



# Herzlich willkommen

 **Tourismusbarometer**  
Ergebnisse für  
Mecklenburg-Vorpommern





# Dr. Michael Ermrich

Geschäftsführender Präsident  
Ostdeutscher Sparkassenverband



# Wolfgang Waldmüller MdL

Präsident  
Tourismusverband  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.



## Sparkassen-Tourismusbarometer – Ergebnisse für Mecklenburg-Vorpommern

Sparkassen-Tourismusbarometer  
Ostdeutschland



## Tourismus mit & nach Corona – von der Krisenbewältigung zur Zukunfts- gestaltung

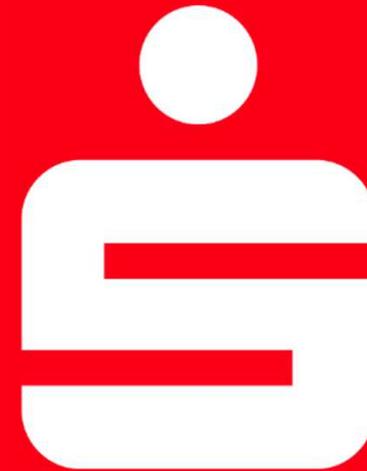
Länderveranstaltung  
Mecklenburg-Vorpommern  
Bollewick, 26. August 2021

Träger **Ostdeutscher  
Sparkassenverband (OSV)**  
mit Unterstützung durch:  
**Sparkassen- und Giroverband  
Hessen-Thüringen**

Durchführung **dwif-Consulting GmbH**  
Referenten **Lars Bengsch  
Karsten Heinsohn**

 Finanzgruppe  
Ostdeutscher Sparkassenverband

**dwif**



## Das Corona-Paradoxon

Herausforderung: der Tourismus in  
der Themenschleuder bereits vor Corona



TB  
2020

agile Haltung

der Mensch  
im  
Mittelpunkt

Auf der Suche nach  
der **BALANCE**:

darf  
nicht

kann

muss

Quelle: dwif 2020, Bild: freepik

# Umsatzausfall durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie im Tourismus in Ostdeutschland

Zeitraum Januar bis Juni 2021

Übernachtungen **3,3 Mrd. Euro**

Tagestourismus **2,1 Mrd. Euro**

Quelle: dwif 2021

# Tagesreisen in Ostdeutschland und Mecklenburg-Vorpommern

## Wichtige Zielgruppe und Stabilisierungsfaktor



rund **420 Mio.**

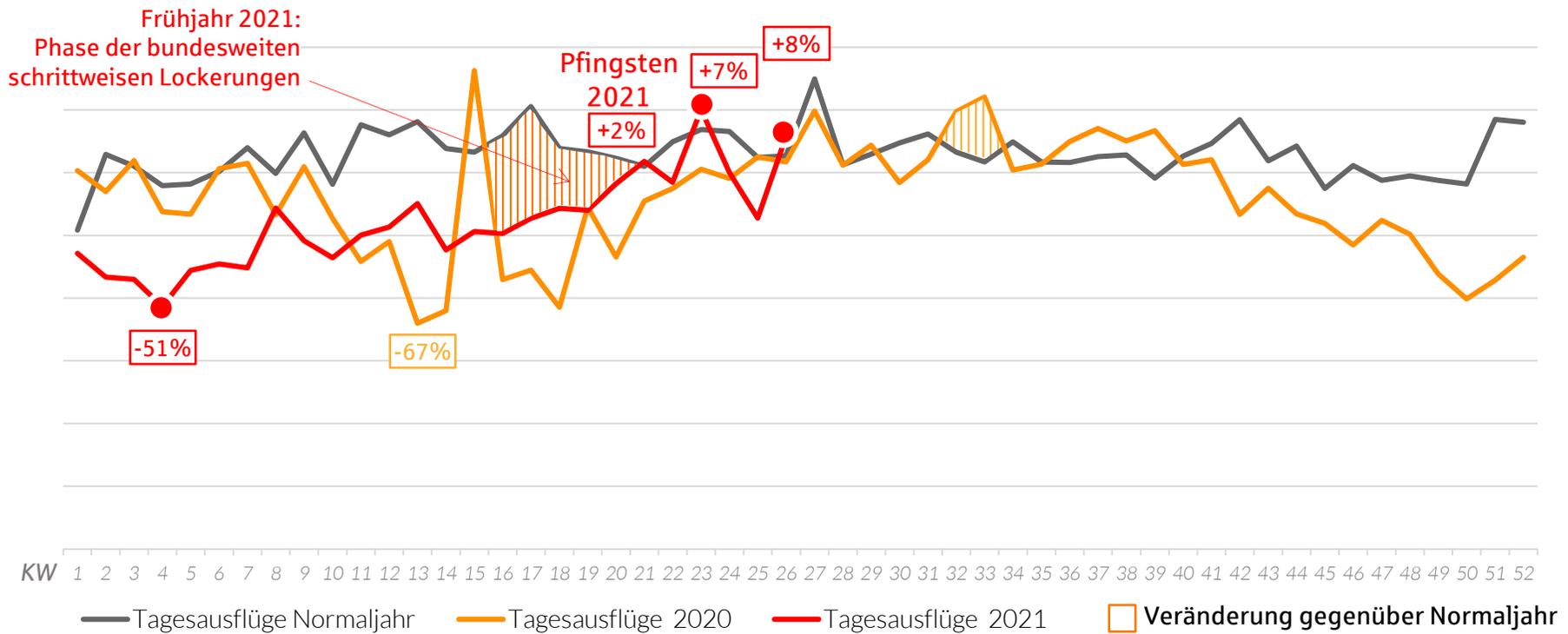
Tagesreisen in  
Ost-D 2020

**-14%**  
ggü. Vorjahr

Quelle: dwif-Tagesreisenmonitor 2021; Daten: Januar bis Dezember 2020, Bild: freepik

