

# Aktuelle Einschätzungen zu den Auswirkungen der Corona-Krise im Tourismus in Nordrhein-Westfalen

(Stand: 16. November 2020)



Liebe Partner des Tourismus NRW e.V.,  
sehr geehrte Damen und Herren,

die Corona-Krise hat auch die nordrhein-westfälische Tourismusbranche mit voller Wucht getroffen. Mit dem erneuten Update des Living Papers zur Corona-Krise möchten wir einen Überblick über die aktuelle Situation, aber auch einen Ausblick in die Zukunft liefern, um Ihnen eine Grundlage für weitere Entscheidungen zu bieten. Die vorliegenden Kurzinformationen wurden mit Unterstützung der dwif-Consulting GmbH erstellt. Grundlage für die folgenden Ausführungen sind der dwif-Corona-Kompass die Veröffentlichungen im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers Westfalen-Lippe sowie die Marktforschungsinstrumente des Tourismus NRW e.V.

Bleiben Sie gesund!

Ihr Team des Tourismus NRW e.V.

## **TOURISMUS IN NRW STARK VON DEN AUSWIRKUNGEN DER CORONA-PANDEMIE BETROFFEN: ÜBERNACHTUNGSRÜCKGÄNGE VON KNAPP 43 % IM ZEITRAUM JANUAR BIS AUGUST 2020\***

Rund 15 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Betrieben weniger als im Vorjahr. Das ist die Zwischenbilanz für den Zeitraum Januar bis August 2020 in NRW. Dabei reichte die Spanne von -31 % im Sauerland bis -56 % in der Region Düsseldorf und Kreis Mettmann. Die starken Rückgänge der Übernachtungen deutscher Gäste im Ausland und ausländischer Gäste im Inland hielten und halten weiter an. Angebotsseitig war im Sommer eine leichte Verknappung der Zahl der geöffneten Betriebe und der angebotenen Schlafgelegenheiten festzustellen (NRW im August 2020 jeweils rund -5,5 %).

### **Zunehmende Segmentierung und Fragmentierung im Tourismus**

Dabei kristallisieren sich die Destinations- und Betriebs-typen allgemein sowie die damit verbundene Angebots- und Gästestruktur vor Ort als entscheidende Faktoren für die Stärke der Auswirkungen der Corona-Pandemie heraus: Wasser- und Bergdestinationen sind z. B. weiterhin stärker nachgefragt, während der Städtetourismus auch im Sommer und Herbst weiter deutlich verliert. Reisen in weitgehend autarken Betriebstypen wie Ferienwohnungen/-häuser und Camping zeigen eine starke Recovery als Hotels oder Gruppenunterkünfte.

### **Was sich aus den aktuellen Zahlen ablesen lässt**

- 2020 wird es keine „Krisen-Gewinner“ in NRW oder im Deutschland-Tourismus geben, lediglich weniger stark betroffene Destinationen.
- Leisure-Tourismus und Inlandsmärkte wirken stabilisierend, können die Ausfälle u. a. bei Geschäftsreisen und im Incoming-Segment jedoch bei weitem nicht

ausgleichen (die DZT laut einer aktuellen Studie davon aus, dass das 2019er-Niveau des Incoming-Tourismus erst 2024 wieder zu erreichen sein wird).




- Der Trend zu einem verstärkten Kurzfristgeschäft hält an und wird durch den zweiten Tourismus- und Freizeit-Lockdown forciert.
- Marktregeln und bekannte Muster sind temporär ausgesetzt: Die Entwicklung geht von gesättigten zu ungesättigten Märkten. Das bedeutet, nicht die Attraktivität oder die Begehrlichkeit einer Destination entscheidet derzeit, sondern politische Rahmenbedingungen rund um die Ausweisung von Risikogebieten und Einreisebestimmungen.
- Strukturumkehr und eine zunehmende Segmentierung und Fragmentierung im Übernachtungstourismus: unterschiedliche Entwicklungen zwischen Betriebs- und Destinationstypen, zwischen einzelnen Betrieben vor Ort und in Abhängigkeit von der Bedeutung einzelner Marktsegmente (Geschäftsreiseverkehr/MICE, Ausland, Gruppengeschäft, Betriebsformen.

