



# Marktforschungs- Newsletter

August/September 2022

## Inhalt

1. Nachfrageentwicklung Januar bis Mai 2022
2. Tagesreisen Januar bis Juli 2022
3. Entwicklung der Freizeitwirtschaft Januar bis Mai 2022
4. In eigener Sache

## Der Thüringen-Tourismus nimmt langsam wieder Fahrt auf

**Aktuelle Marktentwicklung: Normalniveau noch nicht erreicht, aber es geht bergauf**

**Tagesreisen im Juli überdurchschnittlich**

**Freizeitwirtschaft weiterhin mit Schwierigkeiten**

## Fakten-Ecke

### 42 Prozent

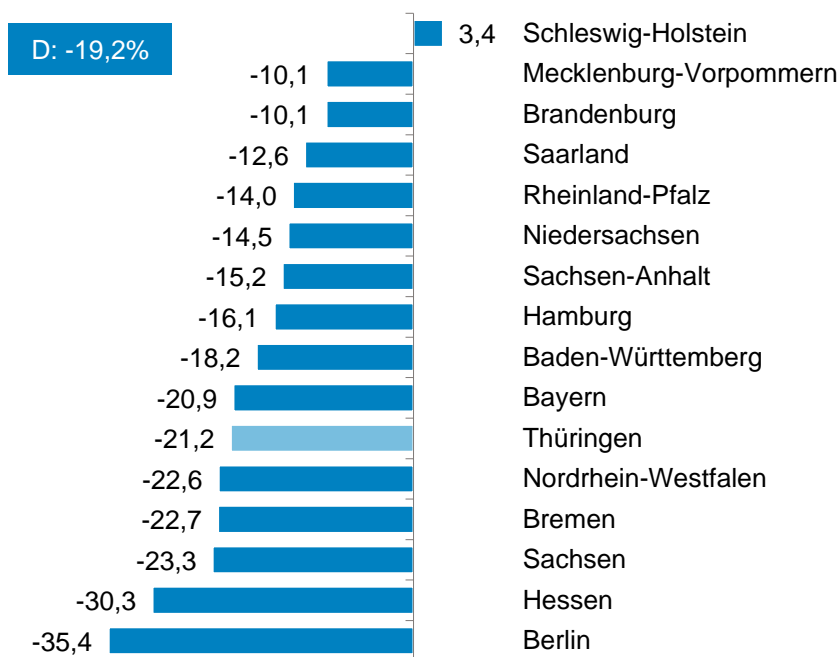
mehr Fahrten wurden im Juli 2022 deutschlandweit im Eisenbahnverkehr ab 30 km unternommen als im Juli des Jahres 2019. Grund hierfür ist das 9-Euro-Ticket. Davon profitierten insbesondere ländliche Gebiete mit hohem Tourismusaufkommen. Mehr dazu: [PM Destatis 11.8.2022](#)

# 1. NACHFRAGEENTWICKLUNG JAN. BIS MAI 2022

## Positive Tendenzen sichtbar, Normalniveau aber noch nicht erreicht

Mit 2,86 Millionen Übernachtungen (2019: 3,63 Millionen) ist der Thüringen-Tourismus in den ersten fünf Monaten des Jahres 2022 noch knapp 0,8 Millionen Übernachtungen von seinem Normalniveau entfernt (-21,2 %). Bundesweit liegen die Übernachtungen im betrachteten Zeitraum 19,2 % unter denen des Jahres 2022. Damit liegt Thüringen im bundesweiten Vergleich im hinteren Mittelfeld. Die Schlusslichter bilden abermals die Stadtstaaten, städtisch geprägte Bundesländer wie Hessen und Nordrhein-Westfalen sowie Sachsen als östlicher Nachbar Thüringens.

