

Liebe Leserinnen und Leser,

angesichts der aktuellen Corona-Krise steht die Tourismusbranche, stehen aber auch wir alle persönlich, vor Herausforderungen, wie wir sie alle vor einigen Wochen wohl kaum für möglich gehalten hätten.

Wir haben zum jetzigen Zeitpunkt nicht den Anspruch, bereits Lösungen für alle Fragen zu präsentieren. Das wäre vermessen, weil niemand genau sagen kann, wann wir schrittweise wieder zu einem normalen Leben und Arbeiten kommen. Fakt ist, es wird eine Zeit nach der Corona-Krise geben, in der die Freizeitgestaltung und das Reisen wieder anspringen. Genau deshalb tun wir im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers das, was wir können und das, wofür Sie uns kennen: Wir geben Ihnen Orientierung, anhand von belastbaren Daten und gutachterlichen Einschätzungen. Wichtig ist uns, den klassischen Aufgaben des Barometers und Ihren Anforderungen als Nutzer\*innen mit Bilanzen, lückenlosen Zeitreihen und als Nachschlagewerk gerecht zu werden. Wir gehen ebenso auf die aktuelle Krisensituation ein, mit Benchmarkwissen und immer dann, wenn belastbare Daten vorliegen.

Bleiben Sie gesund!

Ihr Team des Sparkassen-Tourismusbarometers Niedersachsen

---

### Knapp 2 Mrd. Euro Umsatzausfall in den niedersächsischen Destinationen durch die Auswirkungen des Coronavirus im März und April 2020

Nach einer Hochrechnung des dwif ist allein für den März und April mit Umsatzeinbußen von rund 1,95 Mrd. Euro in den niedersächsischen Destinationen zu rechnen (Übernachtungs- und Tagestourismus). Hierbei wurde die teilweise bestehende, aber rückläufige Nachfrage in den ersten Märzwochen berücksichtigt und unterstellt,

dass die Reise- und Bewegungseinschränkungen bis mindestens Ende April andauern. Fahrtkosten für die An- und Abreise sowie die notwendigen Vorleistungen sind nicht berücksichtigt. Der Tagestourismus hat daran einen Anteil von 60 Prozent. Jeder weitere Monat bedeutet massive zusätzliche wirtschaftliche Schäden. Die Folgen für den Arbeitsmarkt sind derzeit noch nicht seriös abzuschätzen.

---

### Vorschau auf 2020 – Der Übernachtungstourismus

Der Marktanteil der Übernachtungen für die Monate März/April an einem Normaljahr liegt in Niedersachsen laut amtlicher Statistik zwischen knapp 14 und 16 Prozent (abhängig von Region und Destinationstyp). Dieser Wert gibt somit eine Orientierung für die zu erwartenden Nachfrageausfälle, hochgerechnet auf das Gesamtjahr und nach aktuellem Stand. Nach vorläufigen Schätzungen des dwif ist für den Übernachtungstourismus von Umsatzausfällen in Höhe von bis zu 750 Mio. Euro in den niedersächsischen Destinationen insgesamt für März/April 2020 auszugehen.

Neben den akuten Effekten ist im weiteren Saisonverlauf 2020 zu erwarten, dass die Feriendestinationen aufgrund von Stornierungen und einer Zurückhaltung bei Vorbuchungen (z.B. subjektives Unsicherheitsempfinden, (erwartete) Einkommensrückgänge) mit extremen

Nachfragerückgängen zu kämpfen haben werden, sich in jedem Fall aber auf ein Kurzfristgeschäft einstellen müssen. Gleichzeitig sind nach Lockerung der Restriktionen Anfragewellen und ein hoher Nachfragedruck auf die niedersächsischen Destinationen denkbar. Diese Faktoren werden sich auch auf die Preisgestaltung auswirken. Die konkreten Effekte sind derzeit allerdings noch nicht abzuschätzen.

In Städten mit starkem Veranstaltungsgeschäft ist eine weitere Zuspitzung zu erwarten, da immer mehr Veranstaltungen auch für den Mai oder Juni 2020 bereits abgesagt worden sind oder noch abgesagt werden, und der internationale Reiseverkehr länger brauchen wird, um wieder anzuspringen. Ob sich die Corona-Krise langfristig stärker auf den Deutschland-Tourismus oder den Outgoing-Tourismus der Deutschen auswirken wird und in welche Richtung, kann bislang noch niemand abschät-

zen. Zu erwarten ist allerdings, dass die künftige Tourismuslandschaft anders aussehen wird. Dazu zählen auch die Auswirkungen auf den internationalen Reiseverkehr

