

Sparkassen- Tourismusbarometer Schleswig-Holstein

Kurzbericht 3|2021

Tourismusverband
Schleswig-Holstein

 Finanzgruppe

Sparkassen und Giroverband
für Schleswig-Holstein





Touristische Nachfrage in Schleswig-Holstein

Nur 1,7 Millionen Übernachtungen in Schleswig-Holstein (2019: 6,9 Millionen) – das ist die Bilanz im Zuge des bundesweiten Lockdowns der ersten vier Monate 2021. Allein im Vergleich zum Vorjahr, wo ab Mitte März ebenfalls ein Lockdown galt, sind die Übernachtungen noch einmal um 54,7 Prozent zurückgegangen. Besonders große Rückgänge verzeichnet das Incominggeschäft. Die Übernachtungen ausländischer Gäste gingen mit -73,1 Prozent deutlich stärker zurück als diejenigen der Inländer (-53,2 Prozent). Damit fehlen den Betrieben allein durch die Rückgänge in den ersten vier Monaten bis zu 20 Prozent der gesamten Nachfrage eines Normaljahres. Gleichzeitig fiel das durchschnittliche Auslastungsniveau auf 7,5 Prozent.

Breite Spanne in den Regionen und bei Betriebstypen

Alle Regionen in Schleswig-Holstein waren von den Einschränkungen betroffen. Dennoch zeigt der Blick auf die Übernachtungsentwicklung eine breite Spanne von -25,4 Prozent in der Holsteinischen Schweiz bis zu -63,9 Prozent an der Nordsee. Dies verdeutlicht einmal mehr die Abhängigkeit von unterschiedlichen Zielgruppen und die unterschiedlichen Betriebsstrukturen. In der Holsteinischen Schweiz stellen Vorsorge- und Rehakliniken in einem Normaljahr rund ein Viertel aller Übernachtungen. Da dieses Marktsegment in Schleswig-Holstein in den ersten vier Monaten 2021 sogar ein Übernachtungsplus von 12,6 Prozent verzeichnen konnte, waren die Rückgänge in der Holsteinischen Schweiz weniger stark.

Erneut positive Signale lassen sich aus dem Modellprojekt Kennzahlen des Sparkassen-Tourismusbarometers Schleswig-Holstein ableiten. Hier stellen zehn Modellkommunen monatlich ihre Daten rund um die Meldestatistik und Buchungsentwicklung zur Verfügung. Sie stehen für rund 44 % der touristischen Gesamtnachfrage in Schleswig-Holstein und ermöglichen somit einen umfassenden Blick auf aktuelle Entwicklungen einschließlich der Betriebe <10 Betten und einen Ausblick auf die kommende Saison. Daraus lassen sich kurzfristige Handlungsbedarfe für das Marketing und strategische Entscheidungen ableiten.

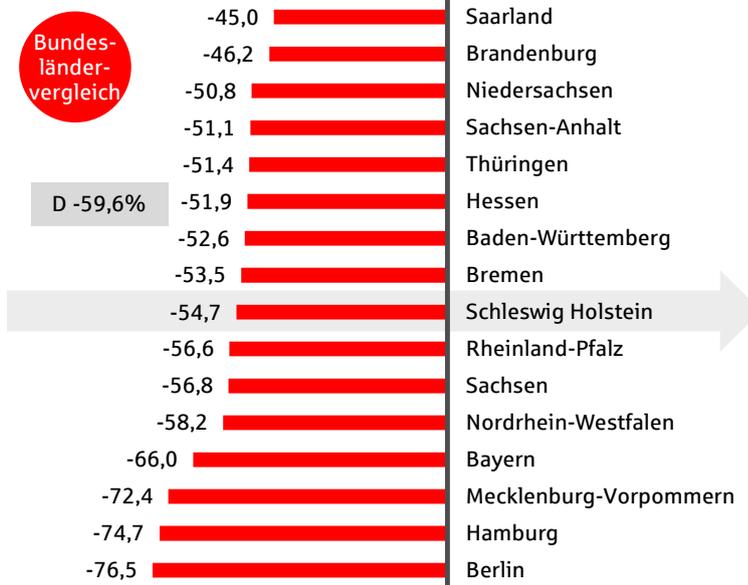
Modellprojekt Kennzahlen Schleswig-Holstein

Die Übernachtungszahlen in den zehn Modellorten für den Zeitraum Januar bis Mai 2021 zeigen gegenüber dem Vorjahreszeitraum zwar weiterhin deutliche Rückgänge. Der Aufwärtstrend bei den Buchungen und gebuchten Übernachtungen setzte sich jedoch auch im Mai fort. Dies kann als ein weiteres positives Zeichen für die Erholung des Tourismus in Schleswig-Holstein gewertet werden (siehe folgende Abbildung).

