage zum (Kurz-)Urlaub in der Heimat
- Betriebe an Standorten mit hoher internationaler Nachfrage weiterhin überdurchschnittlich stark betroffen
- Gastronomiebetriebe konnten im Sommer neben Lieferservice und To-Go-Angeboten auch den Außenbereich nutzen – Auswirkung der 2G-Regel für den Innenbereich noch ungewiss
- 2020 Gästezufriedenheit erstmals praktisch bundesweit rückläufig; stärkste Rückgänge in der Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses in den Küstenbundesländern (dort starke Preisanstiege)

WAS BEDEUTET DAS FÜR BETRIEBE & DESTINATIONEN?

- Unternehmen müssen sich weiterhin auf Einschränkungen und Regeländerungen einstellen
- Personalmangel zwingt zu Maßnahmen: z.B. Anpassung der Speisekarte, Preiserhöhung, zusätzliche Ruhetage, höhere Bezahlung als Anreiz für Mitarbeitende, flexiblere Arbeitszeitmodelle
- Achtung: Preissensibilität der Gäste hoch, Preisschraube nicht überdrehen und offen kommunizieren
- Liquidität sichern: Corona hat zur Erhöhung bei Materialeinsatz und Personalkosten geführt (Einsparungspotenziale prüfen)
- weiterhin Überlegungen zu Produktentwicklungen und Anpassung des Geschäftsmodells anstellen

FREIZEITWIRTSCHAFT

Besuchervolumen in der Freizeitwirtschaft zwischen Juni und September 2021 rund ein Fünftel unter dem Niveau von 2019 | Alle Einrichtungstypen im Sommer geöffnet | Outdoor-Einrichtungen wie Zoos/Tierparks und Landschaftsattraktionen konnten das Niveau aus 2019 übertreffen | dwif-Umfrage im Rahmen der Sparkassen-Tourismusbarometer Ende August 2021: Jede 5. Freizeiteinrichtung sieht sich in ihrer Existenz bedroht | 6 von 10 Einrichtungen hatten Probleme, die im Rahmen der Öffnungsschritte notwendigen Mitarbeiter*innen zu finden | 56% der Einrichtungen müssen geplante Investitionen verschieben oder streichen | Preisentwicklung ohne Auffälligkeiten zur Vor-Corona-Zeit

Besucherzahlen in der Freizeitwirtschaft

Juni bis September 2021 ggü. 2019 in %

Zoos/Tierparks	+5,6
Landschaftsattraktionen	+2,6
Freilichtmuseen/Besucherbergwerke	-1,8
Bergbahnen	-5,6
Kirchen	-8,6
Private Eisenbahnen	-16,0
Ausflugsschiffe/Fähren	-20,9
Freizeit-/Erlebniseinrichtungen	-23,2
Burgen/Schlösser	-26,0
Naturinfozentren	-26,8
Erlebnisbäder/Thermen	-33,5
Museen/Ausstellungen	-37,4
Besucherführungen (Industrie-/Sonst. Anlagen)	-41,4
Stadtführungen	-44,1

Besucherzahlen Juni bis September
2021 ggü. 2019 (%)

GESAMT
-21,0

MONATSVERLAUF*

Juni	-53,0
Juli	-20,7
August	-2,6
September	-9,3

Quelle: dwif November 2021, Daten dwif-Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft 2021 (in teilnehmenden Bundesländern), u. a. Basis der Sparkassen-Tourismusbarometer, * Vorläufige Werte, Stand 05. November 2021

EINSCHÄTZUNG DWIF

TAGESREISEN & FREIZEITWIRTSCHAFT

Ableitungen aus der Entwicklung im Sommer 2021

- Sehenswürdigkeiten/Kulturangebote mit langsamerer Regeneration, keine Überkompensation (z. B. weiterhin Besucherbeschränkungen)
- Veranstaltungen noch weit unterdurchschnittlich (durch Beschränkungen, Vorlauf für Planungen etc.), aber nachgefragt (neue Konzepte gefragt)
- Outdoor-Aktivitäten nach wie vor überdurchschnittlich stark ausgeprägt, somit steigt die Bedeutung der öffentlichen Infrastruktur
- Gastronomie mit schneller Regenerationsphase und teilweiser Überkompensation (an Urlaubsorten und in der Naherholung)

WAS BEDEUTET DAS FÜR BETRIEBE & DESTINATIONEN?