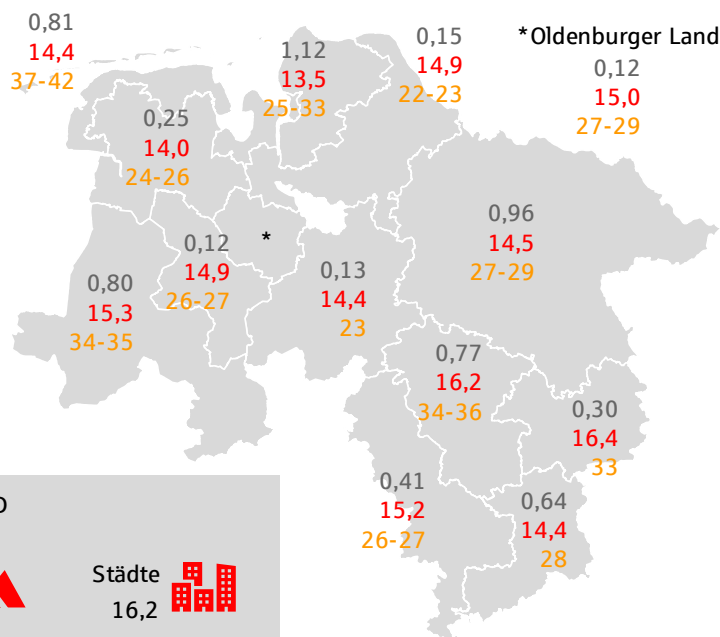
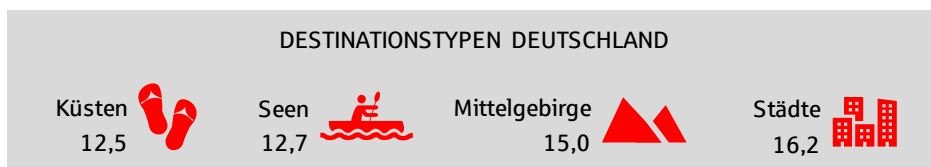
und die damit verbundenen Reiseströme (z.B. Reiseverhalten) und die Dienstleisterlandschaft (z.B. Airlines, Reiseveranstalter).

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

- 6,6 ÜN-Volumen (Mio.)
- 14,7 Anteil ÜN am Gesamtjahr (%)
- 29-31 Auslastungsspanne (%)



Anteil ÜN am Gesamtjahr (%)



Quelle: dwif März 2020, Daten Destatis/Landesamt für Statistik Niedersachsen (Nordseeküste (ohne Bremerhaven))

**Eine besondere Zeit für kommunale und regionale Tourismusorganisationen:**

Die Tourismusorganisationen landauf landab haben derzeit besondere Rollen inne. Auf der einen Seite sollen sie die Betriebe beraten, Marketing in Krisenzeiten realisieren, Krisenkommunikation meistern, umfassende Verbraucherinformationen liefern und Ideen/Konzepte für die Zeit nach der Krise entwickeln. Auf der anderen Seite stehen sie vor eigenen wirtschaftlichen Herausforderungen und Personalfragen. Ganz entscheidend ist eine verbindliche Abstimmung zwischen den Ebenen im System des Niedersachsen-Tourismus: Wer hat ganz akut welche Aufgaben und wo sind z.B. Tourismusorganisationen nicht gefragt, sondern die entsprechenden Behörden. Auch hier gilt: Orientierung geben, aber nicht alles auf allen Ebenen umsetzen wol-

len. Dazu braucht es derzeit einen engen Dialog zwischen allen relevanten Partnerinnen und Partnern. Am besten scheinen diejenigen Organisationen die Situation zu meistern, die schon vor der Krise stark auf ihre Managementaufgaben gesetzt haben und in ihren Ressourcen möglichst unabhängig von eigenerwirtschafteten Mitteln waren. Mittelfristig rücken, in puncto Zukunftsfähigkeit der Tourismusorganisationen selbst, aber auch die kommunalen Haushalte in den Mittelpunkt, die im Zuge der Corona-Krise stark unter Druck stehen. Tourismus zählt nach wie vor zu den freiwilligen Aufgaben und gleichzeitig sind die Gemeinden, Städte und Landkreise die wichtigsten Finanziers vieler Organisationen. Eine konkrete Folgenabschätzung ist derzeit allerdings noch nicht möglich.

**Was bedeutet die Corona-Krise für Betriebe & Destinationen in Niedersachsen?**

- Krisenmanagement, Sicherung der Unternehmen, möglichst Bindung der Mitarbeiter, Zeit nutzen für Qualifizierungsmaßnahmen digital
- mögliche kurzfristige Aktivitäten: Krisenkommunikation, innovative (virtuelle) Erlebnisse entwickeln,
- Alternativmärkte erschließen
- sich schon jetzt auf die Zeit nach der Krise einstellen

- Kund\*innenbindungsmaßnahmen und eine transparente Kommunikation der Destinationen/Betriebe schon jetzt angehen (Vertrauensaufbau zwischen Gastgeber\*innen und Gästen)
- Wunsch der Menschen, sich aus den Einschränkungen zu „befreien“ als wichtiger Faktor in der Phase der Wiederaufnahme der Reiseaktivitäten (sich auf schrittweise hohe Reiseintensitäten bei Tages- und Übernachtungsreisen vorbereiten)

### Einschätzungen zur Regenerationsgeschwindigkeit

#### Kurzreisen: schnell

- rasche Regeneration mit Nachholeffekten wahrscheinlich
- relativ rasches Abflauen der Auswirkungen der Krise auf Normalniveau

