

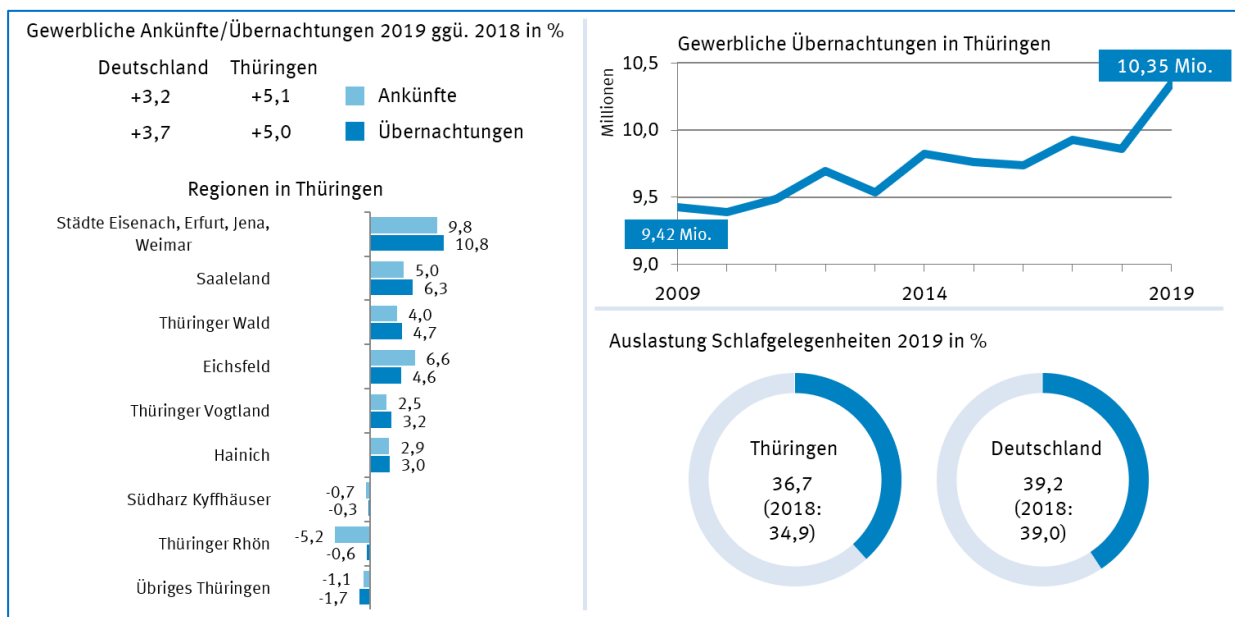
Positive touristische Jahresbilanz 2019 | Ausblick 2020

Thüringer Beherbergungsgewerbe übertrifft erstmals Marke von 10 Mio. Übernachtungen

Ein großer Erfolg für den Thüringen-Tourismus: Das gewerbliche Beherbergungsgewerbe übertraf 2019 erstmals die Marke der 10 Millionen Übernachtungen. Nachdem das Vorjahr 2018 mit einem Nachfragerückgang beendet wurde (typisch für ein Folgejahr nach einem Top-Thema wie dem Reformationsjubiläum 2017 mit weltweiter Aufmerksamkeit), lief es 2019 umso besser. Mit **10,35 Millionen Übernachtungen** laut amtlicher Statistik stiegen die Zahlen im Vorjahresvergleich um **5,0 Prozent** an. Gleiches gilt für die Entwicklung der **Ankünfte** mit einem Anstieg von **5,1 Prozent**.

Ein Teil dieses Wachstums ist auf das Bauhaus-Jubiläum zurückzuführen, das in vielen Regionen, darunter die Städte Eisenach, Erfurt, Jena, Weimar, zu einer steigenden Nachfrage führte. Andere Regionen, wie zum Beispiel Südharz Kyffhäuser, Thüringer Rhön, sowie das Übrige Thüringen konnten hingegen ihr Vorjahresergebnis nicht erreichen.

