

# Ergänzende Daten und Praxisbeispiele finden Sie auf:

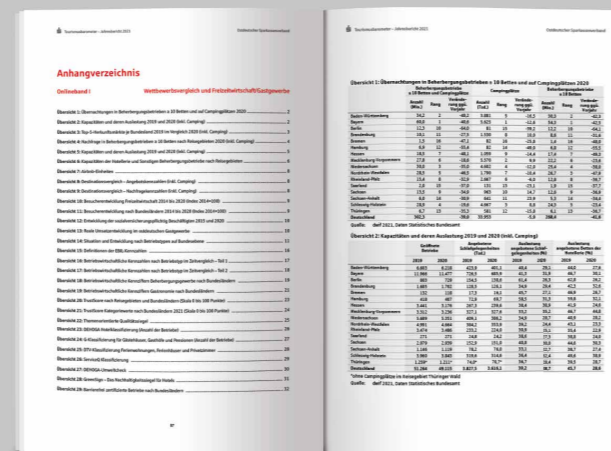
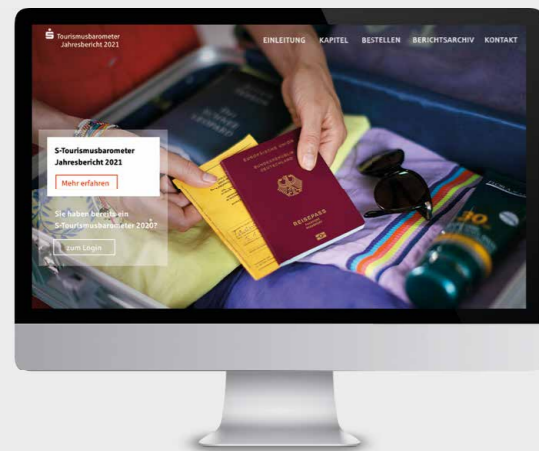
[www.tourismusbarometer.de](http://www.tourismusbarometer.de)



Datentabellen, Checklisten und Praxisbeispiele unterlegen die Analysen, Trends und Handlungsempfehlungen des Sparkassen-Tourismusbarometers.



Passwort: **S-Touba#2021**



## Management Summary

**Ostdeutschland mit geringeren Nachfragerückgängen als bundesweit, Destinationen mit Angeboten rund um Wasser und Outdoor im Trend, Städte mit langsamer Recovery**

Reiselust? Inlandsboom? Zurückhaltung? Dauerhafter Wandel? Wie wird sich die Corona-Pandemie auf das Nachfrageverhalten auswirken? Reiselust und Reisebudget sind größtenteils weiter vorhanden. Die Wahl der Reiseziele erscheint nach aktuellen Erkenntnissen aus der Marktforschung langfristig eher stabil und die Rahmenbedingungen (z.B. Preisentwicklung, Flugangebote) bleiben weiterhin ein wichtiger Einflussfaktor. Das stimmt mit Blick auf die Destinationen in Ostdeutschland einerseits optimistisch, zeigt aber auch, dass eine positive mittelfristige Entwicklung kein Selbstläufer sein wird.

Die Bilanz des Kalenderjahres 2020: Ostdeutschland verzeichnete laut amtlicher Tourismusstatistik 64,1 Millionen Übernachtungen. Das bedeutet nach einigen Jahren des Wachstums ein Minus von 27 Prozent und spiegelt das absolute Niveau wider, das zuletzt 2005 erreicht wurde. Trotz der im Bundesvergleich „glimpflichere“ Zahlen gibt es auch in Ostdeutschland keine Krisengewinner, sondern lediglich unterschiedlich stark betroffene Destinationen. Angebots- und Nachfragestrukturen sind hier entscheidend. So sind die Unterschiede zwischen Feriendestinationen und Geschäftsreisezielen, zwischen Destinationen mit viel Freiraum und Städten direkt erkennbar. Zudem ist 2020 die Rolle des Tagestourismus mit kürzeren Wiederanlaufzeiten deutlich geworden. Auch hier war zunächst ein klarer Outdoor-Trend zu beobachten, während im Sommer und Herbst sogar höhere Tagesausgaben bei Aktivitäten wie Restaurantbesuchen oder Shopping-Ausflügen erzielt wurden als Corona-Pandemie.

**Freizeitwirtschaft: Alle Angebotskategorien mit Besucherrückgängen 2020; monatelange Schließungen sind für viele Einrichtungen existenzbedrohend**

Die Corona-Pandemie hat die Freizeitwirtschaft hart getroffen. Flächendeckende Schließungen zwischen

Mitte März und Ende April 2020 sowie am Jahresende, Abstands- und Hygieneregeln brachten große Verluste mit sich. Die Einrichtungen mussten innerhalb kürzester Zeit ein hohes Maß an Kreativität und Improvisationstalent beweisen sowie ihre Kommunikationsinfrastruktur aufstocken, um präsent zu bleiben und für den Neustart gerüstet zu sein. Neben eigenen Rücklagen nutzten sie Hilfs- und Förderprogramme, um durch die Krise zu kommen. Im Februar 2021 hatten bereits knapp drei Viertel der Freizeiteinrichtungen in Ostdeutschland Hilfsprogramme in Anspruch genommen, insbesondere Kurzarbeitergeld, Zuschüsse ohne Rückzahlungsverpflichtung oder Überbrückungshilfen.

Die Besucherzahlen der Kultur- und Freizeiteinrichtungen in Ostdeutschland sind 2020 um 37,5 Prozent zurückgegangen. Damit waren die Verluste etwas geringer als in allen am Freizeitmonitoring teilnehmenden Bundesländern (-41,5 Prozent). Immerhin gut jede zehnte Einrichtung in Ostdeutschland konnte das Jahr 2020 trotz der Lockdowns sogar mit einem Besucherplus abschließen, vorrangig Outdoor-Angebote sowie Einrichtungen mit großen Außenbereichen. Zudem waren Saisonbetriebe weniger von den Corona-Maßnahmen betroffen als Ganzjahresangebote.

**Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe: Umsatz trotz des starken Sommers deutlich eingebrochen, mittelfristige Unterstützungsbedarfe prüfen**

Die Pandemie hat Trends hinsichtlich Destinations- und Betriebstypen temporär verändert, andere bestätigt. Das ist auch an den Umsätzen des ostdeutschen Gastgewerbes ablesbar. In Mecklenburg-Vorpommern setzte die Branche preisbereinigt 23 Prozent weniger um als im Vorjahr. In den vier anderen Bundesländern verringerte sich der Umsatz um mehr als 30 Prozent. Zum Vergleich: Bundesweit verlor das Gastgewerbe durchschnittlich 39 Prozent des Umsatzes. Überraschend: Dies war im ostdeutschen Beherbergungsgewerbe fast durchgängig eine Folge der gesunkenen Auslastung. Denn während die Durchschnittspreise bundesweit um 14 Prozent sanken, setzten die Betriebe in Ostdeutschland um 6 Prozent höhere Preise.