



UPDATE Mai 2020

DWIF-CORONA-KOMPASS

Schlüsselkennziffern für den Tourismus
im Zeitraum März/April/Mai in „Normaljahren“



NACHFRAGE IM BEHERBERGUNGSGEWERBE

Marktanteil März/April/Mai an einem „Normaljahr“: 20 % bis 25 % | zunehmende Annäherung der Anteile mit dem Monat Mai | Stärke der Auswirkungen insbesondere abhängig vom Destinationstyp

Durchschnittliche gewerbliche Übernachtungen
in den Monaten März/April/Mai 2017 bis 2019 in Deutschland

114,1 ÜN-Volumen (Mio.)
23,9 Anteil ÜN am Gesamtjahr (%)
36-37 Auslastungsspanne (%)

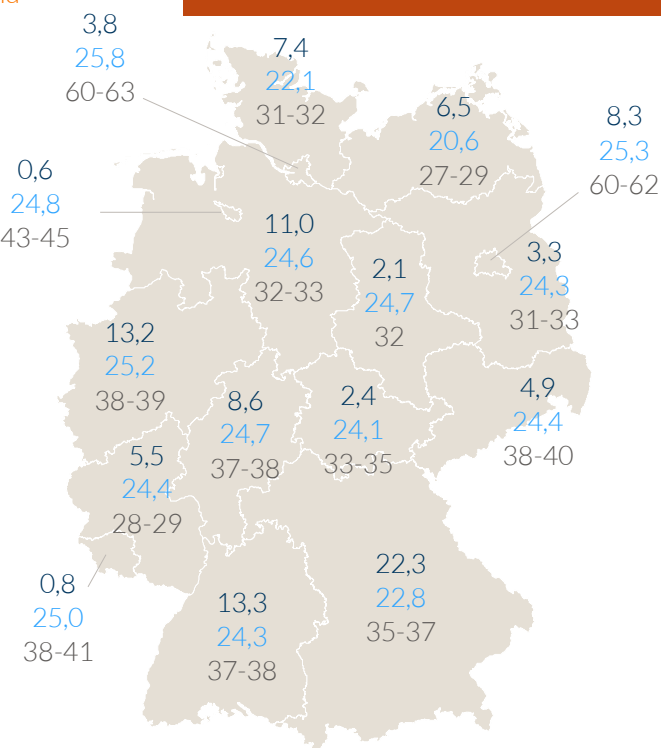
HERKUNFT

Inland 24,0  Ausland 23,3 

Anteil ÜN am Gesamtjahr (%)

DESTINATIONSTYPEN

Städte  25,0
Mittelgebirge  24,2
Küsten  21,9
Bergregionen  20,5



Quelle: dwif Mai 2020, Daten Destatis/Statistische Landesämter

EINSCHÄTZUNG DWIF ÜBERNACHTUNGSNACHFRAGE

- Umsatzausfälle für März/April/Mai 2020 in Höhe von bis zu 15 Mrd. € (vorläufige Schätzung dwif)
- auch Effekte im weiteren Saisonverlauf 2020
- Rahmenbedingungen der Bundesländer individuell sehr unterschiedlich
- stärkeres Kurzfristgeschäft als üblich
- Zielgruppensplitting: Zurückhaltung und Stornierungen (subjektives Unsicherheitsempfinden) vs. Drang „raus zu wollen“
- Zuspitzung in den Städten, weil vieles von dem, was den Aufenthalt in einer Stadt attraktiv macht, in der gewohnten Form nicht möglich ist
- derzeit nicht absehbar: stärkere langfristige Wirkung der Corona-Krise auf den Deutschland-Tourismus oder den Outgoing-Tourismus der Deutschen und in welche Richtung

WAS BEDEUTET DAS FÜR BETRIEBE & DESTINATIONEN?

