



# Marktforschungs- Newsletter

Dezember 2021

## Inhalt

1. Nachfrageentwicklung Januar bis September 2021
2. Tagesreisen
3. Freizeitwirtschaft in Thüringen
4. Entwicklungen im Gastgewerbe – Arbeitsmarkt, Ausbildung, Insolvenzen
5. Weiterentwicklung der SINUS-Milieus

## Aktuelle Marktentwicklung im Gastgewerbe und der Freizeitwirtschaft

**Aktuelle Marktentwicklung: Thüringen mit erfolgreichem Sommer**

**Freizeitwirtschaft: Besucherzahlen stabilisieren sich in den Sommermonaten**

**Gastgewerbe: Schwierige Situation auf dem Arbeitsmarkt**

## Fakten-Ecke

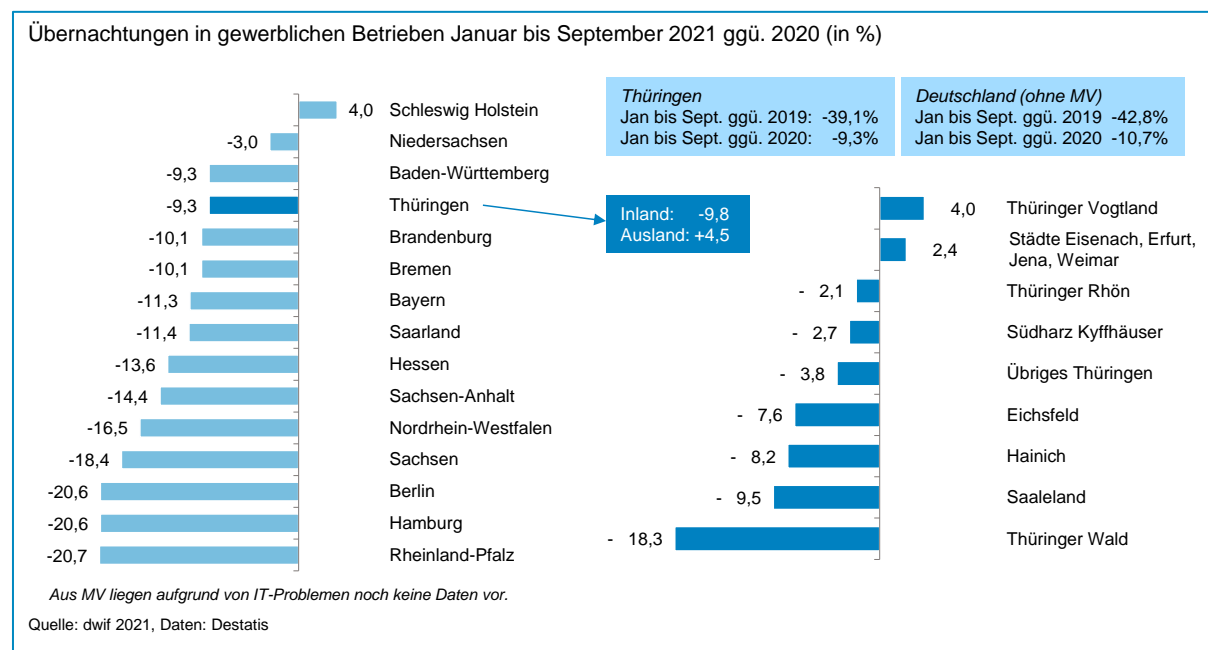
### 10,4%

mehr Übernachtungen als im Vorjahreszeitraum wurden zwischen Juni und September 2021 in Thüringen getätigt. Der Sommer verlief angesichts der Rahmenbedingungen durchaus positiv für die Thüringer Destinationen.

# 1. NACHFRAGEENTWICKLUNG JANUAR BIS SEPTEMBER 2021

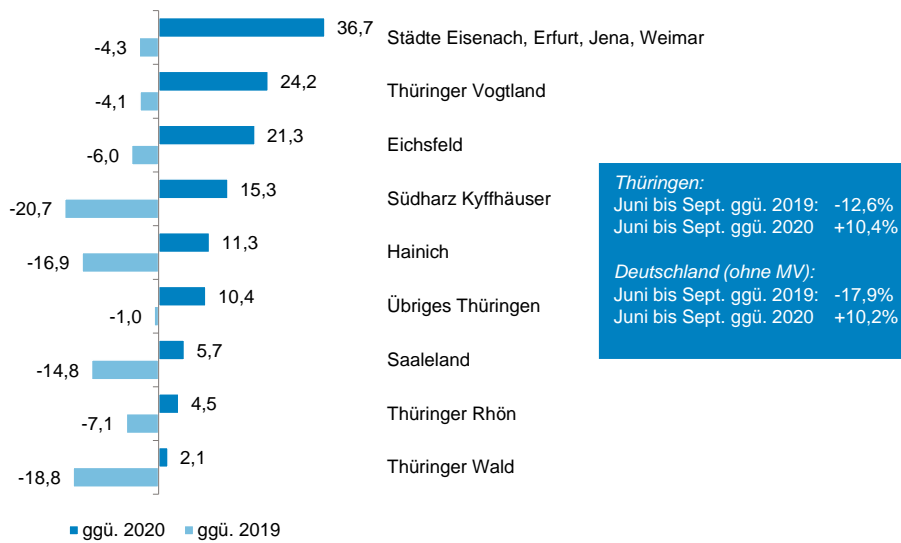
## Thüringen-Tourismus mit erfolgreichem Sommer