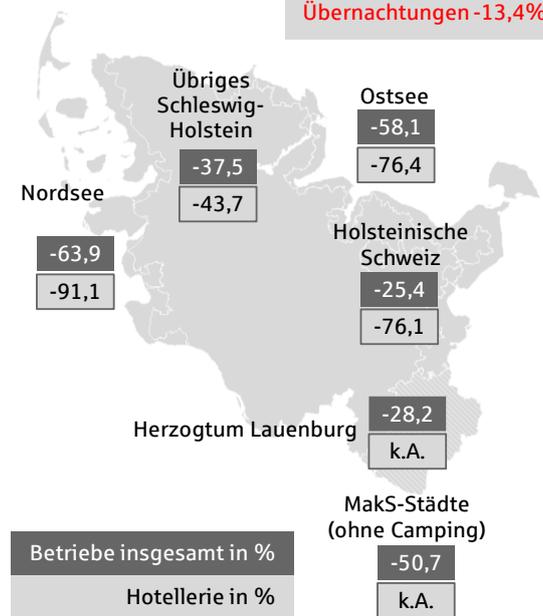


Marktentwicklungen 2021 aus der amtlichen Statistik und dem Modellprojekt Kennzahlen

Gewerbliche Übernachtungen (ab 10 Schlafgelegenheiten) Januar bis April 2021 ggü. Vorjahr in %



Januar bis Mai 2021 ggü. Vorjahr in %
Ankünfte -38,5%
Übernachtungen -13,4%



Wer kommt in Schleswig-Holstein noch am besten durch die Krise?

Herkunft der Gäste SH

Inland -53,2%
Ausland -73,1%

Destinationstypen D

Seen -55,4%
Küsten -64,8%
Städte -68,3%
(Auswahl)

Gemeindegruppen

Nordseebäder -63,7%
Ostseebäder -63,0%
Übrige Gemeinden -46,4%
Erholungsorte -42,8%
Luftkurorte -32,9%
Heilbäder -19,6%

Betriebstypen



Modellprojekt Kennzahlen

ÜN Meldescheinstatistik in den Modellorten:	Jan-Mai 2021 ggü. Vorjahreszeitraum	Jan-Mai 2021 ggü. Jan-Mai 2019
an Nordsee	-6%	-49%
an Ostsee	-33%	-69%
Marktanteil Januar/Februar/März/April/Mai gesamt in einem „Normaljahr“:	27%	
Stärke der Auswirkungen abhängig von Ort/Region, Destinationstyp sowie den aktuellen Corona-Maßnahmen und Einschränkungen		



Veränderung ggü. Vorjahresmonat (Zeitpunkt der Buchung, nicht Zeitpunkt der Anreise)	Buchungen gebuchte ÜN	
	Buchungen	gebuchte ÜN
Jan 2021	-61%	-46%
Feb 2021	-50%	-31%
Mrz 2021	+47%	+119%
Apr 2021	+492%	+301%
Mai 2021	+38%	+32%

Quelle: dwif 2021, Daten: Modellprojekt Kennzahlen, Statistische Landesämter, Statistikamt Nord



Was sollten Destinationen und Betriebe beachten?

