

# Aktuelle Einschätzungen zu den Auswirkungen der Corona-Krise im Tourismus in Nordrhein-Westfalen

(Stand: 14. Dezember 2021)

Liebe Partner des Tourismus NRW e.V.,  
sehr geehrte Damen und Herren,

**dwif**

die Pandemie hat die nordrhein-westfälische Tourismusbranche weiter fest im Griff. Das aktuelle Update des Living Papers zur Corona-Krise liefert umfangreiche Zahlen und Fakten, die als Grundlage für künftige Entscheidungen genutzt werden können. Die vorliegenden Kurzinformationen wurden mit Unterstützung der dwif-Consulting GmbH erstellt. Sie liegen den Ergebnissen des dwif-Corona-Kompass, der Veröffentlichungen im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers Westfalen-Lippe sowie den Marktforschungsinstrumenten des Tourismus NRW e.V. zugrunde.

Bleiben Sie gesund!

Ihr Team des Tourismus NRW e.V.

## TOURISMUS BUNDESWEIT STARK VON DEN AUSWIRKUNGEN DER CORONA-PANDEMIE BETROFFEN – ÜBERNACHTUNGEN IN NRW ERHOLEN SICH AUCH IM SOMMER 2021 NUR LANGSAM

Daten aus der amtlichen Tourismusstatistik liegen derzeit bis einschließlich August 2021 flächendeckend vor. Im Folgenden werden die Daten zwischen Juni und August im Detail betrachtet. Diese Monate geben die Entwicklung aufgrund der besseren Vergleichbarkeit (ohne Verzerrungen durch die Lockdowns) über die beiden letzten Jahre hinweg realistisch wieder.

Die Sommerbilanz 2021: Im Zeitraum Juni bis August wurden im Vergleich zu einem Normaljahr bundesweit rund 32 Mio. gewerbliche Übernachtungen weniger verzeichnet. Dies entsprach einem Minus von 19,2 Prozent gegenüber 2019. Die Entwicklung zeigte sich länderspezifisch jedoch sehr unterschiedlich und reichte von +5 Prozent (Schleswig-Holstein) bis -50 Prozent (Berlin). Dabei entwickelte sich der Incoming-Markt weiter verhalten, während im Sommer Reisen deutscher Gäste ins Ausland durch die zunehmende Erreichbarkeit insbesondere europaweit wieder anzogen.

Seit dem Frühsommer ist eine deutliche Erholung in Küsten- und Seendestinationen sowie in den Bergen zu beobachten. Hier wirkten insbesondere Zuwächse durch den ausgebuchten Ferienwohnungsmarkt und ein starkes Camping-Segment. Die Erholung in Städtedestinationen gestaltet sich nach wie vor langsamer, aber mit ersten positiven Signalen. Zu den Gewinnern zählten im Sommer 2021 die Destinationen Ostseeküste in Schleswig-Holstein, die Holsteinische Schweiz, Westmecklenburg, die Prignitz und das Fränkische Seenland. Diese Destinationen verbuchten einen Übernachtungszuwachs im Vergleich zum Sommer 2019. Unter den Regionen mit den größten Einbußen gegenüber der Zeit vor der Corona-Pandemie finden sich die Ahr (bedingt durch die Flutkatastrophe) sowie die Städtedestinationen Düsseldorf und

Kreis Mettmann, Main und Taunus (mit Frankfurt/Main), Köln und der Rhein-Erft-Kreis und München wieder (-45 Prozent bis -55 Prozent), allesamt geprägt von hohen Anteilen in den Geschäftsreisesegmenten und/oder im Incoming.

Natürlich spiegeln sich diese Trends auch in der Entwicklung des Tourismus in Nordrhein-Westfalen insgesamt wider: Es wurden knapp 4,7 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Betrieben weniger als 2019 (-31,7 Prozent) gezählt, aber immerhin 1,2 Mio. Übernachtungen mehr als noch 2020. Das ist die Bilanz für den Zeitraum Juni bis August 2021 gegenüber dem Vergleichszeitraum 2019 in NRW. Die Entwicklung in den Regionen ist unterschiedlich. Waren es im Sauerland -12 Prozent, sind es in der Region Düsseldorf und Kreis Mettmann -54 Prozent. Damit ist die Tourismusbranche in Nordrhein-Westfalen auch 2021 stärker von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen als der Bundesdurchschnitt. Die große Bedeutung des Städtetourismus, der (Groß)Veranstaltungen im Leisure Segment, der Messen und Tagungen an den MICE-Standorten und der vielen ausländischen Gäste sind Begründungsansätze. Denn in diesen Marktsegmenten sind die größten Einbußen zu beobachten.

