



# Tourismusbarometer Rheinland

## INHALT

---

I.	EINFÜHRUNG.....	- 5 -
II.	RHEINLAND-TOURISMUS IM WETTBEWERBSVERGLEICH .....	- 6 -
	1. Rahmenbedingungen .....	- 6 -
	2. Touristische Nachfrage.....	- 7 -
	3. Touristisches Angebot.....	- 17 -
	4. Betriebstypen im Vergleich.....	- 19 -
	5. Destinationstypen im Vergleich.....	- 21 -
III.	WIRTSCHAFTLICHE LAGE IM GASTGEWERBE.....	- 27 -
	1. Vorschau auf 2020: Das Gastgewerbe in Zeiten der Corona-Pandemie.....	- 27 -
	2. Konjunktur- und Marktentwicklung .....	- 29 -
	3. Saisonumfrage der IHK.....	- 33 -
	ANHANG.....	- 36 -

### INTERNER GEBRAUCH UND BILDQUELLEN

Zur Veranschaulichung von guten Beispielen und Vorbildern werden im Bericht Fotos und Abbildungen verwendet, für die dem dwif keine Rechte zur allgemeinen Veröffentlichung vorliegen. Deshalb ist dieser Teil des Berichts ausdrücklich nur für den internen Gebrauch bestimmt. Mit Ausnahme der Fotos und Abbildungen, für die der Auftraggebende selbst oder das dwif über Bildrechte verfügen, dürfen diese nicht weitergegeben oder öffentlich publiziert werden. Die Fundstellen im Internet sind jeweils unter den Fotos und Abbildungen im Bericht vermerkt.

## Vorwort

Das Rheinland ist eine besondere Region. Das wissen nicht nur wir, sondern auch die mehr als 15 Millionen Übernachtungsgäste, die uns 2019 besucht haben: Ein weiteres Rekordjahr in Folge! Hinzukommen noch weitere Millionen Tagestouristen, die unsere Städte, Kultur, Natur und den Rhein wertschätzen.

Umso frappierender haben die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie die Tourismusbranche getroffen: Im März hieß es daher „Nichts geht mehr“, egal ob Besuche im Restaurant, Museum, Teilnahme an Großveranstaltungen, Messen oder Hauptversammlungen. Dies hatte weitreichende negative Folgen auf das nachgelagerte Gastgewerbe. Wie schlimm der Schaden gewesen ist, lässt sich jetzt noch nicht abschließend beurteilen. Wichtig ist jetzt, dass der Geschäfts- und Freizeittourismus wieder angekurbelt wird, um die Branche vor weiteren Schäden zu bewahren!

Das vorliegende „Tourismusbarometer Rheinland 2020“ soll hier eine wichtige Hilfestellung geben: Zum einen wird das zurückliegende Jahr 2019 näher beschrieben, was wertvolle Auskünfte über die Pre-Covid-19-Situation gibt. Zum anderen wird die Regenerationsfähigkeit der Branche untersucht und abgeschätzt, wie die Rekordwerte von 2019 wieder erreicht werden können. Doch wie lange wird das dauern? Wie kann der Tourismus das erreichen? Hat die Covid-19-Pandemie langfristige Auswirkungen auf unser Freizeit- und Urlaubsverhalten? Das dritte Tourismusbarometer Rheinland der IHK Initiative Rheinland und der IHK für Essen, Mülheim an der Ruhr, Oberhausen zu Essen soll helfen, diese Fragen zu beantworten.

Angenehme Lektüre wünschen Ihnen



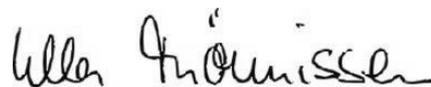
Gregor Berghausen  
Hauptgeschäftsführer  
IHK Düsseldorf



Dr. Hubertus Hille  
Hauptgeschäftsführer  
IHK Bonn/Rhein-Sieg



Kirsten Jahn  
Sprecherin der Geschäftsführung  
Metropolregion Rheinland e. V.



Ulla Thönnissen  
Geschäftsführerin  
Metropolregion Rheinland e. V.

## Zusammenfassung

- Die Corona-Krise trifft den Tourismus schwer. Sie wird Nachfrage und Angebot im Rheinland-Tourismus strukturell verändern. In einem Normaljahr – basierend auf dem Durchschnitt der Jahre 2017 bis 2019 – wird in den Monaten März bis Mai bei den gewerblichen Übernachtungen im Rheinland-Tourismus ein Anteil von rund 25 Prozent des Gesamtjahres erwirtschaftet. Aufgrund der anhaltenden Restriktionen werden die Betriebe ihre Kapazitäten noch über einen längeren Zeitraum hinweg nicht vollständig hochfahren können.
- Der Rheinland-Tourismus befand sich bis zur Corona-Krise in einer starken Ausgangssituation. 2019 war das zehnte Rekordjahr in Folge. Mit 29,8 Millionen Übernachtungen verbuchten die rund 2.400 gewerblichen Beherbergungsbetriebe im Rheinland (ab zehn Schlafgelegenheiten) mehr als eine Million Übernachtungen mehr als im Vorjahr.
- Der Auslandstourismus hatte die kurzfristige Wachstumspause überwunden und nahm 2019 wieder an Fahrt auf. Entgegen dem Bundestrend war der Auslandstourismus jedoch nur in zwei der acht Regionen der Wachstumsmotor. Dabei hängt die Dynamik vieler ausländischer Quellmärkte auch eng mit dem jeweiligen Messe- bzw. Kongressjahr zusammen, so dass die Auswirkungen der Corona-Pandemie hier (Incoming- und MICE-Segment) in doppelter Hinsicht negativ wirken.
- Beherbergungskapazitäten: Zwischen 2017 und 2019 war eine dynamische Entwicklung zu erkennen. Die Statistik wies 2019 knapp 9.000 zusätzliche Schlafgelegenheiten gegenüber dem Vorjahr aus. Erfreulicherweise stieg die Auslastung in allen Regionen mittelfristig an. Allerdings zeigen sich kurzfristig in einigen Regionen Tendenzen von Marktsättigung.
- Differenziert nach Betriebstypen schwammen die Hotelbetriebe mit zahlreichen Neueröffnungen auf der Erfolgswelle. Während die Gruppenunterkünfte eine stabile Performance hinlegten, war ein Angebotsausbau auf dem Ferienwohnungsmarkt zu beobachten. Auch Campingplätze erfreuten sich zunehmender Beliebtheit. Gerade die beiden letztgenannten mit ihren autarken Versorgungsmöglichkeiten laufen auch in der aktuellen Re-Start-Phase am schnellsten wieder an.
- Für das Gastgewerbe ist die Corona-Krise ein echter Stresstest: Mehr als jeder zweite Betrieb im Rheinland befürchtet, dieses Jahr Insolvenz anmelden zu müssen. In jedem Fall ist trotz der Lockerungen mit deutlichen Umsatzrückgängen über das Jahr gesehen zu rechnen. Vor der Krise hatten sich die Umsätze im Gastgewerbe erfreulich entwickelt. Zimmerpreise, Auslastung und RevPAR waren in den rheinländischen Städten teils deutlich gestiegen.
- Laut DIHK-Saisonumfrage stellt der Fachkräftemangel das größte Risiko für den wirtschaftlichen Erfolg der Betriebe dar. Zudem stieg die Zahl unbesetzter Ausbildungsstellen 2019 weiter an. Zwar konnten in der Krise durch die Kurzarbeiterregelung kurzfristig oftmals Entlassungen vermieden werden, die mittelfristige Perspektive ist jedoch noch nicht absehbar.
- Die Investitionslaune im Rheinland hat sich im Vergleich zu Deutschland und Nordrhein-Westfalen verschlechtert. In Verbindung mit der Corona-Krise sind Instandhaltungstau und Qualitätsverlust zu befürchten.

## I. EINFÜHRUNG

Das Tourismusbarometer Rheinland, herausgegeben von der IHK-Initiative Rheinland in Kooperation mit der IHK zu Essen, erscheint 2020 zum dritten Mal. Wissenschaftlich betreut und durchgeführt wird es von der dwif-Consulting GmbH.

Vorrangiges Ziel des Tourismusbarometers ist die kontinuierliche, problemorientierte Beobachtung der Tourismusedwicklung im Rheinland und seinen Regionen. Das Tourismusbarometer macht den Nutzer aufmerksam auf Erfolge und Misserfolge sowie auf wichtige strukturelle Veränderungen der Tourismusedwicklung. Als Frühwarnsystem dient es dazu, rechtzeitig auf problematische Dynamiken hinzuweisen und Handlungsbedarf zu identifizieren.

Das kontinuierliche Monitoring ermöglicht zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche. Letztlich soll das Tourismusbarometer die Entscheidungsfindungen für Infrastrukturentwicklung und Marketing erleichtern.

Das Tourismusbarometer ermöglicht durch den Einsatz eines jährlich gleichbleibenden Datensets strukturelle, (über-)regionale Vergleiche und Einschätzungen zur Angebots- und Nachfrageentwicklung des Tourismus im Rheinland und seinen Regionen.

Abb. 1: Module des Rheinland-Tourismusbarometers



Quelle: dwif 2020

In der Auswertung des touristischen Angebots und der touristischen Nachfrage werden das Rheinland sowie seine sieben Teilregionen analysiert: Niederrhein, Köln und Rhein-Erft-Kreis, Düsseldorf und Kreis Mettmann, Eifel und Region Aachen, Bonn und Rhein-Sieg-Kreis, das Bergische Land sowie das Bergische Städtedreieck. Hinzu kommen die drei Städte Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr, die in einem IHK-Bezirk vereint sind. Die Zuordnung der einzelnen Stadt- und Landkreise zu den Reisegebieten ist in Anhang 19 dargestellt. In den tabellarischen Anhängen sind zudem die detaillierten Daten zu den Kammerbezirken aufgeführt.

## II. RHEINLAND-TOURISMUS IM WETTBEWERBS- VERGLEICH

### 1. Rahmenbedingungen

Nichts ging mehr. Von einem Tag auf den anderen der absolute, globale Shutdown. Den Tourismus traf die Corona-Krise sehr früh, überall auf der Welt, mit voller Wucht und in all seinen Facetten, und er wird die Folgen noch lange spüren, bis wieder so etwas wie Normalität eintreten wird. Aber welche Normalität wird das sein? Zurück zum business as usual, oder wird es eine neue, andere Normalität sein? Werden sich Reisesströme und das Reiseverhalten dauerhaft ändern oder rasch wieder in den bekannten Bahnen bewegen?

Für belastbare Antworten darauf ist es viel zu früh, solange die Grenzen noch nicht wieder alle offen sind, noch nicht alle Verkehrsmittel wieder genutzt werden können, und solange noch nicht alle Akteure – vom Hotel bis zum Gästeführer, von der Gastronomie bis zum Tagungszentrum, ihre volle Kapazität und ihre gesamte Leistungspalette anbieten können. Und selbst wenn das wieder der Fall ist: Werden die Menschen dann sofort und sehr rasch zu ihren alten Reisepräferenzen zurückkehren oder wird Corona sie verändern?

Die Zahlen des Jahres 2020, soweit sie denn zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses für diesen Bericht schon vorlagen, sprechen eine eindeutige, katastrophale Sprache. Aber sie sind nur unvollständig und vorläufig. So manche Effekte – zum Beispiel langfristige Freistellungen von Mitarbeitern, die Auswirkungen auf die Bilanzen der Unternehmen, Insolvenzen und damit auf mögliche dauerhafte wirtschaftliche Schäden, die das gesamte Angebotsspektrum im Tourismus verändern – werden erst als Spätfolgen auftreten beziehungsweise sich erst im Laufe der Zeit zuverlässig messen lassen. Umso wichtiger ist ein fundierter Blick in die Ausgangssituation 2019, also auf die Zeit unmittelbar vor Krisenbeginn. Das IHK-Tourismusbarometer trägt seinen Teil dazu bei. Da, wo schon möglich, werden Bezüge zu den Auswirkungen der Krise hergestellt. Aber erst nach den Tourismusjahren 2020 bzw. 2021 wird das (ganze) Ausmaß deutlich werden.

Die Corona-Krise bewirkte zudem ein verblüffendes Paradoxon: Der totale Shutdown, der Zwang zum generellen Stopp, zur Untätigkeit, führte bei vielen Akteuren im Tourismus zu einer bisher nie erlebten Dynamik, Hektik, Betriebsamkeit. Gerade weil nichts mehr ging, galt es zu handeln. Sofort. Schließungen, Kurzarbeit, Entlassungen, Kündigung von Lieferantenverträgen, Anträge auf Soforthilfen. Alles war zu beenden, umzuorganisieren, zu klären, abzusprechen, neu zu gestalten.

Und das bei vielen im Homeoffice, bislang eher von Einzelnen und nur bisweilen genutzt. Die Begleiterscheinung, sich hierin einzurichten, neben der Organisation des Alltags mit Familie, Kindern, Technik: ein Digitalisierungsschub ohne Gleichen. Selbst die Digital Immigrants, die „Boomer“, wurden innerhalb von Tagen versierte Zoomer, Teamer, Facetime-Nutzer, WhatsApp-Tipper.

Die rasante Veränderung der Wirklichkeit seit Mitte März 2020 ist nun der stärkste Treiber für das notwendige Mehr an Agilität in der Tourismusbranche. Und zwar in einer Dimension, die noch im Februar, im wahrsten Sinne des Wortes „undenkbar“ war, außerhalb unserer Vorstellungskraft lag.

Vieles lief und läuft, zwangsläufig und notwendigerweise gerade in der ersten Zeit, chaotisch und im Trial and Error-Verfahren. Jetzt wird, allmählich, aber manchmal auch schmerzhaft plötzlich, erst richtig deutlich, wo Strukturen noch nicht an die aktuellen Erfordernisse der Notwendigkeit angepasst sind, sich mehr oder weniger täglich auf immer neue Rahmenbedingungen einstellen zu müssen. Jetzt ist zu klären, wie man sich aufstellen muss, um die lange Recovery-Phase und den Einstieg in die „neue Normalität“ so dynamisch zu gestalten wie erforderlich.

Einen guten Start auf dem Weg in diese „neue Normalität“ zu finden, das funktioniert nur zusammen mit den Menschen, die die Tourismusbranche dazu braucht: das Team, die Kunden, die Gremienvertreter, die Stakeholder und alle anderen Beteiligten.

## 2. Touristische Nachfrage

### Vorschau auf 2020: Übernachtungstourismus in Zeiten der Corona-Pandemie

Die Corona-Krise trifft den Tourismus schwer. Wie groß die Verluste an Nachfrage, Umsätzen und Einkommen sein werden, welche Veränderungen im Reiseverhalten – bei privat motivierten wie auch bei Geschäftsreisen – damit einhergehen und welche Auswirkungen die Krise auf die Angebotsstruktur haben wird, ist heute noch nicht absehbar. Eine erste vorsichtige Einschätzung der Folgen ergibt sich aus dem Blick auf die Monate März, April und Mai, die besonders stark von der Krise betroffen waren.

---

***Erste Einschätzung: Die Corona-Krise wird Nachfrage und Angebot im Rheinland-Tourismus strukturell verändern.***

---

In einem Normaljahr – basierend auf dem Durchschnitt der Jahre 2017 bis 2019 – wird in den Monaten März bis Mai bei den gewerblichen Übernachtungen im Deutschlandtourismus ein Anteil von rund 24 Prozent des Gesamtjahres erwirtschaftet. Im Rheinland liegt dieser Wert mit 25,4 Prozent sogar leicht darüber. Aufgrund der anhaltenden Restriktionen (Abstandsregeln, Kontingentierungen) werden die Betriebe ihre Kapazitäten noch über einen längeren Zeitraum hinweg nicht vollständig hochfahren können, was vor allem in der Hochsaison zu weiteren Einbußen führen wird.

>> Abb. 2

---

## Umsatzausfallberechnung für NRW März/April 2020

Für Nordrhein-Westfalen insgesamt lassen sich die Umsatzausfälle allein in den Monaten März und April nach vorläufigen Schätzungen des dwif – detaillierte Zahlen für das Rheinland liegen leider nicht vor – auf rund 4,1 Milliarden Euro beziffern. Daran hat der Übernachtungstourismus (Business und Leisure sowie gewerbliche Betriebe und Privatquartiere) einen Anteil von knapp 30 Prozent (1,1 Milliarden Euro).