Ausgewählte Kennzahlen zur Jahresbilanz 2019



Quelle: dwif 2020, Daten Destatis

Deutschlandtourismus weiter auf Wachstumskurs. Thüringen auf einem guten Platz 4!

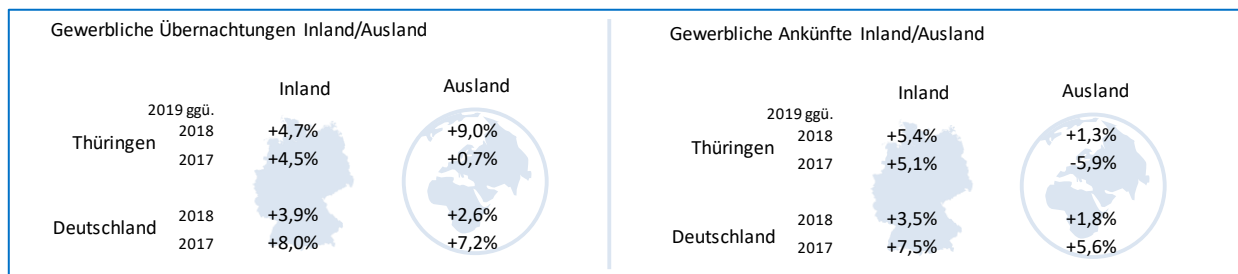
Der Deutschlandtourismus insgesamt schreibt seine Erfolgsgeschichte fort und meldete für 2019 gestiegene Zahlen. Insgesamt verbrachten im vergangenen Jahr 190,9 Millionen Gäste (+3,2 Prozent) aus dem In- und Ausland zusammen 495,6 Millionen Übernachtungen (+3,7 Prozent) in den

Beherbergungsbetrieben (mit zehn Betten und mehr) und Campingplätzen (ohne Dauercamping) in Deutschland.

Im Dynamikranking der 16 Bundesländer platziert sich **Thüringen 2019** auf einem guten **4. Rang** hinter Mecklenburg-Vorpommern sowie den beiden Stadtstaaten Bremen und Hamburg. Mecklenburg-Vorpommern scheint mit einer hohen Entwicklungsrate über allen anderen zu thronen. Allerdings geben hier Statistikeffekte über eine sogenannte Berichtskreisprüfung den Ausschlag. Rechnet man diese heraus, so läge Mecklenburg-Vorpommern bei einem Übernachtungsplus von rund 1 Prozent. Ähnliche Effekte gab es auch in Schleswig-Holstein und in Teilen Bayerns. Diese Berichtskreisprüfungen der meldepflichtigen Betriebe sollen auch in weiteren Bundesländern folgen.

Bauhaus-Jubiläum setzt erneute Impulse in den Auslandsmärkten. Plus 9% Zuwächse bei den Übernachtungen.

Basis für die stabile Entwicklung in Thüringen und die positive Entwicklung in Deutschland war in den letzten Jahren die Nachfrage der Inlandsgäste. In Thüringen entfielen darauf 3.773.121 **Ankünfte (+5,4 Prozent** im Vergleich zum Vorjahr) und 9.723.018 **Übernachtungen (+4,7%)**. Das Geschäft mit ausländischen Gästen steigerte sich ebenfalls. 2019 wurden aus allen **Auslandsmärkten** zusammen 264.972 **Ankünfte (+1,3 Prozent)** und 626.711 **Übernachtungen (+9,0 Prozent)** gezählt. Im Vergleich zum Reformationsjahr 2017 war das Nachfragevolumen aus dem Ausland 2019 sogar noch einmal höher. Gleiches gilt für den Inlandsmarkt.



Quelle: dwif 2020, Daten Destatis

Positive Entwicklung setzt sich auch in den ersten Monaten des Jahres 2020 fort

Auch das Kalenderjahr 2020 startete für den Thüringentourismus erfolgreich. Bis Ende Februar verbuchte das Bundesland ein Plus bei den **Ankünften von 2,7 %** und bei den **Übernachtungen von 1,7 %**. Sowohl die Inlands- als auch die Auslandsnachfrage hatte daran ihren Anteil. Damit setzte Thüringen seinen Wachstumskurs bis zur Corona-Krise fort.