Übernachtungsentwicklung nach Bundesländern  
Januar bis Mai 2022 im Vergleich zu 2019 (in %)

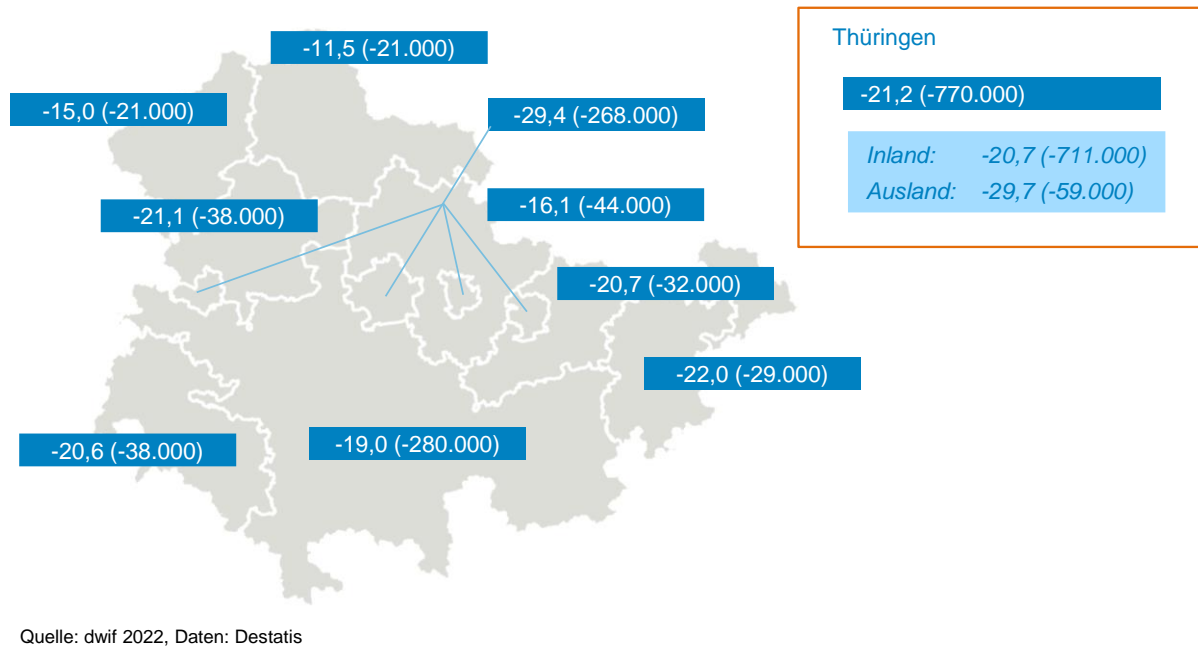


Quelle: dwif 2022, Daten: Destatis

## Einige Thüringer Regionen mit überdurchschnittlichen Werten

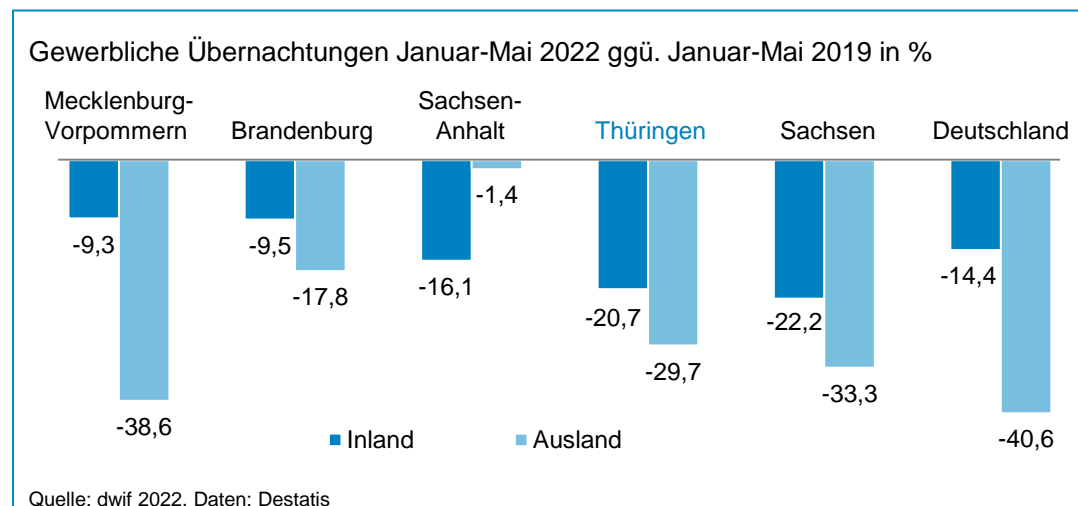
Sichtbare Unterschiede in Thüringens Reisegebieten sind nach wie vor vorhanden, wenngleich nicht mehr ganz so deutlich wie in den beiden Lockdown-geprägten Vorjahren. In der Region Südharz-Kyffhäuser fehlte gegenüber 2019 nur noch rund jede zehnte Übernachtung. Auch das Eichsfeld (-15,0 %) sowie das Übrige Thüringen (-16,1 %) erreichten im bundesweiten Vergleich leicht überdurchschnittliche Werte. Die Städte sind mit -29,4 % gegenüber 2019 weiterhin am stärksten betroffen. Aber auch hier kehren die Gäste nach und nach zurück, wie die Mai-Ergebnisse zeigen.