# Tagesreisen-EKG 2020

Niveau der privaten Tagesausflüge pro Kopf nach Kalenderwochen



# Freizeitwirtschaft: MV steht besser da als andere BL

Januar-Juli  
2021 ggü. 2020 (in %)

<b>MV</b>	<b>Ost-D</b>
<b>-39,2</b>	<b>-46,1</b>

Zoos/Tierparks	-9,7
Museen/Ausstell.	-46,8
Bäder/Thermen	-86,5

 Finanzgruppe  
Ostdeutscher Sparkassenverband



## Besucherzahlen 2021 ggü. 2020 (in %)

Jan	-100
Feb	-100
Mrz	-37
Apr	k.A.
Mai	-51
Jun	-28
Jul	-15

Quelle: dwif 2021, Daten: dwif-Freizeitmonitoring, Bild: Nationalpark-Zentrum KÖNIGSSTUHL

# Aktuelle Trends in den Segmenten und Perspektiven

Nachfrage zieht an, Wertschöpfung mit Fragezeichen



Outdoor-  
Aktivitäten



Gastronomie



Freizeit-/  
Kulturangebote



Shopping



Veranstaltungen

Quelle: dwif 2021, Bilder: rreepik

Übernachtungsnachfrage in  
Mecklenburg-Vorpommern

Besser durch die Krise gekommen  
als viele Wettbewerber

# Gäste- bewertungen als Indikator für Reisetätigkeit



Travel Health Index  
2020

2021

Deutschland



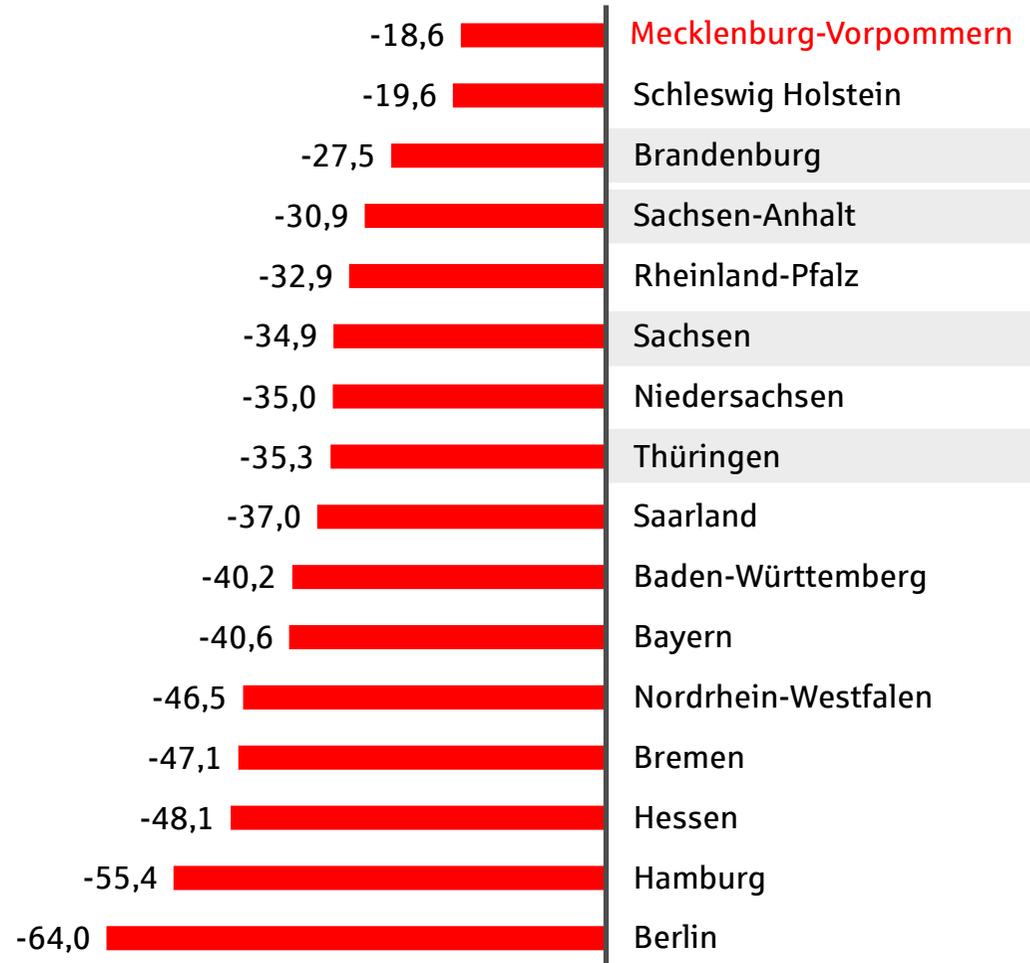
# 2020: Ende der anhaltenden Phase des Wachstums

Gewerbliche  
Übernachtungen  
Januar-Dezember 2020  
ggü. Vorjahr (in %)