- Abstands- und Hygienekonzepte langfristig anlegen und Hygiene-Aufschlag einkalkulieren (und kommunizieren)
- aktives Ausflüglermarketing betreiben (Tagesgäste vom Wohnort und vom Urlaubsort)
- Maßnahmen zum Ausgleich der Interessen der Anspruchsgruppen Übernachtungsgäste, Tagesgäste, Einheimische stärken (z. B. Besucherlenkung, Kommunikation)
- Maßnahmen/Programme zur Sicherung der öffentlichen tourismusrelevanten Infrastruktur und für Einrichtungen in kommunaler Trägerschaft prüfen
- bei Investitionsaktivitäten nicht nachlassen bzw. unterstützen

TAGESREISEN DER DEUTSCHSPRACHIGEN BEVÖLKERUNG

Tagestourismus milliardenschweres Standbein im Deutschlandtourismus und wichtig für eine kontinuierliche Auslastung vieler Einrichtungen und Anbieter*innen | Rückgänge der Tagesreisen zwischen Januar und Oktober 2021 um 17 Prozent gegenüber einem Normaljahr | insgesamt sehr schnelle Regenerationsgeschwindigkeit analog zu 2020 | Kompensationseffekte aus dem Übernachtungstourismus 2021 weniger spürbar | Verlagerung auf „naturnahe Aktivitäten“ und Tagesausflüge im näheren Wohnumfeld noch messbar, aber nicht mehr so stark wie 2020

Jan-Okt 2021 ggü. Normaljahr in Deutschland (%)