- Gesundheit und Sicherheit sind und bleiben wichtige Erfolgsfaktoren. Bei Abstands- und Hygienekonzepten, Ansätzen zur Besucherlenkung etc. darf gerade in der jetzigen Phase nicht nachgelassen werden.
- Eine transparente und verlässliche Kommunikation ist das A und O. Damit werden u.a. Aktualität und qualitativ hochwertiger Content wichtiger denn je. Der Aufbau und die Umsetzung von Content-Strategien ist gemeinsame Aufgabe der Tourismusorganisationen zusammen mit den Einrichtungen/Betrieben.
- Mit Blick auf die mittel- und langfristigen Herausforderungen durch die Corona-Pandemie haben Landes- und Bundeshilfen für Betriebe weiterhin eine hohe Bedeutung, für Einrichtungen in privatwirtschaftlicher und kommunaler Trägerschaft. Auch die Sicherung der freiwilligen Aufgabe Tourismus sollte angesichts vielerorts knapper werdender öffentlicher Haushalte in den Blickpunkt rücken. Ob Ortsbilder oder Bandinfrastrukturen wie Rad- und Wanderwege, eine hohe Qualität und regelmäßige Investitionen zahlen auf eine gute Lebens- und Aufenthaltsqualität ein.
- Der Start in das Tourismusjahr 2021 verlief aufgrund des durchgängigen Lockdowns noch deutlich schwächer als 2020. Betriebswirtschaftlich rentable Öffnungen waren währenddessen praktisch nicht möglich.
- Die Recovery in den Bereichen Incoming und MICE wird voraussichtlich mehrere Jahre andauern. Internationale Marketingmaßnahmen sollten ab dem 2. Halbjahr 2021 bis Anfang 2022 wieder aufgenommen werden, um die Destinationen sichtbar zu machen.
- Im MICE-Segment hat die Corona-Pandemie den bestehenden Trend zu mehr digitalen und hybriden Formaten verstärkt. Der künftige Erfolg wird davon abhängen, sich anpassen und verändern zu können. Gleichzeitig wird der Wettbewerb für die Standorte in Deutschland auch hier härter. Kleiner, häufiger, digitaler, aber gleichzeitig der Wunsch nach realen Orten. Das sind wichtige Stichworte für die Zukunft von Meetings. Multifunktionalität und Investitionen in die Digitalisierung sind Anforderungen an die Infrastruktur.
- Der Trend zu einem stärkeren Kurzfristgeschäft hält weiter an. Dieses veränderte Buchungsverhalten gilt es zu berücksichtigen (Kurzfristigkeit, flexible Stornobedingungen etc.).
- Nachfrageseitig gibt es bislang keine Signale für eine mittelfristige Verhaltensänderung im Vergleich zur Zeit vor der Corona-Pandemie. Ein härterer Wettbewerb zwischen den Destinationen ist spätestens ab 2022 zu erwarten, wenn weltweite Reiseeinschränkungen weiter gefallen sind.
- Legt man den Trustscore – Online-Bewertungen von Unterkünften – als Orientierung für die Gästezufriedenheit zugrunde, dann ist dieser 2020 vielerorts erstmals rückläufig. Neben Maßnahmen zur Existenzsicherung sollten Initiativen zur Qualitätsentwicklung gestartet werden (z. B. Sensibilisierung der Unternehmer, Informationen zu Fördermöglichkeiten bei Investitionen).
- Auch die Angebotskennzahlen (Betriebe, Schlafgelegenheiten) sind rückläufig, allerdings ist noch nicht klar, ob es sich um temporäre oder dauerhafte Effekte handelt. Mittelfristig sollten sich die Akteure auf veränderte Angebotsstrukturen einstellen (Betriebskonzepte, räumliche Verteilung).