Ost-D -27,0%

D -39,0%

 Finanzgruppe  
Ostdeutscher Sparkassenverband



Quelle: dwif 2021, Daten: Statistisches Bundesamt



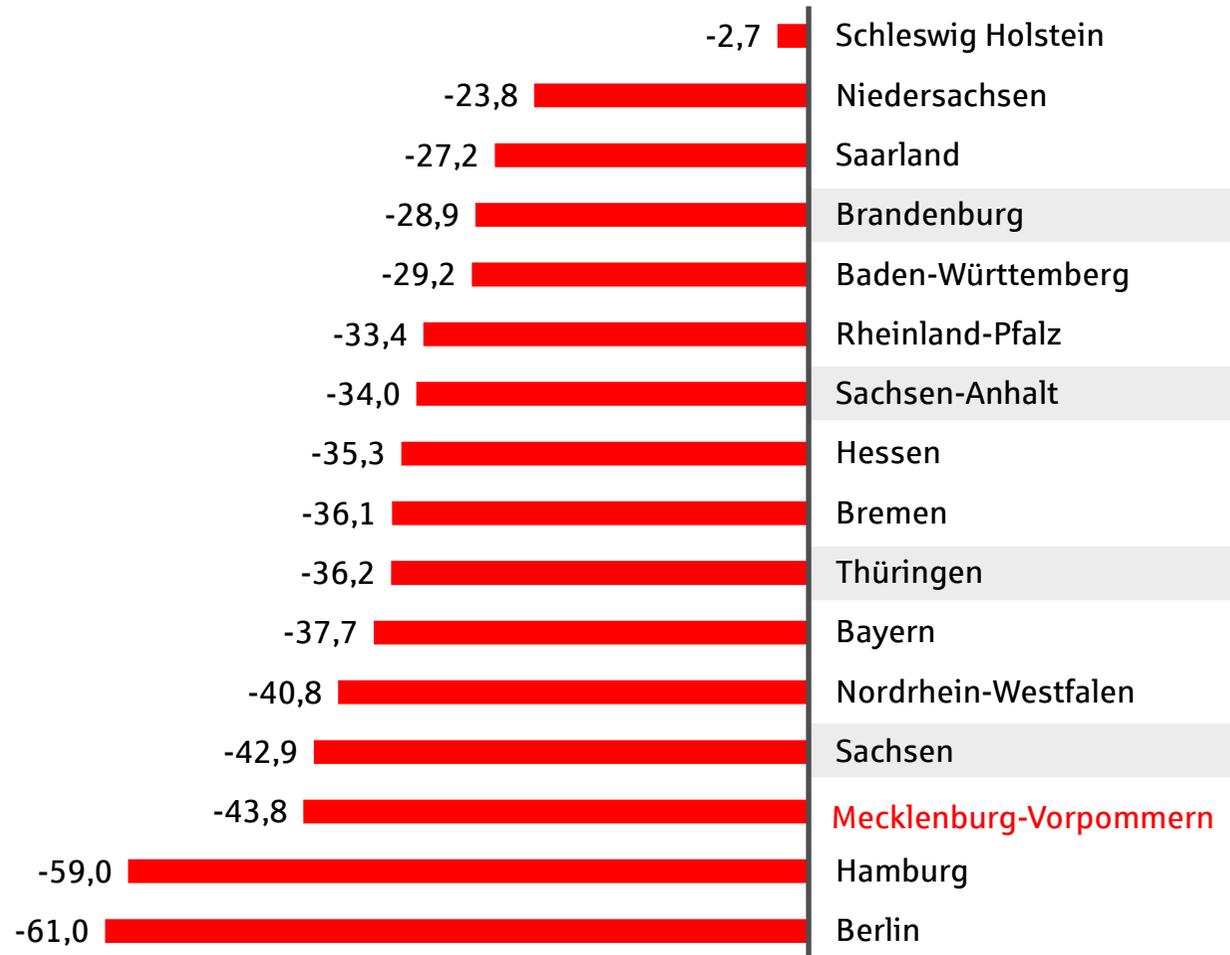
# 2021: unterschiedliche Öffnungsperspektiven nach dem Lockdown

Gewerbliche Übernachtungen  
Januar-Juni 2021 ggü.  
Vorjahr (in %)

