



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

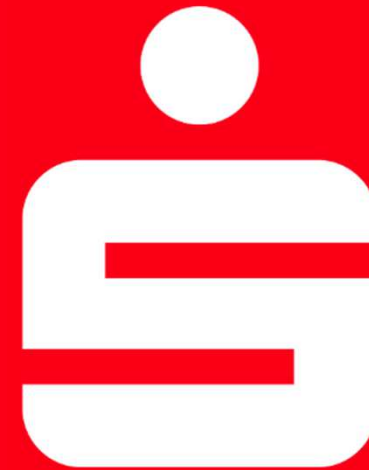
Länderveranstaltung
Mecklenburg-Vorpommern
Bollewick, 26. August 2021

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.**

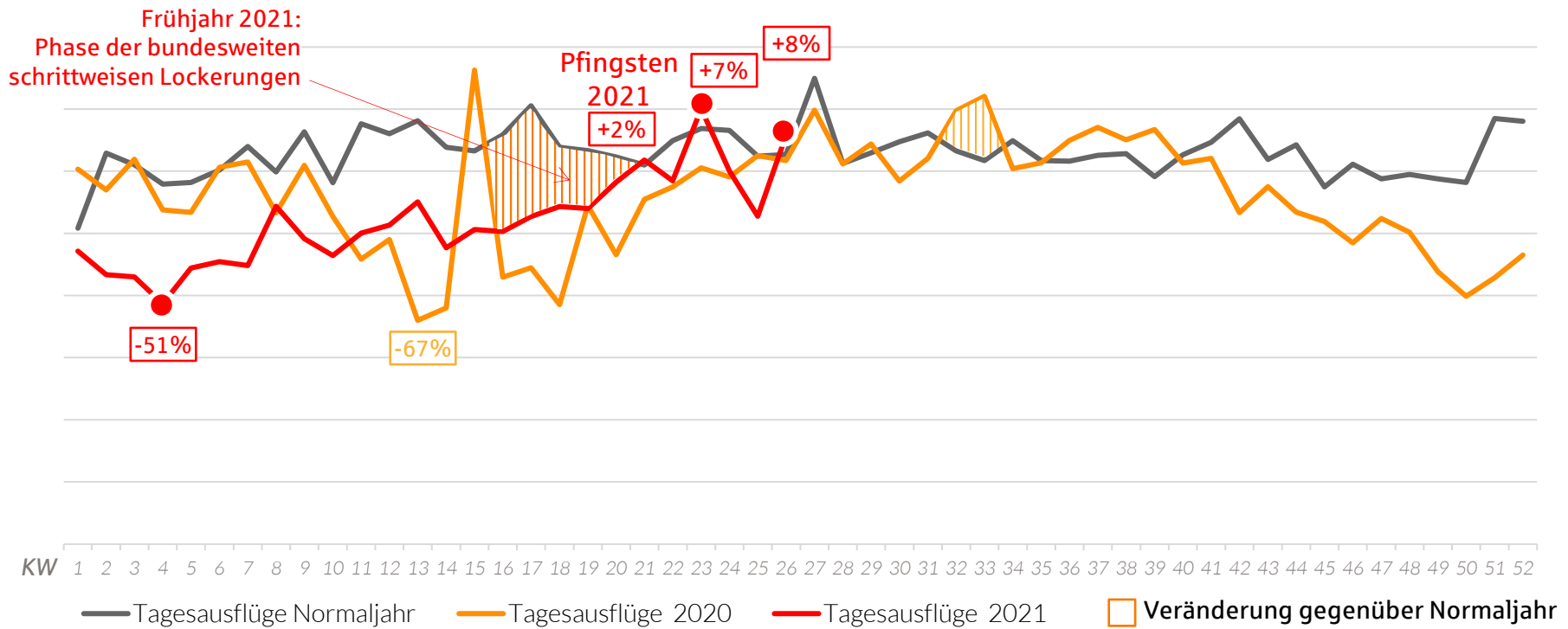
Tagesreisen in
Ost-D 2020

-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 %)