Jahresbilanz 2019 - Handlungsempfehlungen für den Thüringen Tourismus

Sondereffekte rund um Themenjahre und Jubiläen setzen vor allem bei der Produktentwicklung sowie in den Bereichen Marketing und Image/Bekanntheit an. Die Erfolge der jüngsten Vergangenheit rund um das

Reformationsjubiläum und das aktuelle Interesse für 100 Jahre Bauhaus belegen, dass dadurch eine stärkere Aufmerksamkeit für das Reiseland Thüringen erzeugt werden kann. Derartige temporäre Impulse sind wichtig, reichen allein für eine langfristige und dauerhaft stabile Strategie aber nicht aus. Im Wettbewerbsvergleich braucht Thüringen eine deutlich stärkere Investitionsdynamik, in neue Angebote, aber auch in die bestehenden.

Die Marktentwicklungen und -trends bestätigen zentrale Ansatzpunkte der Tourismusstrategie Thüringen 2025, die mittelfristig umgesetzt werden sollten:

- Die strategische Arbeit eines Ansiedlungsmanagement ist wichtig, um mittelfristig Investoren ins Land zu holen und neue innovative Angebote im Markt zu platzieren. Hier ist ein strategisches Vorgehen wichtig: Welche Investitionen (z.B. Betriebstypen) braucht Thüringen in welchen Regionen für welche Zielgruppen?

Ein sehr gutes Beispiel ist dabei die erfolgreiche Ansiedlung der Family Hotel-Gruppe in Oberhof.

- Parallel dazu braucht es nach wie vor eine Modernisierungsoffensive in den Bestandsbetrieben mit klaren Zielgruppenausrichtungen. Die Aktivitäten rund um das Ansiedlungsmanagement können hier zusätzlich positiven Druck erzeugen, ebenso wie die Möglichkeiten einer einzelbetrieblichen Förderung.

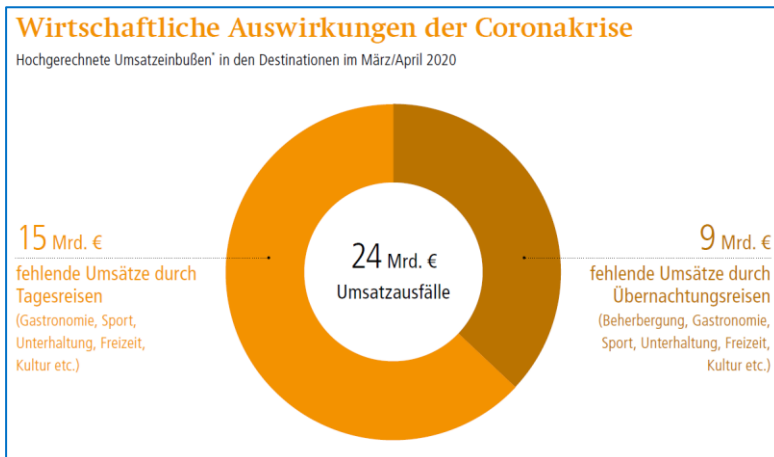
Hier sind insbesondere die hochwertigen Angebote im [Ferienhauspark Lichtung im Thüringer Wald](#) oder die [schwimmenden Ferienhäuser am Thüringer Meer](#).

- Weiterhin kontinuierlich am Imageaufbau und der Steigerung der Bekanntheit Thüringens über Schaufensterprodukte arbeiten. Dabei muss allerdings das Gesamterlebnis für den Gast entlang der gesamten Customer Journey stimmen. Investitionen und Produktentwicklung müssen somit in der Beherbergung, in der Gastronomie, in der Freizeit- und Kulturwirtschaft, im Einzelhandel etc. aufeinander abgestimmt und zu attraktiven Erlebnisbündeln zusammengeführt werden.

Mit der Fokussierung auf die Leitprodukte Erfurt, Weimar, Wartburg und Thüringer Wald mit entsprechenden Kompetenzbeweisen sowie die konsequente Umsetzung in ThüCAT ist man auf einem richtigen Weg.