Ost-D -39,2%

D -34,8%

 Finanzgruppe  
Ostdeutscher Sparkassenverband

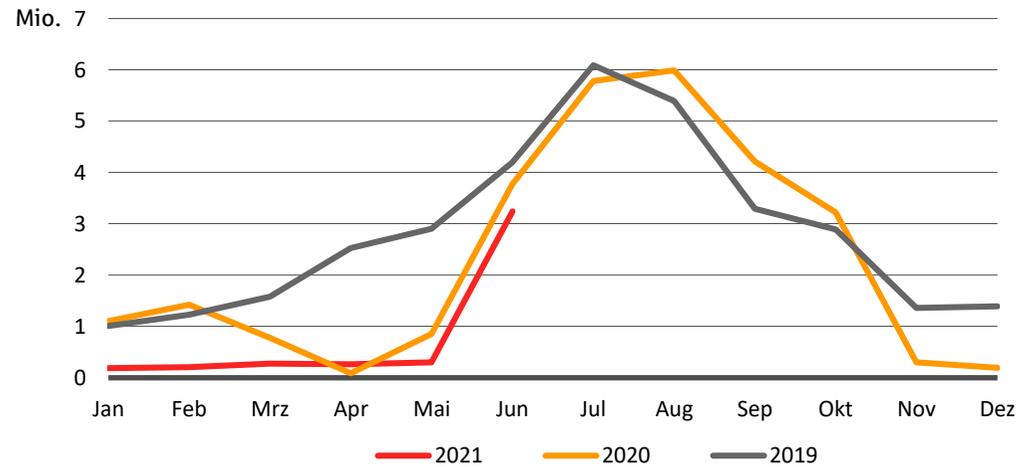


Quelle: dwif 2021, Daten: Statistisches Bundesamt



# Ab Juni 2021: Übernachtungs- tourismus in MV wieder möglich

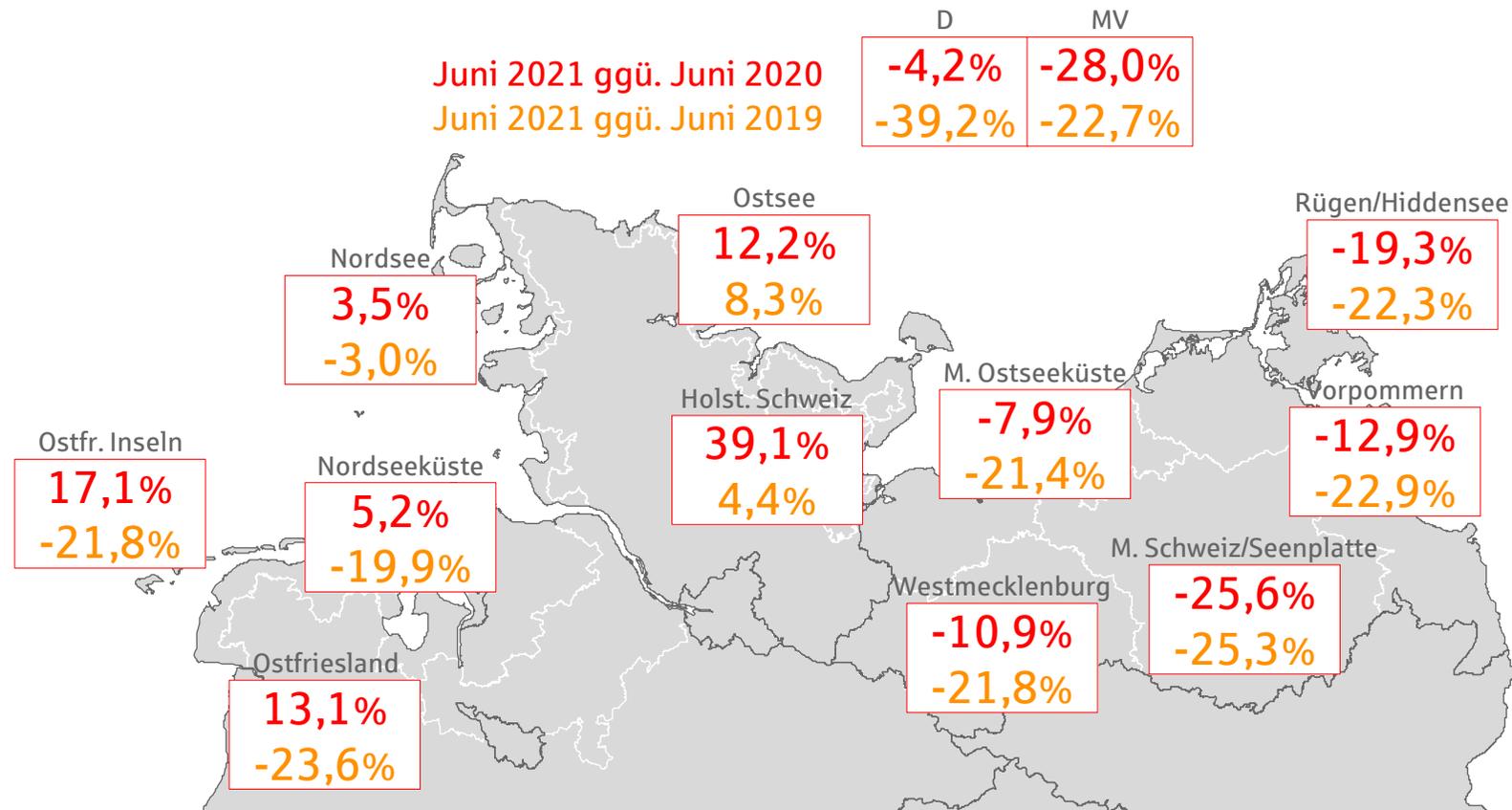
Gewerbliche  
Übernachtungen (in Mio.)



jeweils 1. Halbjahr

	2019	2020	2021
Mecklenburg-Vorpommern	13,5	7,9	4,5
Ost-D	37,6	21,6	13,2

# Wasserdestinationen im Gästefokus



# Wer kommt noch am besten durch die Krise?

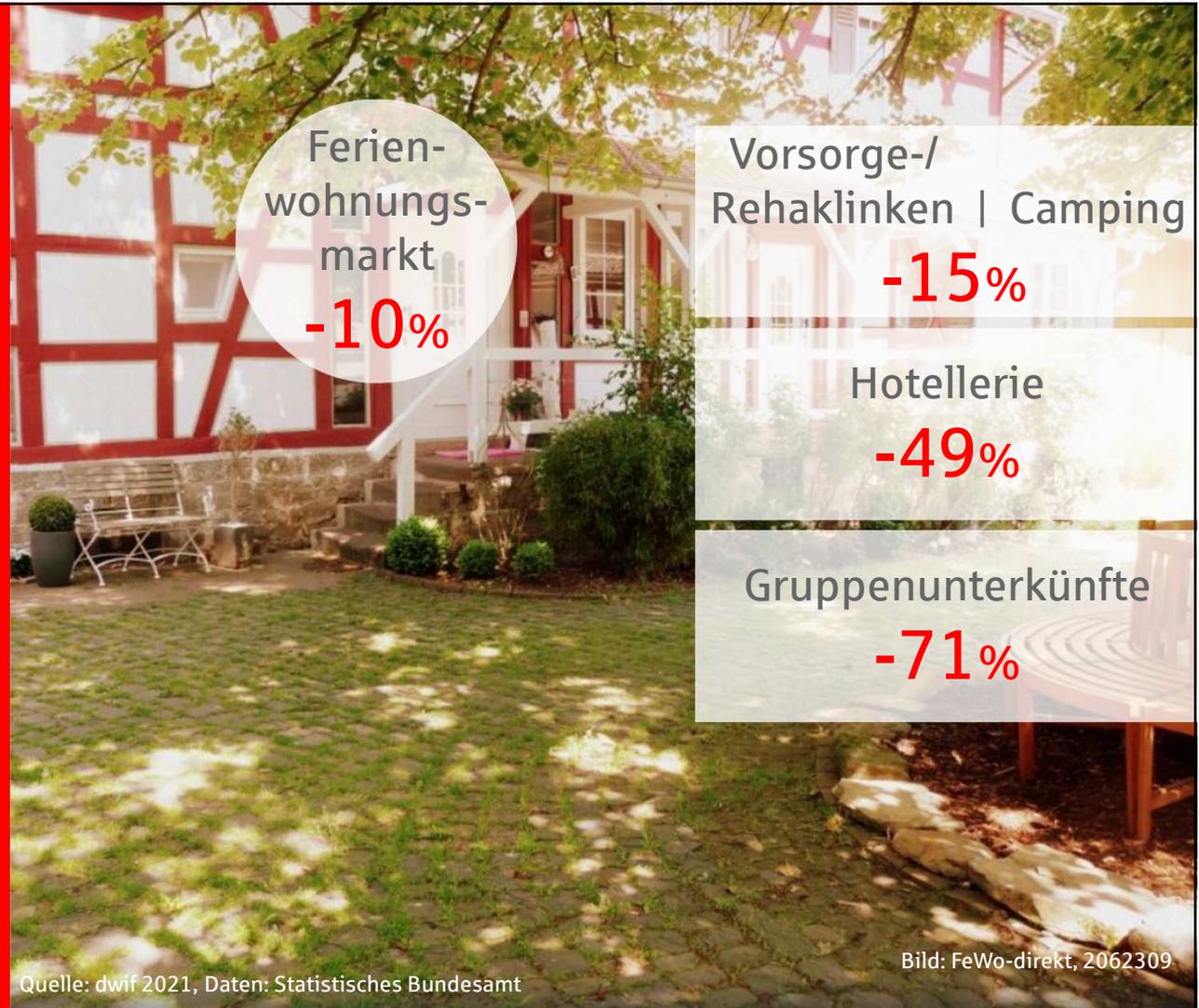
Gewerbliche  
Übernachtungen  
Deutschland