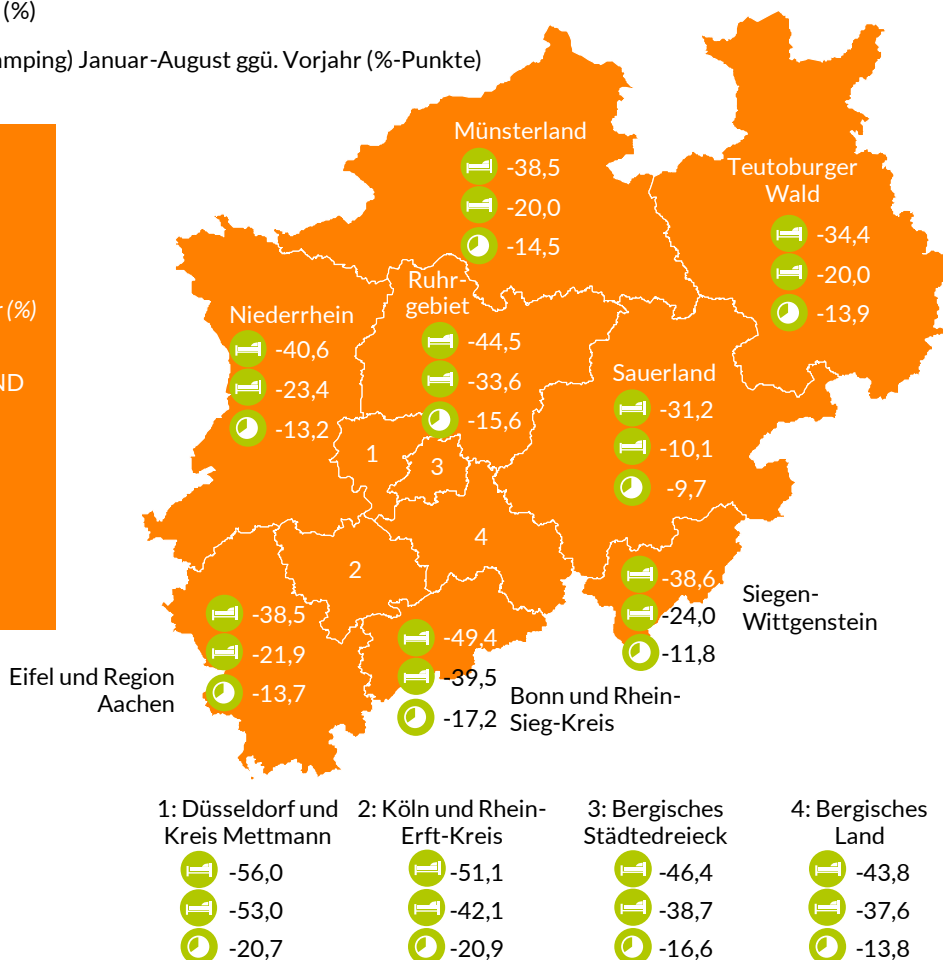
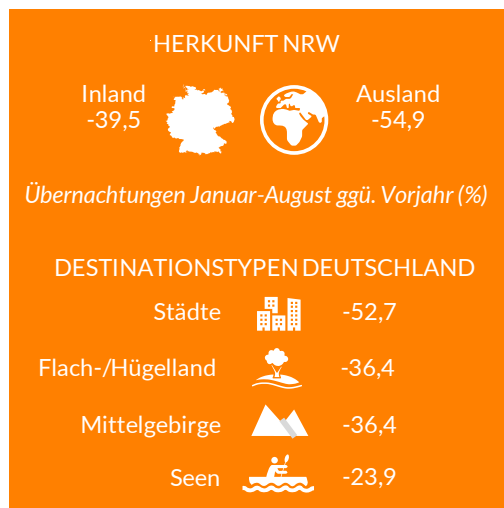
### **Über 46 Mrd. Euro Verlust in den Destinationen in Deutschland durch die Auswirkungen des Coronaviruses im Zeitraum März bis August 2020**

Nach exklusiven Berechnungen des dwif beläuft sich der Umsatzausfall in den Destinationen in Deutschland für den Zeitraum März bis August 2020 auf über 46 Mrd. Euro. Der Tages- und der Übernachtungstourismus sind davon insgesamt fast gleichermaßen betroffen. Das entsprach wöchentlichen Umsatzeinbußen in Höhe von knapp 1,8 Mrd. Euro. dwif-Schätzung für den Lockdown-Monat November: weiterer Umsatzausfall in Höhe von über 10 Mrd. Euro im Deutschland-Tourismus.

## Orientierung zu den potenziellen kurzfristigen Nachfrageeinbußen in NRW durch die Corona-Pandemie

Gewerbliche Übernachtungen 2020 in Nordrhein-Westfalen

-  -42,7 Januar-August ggü. Vorjahr (%)
-  -29,0 August ggü. Vorjahr (%)
-  -15,5 Auslastung (ohne Camping) Januar-August ggü. Vorjahr (%-Punkte)



Quelle: dwif November 2020, Daten Destatis/Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen

