dwif FAKTEN-KOMPASS

Schlüsselkennziffern für den Tourismus

Marktentwicklungen im Winter 2022/2023 und Ausblick auf die Saison 2023

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2023 dwif (Bild: freepik)

dwif-FAKTEN-KOMPASS

Schlüsselkennziffern für den Tourismus

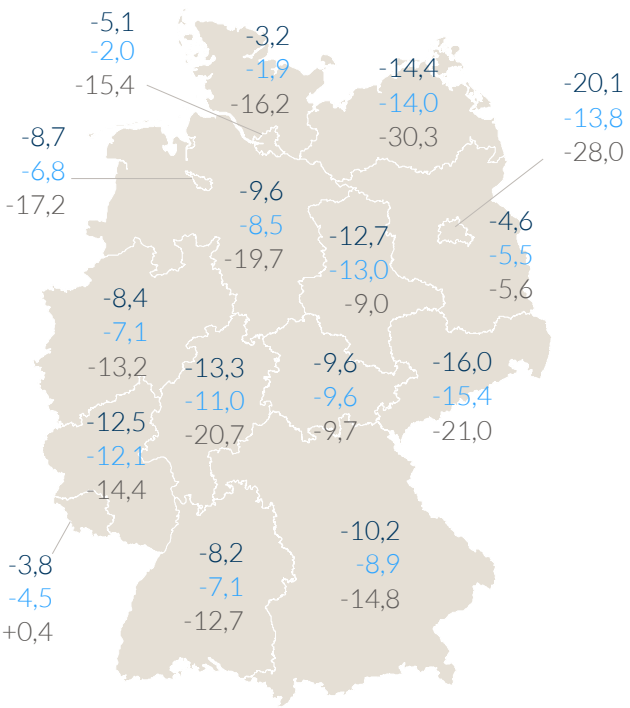
NACHFRAGE IM BEHERBERGUNGSGEWERBE

Winterbilanz 2022/2023: 107,5 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Betrieben; rund 12,8 Mio. weniger als im Winter 2019/20 | Bundesländer mit großer Spanne bei der Übernachtungsentwicklung zwischen -3 und -20 Prozent | Autarke Unterkunftsformen im Winter 2022/23 wieder über „Normalniveau“ | Flach- und Hügelland im Winter gefragt, Bergregionen und Städte noch deutlich zurück

Gewerbliche Übernachtungen

Deutschland -10,6 Betriebe insgesamt
-9,0 Inland
-17,5 Ausland

Winter 2022/23 ggü. Winter 2019/20 (in %)



*Quelle: dwif Mai 2023, Daten Destatis/Statistische Landesämter *ohne Thüringen*

ÜN Winter 2022/23 ggü. Winter 2019/20 (in %) in Deutschland

BETRIEBSTYPEN

Camping	+8,8
Ferienwohnungsmarkt	+3,9
Vorsorge-/Reha-Kliniken	-9,2
Hotellerie	-12,4
Gruppenunterkünfte	-16,0

DESTINATIONSTYPEN

Flach- & Hügelland*	-6,6
Küsten	-8,5
Seenregionen	-9,7
Flussregionen*	-10,2
Mittelgebirge*	-10,3
Städte	-11,0
Bergregionen*	-11,9

EINSCHÄTZUNG DWIF

ÜBERNACHTUNGSNACHFRAGE

- Zwischen November 2022 und Februar 2023 entwickelte sich der Deutschland-Tourismus etwas schwächer als im Gesamtjahr 2022.
- Trend der letzten Jahre bei den Betriebstypen setzt sich fort.
- Die Auswirkungen der Corona-Pandemie spielen weitgehend keine Rolle mehr, vielmehr prägten klimatisch-/wetterbedingte Einflüsse und Preisentwicklungen den Winter 2022/2023.
- Wintersporttourismus wird zunehmend zum Luxusgut (Preise und verfügbare Einkommen) und immer weniger planbar (klimatische Einflüsse).

WAS BEDEUTET DAS FÜR BETRIEBE & DESTINATIONEN?