Die neusten Zahlen des statistischen Bundesamtes belegen, dass Thüringen nach wie vor im bundesweiten Vergleich relativ gut durch die Krise kommt. Die Übernachtungszahlen zwischen Januar und September sind mit -9,3% etwas weniger stark zurück gegangen als bundesweit (-10,7%, ohne Daten aus Mecklenburg-Vorpommern, da diese aufgrund von IT-Problemen aus diesem Bundesland noch nicht vorliegen). Während der Rückgang aus dem Inland aufgrund des Lockdowns zu Jahresbeginn bei 9,8% liegt, hat das Incominggeschäft im Vergleich zum Vorjahr wieder an Fahrt aufgenommen (+4,5%). Erfreulich: Mit dem Thüringer Vogtland und den Städten Eisenach, Erfurt, Jena, Weimar konnten trotz Lockdown zu Jahresbeginn zwei thüringische Regionen das Vorjahresergebnis übertreffen. Gerade für die Städte war das nach den starken Rückgängen im Vorjahr wichtig. Zu diesem positiven Ergebnis hat auch die Buga in Erfurt mit einer Gesamtbesucherzahl von 1,5 Millionen beigetragen. Vom Ergebnis des letzten Normaljahres 2019 ist man aber auch in Thüringen noch deutlich entfernt. Hier fehlen noch rund 40% der Übernachtungen.



Schaut man sich nur die Sommermonate Juni bis September an, in denen wie im Vorjahr der Großteil der Beherbergungsbetriebe wieder geöffnet hatte, stellt sich die Entwicklung in Thüringen noch positiver im Vergleich zum Vorjahr dar. 10,4% mehr Übernachtungen konnten in diesem Zeitraum im Bundesland verbucht werden. Alle Reisegebiete profitierten von dieser Entwicklung. Ebenfalls erfreulich: Es fehlte im Sommerzeitraum nur noch jede zehnte Übernachtung im Vergleich zum letzten Normaljahr 2019. Das sah im Sommer 2020 noch deutlich anders aus. Allerdings bestehen hier sehr deutliche Unterschiede zwischen den Regionen. Während das Übrige Thüringen das Niveau des Jahres 2019 fast wieder erreichte (-1,0%), fehlte in den Mittelgebirgsregionen Thüringer Wald und Südharz Kyffhäuser noch rund jede fünfte Übernachtung.

Übernachtungen in gewerblichen Betrieben  
Juni bis September 2021 ggü. 2020 und 2019 (in %)



**Thüringen:**  
Juni bis Sept. ggü. 2019: -12,6%  
Juni bis Sept. ggü. 2020 +10,4%

**Deutschland (ohne MV):**  
Juni bis Sept. ggü. 2019: -17,9%  
Juni bis Sept. ggü. 2020 +10,2%

Quelle: dwif 2021, Daten: Destatis

## Ableitungen

Der Start in das Tourismusjahr 2021 war durch den Lockdown zu Jahresbeginn noch einmal schwächer als 2020. Der Thüringen-Tourismus konnte aber im deutschlandweiten Vergleich gut mithalten. Das temporäre Aussetzen der Marktregeln hält an, allerdings wirkten im Sommer die Attraktivität und Begehrlichkeit einer Destination wieder stärker als noch im Vorjahr. Die Auswirkungen der aktuellen 3G und 2G-Regeln mit Blick auf den Herbst/Winter 2021 sind noch nicht mit Zahlen zu belegen.

Was bedeutet das für Betriebe und Destinationen in Thüringen?