### Perspektive für den Herbst und Winter 2020/2021

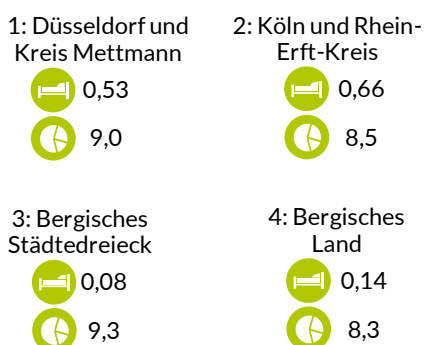
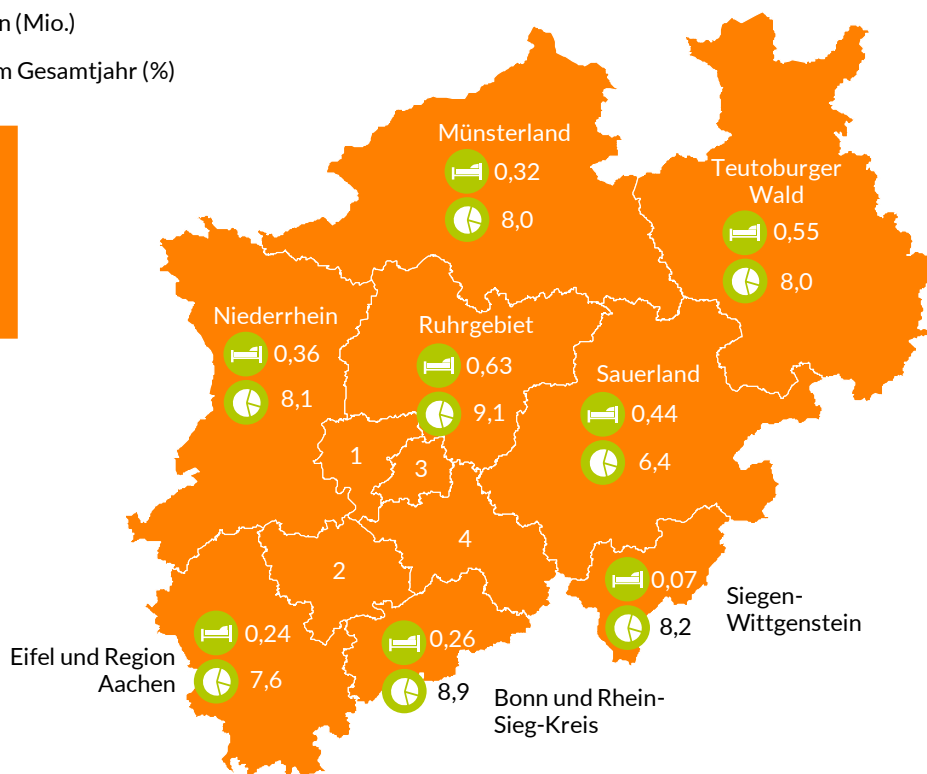
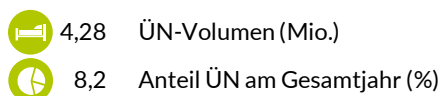
Insgesamt bleibt die Marktentwicklung durch Reisewarnungen, Lockdown und Ängste potenzieller Reisender jedoch sehr labil. So schlägt der zweite Tourismus- und Freizeit-Lockdown in der bisherigen ersten Recovery-Phase, die damit ein jähre Ende fand, voll durch. Dadurch entstehen zusätzliche Unsicherheiten bei Anbietenden und Nachfragern für die Planungen in den kommenden Monaten. Direkte Effekte sind bereits jetzt etwa durch zunehmende Stornierungen für die Folgemonate oder eine Zurückhaltung bei der Zahl der Vorbuchungen zu beobachten. Der Marktanteil der Übernachtungen für den Lockdown-Monat November 2020 liegt in NRW laut amtlicher Statistik bei vergleichsweise hohen 8,2 % an einem Normaljahr. Dieser Wert gibt somit eine Orientierung für die weiteren zu erwartenden Nachfrageausfälle des aktuellen Lockdowns.

Neben den Stadtstaaten und Hessen ist der Tourismus in NRW am stärksten von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen. Nach wie vor gilt:

- Städtereisen sowie Event-/Veranstaltungsreisen sind in einem Normaljahr die Hauptmotive für knapp 50 % der Urlaubsreisen nach NRW. Der Besuch von Events/Veranstaltungen ist bei 45 % aller Urlaubsreisen eine zentrale Aktivität. Diese Anlässe und Motive fallen derzeit größtenteils weg.
- Motive wie Urlaub auf dem Land oder in den Bergen und Badeurlaub sind in NRW schwächer ausgeprägt als in vielen anderen Destinationen. Gleiches gilt für die unterschiedlichen Outdooraktivitäten wie Aufenthalt in der Natur, Radfahren oder Wandern (Datenquelle: GfK Destination Monitor 2019).
- Die beiden für NRW wichtigen Segmente des Geschäftsreiseturismus und des Incoming-Tourismus sind nahezu zum Erliegen gekommen.

## Übersicht zur bisherigen touristischen Nachfrage- und Auslastungsentwicklung in NRW

Durchschnittliche gewerbliche Übernachtungen im Monat November 2017 bis 2019 in Nordrhein-Westfalen



Lesebeispiel: In der Region Niederrhein wurden in dem Monat November zwischen 2017 und 2019 jährlich durchschnittlich 0,36 Millionen Übernachtungen getätigt. Der Marktanteil der Übernachtungen für diese Monate an einem Normaljahr liegt in der Region Niederrhein laut amtlicher Statistik bei 8,1 %. Dieser Wert gibt somit eine Orientierung für die maximal zu erwartenden Corona-bedingten Nachfrageausfälle im November, hochgerechnet auf das Gesamtjahr und nach aktuellem Stand.

Quelle: dwif November 2020, Daten Destatis/Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen

### SCHLAGLICHTER AUF DIE BETRIEBLICHE EBENE

Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe stehen durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie massiv unter Druck. Trotz der geplanten staatlichen Hilfen wird sich ihre betriebswirtschaftliche Situation im Zuge des neuerlichen Lockdowns aller Voraussicht nach weiter verschärfen.

#### Gastgewerbe

Nach einer Umfrage des DEHOGA Bundesverbandes benötigen die Akteure für einen kostendeckenden Betrieb nach Eigenangaben rund 70 % ihres durchschnittlichen Umsatzes. Derzeit erreichen die Betriebe im Schnitt jedoch nur 50 % ihrer normalen Auslastung und können somit nicht wirtschaftlich arbeiten. Das Gastgewerbe ist generell durch niedrige Eigenkapitalquoten und hohen Fixkosten gekennzeichnet. Miet- und Personalaufwand stellen den Großteil der Fixkosten. Bund und

Länder bieten deshalb Überbrückungshilfen für gastgewerbliche Betriebe an. In der DEHOGA-Blitzumfrage vom September gaben dennoch über 72 % der gastgewerblichen Betriebe in NRW an, dass die bisher von Bund und Ländern angebotenen Liquiditätshilfen und Kreditprogramme für sie nicht ausreichen, um die Krise zu bewältigen. Eine Insolvenzwelle ist derzeit zwar (noch) nicht aus den zur Verfügung stehenden Zahlen abzulesen, aber zunehmende Marktaustritte im Verlauf des Winters absehbar.