- Polarisierung und Spannungsfelder im Markt sind sichtbar zwischen mehr Reisen und Konsumeinschränkungen, genauso wie früher buchen und die Verfügbarkeiten sichern oder kurzfristig planen.
- Nachhaltigkeitsaspekte, Klimaschutz durch Tourismus und Maßnahmen zur Klimaanpassung nehmen an Bedeutung und Wucht zu. Die klimatischen Rahmenbedingungen sind immer häufiger z.B. über Extremwetterereignisse spürbar. Der Tourismus ist gefordert, angebots- wie nachfrageseitig seinen Beitrag zu leisten, nicht zuletzt, um seine Existenzgrundlage zu sichern.

dwif-FAKTEN-KOMPASS

Schlüsselkennziffern für den Tourismus

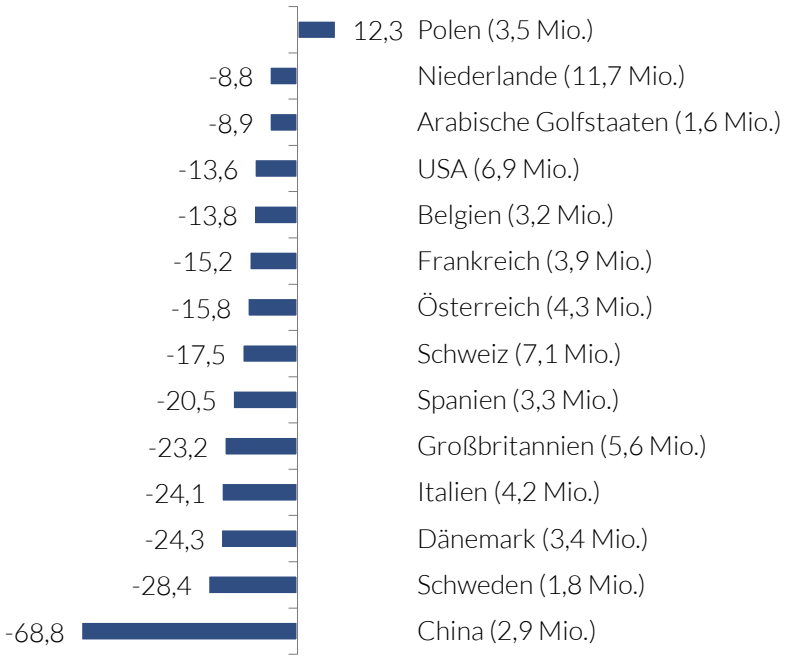
INCOMING-TOURISMUS

Winterbilanz 2022/23: rund 19,2 Mio. gewerbliche Übernachtungen aus dem Ausland, darunter rund 12,9 Mio. Übernachtungen aus den Top-14 Herkunftsländern Deutschlands | fast 4,1 Mio. Übernachtungen weniger als im Winter 2019/20 | Incoming weiter mit langsamer Recovery, China bis Februar 2023 noch mit pandemischen Reisebeschränkungen

Gewerbliche Übernachtungen nach Herkunftsmärkten

Ausland D gesamt	-17,5
Top-14-Herkunftsmärkte	-17,1

Winter 2022/23 ggü. Winter 2019/20 (in %)



ÜN Winter 2022/23 ggü. Winter 2019/20 (in %) in Deutschland

KONTINENTE

Afrika	-13,5
Europa	-15,0
Amerika	-15,1
Australien/Ozeanien	-24,2
Asien	-34,4

Quelle: dwif Mai 2023, Daten Destatis (in Klammern: Übernachtungen Jahr 2019)

EINSCHÄTZUNG DWIF

ÜBERNACHTUNGSNACHFRAGE – AUSLAND

- Winter 2022/2023: Auslandsnachfrage in Deutschland erstmals wieder auf über 80 Prozent des Vor-Corona-Niveaus
- Nahmärkte in Europa sowie die USA und die Arabischen Golfstaaten holen auf, parallel zur schrittweisen Recovery in der MICE-Branche und der Normalisierung der internationalen Erreichbarkeit.
- Gestiegene Preise und sinkende verfügbare Einkommen aber auch internationale ein Thema.

WAS BEDEUTET DAS FÜR BETRIEBE & DESTINATIONEN?