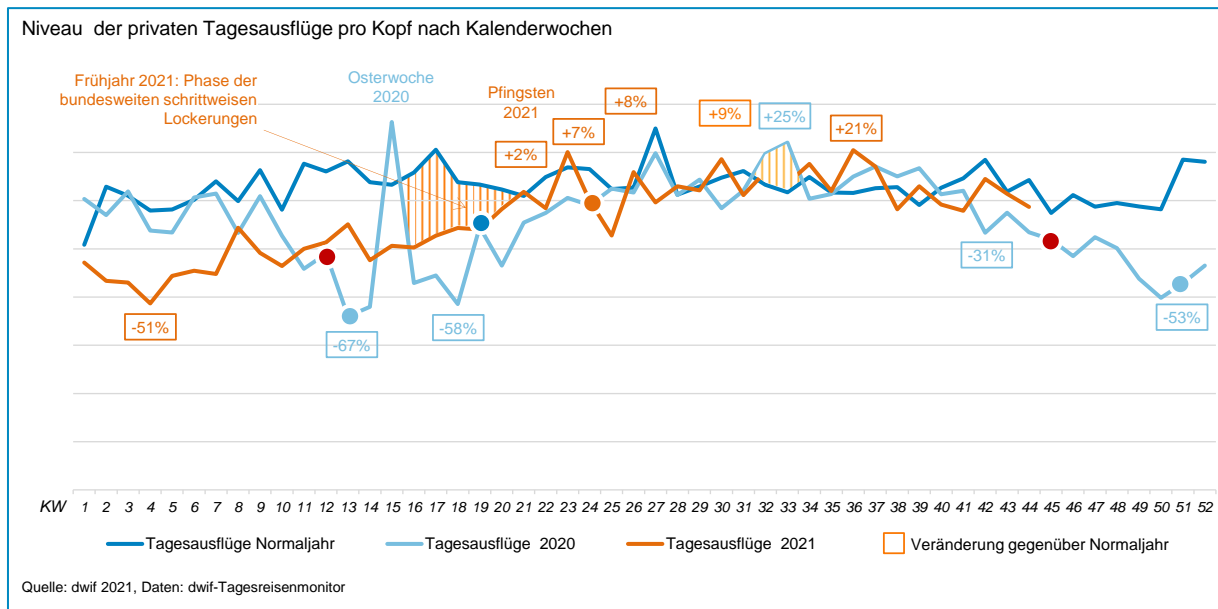
- Künftig werden sich die Betriebe und Destinationen auf ein dauerhaft verändertes Buchungsverhalten (Kurzfristigkeit, flexible Stornobedingungen etc.) einstellen müssen.
- Auch wird es wieder einen intensiven Wettbewerb der Destinationen (national und international) geben, worauf die Betriebe und Destinationen vorbereitet sein müssen. Sobald sich die Infektionslage bessert, müssen auch die internationalen Marketingmaßnahmen wieder forciert werden.
- Sicherheit, Hygiene und transparente Kommunikation mit/für Besucher/-innen, Beschäftigte, Bevölkerung und Betriebe ist nach wie vor wichtig und vor dem Hintergrund der aktuellen Pandemie-Entwicklung sogar wieder von steigender Bedeutung.
- Geschäftsmodelle müssen überdacht und neue Wege der Ansprache von Kunden und Kundinnen gegangen werden (z. B. Themen- und Zielgruppenausrichtung anpassen).

## 2. TAGESREISEN

### Rückläufige Zahl an Tagesausflügen im Vergleich zum Normaljahr

Der Tagestourismus ist ein milliardenschweres Standbein im Deutschlandtourismus und wichtig für eine kontinuierliche Auslastung vieler Einrichtungen und Anbieter. Für den Zeitraum Januar bis Oktober 2021 bilanziert der dwif-Tagesreisenmonitor einen Rückgang der Tagesreisen um rund 17 Prozent im Vergleich zu einem Normaljahr. Ab Mai 2021 war analog zu 2020 jedoch eine schnelle Regenerationsgeschwindigkeit im Gesamtmarkt zu beobachten, so dass im Sommer 2021 in einigen Kalenderwochen das Ausgangsniveau von 2019 sogar übertroffen wurde. Die Verlagerung auf „naturnahe Aktivitäten“ und Tagesausflüge im näheren Wohnumfeld war zwar noch messbar, aber nicht mehr so stark wie 2020. Daraus lässt sich eine weitere Normalisierung des Marktsegmentes der Tagesausflüge schließen. Diese Entwicklungstrends sind auch auf Thüringen übertragbar.

Die aktuell wieder zunehmenden Einschränkungen auch im Ausflugsverkehr im Zuge der Verschärfung der Pandemie-Situation stoppen den Normalisierungstrend wiederum. Die Erfahrungen aus den letzten gut eineinhalb Jahren haben jedoch gezeigt, dass die Nachfrage bei den Tagesausflügen schnell wieder anzieht.



# Ableitungen

Die Zahlen verdeutlichen: Tagesreisen waren nie auf dem Nullpunkt und mit ersten Lockerungen zeigt sich eine schnelle Regeneration. Das Aktivitätenspektrum hat sich jedoch erheblich verändert. Infolgedessen der veränderten Tagesausflugsaktivitäten (Outdoor-Trend) haben sich die Ausgaben der Tagesreisenden reduziert. Das trifft die Branche ebenso wie die Volumenreduktion. Und während in der Gastronomie teils Überkompensationseffekte zu verzeichnen waren, zeigt sich die Entwicklung bei Veranstaltungen und Sehenswürdigkeiten weiterhin unterdurchschnittlich.