Das temporäre Aussetzen der Marktregeln durch Einschränkungen im Zuge der Corona-Pandemie hält an, allerdings zeigen die Nachfragetrends, dass die Attraktivität und die Begehrlichkeit einer Destination wieder stärker wirken. Die zunehmende Segmentierung im Übernachtungstourismus nimmt weiter zu und zeigt sich in unterschiedlichen Entwicklungen zwischen Betriebs- und Destinationstypen, aber auch zwischen einzelnen Betrieben vor Ort. Dies ist auf




**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.



die Bedeutung einzelner Marktsegmente (z.B. Geschäftsreiseverkehr/MICE, Incoming, Gruppengeschäft) und Betriebs-typen (z.B. Anteile Hotellerie vs. Camping/Ferien-

unterkünfte) zurückzuführen. Die Auswirkungen der aktuellen Rahmenbedingungen rund um 3G und 2G sind mit Blick auf den Herbst/Winter 2021/2022 noch nicht mit Zahlen zu belegen.

**Nachfrageeinbußen im Tourismus in NRW durch die Corona-Pandemie – Jahr 2020**


-  -55,6 Januar-August ggü. Vergleichszeitraum 2019 (%)
-  -31,7 Juni-August ggü. Vergleichszeitraum 2019 (%)
-  -21,7 Auslastung (ohne Camping) Januar-August ggü. Vergleichszeitraum 2019 (%-Punkte)


**HERKUNFT NRW**


Inland  -23,4      Ausland  -62,3


Übernachtungen Juni-August ggü. Vergleichszeitraum 2019 (%)

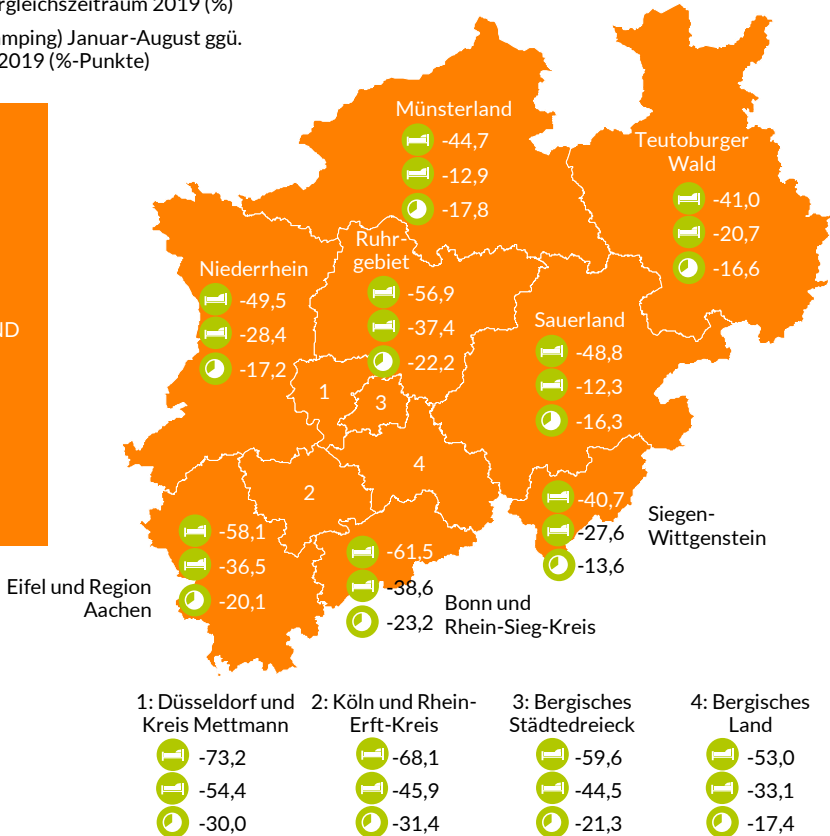
**DESTINATIONSTYPEN DEUTSCHLAND**

Städte  -42,8

Mittelgebirge  -21,2

Flach-/Hügelland  -15,3

Seen  -5,8



Quelle: dwif November 2021, Daten Destatis/Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen

**Knapp 50 Mrd. Euro Verlust in den Destinationen in Deutschland durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie im 1. Halbjahr 2021**

Nach exklusiven Berechnungen des dwif beläuft sich der Umsatzausfall in den Destinationen in Deutschland für den Zeitraum Januar bis Juni 2021 auf 49,9 Mrd. Euro. Der Tages- und der Übernachtungstourismus sind davon insgesamt fast gleichermaßen betroffen. Das entsprach wöchentlichen Umsatzeinbußen in Höhe von 1,9 Mrd. Euro.

