



DWIF-FAKTEN-KOMPASS

Marktentwicklungen im Sommer 2024 und
Ausblick auf die Saison 2025

Online-Event im Rahmen der Reihe „dwif-Impulse“

10. Dezember 2024

DWIF-IMPULSE

Wir möchten unser Wissen teilen und
gemeinsam mit Ihnen Tourismus neu denken.



HEUTE

DWIF-FAKTEN-KOMPASS

Marktentwicklungen im
Sommer 2024 und
Ausblick auf die Saison 2025

Online

30. Januar 2025 | 10:00 - 11:00 Uhr

TOURISMUS ZAHLT SICH AUS!

Was sagen Tourismuskennziffern aus
und wie können Destinationen
wirtschaftliche Daten gezielt nutzen?

Vorschau

FREUEN SIE SICH AUF WEITERE SPANNENDE IMPULSE!

Infos auf www.dwif.de

www.dwif.de

dwif-Impulse „FAKTEN-KOMPASS: Sommer 2024“

DWIF AUF YOUTUBE

Spannende Infos
für Sie zum Nachhören



dwif: Wegweisend in der Tourismusberatung



ÜBERSICHT

VIDEOS

PLAYLISTS

KANÄLE

DISKUSSION

KANALINFO



Video thumbnails for dwif channel:

- dwif Impulse: HIGH-PERFORMANCE-DMO** (1:03:47)
- dwif Impulse: GASTLICHKEIT BEGINNT VON INNEN** (59:57)
- dwif Impulse: TrustScore 2024** (58:04)
- dwif-Impulse: Fakten-Kompass Winter 2023/2024** (23:32)
- dwif Impulse: Automatisch Grün** (59:34)
- dwif Impulse: Neues Jahr, neue Narrative** (1:00:50)

Vortragende Personen



MAIKE BERNDT
dwif-Tourismusberatung



ANJA SCHRÖDER
dwif-Tourismusberatung

Unsere Gäste

ANDRÉ ROSINSKI

*Tourismus-Agentur
Lübecker Bucht*



MICHAEL GERBER

*Erlebnis Bremerhaven
Gesellschaft für Touristik, Marketing und
Veranstaltungen*

ÜBERNACHTUNGS- NACHFRAGE

Saison 2024: Ein Sommer auf Vorjahresniveau

Sommer =
Juni bis September

Gewerbliche Übernachtungen

Sommer 2024 ggü. Sommer 2023 in %

DEUTSCHLAND

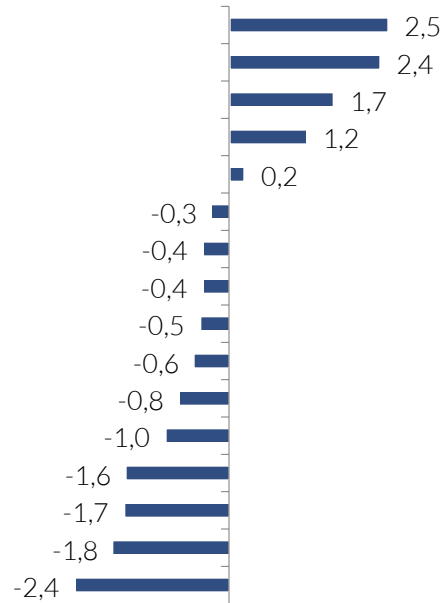
insgesamt 0,0

Inland -1,3

Ausland +6,8

Sommer 2024 insgesamt

213,2 Mio.
Übernachtungen



Sommer 2024 (in Mio.)