- Chance auf Inlandsreiseboom (Sicherheitsbedürfnis; internat. Reisebeschränkungen)
- starkes Nachholbedürfnis/hoher Nachfragedruck
- nach Grenzöffnung auch Nachfrage aus den Nachbarländern mit erdgebundener Anreise
- ggf. negative Wirkungen von Kurzarbeit, Arbeitslosigkeit/Einkommensausfällen
- Belastung durch steigenden Individualverkehr
- bestimmte Unterkunftsformen im Vorteil (Ferienwohnungen/-häuser, Freizeitwohnsitze, Camping)

GASTGEWERBE IN DEUTSCHLAND

Umfangreiche Restriktionen führen zu einem echten Stresstest im Gastgewerbe | DEHOGA-Umfrage: 70 % des durchschnittlichen Vor-Corona-Umsatzes für erfolgreichen Wiedereinstieg notwendig | Re-Start aufgrund der Auflagen daher nicht für jeden Gastronomie- und Beherbergungsbetrieb wirtschaftlich sinnvoll | Senkung der MwSt. für Speisen in der Gastronomie und Anpassung des Kurzarbeitergeldes stellen wichtige Weichen – wirtschaftliche Lage bleibt aber weiterhin angespannt | Branche wird bis zur Aufhebung der Restriktionen weiteren Unterstützungsbedarf haben

EBIL-Bilanzdaten 2018 (Jahreswerte*) (Median)

	Eigenkapital (%)	Kostenaufwand		Investitions- quote (%)	Cashflow- Rate (%)	dynam. Verschuldungs- grad (Jahre)
		Personal (%)	Miete (%)			
Hotels	14,1	34,5	7,5	2,0	13,1	4,4
Hotels garnis	15,8	24,4	11,9	1,6	22,0	3,5
Gasthöfe	2,0	32,3	2,9	1,9	16,2	3,6
Pensionen	22,1	19,1	3,1	3,3	33,4	2,9
Restaurants mit Bedienung	3,9	33,7	6,8	1,3	15,1	2,1
Restaurants mit Selbstbedienung	5,6	32,0	12,0	1,4	6,5	3,5
Cafés	-6,1	36,7	7,5	1,3	13,9	2,0
Eissalons	1,4	30,0	8,7	2,0	24,3	1,3

Quelle: dwif Mai 2020, Daten EBIL-Kennzahlen Sparkassen (Basis: Sparkassen-Tourismusbarometer),

* Aus Gründen der Datenverfügbarkeit erfolgt eine Darstellung mittels Ganzjahresdaten

EINSCHÄTZUNG DWIF GASTGEWERBE

- Preissensibilität des Gastes vs. Anspruch von Sicherheit, Qualität und Verlässlichkeit
- Kostensteigerungen zur Einhaltung der verschärften Hygienestandards zu erwarten
- Personal wird zum Symbol der Achtung von Gesundheit (Schulungsmaßnahmen erforderlich)
- Gastronomieumsätze werden weiterhin deutlich geringer als normal (eingeschränkte Sitzplatzkapazitäten, Restriktionen, Konsumverhalten etc.)
- Verlagerung der F&B-Umsätze auf die Zimmer – Chance zur Wiederbelebung der Minibar, Roomservice, Take-away-Geschäft etc.

WAS BEDEUTET DAS FÜR BETRIEBE & DESTINATIONEN?

- Re-Start nicht überbewerten (vorsichtige Pickup-Szenarien, siehe auch Erfahrungen aus dem Einzelhandel)
- Steuervorteile weiterhin nutzen und ggfs. Vorauszahlungen aus 2019 zurückholen
- Wiedereröffnung planen und nur dann realisieren, wenn betriebswirtschaftlich sinnvoll
- Zusatzgeschäfte konservativ ansetzen
- Hygiene-Aufschlag miteinkalkulieren (und kommunizieren)
- Restaurant-Konzepte überdenken (Umstieg von Buffets auf Menüs, straffe Speisekarten etc.)

FREIZEITWIRTSCHAFT

Kultur- und Freizeiteinrichtungen seit Anfang Mai teilweise eröffnet |
Normalbetrieb weiterhin nicht in Sicht | Besucheranteil für März/April/Mai
an einem „Normaljahr“: 20 bis 29 % (abhängig vom Angebotstyp)







Durchschnittliche Besucherzahlen in der Freizeitwirtschaft in den Monaten März/April/Mai 2017 bis 2019 (Anteil am Gesamtjahr in %)	Zoos/Tierparks	29,0
	Ausflugsschiffe/Fähren	26,2
	Spielbanken	25,9
	Besucherführungen	25,8
	Landschaftsattraktionen	25,8
	Kirchen	25,6
	Museen/Ausstellungen	25,1
	Theater/Musicals	25,0
	Burgen/Schlösser	24,6
	Erlebnisbäder/Thermen	24,3
	Stadtführungen	24,1
	Freizeit-/Erlebniseinrichtungen	23,9
	Freilichtmuseen/Besucherbergwerke	23,3
	Naturinfozentren	23,2
	Spielscheunen	22,8
	Private Eisenbahnen	22,7
	Denkmäler/historische Bauwerke	22,3
	Bergbahnen	22,1
	Strandbesucher	19,7