Das bedeutet für Betriebe und Destinationen in Thüringen:

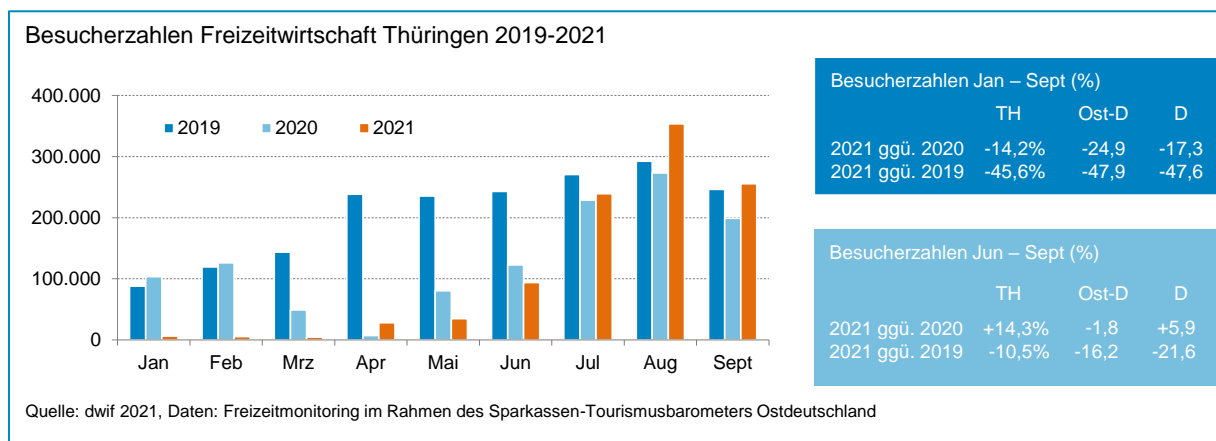
- Abstands- und Hygienekonzepte langfristig anlegen und Hygiene-Aufschlag einkalkulieren (und kommunizieren)
- aktives Ausflüglermarketing betreiben (Tagesgäste vom Wohnort und vom Urlaubsort)
- Maßnahmen zum Ausgleich der Interessen der Anspruchsgruppen  
Übernachtungsgäste, Tagesgäste, Einheimische 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

### 3. FREIZEITWIRTSCHAFT IN THÜRINGEN

#### Sommer 2021 übertrifft die Vorjahresergebnisse

Die Freizeiteinrichtungen in Thüringen sind nach wie vor stark von den Einschränkungen der Pandemie betroffen. Der monatelange Lockdown zu Jahresbeginn, eine schrittweise Wiedereröffnung ab März – je nach Art der Einrichtung teilweise auch erst im Juni – ein relativ entspannter Sommer mit weiterhin bestehenden Restriktionen und die Einführung eines 2G-Modells stellen die Einrichtungen vor immer neue Herausforderungen und Unsicherheiten.

Aufgrund dieser Rahmenbedingungen sind die Besucherzahlen der Freizeiteinrichtungen in Thüringen zwischen Januar und September im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erneut um 14,2% zurückgegangen. Damit waren die Einbußen im Vergleich zum Vorjahr weniger stark, als in Ostdeutschland insgesamt (-24,9%). Vom Niveau des letzten Normaljahres vor Beginn der Pandemie ist man dennoch weit entfernt: Hier lag das Besuchervolumen fast doppelt so hoch.



Der Blick auf die Entwicklung in den Sommermonaten Juni bis September, als der Großteil der Einrichtungen wieder durchgehend geöffnet hatte, war ein kleiner Lichtblick für die Freizeiteinrichtungen in Thüringen. Das Vorjahresergebnis wurde in diesem Zeitraum um 14,3% übertroffen. Im Vergleich zum letzten Normaljahr fehlte allerdings noch jede/r zehnte Besucher/in. Besonders die Anbietenden von Stadtführungen konnten aufatmen. Die Teilnehmerzahlen lagen sogar nur knapp unter dem Niveau des Jahres 2019 (-2,6%), was im Ostdeutschland-Vergleich ein hervorragendes Ergebnis ist (-26,9%). Im Vorjahr war dieses Angebotssegment nahezu zum Erliegen gekommen.

