

# Sparkassen- Tourismusbarometer Schleswig-Holstein

Kurzbericht 2|2021

Tourismusverband  
Schleswig-Holstein

 Finanzgruppe

Sparkassen und Giroverband  
für Schleswig-Holstein





## Hotel- und Gaststättengewerbe in Schleswig-Holstein

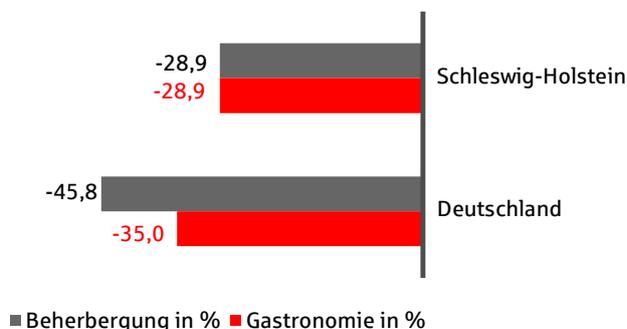
Nach langjähriger Wachstumsphase wurden die deutsche Wirtschaft und insbesondere die Bereiche Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Jahr 2020 von einer starken Rezession getroffen. Der Ausbruch der Corona-Pandemie und die damit einhergehenden Maßnahmen zu ihrer Bekämpfung seit dem Frühjahr 2020 führten im Gastgewerbe zu einem deutschlandweiten Umsatzrückgang von 38,9 Prozent für das Gesamtjahr 2020 gegenüber dem Vorjahr. In Schleswig-Holstein sank der Umsatz um 28,9 Prozent. Das nördlichste Bundesland ist hier glimpflicher davon gekommen als viele Wettbewerber. Dabei profitierten vor allem die Destinationen an den beiden Küsten von der hohen Inlandsnachfrage im Sommer und bis in den Oktober hinein. Viele Hotelbetriebe in Schleswig-Holstein konnten während der fünf Öffnungsmonate eine gute Auslastung und überdurchschnittlich hohe Preise erzielen. In den Monaten Mai bis Oktober 2020 lag der durchschnittliche Zimmerpreis bei 123 Euro und damit 15 Euro höher als 2019. Der Preis signalisiert, dass Hygieneaufschläge eingepreist und auch die Umsatzausfälle des ersten Lockdowns teilweise kompensiert wurden. Der starke Nachfragedruck hat seinen Teil zur Preisentwicklung beigetragen.

### Auch betriebswirtschaftlich kommen die Betriebe in Schleswig-Holstein bislang besser durch die Krise als im Bundesvergleich

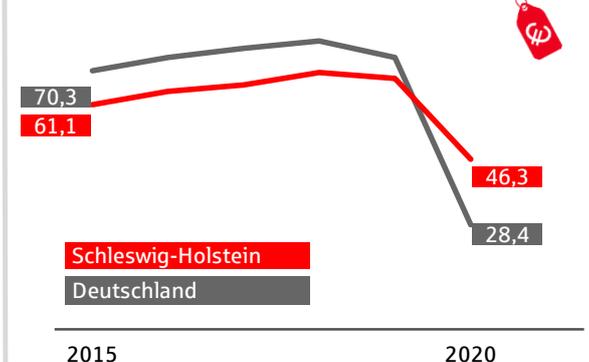
Ein Blick auf den RevPAR – den Umsatz je verfügbarem Zimmer – verdeutlicht, wie sich die Situation für die Hotelbetriebe im Land dargestellt hat und noch bis weit hinein ins aktuelle Jahr 2021 wirkt. In Schleswig-Holstein fiel der RevPAR dank der hohen Preise und der vergleichsweise gute Auslastung nur um 24 Prozent auf 46,3 Euro. Im Jahresdurchschnitt 2020 erzielten deutsche Hotelbetriebe einen RevPAR von 28,40 Euro. Das waren 61,0 Prozent weniger als im Vorjahr. Es gibt keine konkrete Messlatte, wie hoch der RevPAR eines Betriebes sein muss, da hier interne Faktoren wie das Lohnniveau, der Umfang der Servicebereiche und externe Faktoren wie Saison und Zielgruppen eine Rolle spielen. Klar ist jedoch: Es ist betriebswirtschaftlich unrentabel, den Betrieb bei einem RevPAR von unter 10 Euro aufrechtzuerhalten, was in den Lockdown-Monaten durchaus der Fall war. Die Hotelbetriebe, die während der Öffnungsphase einen höheren RevPAR hatten und einen finanziellen Puffer aufbauen konnten, gingen mit etwas weniger Sorgen in die zweite Schließphase oder liefen in Schleswig-Holstein vielerorts ohnehin in die absolute Nebensaison hinein. Wie bereits 2020: Entscheidend wird die Situation ab Juni und eine gute Sommersaison sein, gefolgt von einer stabilen Situation im Herbst und bis in das Weihnachtsgeschäft hinein. Denn zum jetzigen Stand sind die Rückgänge durch den Dauer-Lockdown im Vergleich zu einem Normaljahr noch einmal höher als 2020.