Zur aktuellen Lage: Die Corona-Krise und ihre Auswirkungen. Wie am besten darauf einstellen?

Angesichts der aktuellen Corona-Krise steht die Tourismusbranche, aber auch jeder Einzelne vor großen persönlichen Herausforderungen, wie wir sie vor einigen Wochen wohl kaum für möglich gehalten hätten. Die gesamte Branche ist mit der Bewältigung der durch das Coronavirus ausgelösten Krise beschäftigt. Die Nachfrage bricht ein, Existenzen stehen auf dem Spiel, ein Ende ist nicht absehbar. Wie groß die Verluste an Nachfrage, Umsätzen und Einkommen sein werden, wird sich erst allmählich herausstellen. Schon jetzt geben die Zahlen und Fakten aber Orientierung und Benchmarkwissen hilft bei der Einschätzung der eigenen Lage.



Quelle: dwif 2020 in DTV 2020

Übernachtungstourismus

Der Marktanteil der Übernachtungen für die Monate März/April an einem Normaljahr liegt in Thüringen laut amtlicher Statistik bei 14,5 Prozent (abhängig vom Bundesland und Destinationstyp). Dieser Wert gibt somit eine Orientierung für die zu erwartenden Nachfrageausfälle, hochgerechnet auf das Gesamtjahr und nach aktuellem Stand.

Neben den akuten Effekten ist im weiteren Saisonverlauf 2020 zu erwarten, dass die Feriendestinationen aufgrund von Stornierungen und einer Zurückhaltung bei Vorbuchungen (z.B. subjektives Unsicherheitsempfinden) mit weiteren Nachfragerückgängen zu kämpfen haben werden, sich in jedem Fall aber auf ein Kurzfristgeschäft einstellen müssen. Auch in Städten mit starkem Veranstaltungsgeschäft ist eine weitere Zuspitzung zu erwarten, da immer mehr Veranstaltungen für das Jahr 2020 bereits abgesagt worden sind oder noch abgesagt werden, und der internationale Reiseverkehr länger brauchen wird, um wieder anzuspriegen.