- Volatilität bleibt auch 2023 bestehen, abhängig von der weiteren Kosten- und Preisentwicklung.
- Intensiver internationaler Wettbewerb der Destinationen: Qualität, Preis-Leistungsverhältnis und klare Marketingbotschaften als wichtige Anforderungen
- Rahmenbedingungen weiterhin beobachten, Kooperationsmaßnahmen bei Relevanz auch außerhalb von Europa wieder hochfahren

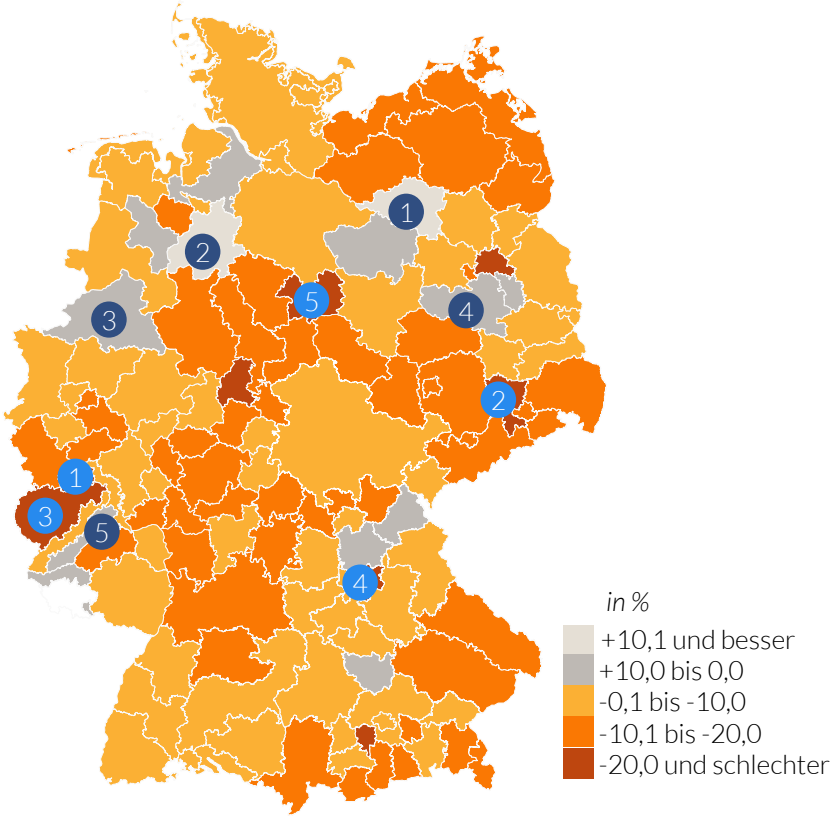
dwif

NACHFRAGE IM BEHERBERGUNGSGEWERBE – REGIONEN

Winterbilanz 2022/23 : Fehlende Schneedecke setzt klassische Winterdestinationen unter Druck | heterogene Entwicklung mit einer Spanne zwischen +22 Prozent (Prignitz) und -61 Prozent (Ahr, Sondereffekt Flutereignis) | insgesamt 12 deutsche Destinationen mit Nachfragezuwächsen ggü. Vergleichsmonate im Winter 2019/20

Gewerbliche Übernachtungen

Winter 2022/23 ggü.
Winter 2019/20 (in %)



ÜN ÜN Winter 2022/23 ggü.
Winter 2019/20 *(in %)*

STÄRKSTE ZUWÄCHSE

1. Prignitz (+22,4)
2. Mittelweser (+18,5)
3. Münsterland (+5,9)
4. Fläming (+5,5)
5. Hunsrück (+4,2)

GRÖSSTE VERLUSTE

1. Ahr (-60,7)
2. Sächsisches Elbland (-32,6)
3. Eifel (-27,5)
4. Nürnberger Land (-22,6)
5. Braunschweiger Land (-22,4)

Quelle: dwif 2023, Daten: Statistisches Bundesamt, für Thüringen keine Daten auf Ebene der Reisegebiete, Kartengrundlage: GfK

EINSCHÄTZUNG DWIF

ÜBERNACHTUNGSNACHFRAGE – REGIONEN

- Starke Entwicklung von Destinationen „mittendrin" im Flach- und Hügelland im Winter 2022/2023 deutet auf preissensible und räumliche Nähe bei der Wahl der Kurzreiseziele hin.
- Deutsche Alpenregionen im Winter 2022/2023 mit deutlich besseren Zahlen als in den beiden Corona-Wintern 2020/2021 und 2021/2022, aber noch unter dem Vor-Corona-Niveau.
- Für die Haupturlaubsreisen 2023 stehen die Zeichen trotz der volatilen Rahmenbedingungen gut. Gespart, in jedem Fall aber kurzfristiger gebucht wird bei den Kurzreisen.