**Was bedeutet das für Betriebe und Destinationen?**

Vor dem Hintergrund der aktuellen Trends und Entwicklungen ergeben sich Handlungsbedarfe und Prüffelder für die Betriebe und Destinationen:

- Öffentliche Wahrnehmung der Tourismus- und Freizeitbranche als Wirtschaftsfaktor stärken.

- Diskussionen rund um das Thema „freiwillige Aufgabe Tourismus“ aktiv anstoßen. Transparenz und ein offenes Miteinander sind hier wichtig.
- Vielerorts angesprochenen Prozesse zur Bildung wettbewerbsfähiger Destinationsmanagementorganisationen weiterführen bzw. initiieren Sie diese (Aufgabenteilung, Finanzierung etc.)
- Das veränderte Buchungsverhalten hin zu einer stärkeren Kurzfristigkeit, flexiblen Stornobedingungen etc. sollte berücksichtigt werden.
- Unabhängig von den übergeordneten gesellschaftlichen (Mega)Trends gibt es derzeit keine Signale für eine nachfrageseitig mittelfristige Verhaltensänderung im Vergleich zur Zeit vor der Corona-Pandemie (Wahl der Zielorte, Verhältnis Inland/Ausland). Vielmehr gilt es, sich ab 2022 auf einen intensiven Wettbewerb der Destinationen (national und international) einzustellen.

- Internationale Marketingmaßnahmen sollten ab 2022 beim Wegfall coronabedingter Restriktionen im internationalen Reiseverkehr wieder forciert werden.
- Sicherheit, Hygiene und transparente Kommunikation mit/für Besucher\*innen, Beschäftigte, Bevölkerung und Betriebe werden zu wichtigen Daueraufgaben.
- Geschäftsmodelle sollten überdacht und neue Wege der Kund\*innenansprache geprüft werden (z.B. Themen- und Zielgruppenausrichtung anpassen).
- Landes- und Bundeshilfen für bestimmte Branchen-segmente/Betriebstypen (z.B. Veranstaltungswirt

- schaft, MICE, Gruppenunterkünfte) sollten weiterhin geprüft werden.
- Betriebliche Investitionsvorhaben sind mit Blick auf Zielgruppenanpassungen, neue Konzepte und entsprechend den Markttrends neu bewerten.
- Seitens der Tourismusorganisationen und Länder sollten die Netzwerke zu den Betrieben gestärkt und Qualitätsinitiativen gestartet werden. Zudem erscheint weitere Aufklärung zu Fördermöglichkeiten bei Investitionen zielführend, um das Qualitätsniveau zu sichern und die Gästezufriedenheit auszubauen.

### Sonderthema Business-Reisen in Nordrhein-Westfalen

Der Geschäftsreisemarkt ist ein wichtiges Standbein für den Tourismus in Nordrhein-Westfalen und seine Leistungsträger\*innen. Im Jahr 2020 stürzte die Anzahl der Geschäftsreisen um 83,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr ab (VDR-Geschäftsreiseanalyse). Etwa vier Fünftel der Umsätze, die Geschäftsreisende sonst vor allem im Gastgewerbe und Transportwesen generieren, brachen in der Folge im Jahr 2020 weg.

Im Zuge der Corona-Pandemie hinterfragen mehr und mehr Unternehmen ihre Geschäftsreisestrategie, weniger und kürzere Reisen sind die aktuellen Trends. Insgesamt ist eine größere Vielfalt an Tagungsformaten gefragt, kleinere Tagungsformate laufen wieder besser an, mehr virtuelle oder hybride Meetings werden durchgeführt. Zudem steigt die Bedeutung von Nachhaltigkeitsaspekten rund um den MICE-Markt.

Der Markt verändert sich in vielen Bereichen:

- Es entstehen zusätzliche Anforderungen an die technische Infrastruktur in Tagungshotels und Locations. Diese gehen immer häufiger den Weg einer stärkeren Spezialisierung.
- Wie auch im Leisure-Markt erfolgt eine stärkere Individualisierung der Nachfrage.
- Dadurch müssen Raumkonzepte flexibler und kreativer gedacht werden.
- Bei analogen Formaten in klassischer Präsenz müssen die Mehrwerte im Vergleich zum virtuellen Meeting klar herausgestellt werden.
- Die Anforderungen an eine professionelle Vermarktung steigen: z.B. digitale Darstellung, Storytelling.