MV	Ost-D
-39,2	-46,1

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



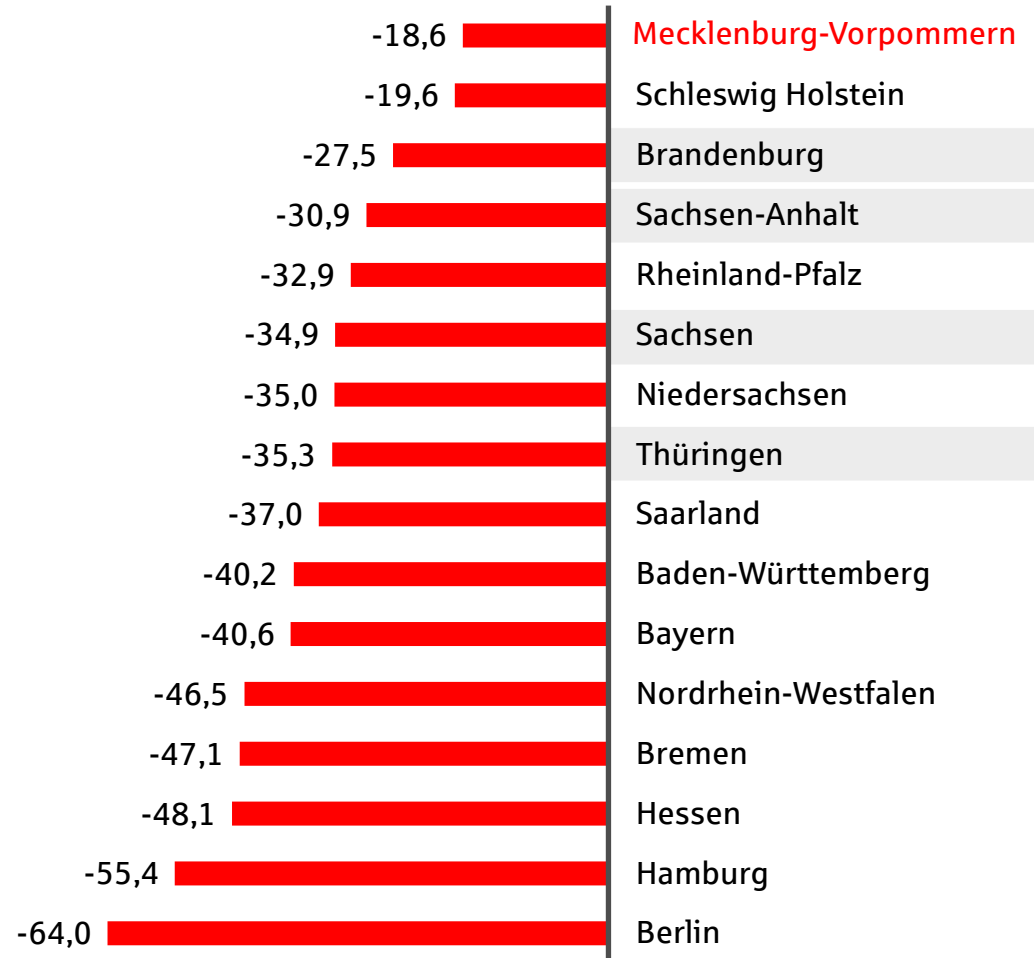
2020: Ende der anhaltenden Phase des Wachstums