13,4	Hessen
20,4	Nordrhein-Westfalen
1,1	Bremen
18,1	Mecklenburg-Vorpommern
11,3	Berlin
44,1	Bayern
6,6	Brandenburg
24,3	Baden-Württemberg
20,8	Niedersachsen
3,6	Sachsen-Anhalt
5,9	Hamburg
20,2	Schleswig-Holstein
4,1	Thüringen
10,1	Rheinland-Pfalz
7,9	Sachsen
1,3	Saarland

Erfolgreichster August aller Zeiten

Gewerbliche Übernachtungen

Sommer 2024 ggü. Sommer 2023 in %

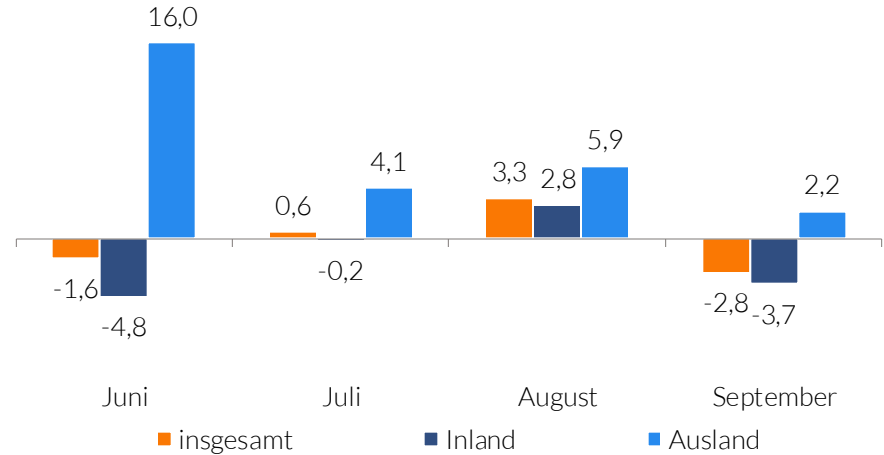
DEUTSCHLAND

insgesamt	0,0
Inland	-1,3
Ausland	+6,8

insgesamt August 2024

213,2 Mio.
Übernachtungen

59,1 Mio.
Übernachtungen



Weiteres Potenzial auch in den Sommermonaten vorhanden

Sommer =
Juni bis September

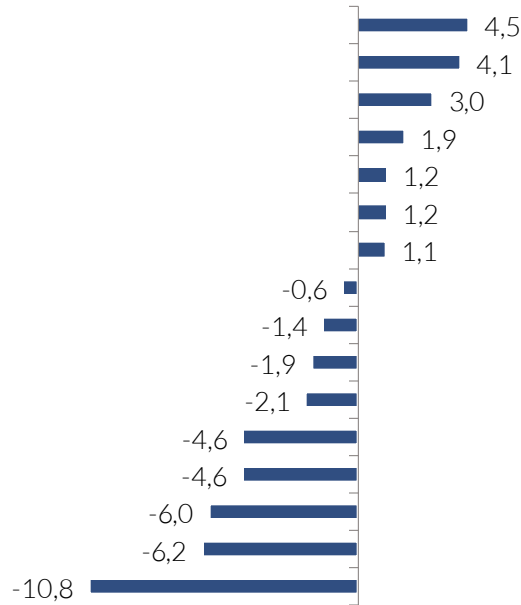
Gewerbliche Übernachtungen

Sommer 2024 ggü. Sommer 2019 in %

DEUTSCHLAND

insgesamt	-0,7
Inland	-0,4
Ausland	-2,3

insgesamt
-1,5 Mio.
Übernachtungen