#### To do's:

- kreative Erlebnisangebote, zielgruppenorientierte Kommunikationsstrategie
- rechtzeitig differenzierte, zielgruppenspezifische Produkte/ Angebotsstrategien entwickeln
- stärker gewordene Preissensibilität und ggf. (temporär) geringeres verfügbares Einkommen bei Teilen der Nachfrager berücksichtigen

#### Allgemeiner Geschäftsreiseverkehr: schnell

- schnelle Regeneration mit Nachholeffekten wahrscheinlich
- relativ rasches Abflauen der Auswirkungen der Krise auf Normalniveau
- Je länger Krise dauert, desto prägender werden Erfahrungen neu eingeübter digitaler Kommunikationsformate mit möglichen Auswirkungen

#### To do's:

- vor allem Informationen zur aktuellen Situation bei Mobilität, Unterkünften, Gastronomie
- Kooperation mit Unternehmern und Mobilitätsanbietern

#### Längere Urlaubsreisen: mittel

- Regenerationsgeschwindigkeit je nach Dauer der Krise und Zeitpunkt der Normalisierung unterschiedlich

- Je länger sie dauert, desto stärker werden Effekte aus Kurzarbeit, Arbeitslosigkeit, Einkommensausfällen bei einem Teil der Nachfrager etc. wirken
- Inland-/Auslandrelation noch nicht vorhersehbar

#### To do's:

- rechtzeitig differenzierte, zielgruppenspezifische Produkte/ Angebotsstrategien entwickeln
- durch die Krise stärker gewordene Preissensibilität und ggf. (temporär) geringeres verfügbares Einkommen bei Teilen der Nachfrager berücksichtigen

#### MICE-Sektor: mittel

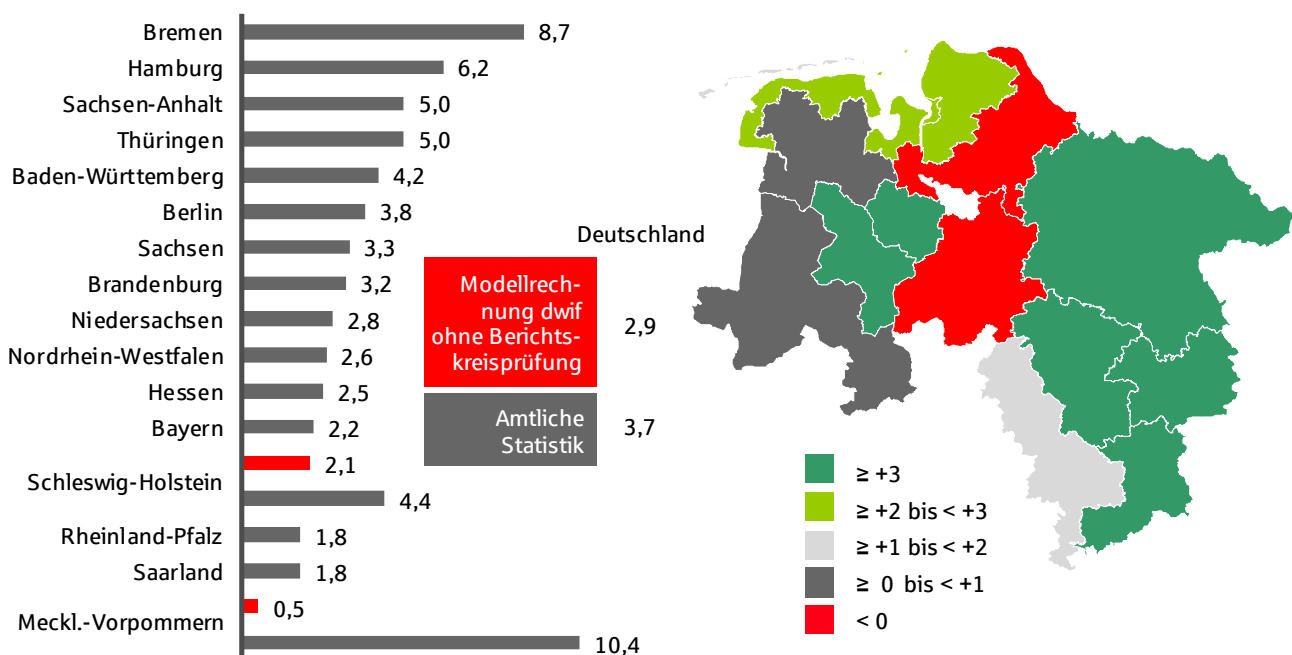
- (sehr) rasche Regeneration bei kleineren Veranstaltungen
- Totalausfälle 2020 bzw. Verschiebungen größerer Events mindestens im gesamten 1. Halbjahr 2020
- Je länger Krise dauert, desto prägender werden Erfahrungen neu eingeübter digitaler Kommunikationsformate mit möglichen Auswirkungen auf kleine Meetings

#### To do's:

- Vorbereitung auf Regenerationsphase in Kooperation mit Tagungshotellerie, Caterern, Veranstaltungsstätten, PCOs, Convention Offices und allen weiteren am MICE-Markt Beteiligten

**Hinweis:** Aufgrund der aktuellen Situation rund um das Corona-Virus und die Auswirkungen auf den Tourismus in Niedersachsen verzichten wir in diesem Kurzbericht auf eine ausführliche Darstellung der amtlichen Übernachtungsstatistik für das Jahr 2019. Eine grobe Übersicht finden Sie nachrichtlich in der folgenden Infografik. Eine ausführliche Analyse erfolgt im Jahresbericht 2020.