Blickt man auf die aktuellen Zahlen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Gastgewerbe in NRW, so schlagen sich die Auswirkungen der Corona-Pandemie auch hier zunehmend nieder: Im August 2020 registrierte die Bundesagentur für Arbeit 7,3 % weniger Beschäftigte als ein Jahr zuvor. Zudem nimmt der Rückgang seit April 2020 kontinuierlich zu, während die Zahlen bundesweit stabil bleiben. Sobald die Nachfrage wieder anspringt,

sind demnach eine Verschärfung des Arbeitskräftemangels und damit auch Defizite im Service oder im Angebot insgesamt vorprogrammiert.

Ein weiterer Kurzfristindikator ist die Entwicklung auf dem Hotelmarkt. Im Zeitraum Januar bis September 2020 verzeichneten die die Hotellerie in NRW laut STR-Global (Schwerpunkt Stadt- und Kettenhotellerie) einen Rückgang von 53 % bei der so wichtigen Kennzahl Erlös pro verfügbares Zimmer (RevPAR). Auch hier gilt, neben den Stadtstaaten und Hessen ist NRW bundesweit am stärksten betroffen. Während die durchschnittliche Zimmerrate nur um knapp 7 % auf 92,50 Euro fiel, war es schlicht die Nachfrage, die fehlte. Im Monat September fiel der RevPAR sogar um 60 % niedriger aus als im Vorjahresmonat. Hier zeigt sich einmal mehr die Bedeutung des Geschäftsreisemarktes für den Standort NRW insgesamt.

In der Preispolitik sind die Unterschiede zwischen den Regionen ebenso sichtbar: Hotelbetriebe in den Küstenbundesländern konnten ihre Preise während der Corona-Pandemie durchschnittlich sogar erhöhen. Die Gründe hierfür liegen vermutlich im Einpreisen Coronaspezifischer Hygienemaßnahmen und in der Kompensation ausgefallener Umsätze. In allen anderen Destinationstypen in Deutschland lag das Preisniveau in der Hotellerie 2020 unter demjenigen des Vorjahres

### **Freizeitwirtschaft**

Die Freizeitwirtschaft, die für Gäste von Außerhalb, Tagessgäste und Einheimische als Aktivität bei der Urlaubs- und Freizeitgestaltung wichtig ist, wurde durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie hart getroffen. Viele Einrichtungen konnten ihre Saison aufgrund des Lockdowns im Frühjahr erst mit Verzögerung starten. In der ersten Recovery-Phase hatten es Outdoor-Einrichtungen wie Landschaftsattraktionen und Zoos/Tierparks dann deutlich leichter als Indoorangebote. Trotz umfangreicher Hygienekonzepte sowie Zugangsbeschränkungen lagen die Besucherzahlen insgesamt jedoch auch im August und September noch deutlich unter den Vorjahreswerten.

Wie eine dwif-Umfrage im Rahmen der Sparkassen-Tourismusbarometer in der zweiten Oktoberhälfte zeigt, sehen immer noch rund ein Fünftel die Existenz ihres Angebotes durch die Corona-Pandemie bedroht. Der neue Lockdown im November wird die Situation weiter verschärfen, besonders für die Indoor, mit teils hohen Besucherzahlen in der Nebensaison. Zudem droht mit Blick auf die Saison ab 2021 ein Investitionsstau in der Frei-

zeitwirtschaft, denn nach eigenen Angaben müssen bereits mehr als 50 % der Einrichtungen geplante Investitionen verschieben oder streichen.

### **Was bedeutet das für die Betriebe und Destinationen?**

- Legen Sie Abstands- und Hygienekonzepte langfristig an und kalkulieren Sie einen Hygiene-Aufschlag, den Sie auch kommunizieren sollten.
- Prüfen Sie weitere Einsparpotenziale oder handeln Sie Verlängerungen von Übergangskonditionen aus (Zulieferer, Versicherungen, Energieversorger und IT-Dienstleister, Einkaufsgemeinschaften etc.).
- Gastronomie: Entwickeln Sie bestehende Geschäftsmodelle und Raumkonzepte weiter und erschließen Sie zielgruppenspezifische Zusatzgeschäfte (Abholservice, Kooperation mit Lieferdiensten, straffe Speisekarten, Trend „Ghost Kitchen“ etc.).
- Beherbergungsgewerbe: Stellen auch Sie Ihr Geschäftsmodell und Ihre Zielgruppen auf den Prüfstand, beispielsweise durch (Teil)Umstellung auf Langzeitvermietung, Zielgruppendifferenzierung von Tagungshotels etc.
- Freizeitwirtschaft: Die Erfahrungen zeigen, dass bei einer Lockerung der Corona-bedingten Einschränkungen sehr schnell ein hoher Nachfragedruck auf öffentliche Bereiche und Freizeiteinrichtungen entsteht. Entwickeln Sie Ihre Maßnahmen zur Besucherlenkung weiter (z.B. Online-Buchungen, Wegeführung vor Ort).
- Landes- und Bundeshilfen für Betriebe sollten ausgeweitet und für das Gastgewerbe spezifiziert werden (klare Regelungen, unbürokratischer Zugang etc.).
- Intensivieren Sie als Destination Ihre Marktbeobachtung und den Austausch mit den Unternehmer\*innen, um drohende Angebotslücken frühzeitig zu identifizieren.