### Übernachtungsentwicklung in Thüringen Januar bis Mai 2022 im Vergleich zu 2019 (in % und absolut)



### Incoming weiterhin deutlich stärker betroffen

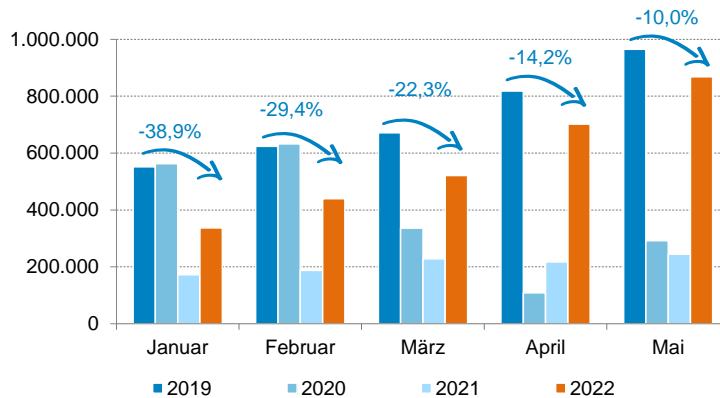
Das Incoming-Geschäft läuft weiterhin schwieriger an als der inländische Markt. Hier konnten zwischen Januar und Mai nur rund 70 % des Volumens von 2019 erreicht werden. Aber auch hier zeigte sich im Laufe des Mai eine leichte Entspannung. Hier beliefen sich die Rückgänge „nur“ noch auf rund ein Fünftel.



### Erholungstendenzen ab April deutlich erkennbar

Ein Blick auf die einzelnen Monate macht deutlich, dass die Rückgänge insbesondere aus den niedrigen Zahlen zu Jahresbeginn resultierten. Obwohl im Vergleich zum Vorjahr kein Lockdown galt, wirkten 3- oder 2G-Regelungen und Maskenpflicht in Kombination mit hohen Inzidenzen in den ersten Monaten des Jahres nachfragedämpfend. Mit dem Wegfall vieler Restriktionen im April zog die Nachfrage auch in Thüringen wieder an. So war man im Mai nur noch 10,0 % vom Niveau des Jahres 2019 entfernt. Im bundesweiten Vergleich (-3,4 %) bedeutet das Mai-Ergebnis allerdings noch deutlich Luft nach oben.

Übernachtungen in Thüringen nach Monaten 2019 - 2022  
(absolut und 2022 ggü. 2019 in %)