Kennzahlen im Gastgewerbe: Umsatzentwicklung in Beherbergung und Gastronomie

Reale (preisbereinigte) Umsatzentwicklung in Beherbergung und Gastronomie 2020 im Vergleich zum Vorjahr (in %)



RevPAR 2015-2020 in €



Quelle: dwif 2021, Daten: Destatis, STR Global



Über sechs Monate war der Großteil der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe auf die Buchungen Geschäftsreisender sowie das Abhol- bzw. Liefergeschäft beschränkt. Die allermeisten Betriebe erwirtschaften somit nur einen Bruchteil ihres regulären Umsatzes. Insgesamt lagen die Umsätze im schleswig-holsteinischen Gastgewerbe im Februar 2021 rund 65 Prozent unter dem Wert des Vorjahresmonats; eine Größenordnung, die man auf die anderen Lockdown-Monate übertragen kann. Dabei treffen die Einschränkungen das Beherbergungsgewerbe stärker als die Gastronomie: Das Ausbleiben touristischer Übernachtungen führte zu einem Umsatzrückgang von 81,4 Prozent zwischen Februar 2021 und dem noch „vorpandemischen“ Februar 2020. Für die Gastronomie in Schleswig-Holstein wurden um 55,2 Prozent geringere Umsätze gemeldet. Vor allem Betriebe in Ballungsräumen und an Tagesausflugszielen haben sich auf die neue Situation eingestellt und bieten ihre Menüs nur am Wochenende oder am Abend an, um Kosten einzusparen.

Stichwort Kosten: Ein intensives Controlling und ein perfektes Kosten- und Liquiditätsmanagement helfen nur kurzfristig bei der Existenzsicherung. Auch wenn die Eigenkapitalquote im schleswig-holsteinischen Gastgewerbe vor Ausbruch der Corona-Pandemie mit 28,8 Prozent durchschnittlich höher lag als anderswo, können nur die besser gestellten Betrieben davon zehren. Es gilt auch in der Krise weiterhin, dass das Gastgewerbe generell von vergleichsweise niedrigen Eigenkapitalquoten geprägt ist und die allermeisten Betriebe mit wenig bis gar keinem Eigenkapital bei der Kreditvergabe einen schweren Stand haben. Die elektronischen Bilanzkennzahlen aus dem Jahr 2019 signalisierten bereits, dass die Ausgangslage vieler Betriebe für die folgende Krisenzeit nur durchwachsen war. Hier sind die Betriebe selbst gefordert, durch ein professionelles innerbetriebliches Kennzahlenmonitoring Transparenz zu schaffen und zukunftsweisende Strategien vorzulegen. Aber auch Politik und Kreditwirtschaft sind gefragt, branchenspezifische Angebote zu schaffen und damit Perspektiven zu bieten.