Juni 2021 ggü. Juni 2019

**-39%**



Finanzgruppe  
Ostdeutscher Sparkassenverband



Quelle: dwif 2021, Daten: Statistisches Bundesamt

Bild: FeWo-direkt, 2062309

# 2021: Gefragt sind Wasser, Natur und Ferienhäuser

Entwicklung der  
Suchanfrage  
„Ostsee“ +47%  
2021 im  
Vergleichszeitraum  
zu 2020  
(01. Januar bis 10. August)

Ostsee belegt  
**Platz 1**  
der meistgesuchten  
Reiseziele 2021



## Reisen 2021+

Die Marktmechanismen können sich weiterhin nicht voll entfalten. Auch das 2. Halbjahr 2021 wird nicht „normal“ sein.

# Gekommen, um zu bleiben



Reiselust

+++



Reisebudget



+++

## Und in Zukunft?

Sichere Vorhersagen sind schwierig, ambivalente Signale und Abhängigkeit von Rahmenbedingungen



Finanzgruppe  
Ostdeutscher Sparkassenverband



„Erholung des deutschen Tourismusmarktes in 2023“  
Incoming: „Corona bleibt 2021 der wichtigste Einflussfaktor“  
„Staycation“: Reisen im Inland und angrenzenden Ländern

Outdoor & Natur  
vs. Städteurlaub

Reisen in  
wärmere  
Länder

große Vorsicht  
bei der Reise-  
planung

im Urlaub  
Neues entdecken  
sichere Reiseziele



„Immer mehr Menschen möchten möglichst umweltfreundlich und nachhaltig reisen.“

grundlegender Verhaltens-/  
Einstellungswechsel nicht erkennbar

Quellen: McKinsey, Regiondo, DZT/IPK, BAT; Bild: freepik

# MICE-Trends im Zusammenhang mit Corona

Das Übernachtungsvolumen durch **Geschäftsreisen** wird auch mittel- bis langfristig nicht mehr das Volumen von 2019 erreichen.



## Entwicklung

Geschäftsreisen werden seitens des Travelmanagements stärker hinterfragt  
Kleinere Tagungsformate gewinnen schneller an Bedeutung als größere Formate  
Mehr virtuelle oder hybride Meetings  
Größere Vielfalt bei Tagungsformaten  
Steigender Wert von Nachhaltigkeitsaspekten  
Weniger und kürzere Reisen



## Was zukünftig wichtig wird

Technische Infrastruktur  
Individuelle Lösungen für den Kunden  
Raumangebote – flexibel und kreativ  
Analoge Formate müssen einen noch größeren Mehrwert offerieren  
Locations durch Spezialisierung differenzieren  
Professionelles Marketing (digitale Darstellung, Storytelling)

Resilienz ist die Fähigkeit,  
die Zumutungen der Welt auszuhalten  
und auszubalancieren.

# Die Betriebe

## Aus der Krise in die Zukunft

...galt schon vorher:



...wurde beschleunigt:

kürzere  
Investitionszyklen



(noch) höhere  
Hygienestandards



steigende  
Qualitätsansprüche



War for Talents/  
Employer Branding



Erlebnis bzw.  
Authentizität



Betriebe  
im Wandel



komplexeres  
Marketing

betriebliche  
Nachhaltigkeit



Kundenbeziehung  
stärken

Positionierung und  
Profilschärfung



fortschreitende  
Digitalisierung

# Situation der Betriebe 2020

4 zentrale Herausforderungen



Finanzgruppe  
Ostdeutscher Sparkassenverband

## Planungs- unsicherheit

Schließtage

Einschränkungen

## Liquiditäts- sicherung

Insolvenzgefahr

Liquiditätsreserven

## Fachkräfte- bindung

Mitarbeiterabwanderung

Arbeitskräftemangel

## Qualitäts- sicherung

Investitionstau

Preise und Zufriedenheit

Quelle: dwif 2021, Daten: Primärerhebungen Gastgewerbe MV, Bild: pixabay

# Entspannung in Sicht

Kennzahlen verbessern  
sich gegenüber dem  
ersten Krisenjahr

Mecklenburg-  
Vorpommern, Vergleich  
Juli 2020 zu Juli 2021



(Wann) Kommt die Pleitewelle im Gastgewerbe?

???