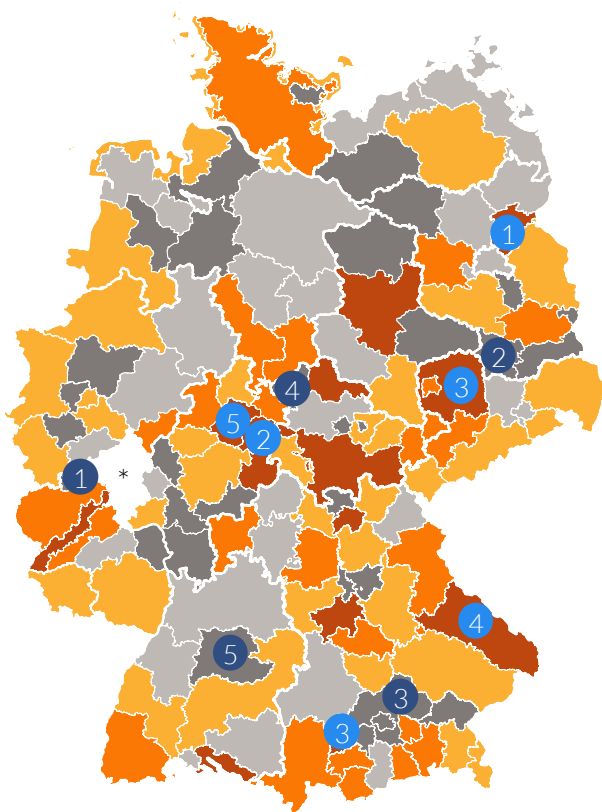


Sommer 2024 (in Mio.)

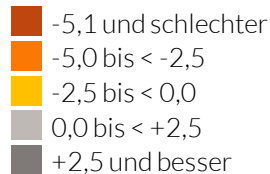
- 1,1 Bremen
- 20,4 Nordrhein-Westfalen
- 20,2 Schleswig-Holstein
- 44,1 Bayern
- 5,9 Hamburg
- 6,6 Brandenburg
- 24,3 Baden-Württemberg
- 13,4 Hessen
- 3,6 Sachsen-Anhalt
- 1,3 Saarland
- 20,8 Niedersachsen
- 18,1 Mecklenburg-Vorpommern
- 7,9 Sachsen
- 10,1 Rheinland-Pfalz
- 4,1 Thüringen
- 11,3 Berlin

Sommersaison 2024: Zwischen Boom und Balance

Sommer =
Juni bis September



Übernachtungsentwicklung
Sommer 2024 ggü. Sommer
2023 in %



*neue Reisegebiete in Rheinland-Pfalz,
keine Vergleichsdaten verfügbar

STÄRKSTE ZUWÄCHSE

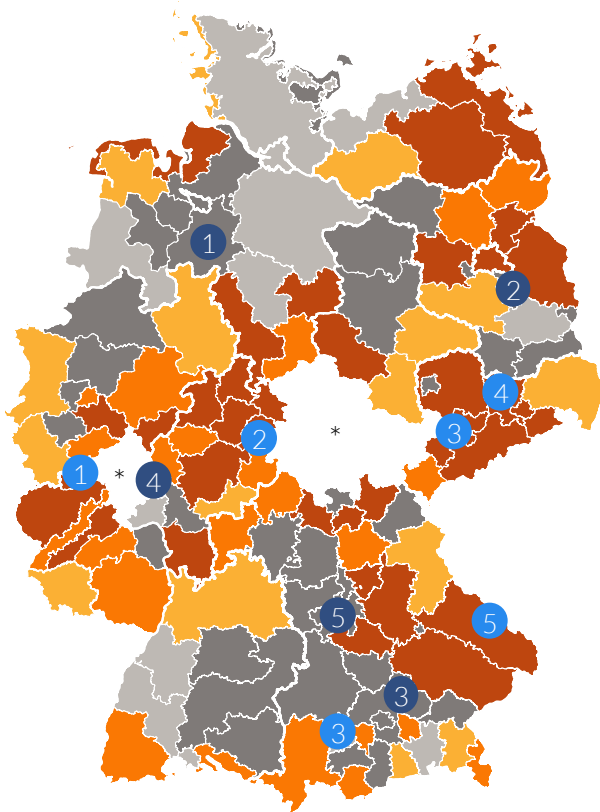
- 1 Ahr (+26,6)
- 2 Elbe-Elster-Land (+14,5)
- 3 Münchener Umland (+14,1)
- 4 Eichsfeld (+11,1)
- 5 Region Stuttgart (+10,2)