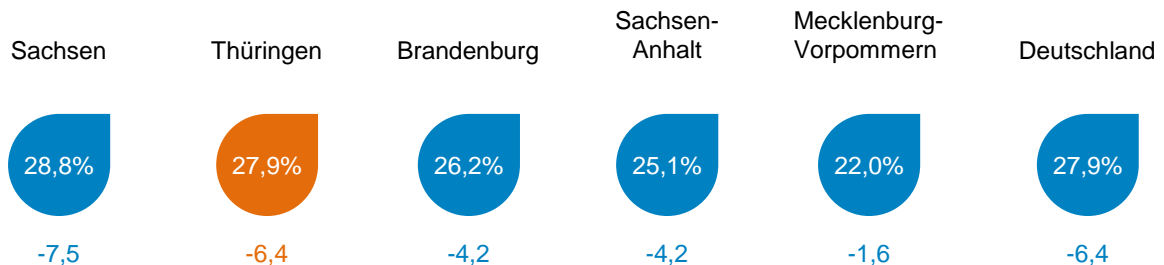


Quelle: dwif 2022, Daten: Destatis, Thüringer Landesamt für Statistik

### Bettenauslastung im Bundesschnitt vom Ausgangsniveau entfernt

Die Bettenauslastung in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben in Thüringen lag in den ersten fünf Monaten des Jahres 2022 bei 26,3 % und damit noch 6,4 Prozentpunkte unter dem Wert des Rekordjahres 2019. Bundesweit lag die Bettenauslastung bei 27,9 % und ebenso wie in Thüringen 6,4 Prozentpunkte niedriger als 2019.

Bettenauslastung der gewerblichen Betriebe Januar bis Mai 2022 sowie Entwicklung ggü. Vergleichszeitraum 2019 in Prozentpunkten



Quelle: dwif 2022, Daten: Destatis

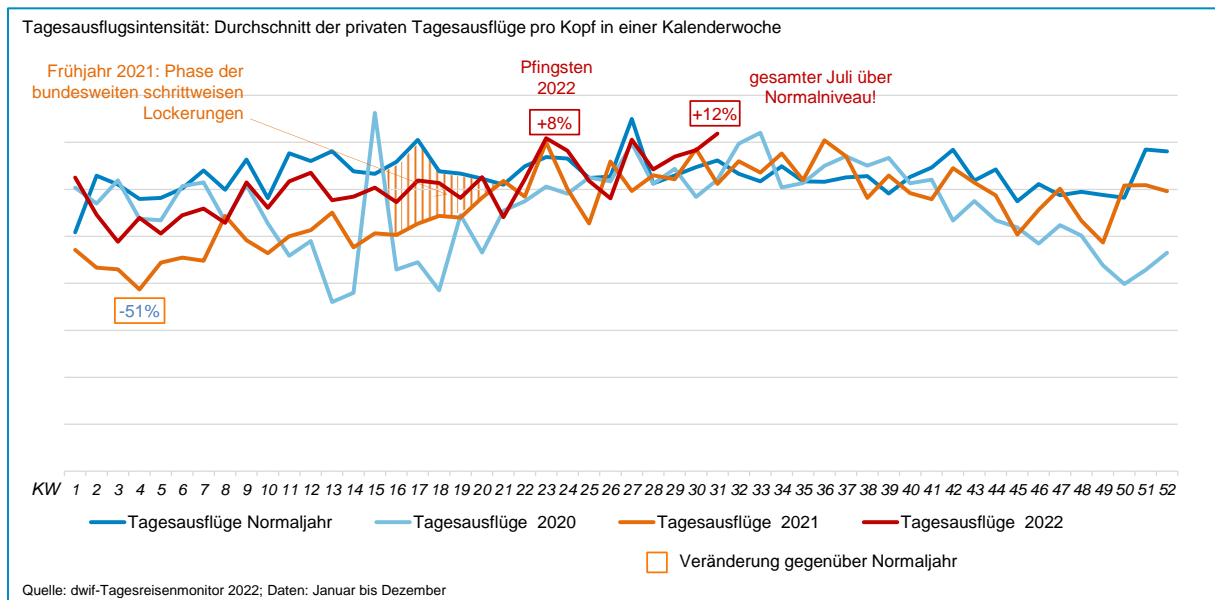
## Ausblick

Langsam, aber stetig hat der Tourismus in Thüringen wieder Fahrt aufgenommen. Es ist davon auszugehen, dass sich die Nachfrage in Thüringen in den Sommermonaten aufgrund der attraktiven Kombination von Natur-Aktiv-Angeboten und kulturellen Angeboten des wieder erstarkenden Städtetourismus weiter erholt. Mit zielgruppenspezifischen Kampagnen in den relevanten Quellmärkten kann dazu beigetragen werden, Thüringen als attraktives (Kurz)Reiseziel stärker ins Bewusstsein der Gäste zu rücken. Wichtig hierfür sind qualitative ansprechende und vor allem gesicherte Angebote im Gastgewerbe und Freizeitwirtschaft.