WAS BEDEUTET DAS FÜR BETRIEBE & DESTINATIONEN?

- Kurzfristige Marketing- und Vertriebsmaßnahmen nehmen aufgrund Buchungsstrukturen an Bedeutung zu.
- Attraktive Kombi-/Bausteinangebote insbesondere für Kurzreisen schaffen, die zu einem guten Umsatz und soliden Margen führen und den Gästen Budgetsicherheit geben.
- Destinationen mit starkem Schwerpunkt im Wintersporttourismus sollten ihr Angebot weiter diversifizieren und die Entwicklungen in ihren Kernzielgruppen genau beobachten

dwif-FAKTEN-KOMPASS

Schlüsselkennziffern für den Tourismus

GASTGEWERBE IN DEUTSCHLAND

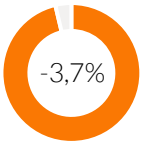
Höhere Preise insbesondere in den Urlaubsregionen | Stadthotellerie erholt sich zunehmend | Preissteigerungen und Konsumzurückhaltung drücken die Auslastung | Auftragsbücher der MICE-Betriebe und der Kultur- und Eventbranche wieder voller | Trotz vieler Rückkehrer*innen und Neueinsteiger*innen fehlt es weiterhin an Personal | Preisanpassungen waren wichtig und richtig, aber nicht überall war das Preis-Leistungs-Verhältnis ausgewogen | Weniger Insolvenzen und Gewerbeabmeldungen im Gastgewerbe: weiterhin keine Anzeichen für Marktbereinigung

Hotellerie in Deutschland

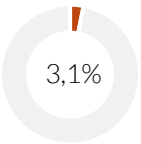
	November bis Februar '19/'20	*November bis Februar '22/'23*	*Veränderung*
AUSLASTUNG	62,9%	54,8%	-12,8%
PREIS	73,2 € - 106,0 €	97,3 € - 109,7 €	+13,0%
REVPAR	46,6 € - 79,9 €	45,4 € - 70,0 €	-3,7%

Quelle: dwif April 2023, Daten STR Global

Arbeitsmarkt im Gastgewerbe



weniger sozialversicherungs-pflichtig Beschäftigte im deutschen Gastgewerbe als im Winter 2019/20



beträgt der Anteil sozial-versicherungspflichtig Beschäftigter im Gast-gewerbe an allen Beschäftigten *(Winter 2019/20: 3,3 %)*

Quelle: dwif Mai 2023, Daten Bundesagentur für Arbeit 2023

EINSCHÄTZUNG DWIF

GASTGEWERBE

- Viele Beschäftigte sind in das Gastgewerbe zurückgekehrt, trotzdem ist der Personalmangel weiterhin eine dringliche Herausforderung für die Branche.
- Das MICE-Segment hat sich weitestgehend erholt und die Formate angepasst; alle wichtigen Kongresse und Messen finden wieder statt.
- Für 2023 sind vorerst keine weiteren großen Preissprünge zu erwarten, die auf Inflation und oder kriegs- oder pandemiebedingte Einschränkungen zurückzuführen wären.
- Aus der aktuellen Datenlage ist kein „massives Unternehmenssterben“ im Gastgewerbe abzuleiten; im Gegensatz zu den beiden Vorjahren ist eine deutlich höhere Dynamik zu verzeichnen.

WAS BEDEUTET DAS FÜR DIE BETRIEBE

- Preis- und Qualitätsentwicklung müssen kurzfristig wieder in eine Balance gebracht und den Gästen aktiv vermittelt werden.
- Die Zahl der Köpfe der Beschäftigten ist nur bedingt aussagekräftig. Durch die Kombination von Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigung scheint es nicht nur an Personen zu mangeln, sondern vor allem an verfügbaren Arbeitsstunden. Betriebe und weitere Stakeholder im Tourismus sollten prüfen, durch welche Maßnahmen man gemeinsam mit den Beschäftigten eine Erhöhung der Arbeitszeiten realisieren kann.
- Zusätzlich und weiterhin prüfen, welche Prozesse automatisiert werden können, um den Personalmangel zu kompensieren.