---

Neben den akuten Effekten rechnen wir im weiteren Saisonverlauf 2020 damit, dass sich die Feriendestinationen auf ein verstärktes Kurzfristgeschäft einstellen müssen, das geprägt sein wird von Stornierungen und Zurückhaltung bei Vorbuchungen bestimmter Zielgruppen (durch z. B. subjektives Unsicherheitsempfinden). Gleichzeitig erwarten wir vermehrt Anfragen derer, die schlicht „raus wollen“.

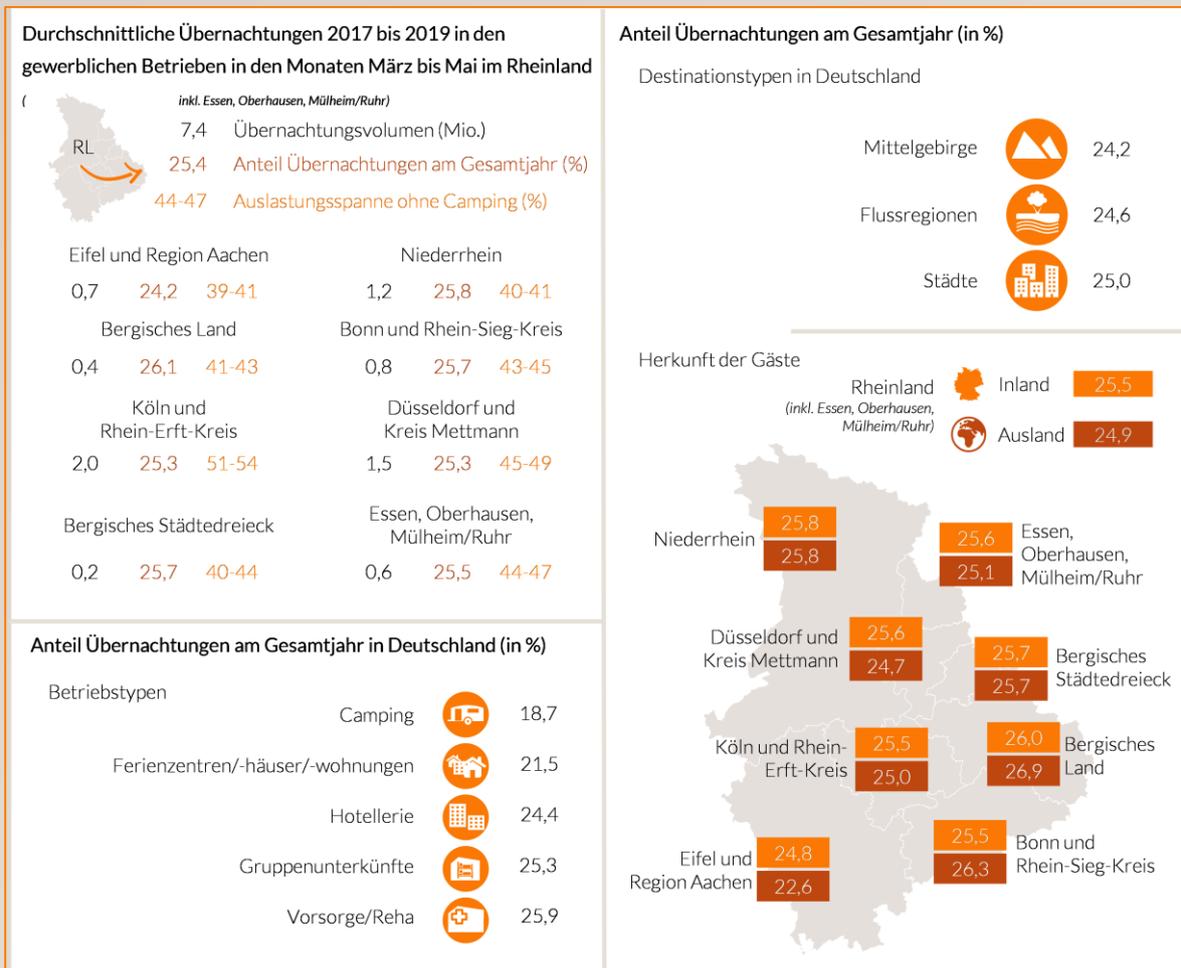
Die Geschwindigkeit der Recovery und die Chancen, wieder Umsatz zu generieren, sind dabei immer stärker von den jeweiligen Bundesland-Regelungen abhängig, in dem sich ein Betrieb befindet. Und eben diese Rahmenbedingungen werden zunehmend intransparent. Immer mehr Bundesländer gehen den Weg, lediglich den Rahmen zu Hygienevorschriften und Abstandsregeln vorzugeben.

In Städten ist eine weitere Zuspitzung zu erwarten, da es hier noch keine umfassenden Lösungsansätze oder Stufenpläne z. B. für das Großveranstaltungsgeschäft gibt, wenngleich einige Bundesländer bereits erste Schritte in diese Richtung gehen. Längere Planungszeiträume sowie Ängste und Unsicherheiten werden das Geschäft noch länger begleiten. Wir gehen davon aus, dass der derzeitige Attraktivitätsverlust durch das Meiden einer hoher Personendichte und die nur schwer mögliche „Teilhabe am Stadtleben“ noch mindestens bis nächstes Jahr andauern wird.

Atmosphäre/Flair, Bummeln, Gastroerlebnisse und Veranstaltungen besuchen – eben vieles von dem, was den Aufenthalt in einer Stadt attraktiv macht, wird in der gewohnten Form nicht möglich sein. Hinzu kommt die in der Regel höhere Bedeutung des internationalen Reiseverkehrs, der länger brauchen wird, um wieder anzukommen

Ob sich die Corona-Krise langfristig stärker auf den Deutschland-Tourismus oder den Outgoing-Tourismus der Deutschen auswirken wird und in welche Richtung, kann noch niemand einschätzen. Erste Maßnahmen zur Stärkung der Inlands-Destinationen wurden bereits ergriffen. So soll z.B. die Kampagne „Entdecke Deutschland“ – eine Kooperation aller 16 Bundesländer – Lust auf den Urlaub im eigenen Land machen. Doch auch wenn seit Mai/Juni 2020 die Stufenpläne der Bundesländer zur Recovery von Freizeit und Tourismus anlaufen und damit wieder privat motivierte Reisen in die deutschen Destinationen erlaubt sind, ist weiterhin mit starken und lang anhaltenden Auswirkungen der Corona-Pandemie zu rechnen.

Abb. 2: Nachfrage im rheinländischen Beherbergungsgewerbe zwischen März und Mai eines Normaljahres



Quelle: dwif 2020, Daten Statistisches Bundesamt, IT.NRW sowie eigene Berechnungen

### Was bedeutet das für die Destinationen im Rheinland? Einschätzungen zur Regenerationsgeschwindigkeit

Welche Marktsegmente könnten sich mit welcher Geschwindigkeit erholen? Bei den folgenden Ausführungen handelt es sich um „natürliche“ Regenerationsgeschwindigkeiten aus Marktperspektive (ohne staatlich gelenkte Eingriffe) und unter Voraussetzung einer schrittweisen Rücknahme der Restriktionen. Sie stellen keine Empfehlungen für eine Reihenfolge dar.

- Kurzreisen (VFR, Naturbezogener und Wohnmobil-Tourismus): schnell**  
 Starkes Nachholbedürfnis/hoher Nachfragedruck, vornehmlich inlandsgetrieben, Preissensibilität ist aufgrund möglicher Einkommenseinbußen gestiegen, Belastung durch steigenden Individualverkehr, bestimmte Unterkunftsformen im Vorteil: FeWo/FeHaus, Freizeitwohnsitze, Camping.
- Kurzreisen (Städte-, Kultur- und Eventreisen): mittel**  
 Starkes Nachholbedürfnis/hoher Nachfragedruck der Gäste von Außerhalb steht Nutzungskonkurrenz der eigenen Bevölkerung gegenüber, Belastung durch steigenden

Individualverkehr, vornehmlich inlandsgetrieben, eventueller Attraktivitätsverlust durch hohe Personendichte, Einschränkungen bei der „Teilhabe am Stadtleben“ (Atmosphäre/Flair, Bummeln, Gastroerlebnisse, Veranstaltungen).

- **Allgemeiner Geschäftsreiseverkehr: schnell**

Schnelle Regeneration ist aufgrund von Nachholbedürfnis wahrscheinlich, möglicherweise werden aber persönliche Begegnungen generell infrage gestellt und ein rigideres Travel-Management durch Firmen verfolgt, mittelfristig könnten bewährte neu eingeübte digitale Kommunikationsformate die Nachfrage reduzieren, behördliche/firmeninterne Vorgaben bzgl. erlaubter Anzahl von Personen bei Treffen. Erlaubnis des grenzüberschreitenden Reiseverkehrs.

- **Längere Urlaubsreisen: mittel**

Chance auf Inlandsreiseboom (Sicherheitsbedürfnis, internationale Reisebeschränkungen), aufgrund längerer Planungszeiträume kaum Nachholeffekte, mögliche negative Auswirkungen durch Kurzarbeit, Arbeitslosigkeit/Einkommensausfälle, Belastung durch steigenden Individualverkehr, bestimmte Unterkunftsformen im Vorteil: FeWo/FeHaus, Freizeitwohnsitze, Camping.

- **MICE-Sektor: mittel bis langsam**

Sehr stark von behördlichen Auflagen abhängig (Versammlungsrestriktionen/Großveranstaltungen), bewährte neu eingeübte digitale Kommunikationsformate reduzieren Nachfrage, internationale Reisebeschränkungen, Hygienemaßnahmen und Abstandsvorgaben kaum oder nur schwer umzusetzen, Begleitprogramm nur eingeschränkt attraktiv, raschere Regeneration bei kleineren Veranstaltungen.

---

### Digital statt live – Stadtführungen zu Corona-Zeiten

Besondere Situationen bringen kreative Ideen und neue Konzepte hervor. Wo keine persönlichen Führungen stattfinden können, weichen einige Destinationen auf digitale Lösungen aus, um ein Signal an ihre Gäste zu senden. Unter dem Motto „Wenn die Touristen nicht nach Essen kommen, kommt Essen zu den Touristen“ bewirbt die Essener Marketing GmbH ihre online aufgearbeitete digitale Stadtführung. Mit einer hochauflösenden 360-Grad-Kamera kann sich der Zuschauer von zu Hause Stadtführungen von ca. 50 oder ca. 95 Minuten Dauer anschauen. Die Stadt Düsseldorf bietet Interessierten einen dreiminütigen Nachtrundgang durch die historische Altstadt mit dem „einsamsten Stadtführer der Welt“ an.<sup>1</sup>

---

Die Zahlen, Daten und Fakten aus dem Jahr 2019 wirken derzeit wie aus einer anderen Welt. Dennoch sind sie wichtig: Die Vor-Corona-Daten bei der Nachfrage, aber auch bei den betriebswirtschaftlichen Kennzahlen sind quasi die Nullmessung und geben Orientierung für die jetzige Situation, genauso wie für die Bewertung der anstehenden Recovery-Phase.

---

<sup>1</sup> [www.nrz.de](http://www.nrz.de); [www.ruhrgebiet-stadtrundfahrten.de](http://www.ruhrgebiet-stadtrundfahrten.de)

## Rekordjahr 2019 für den Rheinland-Tourismus

Der Rheinland-Tourismus befand sich bis zur Corona-Krise in einer starken Ausgangssituation. 2019 war das zehnte Rekordjahr in Folge. Mit 29,8 Millionen Übernachtungen verbuchten die rund 2.400 gewerblichen Beherbergungsbetriebe im Rheinland (ab zehn Schlafgelegenheiten) mehr als eine Million Übernachtungen mehr als im Vorjahr. Damit entfiel über die Hälfte der Gesamtnachfrage in Nordrhein-Westfalen auf das Rheinland (56,0 %). 2014 betrug der Marktanteil noch 55,5 %.<sup>2</sup> Das Übernachtungsplus von 3,6 % lag 2019 zudem auf dem Bundesdurchschnitt. >> Abb. 3

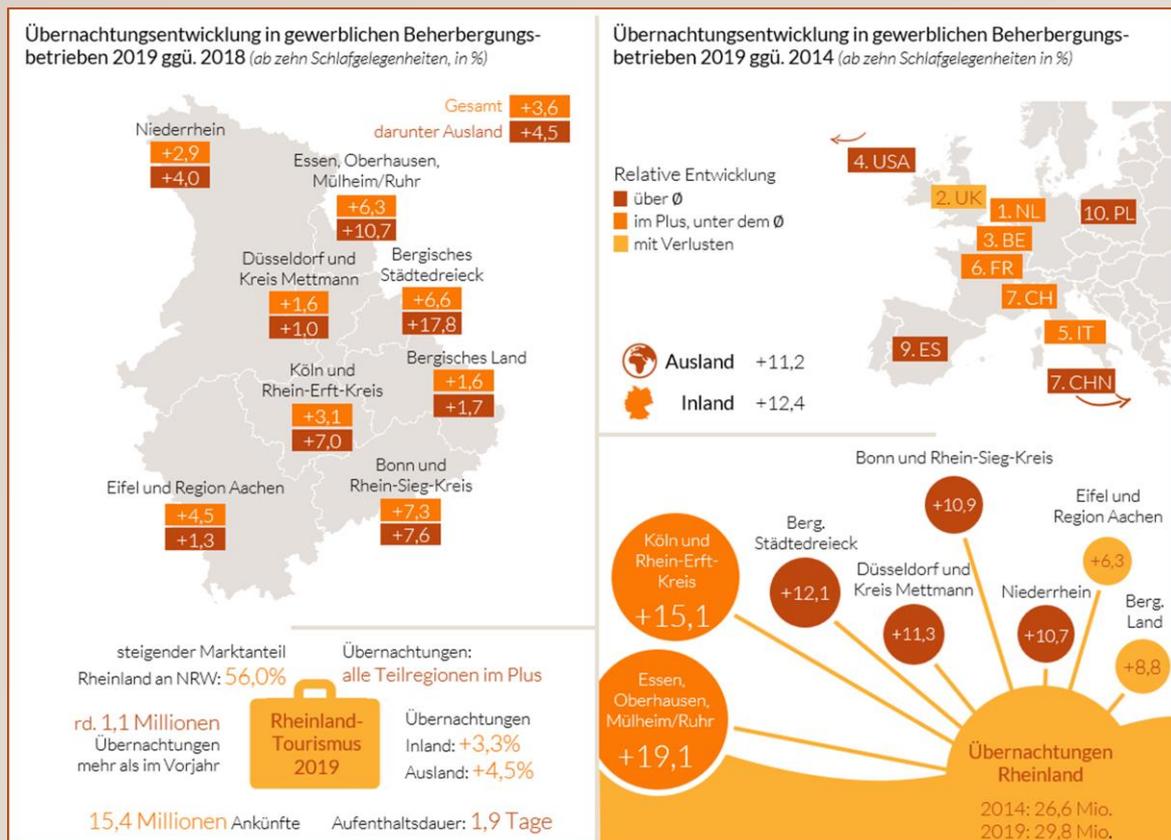
Positiv ist zu bemerken, dass alle acht Regionen des Rheinlands zwischen 2014 und 2019 eine gestiegene Übernachtungsnachfrage verbuchten. Dabei fielen die Bilanzen regional verschieden aus: Von einstelligen Wachstumsraten in der Eifel und Region Aachen bis zu einem Nachfrageplus von fast 20 % in Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr. Auch im Vorjahresvergleich legten alle Regionen zu, wobei die Nachfragedynamik unterschiedlich ausfällt und von einigen Faktoren, abgesehen von Erweiterung oder Abbau von Übernachtungskapazitäten, abhängt. Dazu zählen etwa die Entwicklungen auf internationaler Ebene, politische und wirtschaftliche Einflussfaktoren, der MICE-Markt mit herausragenden Veranstaltungen, Sondereffekte durch Sportereignisse sowie überregional relevante Jubiläen. Besonders hart trifft das Rheinland, dass städtetouristische Destinationen voraussichtlich stärker und länger unter den Folgen des Corona bedingten Lockdowns leiden könnten als andere Destinationstypen. Das hängt unter anderem damit zusammen, dass der städtische Tourismus stärker den Erlebnisfaktor auf engem Raum mit Gastronomie, Veranstaltungen, Freizeiteinrichtungen und Shopping sowie mit der Bedeutung von MICE-Segment und Incoming-Tourismus in den Mittelpunkt rückt. Ein Blick auf die einzelnen Regionen im Detail:

- Die Region Köln und Rhein-Erft Kreis steigerte ihre Übernachtungsnachfrage im Fünfjahresvergleich um über eine Million Übernachtungen bzw. rund 15 % und ist damit die Region im Rheinland mit dem größten Nachfragevolumen und gleichzeitig diejenige, die sich am dynamischsten entwickelt. Insgesamt konnten 7,9 Millionen Übernachtungen verbucht werden, wobei 6,6 Millionen auf die Stadt Köln entfielen. Gegenüber dem Vorjahr schlägt ein im Rheinland-Vergleich leicht unterdurchschnittliches Übernachtungsplus von 3,1 Prozent (darunter Stadt Köln: +4,6 %, Rhein-Erft-Kreis: -3,8 %) zu Buche. Weiterhin ist die anhaltende Nachfrage im Segment des Städtetourismus sowie die Angebotsdynamik Hauptgrund für die steigenden Übernachtungszahlen.
- Die Region mit dem zweithöchsten Übernachtungsvolumen – Düsseldorf und Kreis Mettmann – bilanzierte zwischen 2014 und 2019 ein Plus von 11,3 %, wobei über 80 % der Regionsnachfrage die Stadt Düsseldorf auf sich vereint. Der Kurzfristvergleich offenbarte mit einem Plus von 1,6 % (darunter Stadt Düsseldorf: +0,3 %) ein eher verhaltenes Jahr, trotzdem konnte am Jahresende erstmals die Marke von sechs Millionen Übernachtungen übertroffen werden, die zu über einem Drittel ausländischen Gästen zu verdanken sind.