Weitere Daten und bundesweite Wettbewerbsvergleiche rund um Umsatzauffälle den Übernachtungs- und Tagestourismus sowie die Segmente des Gastgewerbes und der Freizeitwirtschaft sind im dwif-Corona-Kompass unter [www.dwif.de/news-events/corona-kompass](http://www.dwif.de/news-events/corona-kompass) und [www.touristiker-nrw.de/corona-virus/](http://www.touristiker-nrw.de/corona-virus/) zu finden.

## TAGESREISEN IN NRW ALS WICHTIGER STABILISATOR FÜR DIE BETRIEBE

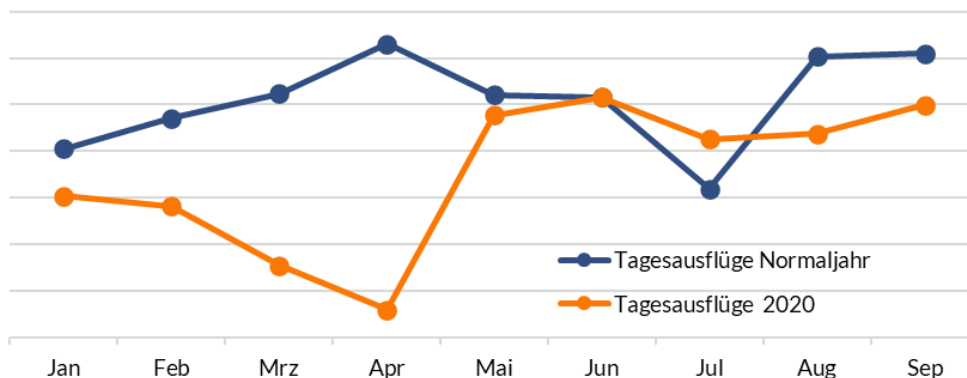
Der Tagestourismus ist ein milliardenschweres Standbein im NRW-Tourismus und wichtig für eine kontinuierliche Auslastung vieler Einrichtungen und Anbieter.

Eine Sonderauswertung des dwif-Tagesreisenmonitors im Auftrag des Tourismus NRW e.V. zeigt: Das private Tagesreisevolumen (Tagesausflüge) in und nach NRW ist im Zeitraum Januar bis September 2020 im Vergleich zu einem Normaljahr um bis zu 46 % eingebrochen, wengleich ein kompletter Stillstand auch während der Lockdown-Phase nicht eingetreten ist. Zum Vergleich: Bundesweit ging die Zahl der Tagesausflüge im gleichen Zeitraum nur um 12 % zurück. Dies liegt in NRW insbesondere am deutlich stärkeren Fokus auf Motive und Aktivitäten rund um Städte und Veranstaltungen.

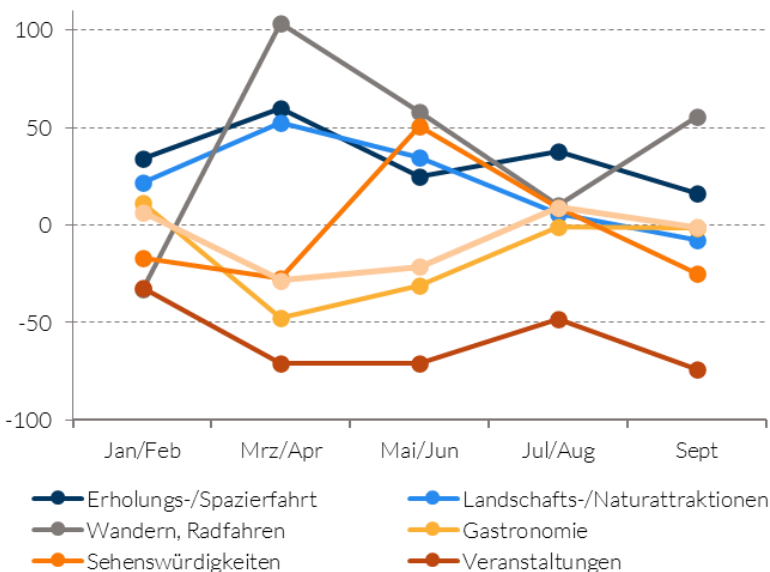
Ein genauerer Blick auf den Monatsverlauf 2020 zeigt im Vergleich mit den Werten eines „Normaljahres“ in den Monaten März und April einen deutlichen Rückgang. Nach den (ersten) Lockerungen war ab Mai ein kontinuierlicher Anstieg festzustellen, so dass im Juni wieder das Niveau eines Normaljahres erreicht wurde. Zunächst sprangen die Tagesausflüge im näheren Wohnumfeld wieder an. Im Verlauf des Sommers normalisierten sich die zurückgelegten Distanzen weiter. Im Juli wurden die Werte der vergangenen Jahre sogar übertroffen. Ursache hierfür ist neben der Verschiebung der Sommerferien und der zusätzlichen Tagesreiseaktivitäten „daheimgebliebener Urlauber\*innen“, das geringe Juli-Niveau der vergangenen Jahre. Analog zum Übernachtungstourismus gingen die Zahlen der Tagesgeschäfts im Jahresverlauf noch stärker herunter, in einigen Monaten um 50 % bis 75 %.