Im Rahmen einer exklusiven Befragung des Tourismus NRW e.V. im Sommer 2021 wurden die Partner im Land

zum Thema Business-Reisen befragt. Dies ermöglicht einen Einblick in den Branchenalltag in Nordrhein-Westfalen. Folgende Erkenntnisse konnten gewonnen werden:

- Rein digitale Veranstaltungen waren auch vor Corona schon für knapp 40 Prozent bekannt. Hybride Veranstaltungen hingegen eher weniger (25 Prozent). Für den Großteil der Befragten sind diese allerdings Optionen für die Zukunft.
- Bei der Bewertung der unterschiedlichen Veranstaltungsformate suchen die Befragten noch nach Orientierung (digital oder in Präsenz).
- Messen und mehrtägige Events eignen sich nach Einschätzung der befragten Partner auch künftig für Präsenzveranstaltungen.
- Internationale Veranstaltungen könnten dagegen auch vermehrt hybrid durchgeführt werden.
- Das Rahmenprogramm vor Ort ist aus Sicht der Befragten weiterhin ein wichtiger Bestandteil. Hierzu zählt insbesondere das soziale Miteinander, das Knüpfen von Netzwerken, deren Bedeutung während der Corona-Pandemie noch größer geworden ist.

Der große Planungsaufwand für digitale Veranstaltungen ist für den Veranstalter\*innen keine Zeitersparnis, sondern nur für die Besucher\*innen.

Die größte Unsicherheit bei der Planung einer Veranstaltung ist derzeit noch die Frage, ob Besucher\*innen schon bereit sind, auf Veranstaltungen zu gehen angesichts der ungewissen Corona-Lage.

Die dargestellten Trends sowie die Einschätzungen der Partner in Nordrhein-Westfalen machen deutlich: Der Geschäftsreisemarkt befindet sich im Wandel und der Wettbewerb wird intensiver. Vor diesem Hintergrund sind die Marktteilnehmenden gefordert, ihre Konzepte zu hinterfragen und Veränderungsbereitschaft im Sinne einer kontinuierlichen Marktanpassung zu zeigen.

## SCHLAGLICHTER AUF DAS GASTGEWERBE

### Niedrige Zimmerraten, allgegenwärtiger Arbeitskräftemangel, aber ausbleibende Insolvenzwelle

Kapazitätsbeschränkungen durch Hygiene- und Abstandsregeln drücken weiterhin auf die Auslastung der Betriebe. In den Urlaubsregionen haben viele Anbieter Preissteigerungen durchgesetzt und im Sommer 2021 von einer guten Auslastung profitiert. Dies war bereits im Sommer 2020 zu beobachten und parallel dazu sank die Gästezufriedenheit erstmals seit Jahren bundesweit, am stärksten bei der Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses in den Küstenbundesländern. Die Gäste reagieren also durchaus preissensibel, wenngleich das Reiseland Deutschland im internationalen Vergleich immer noch ein vergleichsweise moderates Preisniveau aufweist.

Die aktuellsten Daten von STR-Global zum Preisniveau und zur Preisentwicklung für den Hotelmarkt in Nordrhein-Westfalen (Schwerpunkt Stadt- und Kettenhotellerie) stammen aus dem September 2021. In diesem Monat lag der durchschnittliche Zimmererlös (RevPAR) noch um knapp 47 Prozent unter dem Niveau von 2019. Die durchschnittliche Zimmerrate lag im September 2021 bei 91,30 Euro und damit immerhin wieder knapp 8 Euro über dem Niveau aus 2020 (2019: 106,20 Euro) Damit rangiert Nordrhein-Westfalen im Mittelfeld des Bundesländervergleichs. Die durchschnittliche Zimmerauslastung kletterte im Vergleich des Vorjahresmonats um 13 Prozentpunkte auf 52,5 Prozent. Die kumulierten Daten des bisherigen Jahresverlaufs sind weiterhin durch den Lock-down Anfang 2021 verzerrt und werden deshalb nicht näher betrachtet.

Die vermutlich größte Herausforderung für die Betriebe ist der akute Arbeitskräftemangel. So waren im August 2021 9,6 Prozent weniger sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Gastgewerbe in Nordrhein-Westfalen tätig als im August 2019 (zum Vergleich Deutschland:



-9,3 Prozent). Die Zahl der gemeldeten Ausbildungsstellen lag im September 2021 26 Prozent unter dem Niveau von 2019 (Deutschland: -24 Prozent) und dennoch waren 25 Prozent dieser Stellen unbesetzt (2019: 16 Prozent unbesetzte Ausbildungsstellen). Viele Betriebe berichten zudem über die Abwanderung von Fachkräften in andere Branchen, was kurz- und mittelfristig zu einem zentralen Hemmfaktor für die Tourismusentwicklung im Land zu werden droht. Diese alarmierenden Zahlen vom touristischen Arbeitsmarkt zeigen, dass hier dringender Handlungsbedarf geboten ist, gemeinsam durch die Betriebe, die Branchenverbände und die Politik.