GRÖSSTE VERLUSTE

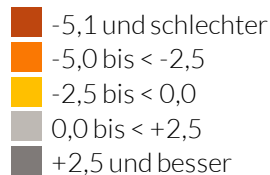
- 1 Barnimer Land (-11,7)
- 2 Waldhessen (-9,4)
- 3 Leipziger Region/Ammersee-Lech (jeweils -7,2)
- 4 Bayrischer Wald (-7,0)
- 5 Kurhessisches Bergland (-6,9)

Sommersaison 2024: Zwischen Boom und Balance

Sommer =
Juni bis September



Übernachtungsentwicklung
Sommer 2024 ggü. Sommer
2019 in %



*neue Reisegebiete in Rheinland-Pfalz/Thüringen, keine Vergleichsdaten verfügbar

STÄRKSTE ZUWÄCHSE

- 1 Mittelweser (+44,3)
- 2 Dahme-Seenland (+29,3)
- 3 Münchener Umland (+21,4)
- 4 Westerwald-Lahn-Taunus (+20,5)
- 5 Fränkisches Seenland (+20,4)

GRÖSSTE VERLUSTE

- 1 Ahr (-43,6)
- 2 Waldhessen (-18,5)
- 3 Chemnitz Zwickau Region (-14,7)
- 4 Elbland (-14,6)
- 5 Bayerischer Wald (-14,1)

Destinationstypen: Städte wieder als Motor der Entwicklung

Gewerbliche Übernachtungen

Sommer 2024 ggü. Sommer 2023 in %



Städte*

+3,1



Küsten

-0,1



Flach- & Hügelland

-0,4



Mittelgebirge

-1,9



Seen

-2,4



Bergregionen

-2,8



Flussregionen

-3,6

Incoming-Tourismus auf Kurs: Alte Stärke fast erreicht

Gewerbliche Übernachtungen nach Herkunftsmärkten



ÜN
Sommer 2024
in Mio.

6,2 3,2 3,0 2,4 1,9 1,6 1,6 1,5 1,5 1,4



ÜN
Sommer 2024
ggü. Sommer 2023

+2,6 +11,3 +3,4 +23,3 +5,9 +4,8 +1,4 +2,6 +2,5 +3,0

ggü. Sommer 2019
in %

-0,6 +5,0 -1,4 +8,2 +4,7 +1,2 +24,3 -0,4 -4,0 -10,0

Deutschland
ÜN Ausland
+6,8

Hotellerie gestärkt, Fewo und Camping mit Potenzial

Gewerbliche Übernachtungen nach Betriebstypen

	Hotellerie	Ferienwohnungs- markt	Camping- plätze	Gruppen- unterkünfte	Vorsorge-/ Reha-Kliniken	Deutschland insgesamt
--	------------	--------------------------	--------------------	-------------------------	-----------------------------	--------------------------

ÜN
Sommer 2024
in Mio.