### Kennzahlen zum Tagestourismus 2020 in NRW

Niveau der privaten Tagesausflüge nach Monaten  
(Veränderung 2020 gegenüber einem „Normaljahr“)



Aktivitäten der Tagesausflügler\*innen nach Monat  
(Veränderung 2020 gegenüber einem „Normaljahr“ in %)



	Januar bis September 2020	Januar bis September Normaljahr
Distanz zwischen Wohnort und Zielort	37 km	40 km
Ø- Aufenthaltsdauer am Zielort	3,8 h	4,0 h
Anreiseverkehrsmittel: PKW / Fahrrad	66% / 9%	72% / 5%
Ausflugsziele nach Regionstypen: Städte / Mittelgebirge	58% / 23%	57% / 24%

Quelle: dwif-Tagesreisenmonitor 2020

Bedingt durch allgemeine Einschränkungen (Mengenbegrenzungen etc.), Schließungen von Attraktionen/Sehenswürdigkeiten und gastronomischen Einrichtungen oder Veranstaltungsabsagen gibt es Veränderungen im Aktivitätsmuster und damit auch bei der Wertschöpfung: Outdoor-Aktivitäten wie Wandern/Radfahren, Erholungs- und Spazierfahrten sowie der Besuch von Naturattraktionen verzeichneten ab März 2020 bis in den Herbst hinein deutliche Zuwächse. Andere normalerweise wichtige Ausflugsaktivitäten in NRW, wie z. B. der Besuch von Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten oder Restaurants/Cafés wurden entsprechend der Corona-Beschränkungen im April 2020 kaum unternommen. Während Sehenswürdigkeiten und Gastronomie ab Mai/Juni wieder an Bedeutung gewonnen haben und Normalniveau erreichen, zeigen sich veranstaltungsbezogene Tagesausflüge nach wie vor deutlich reduziert.

Der Lockdown im November wird nun einen ähnlichen Effekt wie im März/April mit sich bringen.

Alles in allem haben sich die Erwartungen an eine schnelle Erholung der Tagesreisen nach dem ersten Lockdown im Frühjahr 2020 bestätigt. Diese Entwicklung ist auch bei künftigen Recovery-Phasen zu erwarten, wenngleich gerade im Juli und August Überkompensationseffekte zur Hauptreisezeit aufgrund teilweise ausgefallener Übernachtungsreisen festzustellen waren. Die veränderten Rahmenbedingungen rund um Motive und Aktivitäten und dadurch bedingte geringere Wertschöpfungseffekte werden voraussichtlich auch im Herbst/Winter 2020/2021 weiter Bestand haben.

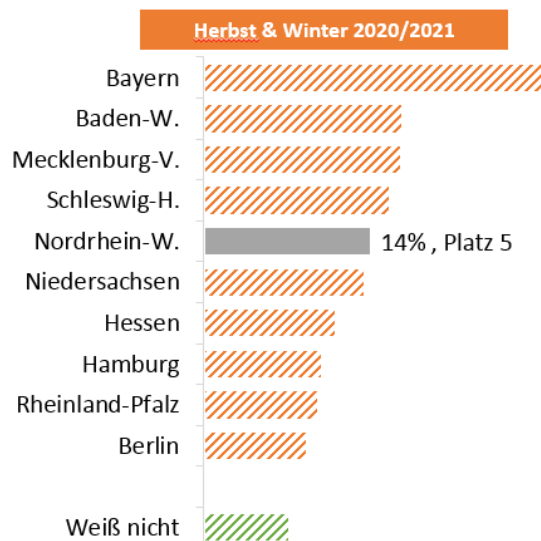
### URLAUBSPÄNE DER DEUTSCHEN 2020/2021

Hohe Reiselust, gleichzeitig aber große Bedenken im Zusammenhang mit der Pandemie, das sind die Ergebnisse, die die Reiseanalyse im Rahmen eines Moduls zur Corona-Recovery für den NRW-Tourismus im September 2020 im Auftrag des Tourismus NRW e.V. ermittelt hat. Im Herbst/Winter 2020/2021 planen mehr als die Hälfte der Deutschen (55 %) eine Urlaubsreise. **Von denjenigen, die Deutschland als geplantes Reiseziel angegeben haben, nannten 14 % NRW. Das bedeutet Platz 5 hinter Bayer und fast gleichauf mit Baden-Württemberg, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein und ein deutlicher Zugewinn Nordrhein-Westfalen gegenüber einem Normaljahr (Platz 10).**

Die generellen Interessen der Planer einer NRW-Reise liegen deutlich stärker in den Feldern Städte und Erlebnis sowie Aktiv (mit Wandern und Radfahren) als im bundesweiten Mittel. Hier gibt es bislang keine strukturellen Veränderungen durch die Corona-Pandemie Und diese sollten in der Produktentwicklung und in der Vermarktung weiter einen hohen Stellenwert einnehmen.