<sup>2</sup> Der Marktanteil berechnet sich aus dem Anteil der 7 Reisegebiete sowie Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr an Nordrhein-Westfalen

- Zu der Reiseregion Eifel und Städteregion Aachen gehören die Eifel als Mittelgebirgsraum und die Städtedestination Aachen, auf die rund ein Drittel der Übernachtungen entfällt. Mittelfristig war sie die Region mit der geringsten Nachfragedynamik (+6,3 %, darunter Stadt Aachen: +3,2 %), kurzfristig gab es aber einen überdurchschnittlichen Wachstumsschub (+4,5%), auch dank eines Anstiegs der Beherbergungskapazitäten im Mittelgebirgsraum. So verzeichnete der Kreis Euskirchen 2019 im Vorjahresvergleich ein Plus von 6,8 % bei den Gästeankünften und einen Zuwachs von 5,8 % bei den Übernachtungen.
- Die im Vergleich eher ländlich geprägte Region Niederrhein bilanzierte 2019 mit 4,6 Millionen Übernachtungen das drittgrößte Volumen einer Region im Rheinland. Neben der Städteregion Essen/Oberhausen/Mülheim an der Ruhr ist der Niederrhein die einzige Region mit kontinuierlichem Nachfragewachstum seit 2014 (insgesamt +10,7 %). Einen großen Anteil an der positiven Entwicklung hat die Stadt Duisburg mit einer Steigerung der Übernachtungszahlen von über 20 % im selben Zeitraum.

Abb. 3: Touristische Nachfrage im Rheinland



Quelle: dwif 2020, Daten Statistisches Bundesamt, IT.NRW sowie eigene Berechnungen

---

## Beethoven: Jubiläumsjahr verlängert

Die Region Bonn/Rhein-Sieg profitierte 2019 von den Vorboten des Beethovenjahres 2020: Mit viel nationalem und internationalem Aufsehen starteten die Feierlichkeiten zu Beethovens 250. Geburtstag in seiner Heimatstadt Bonn Ende 2019. Die Auswirkungen der Corona-Pandemie machten dem bundesweiten Jubiläumsjahr einen Strich durch die Planung der weiteren 300 Veranstaltungen und Projekte. Doch das Beethoven-Jubiläumsjahr trotz Corona und geht in die Verlängerung: Es wird bis September 2021 verlängert. Damit können der Großteil der Projekte gerettet und möglichst viele Besucher und Touristen begeistert werden.

---

- 2019 übertraf die Region Bonn und Rhein-Sieg-Kreis erstmals die Marke von drei Millionen Übernachtungen (+7,3 % ggü. Vorjahr, darunter Stadt Bonn: +9,8 %). Hier schlug das geplante Beethovenjahr 2020 bereits zu Buche (siehe Kasten). Mittelfristig betrachtet ist die Entwicklung (+10,9 %) leicht unterdurchschnittlich, während die Stadt Bonn (+17,8 %) dynamischer performte. Ähnlich wie in anderen Städten des Rheinlands trug auch in Bonn die Angebotserweiterung um rund 1.000 Schlafgelegenheiten gegenüber 2014 zur gestiegenen Nachfrage bei.
- Das Bergische Städtedreieck mit den Städten Wuppertal, Remscheid und Solingen profitierte zwischen 2014 und 2019 von einer überdurchschnittlichen Entwicklung des Inlandsmarktes (+15,1 %). Ein besseres Ergebnis verhinderte die lediglich stabile Incoming-Dynamik (+0,3 %). Rund drei Viertel der Nachfrage in dieser Region entfielen auf die Stadt Wuppertal, die sowohl kurz- als auch mittelfristig als Wachstumstreiber fungierte (+9,3 % bzw. +20,2 %).
- Die Nachfrage in der Mittelgebirgsregion Bergisches Land zeigt kurz- und mittelfristig eine positive, aber leicht unterdurchschnittliche Entwicklung. Zwischen 2014 und 2019 stiegen die Übernachtungszahlen um rund 150.000. Mit durchschnittlich 2,5 Tagen pro Übernachtungsgast weist die Region die höchste Aufenthaltsdauer des Rheinlands auf. Im Bundestrend verringerte sich dieser Wert im Fünfjahresvergleich auch im Bergischen Land leicht um 0,1 Tage (Rheinland: 1,9 Tage; 2014: 2,0 Tage). >> Kapitel II, 5
- Die drei Städte Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr (als Teile des Reisegebietes Ruhrgebiet) waren mit einem mittelfristigen Nachfrageplus von 19,1 % auch dank eines anhaltenden Kapazitätsausbaus die dynamischste Region. Alle drei Städte trugen mit Entwicklungsraten zwischen 18 % und 29 % zur positiven Entwicklung bei. Auch kurzfristig legten die drei Städte hinsichtlich ihrer Nachfrageentwicklung überdurchschnittlich gute Zahlen vor.

## Barrierefreies Reisen: Niederrhein macht sich fit

Die Niederrhein Tourismus GmbH arbeitet zusammen mit den Wirtschaftsförderungsgesellschaften der Region, der IST-Hochschule sowie der Lebenshilfe Kreis Viersen mbH an der Verbesserung des Service für Menschen mit besonderen Bedürfnissen. In dem Projekt zur Leistungssteigerung und Innovationsförderung im Tourismus, unterstützt durch das Bundeswirtschaftsministerium, geht es darum, zunächst die Bedürfnisse der betroffenen Menschen zu untersuchen und anschließend bedarfsgerechte Angebote entlang der Customer Journey umzusetzen.<sup>3</sup>

## Regionen für ausländische Gäste immer beliebter

Der Auslandstourismus hat die kurzfristige Wachstumspause von 2018 überwunden und nahm im letzten Jahr wieder deutlich an Fahrt auf. 2019 bewegten sich die Entwicklungsraten des Auslandstourismus im Rheinland gegenüber dem Vorjahr zwischen +1,0 % in Düsseldorf und Kreis Mettmann sowie einem zweistelligen Plus von 17,8 % im Bergischen Städtedreieck, das im Vorjahr noch ein deutliches Minus verzeichnete. Mittelfristig betrachtet verbuchten alle acht Regionen ein Nachfrageplus, wenn auch in unterschiedlicher Größenordnung. Entgegen dem bundesweiten Trend ist der Auslandstourismus jedoch nur in zwei der acht Regionen der Wachstumsmotor (Reisegebiete Bergisches Land sowie Köln und Region). Entsprechend entwickelt sich der Inlandstourismus im Rheinland dynamischer als die Nachfrage aus dem Ausland. Dabei hängt die Dynamik vieler ausländischer Quellmärkte eng mit dem jeweiligen Messe- bzw. Tagungs- und Kongressjahr zusammen.

Die Bedeutung der Auslandsnachfrage variiert stark. 2019 lag sie im Rheinland zwischen rund 15 % im Bergischen Städtedreieck und einem Anteil von über einem Drittel (37,5 %) in Düsseldorf und Kreis Mettmann.

Nach wie vor ist die Quellmarktstruktur des Rheinlands breit gefächert: Auf die Top-5-Quellmärkte verteilten sich 2019 40,6 % aller Auslandsübernachtungen (2014: 42,2 %); damit ist der Wert geringer als in Nordrhein-Westfalen insgesamt (2019: 45,9 %; 2014: 47,5 %), was den Auslandstourismus etwas unabhängiger von den Entwicklungen einzelner Märkte macht.

Charakteristika der wichtigsten ausländischen Quellmärkte des Rheinlands:

- Die Niederlande führen seit Jahren das Top-5-Ranking an. Deren Anteil an den Übernachtungen ausländischer Gäste betrug 2019 15,6 %. Erst mit größerem Abstand folgen Großbritannien, Belgien, USA und Italien mit Anteilswerten zwischen 4 und 8 %.
- Mittelfristig legte der Top-Quellmarkt Niederlande durchschnittlich zu (+10,7 %), mit großen regionalen Unterschieden. Die Regionen Niederrhein sowie Düsseldorf und Kreis Mettmann verzeichneten ein konstantes Nachfrageplus, während die städtisch geprägten Regionen rund um Köln, Bonn, Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr jüngst ein starkes

<sup>3</sup> [www.kompetenzzentrum-tourismus.de](http://www.kompetenzzentrum-tourismus.de), [www.niederrhein-tourismus.de](http://www.niederrhein-tourismus.de)

Wachstum erfahren. Über alle Regionen hinweg stand gegenüber dem Vorjahr ein überdurchschnittliches Plus (+5,7 %), während der Quellmarkt bundesweit lediglich um 2,6 % zulegen.

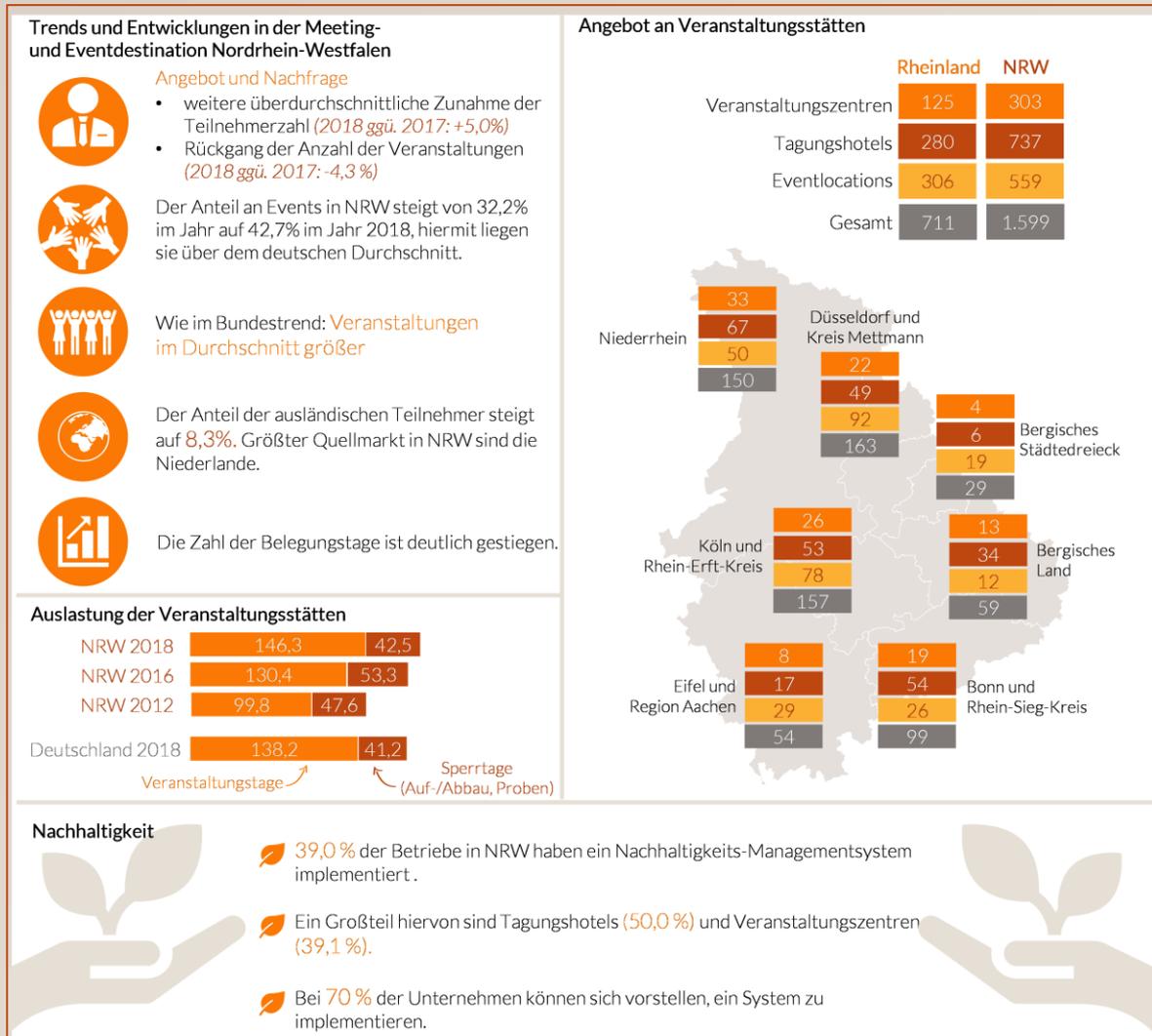
- Die höchste Wachstumsrate innerhalb der Top 10 geht auf das Konto Spaniens, mit besonders hohem Nachfragevolumen in den Regionen um Köln und Düsseldorf. Ebenfalls auf dem Vormarsch ist weiterhin Polen, wobei der Markt differenziert betrachtet werden muss. Einerseits steigt die Zahl privat motivierter polnischer Reisender, andererseits spielen Monteure und Saisonkräfte eine große Rolle.
- Die großen asiatischen Fernmärkte entwickelten sich uneinheitlich. Während China im Fünfjahresvergleich eine hohe, aber zugleich leicht abnehmende Dynamik vorweist, befindet sich die Übernachtungsnachfrage aus den Arabischen Golfstaaten seit 2016 in einer Entwicklungsdelle. Auslöser hierfür sind eine deutliche Verringerung der finanziellen Mittel für medizinische Behandlungen im Ausland in vielen Golfstaaten sowie die zunehmende Konkurrenz innerhalb Europas.
- Nachdem die beiden Alpenländer Österreich und Schweiz bis 2017 noch Jahr für Jahr eine wachsende Nachfrage vermeldeten, zeigte sich losgelöst von der bundesweiten Entwicklung seitdem ein Abwärtstrend. Die Nachfrage aus der Schweiz stabilisierte sich 2019 wieder.
- Der Trend sinkender Übernachtungszahlen aus Großbritannien infolge des Brexit setzte sich auch 2019 fort.

## **MICE-Markt und Bedeutung des Incoming-Tourismus verschärfen Auswirkungen der Corona-Pandemie im Rheinland-Tourismus**

Die internationalen Reiseverkehre werden sich im Zuge der Corona-Pandemie nur sehr langsam wieder regenerieren. Rahmenbedingungen wie Grenzöffnungen, Reisewarnungen oder das Flugangebot spielen hier ebenso eine Rolle wie ein von Zurückhaltung und Ängsten geprägtes Reiseverhalten, insbesondere bei interkontinentalen Ziel-/Quellmarktverflechtungen.