dwif

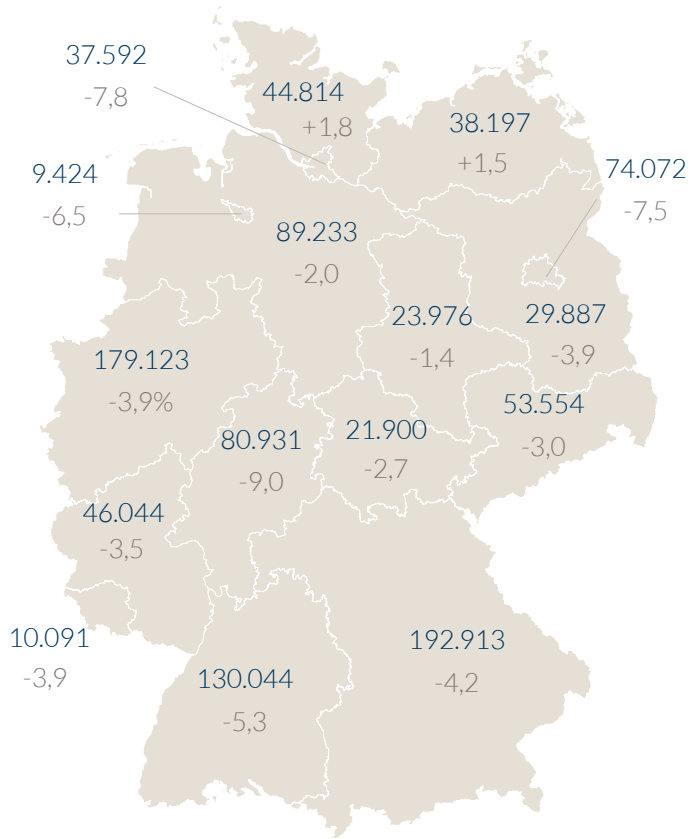
dwif-FAKTEN-KOMPASS

Schlüsselkennziffern für den Tourismus

GASTGEWERBE IN DEUTSCHLAND

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Gastgewerbe 2022

Stichmonat Juni; Veränderung ggü. 2019 (in %)



Quelle: dwif Mai 2023, Daten Bundesagentur für Arbeit 2023

Risiken für die Unternehmensentwicklung im deutschen Gastgewerbe 2022 und 2023

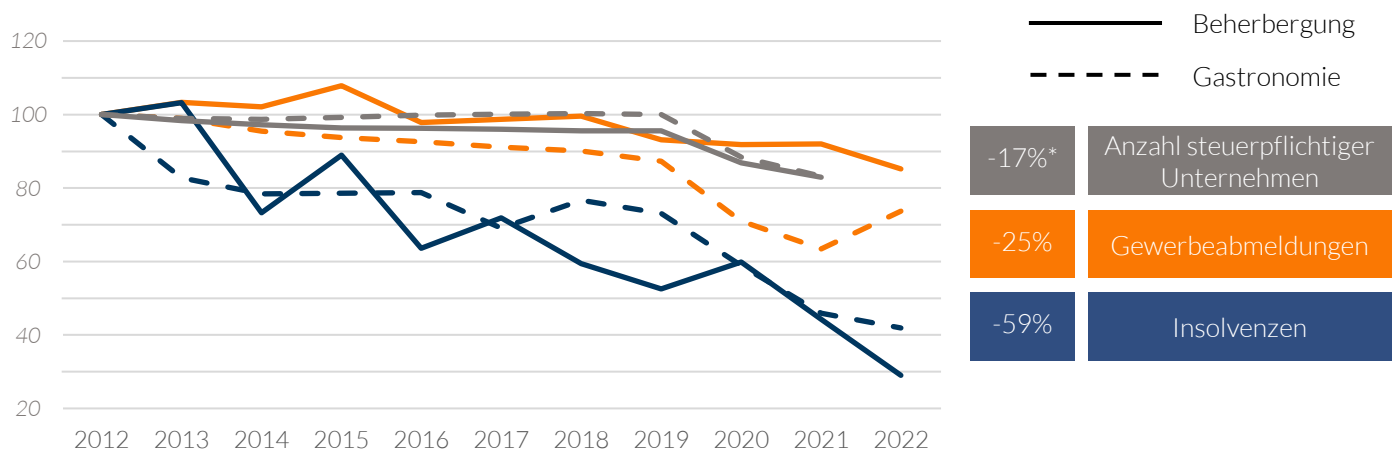
Fragestellung: "Wo sehen Sie die größten Risiken bei der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens in den kommenden 12 Monaten?" (Mehrfachantworten möglich, nur Antworten aus dem Gastgewerbe)