### Zielpräferenzen und Buchungskriterien der Deutschen

#### REISEABSICHTEN DER DEUTSCHEN: NRW STARK WIE.

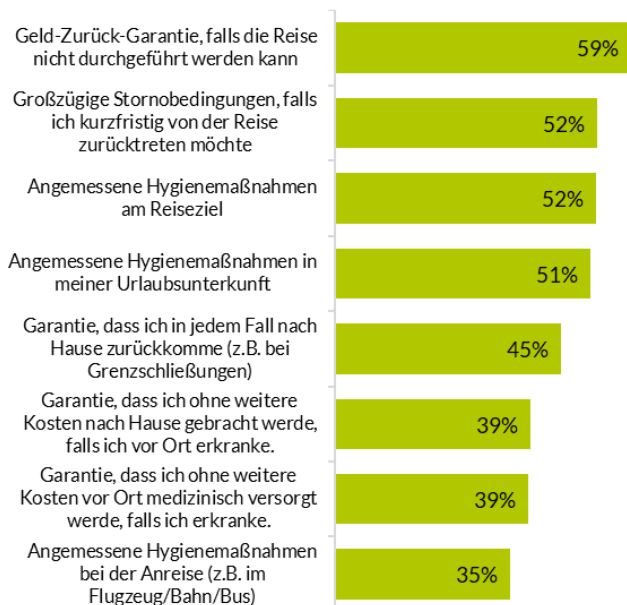


Frage: Bitte markieren Sie hier die Bundesländer, in welche Sie Ihre Urlaubsreise(n) innerhalb Deutschlands im [...] wahrscheinlich führen wird/werden  
 Basis: deutschsprachige Bevölkerung 18-75 Jahre, die die sicher/wahrscheinlich im [...] im Inland verreisen werden; Quelle: RA 2021, Corona Recovery Modul 09/2020

Gleichzeitig ist die Unsicherheit jedoch hoch: Mehr als jeder zweite Befragte hat Bedenken bezüglich der Einreisebestimmungen oder der Corona-Regeln vor Ort. Das größte Problem sehen die Deutschen darin, ob sie im Falle einer Stornierung das bereits bezahlte Geld zurückbekommen würden. Diese Unsicherheiten verändern das Buchungsverhalten: Die Top-3 Buchungskriterien beschäftigten sich mit einer gewünschten Geld-Zurück-Garantie, großzügigen Stornobedingungen und angemessenen Hygienemaßnahmen am Reiseziel. Diese Bedenken sind bei Reisenden mit Interesse an NRW gleichermaßen stark ausgeprägt. Hier sollten Betriebe und Destinationen ansetzen und entsprechende Maßnahmen weiterentwickeln und kommunizieren.

### Zielpräferenzen und Buchungskriterien der Deutschen

Buchungskriterien bei zukünftigen Urlaubsreisen



Basis: deutschsprachige Bevölkerung 18-75 Jahre, die sicher/wahrscheinlich im Inland verreisen werden

Quelle: RA 2021, Corona Recovery Modul 09/2020

Ein zusätzlicher Risikofaktor besteht darin, dass die Befragten mit einem kurzfristigen Interesse am Reiseziel NRW stärker von persönlichen wirtschaftlichen Unsicherheiten (z. B. Kurzarbeit, Jobverlust, generell finanzielle Einbußen) berichten als im Bundesdurchschnitt. Dies gilt es bei der Einschätzung der tatsächlichen Realisierung von Reisplanungen und der Kaufkraft/Angebotsstruktur vor Ort zu berücksichtigen.

Bei den Informationsquellen sind durch die Corona-Pandemie, neben den Klassiker wie Suchmaschinen, Unterkünfte, Freunde/Verwandte oder Reisebüros/Reiseveranstalter, die Presse/Nachrichten, das Auswärtige Amt, und das Robert-Koch-Institut unter den Top-Nennungen hinzugekommen. Dies belegt das hohe Sicherheitsbedürfnis, aber auch die Unsicherheit der Reisenden.

Gleichzeitig deuten die Informationsquellen, und das generelle Reiseverhalten speziell der Interessenten für das Reiseziel NRW in den kommenden 12 Monaten auf ein Klientel hin, das normalerweise eher andere Destinationen und Pauschalurlaube bevorzugt. Dies ist durchaus eine Chance in der Pandemie, auch für die Zukunft weitere Zielgruppen zu erschließen.

Ein Zeitvergleich: Die Urlaubslust hat sich gegenüber der vorherigen Befragung im Mai 2020 positiv entwickelt. Für den Zeitraum Frühjahr/Sommer 2021 planen 68 % der Deutschen einen Urlaub. Hier schneidet NRW als klassisches Ziel für Kurzurlaube bzw. Zweit- oder Drittreisen mit 10 % etwas schwächer ab. Während die Befragten also für den Herbst/Winter noch zurückhaltend waren, gehen zwei Drittel der Befragten davon aus, im nächsten Sommer wieder „normal“ reisen zu können. Allerdings ist zu beachten, dass diese Befragung vor dem neuerlichen Lockdown im November durchgeführt wurde.

### Zusammenfassend lässt sich festhalten:

- Die Reiselust der Deutschen ist ungebrochen. Sie haben vielfältige Reisepläne für Herbst und Winter 2020/21 sowie Frühjahr und Sommer 2021.
- Generell möchte man - sofern möglich – so reisen, wie man es gewohnt ist. Besonders für den Sommer 2021 hofft man auf eine Normalisierung des Angebots.
- Corona wirkt stark auf die konkrete Reiseplanung: Neue Anforderungen, Verunsicherung, Kurzfristigkeit – aber auch Chancen, z.B. für mehr Nachhaltigkeit.

## **TOURISMUSORGANISATIONEN: WANDEL BEI DEN AUFGABEN UND HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE FINANZIERUNG**

Neben Gastgewerbe und Freizeitwirtschaft dürfen Politik und Partner die Tourismusorganisationen nicht vergessen. Denn auch für die kommunalen, regionalen und Landestourismusorganisationen ist es eine besondere und fordernde Zeit.

Im Zuge der Corona-Pandemie sollen sie die Betriebe beraten, Marketing in Krisenzeiten realisieren, Krisenkommunikation meistern, umfassende Verbraucherinformationen liefern und Konzepte für die wechselnden Lockdown- und Recovery-Phasen entwickeln. Auf der anderen Seite stehen sie zwischen Rollen und Anforderungen der Partner und eigenen Existenzfragen.