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

Ost-D -27,0%

D -39,0%

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



Quelle: dwif 2021, Daten: Statistisches Bundesamt



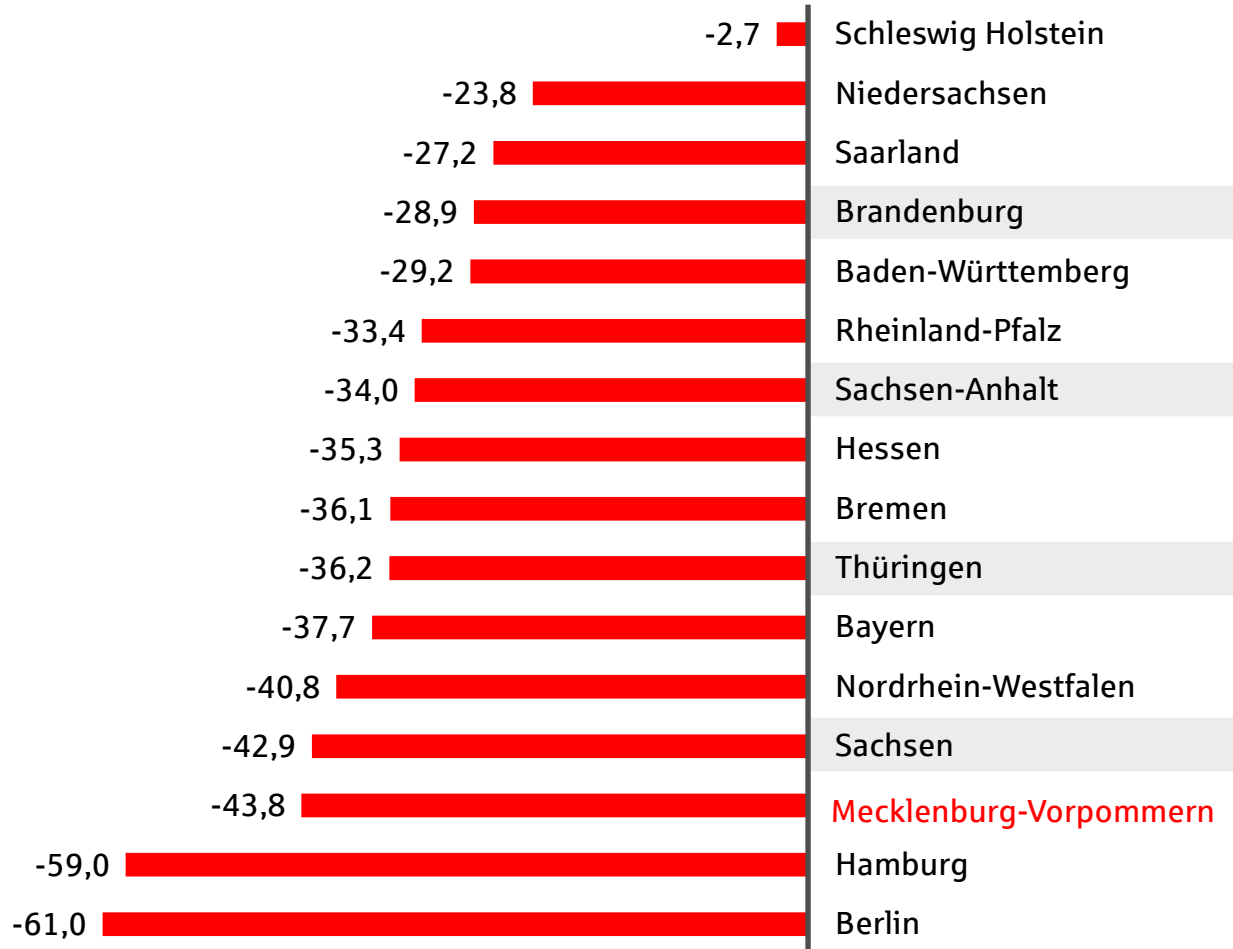
2021: unterschiedliche Öffnungsperspektiven nach dem Lockdown