### **Unterstützungsprogramme von Bund und Ländern sichern Existenzen**

Aufgrund der Liquiditätsengpässe sind die Instrumente zur Soforthilfe von Bund und Ländern aus betriebswirtschaftlicher Sicht notwendig. Diese Einschätzung wird durch eine Online-Befragung des Tourismusbarometers im deutschen Gastgewerbe bestätigt: Mehr als 92 Prozent der befragten Betriebe gaben an, dass die liquiden Mittel ihres Betriebes nicht ausreichen, um die Krise zu überstehen und benötigen Hilfen von außen. Dabei geht es vor allem um die staatliche Übernahme von Fixkosten wie Personalkosten und Mieten/Pachten. Fast alle befragten Betriebe (95,1 Prozent) haben während der Corona-Pandemie Hilfen von Bund und Ländern in Anspruch genommen. Die Hilfsprogramme konzentrierten sich lange auf kleine und mittelständische Betriebe. Größere Betriebe waren aufgrund der bis Ende 2020 geltenden Hilfsobergrenzen von den Maßnahmen ausgeschlossen. Die anhaltenden Umsatzausfälle haben aber auch diesen Betrieben zugesetzt, weshalb sie Unterstützung benötigen. Die EU hat hier inzwischen nachgebessert und die Beihilfegrenze von 0,8 auf 2,0 Millionen Euro erhöht. Nun können auch größere Betriebe, regionale mittelgroße Hotelketten und Systemgastronomen darauf zugreifen. Immer stärker unter Druck geraten auch kommunale Betriebsgesellschaften, die bei weitem nicht so umfassend auf die staatlichen Hilfsprogramme zurückgreifen konnten.

### **Touristischer Arbeitsmarkt als Herausforderung Nummer eins**

Das am häufigsten genutzte Unterstützungsinstrument in der Krise ist die Kurzarbeit. Auf diese Weise können Betriebe – in der Theorie – massiv Personalkosten einsparen und Entlassungen vermeiden. Der Bundesagentur für Arbeit zufolge wurde in Schleswig-Holstein im Jahr 2020 für knapp 420.000 Personen Kurzarbeit angezeigt. Davon sind rund 58.500 Angestellte, also rund 14 Prozent, dem Gastgewerbe zugeordnet. Zum Vergleich: Das Gastgewerbe stellte vor der Pandemie 4,4 Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Schleswig-Holstein. Dabei ist die Gastronomie deutlich stärker betroffen als die Beherbergung, denn zwei Drittel der Personen in Kurzarbeit, rund 38.500 Menschen, sind in der Gastronomie tätig. Auf Grund der generell niedrigeren Löhne im Gastgewerbe fällt das Kurzarbeitergeld anteilig niedriger aus. So ist es kaum verwunderlich, dass während der letzten Monate viele Fachkräfte in andere Branchen abgewandert sind. Mit