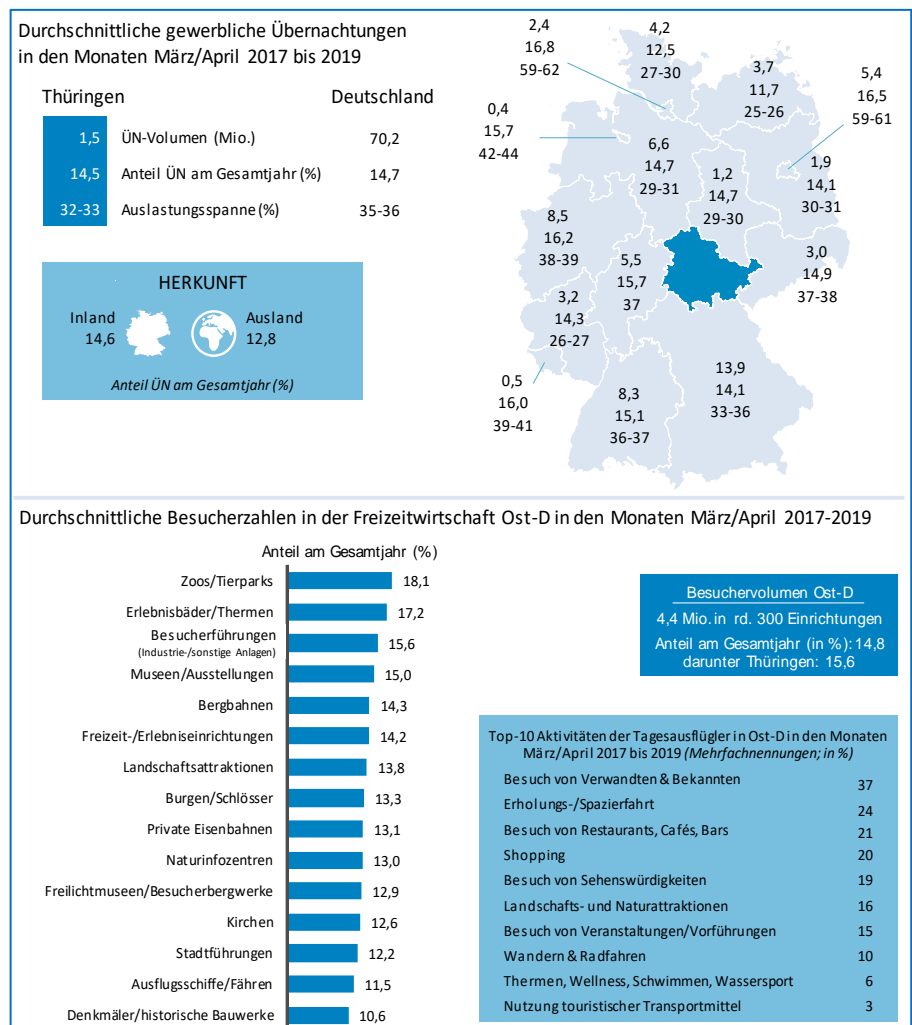
Ob sich die Corona-Krise langfristig stärker auf den Deutschland-Tourismus oder den Outgoing-Tourismus der Deutschen auswirken wird und in welche Richtung, kann bislang noch niemand abschätzen. Zu erwarten ist allerdings, dass die künftige Tourismuslandschaft anders aussehen wird. Dazu zählen auch die Auswirkungen auf den internationalen Reiseverkehr und die damit verbundenen Reiseströme (z.B. Reiseverhalten) und die Dienstleisterlandschaft (z.B. Airlines, Reiseveranstalter). **Nach Lockerung der Restriktionen könnte der Inlandstourismus sogar profitieren, wenn Destinationen in Deutschland und damit auch in Thüringen im Vergleich zu ausländischen Reisezielen z.B. durch anhaltende Einschränkungen in der grenzüberschreitenden Reisetätigkeit, mit Blick auf die Preissensibilität der Resienden, aber auch vor dem Hintergrund von individuellen Risikoeinschätzungen attraktiver werden.**

Tagesreisen & Freizeitwirtschaft

In einem Normaljahr entfällt etwa jeder 5. Tagesausflug in Ostdeutschland (detaillierte Daten für Thüringen liegen bislang nicht vor auf den Zeitraum März/April. Zudem gehören die Einrichtungen, die derzeit von Schließungen betroffen sind, zu den Top-Aktivitäten der Ausflügler*innen. Der gravierende Rückgang bzw. das vollständige Erliegen von Ausflügen angesichts der Schließungen in den Monaten März und April 2020 ist eine Tatsache, da sogar Besuche von Verwandten und Bekannten, vieler Outdooraktivitäten, erst recht von Veranstaltungen und Sehenswürdigkeiten etc. spätestens ab dem dritten März-Wochenende 2020 nicht mehr möglich waren.

Bei den derzeit in Ostdeutschland geschlossenen Kultur- und Freizeiteinrichtungen ist ein Besucherausfall um voraussichtlich 11 bis 18 Prozent (je nach Angebotstyp) allein für den Zeitraum März/April 2020 im Vergleich zu einem Normaljahr zu erwarten.

Ein **Hoffnungsschimmer:**
Der Tagestourismus ist ökonomisch sehr wichtig und wird sich gleichzeitig am schnellsten von allen Marktsegmenten erholen. Teile der Branche wie die Gastronomie, die Kultur- und Freizeitwirtschaft und der Einzelhandel können somit auch kurzfristig wieder Umsätze generieren, sobald die Restriktionen gelockert werden.



Quelle: dwif 2020, Daten Destatis, Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft, dwif-Tagesreisenmonitor

Gastgewerbe

Unabhängig von der aktuellen Situation kämpfen viele Betriebe im Gastgewerbe auch in Normaljahren mit Liquiditätsengpässen im 1. Quartal. Gerade in den Stadthotels wäre der März 2020 ohne Osterferien ein wichtiger Umsatzbringer gewesen, um gestärkt in den Ferienmonat April zu gehen. Durch die aktuellen Entwicklungen erhöht sich der finanzielle Druck.