119,3

32,5

28,4

17,0

16,1

213,2

Anteil an ÜN
insgesamt
Sommer 2024 in %

55,9%

15,3%

13,3%

8,0%

7,5%

ÜN Sommer 2024
ggü. Sommer 2023
in %

+0,6

+0,6

-2,0

-2,3

+0,7

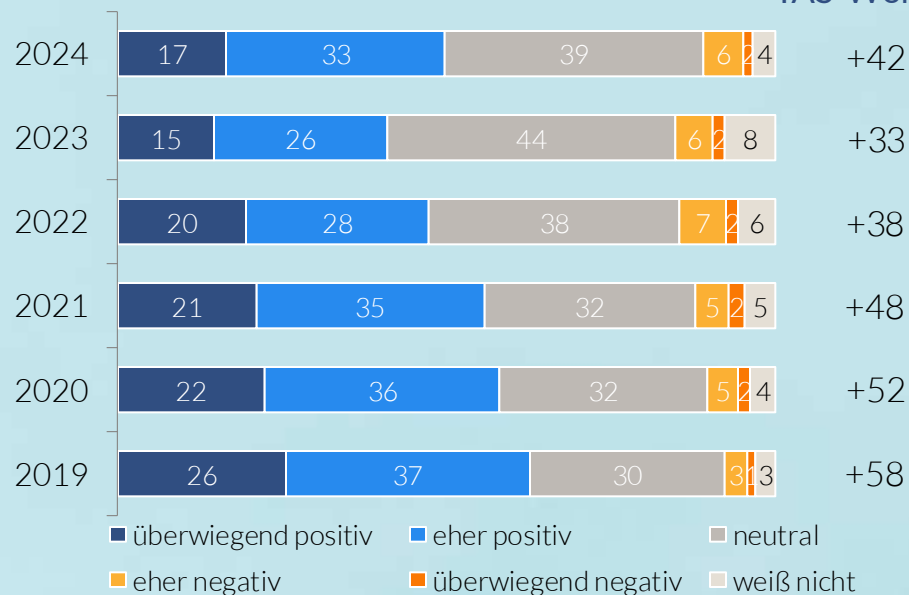
±0,0

EXKURS TOURISMUS- AKZEPTANZ AUF BUNDESEBENE 2024 WIEDER GESTIEGEN

Wie sehen Sie die Auswirkungen des Tourismus auf Ihren Wohnort?

(Angaben in %)

TAS-Wohnort



Hinweis: Die Werte in den Grafiken sind gerundet. Rundungsdifferenzen zum TAS-Wert sind daher möglich.

Quellen: DI Tourismusforschung (2024) Tourismusakzeptanz Bund 2024 (Hybrid), n= 2.200. DI Tourismusforschung (2023) Lebensqualitätsstudie Bund und Bundesländer 2023 (Hybrid), n= 11.950. DI Tourismusforschung (2022) Tourismusakzeptanzstudie Bund 2022 (online), n= 2.063. DI Tourismusforschung (2021) Tourismusakzeptanzstudie Bund 2021 (online), n= 3.000; DI Tourismusforschung (2020). Tourismusakzeptanzstudie Bund 2020 (online), n= 3.000. DI Tourismusforschung (2019) Tourismusakzeptanzstudie Bund 2019 (online), n= 3.000.