Insolvenzen steigen  
vermutlich erst Ende  
des Jahres

Sorry  
WE'RE  
CLOSED

Jobmotor kommt  
zum Stillstand –  
Fachkräftemangel  
verschärft sich

Sozialversicherungspflichtig  
Beschäftigte Mai 2021 ggü. Vorjahr

**-13,7%**

Gemeldete Ausbildungsstellen 2020

**-7,8%**

Anteil unbesetzter Ausbildungsstellen  
Juli 2020

**30,7%**

# Personalnot im Gastgewerbe: Strukturelles Zukunftsproblem

Fehlende Fachkräftebindung  
Tarifflucht - Minijobs - hohe Abbrecherquote bei  
Kochausbildung



## Corona-Pandemie

Fehlende Fachkräfte  
Abwanderung in andere Branchen  
Anzeigenflut Personalsuche  
Zwangsruhetage



**Komm in unser Team!**  
*... es ist so viel zu tun!*

**WIR STELLEN EIN:**

- JUNGKOCH** Festanstellung! (w/m/d)
- BEIKOCH** Festanstellung! (w/m/d)
- KÜCHENHILFEN** 450-Euro-Basis (w/m/d)
- SERVICEKRÄFTE** 450-Euro-Basis (w/m/d)

**Auszeit**  
Café & Restaurant  
im Feriendorf in Hollern-Twielenfleth

Wir bieten:

- ein gutes Betriebsklima
- nette Chefs
- freundliche Gäste

Interessierte schreiben bitte eine E-Mail an [restaurant@auszeit-altesland.de](mailto:restaurant@auszeit-altesland.de) oder rufen an: 04141 80 93 720

*Monika-Maria & Detlef Correas*

Wir freuen uns auch auf volljährige Schüler\*innen oder Menschen mit Lebenserfahrung! 😊



Montag	geschlossen
Dienstag	geschlossen
Mittwoch	17:00 - 22:00
Donnerstag	17:00 - 22:00
Freitag	17:00 - 22:00
Samstag	11:30 - 22:00
Sonntag	11:30 - 21:00

# Gästezufriedenheit sinkt: Qualitätsimpulse setzen

MV	D
84,0	85,8
-1,5	-0,6



# Hilfsprogramme, Nutzung der Liquidität, Über- brückungskredite

Der Schuldenberg der  
Betriebe wächst.



83%



48%

75%



13%

# Was können die Betriebe tun?



# Erfolgsfaktor 1

## Positives und konstruktives Denken

Jede Krise bietet auch Chancen...



	Gast-gewerbe	Freizeit-wirtschaft
--	--------------	---------------------



70%

71%



30%

29%

Quelle: dwif 2021, Daten: Primärerhebungen  
Gastgewerbe/Freizeitbetriebe MV; Bild: freepik

## Erfolgsfaktor 2

# Zahlen im Griff haben

- 
- Business Impact Analyse mit Störungsmatrix
  - Zero Budgeting
  - Trend- und Konkurrenzanalyse
  - Klassisches Kennzahlenmonitoring

## Erfolgsfaktor 3

Veränderungs-  
prozesse  
anstoßen



## Erfolgsfaktor 4

# Mitarbeiter binden

Transparent kommunizieren

Teamgeist stärken

Eigenverantwortung fördern

Flexibilität schaffen

Feedback geben & nehmen

Entwicklungschancen bieten

# Die DMO

## Mit aktiver Gestaltung des Wandels gestärkt aus der Krise

# Die Pandemie forciert die Digitalisierung

Arbeitsfelder TOP 5

Bedeutungsgewinn seit Pandemie-Beginn

82%

Digitalisierung



73%

Kommunikation  
mit Behörden,  
Kommunen etc.



73%

Kommunikation  
mit den  
Leistungs-  
trägern



64%

Attraktivitäts-  
erhöhung  
Infrastruktur



55%

Daten-  
management &  
Optimierung  
der  
Orgastruktur im  
Ort/Region

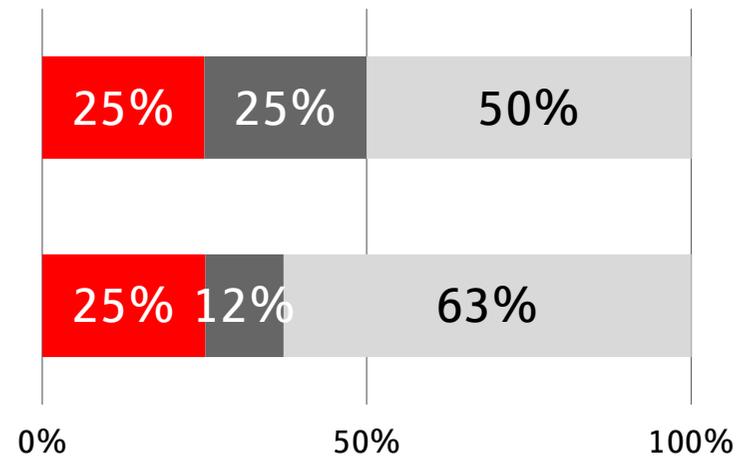


# Auswirkungen der Krise auf den MV-Tourismus & die DMO

## Aus der Krise auch positive Effekte erkennbar...

für den **Tourismus** in unserem Ort, Region, Bundesland

für unsere **Organisation**



- ausschließlich negative Auswirkungen.
- überwiegend negative Auswirkungen.
- sowohl negative als auch positive Auswirkungen.

Ziel: Resilienz

Widerstandsfähigkeit - aber auch:  
Anpassungsfähigkeit &  
Veränderungsbereitschaft

# Dynamische Resilienz ist das Ergebnis von drei Kompetenzen

Intensität der Veränderung →

Stabilisierung

Flexibilisierung

Wandel

Kompetenz für  
akute Krisenbewältigung

Kompetenz für  
schrittweise  
Anpassungen

Kompetenz für  
umfassenden Change

**Resilienz**

# Kompetenz STABILISIERUNG: Maßnahmen zur akuten Krisenbewältigung in Mecklenburg-Vorpommern

Top 5

## Hygienevorgaben, Marketing & Kommunikation im Fokus

100%

Anpassungen an die Hygienevorgaben

81%

Coronabezogene Kommunikations- und Informationsoffensive nach innen

75%

Temporäres Aussetzen von Marketingmaßnahmen nach außen

69%

Coronabezogene Kommunikations- und Informationsoffensive nach außen

69%

Anpassungen des Marketings an die Krisensituation

# Gebündelte Informationen und Umsetzungshilfen für die Tourismusbranche



## Handhabung Buffet- Service (als Selbstbedienung) unter Einhaltung der Hygienerichtlinien nach der Corona Pandemie mit erhöhten Hygieneanforderungen

*(Mit Berücksichtigung der Hinweise und Stellungnahme vom LAGUS vom 26.06.2020)*

I.