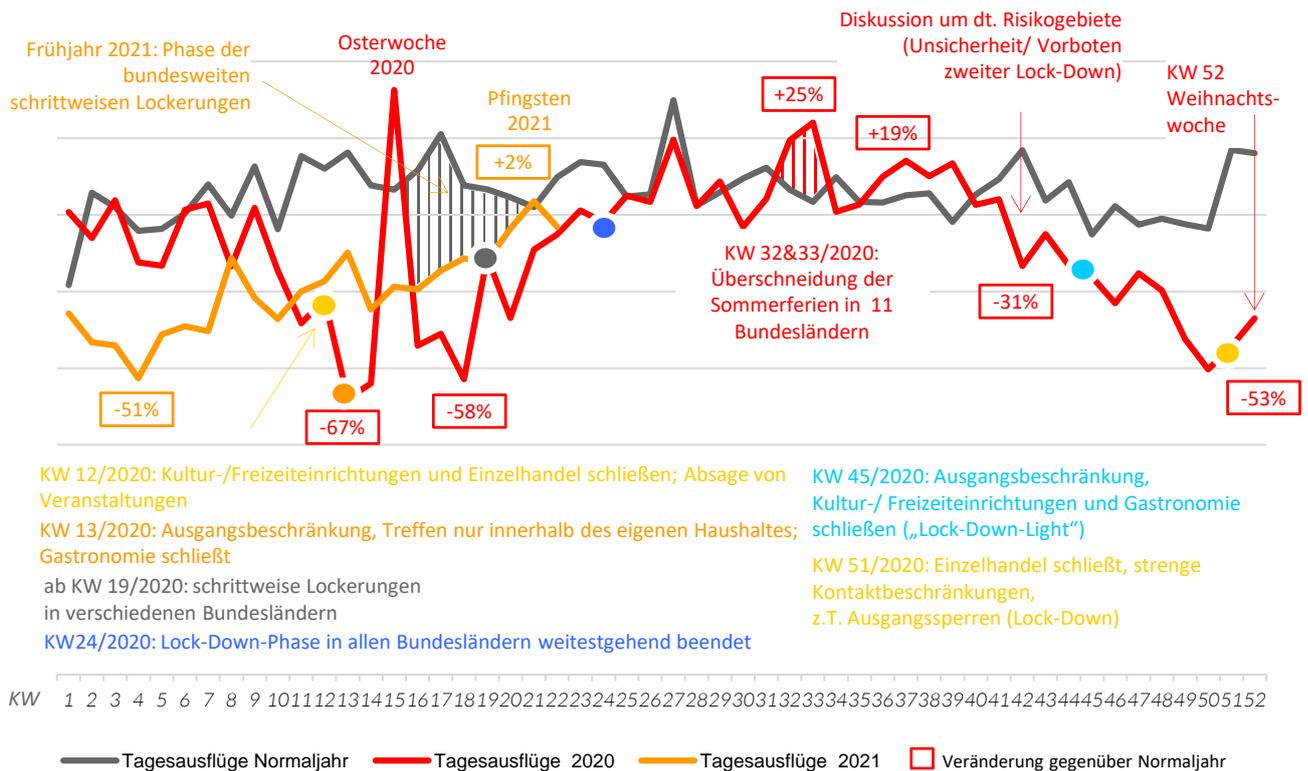


Tagesreisen und Freizeitwirtschaft

Der Tagestourismus ist ein milliardenstarkes Standbein im Deutschlandtourismus und wichtig für eine kontinuierliche Auslastung vieler Einrichtungen und Anbieter. Im Zeitraum Januar bis Mai 2021 sind die Tagesreisen jedoch um rund 30 Prozent zurückgegangen, in den Wintermonaten wurde teilweise weniger als die Hälfte des regulären Tagesreiseaufkommens erreicht. Insbesondere Gastronomie- und Veranstaltungsbesuche gingen gegen „Null“.

Die Jahresbilanz 2020 mit einem Minus von „nur“ 19 Prozent spiegelt jedoch den positiven Einfluss der Lockerephasen im Sommer 2020 wider. Erneut zeigte sich eine schnelle Regenerationsgeschwindigkeit nach den ersten bundesweiten schrittweisen Lockerungen im Frühjahr 2021. Das Ausflugsverhalten (Intensität/Aktivitäten) im April/Mai 2021 ist vergleichbar mit den Trends nach dem Frühjahrs-Lockdown 2020 (ab KW 19/2020). Das bedeutet auch, dass sich das Volumen zwar relativ schnell normalisiert, die Wertschöpfung allerdings noch etwas länger hinter dem langjährigen Mittel zurückbleiben wird. Hintergrund sind Verschiebungen hin zu Outdoor-Aktivitäten.

Niveau privater Tagesausflüge pro Kopf und Kalenderwochen 2020/2021



KW 12/2020: Kultur-/Freizeiteinrichtungen und Einzelhandel schließen; Absage von Veranstaltungen

KW 13/2020: Ausgangsbeschränkung, Treffen nur innerhalb des eigenen Haushaltes; Gastronomie schließt

ab KW 19/2020: schrittweise Lockerungen in verschiedenen Bundesländern

KW24/2020: Lock-Down-Phase in allen Bundesländern weitestgehend beendet

KW 45/2020: Ausgangsbeschränkung, Kultur/ Freizeiteinrichtungen und Gastronomie schließen („Lock-Down-Light“)

KW 51/2020: Einzelhandel schließt, strenge Kontaktbeschränkungen, z.T. Ausgangssperren (Lock-Down)

Quelle: dwif 2021, Daten: dwif-Tagesreisenmonitor 2021

Nahezu Stillstand in der Freizeitwirtschaft

Das Jahr 2021 startete für die Freizeiteinrichtungen so, wie das Jahr 2020 aufgehört hat: mit dem kompletten Lockdown. Im Januar und Februar durften in Schleswig-Holstein keinerlei Freizeiteinrichtungen öffnen. Ab März hatten immerhin einige Angebotskategorien wieder die Möglichkeit, zumindest eingeschränkt Besucher zu empfangen. Durch die wieder steigenden Fallzahlen und die Bundesnotbremse mussten viele Angebote Ende

März oder im Laufe des April jedoch erneut schließen. Erlebnisbäder/Thermen oder Freizeitparks hatten generell noch nicht die Möglichkeit, wieder zu öffnen. Auch Stadtführungen waren bis inkl. April noch nicht möglich.