GASTGEWERBE

HOTELLERIE IM AUFWIND

Preise boomen,
Auslastung bleibt
ausbaufähig

*Sommer (Juni, Juli u. August) 2024 im
Vergleich zu Sommer 2023*

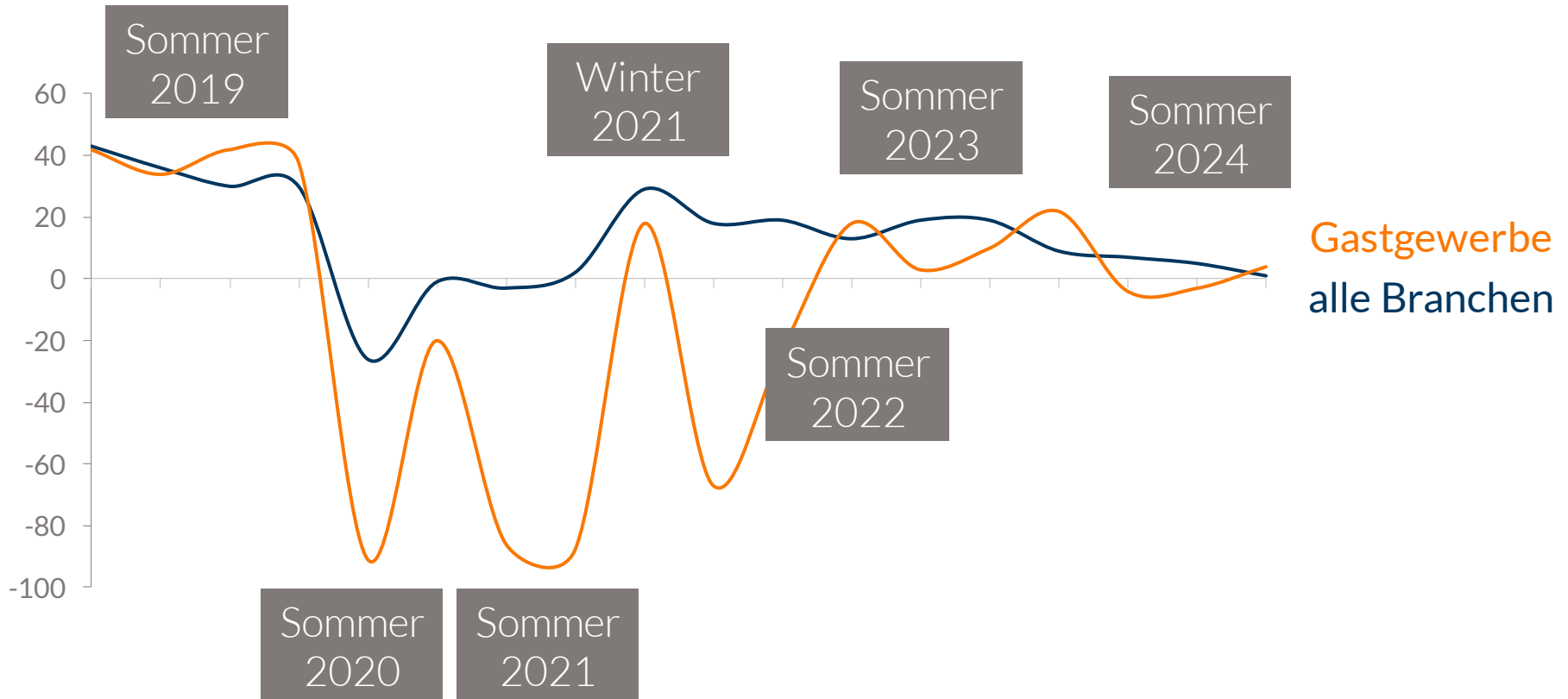


Preis
+9,7%

RevPaR
+12,7%

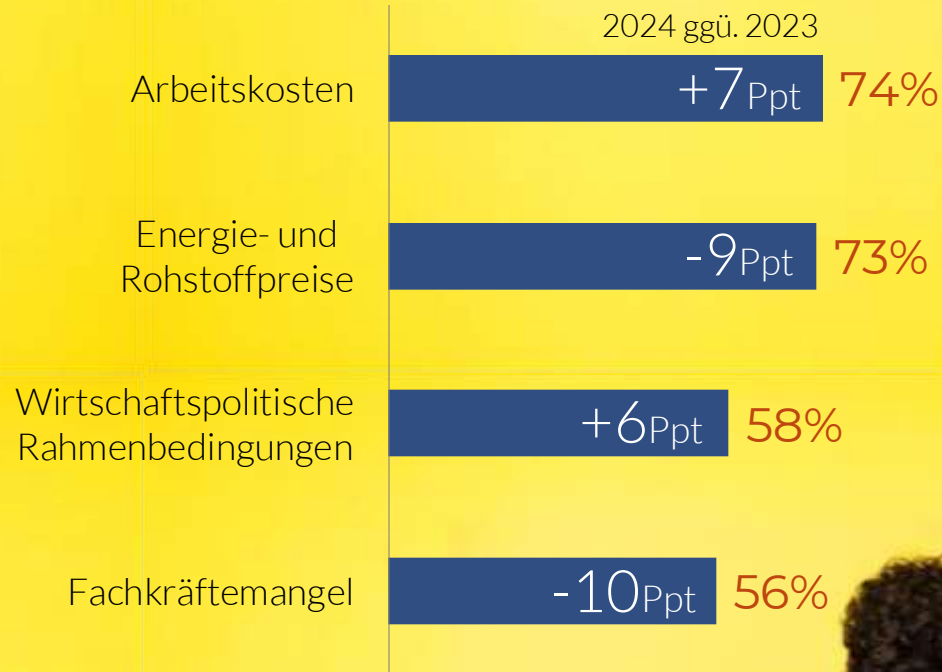
Auslastung
+2,7 Ppt

Das Geschäftsklima erholt sich langsam



Quelle: dwif 2024, Daten DIHK-Konjunkturumfrage Herbst 2024; Saldo (Anteil Betriebe mit zufriedener Geschäftslage vs. mit unzufriedener Geschäftslage)

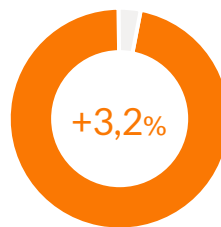
VIER GROßE HERAUS- FORDERUNGEN 2024



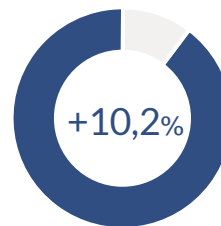
Quelle: dwif 2024, Daten DIHK-Konjunkturumfrage Herbst 2024; Wo sehen Sie die größten Risiken bei der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens in den kommenden 12 Monaten? (in %)
Bild: freepik

ARBEITSKRÄFTE- MANGEL TROTZ REKORDZAHL BEI BESCHÄFTIGTEN

*SvB & GfB im Gastgewerbe, 2023 ggü.
2022, Stichmonat Juni*



mehr sozialversicherungspflichtig
Beschäftigte im deutschen
Gastgewerbe als im Sommer 2022



mehr geringfügig Beschäftigte im
deutschen Gastgewerbe als im
Sommer 2022

WENIGER AUSBILDUNGS- PLÄTZE, DAFÜR BESSERE BESETZUNG

Ausbildungsmarktstatistik 2023/2024 ggü.
2022/2023



-17%

gemeldete Ausbildungsstellen

-14%

unbesetzte Ausbildungsstellen

Gewerbeanmeldungen und -abmeldungen rückläufig

Veränderung 2023 ggü. 2019

-23,8%
Insolvenzen
(2023 ggü.
2019)