## 2. TAGESREISEN Januar bis Juli 2022

### Tagesreisen liegen im Juli über Normalniveau

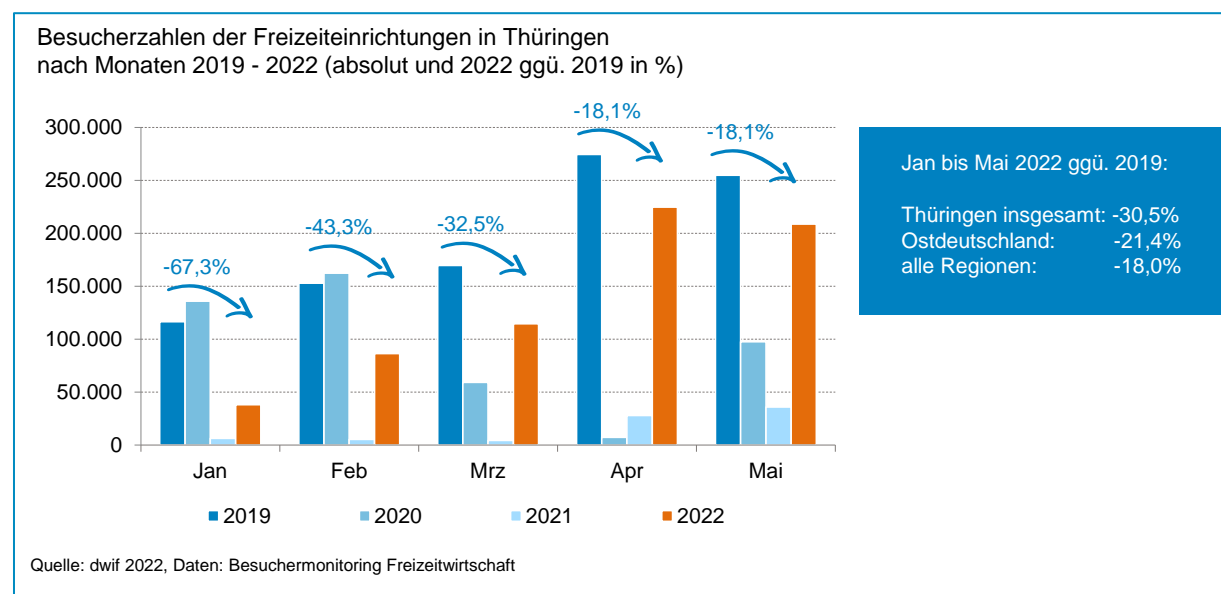
Der Tagestourismus ist ein milliardenschweres Standbein im Deutschlandtourismus und wichtig für eine kontinuierliche Auslastung vieler Einrichtungen und Anbieter über das gesamte Jahr hinweg auch jenseits der Übernachtungszahlen. Nach überdurchschnittlichen Tagesreiseaktivitäten zum Jahresbeginn (Weihnachtsferien), zeigt sich in den ersten Monaten des Jahres 2022 wieder ein leichter Rückgang und somit erneut ein unterdurchschnittliches Niveau der Tagesreisen gegenüber einem Normaljahr. Die immer noch hohen Inzidenzen und die damit verbundene Vorsicht der Bevölkerung sowie letzte allgemeine Einschränkungen bei Attraktionen, Freizeiteinrichtungen und Veranstaltungen machen sich hier noch bemerkbar. Mit Wegfall der Einschränkungen zeigt sich im Frühjahr (März/April) jedoch, analog nur leicht zeitversetzt zu den letzten beiden Jahren, bereits wieder eine deutliche Tendenz in Richtung Normalniveau. Im Juli wurde das Niveau des Normaljahres durchweg überschritten. Dazu beigetragen hat auch das 9-Euro-Ticket, das insbesondere zusätzliche Ausflugsfahrten in ländliche, touristisch hochattraktive Regionen gefördert hat. Dies zeigt sich auch im Vergleich zum Normaljahr überdurchschnittlich hohen Anteil des ÖPNV bei der Verkehrsmittelwahl für Tagesreisen im Juni und Juli 2022.