### Buffets (als Selbstbedienung) für Gäste, z. B. beim Hotelfrühstück die an einzelnen Tischen mit 1,5 m Mindestabstand sitzen und dessen Daten separat (tischbezogen 1 Gast) erfasst werden.

**Richtlinien für die Buffetdarbietung als Frühstücks-, Mittags- und Abendbuffets (fremde Gästegruppen)**

1. Im gesamten Buffetbereich gilt die Maskenpflicht für Gäste und Mitarbeiter.
2. Die Begehung am Buffet ist grundsätzlich als Einbahnstraßensystem einzurichten und geeignet zu kennzeichnen.
3. Mindestabstand von 1,50m zwischen den Gästen am Buffet. Bodenmarkierungen kennzeichnen die Einhaltung der geforderten 1,50m Abstand an den einzelnen Entnahmestellen.
4. Vor Nutzung des Buffets hat sich jeder Gast die Hände zu desinfizieren (z.B. durch Desinfektionsspender am Eingang zu Buffet).
5. Eine ausreichende Luftzirkulation ist sicherzustellen.
6. Generell sind Anlegebestecke zu benutzen und in regelmäßigen Abständen auszutauschen. Buffetentnahme mit eigenem Besteck ist auszuschließen.
7. Lebensmittel werden vorzugsweise in Einzelabpackungen zur Entnahme durch den Gast angeboten. Kein Abschneiden von Brot durch Gäste.
8. Die Buffetnachbestückung erfolgt durch die Küchenmitarbeiter mit Abstand, Handschuhen und Maske.

© 2020 Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern e. V.



## Sicherer Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern

### SARS-CoV-2: Notfallplan für Unterkunftsanbieter bei Auftreten akuter Atemwegssymptomatik (Verdacht auf COVID-19) bei Gästen

**Stand 26.05.2021**

Vor der **Anreise** erfolgt die Information an die Gäste, dass ein Test vor Anreise erforderlich ist und das negative Testergebnis bei Anreise vorzulegen ist. Die Kontaktdaten der Gäste werden bei der Reservierung erfasst.

Der Unterkunftsanbieter listet die Kontaktdaten zu nächsten Testmöglichkeiten für PoC und PCR Tests, zum zuständigen Gesundheitsamt, zur nächsten Hausarztpraxis sowie zum nächsten Krankenhaus unter WICHTIGE TELEFONNUMMERN auf.

**INFEKTIONSNOTFALLPLAN**

Bei Auftreten **akuter Krankheits Symptome**, insbesondere Fieber, Atembeschwerden, allgemeine Abgeschlagenheit/Müdigkeit, Husten, Kopf- und Gliederschmerzen, Schnupfen, Halsschmerzen, Verlust des Geruchs-/Geschmacksinns **oder** bei einem **positiven Schnell- oder Selbsttest** ist wie folgt zu verfahren:

1. Isolierung bis zur Durchführung eines PCR Tests
2. Ärztlichen Bereitschaftsdienst 116 117, Hausarzt oder Arzt vor Ort kontaktieren für die Durchführung eines PCR Tests
3. (Telefonische) Information des verantwortlichen Ansprechpartners der Unterkunft
4. Durchführung eines PCR-Tests
5. Isolierung bis das PCR-Testergebnis vorliegt
  - a. Zimmer/Unterkunft nicht verlassen (gilt auch für Mitbewohner im gleichen Zimmer/Unterkunft) außer ggf. für die Durchführung des PCR-Tests
  - b. Kontakt zu Mitbewohnern soweit als möglich vermeiden
  - c. Tragen einer medizinischen Mund-Nasen-Bedeckung, idealerweise FFP2-Maske
6. Bei schneller Verschlechterung des Gesundheitszustandes Information des ärztlichen Bereitschaftsdienstes über **116 117** oder Rettungsdienst 112
7. Bei positivem PCR-Testergebnis: Meldung an das Gesundheitsamt, Einhaltung der Quarantänebestimmungen, ggf. vorzeitige Abreise



Neuigkeiten Newsletter

## Corona-Update: Partner-Informationen (Stand: 28.6.2021)

Damit Sie in dieser turbulenten Zeit nicht den Überblick verlieren, möchten wir Ihnen nachfolgend die wichtigsten Informationsquellen rund um die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Tourismusbranche zur Verfügung stellen. Dieser Bereich wird fortlaufend aktualisiert.

Partner-Informationen:  
Aktuelle Entwicklungen zu

COVID-19

Informationen des Bundes und der Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern

↳ Bund-Länder-Beschluss zur Bekämpfung der Corona-Pandemie vom 22.3.2020 (Hinweis: Die unter Punkt 4 genannte „Ruhezeit zu Ostern“ wurde rückgängig gemacht)

Mehr Sicherheit  
im Urlaubsland  
MV-gegen-Corona.de



# Kompetenz FLEXIBILISIERUNG: die schrittweise Anpassung

Schub für Digitalisierung und Home Office, Messen & Print auf dem Prüfstand

Was machen Sie  
nicht mehr

...

auch künftig,  
aber anders

...

neu?

Messe

Print

Digitalisierung

Marketing

Online-Shop

digitale

Online  
& Social  
Media

Kommunikation  
(intern & extern)

flexible Arbeits-  
modelle

Büro-  
Präsenzpflicht

digitales &  
mobiles  
Arbeiten  
Home  
Office

Veranstaltungs-  
konzepte

Quelle: dwif 2021, DMO-Befragung Februar 2021

## Flexible Arbeitsmodelle: zunehmend Erfahrungen & Ausstattung rund ums Homeoffice



Bild: freepik

# Kompetenz WANDEL: Die Krise als Anstoß für umfassenden Change?



**53%**  
sagen Ja



Dynamische Resilienz bedeutet die  
Suche nach immer neuen, temporären  
Gleichgewichten.