Gewerbeanmeldungen

Gewerbeabmeldungen

-10,5%

-5,3%

-18,4%

-15,0%

FREIZEITWIRTSCHAFT UND TAGESREISEN

FREIZEIT- WIRTSCHAFT

Sommer 2024 mit Luft nach oben

Sommer 2024 ggü. Sommer 2023

-1,2%

Museen/Ausstellungen	+3,4%
Bäder/Thermen	-0,8%
Zoos/Tierparks	-8,3%

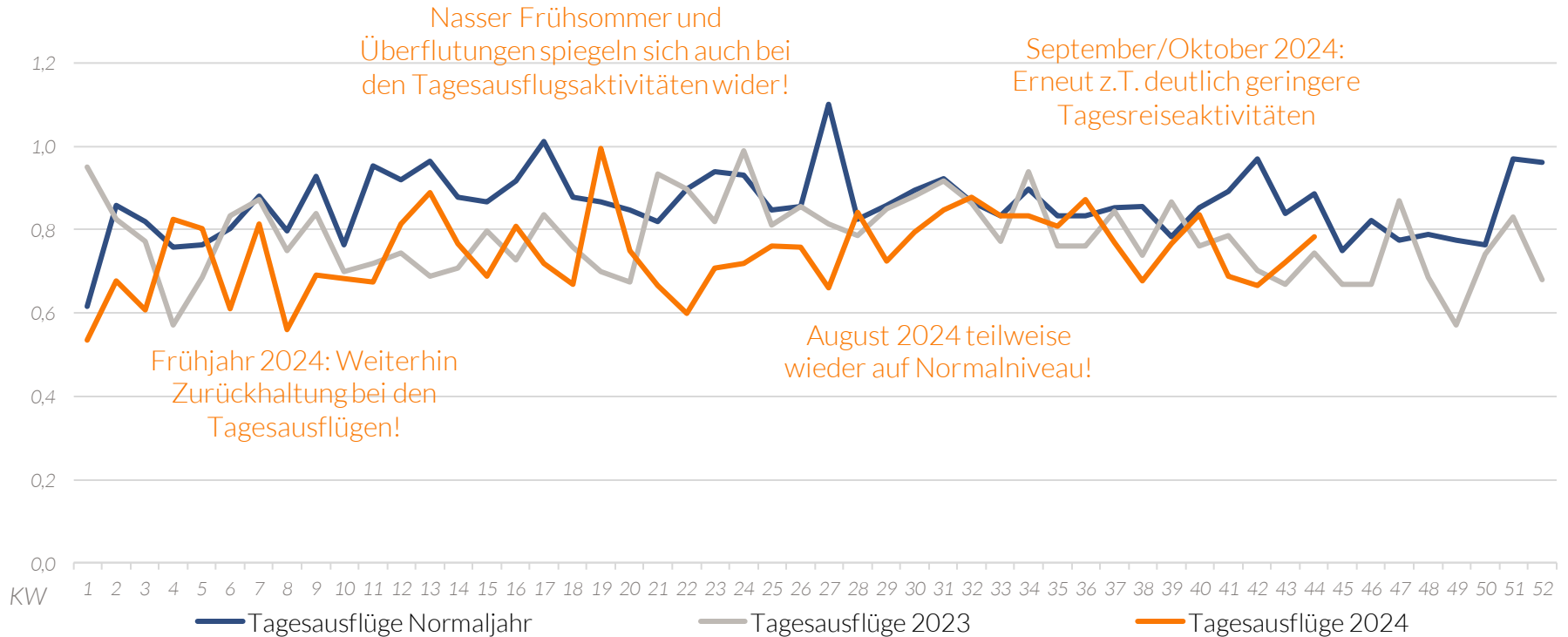
Sommer =
Juni bis September

Entwicklung der Besucherzahlen
Sommer 2024 ggü. Sommer 2023

Jun	—	-1,8%
Jul	—	-0,1%
Aug	—	-0,4%
Sep	—	-3,4%

Tagesreisen-EKG: Ambivalente Entwicklung im Sommer 2024

Tagesausflugsintensität: Durchschnitt der privaten Tagesausflüge pro Kopf in einer Kalenderwoche



Quelle: dwif 2024, Daten: dwif-Tagesreisenmonitor 2024; Januar bis Oktober

WORAUF ES JETZT ANKOMMT!

QUALITÄT ÜBER INVESTITIONEN SICHERN UND STEIGERN

Weitere Preissteigerungen können nur über eine entsprechende Qualität durchgesetzt werden, Betriebe müssen in die Vorleistung gehen

WETTBEWERBSDRUCK STEIGT

Insbesondere europäische Destinationen liegen bei deutschen Gästen im Trend, Produktentwicklung vorantreiben, Kommunikation und Sichtbarkeit stärken.

UNTERNEHMER*INNEN- PERSPEKTIVE IN DEN BLICKPUNKT RÜCKEN

Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen optimieren, Anreize setzen

PLANBARKEIT NIMMT WEITER AB

Kurzfristigere Buchungsentscheidungen und Stornierungen, betriebliche Prozesse und ad-hoc-Kommunikation darauf einstellen



A close-up photograph of two hands, one from the left and one from the right, gently cupping a bright red, textured heart. The heart has a white dashed outline. The background is a solid, vibrant blue. The text 'VIELEN DANK' is printed in white, uppercase letters across the center of the heart.

VIELEN
DANK