Angebotsseitig deuten immer mehr Indikatoren auf eine Strukturverschiebung hin. Dauerhafte Marktaustritte insbesondere kleinerer Betriebe wurden durch die Corona-Pandemie forciert. Die Betriebstypen Ferienwohnungen/-häuser sowie Camping liegen weiterhin im Trend. Allerdings scheint die anfänglich befürchtete umfassende Insolvenzwelle ausbleiben. Das Fangnetz aus Sofort- und Überbrückungshilfen, Kurzarbeit und betriebsindividuellen Maßnahmen sowie die anhaltende Reiselust vieler Kernzielgruppen zeigen hier Wirkung.

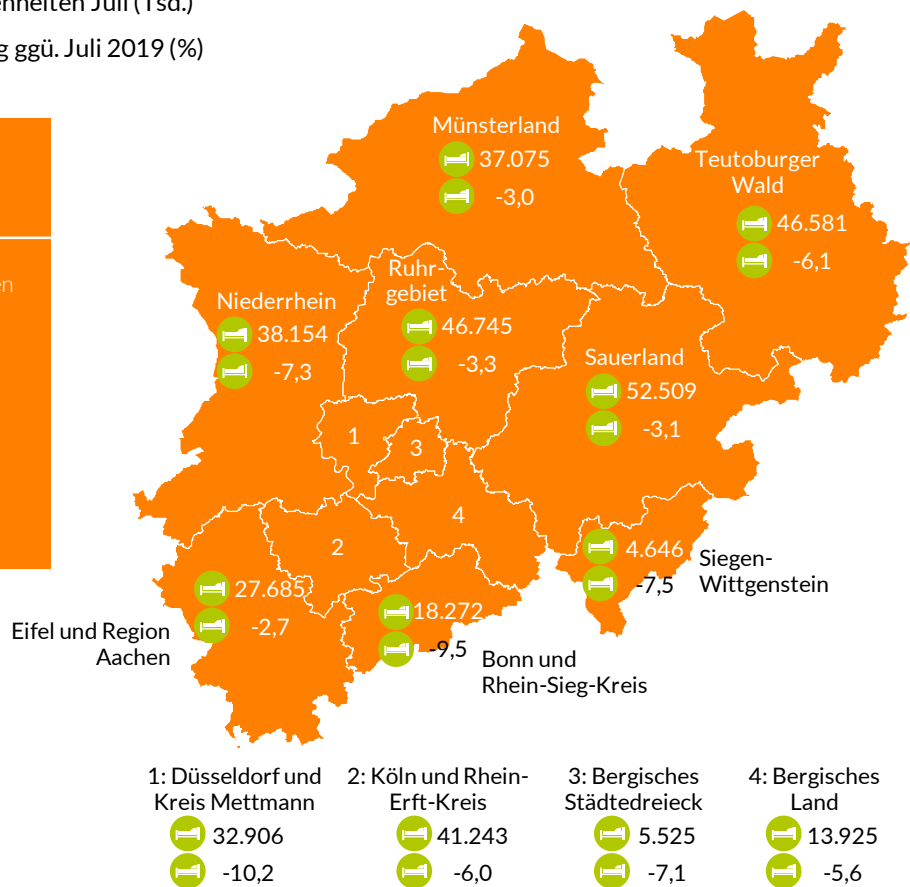
Was bedeutet das für die Betriebe und die Politik?

- Unternehmen müssen sich weiterhin auf Einschränkungen und Regeländerungen – mindestens noch im Winter 2021/2022 einstellen.
- Zu den Folgen der Corona-Pandemie zählen eine Zuspitzung des Arbeitskräftemangels im Tourismus, zunehmende Finanzierungsfragen und ein drohender Qualitäts- und Investitionsstau. Daher sollten mittelfristig wirkende Investitions- und Arbeitsmarktprogramme durch Bund und Länder geprüft werden (für Betriebe und Kommunen).
- Der Arbeitskräftemangel zwingt die Betriebe zu Anpassungsmaßnahmen für eine langfristige Wettbewerbsfähigkeit: z.B. Anpassung der Speisekarte, Preiserhöhung, zusätzliche Ruhetage, höhere Bezahlung als Anreiz für Mitarbeitende, flexiblere Arbeitszeitmodelle.
- Achtung: Die Preissensibilität der Gäste ist hoch, das hat die Entwicklung 2020 gezeigt. Wenn der europaweite Wettbewerb wieder Fahrt aufnimmt, gilt es die Preisschraube nicht zu überdrehen und moderate Anpassungen offen zu kommunizieren (z.B. Arbeitskräftebindung, Qualitätssicherung).
- Liquidität sichern: Corona hat zur Erhöhung bei Materialeinsatz und Personalkosten geführt. Einsparungspotenziale sollten geprüft werden, z.B. Zulieferer, Versicherungen, Energieversorger und IT-Dienstleister, Einkaufsgemeinschaften.
- Beherbergungsgewerbe sollten ihre Geschäftsmodelle und ihre Zielgruppen genau auf den Prüfstand stellen und bei Bedarf anpassen, beispielsweise durch
- (Teil-)Umstellung auf Langzeit-Vermietung, Zielgruppendifferenzierung von Tagungshotels etc.
- Den Unternehmen stehen weiterhin Überbrückungshilfen zur Verfügung und Soloselbstständige erhalten über die Neustarthilfe Plus eine zielgerichtete Unterstützung. Diese Möglichkeiten sollten durch die Akteur\*innen genutzt werden, um sich zukunftsfähig aufzustellen.