Am besten scheinen diejenigen Organisationen die Situation zu meistern, die schon vor der Krise stark auf ihre Managementaufgaben gesetzt haben. Die Auswirkungen der Corona-Pandemie beschleunigen somit den Wandel von Marketing- zu Managementorganisationen.

Und die Zukunft der in der Regel kommunal getragenen Organisationen? Ehrlicherweise muss man sagen: Ungewiss, zumindest in der jetzigen Form. Denn die kommunalen Haushalte stehen unter massivem Druck. Dabei werden die Folgen voraussichtlich erst ab 2021/2022 voll wirken und länger anhalten als die Effekte bei der touristischen Nachfrage. Die Finanzierung der freiwilligen Aufgabe Tourismus durch die öffentliche Hand ist daher (mittelfristig) gefährdet.

Bereits in der Landestourismusstrategie NRW wurde die schwierige Finanzierungssituation der Tourismusorganisationen auf lokaler, regionaler und Landesebene als eine zentrale Schwäche im System Tourismus identifiziert. Daher wurden zunächst für die regionale Ebene Kriterien zur Messung der Wettbewerbsfähigkeit entwickelt, u. a. mit Orientierungswerten für notwendige Budgets.

Deutlich werden die Herausforderungen rund um das Thema Finanzierung bei einem Blick auf die derzeitigen Strukturen:

- Regionale Tourismusorganisationen finanzieren sich durchschnittlich mit 39 % über öffentliche Zuschüsse und Fördermittel. Und auch ein Großteil der Mitgliedsbeiträge (z. B. Kreise und Gemeinden) sowie der eigenerwirtschafteten Mittel (z. B. Beteiligungen, Marketingumlagen) wird durch öffentliche Mittel finanziert.
- Auf der Ortsebene machen öffentliche Zuschüsse und Fördermittel rund ein Drittel des Budgets der Tourismusorganisationen aus. Zudem reißen hier derzeit teils ausbleibende Kur- und Tourismusabgaben Löcher in den geplanten Budgets.

### **Was bedeutet das für politische Entscheider und Verantwortliche in den Destinationen?**

- Die wachsende Nachfrage im Bereich der Inlandsreisen wird das Wegbrechen der anderen Segmente wie Events, Business und internationales Incoming nicht kompensieren. Trotzdem muss es gelingen, jedes vorhandene Markt- und Nachfragesegment auszuschöpfen.
- Stärken Sie die öffentliche Wahrnehmung der Tourismus- und Freizeitbranche als Wirtschaftsfaktor und machen Sie den Nutzen des Tourismus für attraktive Kommunen und Regionen nicht nur für die Touristen, sondern auch für die Bevölkerung, die Betriebe und deren Beschäftigte deutlich.
- Stoßen sie aktiv Diskussionen rund um das Thema „freiwillige Aufgabe Tourismus“ an, Transparenz und ein offenes Miteinander sind hier wichtig. Schaffen Sie damit einen Schulterchluss zwischen kommunalen Entscheidern und Touristikern.
- Führen Sie gerade jetzt angeschobene Prozesse zur Bildung wettbewerbsfähiger Destinationsmanagementorganisationen weiter bzw. initiieren Sie diese (klare Aufgabenteilung, schlagkräftige Einheiten, Finanzierung und neue Finanzierungskonzepte).
- Landes- und Bundeshilfen für Betriebe und Kommunen sollten ausgebaut und flexibel eingesetzt werden.
- Haben Sie schon jetzt die Spätfolgen der Corona-Pandemie im Blick, wie die Auswirkungen auf den touristischen Arbeitsmarkt, die Finanzierung oder die Qualitätsentwicklung.



## Orientierungswerte zur Struktur der Finanzierung touristischer Organisationen

Budgetherkunft Regionen	Anteil in %	Budgetherkunft Orte/Städte	Anteil in %
Mitgliedsbeiträge	23 %	Mitgliedsbeiträge	2 %
Öffentliche Zuschüsse	24 %	Öffentliche Zuschüsse	30 %
Fördermittel	15 %	Fördermittel	3 %
Erwirtschaftete Eigenmittel	32 %	Erwirtschaftete Eigenmittel	43 %
		Kurabgabe/Tourismusabgabe	16 %
Sonstiges	6 %	Sonstiges	6 %

Quelle: dwif 2020 auf Grundlage eigener Erhebungen im Rahmen der Sparkassen-Tourismusbarometer

Weitere Informationen rund um Corona unter: [www.touristiker-nrw.de/corona-virus](http://www.touristiker-nrw.de/corona-virus)

### **Silvia Raueiser**

Projektleiterin Hochschulkooperationen, Stellungnahmen  
[raueiser@nrw-tourismus.de](mailto:raueiser@nrw-tourismus.de)

Mehr zur Tourismus NRW Marktforschung: [www.touristiker-nrw.de/marktforschung](http://www.touristiker-nrw.de/marktforschung)

### **Christian Stühning**

Bereichsleiter Umsetzung Landestourismusstrategie, Unternehmensentwicklung und Marktforschung  
[stuehring@nrw-tourismus.de](mailto:stuehring@nrw-tourismus.de)

### **Ann-Christin Ingenlath**

Referentin Marktforschung  
[ingenlath@nrw-tourismus.de](mailto:ingenlath@nrw-tourismus.de)

Tel.: 0211/91320-545,

Tourismus NRW e.V., Völklinger Str. 4, 40219 Düsseldorf