Erfolgsfaktor 1

**Menschen & Beziehungen**

**stärken**

**innen**

Führungskräfte

Team

**außen**

Netzwerke

Partner

## Die sieben Resilienzfaktoren



Akzeptanz  
der aktuellen  
Situation



Opferrolle  
verlassen



Verantwortung  
übernehmen



Optimismus



Lösungs-  
orientierung



Netzwerke  
organisieren



Zukunfts-  
planung  
step by step

# Führungskräfte & Team stärken

Veränderungen in den  
DMO für resiliente  
Menschen &  
Organisationen



Resilienzunterstützung für Geschäftsführende  
& Mitarbeitende



Starke Führungsteams statt einsame  
Alleinverantwortlichkeit



Schub für die Organisationsentwicklung



Finanzgruppe  
Ostdeutscher Sparkassenverband



Quelle: dwif 2021; Bild: Julien Eichinger/Polonia

**94%**

sahen eine **hilfreiche Unterstützung** in ihren Netzwerken bei der Krisenbewältigung.

**38%**

haben in Krisenzeiten **neue Netzwerke** geknüpft.

**Hohe Bedeutung von Netzwerken für die DMO in der Krise**

**und zwar (Mehrfachnennungen möglich):**

aus dem Tourismus **38%**

aus anderen Bereichen **6%**

Quelle: dwif 2021, DMO-Befragung MV Februar 2021, Bild: freepik

Erfolgsfaktor 2  
**Auf künftige  
Herausforderungen vorbereiten**



Verlässliche Rahmenbedingungen

Kernkompetenzen  
dynamischer Resilienz

Stabili-  
sierung

Flexibili-  
sierung

Change

Erfolgsfaktor 1

Menschen und Beziehungen  
stärken

innen

Führungskräfte  
Team

außen

Netzwerke  
Partner

Erfolgsfaktor 2

Auf künftige  
Herausforderungen vorbereiten

Krisenprävention

akute

Krisenbewältigung

Krisenreview

Verlässliche  
Rahmen-  
bedingungen  
für Langfrist- &  
Spätfolgen  
- soweit derzeit absehbar -



Touristischer  
Arbeitsmarkt



Flexibilisierung  
Förderlandschaft



Finanzierungssystem  
freiwillige Aufgabe  
Tourismus

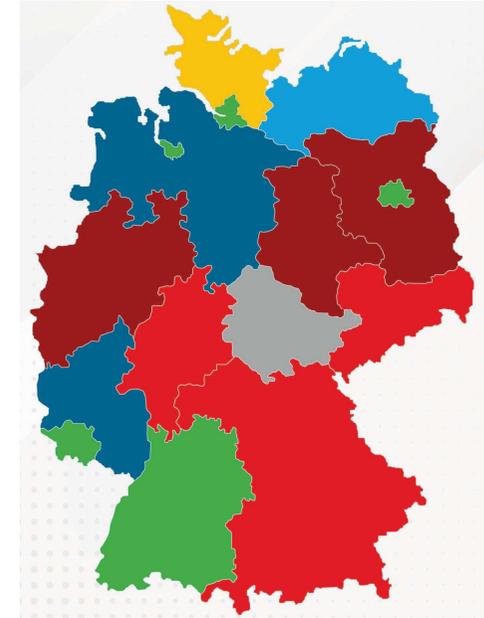
# Einheitlich uneinheitlich

## Verordnungen im Überblick



Finanzgruppe  
Ostdeutscher Sparkassenverband

- 1 Außengastronomie ohne Beschränkungen, Innengastronomie 3G-Regel unabhängig vom Inzidenzwert angekündigt, Hotellerie 3G-Regel unabhängig vom Inzidenzwert
- 2 Außengastronomie ohne Beschränkungen, Innengastronomie 3G-Regel abhängig vom Inzidenzwert, Hotellerie 3G-Regel unabhängig vom Inzidenzwert
- 3 Außengastronomie ohne Beschränkungen, Innengastronomie und Hotellerie 3G-Regel unabhängig vom Inzidenzwert
- 4 Außengastronomie ohne Beschränkungen, Innengastronomie und Hotellerie 3G-Regel u.a. abhängig vom Inzidenzwert angekündigt
- 5 Außengastronomie ohne Beschränkungen, Innengastronomie und Hotellerie 3G-Regel abhängig vom Inzidenzwert
- 6 Außen- und Innengastronomie sowie Hotellerie 3G-Regel abhängig vom Inzidenzwert
- 7 Außengastronomie ohne Beschränkungen, Innengastronomie und Hotellerie 3G abhängig vom Inzidenzwert angekündigt



Quelle: ETLADHOGA, Stand 20.8.2021

**dwif**  
consulting

„Unsere Branche hat wieder eine Perspektive! Sie muss ihre Hausaufgaben anpacken, aber braucht auch in Zukunft Unterstützung.“



# Bericht aus der Praxis

Lutz Lange  
Alte Ölmühle Wittenberge



Gute Ideen sind  
gefragt!

Marketing Award  
Leuchttürme der  
Tourismuswirtschaft  
2022



»SUNSPOT Award Usedom«

 Finanzgruppe  
Ostdeutscher Sparkassenverband

 Vier Länder -  
ein Verband

Marketing Award 2021

Usedom  
Tourismus GmbH  
Filmemacher  
mit  
Deutschland



»SUNSPOT Award Usedom«

 Finanzgruppe  
Ostdeutscher Sparkassenverband

 Vier Länder -  
ein Verband

Marketing Award 2021

Usedom  
Tourismus GmbH  
Filmmacher  
mit  
Deutschland



Gute Ideen sind  
gefragt!

Marketing Award  
Leuchttürme der  
Tourismuswirtschaft  
2022

Der aktuelle Jahresbericht ist unter  
[www.tourismusbarometer.de](http://www.tourismusbarometer.de) erhältlich.