## Angebotene Schlafgelegenheiten Nordrhein-Westfalen 2021

-  365 Schlafgelegenheiten Juli (Tsd.)
-  -4,9 Veränderung ggü. Juli 2019 (%)

Juli 2021 ggü. Juli 2019 (%)	
BETRIEBSTYPEN NRW	
Schlafgelegenheiten	
Ferienwohnungsmarkt	-0,7
Camping	-1,8
Hotellerie	-5,6
Gruppenunterkünfte	-8,6



Quelle: dwif November 2021, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen

## TAGESREISEN UND FREIZEITWIRTSCHAFT

### Freizeitwirtschaft weiter unter Druck

Die Freizeitwirtschaft ist mit ihren Einrichtungen ein wichtiger Anlaufpunkt für die Aktivitäten der Einheimischen, der Tages- und Übernachtungsgäste und stand zwischen Januar und April 2021 nahezu komplett still. Ab Mai liefen viele Aktivitäten wieder an. Im Sommer 2021 zwischen Juni und September lagen die Besuchszahlen nach Angaben des dwif in zehn beobachteten Bundesländern (u.a. Westfalen-Lippe in NRW) noch 21 Prozent unter dem Niveau von 2019. Outdoor-Einrichtungen wie Zoos/Tierparks und Landschaftsattraktionen konnten das Niveau aus 2019 bereits wieder übertreffen. Nach einer exklusiven dwif-Umfrage im Rahmen der Sparkassen-Tourismusbarometer in neun Bundesländern Ende August 2021 sah sich noch jede fünfte Freizeiteinrichtung in ihrer Existenz bedroht. Sechs von zehn Einrichtungen hatten Probleme, die im Rahmen der Öffnungsschritte notwendigen Mitarbeiter\*innen zu finden, somit schlägt der Arbeitskräftemangel auch voll auf die Freizeitwirtschaft durch. 56 Prozent der Einrichtungen mussten geplante Investitionen verschieben oder streichen. Mit Blick auf die Preisentwicklung sind noch keine direkten Corona-Effekte zu beobachten.

### Was bedeutet das für die Betriebe und Destinationen?

- Gesundheit und Sicherheit sind und bleiben wichtige Erfolgsfaktoren. Bei Abstands- und Hygienekonzepten, Ansätzen zur Besucherlenkung etc. darf weiterhin 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.
- Ein aktives Ausflüglermarketing ist zu empfehlen (Tagessgäste vom Wohnort und vom Urlaubsort). Gleichzeitig sollten Maßnahmen zum Ausgleich der Interessen der Anspruchsgruppen Übernachtungsgäste, Tagessgäste, Einheimische gestärkt werden (z.B. Besucherlenkung, Kommunikation).
- Maßnahmen/Programme zur Sicherung der öffentlichen tourismusrelevanten Infrastruktur und für Einrichtungen in kommunaler Trägerschaft sind zu prüfen. Ohnehin sollten gerade jetzt Investitionsaktivitäten forciert und unterstützt werden.

### Tagesreisen in NRW als wichtiger Stabilisator

Der Tagestourismus ist ein milliardenschweres Standbein im NRW-Tourismus und wichtig für eine kontinuierliche Auslastung vieler Einrichtungen und Anbieter.

Eine Sonderauswertung des dwif-Tagesreisenmonitors im Auftrag des Tourismus NRW e.V. zeigt: Im Vergleich mit den Werten eines „Normaljahres“ zeigt sich in Nordrhein-Westfalen zu Beginn des Jahres 2021 ein deutlicher Rückgang der Tagesausflüge. Bis einschließlich April haben sich die privaten Tagesreiseaktivitäten in und nach Nordrhein-Westfalen – analog zum ersten Lockdown 2020 – in der Regel um fast die Hälfte reduziert. Nach den (ersten) Lockerungen zeigt sich im privat motivierten Tagestourismus ab Mai 2021 ein kontinuierlicher Anstieg, sodass im Juni 2021 wieder das Niveau eines Normaljahres erreicht wurde. Im Juli wurden die Werte der vergangenen Jahre sogar übertroffen. Ursache hierfür ist neben der Verschiebung der Sommerferien und der zu-