Hinzu kommt speziell im Rheinland die große Bedeutung von Veranstaltungen und des Geschäftstourismus insbesondere des MICE-Marktes. Das breite Angebot an Veranstaltungsstätten wird durch steigende Teilnehmerzahlen bei leicht sinkender Anzahl der Veranstaltungen ausgelastet. Die Größe der Veranstaltungen steigt damit weiter. Und auch die Zahl der Belegungstage ist im Vergleich zur letzten Sonderanalyse weiter nach oben gegangen. Auch hier gilt: gute Zahlen aus der Vor-Corona-Zeit. >> Abb. 4

Abb. 4: MICE-Markt im Rheinland und NRW



Quelle: dwif 2020, EITW 2019; Rheinland-Daten ohne Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr

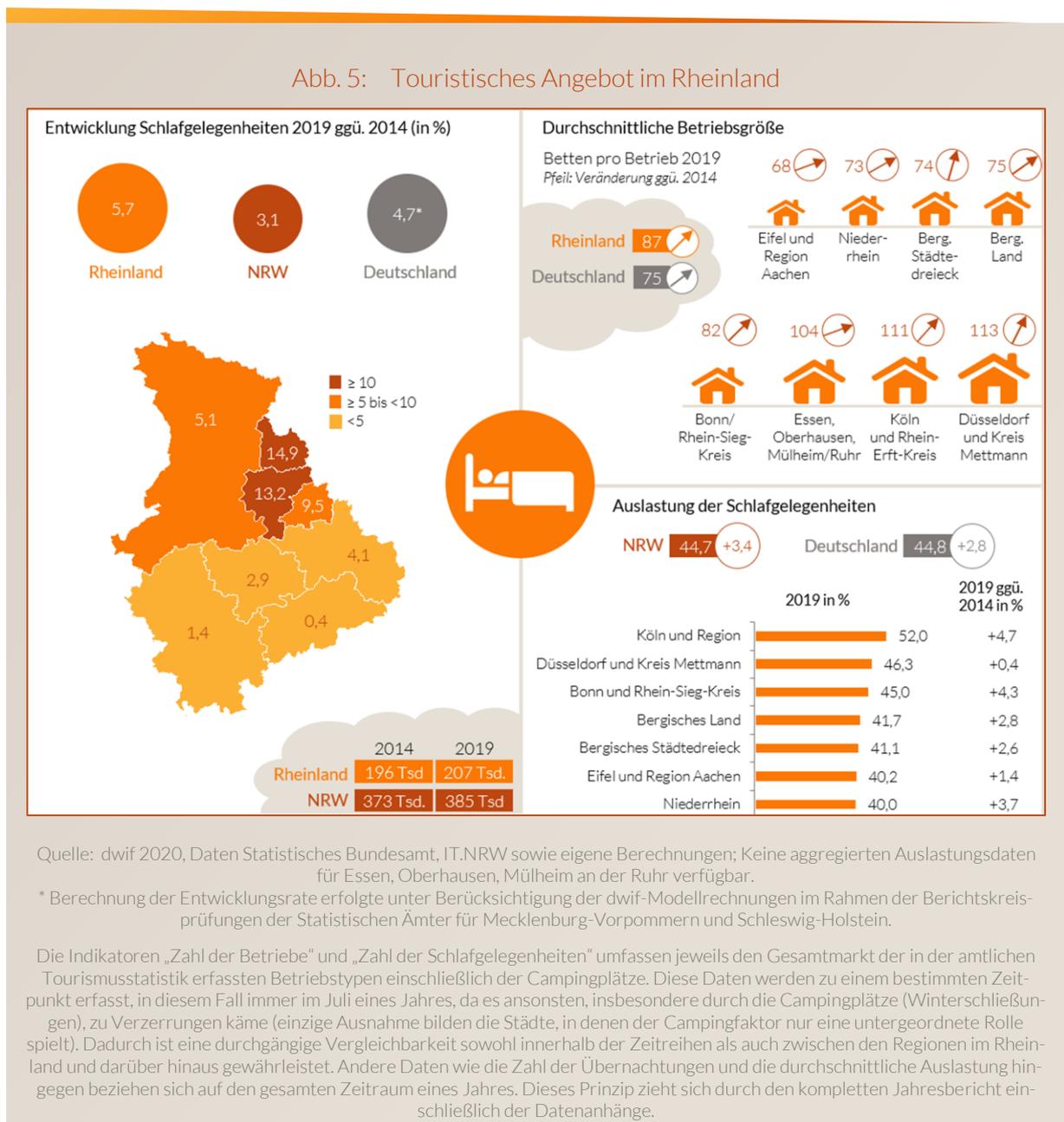
Die Daten zu den Veranstaltungsstätten stammen aus einer bundesweiten Studie mit einheitlichen Definitionen und sind dementsprechend vergleichbar. Einzelne Abweichungen zu lokal verfügbaren Daten sind somit möglich. Die Werte für Nordrhein-Westfalen und das Rheinland sind Werte von 2018/2019, da keine aktuellere Veröffentlichung für die Teilregionen vorliegt.

Doch genau diese Stärken des Rheinland-Tourismus in normalen Zeiten – die vergleichsweise hohe Nachfrage aus dem Ausland und die Bedeutung von Veranstaltungen (Leisurerreisen) und des MICE-Marktes werden vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie zur Herausforderung. Denn 1. müssen zunächst wieder die Reisemöglichkeiten bestehen, 2. ist gerade das „Erlebnis Stadt“, bei dem Events eine zentrale Rolle als Reisemotiv spielen, derzeit sehr eingeschränkt und 3. hat insbesondere der MICE-Markt eine große Vorlaufphase.

So geht z.B. die Köln Tourismus GmbH davon aus, ihre Marketingstrategie für die nächsten ein bis zwei Jahre umstellen zu müssen und sich verstärkt auf die Nahmärkte zu konzentrieren. Auch das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes prognostiziert für diese Marktsegmente erst ab 2022 wieder Möglichkeit, das Vorkrisenniveau zu erreichen.

### 3. Touristisches Angebot

Nach dem teils starken Ausbau der Beherbergungskapazitäten bis 2014, der darauffolgenden Trendwende 2015 und den Rückgängen 2016 ist seit 2017 wieder eine dynamische Entwicklung zu erkennen: Die Statistik wies 2019 knapp 9.000 zusätzliche Schlafgelegenheiten gegenüber dem Vorjahr aus. >>Abb. 5



Die Betrachtung im Detail ergibt folgende Erkenntnisse:

- In den letzten fünf Jahren nahm die Zahl der Betriebe in allen Reisegebieten außer in der Region Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr ab. Gleichzeitig wuchs in allen Regionen die Zahl der Schlafgelegenheiten. Insgesamt setzte sich der Trend zu größeren Betrieben fort.

Meist führt das zu einer besseren Wettbewerbsfähigkeit, stellt aber gleichzeitig kleinere und mittlere Betriebe vor zunehmende Herausforderungen.

- Die städtischen Regionen bauten mittelfristig ihre Kapazitäten am stärksten aus, allen voran Düsseldorf und Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr. Bei der Betriebsgröße stechen besonders die Regionen um Düsseldorf und Köln mit deutlich über 100 Schlafgelegenheiten pro Betrieb hervor. Damit liegen sie weit über dem Durchschnittswert des Rheinlands (87,0 Schlafgelegenheiten) und Nordrhein-Westfalens (77,0 Schlafgelegenheiten). Etwas niedrigere Betriebsgrößen finden sich in eher ländlich geprägten Regionen wie der Eifel und der Region Aachen, dem Niederrhein und dem Bergischen Land mit jeweils rund 70 Schlafgelegenheiten pro Betrieb.

---

### Neue Beherbergungsangebote im Rheinland

2019/2020 kamen verschiedene Beherbergungsbetriebe neu auf den Markt. Einige Beispiele:<sup>4</sup>

- In Bonn eröffnet 2020 das zweite Motel One am Hauptbahnhof. Im Herbst 2018 hatte das erste Haus am Standort Berliner Freiheit/Sandkaule eröffnet. Auch in Aachen kommen 2020 ein Motel One mit 260 Zimmern sowie ein Holiday Inn Express direkt am Hauptbahnhof auf den Markt.
- Duisburgs Beherbergungsgewerbe erweitert sich 2020 um ein Haus der Marke 7-Days-Premium-Hotel, das rund 170 Zimmer haben wird.
- In den beiden größten Städten des Rheinlands Düsseldorf und Köln eröffnet 2019 und 2020 eine Reihe neuer Hotelbetriebe mit einer Vielzahl von Zimmern. Die Betriebe gehören unter anderem den Gruppen Me and all, Ruby sowie B&B Hotels an.
- Seit Ende 2019 bereichert das Rilano-Hotel in Kleve den Beherbergungsmarkt. Zu dem Projekt gehört ein Gesundheitszentrum, das im neuen Sole- und Pilgerpark entsteht.
- Im Januar 2019 wurde in Düren das Dorint Hotel mit 120 Zimmern eröffnet, das ein modernes Übernachtungsangebot bietet und eine wichtige Veranstaltungs- und Tagungslotation im Kreis Düren ist.

- 
- Die Auslastungsspanne reichte vom geringsten Wert am Niederrhein (40,0 %) bis zum höchsten Wert in der Region Köln und Rhein-Erft-Kreis (52,0 %). Erfreulicherweise stieg die Auslastung in allen Regionen mittelfristig an. Allerdings zeigen sich kurzfristig in einigen Regionen Tendenzen von Marktsättigung. In Eifel und Region Aachen sowie den Regionen um Köln und Düsseldorf blieben die Belegungsraten nur noch konstant bzw. sanken sogar minimal. Eine Entwicklung, die sich aktuell auch in anderen deutschen Großstädten zeigt.
  - Das Auslastungsniveau der drei Städte Essen, Oberhausen und Mülheim an der Ruhr wies aufgrund der differenzierten Angebotsstruktur unterschiedliche Werte auf. Mülheim an der Ruhr erreichte 2019 29,6 %, Essen 44,1 %, Oberhausen übertraf mit 49,4 % den Durchschnittswert von Nordrhein-Westfalen.

---

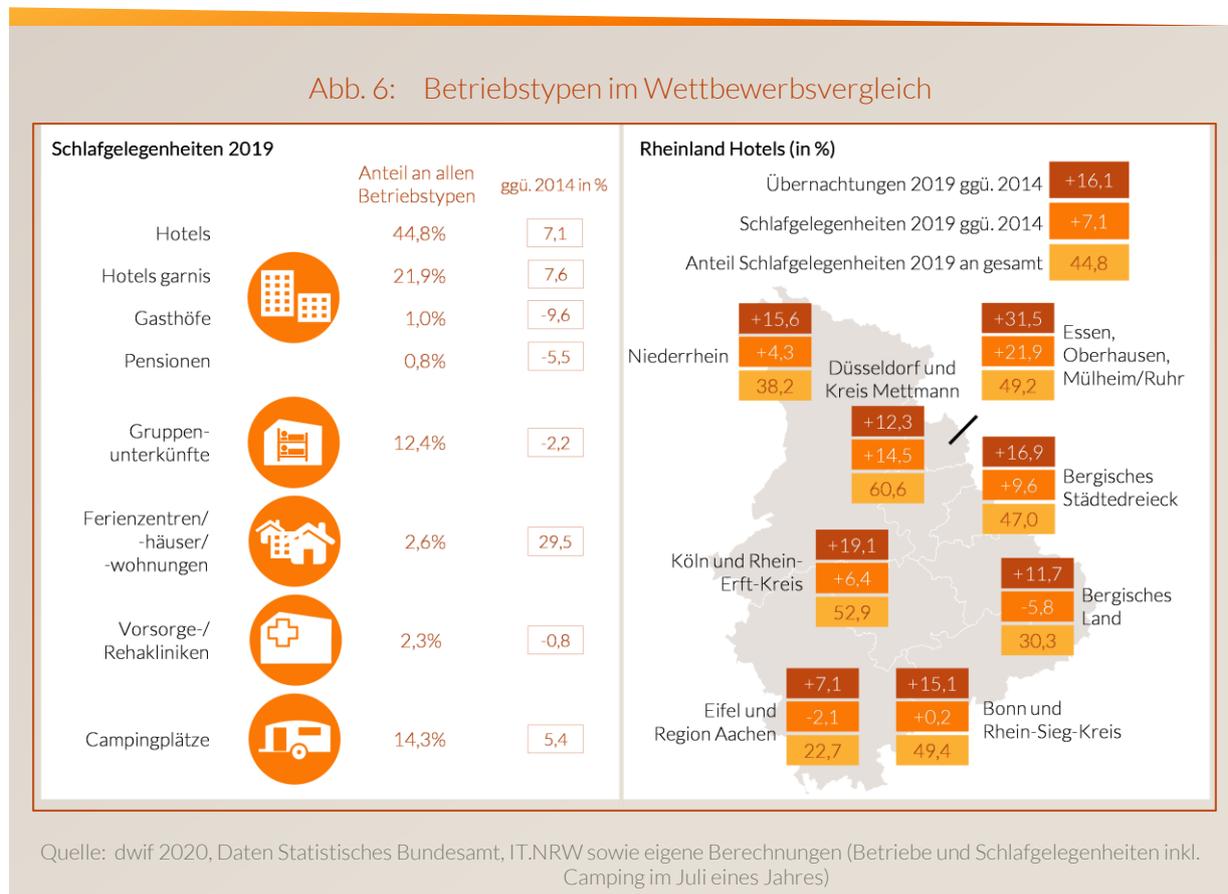
<sup>4</sup> [www.motel-one.com](http://www.motel-one.com), [7dayspremiumhotel.de](http://7dayspremiumhotel.de), [www.rilano-hotel.kleve.de](http://www.rilano-hotel.kleve.de), [www.touristiker-nrw.de](http://www.touristiker-nrw.de)

Diese ersten Hinweise auf eine gewisse Marktsättigung treffen nun mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie zusammen. Welche Auswirkungen das mittelfristig auf die Marktstruktur haben wird, ist derzeit noch nicht konkret abzuschätzen. Zunehmende Investitionsstaus und Insolvenzen sind allerdings zu erwarten.

#### 4. Betriebstypen im Vergleich

Die Betrachtung der einzelnen Betriebstypen liefert weitere Anhaltspunkte für die Potenziale, aber auch Handlungsbedarfe im Tourismus im Rheinland, nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Auswirkungen der Corona-Krise. Im Folgenden ein Blick auf die Beherbergungslandschaft im Detail.

>> Abb. 6



#### Hotelmarkt schwimmt auf Erfolgswelle

Mit knapp 45 % aller Schlafgelegenheiten des Rheinlands sind die Hotels der wichtigste Betriebstyp. In den vergangenen fünf Jahren wurden die Kapazitäten um 7,1 % bzw. rund 6.000 Schlafgelegenheiten erhöht. Auch die Hotels garnis befinden sich parallel zum Bundestrend weiter auf Wachstumskurs. In diesem Bereich wurden 2019 die Kapazitäten um 7,6 Prozent bzw. 3.000 Übernachtungsmöglichkeiten nach oben geschraubt. Mit einem Marktanteil von 21,9 % ist das Segment der Hotels garnis weitaus bedeutender als im Bundesvergleich (11,0 %). Regional betrachtet sind

die Städte Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr Spitzenreiter im Ausbau der Kapazitäten im Segment der Hotels/Hotels garnis. Andere Regionen, wie Eifel und Region Aachen sowie Bergisches Land, vermeldeten stagnierende oder sogar sinkende Hotelkapazitäten.

Aller Voraussicht nach wird die Hotellerie besonders stark unter der Corona-Krise leiden. Denn mit Blick auf Abstandsregeln, den Einbruch im MICE-Segment und die besondere Bedeutung des Incoming-Tourismus kann die Hotellerie vermutlich erst zeitverzögert wieder voll anlaufen.

## **Gasthöfe und Pensionen: Geringe Marktanteile**

Bundesweit ist die Wettbewerbssituation der Gasthöfe und Pensionen schwierig. Die Marktbereinigung hält an, auch im Rheinland. Weniger wettbewerbsfähige Gasthöfe und Pensionen verlassen den Markt, dafür steigt die Auslastung der verbliebenen Betriebe, wenn auch auf vergleichsweise niedrigem Niveau. Ohnehin bleiben die Gasthöfe und Pensionen im Rheinland mit einem Marktanteil von 1,7 % deutlich unterrepräsentiert.

