

# Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland

## Die Branche auf dem Prüfstand – Resilienz ist gefragt

Umsatzausfall 2020 in den fünf Bundesländern: **6,7 Mrd. €**

Zielgerichtete **Unterstützung** auch

**mittelfristig** notwendig

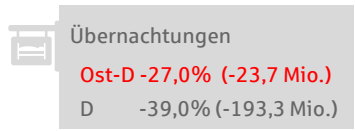
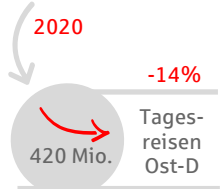
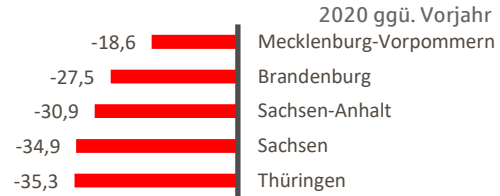
**Solide Ausgangssituation** für den

**Re-Start** in Ost-D

**Politik** muss **verlässlichen Rahmen** schaffen

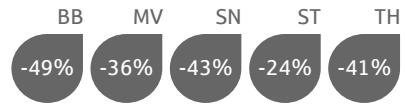
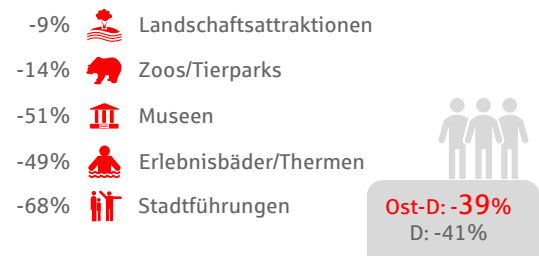


## Strukturelle Schwächen werden zu Krisenstabilisatoren



## Freizeitwirtschaft 2020:

Indoor-Einrichtungen stärker betroffen als Outdoor-Einrichtungen, kurze Erholungsphase im Jul/Aug/Sep



1 Besucherentwicklung 2020/2019, vorläufige Ergebnisse

## Gästeszufriedenheit sinkt

Sonderjahr 2020, Hardware und Preis-Leistung mit Defiziten



Ost-D: **84,9**  
(-0,8) D: 85,8  
(-0,6)

TrustScore 2021 0 bis 100 Punkte (2021 ggü. 2020 in Punkten)

### Reiseabsichten (Post-) Corona-Pandemie

Deutschland 2021 **+61%** bei Suchanfragen

Reiselust & Reisebudget +++

- 42% Besuch von Verwandten/Bekanntem
- 40% Besuch von Restaurants, Cafés etc.
- 36% Besuch Konzert, Fest, Theater, Volksfest
- 35% Thermenbesuch, Wellness, Schwimmen

Aktivitäten nach Lockdown ...

Urlaubsanforderungen

- Flexibel & kurzfristig
- Outdoor & Natur
- Autarke Wohnformen
- Verlässliche Informationen
- Sicherheit & Hygiene
- Abstand

## Zukunft der Betriebe

4 zentrale Herausforderungen: Planungsunsicherheit, Liquiditätssicherung, Fachkräftebindung, Qualitätssicherung



**57%** der Betriebe erwarten Mitarbeiterverluste an andere Branchen



- Denken Sie positiv**  
Chancen erkennen  
Ideen entwickeln  
Strategien verfolgen
- Kennen Sie Ihre Zahlen**  
Kennzahlenmonitoring  
Business Impact Analyse  
Zero-Budgeting
- Binden Sie Ihre Mitarbeiter**  
Kommunikation stärken  
Flexibilität gewähren  
Eigenverantwortung fördern
- Nutzen Sie die Zeit**  
Betriebsabläufe optimieren  
Digitalisierung ausbauen  
Angebote anpassen

## Tourismusorganisationen und Destinationen in der Krise

Trilogie aus akuter Krisenbewältigung, schrittweisen Anpassungen und Change-Prozessen entscheidend

### »» DMO

### TOP 5-Maßnahmen zur akuten Krisenbewältigung

- 91% Anpassung an Hygienevorgaben
- 71% Coronabezogene Kommunikation nach außen
- 68% Temporäres Aussetzen des Marketings
- 62% Coronabezogene Kommunikationsoffensive nach innen
- 61% Anpassung des Marketings an die Krisensituation

**Appelle an die Politik**  
(Öffnungs-)Perspektiven schaffen  
Teststrategien entwerfen  
Re-Opening Hilfe anbieten

Corona-Pandemie: Überprüfung von **Bewährtem & Neuentwicklungen**  
Schub für Digitalisierung und Home Office, Messen & Print auf dem Prüfstand

### Drei Erfolgsfaktoren

- 1 Aufgaben schärfen
- 2 Menschen und Beziehungen stärken
- 3 Rahmenbedingungen sicherstellen