Gewerbliche Übernachtungen 2019 ggü. 2018 (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten, Entwicklungen in %)



Quelle: dwif März 2020, Daten Destatis/Landesamt für Statistik Niedersachsen (Nordseeküste (ohne Bremerhaven))

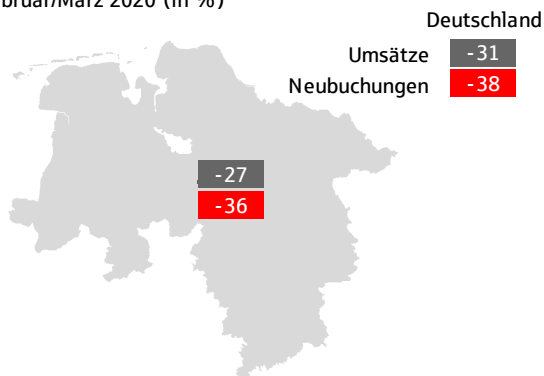
## Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe

Nach mehreren Rekordjahren in Folge und erfolgreichen Zeiten des Wachstums wird das Gastgewerbe durch die Auswirkungen der Corona-Krise auf eine harte Probe gestellt. Erste Analysen von Fairmas und STR weisen in der deutschen Hotellerie deutlich zweistellige Auslastungsrückgänge bereits in der ersten Märzhälfte aus. Bis Ostern werden die Übernachtungsumsätze aufgrund der Schließungen auf nahezu Null sinken. Gleiches gilt für die Gastronomie.

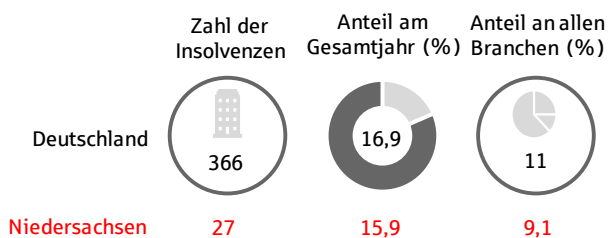
### Auswirkungen des Coronavirus – DEHOGA-Umfrage März<sup>1</sup>

Bereits Anfang März hat der DEHOGA eine Blitzumfrage im Hotel- und Gaststättengewerbe gestartet, an der knapp 10.000 Betriebe aus dem gesamten Bundesgebiet teilnahmen. Damit zeigten sich schon Tage vor landes- und bundesweiten Maßnahmen wie dem touristischen Übernachtungsverbot oder Gastronomieschließungen die Auswirkungen der Corona-Krise bei Umsätzen und Neubuchungen. Bis zum 04./05. März ist der Umsatz bei den teilnehmenden Unternehmen im Schnitt um 31 % zurückgegangen, die Neubuchungen sogar um 38 %. Aktuelle Zahlen werden in Kürze vorliegen.

Rückgänge bei Umsatz und Neubuchungen im Gastgewerbe Februar/März 2020 (in %)



Ø Insolvenzverfahren im Gastgewerbe in den Monaten März/April 2017-2019



Quelle: dwif 2020, Daten DEHOGA- Blitzumfrage März 2020, Statistisches Bundesamt

### Betriebsschließungen im Gastgewerbe in Normaljahren

Unabhängig von der aktuellen Situation kämpfen viele gastgewerbliche Betriebe auch in Normaljahren im 1. Quartal mit Liquiditätsengpässen, da die Monate Januar bis März erfahrungsgemäß zu den umsatzschwächeren des Geschäftsjahres gehören. Dies erklärt vermutlich auch, wieso knapp 17 Prozent der Insolvenzen im Gastgewerbe deutschlandweit in den letzten 3 Jahren auf die Monate März/April entfielen. Mit rund 16 Prozent liegt Niedersachsen auf einem ähnlichen Niveau.<sup>2</sup>

### Hohe Kosten und geringe Liquidität bedrohen Existenzen

Durch die vergleichsweise niedrigen Eigenkapitalquoten verfügen die meisten gastgewerblichen Betriebe über wenig Reserven, eine derartige Krise länger durchzustehen. In Niedersachsen sind die Beherbergungsbetriebe etwas besser aufgestellt als ihre bundesdeutschen Kolleg\*innen. In der niedersächsischen Gastronomie gibt es hingegen kaum Spielraum. Doch nicht nur die dramatischen Umsatzeinbußen treffen die Branche. Personal- und Mietaufwandsquoten von in Summe rund 40 Prozent drücken auf die Liquidität.

Die Cashflow-Rate (Innenfinanzierungskraft) liegt im niedersächsischen Gastgewerbe zwischen 14 Prozent und 17 Prozent. Der eher niedrige Wert macht deutlich, welche geringen Mittel den Betrieben aus eigener Kraft für die notwendigen Maßnahmen in Erneuerungen, Renovierungen etc. im Allgemeinen zur Verfügung stehen.