Die Besucherzahlen der Freizeiteinrichtungen in Schleswig-Holstein im ersten Terial sind demzufolge im Vergleich zum Vorjahr, wo im Januar und Februar Normalbetrieb herrschte, noch einmal um 60,7 Prozent zurückgegangen. Im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 lag der Rückgang bei 77,9 Prozent. Ein kleiner Lichtblick: Im April 2021 wurden die Besucherzahlen des Vorjahresmonats bei geringem absolutem Niveau übertroffen.

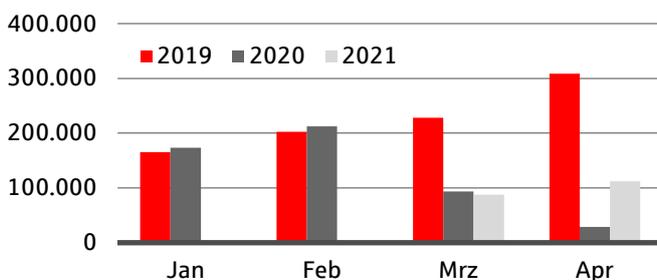
Die Unterschiede zwischen den Kategorien sind aufgrund der verschiedenen Regelungen enorm. Zoos/Tierparks übertrafen trotz der Schließung im Januar und Februar durch hohe Besucherzahlen im März und April das Vorjahresergebnis der ersten vier Monate deutlich. Zu beachten ist hierbei jedoch, dass in Zoos/Tierparks nahezu alle laufenden Kosten auch bei einer Schließung weiter anfallen und die finanziellen Einbußen demzufolge über denen anderer Kategorien liegen. Auch Freilichtmuseen, die im Januar und Februar zumeist saisonbedingt geschlossen haben, konnten das Vorjahrsergebnis übertreffen. Stadtführungen, Erlebnisbäder/Thermen und Freizeit-/Erlebniseinrichtungen vermeldeten keine Besucherzahlen bis inkl. April. Erste Öffnungsschritte gab es in diesen Kategorien erst im Mai oder Juni. Teils sind die Einrichtungen auch Anfang Juli und damit in den schon laufenden Sommerferien in einigen Bundesländern noch immer geschlossen.

Bei den derzeit niedrigen Inzidenzzahlen und einem weiteren Voranschreiten der Impfkampagne ist davon auszugehen, dass sich die Besucherzahlen im Laufe der Sommermonate dem Niveau aus dem letzten Sommer annähern. Abstands- und Hygieneregeln sowie Kapazitätsbeschränkungen werden die Freizeiteinrichtungen jedoch auf absehbare Zeit begleiten. Hiervon werden Indoor-Einrichtungen stärker betroffen sein als Angebote an der frischen Luft. Neben den privatwirtschaftlichen Einrichtungen, die von Überbrückungshilfen und Co. stärker profitieren konnten, sollten insbesondere auch die kommunalen Betreibergesellschaften (z.B. Spaßbäder/Thermen, Museen) bei Fragen des weiteren Unterstützungsbedarfes (z.B. Liquidität, Investitionen) im Blick behalten werden.

Erwartungen im laufenden Re-Start:

- Sehenswürdigkeiten/Indoor-/Kulturangebote mit langsamer Regeneration, keine Überkompensation (z.B. weiterhin Besucherbeschränkungen)
- Veranstaltungen noch über Monate hinweg unterdurchschnittlich (durch Beschränkungen, Vorlauf für Planungen etc.)
- Outdoor-Aktivitäten während der Lockdowns häufig einzige Möglichkeit für Ausflüge; auch in der laufenden Phase überdurchschnittlich stark
- Gastronomie mit schneller Regenerationsphase, in den ersten Wochen leichte Überkompensation
- Shopping mit schneller Regeneration, ggf. Überkompensation durch höhere Ausgaben

Besuchervolumen und Entwicklung der Besucherzahlen in der Freizeitwirtschaft in Schleswig-Holstein 2019-2021



Besucherzahlen Jan – Apr (%)	
2021 ggü. 2020	-60,7
2021 ggü. 2019	-77,9
2020 ggü. 2019	-43,8

Quelle: dwif 2021, Daten: Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft



www.tourismusbarometer.sh

Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein – Ihre Ansprechpartner:

Herausgeber: Sparkassen- und Giroverband
für Schleswig-Holstein
Gyde Opitz
Faluner Weg 6
24109 Kiel

Tourismusverband
Schleswig-Holstein e. V.
Dr. Catrin Homp
Wall 55
24103 Kiel

Bearbeitung:

dwif-Consulting GmbH

Karsten Heinsohn
Marienstraße 19/20
10117 Berlin