BESUCHER-VOLUMEN

17,8 Mio. in >800 Einrichtungen
Anteil am Gesamtjahr 25,0 %

DESTINATIONSTYPEN

Besucheranteil der Freizeitwirtschaft
am Gesamtjahr (%)

Flach-/Hügelland		26,5
Städte		26,3
Flussregionen		24,8
Seenregionen		24,7
Mittelgebirge		23,7
Küsten		22,7

Quelle: dwif Mai 2020, Daten dwif-Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft 2020 (in teilnehmenden Bundesländern), u.a. Basis der Sparkassen-Tourismusbarometer

EINSCHÄTZUNG DWIF TAGESREISEN & FREIZEITWIRTSCHAFT

- Umsatzausfälle im Tagestourismus für März/April/Mai 2020 von bis zu 20 Mrd. € (nach vorläufigen Schätzungen des dwif)
- Bei Ausflügen und Besuch von Kultur- und Freizeiteinrichtungen schnellere Erholung als bei Übernachtungsreisen zu erwarten (bei gelockerten Restriktionen)
- verstärkte Nutzung von Freizeitangeboten im Wohnumfeld in der ersten Recovery-Phase
- bis zur vollständigen Normalisierung des Ausflugsverhaltens werden größere Distanzen erst nach und nach wieder in Kauf genommen
- Entwicklung des Mobilitätsverhaltens als entscheidender Faktor

WAS BEDEUTET DAS FÜR BETRIEBE & DESTINATIONEN?

- sehr schneller hoher Nachfragedruck auf öffentliche Bereiche, Gastronomie, Freizeiteinrichtungen nach Lockerung der Restriktionen (insb. Hotspots)
- Belastung durch steigenden Individualverkehr
- Verringerte Umsatzmöglichkeiten durch „Kapazitätseinschränkungen“

Weitere konkrete Zahlen zu den Auswirkungen der Corona-Krise und den Perspektiven werden wir kontinuierlich und exklusiv aus unserem „dwif-Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft“ und unserem „dwif-Tagesreisenmonitor“ veröffentlichen.



DWIF-EINSCHÄTZUNGEN
REGENERATIONSGESCHWINDIGKEIT

TAGESTOURISMUS (sehr) schnell
(abhängig von Motiv/Aktivität)

TAGESREISEN DER DEUTSCHSPRACHIGEN BEVÖLKERUNG

Tagestourismus als milliardenschweres Standbein im
Deutschlandtourismus | Wichtig für eine kontinuierliche Auslastung vieler
Einrichtungen und Anbieter | „Normaljahr“: mehr als jeder 4. Tagesausflug
im Zeitraum März/April/Mai | In diesen Monaten starker Rückgang bei
Tagesausflügen und Tagesausgaben | Vorläufige Schätzung dwif:
Umsatzausfall März/April/Mai 2020: bis zu 20 Mrd. Euro

Inzwischen liegen uns aktuelle Zahlen zum Tagesreiseverhalten der
Deutschen für den März 2020 vor und damit auch für die erste Phase
der deutschlandweit verhängten Ausgangsbeschränkungen.

„Inwiefern hat die Ausbreitung der Coronavirus-Infektion Ihr
Tagesreiseverhalten in der vergangenen Woche verändert/verlagert?“

(Mehrfachnennungen möglich, in %)

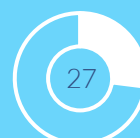
Ausflüge, ohne (größere) Menschenansammlungen	67
Benutzung des privaten Auto/PKW/ Motorrad, um die Ansteckungsgefahr zu minimieren	28
Ausflüge nur in Regionen mit niedrigen Corona- Infektionszahlen	17
Sonstiges	12

ZENTRALE KENNZAHLEN

Ø Monate März/April/Mai 2017-2019

Zahl der
Tagesausflüge

Marktanteil am
Gesamtjahr (%)



Ø Ausgaben
pro Tagesausflug



Quelle: dwif Mai 2020, Daten dwif-Tagesreisenmonitor 2020

IHRE ANSPRECHPARTNER

DR. MATHIAS FEIGE

Geschäftsführer

m.feige@dwif.de

Tel.: +49(0)30 / 757 94 9-0



LARS BENGSCH

Geschäftsführer

l.bensch@dwif.de

Tel.: +49(0)89 / 289 23 78-0