Ein Blick in die Umsatzsteuerstatistik zeigt, wie kleinteilig das Hotel- und Gaststättengewerbe geprägt ist. 86 Prozent der Betriebe haben einen Jahresumsatz von unter 500.000 Euro, bei 4 von 10 Betrieben beträgt dieser sogar weniger als 100.000 Euro. Einem durchschnittlichen Betrieb im deutschen Hotel- und Gaststättengewerbe stehen lediglich knapp 56.000 Euro an Cash-Flow zur Verfügung, um sich selbst zu finanzieren, auch ohne eine Corona-Krise und damit einhergehende Umsatzeinbußen.

<sup>1</sup> DEHOGA-Blitzumfrage März 2020

<sup>2</sup> Statistisches Bundesamt 2020

		Eigenkapital (in %)	Personalaufwand (in %)	Mietaufwand (in %)	Investitionsquote (in %)	Cash-Flow (in %)	dyn. Verschuldung (Jahre)*
Niedersachsen	Beherbergung	16,2	32,5	6,0	3,1	16,5	3,8
	Gastronomie	0,6	32,9	7,4	1,1	14,2	2,5
Deutschland	Beherbergung	13,8	32,3	6,9	2,0	14,8	4,1
	Gastronomie	4,1	33,3	7,5	1,4	13,7	2,2

Quelle: dwif 2020, Daten SVN 2020, Jahreswerte aus 2018, entsprechen dem Median 10.000 Euro Innenfinanzierungskraft bei kleinen Betrieben  
\* Der Dynamische Verschuldungsgrad gibt an, wie lange es dauern würde, bis die Verbindlichkeiten durch den Cash-Flow abbezahlt werden könnten.

In Niedersachsen zeigt sich folgendes Bild: im Gastgewerbe liegt die Innenfinanzierungskraft bei rund 50.000 Euro. Dabei schneiden Beherbergungsbetriebe deutlich besser ab (74.000 Euro) als gastronomische Unternehmen (41.000 Euro). Daraus resultieren Investitionsquoten von bis zu 3 Prozent. Die aktuellen Entwicklungen lassen jedoch die Befürchtung zu, dass viele Betriebe ihre Investitionen bis auf Weiteres zurückstellen.

### Was bedeutet die Corona-Krise für die Betriebe in Niedersachsen?

- schnelle Unterstützung von außen für viele Betriebe wichtig
- staatliche Hilfsmaßnahmen in Form von Kurzarbeitergeld, Kapitalzuflüssen, Kostenentlastungen, Steuererleichterungen, Bürgschaften etc. sollten schnell und unbürokratisch verfügbar sein
- Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung ergreifen (Weiter- und Ausbildung, E-Learning)
- unternehmensintern Fixkosten wo möglich senken, Betriebsabläufe für die Zeit nach der Krise optimieren, (Basis)Instandhaltungsmaßnahmen vornehmen
- Kommunikation mit Kund\*innen und Partnern (z.B. Zulieferern) aufrechterhalten
- zusätzliche Zinsbelastungen und Umsatzeinbußen könnten künftige Investitionen behindern

### Einschätzungen zur Regenerationsgeschwindigkeit

**Gastronomie: schnell, Beherbergung: mittel**

### Tagesreisen und Freizeitwirtschaft in Niedersachsen

Der Tagestourismus ist ein milliardenschweres Standbein im Tourismus in Niedersachsen und wichtig für eine kontinuierliche Auslastung vieler Betriebe über das gesamte Jahr hinweg.

### Vorschau auf 2020 – Tagesreisen und Freizeitwirtschaft

Nach einer vorläufigen Schätzung des dwif könnten sich die Umsatzauffälle für die beiden Monate März und April 2020 im niedersächsischen Tagestourismus auf bis zu 1,2 Mrd. Euro belaufen. Bei den derzeit in Niedersachsen geschlossenen Kultur- und Freizeitein-

### Folgende Webseiten geben den Betrieben des Hotel- und Gaststättengewerbes Hilfestellungen

- Kurzarbeitergeld:  
[www.arbeitsagentur.de/news/corona-virus-informationen-fuer-unternehmen-zum-kurzarbeitergeld](http://www.arbeitsagentur.de/news/corona-virus-informationen-fuer-unternehmen-zum-kurzarbeitergeld)
- Sparkassen Finanzgruppe mit einer Checkliste zum Krisenmanagement für Unternehmen:  
[www.sparkasse.de/aktuelles/coronavirus-krisenmanagement-firmenkunden.html](http://www.sparkasse.de/aktuelles/coronavirus-krisenmanagement-firmenkunden.html)
- Die NBank stellt Informationen für Niedersachsen zur Verfügung und berät zu Förderinstrumenten. Die Beantragung ist bereits möglich: [www.Nbank.de](http://www.Nbank.de)
- KfW-Sonderprogramme (u.a. Investitionen und Betriebsmittel) für kleine und mittlere Unternehmen sowie für mittelständische und große Unternehmen mit hoher Risikoübernahme: [www.kfw.de](http://www.kfw.de)
- Eine Übersicht über die Hilfspakete der Bundesländer. Die Seite wird fortlaufend aktualisiert:  
[www.corona-navigator.de](http://www.corona-navigator.de)

(Stand 08. April 2020)

richtungen (nach aktuellem Stand bis mindestens zum 18. April 2020) ist ein Besucherausfall um voraussichtlich 7 bis 17 Prozent (je nach Angebotstyp) allein für den Zeitraum März/April 2020 im Vergleich zu einem Normaljahr zu erwarten.