## **Gruppenunterkünfte mit stabiler Nachfrage**

Gruppenunterkünfte umfassen Jugendherbergen und Hütten ebenso wie Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime und haben bei den Kapazitäten einen Marktanteil von 12,4 % im Rheinland (D: 9,6 %). In den Regionen liegt überwiegend eine stabile Nachfrage bei solidem oder leicht sinkendem Angebot vor. Einzig das Bergische Land sowie das Bergische Städtedreieck steigerten im Fünfjahresvergleich sowohl Angebot als auch Nachfrage in diesem Segment deutlich. Mit Blick auf die Corona-Pandemie trifft es die Gruppenunterkünfte besonders hart. Einerseits dürfen sie teilweise noch nicht öffnen, andererseits fallen schlicht große potenzielle Nachfrageblöcke (z.B. Klassenfahrten) auf absehbare Zeit weg.

## **Ferienwohnungsmarkt: Hoher Angebotsausbau**

Der Ferienwohnungsmarkt ist in den vergangenen Jahren stark in Bewegung gekommen. Er ist im Fünfjahresvergleich das Segment mit dem höchsten Kapazitätsausbau, allerdings ausgehend von einem niedrigen Niveau. Vor allem im Reisegebiet Eifel und Region Aachen wurden neue Kapazitäten geschaffen. Der Großteil dieser neuen Betriebe bietet ein qualitativ hohes Niveau (vielfach 4-Sterne-Angebote nach DTV-Klassifizierung). Grund für den boomenden Ferienimmobilienmarkt auf der Angebotsseite ist auch die anhaltende Niedrigzinsphase. Renditeorientierte Beweggründe für den Erwerb gewinnen somit an Bedeutung. Daneben spielt die Abwägung zwischen dauerhaften Mietverhältnissen und touristischer Nutzung eine Rolle. Viele dieser Anbieter liegen dabei unter Grenze von 10 Schlafgelegenheiten und tauchen somit nicht in der amtlichen Tourismusstatistik auf.

## Vorsorge-/Rehakliniken: Geringer Anteil, stabile Performance

Der Klinikmarkt vereint mit rund 2 % einen vergleichsweise geringen Anteil des Marktes auf sich. Nach Kapazitätserweiterungen zwischen 2012 und 2014 blieb das Bettenangebot im Rheinland in etwa stabil. Die Angebote konzentrieren sich eher auf die ländlichen Regionen, spielen aber nach wie vor, im Vergleich zu anderen Regionen des Bundeslandes, eine eher untergeordnete Rolle. In den größeren Städten des Rheinlands wiederum werden seit einiger Zeit die Marketingaktivitäten rund um das Thema Gesundheits- und Medizintourismus intensiviert.

## Campingplätze: Konzentration auf den ländlichen Raum

Der Campingtourismus hat in den vergangenen Jahren eine Trendwende hin zu neuartigen, innovativen Schlafmöglichkeiten erlebt. Der Markt reagiert auch im Rheinland darauf mit einem weiteren Angebotsausbau. Insgesamt vergrößerten sich die Kapazitäten leicht, wobei es nennenswertes Wachstum des Stellplatzvolumens nur in den Regionen Niederrhein und Bergisches Land gab, die zusammen mit dem Reisegebiet Eifel und Region Aachen die Mehrheit der angebotenen Schlafmöglichkeiten im Campingsegment auf sich vereinen.

## 5. Destinationstypen im Vergleich

### Städte bleiben Wachstumstreiber

Im Rheinland gibt es 36 touristisch relevante Städte.<sup>5</sup> Diese erzielten 2019 ein Übernachtungsvolumen von 23,5 Millionen, was rund 79 % aller Übernachtungen im Rheinland entspricht. Mittelfristig betrachtet waren die Städte die treibende Kraft für die Steigerungen bei der Nachfrage. Zwischen 2014 und 2019 festigten sie mit Zuwächsen von 13,8 % ihre Position auf Platz eins im Destinationsranking vor den Flussregionen und dem Mittelgebirge. Im Detail zeigen sich folgende Entwicklungen: >> Abb. 7

- Auf die beiden größten Städte Nordrhein-Westfalens, Köln und Düsseldorf, entfiel knapp die Hälfte aller Übernachtungen in den Städten des Rheinlands. Sie sind bedeutende Standorte für den Geschäftstourismus. Zu dieser Konzentration tragen nicht zuletzt die beiden internationalen Flughäfen Köln/Bonn und Düsseldorf mit 12,4 bzw. 25,5 Millionen Fluggästen im Jahr 2019 bei.<sup>6</sup> Die 14 weiteren Großstädte<sup>7</sup> teilten sich rund 35 % des Nachfragevolumens. Die übrigen etwa 16 % Marktanteil entfielen auf die 20 kleinen und mittelgroßen Städte des Rheinlands.
- Die Städte im Rheinland zeigten gegenüber dem Vorjahr im Vergleich zu den bundesweiten Übernachtungszahlen eine leicht geringere Dynamik. Im Gegensatz zum Bundestrend war 2019 die Auslandsnachfrage höher als die Nachfrage aus dem Inland.

<sup>5</sup> Kriterium:  $\geq 25$  Tausend Einwohner und  $\geq 100$  Tausend Übernachtungen im Jahr

<sup>6</sup> [www.dus.com](http://www.dus.com), [www.koeln-bonn-airport.de](http://www.koeln-bonn-airport.de)

<sup>7</sup> Kriterium:  $\geq 100$  Tausend Einwohner und  $\geq 100$  Tausend Übernachtungen im Jahr

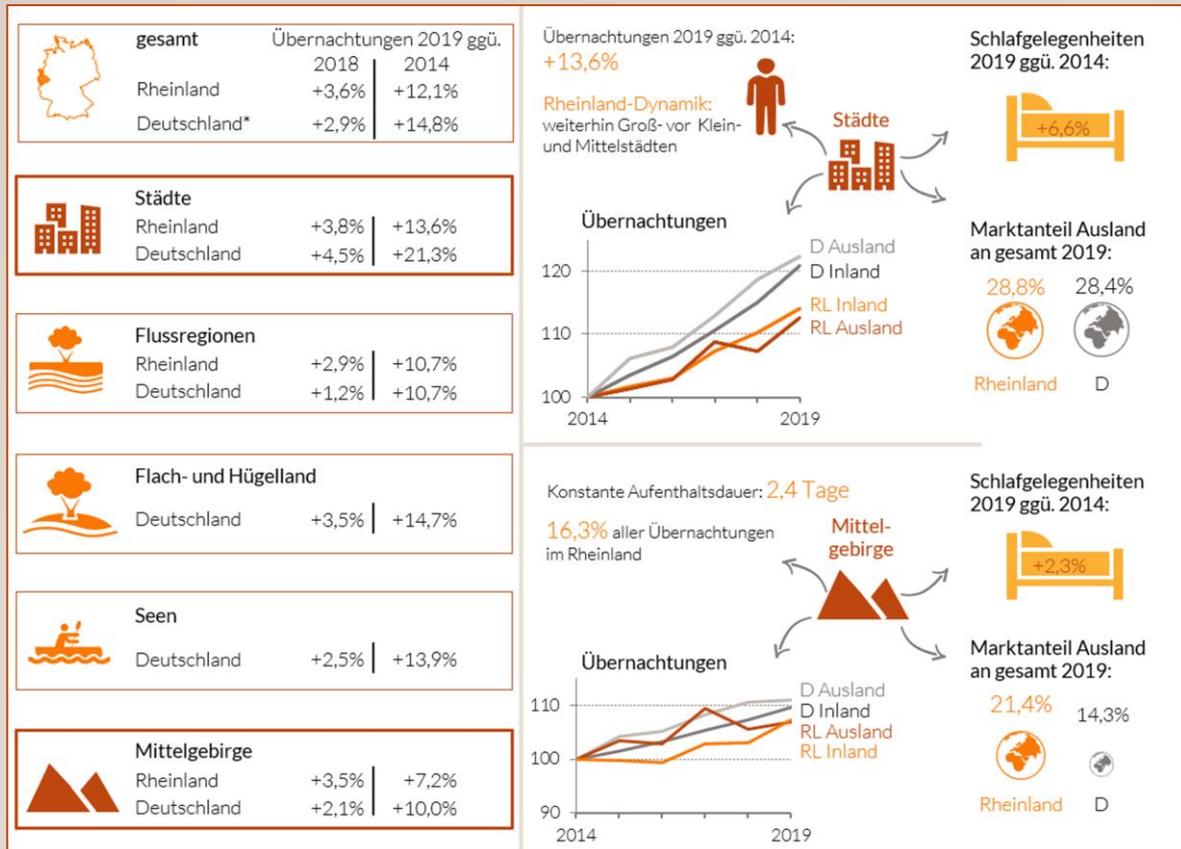
- Mittelfristig entwickelten sich die Großstädte bei Angebot (+7,6 %) und Nachfrage (+14,0 %) dynamischer als die Mittel- und Kleinstädte (+2,0 %) bzw. +11,4 %). Ein ähnliches Bild ergibt die Kurzfristbetrachtung von 2019 gegenüber 2018: Die größeren Metropolen legten deutlicher zu (+4,0 %), während die kleinen und mittelgroßen Städte nach einem Jahr der Stagnation wieder etwas an Fahrt gewannen (+2,8 %).
- Die Saisonalität der Städte ist schwach ausgeprägt, was eine über das Jahr hinweg stabile Nachfrage garantiert. Zentral hierfür bleiben die zahlreichen Freizeiteinrichtungen, Messen und Events, die über das Jahr verteilt im Rheinland stattfinden.

## Mittelgebirge mit solidem Nachfrageplus

Die klassischen Mittelgebirge hatten über Jahre mit einem eingestaubten Image und veralteter Infrastruktur zu kämpfen. Dies ging mit stagnierenden oder rückläufigen Übernachtungszahlen einher. Seit ein paar Jahren sorgen Markenbildungsprozesse, Themenfokussierung, Neudefinierungen von Zielgruppen sowie Anpassung des Angebotsspektrums für frischen touristischen Wind in diesem Segment. Im Detail zeigen sich folgende Entwicklungen:

- Die Jahre der Stagnation in den Mittelgebirgsregionen Deutschlands ist vorbei. Die Nachfrage steigt, wenn auch nicht so dynamisch wie in anderen Destinationstypen. Die Übernachtungszahlen legten im Rheinland mittelfristig um 7,2 % zu. In der Kurzfristbetrachtung erhöhte sich das Nachfragevolumen um 3,5 %, was in etwa dem Rheinland-Gesamtdurchschnitt entspricht.
- Nach einem starken Kapazitätsausbau zwischen 2012 und 2014 blieb das Angebot der Schlafgelegenheiten in der Region Eifel und Region Aachen parallel zur bundesweiten Entwicklung in etwa stabil. Das Bergische Land erhöhte sein Kapazitätswolumen deutlicher um rund 4 %.
- Mit einer prozentual einstelligen Nachfragesteigerung zwischen 2014 und 2019 lagen die beiden rheinländischen Mittelgebirgsvertreter auf dem Bundesniveau dieses Destinationstypen. Nur vereinzelt verbuchten deutsche Mittelgebirgsregionen, darunter das Fichtelgebirge, der Oberpfälzer Wald sowie der Harz, zweistellige Wachstumsraten.
- Im Vergleich der Mittelgebirge teilt sich die Region Eifel und Region Aachen mit dem Schwarzwald einen Spitzenplatz hinsichtlich des Anteils internationaler Gästeübernachtungen. Grund ist die räumliche Nähe zu den Nachbarländern Niederlande bzw. Belgien/Frankreich. Die Nachfragedynamik aus dem Ausland entwickelte sich aber mit +6,9 % bei deutschlandweit +11,0 % leicht unterdurchschnittlich, nachdem die Kapazitätserweiterungen in den Jahren 2012 bis 2014 noch für einen großen Nachfrageschub aus dem Ausland gesorgt hatten.

Abb. 7: Destinationstypen im Wettbewerbsvergleich



Quelle: dwif 2020, Daten Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter, eigene Berechnungen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres).

\* Berechnung der Entwicklungsraten erfolgte unter Berücksichtigung der dwif-Modellrechnungen im Rahmen der Berichtsreisprüfungen der Statistischen Ämter für Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein.

## Exkurs: Mobilität und Tourismus<sup>8</sup>

### Mobilität als wichtiger Faktor für die Gästezufriedenheit und die Aufenthaltsqualität – für Gäste und Einwohner

Fragen zur Mobilität - An- und Abreise, Mobilität vor Ort – erfahren im Zuge der Corona-Pandemie einen Bedeutungsschub. Eine intermodale Mobilität ist dabei geprägt von strukturellen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und erfährt aktuell eine starke dynamische Entwicklung. Geleertes Verhalten verändert sich; und neue Anbieter, Konzepte und Trends dominieren das Mobilitätsverhalten der nahen Zukunft. Die Themen Mobilität und Tourismus bedingen sich dabei gegenseitig. Gleichzeitig richtet sich der Fokus in der Corona-Pandemie wieder stärker in Richtung motorisierter Individualverkehr – der eigene PKW. Steigt sogar mittelfristig die Ablehnung von öffentlichen Verkehrsmitteln, weil wir uns im Auto sicherer fühlen? Werden Bemühungen für eine nachhaltige Mobilität wieder zurückgeworfen?

Für die strategische Planung gelten nach wie vor folgende Praxisempfehlungen:

#### 1. Nutzen kommunizieren und einbinden

Dies sollten alle beteiligten Akteure beachten.

- Dem Gast emotional und mit erlebbaren Mehrwerten die Vorzüge von Verkehrsmitteln jenseits des eigenen Pkw aufzeigen, insbesondere bei der Vor-Ort-Mobilität (z.B. Bequemlichkeit, Erholung). Attraktivere Routenführungen sollten entwickelt und darauf hingewiesen werden, dass ein Verzicht auf das Auto weniger Kosten und ein Mehr an Umwelt- und Naturschutz bedeutet.
- Die Einheimischen stets im Blick behalten und diesen den Nutzen und den stabilisierenden Beitrag des Tourismus zu Erhalt und Ausbau des öffentlichen Verkehrs und damit zur Daseinsvorsorge vermitteln.
- Der Politik aufzeigen, dass mehr nachhaltige Mobilität zwar Kosten mit sich bringt, dass der ÖPNV aber in Zusammenarbeit mit touristischen Akteuren, Verkehrsunternehmen, dem Einzelhandel und weiteren Partnern wieder attraktiver und finanzierbar gemacht werden.
- Verkehrsunternehmen aktiv in die Lösungsfindung einbinden und sich als ernst zu nehmender sowie längerfristiger Partner empfehlen, der gemeinsame Interessen bei künftigen Herausforderungen verfolgt.

---

<sup>8</sup> Ostdeutscher Sparkassenverband 2019

## 2. Authentizität bewahren

Eine entscheidende Rolle spielt die Positionierung des Betriebs im Hinblick auch auf eine Entwicklung zu mehr nachhaltiger Mobilität. Welche Angebote passen zu meiner Region? Welche nicht? Was erwarten meine Gäste? Kann ich ein nachhaltiges Mobilitätskonzept glaubwürdig vermitteln oder gibt es diesbezüglich Handlungsbedarf? Gerade Betriebe in Destinationen mit einem Selbstverständnis als Naturregion oder Erholungsort sollten Gästen auch mittel- und langfristig tragbare alternative Mobilitätskonzepte anbieten.

## 3. Allianzen schmieden

Alle relevanten Akteure einbinden und an einen Tisch bringen. Dabei müssen die unterschiedlichen Motivationen offen ausgetauscht, die jeweiligen Bedürfnisse und Rahmenbedingungen artikuliert und im Sinne einer gemeinsamen Zielrichtung abgeglichen werden. Touristiker stellen die Gästebedürfnisse und -zufriedenheit in den Vordergrund, Bürgermeister den Schülerverkehr und Haushaltsrestriktionen. Regionale Verkehrsunternehmen wiederum müssen ihren Fahrplan und ihre Fahrzeugdisposition mit übergeordneten Verkehrsplanungen auf Landes- und Bundesebene abstimmen. Ein erster Schritt sollte sein, zunächst mit den aufgeschlossenen Akteuren voranzugehen. Mittelfristig ist die Schaffung einer Koordinierungs- und Kümmererstelle der Schlüssel zum Erfolg.