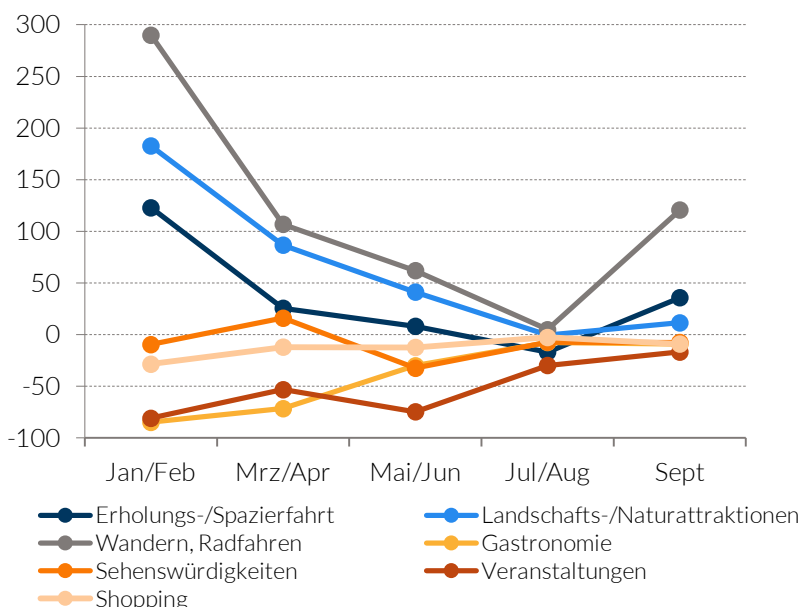
sätzlichen Tagesreiseaktivitäten „daheimgebliebener Urlauber\*innen“ das geringe Juli-Niveau der Jahre 2018/2019.

Das Aktivitätenspektrum hat sich dabei erheblich verändert. Bedingt durch allgemeine Einschränkungen (Mengenbegrenzungen etc.), Schließungen von Attraktionen/Sehenswürdigkeiten und gastronomischen Einrichtungen oder Veranstaltungsabsagen lassen sich von Januar bis September 2021 (zwangsweise) Veränderungen bei den Aktivitäten erkennen. D.h. eine Verlagerung auf „naturnahe Aktivitäten“ und massive Rückgänge bei Besuchen von Gastronomie, Sehenswürdigkeiten/Attraktionen oder Veranstaltungen etc.

Auch in der Re-Start-Phase 2021 zeigten sich Outdoor-Aktivitäten wie Wandern/Radfahren, der Besuch von Naturattraktionen sowie Erholungs-/Spazierfahrten noch überdurchschnittlich stark, bevor sie sich im Sommer teilweise wieder Richtung Normalniveau entwickelten.

### Aktivitäten und weitere Schlüsselindikatoren zu den Tagesausflügen in NRW 2021

Aktivitäten der Tagesausflügler\*innen nach Monat (Veränderung 2021 gegenüber einem „Normaljahr“ in %)