Zudem gehören die Einrichtungen, die derzeit von Schließungen betroffen sind, zu den Top-Aktivitäten der Ausflügler\*innen. Der gravierende Rückgang bzw. das vollständige Erliegen von Ausflügen und Tagesgeschäftsreisen angesichts der Schließungen in den Monaten März und April 2020 ist eine Tatsache, da sogar Besuche von Verwandten und Bekannten, Outdooraktivitäten, erst recht von Veranstaltungen und Sehenswürdigkeiten etc. spätestens ab dem dritten März-Wochenende 2020 nicht mehr möglich waren.

Ein Hoffnungsschimmer: Der Tagestourismus ist ökonomisch sehr wichtig und wird sich gleichzeitig am schnellsten von allen Marktsegmenten erholen. Teile der Branche wie die Gastronomie, die Kultur- und Freizeitwirtschaft und der Einzelhandel können somit auch kurzfristig wieder Umsätze generieren, sobald die Restriktionen gelockert werden.

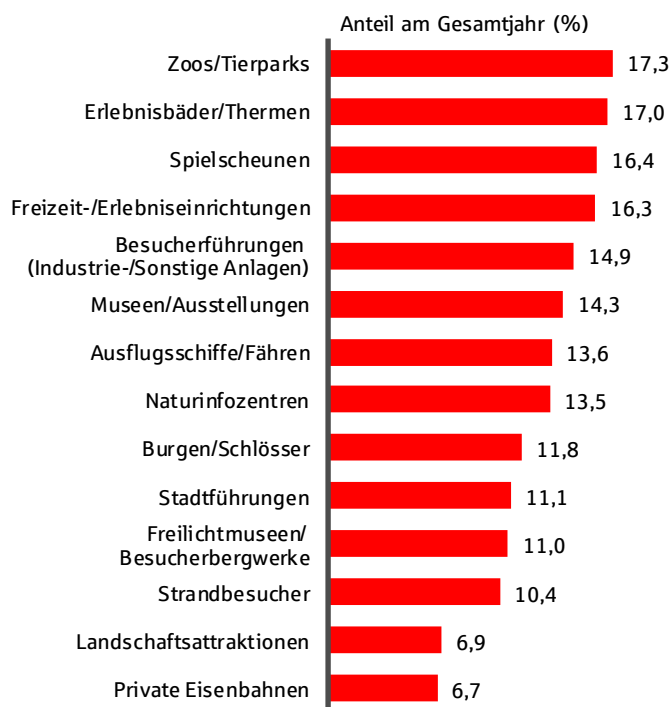
### Was bedeutet die Corona-Krise für Betriebe & Destinationen in Niedersachsen?

- frühzeitig auf Boom einstellen
- Mobilität in Zielgebiete(n) organisieren
- frühzeitig Kommunikationsstrategie entwickeln

### Einschätzung zur Regenerationsgeschwindigkeit Tagesreisen und Freizeitwirtschaft: sehr schnell

- sofortige Regeneration mit starken Nachholeffekten in allen Teilsegmenten zu erwarten
- allmähliches Abflauen der Auswirkungen der Krise auf Normalniveau
- Zunächst Regeneration im Wohnumfeld und bei geringen Entfernungen

Durchschnittliche Besucherzahlen in der Freizeitwirtschaft in den Monaten März/April 2017-2019



Besuchervolumen  
2,4 Mio. in rd. 170 Einrichtungen  
Anteil am Gesamtjahr: 15,2%

Quelle: dwif März 2020, Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

### Kurzbefragung Freizeitwirtschaft und Tourismusorganisationen

Wir haben unsere Netzwerke mobilisiert – Sie – und in der vergangenen Woche bei den lokalen und regionalen Tourismusorganisationen sowie in der Freizeitwirtschaft eine Kurzbefragung zu den Auswirkungen der Corona-Krise durchgeführt. Die Themen: wirtschaftliche Effekte, Personalsituation, besondere Aktivitäten und Maßnahmen, Krisenkommunikation. Insgesamt haben 210 Orte und Regionen sowie 170 Freizeiteinrichtungen in insgesamt zehn Bundesländern an der Befragung teilgenommen, ein überragendes Echo. Herzlichen Dank dafür! Die Ergebnisse der ersten Befragungsrunde – die wir ab jetzt monatlich wiederholen werden – haben wir Ihnen im Folgenden zusammengestellt.

#### Wirtschaftliche Effekte in der Freizeitwirtschaft

99 Prozent der befragten Einrichtungen in der Freizeitwirtschaft haben derzeit geschlossen. Jede vierte Einrichtung sieht sich in ihrer Existenz bedroht (siehe Abb. rechts). Dies betrifft vor allem privatwirtschaftliche Akteure, während die Situation für Einrichtungen in kommunaler Trägerschaft derzeit zwar angespannt, aber weniger existenziell scheint.