# Ableitungen

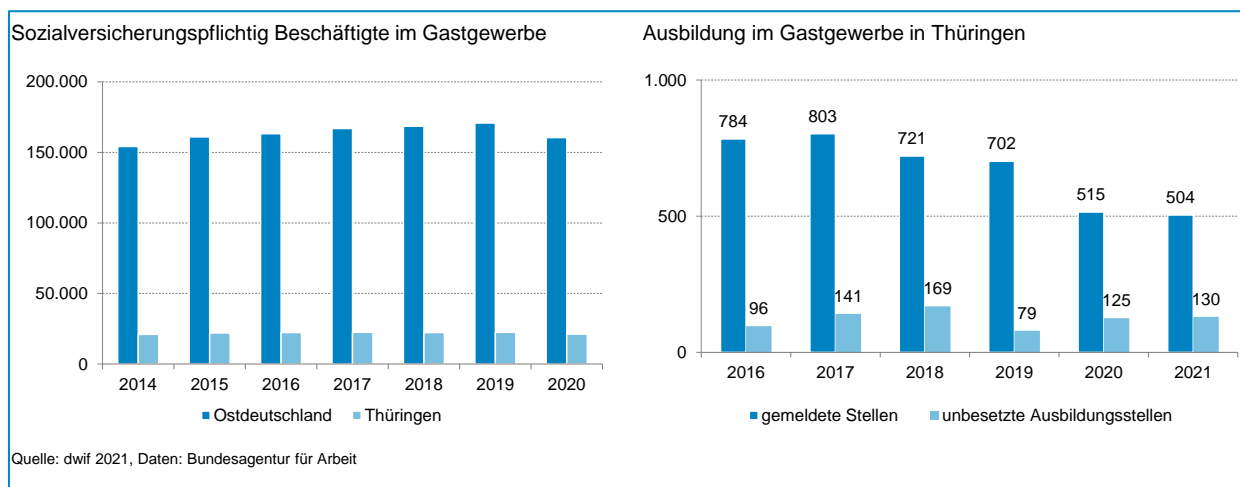
Die Betroffenheit der Einrichtungen ist je nach Angebotsart weiterhin sehr unterschiedlich. Outdoorangebote hatten und haben es weiterhin deutlich leichter als Indoorangebote. Wichtig sind gute Hygienekonzepte und eine klare und aktuelle Kommunikation der geltenden Regelungen gegenüber den Kunden.

Vor dem Hintergrund der wieder stark steigenden Infektionszahlen und der Einführung der 2G-Regel in Thüringen ab 17.11.2021 ist eine Prognose über die Besucherzahlen der Freizeiteinrichtungen in den Herbstmonaten schwierig. Der wichtige Herbstferienmonat Oktober dürfte vermutlich noch einmal zu einem Plus bei den Besucherzahlen geführt haben. Eine Verbesserung der Zahlen ist auch noch für den November zu erwarten (Lockdown-Monat 2020). Alle weiteren Marktentwicklungen für den Winter 2021/22 sind derzeit noch völlig offen.

## 4. ENTWICKLUNGEN IM GASTGEWERBE

### Beschäftigung und Ausbildung im Gastgewerbe rückläufig

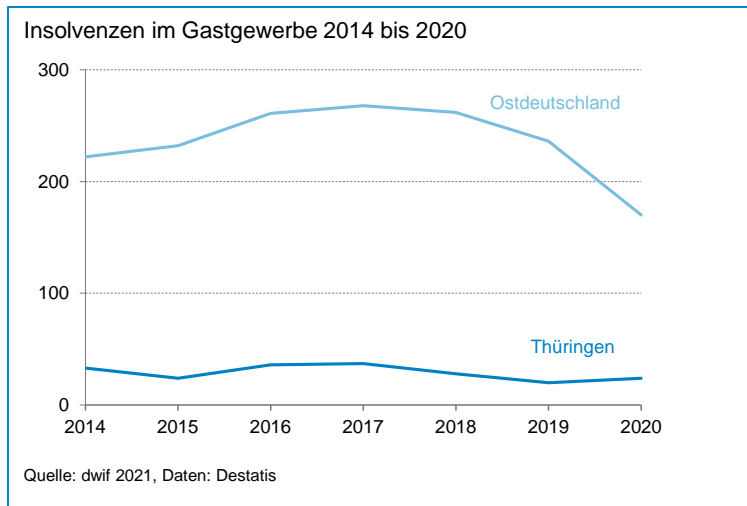
Der Arbeitsmarkt im Gastgewerbe steht bundesweit unter Druck und die Corona-Pandemie hat die Lage noch verschärft. In Thüringen gab es 2020 gut 21.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Gastgewerbe. Das sind 6,0% weniger als im Vor-Corona-Jahr 2019. Die Entwicklung liegt damit auf einem ähnlichen Niveau wie in Ostdeutschland (-6,0%) und Deutschland (-7,5%). Gegenüber 2016 ist die Zahl der Beschäftigten um 5,0% zurückgegangen. Noch deutlicher wird das Fachkräfteproblem in der Branche beim Blick auf die Ausbildungszahlen. 2020 und 2021 gab es in Thüringen rund 200 Ausbildungsstellen weniger als noch 2019. Bereits in den Vorjahren war ein rückläufiger Trend erkennbar. Parallel dazu ist der Anteil der unbesetzten Ausbildungsstellen von 12,2% (2016) auf 25,8% (2021) gestiegen. Das bedeutet, dass jede vierte Ausbildungsstelle im thüringischen Gastgewerbe im September 2021 nicht besetzt war.