### 3. FREIZEITWIRTSCHAFT JANUAR BIS MAI 2022

#### Thüringens Freizeitwirtschaft weiterhin mit großen Einbußen

Nach zwei Jahren pandemiebedingter Lockdowns hatten die Freizeiteinrichtungen in den ersten fünf Monaten des Jahres 2022 endlich wieder größtenteils durchgängig geöffnet. Nichtsdestotrotz konnte noch immer nicht von einem Normalbetrieb die Rede sein, da die Einrichtungen in den ersten Monaten des Jahres aufgrund hoher Inzidenzen noch Reglementierungen und Besucherbeschränkungen – von Maskenpflicht über 2G- oder 3G-Regelungen – unterworfen waren. Und auch einige Gäste waren weiterhin beim Besuch von Indoor-Einrichtungen eher zurückhaltend. Dies zeigt sich an den Besucherzahlen der Thüringer Freizeiteinrichtungen, die zwischen Januar und Mai 2022 noch 30,5 % unter denen des letzten Normaljahres 2019 lagen. Damit schneiden die Einrichtungen in Thüringen schlechter ab als in allen am Freizeitmonitoring teilnehmenden Regionen (-18,0 %).





#### Die Kategorien im Detail:

- Den Erlebnisbädern und Thermen in Thüringen fehlten im Vergleich zu 2019 noch rund die Hälfte der Gäste.
- Auch bei den Stadtführungen waren die Teilnehmerzahlen ähnlich wie bei der Konkurrenz noch niedrig.
- Die Thüringer Museen und Ausstellungen erreichten zwei Drittel des Besucherniveaus von 2019. Damit liegen sie im Durchschnitt aller am Monitoring teilnehmenden Museen/Ausstellungen.
- In den Freilichtmuseen/Besucherbergwerken fehlte noch rund jeder fünfte Besucher.
- Punkten konnten sowohl in Thüringen als auch deutschlandweit erneut Outdoorangebote wie Zoos/Tierparks oder Outdoor-Freizeit-/ Erlebniseinrichtungen.

## Besucherzahlen der Freizeiteinrichtungen in Thüringen nach Kategorien Januar bis Mai 2022 ggü. 2019

-30,5% Thüringen insgesamt (alle Regionen: -18,0%)

-18,8%  Freilichtmuseen/Besucherbergwerke

-33,4%  Museen/Ausstellungen

-44,6%  Stadtführungen

-51,6%  Erlebnisbäder/Thermen

Quelle: dwif 2022, Daten: Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

## Ausblick

Wie die Zahlen zeigen, stehen die Freizeiteinrichtungen nach wie vor unter Druck. Vor dem Hintergrund steigender Energiekosten sowie vielerorts Personalmangel, sind die Herausforderungen für die kommenden Monate groß. Teilweise haben die Entwicklungen in den letzten Monaten bereits zu einem veränderten Serviceangebot, veränderten Öffnungszeiten oder gestiegenen Eintrittspreisen geführt. Weiterhin sind kreative und flexible Lösungsansätze gefragt, um einerseits den Wünschen der Kunden gerecht zu werden und andererseits die Wirtschaftlichkeit der Einrichtungen und Angebote zu erhalten.

## 4. IN EIGENER SACHE

### Media-Kampagne „Welt übersetzen“ äußerst erfolgreich

Das Jahr 2022 ist geprägt vom Weltereignis anlässlich des 500. Jubiläums der Bibelübersetzung auf der Wartburg. Viele Marketingmaßnahmen der letzten Monate lenkten bereits darauf hin und mündeten nun zum großen Kampagnenkonzert im Zeitraum März-Mai 2022. Die im **DACH-Raum** ausgespielte **Media-Kampagne** richtete sich vorrangig an die Zielgruppen der Reisemotive Kenner und Faszination und bildete erstmals die wirklich geballte Kulturkompetenz Thüringens ab. Denn nicht nur Luther und die Kraft der Worte wurde thematisiert, auch die der Musik (Bach) und der Bilder (Cranach). Im Zentrum der Maßnahmen stand die Landingpage [weltkultur.thueringen-entdecken.de](http://weltkultur.thueringen-entdecken.de).