## 4. ÖPNV attraktiver machen

ÖPNV und weitere alternative Verkehrsmittel stehen für das Umdenken bei Touristikern und Leistungsträgern. Wer beabsichtigt, den ÖPNV zu stärken, muss konsequent eine Kommunikationsstrategie verfolgen und z.B. gewährleisten, dass Informationen zur Anreise und zum Vor-Ort-Angebot für Gäste per Bus, Bahn, Rad und zu Fuß automatisch an exponierter Stelle erscheinen. Neben der Kommunikation gilt es, den ÖPNV so attraktiv zu machen, dass er eine echte Alternative zum Pkw darstellt (z.B. Taktung, Fahrtzeiten, Routenführung).

## 5. Mobilität touristisch veredeln

Das Unterwegssein wird vom reinen Mittel zur Entfernungsüberwindung zum Reisezweck und Erlebnisbaustein mit Mehrwert. Mobilität sollte ein Baustein der Erlebnisqualität statt bloßes Mittel zum Zweck sein. Mobilität kann durch alle Formen von tourismusbezogenem Service angereichert und so emotional aufgeladen werden. Ideen: das Lunchpaket für Wanderer im Bus, „virtuelle Fenstergeschichten“ per WLAN und VR-Geräten, die die vorbeiziehende Landschaft erlebbarer machen, Nutzen der Reisezeit für Yoga oder Lernangebote unterwegs, Erlebnismobilität dank Segways, E-Scootern, außergewöhnlichen Seilbahnen, Zügen etc.

### 6. Intuitiv, bequem, intermodal

Beim Gast kommt an, was einfach und bequem ist. Das heißt im Idealfall einen unkomplizierten Tarif, und eine abgestimmte, verlässliche Taktung entwickeln und dies alles auf einer Plattform informativ und auf das Wesentliche beschränkt aufbereiten. Klassische ÖPNV-Fahrpläne, Tarifgrenzen innerhalb eines Reisegebiets, nicht vernetzte Informations- und Datensilos, überlange Wartezeiten beim Umsteigen sowie eine Taktung, die nicht zu den Öffnungszeiten von Freizeiteinrichtungen oder Veranstaltungen passen, sind dabei kontraproduktiv. Deshalb ist Abstimmungs- und Feinarbeit nötig.

### 7. Gästemobilität solidarisch finanzieren

Egal, welchen Weg Destinationen zur fahrscheinlosen Gästemobilität nehmen, das Ziel ist immer eine ebenso einheitliche wie transparente Finanzierung. Dabei steht nicht nur der eigene Nutzen im Vordergrund. Denn jeder profitiert, wenn die Region insgesamt gewinnt. Also gilt es, Möglichkeiten der kostenlosen Vor-Ort-Mobilität für die eigene Region auszuloten.

### 8. Alle Finanzierungsquellen im Blick haben

Bei der Umsetzung von Mobilitätskonzepten, einzelnen Angeboten im Bereich sanfter Mobilität oder Mobilitätsmanagement gilt es, Schritt für Schritt vorzugehen und stets die laufenden Kosten im Blick zu behalten. Dabei reicht es nicht aus, sich auf mögliche Fördertöpfe für die Finanzierung zu verlassen, sondern alle möglichen Finanzierungsquellen (Umlage, Förderung, Crowdfunding etc.) in Erwägung zu ziehen und miteinander zu kombinieren. In den Kreis der Finanziers gehören auch die Privatwirtschaft und nichttouristische Bereiche, die ebenfalls von neuen Mobilitätskonzepten profitieren können. Vermietungsmodelle zur Refinanzierung funktionieren insbesondere dann, wenn es sich beispielsweise um innovative Angebote rund um E-Mobility handelt, die Gäste im Urlaub als neue Mobilitätsangebote kennenlernen können.

### III. WIRTSCHAFTLICHE LAGE IM GASTGEWERBE

#### 1. **Vorschau auf 2020: Das Gastgewerbe in Zeiten der Corona-Pandemie**

Nach mehreren Rekordjahren in Folge und erfolgreichen Zeiten des Wachstums ist die Corona-Pandemie für das Gastgewerbe ein echter Stresstest. Durch die vergleichsweise niedrigen Eigenkapitalquoten verfügen die meisten Gastgewerbe-Betriebe über wenige Reserven, eine derartige Krise länger durchzustehen. Insbesondere in der Gastronomie, wo die Eigenkapitalquoten meist deutlich im einstelligen (oder sogar negativen) Bereich liegen, dürfte sich die betriebswirtschaftliche Situation noch dramatischer entwickeln.

Doch nicht nur die radikalen Umsatzeinbußen treffen die Branche ins Mark. Die hohen Fixkostenbelastungen stellen ein weiteres gravierendes Problem dar. Personal- und Mietaufwandsquoten mit zum Teil deutlich über 40 Prozent drücken auf die Liquidität.

Die verhältnismäßig niedrigen Cashflow-Raten machen deutlich, welche geringe Mittel den Gastgewerbe-Betrieben aus eigener Kraft für die so notwendigen Maßnahmen in Erneuerungen, Renovierungen etc. im Allgemeinen zur Verfügung stehen. Investitionsquoten von zumeist unter 2 Prozent sind daher oftmals auch ein Resultat dieser mäßigen Innenfinanzierungskraft. Die Umsatzeinbußen durch die aktuellen Entwicklungen lassen die Befürchtung zu, dass viele Betriebe ihre Investitionen bis auf Weiteres zurückstellen werden und dadurch ein großer Investitionsstau entsteht bzw. dieser verstärkt werden wird.

---

#### ***Extremer Stresstest für das Gastgewerbe durch die Corona-Pandemie***

---

Wie ernst die Lage für die Tourismusbranche in Nordrhein-Westfalen ist, zeigte auch eine weitere Blitzumfrage der IHK NRW Mitte April:<sup>9</sup> Angesichts der Corona-Krise droht eine massive Pleitewelle. Demnach fürchten 60 % (im Rheinland<sup>10</sup> ca. 55 %) der befragten Betriebe im Gastgewerbe, dieses Jahr Insolvenz anmelden zu müssen, sollte es keine weiteren unterstützenden Maßnahmen geben. In der Gesamtwirtschaft in Nordrhein-Westfalen sind es 24 Prozent der Betriebe, die diese Sorge teilen. Grund sind die eklatanten Umsatzrückgänge. So rechnet jedes dritte Unternehmen im Gastgewerbe – im Rheinland sind es sogar vier von zehn Betrieben – über das Gesamtjahr mit Umsatzrückgängen von über 50 Prozent.

---

<sup>9</sup> IHK NRW Blitzumfrage, 17. April 2020

<sup>10</sup> Stichprobengröße n=58

## Was bedeutet das für die Betriebe?

Um abschätzen zu können, wie schnell sich das deutsche Gastgewerbe nach der Krise regenerieren könnte, hilft ein Blick in die Vergangenheit und ins Ausland. Nach der Finanzkrise 2008 dauerte es knapp zwei Jahre, bis sich der RevPAR, der Erlös pro verfügbarem Zimmer, in deutschen Beherbergungsbetrieben wieder erholte. In China hatten innerhalb von zwei Monaten nach Ende des Lockdown wieder rund 80 Prozent der Hotels geöffnet, was unter anderem dem Inlandstourismus zu verdanken war.<sup>11</sup> Der Recovery-Check des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes rechnet in einem realistischen Szenario damit, dass nach Lockerung der Restriktionen von Mai bis Ende September branchenweit 35 Prozent und bei einer Belegung des Geschäfts von Oktober 2020 bis Juni 2021 bis 50 Prozent des Umsatzes von 2019 erzielt werden können.<sup>12</sup>

Gleichzeitig benötigen die Betriebe nach einer Umfrage des DEHOGA für einen erfolgreichen Wiedereinstieg jedoch nach Eigenangaben rund 70 % ihres durchschnittlichen Umsatzes. Jeder Betrieb muss daher entsprechend individuell kalkulieren, was eine Eröffnung mit Einschränkungen im konkreten Fall bedeutet. Wenn z. B. in einem Gastronomiebetrieb nur 50 % der Plätze besetzt werden können, das Personal in Service und Küche jedoch annähernd auf Vollbetrieb fahren muss, um den Betrieb sicher zu stellen, wird ein Re-Opening betriebswirtschaftlich wenig sinnvoll sein. Weitere Fixkostenbelastungen, wie z. B. durch Sicherheitspersonal, Online-Reservierungssoftware und/oder zusätzliche Hygienevorschriften kommen erschwerend hinzu. Die Branche wird somit bis zur Aufhebung der Restriktionen weiteren Unterstützungsbedarf haben.

Die rheinländischen Betriebe gaben mehrheitlich an, mit einer Woche Vorlaufzeit wieder eröffnen zu können. Schutzmaßnahmen wie Mindestabstand, Desinfektionsangebote, Mundschutz/Handschuhe für Mitarbeiter etc. planen sie mit ein.<sup>13</sup>

## dwif-Einschätzungen zu Corona-Hilfsmaßnahmen

**Mehrwertsteuersenkung:** Die Mehrwertsteuersenkung auf 7 Prozent wurde bereits beschlossen. Allerdings befristet auf ein Jahr ab dem 1. Juli 2020 und nur auf Speisen, nicht auf Getränke. Die erhofften Effekte wie Anhebung der Gehälter, gesteigerte Investitionen o. Ä. werden sich allerdings erst zeitverzögert zeigen. Wahrscheinlich ist, dass die freiwerdenden Gelder erst einmal für die Existenzsicherung der Betriebe verwendet werden. Doch auch dafür müssen erst wieder Umsätze in erheblichem Umfang auflaufen.

**Kurzarbeitergeld:** Kurzarbeit vor Entlassungen: Das ist durch das umfassende Hilfspaket der Bundesregierung und der Länder möglich. Die Arbeitnehmer profitieren derweil insbesondere von der Neuregelung des Kurzarbeitergeldes mit Erhöhungen ab dem 4. und 7. Monat. Bei den verhältnismäßig niedrigen Gehältern und der Nicht-Berücksichtigung von Trinkgeldern und Zuschüssen im

---

<sup>11</sup> STR COVID-19 hotel performance update, Webinar vom 2. April 2020

<sup>12</sup> Kompetenzzentrum des Bundes 2020

<sup>13</sup> IHK NRW Blitzumfrage, 17. April 2020

Gastgewerbe ist dieser Schritt enorm hilfreich. Wichtig in diesem Zusammenhang wären aber auch die Sicherstellung der erforderlichen personellen Kapazitäten bzw. eine digitale Abwicklung der neuen Kurzarbeiterregelung innerhalb der Bundesagentur für Arbeit, damit die Gelder zeitnah zur Verfügung gestellt werden können.

**Liquiditätsengpässe:** Liquiditätshilfen wie die Corona-Soforthilfe des Landes Nordrhein-Westfalen, die schnell und unbürokratisch zur Verfügung gestellt werden können, werden dringend benötigt. Müssen die Gelder zurückbezahlt werden, droht mittel- bis langfristig ein Investitionsstau, der die Branche anhaltend gefährden könnte. So ist auch die Corona-Überbrückungshilfe des Bundes ein wichtiger Baustein.

## 2. Konjunktur- und Marktentwicklung

Noch im Januar rechnete die Bundesregierung mit einem allgemeinen Wirtschaftswachstum. Nachdem das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt 2019 um 0,6 % gestiegen war, lagen die Prognosen für 2020 bei einem Plus von 1,0 %. Den neuesten Schätzungen des Internationalen Währungsfonds (IWF) zufolge ist in Deutschland jedoch mit einem Einbruch des BIP von 7,0 % zu rechnen. Im ersten Quartal 2020 ging die Wirtschaftsleistung bereits um 2,2 Prozent gegenüber dem vierten Quartal 2019 zurück.<sup>14</sup> Wie gravierend der Einschnitt tatsächlich ausfällt, hängt auch davon ab, wie schnell Produktion und Konsum deutschland- und weltweit nach dem Lockdown und den anhaltenden Restriktionen wieder anspringen. Nachholeffekte werden für bestimmte Branchen einsetzen, zu denen das Gastgewerbe jedoch nicht zählt. Nichtsdestotrotz wird für 2021 nach aktuellem Stand wieder mit einem deutlichen Wachstum gerechnet.<sup>15</sup>

### Positive Signale aus der Vor-Corona-Zeit: Preise und Umsätze steigen

Es bleibt zu hoffen, dass Betriebe mittelfristig wieder an die Zeiten vor der Corona-Krise anknüpfen können, denn die Umsätze im Gastgewerbe entwickelten sich im vergangenen Jahr positiv. Das galt in Nordrhein-Westfalen sowohl real als auch nominal. Insbesondere die Beherbergungsbetriebe konnten ihren Umsatz nominal um 4,5 % steigern und liegen – auch mit den inflationsbereinigten Werten – deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Damit konnten sie den Umsatzrückgang aus 2018 (-3,1 %) wieder wettmachen. Die Gastronomiebetriebe kommen auf ein nominales Umsatzplus von 3,1 % und liegen damit leicht unterhalb des bundesweiten Wertes. Auch hier zeigt sich bei den realen Werten ein Wachstum im Vergleich zum Vorjahr (-0,6 % in 2018). Insgesamt haben sich die Umsätze im Gastgewerbe in Nordrhein-Westfalen positiv entwickelt und liegen über dem deutschlandweiten Durchschnittswert. >> siehe Abb. 8

Der Blick in die Umsatzsteuerstatistik bestätigt die positive Entwicklung, obwohl die Daten zeitverzögert vorliegen und die aktuellsten Zahlen aus dem Jahr 2018 stammen. Sie bieten jedoch den

---

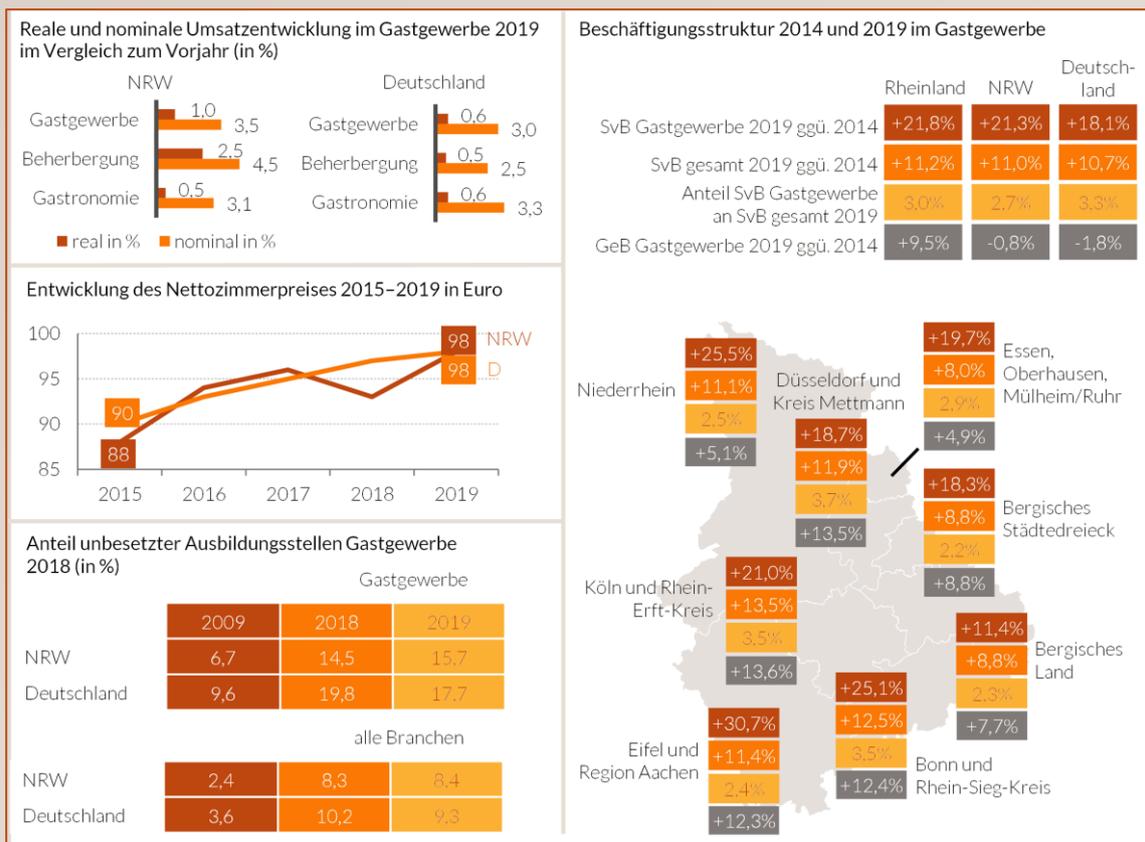
<sup>14</sup> Destatis Pressemitteilung vom 15. Mai 2020

<sup>15</sup> IWF, Destatis

Vorteil, dass sie die tatsächlich angefallenen „besteuerbaren“ Umsätze ausweisen, dadurch verlässliche Aussagen zulassen und quasi als „Nullmessung“ für die Recovery-Phase dienen können.