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

Ost-D -39,2%

D -34,8%

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

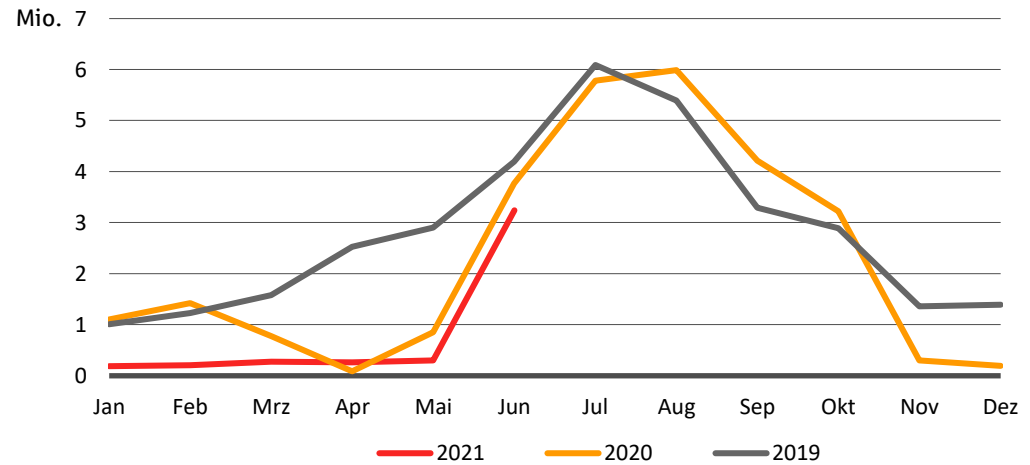


Quelle: dwif 2021, Daten: Statistisches Bundesamt



Ab Juni 2021: Übernachtungs- tourismus in MV wieder möglich

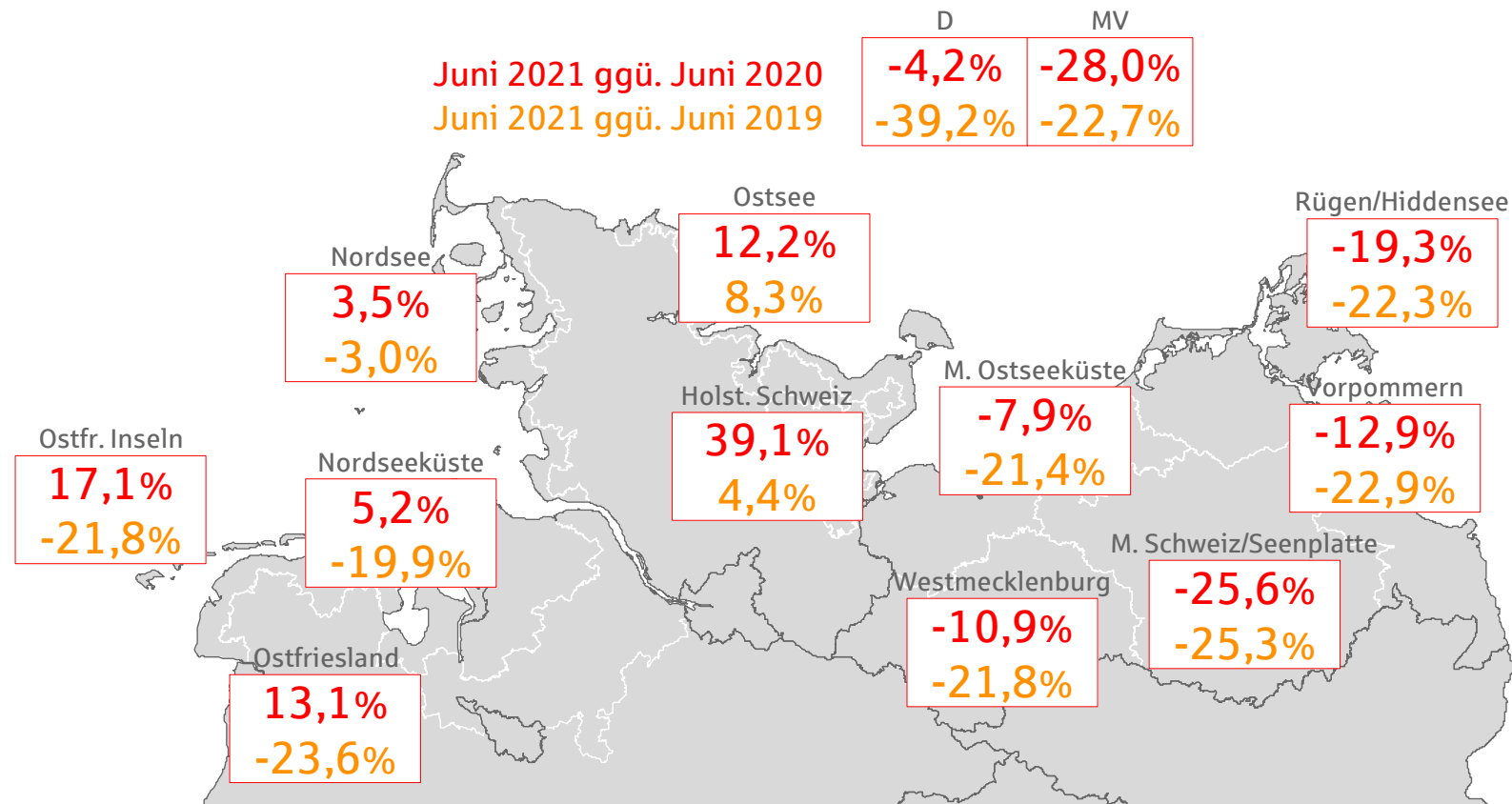
Gewerbliche
Übernachtungen (in Mio.)