Quelle: Thüringer Tourismus GmbH

Dem Kanalverhalten der Zielgruppen entsprechend war der Medienmix breit aufgestellt und vereinte analoge wie digitale Komponenten.

Mit freundlicher Unterstützung der Thüringer Staatskanzlei erschien ein **Supplement in einer Gesamtauflage von 350.000 Exemplaren**. Beigelegt wurde dies der **Süddeutschen Zeitung**, dem **Tagesspiegel** und den dazu gehörigen Potsdamer Nachrichten sowie der **ZEIT**. Hinzu kommen e-Paper für entsprechende Abonnenten des Tagesspiegel (42.400) und den Potsdamer Neuen Nachrichten (1.600).



Quelle: Thüringer Tourismus GmbH

Eine interaktive Aufforderung, Thüringen zu entdecken, beinhaltete ein **gedrucktes Mailing**, das in einer Gesamtauflage von 73.000 Stück als Beileger im **ARTE Magazin (D+AUT)** und Briefkastenwurfsendung in der Schweiz vertrieben wurde.

Verstärkt wurde der Printbereich über Anzeigen und Advertorials im **MIGROS Magazin (CH)**, **REISEN Magazin (AUT)**, **ARTE Magazin**, **SIMS Kultur** und **ZEIT Kultursommer**, die Gesamtauflage dieser Medien kommt auf knapp 4 Mio. Exemplare.

Das Ohr potenzieller Gäste wurde über das **Klassik Radio (D+AUT)** erreicht. Die Sendung Reiselust präsentierte ein 12minütiges Interview mit Christoph Drescher, Intendant der Thüringer Bachwochen. Begleitet wurde dies von Backseller-Spots und Infomercials, 17 Schaltungen innerhalb von 2 Wochen wurden von etwa 145.000 Personen gehört.



Ein [Online-Advertorial bei FOCUS](#) wurde mit einer Reichweite von 4.35 Mio. Impressions ange teasert und generierte 24.600 views. Auch im [ZEIT-Online-Newsletter](#) wurde Thüringen publiziert, von 287.964 EmpfängerInnen öffneten 14,3% den entsprechenden Artikel.

Inbox Ads warben auf [web.de und gmx.de](#) für Machtworte, Ebenbilder und Ohrwürmer – 378.750 Impressions führten hier zu 30.059 Öffnungen. Zusätzliche Native Ads auf beiden Portalen führten zu 2.5 Mio. Impressions.

Das Online-Marketing konzentrierte sich auf [Social Media Ads \(Facebook\)](#), [Display-Anzeigen auf zielgruppenrelevanten Webportalen und google](#) sowie [Retargeting-Maßnahmen](#). Im deutschen Markt wurden hier 32,1 Mio. Impressions generiert und 44.500 Klicks, in Österreich 6,2 Mio. Impressions und 11.100 Klicks, in der Schweiz 5,3 Mio. Impressions und 7.800 Klicks.

Die Weltkultur-Landingpage der TTG kam im Zeitraum auf 31.255 Nutzer und 45.618 Seitenaufrufe. Die durchschnittliche Verweildauer lag bei 1:00 min.

[Die auf Sichtbarkeit und Content-Distribution ausgerichtete Kampagne ist mit knapp 70 Mio. Gesamtimpersions als sehr erfolgreich zu bewerten und findet über das Jahr hinweg noch Fortsetzung in der europaweiten Roadshow der Himmelsburg. Dazu mehr im September-Newsletter.](#)

## Das erwartet Sie in der nächsten Ausgabe (Herbst 2022)

In der nächsten Ausgabe des Marktforschungs-Newsletters der TTG liegt der Schwerpunkt auf dem Branchenthema „Qualitätssicherung trotz Arbeitskräftemangel – Paradigmenwechsel im Gastgewerbe und der Freizeitwirtschaft“ des Sparkassen-Tourismusbarometers. Wie ist die Lage in Thüringen? Vor welchen Herausforderungen stehen die Thüringer Betriebe und wie können sie diesen erfolgreich begegnen?

### 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)