- Im Gastgewerbe in Nordrhein-Westfalen sank die Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen 2018 im Vergleich zu 2013 um 1,5 %. Aufgrund des kontinuierlichen Rückgangs sind 2018 mehr als 600 Betriebe weniger am Markt als fünf Jahre zuvor – der Großteil davon aus dem Gastronomie-segment, wobei die Zahl der Beherbergungsbetriebe prozentual stärker gesunken ist. Nichtsdestotrotz ist der Umsatz pro Betrieb zwischen rund 23 % (Gastronomie) und 38 % (Beherbergung) gestiegen. Die am Markt verbliebenen Unternehmen werden somit immer leistungsfähiger und sind dadurch auch besser für Krisenzeiten gerüstet.
- Der steuerbare Umsatz stieg im nordrhein-westfälischen Gastgewerbe auf einem ähnlichen Niveau. Betrug er 2013 noch 12,9 Milliarden Euro, liegt er 2018 mit 16,2 Milliarden Euro rund ein Viertel höher. Im Vergleich zu 2017 ist die Gastronomie mit einem Plus von 4,5 % der Wachstumstreiber, die Beherbergung kommt auf +2,2 %.

Abb. 8: Wirtschaftliche Entwicklung des rheinländischen Gastgewerbes



Quelle: dwif 2020, Daten Statistisches Bundesamt, Bundesagentur für Arbeit, IHA

## Erfolgreiches Jahr bei Hoteliers in NRW und im Rheinland

Diese guten Umsatzentwicklungen gehen nicht zuletzt auch auf die Hotelperformance zurück. Dem Deutschen Hotelverband (IHA) zufolge haben sich sowohl Nordrhein-Westfalen als auch die rheinländischen Städte in Hinblick auf Zimmerpreise, Auslastung und RevPAR vielversprechend entwickelt.

- Nach einem Rückgang 2018 sind die Nettozimmerpreise in Nordrhein-Westfalen wieder angestiegen. Mit durchschnittlich 98 Euro erreichten sie 2019 das bundesweite Niveau. Das entspricht einer Steigerung von 11,4 %. Die Nettopreise in Deutschland erhöhten sich im selben Zeitraum um 8,9 %. >> siehe Abb. 8
- Das Rheinland profitiert durch den Messeturnus. Allen voran Köln und Düsseldorf sind die Treiber dieser positiven Entwicklung. Im Vergleich zum Vorjahr konnten sie ihre Preise jeweils um knapp 8 % steigern – so stark wie keine andere deutsche Stadt. Mit durchschnittlichen Nettopreisen von 111 und 110 Euro müssen sie sich nur München geschlagen geben. In Bonn ist der Übernachtungspreis ebenfalls gestiegen (+3,2 % auf 88 Euro), in Essen bleibt er nahezu unverändert (+0,2 % bei 84 Euro).
- Die Auslastung ist in Nordrhein-Westfalen überdurchschnittlich stark gestiegen. Ein Plus von 2,4 % führt 2019 zu einer höheren Auslastung von 69,8 %, was aber immer noch hinter dem Durchschnittswert der deutschlandweiten Zimmerauslastung von 72,1 % liegt. In den rheinländischen Städten waren die Zimmer zuletzt ebenfalls besser belegt und kommen auf Raten von 64,7 % in Essen bis 74,8 % in Köln.
- Das gute Messejahr ist auch der Grund, weshalb der RevPAR in Düsseldorf und Köln den bundesweit deutlichsten Sprung nach vorne machte (+10,1 % bzw. 8,4 %). Diese aus Preis- und Auslastungswerten errechnete Profitabilitätskennzahl liegt in NRW trotz deutlicher Verbesserung um 8,2 % bei 69 Euro und damit zwei Euro niedriger als im gesamtdeutschen Durchschnitt. Mit 83 Euro ist Köln Spitzenreiter im Rheinland. Düsseldorf kommt auf 76 Euro, konnte sich jedoch nicht von den Rückgängen im letzten Jahr erholen und an das Niveau von 2017 (78 Euro) anknüpfen.

## Marktwachstum in der Beherbergung, Gastronomiebetriebe werden weniger

Seit 2008 geht die Zahl der Gewerbeabmeldungen im Gastgewerbe in Nordrhein-Westfalen stetig zurück. Auch die Gewerbeabmeldungen und Neugründungen sind tendenziell rückläufig. Das spiegelt sich vor allem in der Gastronomie wider. Den mit Abstand stärksten Rückgang im Vergleich zum Vorjahr gibt es bei den Anmeldungen der Beherbergungsbetriebe (-8,0 Prozent), obschon die 10-Jahres-Bilanz positiv ausfällt und es faktisch wieder mehr Beherbergungsbetriebe in NRW gibt. In der Gastronomie halten hingegen die Marktberäumungstendenzen an. 2018 gab es mehr als 400 Gastronomiebetriebe weniger als im Vorjahr.

## Kurzarbeit im Gastgewerbe: Im April über 3.500-mal so viele Personen betroffen wie im Februar

Kurzarbeit und die Zukunft der Arbeitsplätze sind drängende Themen in Krisenzeiten. Bei der Bundesagentur für Arbeit sind im April 2020 deutschlandweit mehr als 587.000 Anmeldungen von Kurzarbeit eingegangen. Im Vergleich zu einem durchschnittlichen Monat der letzten drei Jahre, in dem rund 800 Unternehmen Kurzarbeit anzeigten, ist dieser Anstieg enorm. Nach der Finanzkrise gab es im Frühjahr 2009 bspw. 1,4 Millionen Kurzarbeiter in Deutschland – ein Rekordwert, den die Corona-Krise jedoch um ein Vielfaches übertrifft.

Waren im Februar 2020, also vor der Pandemie, nur rund 170 Personen im Gastgewerbe von Kurzarbeit betroffen, schnellte die Zahl bis Ende April auf über 643.000, wobei die Hotellerie weniger betroffen ist als die Gastronomie, die 71.000 der mehr als 84.000 gastgewerblichen Betrieben in Deutschland ausmacht, die Kurzarbeit anmelden mussten. Von allen Personen, die in Deutschland im April von Kurzarbeit betroffenen waren, leben in Nordrhein-Westfalen etwa 20 %. Mithilfe des Kurzarbeitergeldes ist die Arbeitslosenquote bislang zudem nur leicht gestiegen: Im Rheinland lag sie im April 2020 bei 7,7 % und damit 0,8 Prozentpunkt höher als im Jahresdurchschnitt 2019.<sup>16</sup>

## Anstieg der Beschäftigtenzahlen, aber Ausbildung im Gastgewerbe noch zu wenig gefragt

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (SvB) im Gastgewerbe in Nordrhein-Westfalen stieg 2019 im Vergleich zum Vorjahr um rund 6.300 an. Dazu kam ein Plus von knapp 600 geringfügig Beschäftigten (GeB), deren Anteil sowohl kurz- als auch mittelfristig zugunsten sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung weiter leicht zurückgegangen ist. Somit werden mehr langfristige und vollwertige Stellen geschaffen und besetzt.

Im Rheinland entwickelte sich die Beschäftigtenstruktur folgendermaßen:

- Mittel- und kurzfristig ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten seit 2014 um annähernd 22 % gestiegen und liegt damit auf demselben Niveau wie in NRW. 2019 gab es im Rheinland mehr als 113.000 vollwertige Stellen im Gastgewerbe, das sind über 3.800 mehr als im Vorjahr.
- Anders als in NRW ist jedoch auch die Zahl der geringfügig Entlohnten im Rheinland deutlich gestiegen, während sie sowohl in Deutschland als auch in NRW rückläufig war. Verglichen mit 2018 gab es zuletzt etwa 3.200 zusätzliche geringfügig Beschäftigte. >> siehe Abb. 8

Eine ambivalente Bewertung zeigt sich beim Nachwuchs. Der Anteil unbesetzter Ausbildungsstellen stieg 2019 in Nordrhein-Westfalen im dritten Jahr in Folge auf nun 15,7 %. Zwar liegt er damit im Vergleich zum Deutschlandwert niedriger. Betrachtet man jedoch die langfristige Entwicklung der letzten zehn Jahre, zeigt sich, dass sich der Anteil unbesetzter Ausbildungsstellen in Nordrhein-

<sup>16</sup> [www.statistik.lwl.org](http://www.statistik.lwl.org)

Westfalen mehr als verdoppelt hat, während die Entwicklung in Gesamtdeutschland moderater verlief. Verglichen mit allen Branchen sind im Gastgewerbe anteilig nahezu doppelt so viele Ausbildungsstellen unbesetzt. Das deutet daraufhin, dass die Berufe in Gastronomie und Beherbergung nach wie vor als wenig attraktiv wahrgenommen werden. Bestätigt wird dies durch den DGB-Ausbildungsreport. 2019 blieben in Nordrhein-Westfalen fast 740 Ausbildungsstellen im Gastgewerbe unbesetzt. Umfassende Maßnahmenpakete sind hier in Kooperation zwischen Branche und Politik notwendig. Zudem deuten erste Signale darauf hin, dass im Zuge der Corona-Pandemie weniger Betriebe ausbilden wollen, was den Arbeits- und Fachkräftemangel im Gastgewerbe mittelfristig weiter verstärken könnte. >> siehe Abb. 8

### 3. Saisonumfrage der IHK<sup>17</sup>

Sowohl deutschlandweit als auch in Nordrhein-Westfalen beurteilten über 92 % der Gastgewerbebetriebe die wirtschaftliche Entwicklung im vergangenen Jahr gut oder befriedigend. Nur leicht darunter lag der Wert für das Rheinland mit 88,5 %. Dabei war die Lage in Beherbergungsbetrieben etwas besser als in der Gastronomie. >> siehe Abb. 9

Als größtes Risiko für die wirtschaftliche Entwicklung wurde regionsübergreifend der Fachkräftemangel genannt. Allein seit 2018 ist der Anteil derer, die diesen als größte Herausforderung wahrnehmen, im Rheinland um rund sieben Prozentpunkte gestiegen., ein ähnlicher Trend wie im gesamten Bundesland. Deutlich stärker als Risiko wahrgenommen werden auch die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen. Waren es 2018 deutschlandweit nur 34 %, die diese zu den relevantesten Risikofaktoren zählten, ist dieser Anteil bis 2019 auf knapp 41 % angestiegen. In Nordrhein-Westfalen waren es im Vorjahr sogar nur 29 %. Im Rheinland ist der Wert um fast 15 Prozentpunkte (2018: 29 %) gestiegen. Insbesondere Beherbergungsbetriebe sehen wirtschaftliche Rahmenbedingungen unter ihren Top 3-Risiken. >> siehe Abb. 9

#### Hotels im Rheinland am stärksten vom Fachkräftemangel betroffen

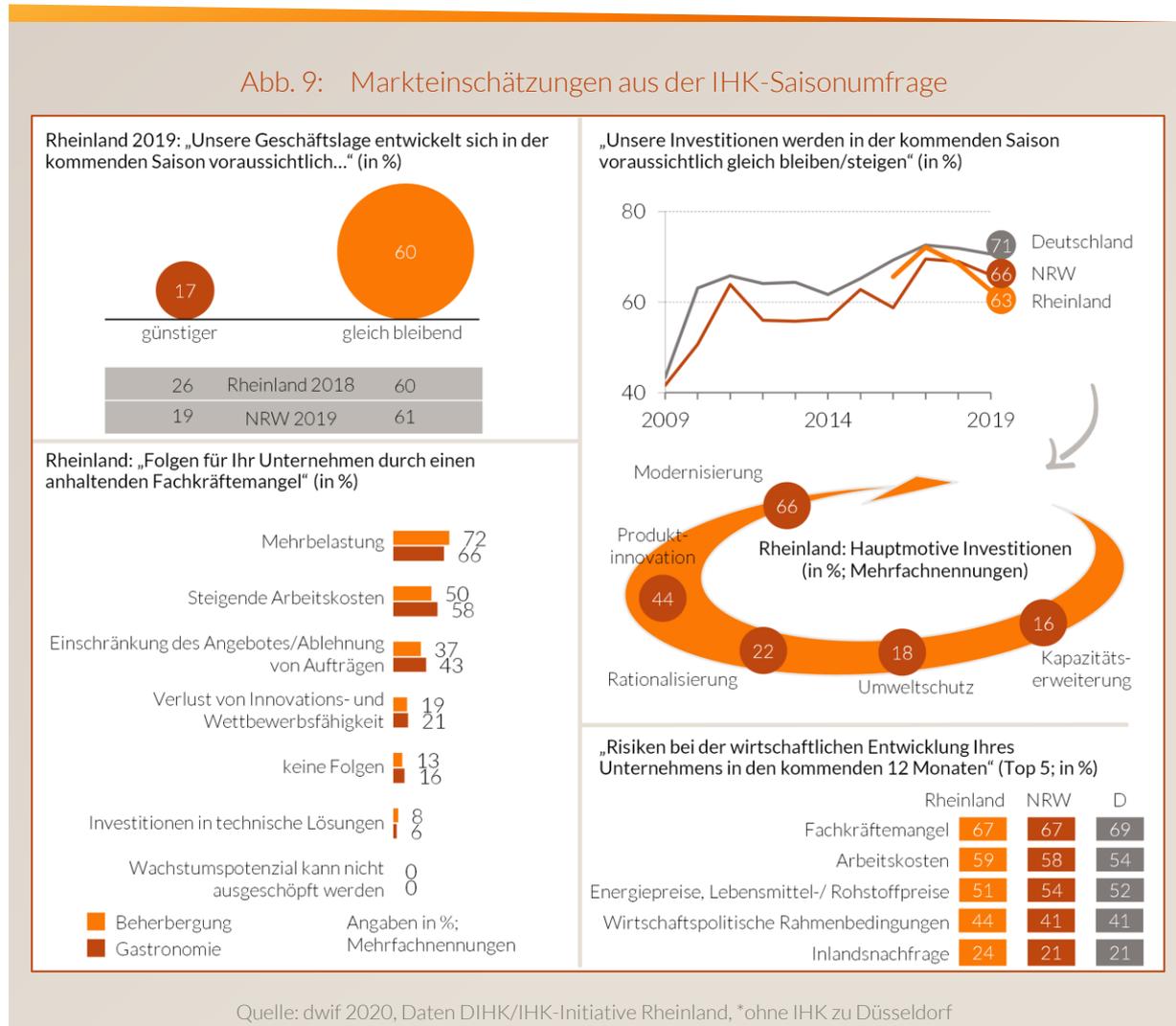
Am stärksten zeigt sich der Fachkräftemangel im Rheinland in den Hotels. Während Hotels garnis mit 48 % die geringsten Schwierigkeiten haben, Stellen langfristig zu besetzen, trifft es fast zwei Drittel der Vollhotels. Kein anderer Betriebstyp im rheinländischen Gastgewerbe schätzt die Situation derart gravierend ein. Mit dem Fachkräftemangel gehen weitere Folgen einher. Laut DIHK-Saisonumfrage ist eine Mehrbelastung die Hauptkonsequenz für die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe. Außerdem steigen für die Betriebe die Arbeitskosten und das Angebot (z. B. Öffnungszeiten, Speisekarte) muss teilweise eingeschränkt oder Aufträge abgelehnt werden. Etwa jeder fünfte Betrieb beklagt zudem den Verlust von Investitions- und Wettbewerbsfähigkeit. >> siehe Abb. 9

---

<sup>17</sup> ohne IHK zu Düsseldorf

So planen drei Viertel der Betriebe im Gastgewerbe im Rheinland mit einer gleichbleibenden Zahl an Beschäftigten. Nur acht Prozent der Hoteliers und Gastronomen wollen ihre Belegschaft verstärken. Unterschiede zwischen Gastronomie und Beherbergung gibt es hier keine.