### Rückläufige Insolvenzzahlen im thüringischen Gastgewerbe

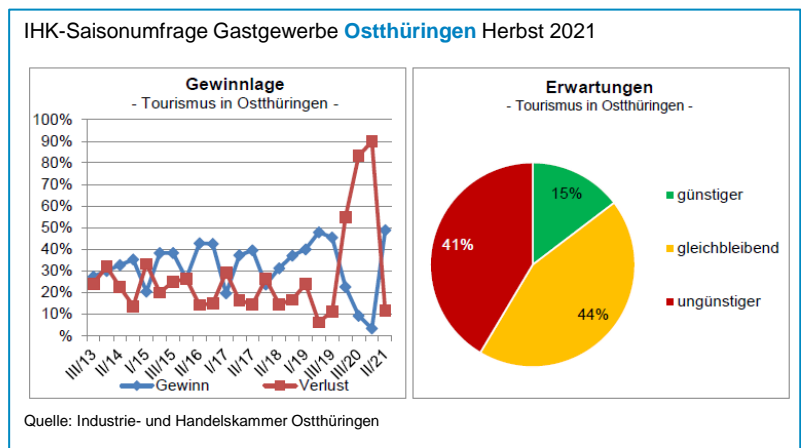
2020 gab es in Thüringen 24 Unternehmensinsolvenzen im Gastgewerbe, drei davon im Beherbergungssegment und 21 in der Gastronomie. Die Zahl der Insolvenzen gastgewerblicher Betriebe ist in den letzten Jahren sowohl in Thüringen als auch deutschlandweit rückläufig. Die Marktberreinigung hat sich seit einigen Jahren verlangsamt, größere leistungsfähigere Betriebe sind auf den Markt getreten. Darüber hinaus sind die aktuellen Insolvenzzahlen vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie mit einer gewissen Vorsicht zu betrachten, da Überbrückungshilfen vermutlich einigen bereits angeschlagenen Betrieben geholfen haben, die Insolvenz vorerst abzuwenden. Erst 2022/2023 wird man final bewerten können, welche Auswirkungen die Pandemie auf die Insolvenzen im thüringischen Gastgewerbe hat.





## IHK-Saisonumfrage Gastgewerbe

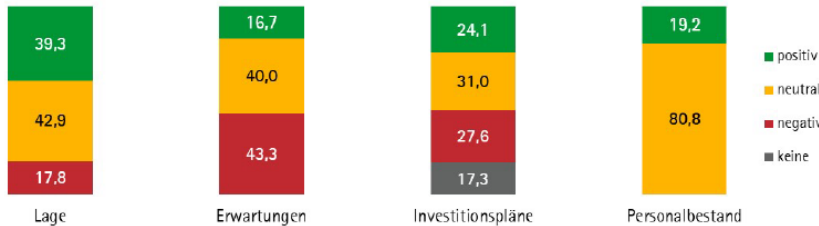
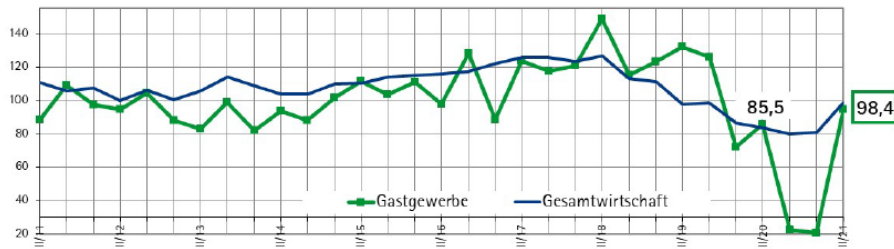
Die Sommermonate mit ihren Lockerungen und den verhältnismäßig niedrigen Corona-Inzidenzen haben die Lage im thüringischen Gastgewerbe etwas entspannt. Der Konjunkturklimaindex der Branche – zu Jahresbeginn noch auf historischem Tiefststand – hat sich im Kammerbezirk Ostthüringen seinem alten Niveau wieder angenähert, das Vor-Corona-Niveau jedoch weiterhin nicht erreicht.



- Im Gastgewerbe wird die **Geschäftslage** in Südthüringen derzeit ähnlich wie in den Jahren 2014 bis 2016 bewertet. Im Kammerbezirk Südthüringen gaben 39% der Befragten an, dass ihre Geschäftslage gut ist. Im Kammerbezirk Ostthüringen waren es mit 56% deutlich mehr.
- Die **Umsätze** sind bei 22% der befragten Betriebe aus Südthüringen im Vergleich zum Vorjahr gestiegen, bei 45% ist er gleich geblieben. In Ostthüringen können ebenfalls 22% über gestiegene Umsätze berichten, 27% stellten konstante Umsätze fest.
- Die **Erwartungen** an die nächsten Monate unterscheiden sich zwischen den beiden Kammerbezirken kaum. Im Kammerbezirk Südthüringen gehen rund 17% der Befragten von einer besseren Geschäftslage als im Vorjahr aus. Im Kammerbezirk Ostthüringen sind es mit 15% ähnlich viele.