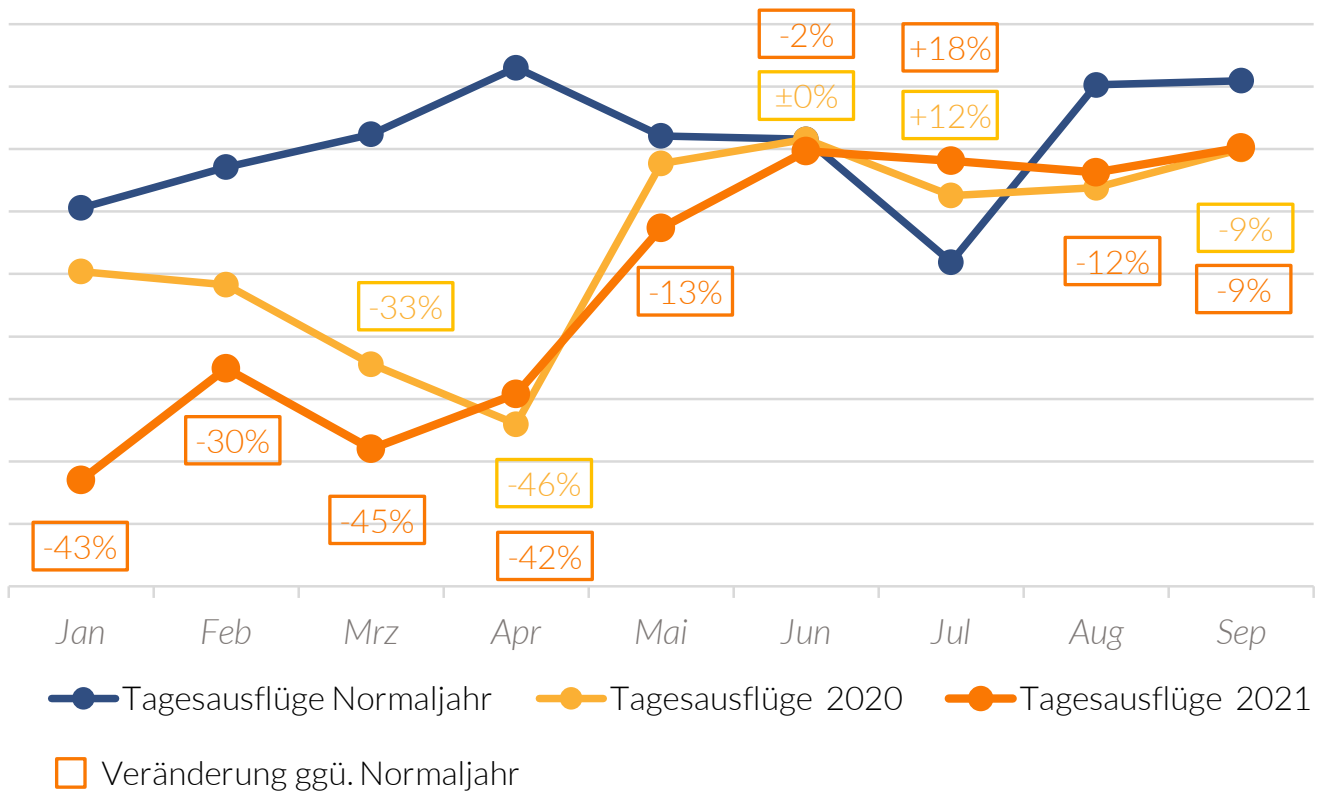
	Januar bis September 2021	Januar bis September Normaljahr
Distanz zwischen Wohnort und Zielort	34 km	40 km
Ø- Aufenthaltsdauer am Zielort	3,7 h	4,0 h
Anreiseverkehrsmittel: PKW / Fahrrad	70% / 9%	72% / 5%
Ausflugsziele nach Regionstypen: Städte / Mittelgebirge	58% / 23%	57% / 24%

Quelle: dwif 2021, Datenquelle dwif-Tagesreisenmonitor 2021, Sonderauswertung für NRW

Sehenswürdigkeiten und vor allem Gastronomiebesuche sind durch eine schnellere Regeneration gekennzeichnet und erreichten nach Ende der Einschränkungen zügig wieder Normalniveau. Veranstaltungsbezogene Tagesausflüge zeigten sich nach dem Re-Start noch über Monate hinweg weit unterdurchschnittlich (durch Beschränkungen, Vorlauf für Planungen etc.). Erst in den Monaten August und September 2021 zeigt sich aufgrund der leichten Lockerungen im Veranstaltungswesen langsam ein Trend nach oben.

Im Vergleich zu einem Normaljahr fanden in den Monaten Januar bis April 2021 erwartungsgemäß auch deutlich weniger Tagesgeschäftsreisen in und nach Nordrhein-Westfalen statt. Wie bei den privaten Tagesreisen zeigt sich auch bei den Tagesgeschäftsreisen nach den ersten Lockerungen im Mai 2021 wieder ein leichter Anstieg. Ihre Entwicklung verlief im Gegensatz zu den Tagesausflügen aber deutlich weniger dynamisch, sodass bei den Tagesgeschäftsreisen erst ab September 2021 von einer leichten Normalisierung gesprochen werden kann.

## Niveau privater Tagesausflüge nach Monaten in Nordrhein-Westfalen 2021 im Vergleich



Quelle: dwif 2021, Datenquelle dwif-Tagesreisenmonitor 2020/2021

### Bundesweites Ausflugsverhalten seit Sommer 2021:

- Sehenswürdigkeiten/Kulturangebote mit langsamerer Regeneration, keine Überkompensation (z. B. weiterhin Besucherbeschränkungen)
- Veranstaltungen noch weit unterdurchschnittlich (durch Beschränkungen, Vorlauf für Planungen etc.), aber nachgefragt; Empfehlung: neue Konzepte prüfen (z.B. kleinere Events, mehr Raum für die Besucher\*innen, Voranmeldungen)
- Outdoor-Aktivitäten nach wie vor überdurchschnittlich stark ausgeprägt, Bedeutung der öffentlichen Infrastruktur und damit verbundener Investitionsbedarfe im Sinne des Vor-Ort-Erlebnisses steigt (z.B. touristische Wegenetze, Parkanlagen)
- Gastronomie mit schneller Regenerationsphase und teilweiser Überkompensation (an Urlaubsorten und in der Naherholung)