Durch die vergleichsweise niedrigen Eigenkapitalquoten verfügen die meisten Betriebe im Gastgewerbe über wenige Reserven, eine derartige Krise länger durchzustehen. Insbesondere in der Gastronomie, wo die Eigenkapitalquoten meist deutlich im einstelligen (oder sogar negativen) Bereich liegen, dürfte sich die betriebswirtschaftliche Situation noch dramatischer entwickeln. Die hohen Fixkostenbelastungen stellen ein weiteres gravierendes Problem dar. Personal- und Mietaufwandsquoten mit zum Teil deutlich über 40 Prozent drücken auf die Liquidität.

Die verhältnismäßig niedrigen Cashflow-Raten machen deutlich, welche geringe Mittel den Gastgewerbe-Betrieben aus eigener Kraft für die so notwendigen Maßnahmen in Erneuerungen, Renovierungen etc. im Allgemeinen zur Verfügung stehen. Die Umsatzeinbußen durch die aktuellen Entwicklungen lassen die Befürchtung zu, dass viele Betriebe ihre Investitionen bis auf Weiteres zurückstellen werden und dadurch ein großer Investitionsstau entsteht bzw. dieser verstärkt werden wird.

Was bedeutet das für Betriebe & Destinationen?

- **Fokus Destinationen:** sich schon jetzt auf die Zeit nach der Krise einstellen, Vertrauensaufbau zwischen Gastgeber*innen und Gästen und der Wunsch der Menschen, sich aus den Einschränkungen zu „befreien“ als wichtige Faktoren, Kund*innenbindungsmaßnahmen und eine transparente Kommunikation der Destinationen/Betriebe schon jetzt angehen, mögliche kurzfristige Aktivitäten: Krisenkommunikation, innovative (virtuelle) Erlebnisse entwickeln
- **Fokus Gastgewerbe:** schnelle Unterstützung von außen für viele Betriebe wichtig, staatliche Hilfsmaßnahmen in Form von Kapitalzuflüssen und/oder Kostenentlastungen sollten schnell und unbürokratisch verfügbar sein, zusätzliche Zinsbelastungen und Umsatzeinbußen könnten künftige Investitionen behindern, wo möglich Alternativmärkte erschließen
- **Fokus Freizeitwirtschaft und Tagesreisen:** frühzeitig auf Boom einstellen, Mobilität in Zielgebiete(n) organisieren, frühzeitig Kommunikationsstrategie entwickeln

Wie schnell erholt sich die Branche?

Geschätzte Regenerationsgeschwindigkeit einzelner Segmente



Sehr schnell

Tagestourismus: Sofortige Regeneration und starke Nachholeffekte (zunächst bei geringen Entfernungen).



Schnell

Kurzreisen: Rasche Regeneration mit Nachholeffekten wahrscheinlich.

Geschäftsreisen: Schnelle Regeneration mit Nachholeffekten wahrscheinlich, Erfahrungen mit digitaler Kommunikation mit möglichen Auswirkungen auf künftige Geschäftsreisen.



Mittel

MICE (Sehr) rasche Regeneration bei kleineren Veranstaltungen, Totalausfälle bzw. Verschiebungen größerer Events, digitale Formate mit möglichen Auswirkungen auf kleine Meetings.

Längere Urlaubsreisen: Regeneration abhängig von Dauer der Krise sowie Effekten aus Kurzarbeit, Arbeitslosigkeit, Einkommensausfällen bei Urlaubern.

Quelle: dwif 2020 in DTV 2020

Nützliche Links

Weitere Informationen, eine Corona-Sonderanalyse des Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland, den dwif-Corona-Kompass, eine Zusammenfassung des 1. Zukunftstag für Destinationen von Tourismuszukunft mit spannenden strategischen Überlegungen und vieles mehr haben wir auf der [Corona-Seite im Tourismusnetzwerk](#) für Sie zusammengestellt.