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?

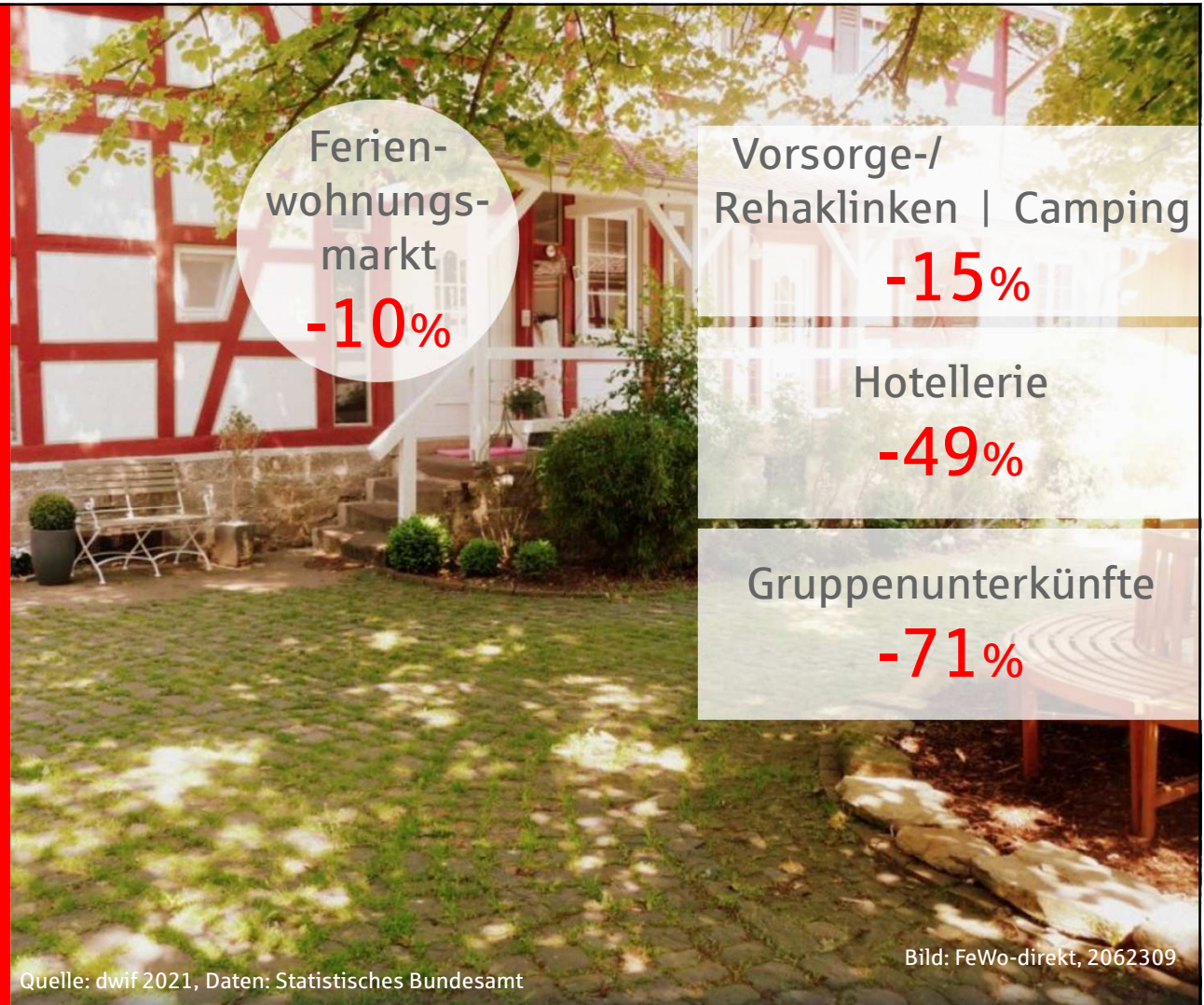
Gewerbliche
Übernachtungen
Deutschland

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)