	Jahresbeginn 2023	*Herbst 2022*
ENERGIE-/ROHSTOFFPREISE	87 %	94 %
FACHKRÄFTEMANGEL	66 %	63 %
ARBEITSKOSTEN	64 %	63 %
WIRTSCHAFTSPOLITISCHE RAHMENBEDINGUNGEN	37 %	46 %
INLANDSNACHFRAGE	32 %	37 %
AUSLANDSNACHFRAGE	14 %	13 %
FINANZIERUNG	12 %	9 %
WECHSELKURS	1 %	2 %

Quelle: dwif, Daten DIHK Konjunkturumfrage 2023 und 2022

Entwicklung von Gewerbeabmeldungen, Insolvenzen und steuerpflichtigen Unternehmen im Gastgewerbe 2012 – 2022

Index: 2012 = 100



Quelle: dwif Mai 2022, Daten Statistisches Bundesamt

** Entwicklung bis 2021. Die Umsatzsteuerstatistik weist aufgrund methodischer Änderungen zu hohe Rückgänge aus. Seit 2020 werden Unternehmen erst mit jährlichen Lieferungen und Leistungen von über 22.000 Euro erfasst (2019 ab 17.500 Euro). Unter diese Änderung fallen auf Grund der langen, umsatzfreien Schließzeiten und der nicht steuerbaren staatlichen Zuschüsse überproportional viele Kleinstbetriebe im Gastgewebe.*

dwif

dwif-FAKTEN-KOMPASS

Schlüsselkennziffern für den Tourismus

FREIZEITWIRTSCHAFT

Besucher*innenvolumen in der Freizeitwirtschaft November 2022 bis Februar 2023 rund 15 Prozent unter dem Niveau des Vergleichszeitraumes 2019/2020 | keine coronabedingten Reglementierungen mehr, aber starke Grippewelle im Dezember 2022 | Outdoor-Einrichtungen nach wie vor am erfolgreichsten | 2023 starker Preisanstieg in der Freizeitwirtschaft u. a. aufgrund gestiegener Energiekosten, besonders betroffen: Erlebnisbäder/Thermen

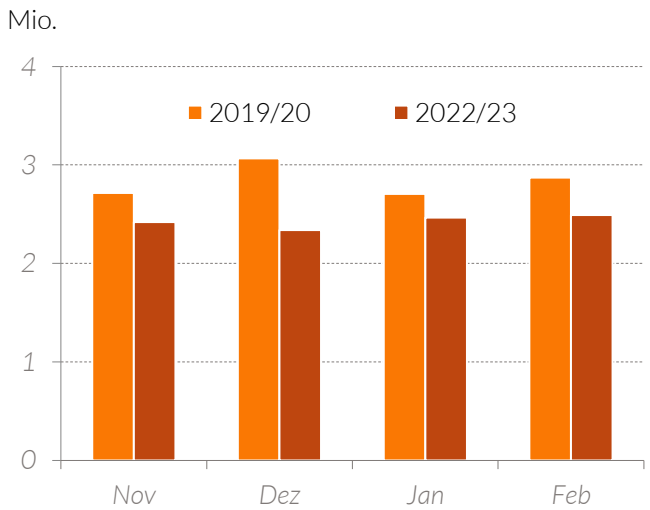
Besucherzahlen in der Freizeitwirtschaft

Winter 2022/23 ggü. 2019/20 (in %)

Zoos/Tierparks	+5,2
Freilichtmuseen/Besucherbergwerke	+0,2
Landschaftsattraktionen	-6,0
Freizeit-/Erlebniseinrichtungen	-8,0
Burgen/Schlösser	-11,6
Museen/Ausstellungen	-11,7
Erlebnisbäder/Thermen	-19,1
Bergbahnen	-19,7
Naturinfozentren	-25,6
Private Eisenbahnen	-28,5
Stadtführungen	-33,8
Kirchen	-34,0
Ausflugsschiffe/Fähren	-36,7

Besucherzahlen November bis Februar (in %)