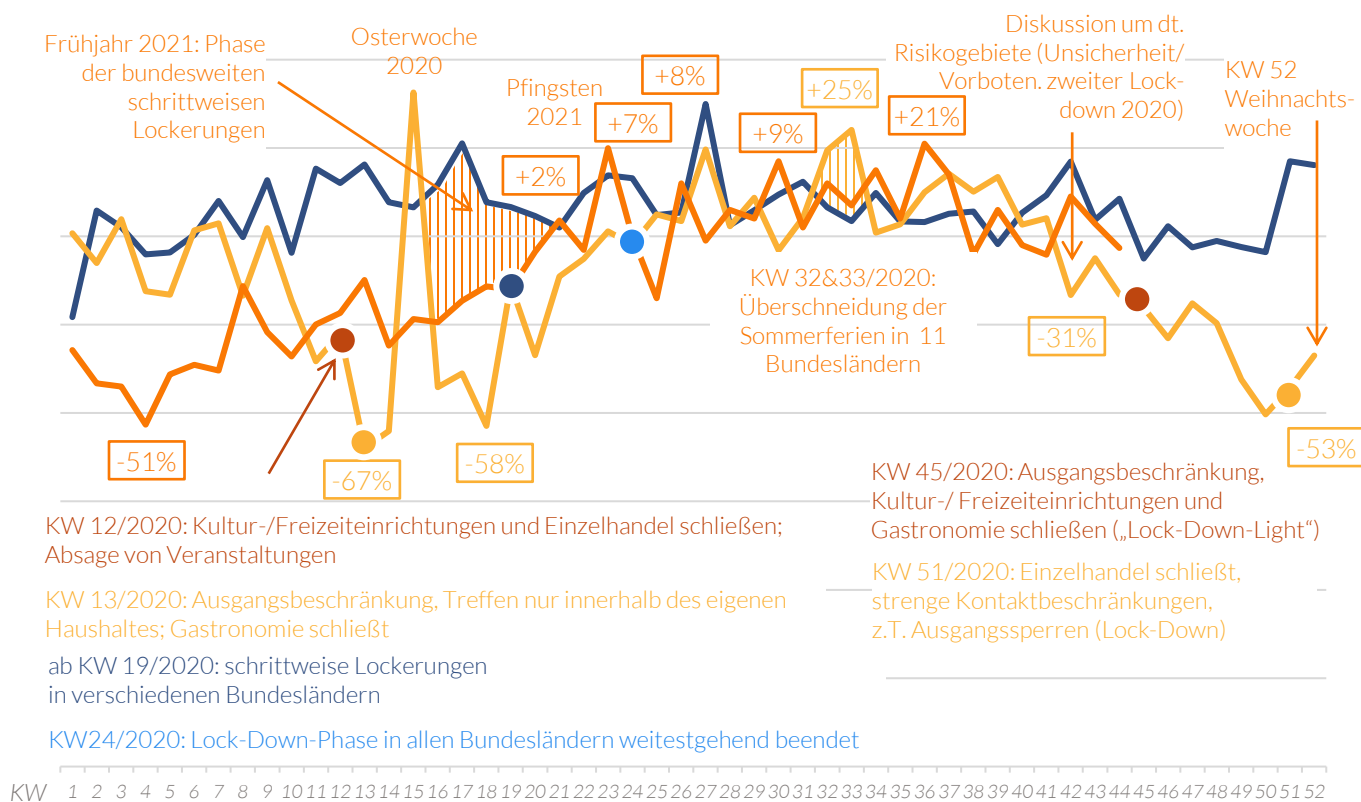
TAGESREISEN -17

AKTIVITÄTEN (AUSWAHL)

Wandern/Radfahren	+42
Landschafts-/Naturattraktionen	+14
Erholungs-/Spazierfahrt	-10
Verwandten-/Bekanntenbesuch	-17
Sehenswürdigkeiten/Attraktionen	-25
Shopping-Aktivitäten	-27
Besuch von Restaurants, Cafés etc.	-42
Veranstaltungen, Aufführungen etc.	-59

dwif-Tagesreisenmonitor

Niveau privater Tagesausflüge pro Kopf und Kalenderwochen 2020/2021



WIR UNTERSTÜTZEN SIE

Unser Team steht Ihnen bei der Bewältigung der aktuellen Herausforderungen durch die Corona-Pandemie mit Rat, Tatkraft und speziellen Beratungsangeboten zur Seite.

Bleiben wir in Verbindung



BERATUNG FÜR DESTINATIONSMANAGER*INNEN

- Umsatzausfallrechnung Corona für Ihre Destination
- dwif-Corona-MindMap
- Strategisches Coaching für Ihren Aktionsplan
- Coaching für Führungskräfte



BERATUNG FÜR DAS GASTGEWERBE

- Bilanzanalysen
- Liquiditätsvorschau
- Prozessoptimierung
- Strategieberatung
- Wertermittlung für Ihren Betrieb



BERATUNG FÜR KOMMUNEN

- Kommunale Kosten-Nutzen-Bilanz des Tourismus



WEITERE INFOS

www.dwif.de/corona-kompass.html

IHRE ANSPRECHPARTNER

KARSTEN HEINSOHN

Stellv. Geschäftsführer &
Leiter Marktforschung

k.heinsohn@dwif.de
Tel.: +49(0)30 / 757 94 9-0



LARS BENGSCHE

Geschäftsführer

l.bensch@dwif.de
Tel.: +49(0)89 / 237 028 9-0



Hervorragendes touristisches Know-how,
exklusive Marktdaten und die Freude daran,
gemeinsam mit unseren Kund*innen
nutzenstiftende Strategien und Lösungen für den Tourismus
zu entwickeln, machen uns aus.

www.dwif.de