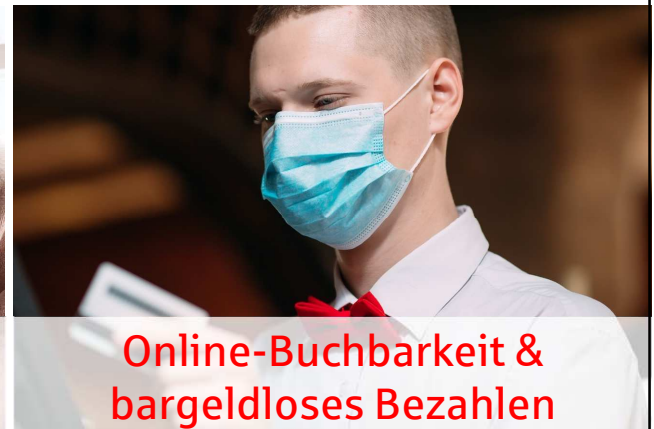
Ostsee belegt
Platz 1
der meistgesuchten
Reiseziele 2021



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

Planungsunsicherheit

Schließtage

Einschränkungen

Liquiditätssicherung

Insolvenzgefahr

Liquiditätsreserven

Fachkräftebindung

Mitarbeiterabwanderung

Arbeitskräftemangel

Qualitätssicherung

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 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

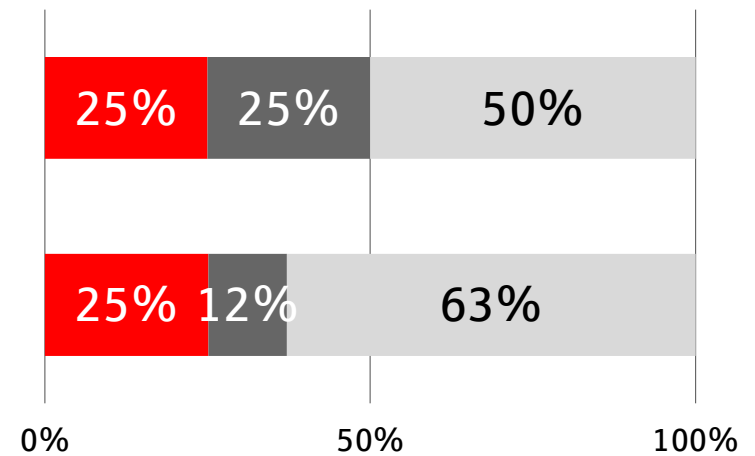


Auswirkungen der Krise auf den MV-Tourismus & die DMO

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



Neigkeiten 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

Online

digitale

& Social

Kommunikation Media
(intern & extern)

flexible Arbeits-
modelle

digitales &

mobiles

Büro-
Präsenzpflicht

Home
Office

Arbeiten

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



Geschäftsführung / Leitungsebene	63%	politische Entscheidungsträger	63%
Gästeanforderungen	63%	rechtliche Anforderungen	50%
Fachverbände	50%	technische Möglichkeiten	38%
Team	50%		

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/Poligna

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

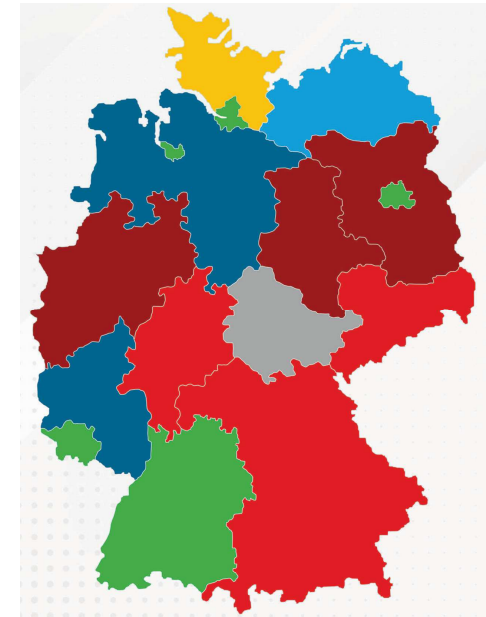


Finanzierungssystem
freiwillige Aufgabe
Tourismus

Einheitlich uneinheitlich

Verordnungen im Überblick

- 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



„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 erhältlich.