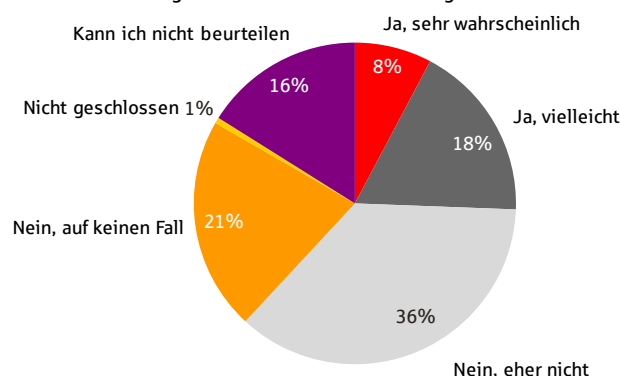
#### Auswirkungen auf unterschiedliche Branchensegmente

Nach Einschätzung der lokalen und regionalen Tourismusakteure sind insbesondere die Branchensegmente Gastronomie, gewerbliche Beherbergungsbetriebe und Eventanbieter in ihrer Existenz bedroht. Akteure aus Niedersachsen, Thüringen und Westfalen-Lippe sind weniger pessimistisch als Vertreter aus Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein, Brandenburg und Sachsen-Anhalt.

Bei möglichen Regenerationsgeschwindigkeiten erwarten die Touristiker zunächst ein Anspringen des Tagesreisemarktes zusammen mit der Gastro-

nomie. Besonders längere Reisen, der MICE-Markt und der Incoming-Tourismus werden nach Experteneinschätzung länger brauchen, um sich zu erholen. Dies deckt sich mit den Erwartungen des dwif. Unterschiede bei einzelnen Beherbergungstypen sehen die Befragten nicht (siehe Tab. unten).

Freizeitwirtschaft: Ist durch die Corona-bedingt Schließung Ihrer Freizeiteinrichtung die Existenz der Einrichtung bedroht?



Quelle: dwif 2020, Befragung Freizeiteinrichtungen

Orte/Regionen: Wie schätzen Sie die Regenerationsgeschwindigkeit der folgenden Marktsegmente und Angebotsgruppen nach Beendigung der Ausgangs- und Reisebeschränkungen in Deutschland ein?

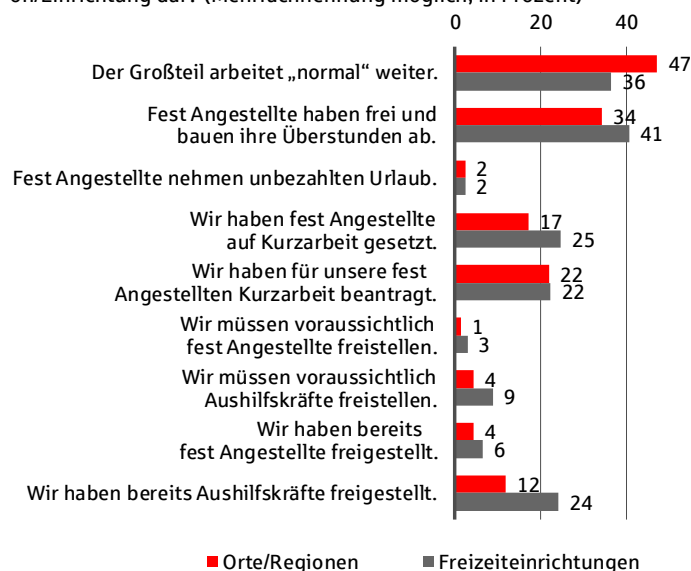
	rasch wieder ansteigende Nachfrage	mäßig wieder ansteigende Nachfrage	sehr langsam wieder ansteigende Nachfrage	kann ich nicht einschätzen
Tagesreisen/Freizeitwirtschaft	72,7 %	20,0 %	4,9 %	2,4 %
Kurzreisen	47,8 %	41,0 %	8,8 %	2,4 %
Längere Reisen	3,4 %	41,9 %	48,8 %	5,9 %
Klassischer Geschäftsreisemarkt	36,6 %	34,7 %	16,3 %	12,4 %
MICE-Markt	4,1 %	27,9 %	25,4 %	42,6 %
Incoming-Tourismus	6,6 %	30,6 %	43,9 %	18,9 %
Gastronomie	59,6 %	35,0 %	2,5 %	3,0 %
Beherbergungsbetriebe (Ketten)	15,7 %	57,6 %	9,1 %	17,7 %
Beherbergungsbetriebe: KMU (kleine und mittlere Betriebe)	17,6 %	60,8 %	16,2 %	5,4 %
Beherbergungsbetriebe (Privatvermieter)	25,2 %	55,3 %	16,5 %	2,9 %

Quelle: dwif 2020, Befragung Orte/Regionen (Werte in Klammern = niedrige Fallzahlen)

### Personalsituation

Im Großteil der Organisationen und Freizeiteinrichtungen wird derzeit noch normal weitergearbeitet bzw. werden Überstunden abgebaut. Etwas mehr als jeder fünfte Befragte gibt jeweils an, Kurzarbeit bereits umzusetzen oder beantragt zu haben. Die Freistellung von Mitarbeitern erfolgt derzeit vor allem bei Aushilfskräften (siehe Abb. unten).