## IHK-Saisonumfrage Gastgewerbe Südthüringen Herbst 2021

### Konjunkturklimaindikator - Gastgewerbe -



Quelle: Industrie- und Handelskammer Südthüringen

## Zugangsbeschränkungen im Gastgewerbe stellen Gastwirte erneut vor Probleme

Bereits im Oktober wurden in vielen Thüringer Landkreisen 3G-Regeln im Gastgewerbe eingeführt. Wie eine Blitzumfrage der IHK Südthüringen Ende Oktober gezeigt hat, gehen drei Viertel der befragten Gastwirte davon aus, dadurch Umsatzverluste zu erleiden. Diese liegen im Durchschnitt bei 36% des Umsatzes. Die Einführung der 2G-Regel ab dem 17.11. führt zu noch stärkeren Umsatzeinbußen, als noch Ende Oktober vorhersehbar. Ebenfalls schwierig für die Betriebe: die Kontrolle der Einhaltung der Regeln. 4 von 10 Betrieben gaben an, dass dadurch ihr Personalaufwand gestiegen ist. Insbesondere vor dem Hintergrund des bereits bestehenden Arbeitskräftemangels in der Branche ist dies problematisch.

# Ableitungen

Durch die beiden Lockdowns und die damit verbundene Kurzarbeit haben viele Fach -und Saisonkräfte ihre Jobs im Gastgewerbe nicht mehr als sicher wahrgenommen. Häufig haben sie eine neue Anstellung in der Logistik oder dem Einzelhandel gefunden, die als krisensicher und systemrelevant gelten. Zeitweise gab es gezielte Abwerbeversuche aus anderen Branchen. Die Corona-Pandemie hat den Fachkräfteverlust somit weiter beschleunigt. Aber nicht nur Fachkräfte wandern ab – vor allem Hilfs- und Saisonkräfte, die keinen Zugang zur Kurzarbeit hatten, haben ihre Jobs verloren.

Für die Tourismusbranche in Thüringen bedeutet das, weiter am Image und der Attraktivität zu arbeiten. Entscheidend sind dafür Themen wie Gehälter, flexible Arbeitszeitmodelle, attraktive Ausbildungsinhalte, ein positives Arbeitsklima und Entwicklungschancen – dies alles ist nicht neu und stand schon vor der Corona-Pandemie auf den To-Do-Listen. Vor allem die positiven Aspekte des Arbeitens im Gastgewerbe sind in der Kommunikation häufig zu kurz gekommen: Ständiger Kontakt zu Menschen, abwechslungsreiche Tätigkeiten und das interkulturelle Umfeld sowohl unter Kollegen und Kolleginnen als auch bei den Gästen sind hier hervorzuheben. Die Betriebe haben die Aufgabe, sich attraktiv zu vermarkten, nicht nur für Gäste, sondern auch für neue und zukünftige Mitarbeiter/-innen, Stichwort Arbeitgebermarke. Hierfür sind neue Kooperationsansätze ebenfalls zu denken.