2022/23 ggü. 2019/20 -14,5*



*Quelle: dwif Mai 2023, Daten dwif-Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft (in teilnehmenden Bundesländern), u. a. Basis der Sparkassen-Tourismusbarometer, * Vorläufige Werte, Stand 2. Mai 2023*

EINSCHÄTZUNG DWIF

TAGESREISEN & FREIZEITWIRTSCHAFT

Ableitungen aus der Entwicklung im Winter 2022/2023

- Selbst im Winter punkten weiterhin Outdoor-Einrichtungen in der Freizeitwirtschaft
- Preisanstiege in der Freizeitwirtschaft führen bei einigen Zielgruppen zur Reduktion der Besuchshäufigkeit; dennoch: bei guter Qualität bleiben auch höherpreisige Einrichtungen bei den Besucher*innen beliebt
- Kostensteigerungen können häufig nicht komplett an die Nachfrage weitergegeben werden, aber eine leichte Entspannung bei den Energiepreisen könnte die Effekte abmildern
- Inflation & Co. wirken sich negativ auf die Tagesreisenintensität aus. Kostenintensive Aktivitäten leicht unterdurchschnittlich.

WAS BEDEUTET DAS FÜR BETRIEBE & DESTINATIONEN?

- Ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten: parallel zu den Preissteigerungen sind Investitionen und Angebotsinnovationen gefragt
- Kurzfristig muss mit einer weiterhin verhalteneren Tagesreisetätigkeit gerechnet werden. Mit einer Steigerung der Nachfrage ist frühestens nach der Hauptreisezeit im Sommer 2023 zu rechnen, jedoch abhängig von der weiteren Entwicklung der Inflation und klassischerweise ab Spätsommer/Herbst den Witterungsbedingungen
- Aktives Tagesreisenmanagement etablieren: Produkte & Erlebnisse entwickeln, Zielgruppen kennen & verstehen, Wertschätzung erhöhen, Besucher*innen managen, Mobilität in die Produktgestaltung integrieren

TAGESREISEN DER DEUTSCHSPRACHIGEN BEVÖLKERUNG

Tagestourismus milliardenschweres Standbein im Deutschlandtourismus und wichtig für eine kontinuierliche Auslastung vieler Einrichtungen und Anbieter*innen | Spürbare Rückgänge der Tagesreisen im Winter 2022/2023 gegenüber 2019/20 | Aktuelle Zurückhaltung deckt sich mit der medialen Berichterstattung rund um Energieengpässe und Inflation | Fast die Hälfte der Deutschen will aufgrund der Kostensteigerungen momentan weniger Tagesausflüge unternehmen | Nach Corona weitestgehend Normalisierung der Motive und Aktivitäten | Shopping-Aktivitäten und Gastronomiebesuche zeigen sich gegenüber dem Winter 2019/2020 unterdurchschnittlich