Wie stellt sich die aktuelle Personalsituation in Ihrer Organisation/Einrichtung dar? (Mehrfachnennung möglich, in Prozent)



Quelle: dwif 2020, Befragung Orte/Regionen und Freizeiteinrichtungen

### Bewertung Krisenmanagement

Über 90 Prozent der befragten Organisationen und Freizeiteinrichtungen fühlen sich in ihren Bundesländern sehr gut oder gut über die Einschränkungen durch das Corona-Virus informiert. Auch beim Thema Kurzarbeitergeld ist der Informationsstand gut ausgeprägt (siehe Tab. Unten). Bei arbeitsrechtlichen Auswirkungen gibt es ebenso wie bei weiteren Unterstützungsmaßnahmen (z.B. Darlehen und Bürgschaften) noch einen höheren Aufklärungsbedarf. Zudem wird insbesondere auf mehr Transparenz angesichts der vielen unterschiedlichen Instrumente und einen hohen Unterstützungsbedarf bei Betrieben bis 50 Mitarbeitern hingewiesen.

Wie bewerten Sie das Krisenmanagement insgesamt in Ihrem Bundesland: Wie gut fühlen Sie sich in folgenden Bereichen informiert? (sehr gut/gut)

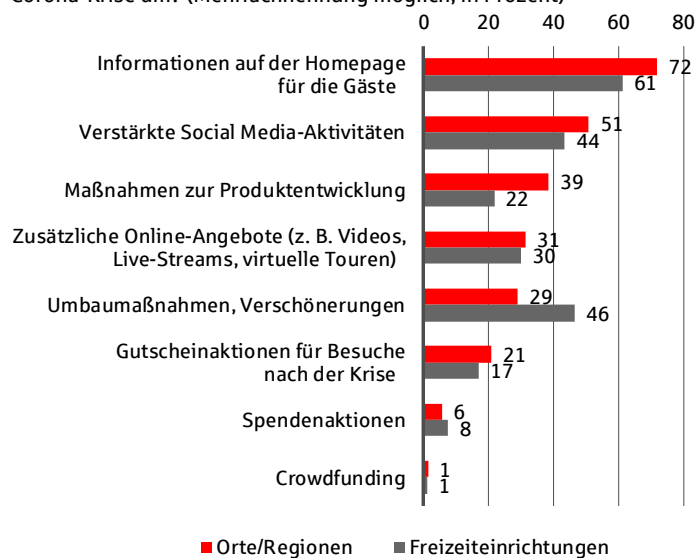
	Orte/Regionen										Freizeiteinrichtungen
	BB	MV	NI	SH	SL	SN	ST	TH	WL		
Allg. Informationen zu den Einschränkungen durch das Corona-Virus	91%	95%	97%	100%	(100%)	93%	(90%)	(90%)	100%	98%	
Informationen zu arbeitsrechtlichen Auswirkungen	76%	63%	69%	79%	(100%)	64%	(70%)	(70%)	77%	68%	
Kurzarbeitergeld	83%	76%	83%	83%	(83%)	92%	(63%)	(78%)	88%	76%	
Kredite/Darlehen o.ä.	58%	67%	84%	77%	(57%)	78%	(83%)	(71%)	79%	56%	
Staatliche Bürgschaften	44%	69%	50%	68%	(40%)	75%	(50%)	(75%)	84%	47%	
Liquiditätszuschüsse	76%	80%	70%	70%	(60%)	63%	(78%)	(88%)	85%	65%	
Stundung von Steuervorauszahlungen / Sozialversicherungsabgaben	64%	75%	67%	90%	(75%)	63%	(71%)	(71%)	75%	63%	

Quelle: dwif 2020, Befragung Orte/Regionen und Freizeiteinrichtungen (Werte in Klammern = niedrige Fallzahlen)

### Aktivitäten und Maßnahmen

Kommunikation steht in Krisenzeiten an erster Stelle. Knapp jeder dritte Befragte bietet zusätzliche Online-Angebote für virtuelle Erlebnisse und besonders Tourismusorganisationen nutzen die Zeit für die Produktentwicklung. Erfreulich: Fast die Hälfte der Freizeiteinrichtungen nutzt die Schließzeit für Umbaumaßnahmen oder Instandsetzungen (siehe Abb. unten).

Setzen Sie besondere Aktivitäten/Maßnahmen/Aktionen während der Corona-Krise um? (Mehrfachnennung möglich, in Prozent)



### Sparkassen-Tourismusbarometer Niedersachsen – Ihre Ansprechpartner:

Freizeitwirtschaft:  
dwif-Consulting GmbH  
Anja Schröder  
030/757 949-31  
www.dwif.de  
wetterstationen@dwif.de

Bereichsleitung Tourismusbarometer:  
dwif-Consulting GmbH  
Karsten Heinsohn  
030/757 949-30  
www.dwif.de  
k.heinsohn@dwif.de

Auftraggeber:  
Sparkassenverband Niedersachsen  
Kerstin Peters  
0511/3603-542  
www.svn.de  
kerstin.peters@svn.de