## 5. SINUS-MILIEUS 2021

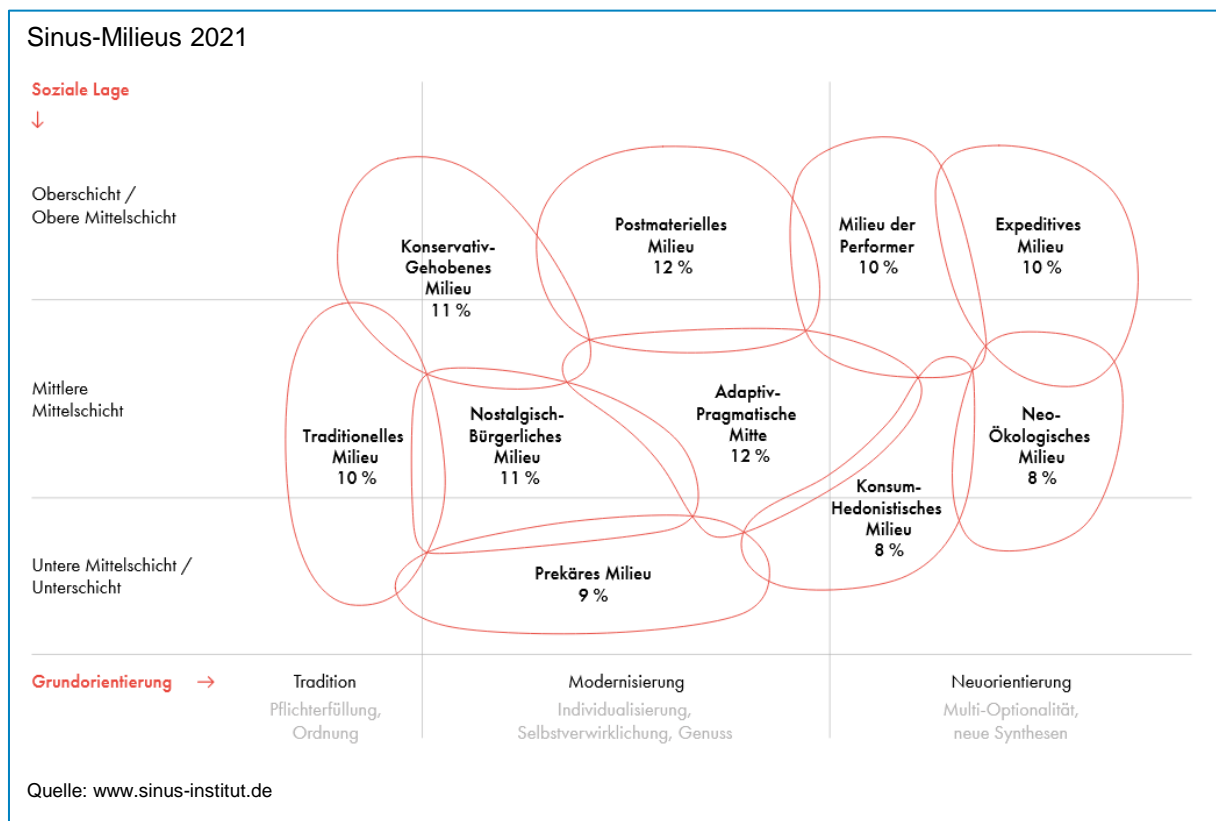
### Anpassung des Gesellschaftsmodells an die aktuellen Entwicklungen

Im Herbst 2021 hat das SINUS-Institut sein aktualisiertes Gesellschafts- und Zielgruppenmodell der Sinus-Milieus vorgestellt. Die Sinus-Milieus bilden die neue Alltagswirklichkeit, die durch politische Umbrüche, Digitalisierung, populistische Bewegungen und klimatische Extremereignisse geprägt ist, in unserer Gesellschaft ab.

*Die Sinus-Milieus fassen Menschen mit ähnlichen Werten und einer vergleichbaren sozialen Lage zu „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammen und verdeutlichen, was die verschiedenen Lebenswelten in unserer Gesellschaft prägt.*

Aufgrund einer sich stetig fortentwickelnden Gesellschaft sind auch die sozialen Milieus ständig in Bewegung, und es hat leichte Verschiebungen gegeben. Insbesondere in der Mitte der Gesellschaft driften die Lebens- und Wertewelten auseinander. Die Bürgerliche Mitte macht dem Nostalgisch-Bürgerlichem Milieu Platz. Das Adaptiv-Pragmatische Milieu rückt als Adaptiv-Pragmatische Mitte ins Zentrum der Milieus. Aufgrund der wachsenden Bedeutung von Nachhaltigkeit und Klimaschutz verschmelzen das Liberal-Intellektuelle und Sozialökologische Milieu zum Postmateriellen Milieu. Darüber hinaus ist mit dem Neo-Ökologischen Milieu ein neues Milieu entwickelt worden, welches sich als Treiber der gesellschaftlichen Transformation versteht und auf globale Vernetzung, sozialen Mehrwert und die Postwachstumsgesellschaft setzt.

Weitere Informationen: [SINUS-Institut](https://www.sinus-institut.de)



# Ableitungen

Im Thüringen-Tourismus wird das Zielgruppenmodell auf Basis der Sinus-Milieus seit Jahren erfolgreich angewendet. Die neue Strukturierung der Sinus-Milieus sowie damit verbundene etwaige Veränderungen rund um die Wertemuster der für den Thüringen-Tourismus relevanten Zielgruppen und dem Reise- und Konsumverhalten werden in den nächsten Monaten auf Landesebene geprüft. Mögliche Anpassungen im Zielgruppenzuschnitt, in den Marketingmaßnahmen (Kanäle, Bilder, Wording etc.) sind für das Jahr 2022 geplant.

**Herausgeber:**

Thüringen Tourismus GmbH  
Willy-Brandt-Platz 1, 99084 Erfurt  
Ansprechpartnerin: Anke Ruprecht  
Tel.: 0361 3742239  
E-Mail: [a.ruprecht@thueringen-entdecken.de](mailto:a.ruprecht@thueringen-entdecken.de)  
[www.thueringen-entdecken.de](http://www.thueringen-entdecken.de)

**Redaktionelle Bearbeitung:**

dwif-Consulting GmbH  
Marienstraße 19/20, 10117 Berlin  
Ansprechpartner: Karsten Heinsohn  
Tel.: 030 75794930  
E-Mail: [k.heinsohn@dwif.de](mailto:k.heinsohn@dwif.de)  
[www.dwif.de](http://www.dwif.de)