Winter 2022/2023 ggü. Winter 2019/20 in Deutschland

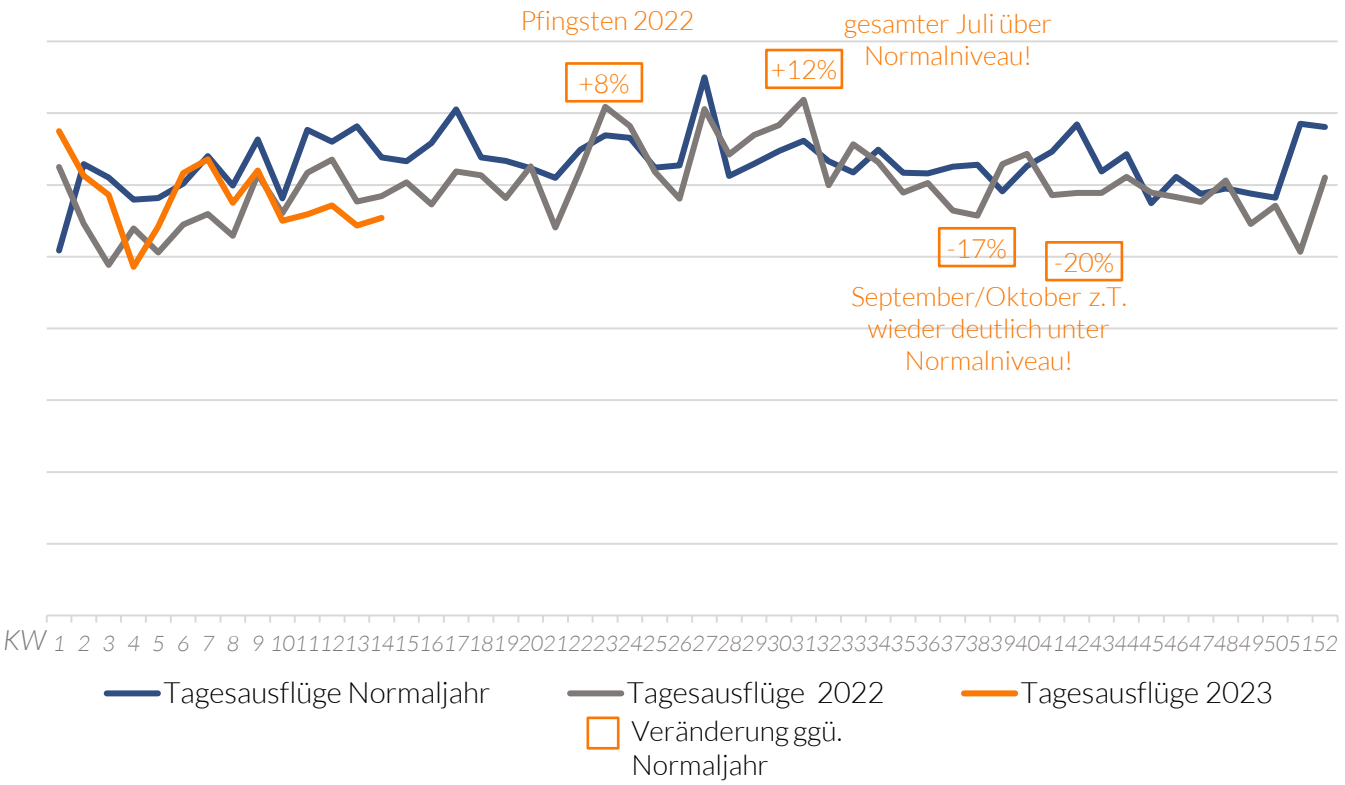
TAGESREISENIVEAU PRO KOPF/KW -5%

AKTIVITÄTEN (AUSWAHL)

- Wandern/Radfahren ↗
- Landschafts-/Naturattraktionen ↗
- Veranstaltungen, Aufführungen etc. ↗
- Sehenswürdigkeiten/Attraktionen ↗
- Erholungs-/Spazierfahrt ↗
- Besuch von Restaurants, Cafés etc. ↓
- Shopping-Aktivitäten ↓
- Verwandten-/Bekanntenbesuch ↓

dwif-Tagesreisenmonitor

Niveau privater Tagesausflüge pro Kopf und Kalenderwoche 2019, 2022 bis März 2023



Quelle: dwif 2023 , Daten dwif-Tagesreisenmonitor bis Ende März 2023

WIR UNTERSTÜTZEN SIE

Sie haben Fragen zur touristischen Marktentwicklung, benötigen weitere Daten, eine Einordnung Ihrer Situation in den Gesamtzusammenhang? Wir sind gerne für Sie da und unterstützen Sie..

Bleiben wir in Verbindung

BERATUNG FÜR DESTINATIONSMANAGER*INNEN

- Umsatzausfallrechnung Corona für Ihre Destination
- dwif-Corona-MindMap
- Strategisches Coaching für Ihren Aktionsplan
- Coaching für Führungskräfte

BERATUNG FÜR DAS GASTGEWERBE

- Machbarkeitsstudien
- Prozessoptimierung
- Strategieberatung
- Investitionskostenplanung
- Wertermittlung für Ihren Betrieb

BERATUNG FÜR KOMMUNEN

- Kommunale Kosten-Nutzen-Bilanz des Tourismus

WEITERE INFOS

www.dwif.de/fakten-kompass.html

IHR ANSPRECHPARTNER

KARSTEN HEINSOHN
Geschäftsführer &
Leiter Marktforschung

k.heinsohn@dwif.de
Tel.: +49(0)30 / 757 94 9-30

dwif

dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Hervorragendes touristisches Know-how,
exklusive Marktdaten und die Freude daran,
gemeinsam mit unseren Kund*innen
nutzenstiftende Strategien und Lösungen für den Tourismus
zu entwickeln, machen uns aus.

www.dwif.de