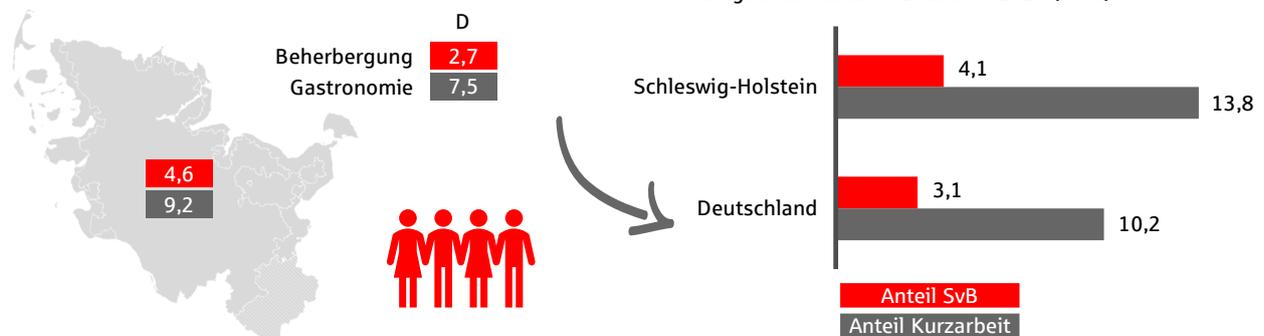


Stand Februar 2020 wurden für die Beherbergung in Schleswig-Holstein 20 Prozent weniger Beschäftigte in der Beherbergung und fast 25 Prozent weniger Beschäftigte in der Gastronomie als im Vorjahresmonat gemeldet. Für die Branche wird es ein Mammutakt, diese Fachkräfte zurückzugewinnen, um die zu erwartende, steigende Nachfrage bewältigen zu können. Parallel dazu geht die Zahl der Auszubildenden zurück. Wird nicht dringend gemeinsam gehandelt (Politik, Verbände, Betriebe), droht in der serviceintensiven Tourismusbranche in Schleswig-Holstein in den nächsten Jahren ein akuter Mangel an Nachwuchs- bzw. Fachkräften, der sich nicht schleichend, sondern direkt und drastisch auswirken wird. Ein Zusammenspiel von übergeordneten Ausbildungs- und Imagekampagnen für die Branche, Initiativen an Schulen zur Nachwuchskräfte-sicherung sowie einzelbetrieblichen Maßnahmen z.B. zur Bindung der Mitarbeitenden ist gefragt.

Kurzarbeit im Hotel- und Gaststättengewerbe nach Beherbergung und Gastronomie

Personen in Kurzarbeit: Anteil von Beherbergung und Gastronomie an allen Branchen im Jahresdurchschnitt 2020 (in %)

Personen in Kurzarbeit: Anteil des Hotel- und Gaststättengewerbes an allen Branchen im Vergleich zum Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter (SvB) im Gastgewerbe an allen Branchen 2020 (in %)



Quelle: dwif 2021, Daten: Bundesagentur für Arbeit

## Touristische Nachfrage in Schleswig-Holstein

Aus der amtlichen Statistik lassen sich mit den aktuellsten Zahlen aus dem März noch keine neuen Erkenntnisse gewinnen, da diese vollumgänglich in der Zeit des Lockdowns liegen. Fakt ist allerdings, dass die Rückgänge im bisherigen Jahr noch einmal diejenigen aus 2020 übertreffen, weil in den Monaten Januar, Februar und teilweise im März 2020 noch Übernachtungstourismus stattfand.

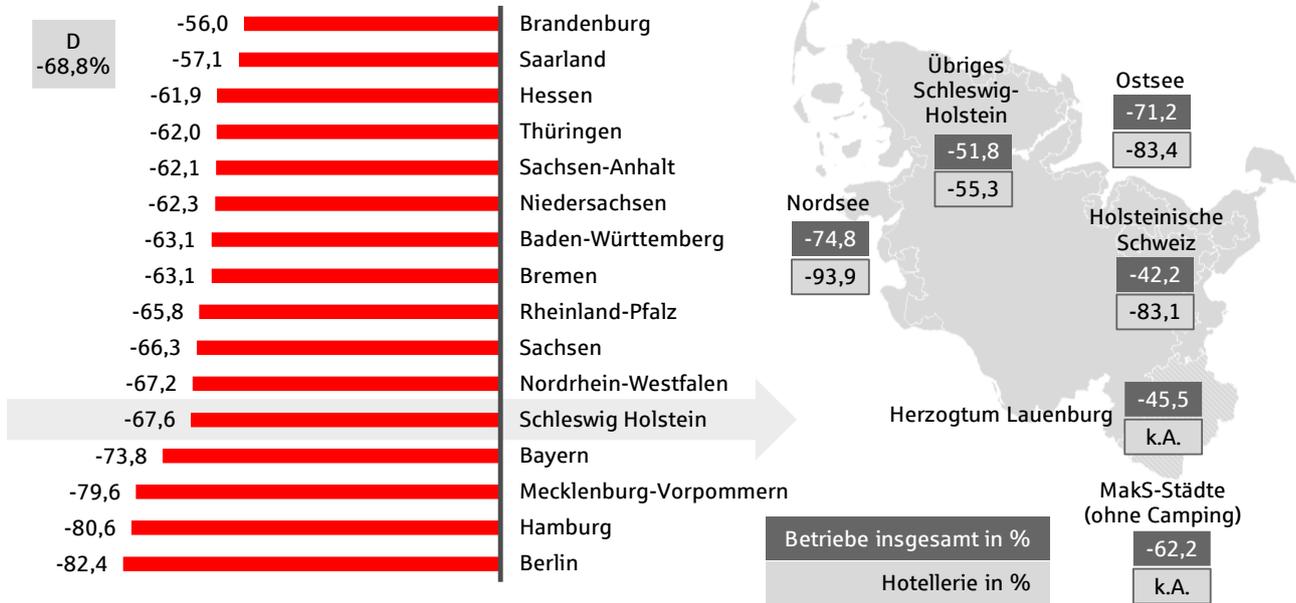
Erste positive Signale lassen sich aus dem Modellprojekt Kennzahlen des Sparkassen-Tourismusbarometers Schleswig-Holstein ableiten. Hier stellen zehn Modellkommunen monatlich ihre Daten rund um die Meldestatistik und Buchungsentwicklung zur Verfügung. Sie stehen für rund 44 % der touristischen Gesamtnachfrage in Schleswig-Holstein und ermöglichen somit einen umfassenden Blick auf aktuelle Entwicklungen einschließlich der Betriebe <10 Betten und einen Ausblick auf die kommende Saison. Daraus lassen sich kurzfristige Handlungsbedarfe für das Marketing und strategische Entscheidungen ableiten.

Während die Übernachtungszahlen für den Zeitraum Januar bis April 2021 gegenüber dem Vorjahreszeitraum natürlich deutliche Rückgänge zeigen, stimmen die Buchungen und die gebuchten Übernachtungen optimistisch. Waren die Zahlen in den Vormonaten noch stark rückläufig, so scheint der Buchungsmotor bei der Nachfrage früher wieder anzuspringen, als es zum gleichen Zeitpunkt 2020 der Fall war. Dies macht Hoffnung auf eine so notwendige starke Sommer- und Herbstsaison 2021 in Schleswig-Holstein.



Marktentwicklungen 2021 aus der amtlichen Statistik und dem Modellprojekt Kennzahlen

Gewerbliche Übernachtungen (ab 10 Schlafgelegenheiten) Januar bis März 2021 ggü. Vorjahr in %



Wer kommt in Schleswig-Holstein noch am besten durch die Krise?

Herkunft der Gäste SH

Inland -66,5%  
Ausland -80,3%

Destinationstypen D

Seen -64,8%  
Küsten -75,1%  
Städte -75,8%  
(Auswahl)

Gemeindeguppen

Nordseebäder -74,9%  
Ostseebäder -74,1%  
Erholungsorte -68,6%  
Übrige Gemeinden -58,2%  
Luftkurorte -48,3%  
Heilbäder -37,9%

Betriebstypen

Sonstiges Beherbergungsgewerbe -83,8%  
Hotellerie -79,1%  
Campingplätze -74,1%  
Vorsorge-/Rehaklinken -16,2%

Modellprojekt Kennzahlen

- ▶ ÜN Meldescheinstatistik Modellorte Januar bis April 2021 ggü. Vorjahreszeitraum: an Nordsee -55% an Ostsee -77%
- ▼ Marktanteil Januar/Februar/März/April gesamt in einem „Normaljahr“: 18%
- ▼ Stärke der Auswirkungen abhängig von Ort/Region, Destinationstyp sowie den aktuellen Corona-Maßnahmen und Einschränkungen



Veränderung ggü. Vorjahresmonat (Zeitpunkt der Buchung, nicht Zeitpunkt der Anreise)

	Buchungen	gebuchte ÜN
Jan 2021	-61%	-46%
Feb 2021	-48%	-31%
Mrz 2021	-50%	+114%
Apr 2021	+401%	+295%

Quelle: dwif 2021, Daten: Modellprojekt Kennzahlen, Statistische Landesämter, Statistikamt Nord



[www.tourismusbarometer.sh](http://www.tourismusbarometer.sh)

**Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein – Ihre Ansprechpartner:**

Herausgeber: Sparkassen- und Giroverband  
für Schleswig-Holstein  
Gyde Opitz  
Faluner Weg 6  
24109 Kiel

Tourismusverband  
Schleswig-Holstein e. V.  
Dr. Catrin Homp  
Wall 55  
24103 Kiel

Bearbeitung: dwif-Consulting GmbH  
Karsten Heinsohn  
Marienstraße 19/20  
10117 Berlin