Abb. 9: Markteinschätzungen aus der IHK-Saisonumfrage



## Sinkende Investitionslaune – drohender Investitionsstau

Trotz positiver konjunktureller Entwicklungen sank die Investitionslaune im Rheinland schon vor der Corona-Pandemie. Waren es 2017 noch fast drei Viertel der Betriebe, die planten, in gleichem oder höherem Umfang zu investieren, sank dieser Wert 2019 um mehr als 10 Prozentpunkte auf rund 63 %. Beherbergungsbetriebe (69 %), allen voran Hotels garnis, sind eher bereit zu investieren als ihre Kollegen in der Gastronomie (56 %). Anders in Deutschland insgesamt: 71 % planen gleichbleibende oder zunehmende Investitionen für die kommende Saison, in Nordrhein-Westfalen sind es immerhin noch 66 %. Dies sind erste Frühwarnsignale für einen drohenden Investitionsstau, der sich durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie noch verstärken könnte.

Schwerpunkt der Investitionen im Rheinland sind Modernisierungen, gefolgt von Produktinnovationen und Rationalisierungen. Ein Anpassungsbedarf an die Anforderungen des Marktes/der Gäste ist also gegeben. Die Bereiche Umweltschutz und Kapazitätserweiterung bleiben weiterhin für weniger als jeden fünften befragten Betrieb ein Investitionsmotiv, gleiches gilt für Nordrhein-Westfalen. Deutschlandweit hingegen ist der Umweltschutz auf dem Vormarsch: Fast ein Viertel aller Betriebe (23,5 %) geben dies als Hauptmotiv für ihre Investitionstätigkeit an. >> siehe Abb. 9

## ANHANG

### Anhang 1: Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten und auf Campingplätzen 2019

	Beherbergungsbetriebe ≥ 10 Betten			Campingplätze			Beherbergungsbetriebe ≥ 10 Betten und Campingplätze		
	Anzahl (Mio.)	Rang	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Anzahl (Tsd.)	Rang	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Anzahl (Mio.)	Rang	Veränderung ggü. Vorjahr (%)
Baden-Württemberg	52,5	2	4,6	4.650	4	0,8	57,2	2	4,2
Bayern	94,5	1	2,1	6.437	1	4,3	100,9	1	2,2
Berlin	34,0	6	3,8	134	15	12,0	34,1	7	3,8
Brandenburg	12,6	12	2,7	1.391	8	7,5	14,0	12	3,2
Bremen	2,7	16	8,7	110	16	8,4	2,8	16	8,7
Hamburg	15,3	11	6,3	160	14	-1,3	15,4	11	6,2
Hessen	34,4	5	2,5	1.238	9	1,7	35,6	6	2,5
Meckl.-Vorpommern	29,0	8	12,3	5.070	3	1,2	34,1	8	10,5
Niedersachsen	41,0	4	2,5	5.229	2	5,8	46,2	4	2,8
Nordrhein-Westfalen	51,3	3	2,5	1.998	7	3,0	53,3	3	2,6
Rheinland-Pfalz	20,2	9	1,7	2.836	6	2,8	23,0	9	1,8
Saarland	3,0	15	1,1	170	13	17,6	3,2	15	1,8
Sachsen	19,9	10	3,1	840	10	9,1	20,8	10	3,3
Sachsen-Anhalt	8,1	14	4,6	517	12	11,6	8,6	14	5,0
Schleswig-Holstein	31,7	7	4,7	4.288	5	2,1	36,0	5	4,4
Thüringen	9,7	13	4,8	690	11	7,1	10,3	13	5,0
<b>Deutschland</b>	<b>459,9</b>		<b>3,7</b>	<b>35.756</b>		<b>3,5</b>	<b>495,6</b>		<b>3,7</b>

In Schleswig-Holstein nahm das Statistikamt Nord seit Juli 2017, in Mecklenburg-Vorpommern das Statistische Amt seit August 2018 eine Berichtskreisenerweiterung vor. Die Daten aus 2019 in Tabelle 1-6 sind daher nur bedingt mit den Vorjahren vergleichbar.

Quelle: dwif 2020, Daten Statistisches Bundesamt

### Anhang 2: Kapazitäten und deren Auslastung 2018 und 2019 (einschließlich Campingplätze)

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten (Tsd.)		Auslastung angebotene Schlafgelegenheiten (%)		Auslastung angebotene Betten der Hotellerie (%)	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Baden-Württemberg	6.573	6.603	409,3	423,9	40,0	40,4	44,2	44,0
Bayern	11.920	11.966	711,7	726,5	41,2	41,3	46,7	46,7
Berlin	799	803	151,4	154,5	60,3	61,4	61,6	62,8
Brandenburg	1.663	1.685	127,0	128,5	34,3	34,9	41,2	42,3
Bremen	125	132	15,7	17,3	45,5	45,7	46,7	46,9
Hamburg	403	418	68,2	72,9	58,8	58,5	59,9	59,8
Hessen	3.446	3.441	262,7	267,3	38,7	38,4	42,5	41,9
Meckl.-Vorpommern	2.795	3.312	278,7	327,1	34,3	33,2	46,4	46,7
Niedersachsen	5.743	5.689	407,5	409,1	33,9	34,9	39,9	40,9
Nordrhein-Westfalen	4.985	4.991	375,4	384,2	38,9	39,2	42,3	43,1
Rheinland-Pfalz	3.495	3.474	230,6	233,2	30,6	30,9	35,2	35,4
Saarland	267	271	24,3	24,8	40,1	38,6	38,8	38,8
Sachsen	2.085	2.079	149,1	152,9	40,3	40,8	43,9	44,6
Sachsen-Anhalt	1.135	1.146	75,8	78,2	32,5	33,1	37,0	38,7
Schleswig-Holstein	4.028	3.960	307,5	319,6	36,6	36,4	49,4	49,6
Thüringen	1.287	1.294	107,6	107,7	34,9	36,7	37,4	39,5
<b>Deutschland</b>	<b>50.749</b>	<b>51.264</b>	<b>3.702,5</b>	<b>3.827,5</b>	<b>39,0</b>	<b>39,2</b>	<b>45,3</b>	<b>45,7</b>

Quelle: dwif 2020, Daten Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres)

## Anhang 3: Nachfrage in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten und auf Campingplätzen nach Reisegebieten 2019

	Ankünfte	Übernach- tungen (ÜN)	Aufent- halts- dauer (Tage)	ÜN Verän- derung ggü. Vorjahr (%)	Übernach- tungen Aus- länder	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	Auslän- der- anteil (%)
<b>Nordrhein-Westfalen</b>	24.309.650	53.259.784	2,2	2,6	11.150.719	3,4	20,9
<b>Rheinland</b>	15.443.321	29.811.165	1,9	3,6	7.906.722	4,5	26,5
Eifel und Region Aachen	1.379.523	3.178.769	2,3	4,5	834.940	1,3	26,3
Niederrhein	2.263.262	4.579.172	2,0	2,9	865.613	4,0	18,9
Bergisches Land	666.073	1.687.203	2,5	1,6	206.401	1,7	12,2
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	1.587.848	3.114.433	2,0	7,3	574.161	7,6	18,4
Köln und Rhein-Erft-Kreis	4.330.648	7.939.627	1,8	3,1	2.562.418	7,0	32,3
Düsseldorf und Kreis Mettmann	3.617.829	6.033.389	1,7	1,6	2.264.868	1,0	37,5
Bergisches Städtedreieck	391.625	867.076	2,2	6,6	127.432	17,8	14,7
Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr	1.206.513	2.411.496	2,0	6,3	470.889	10,7	19,5

Quelle: dwif 2020, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen

## Anhang 4: Kapazitäten und deren Auslastung 2018 und 2019 (einschließlich Campingplätze)

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Betten (%)	
	2019	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	2019	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	2019	Verände- rung ggü. Vorjahr (%)	2018	2019
<b>Nordrhein-Westfalen</b>	4.991	0,1	384.511	2,4	77,0	2,3	44,1	44,7
<b>Rheinland</b>	2.384	1,6	207.433	3,6	87,0	1,9	.	.
Eifel und Region Aachen	419	1,9	28.449	2,9	67,9	1,0	40,1	40,2
Niederrhein	564	3,3	41.156	6,1	73,0	2,8	39,1	40,0
Bergisches Land	198	0,5	14.749	0,0	74,5	-0,5	41,8	41,7
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	246	1,7	20.191	5,2	82,1	3,5	43,2	45,0
Köln und Rhein-Erft-Kreis	394	-1,3	43.872	2,0	111,4	3,3	51,8	52,0
Düsseldorf und Kreis Mettmann	325	1,6	36.658	3,1	112,8	1,5	46,5	46,3
Bergisches Städtedreieck	80	1,3	5.949	2,5	74,4	1,3	40,4	41,1
Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr	158	3,9	16.409	5,7	103,9	1,7	.	.

 Quelle: dwif 2020, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jah-  
res)

## Anhang 5: Kapazitäten der Hotellerie und Sonstigen Beherbergungsbetriebe nach Reisegebieten 2018 und 2019

	Hotellerie (Hotels, Hotels garnis, Pensionen, Gasthöfe)							
	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Betten (%)	
	2019	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2019	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2019	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2018	2019
<b>Nordrhein-Westfalen</b>	3.614	-0,9	227.268	2,1	62,9	3,1	42,3	43,1
<b>Rheinland</b>	1.806	0,1	141.869	3,3	78,6	3,3	.	.
Eifel und Region Aachen	238	-1,2	10.737	2,1	45,1	3,4	.	.
Niederrhein	395	0,5	21.991	2,4	55,7	1,8	.	.
Bergisches Land	126	2,4	5.610	0,5	44,5	-2,0	.	.
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	197	-1,0	14.693	4,7	74,6	5,8	.	.
Köln und Rhein-Erft-Kreis	353	-1,1	36.955	2,5	104,7	3,7	50,6	.
Düsseldorf und Kreis Mettmann	308	1,3	34.838	3,2	113,1	1,9	.	.
Bergisches Städtedreieck	66	4,8	4.296	7,5	65,1	2,7	.	.
Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr	123	-0,8	12.749	6,8	103,7	7,7	.	.

Quelle: dwif 2020, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (Betriebe und Schlafgelegenheiten im Juli eines Jahres); aus Datenschutzgründen wird die Auslastung der Hotellerie in der amtlichen Tourismusstatistik für den Großteil der Regionen nicht ausgewiesen.

	Sonstige Beherbergungsbetriebe (einschließlich Campingplätze)					
	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)	
	2019	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2019	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2019	Veränderung ggü. Vorjahr (%)
<b>Nordrhein-Westfalen</b>	1.377	3,0	156.901	2,6	113,9	-0,3
<b>Rheinland</b>	578	6,6	65.564	4,2	113,4	-2,3
Eifel und Region Aachen	181	6,5	17.712	3,4	97,9	-2,8
Niederrhein	169	10,5	19.165	10,8	113,4	0,4
Bergisches Land	72	-2,7	9.139	-0,4	126,9	2,3
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	49	14,0	5.498	6,5	112,2	-6,6
Köln und Rhein-Erft-Kreis	41	-2,4	6.917	-0,6	168,7	1,8
Düsseldorf und Kreis Mettmann	17	6,3	1.820	1,0	107,1	-4,9
Bergisches Städtedreieck	14	-12,5	1.653	-8,4	118,1	4,7
Essen, Oberhausen, Mülheim an der Ruhr	35	25,0	3.660	2,2	104,6	-18,3

Quelle: dwif 2020, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres)

## Anhang 6: Nachfrage in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten und auf Campingplätzen nach IHK-Bezirken 2019

	Ankünfte	Übernachtungen (ÜN)	Aufenthaltsdauer (Tage)	ÜN Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Übernachtungen Ausländer	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Ausländeranteil (%)
<b>Rheinland</b>	15.443.321	29.811.165	1,9	3,6	7.906.722	4,5	26,5
IHK Aachen	1.489.663	3.431.286	2,3	4,0	875.643	0,8	25,5
IHK Mittlerer Niederrhein	977.987	1.977.868	2,0	5,0	404.510	8,3	20,5
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	1.175.135	2.348.787	2,0	1,6	420.400	1,3	17,9
IHK Bonn/Rhein-Sieg	1.587.848	3.114.433	2,0	7,3	574.161	7,6	18,4
IHK Köln	4.996.721	9.626.830	1,9	2,8	2.768.819	6,6	28,8
IHK zu Düsseldorf	3.617.829	6.033.389	1,7	1,6	2.264.868	1,0	37,5
IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid	391.625	867.076	2,2	6,6	127.432	17,8	14,7
IHK zu Essen	1.206.513	2.411.496	2,0	6,3	470.889	10,7	19,5

Quelle: dwif 2020, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, eigene Berechnungen

## Anhang 7: Kapazitäten und deren Auslastung 2018 und 2019 (einschließlich Campingplätze) nach IHK-Bezirken 2019

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)	
	2019	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2019	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	2019	Veränderung ggü. Vorjahr (%)
<b>Rheinland</b>	2.384	1,6	207.433	3,6	87,0	1,9
IHK Aachen	469	0,9	30.856	2,8	65,8	1,9
IHK Mittlerer Niederrhein	213	5,4	14.470	3,0	67,9	-2,3
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	301	3,8	23.979	7,3	79,7	3,4
IHK Bonn/Rhein-Sieg	246	1,7	20.191	5,2	82,1	3,5
IHK Köln	592	-0,7	58.621	1,5	99,0	2,2
IHK zu Düsseldorf	325	1,6	36.658	3,1	112,8	1,5
IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid	80	1,3	5.949	2,5	74,4	1,3
IHK zu Essen	158	3,9	16.409	5,7	103,9	1,7

Quelle: dwif 2020, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, eigene Berechnungen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Juli eines Jahres)

## Anhang 8: Nachfrage in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Schlafgelegenheiten in Städten des Rheinlands (RL) 2019

Stadt und Rang bei Übernachtungen im gesamtdeutschen Städtevergleich (n = 271 Städte)		Ankünfte	Übernachtungen (ÜN)	Aufenthaltsdauer (Tage)	ÜN Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Übernachtungen Ausländer	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Ausländeranteil (%)
Aachen	28	549.313	1.043.978	1,9	2,3	320.238	0,6	30,7
Bad Honnef	183	77.468	164.074	2,1	18,4	23.363	21,9	14,2
Bergisch Gladbach	173	89.102	176.319	2,0	3,6	29.062	9,9	16,5
Bonn	16	945.671	1.753.783	1,9	9,8	373.845	8,4	21,3
Brühl	70	201.970	537.248	2,7	-3,0	80.616	3,2	15,0
Dormagen	235	32.899	120.684	3,7	3,0	18.712	5,1	15,5
Duisburg	65	295.205	570.934	1,9	1,0	104.087	2,4	18,2
Düsseldorf	6	3.048.737	5.001.354	1,6	0,3	2.013.536	-0,1	40,3
Essen	17	842.463	1.665.817	2,0	4,0	329.805	5,5	19,8
Frechen	236	71.293	119.900	1,7	4,6	24.624	8,6	20,5
Geldern	246	32.628	116.475	3,6	1,1	7.436	5,6	6,4
Gummersbach	216	63.363	138.508	2,2	2,8	31.468	-9,6	22,7
Hennef (Sieg)	156	50.569	194.443	3,8	-1,5	8.289	-6,7	4,3
Hilden	205	62.061	146.253	2,4	6,4	27.701	4,8	18,9
Hürth	93	85.100	360.777	4,2	-3,0	69.402	4,3	19,2
Kerpen	237	54.697	119.692	2,2	3,0	16.760	7,5	14,0
Kleve	270	55.329	102.801	1,9	-0,9	18.208	-10,5	17,7
Köln	5	3.826.360	6.579.119	1,7	4,6	2.318.551	7,5	35,2
Königswinter	120	151.421	271.202	1,8	9,8	47.326	21,5	17,5
Krefeld	126	152.365	256.000	1,7	1,9	66.456	9,8	26,0
Leichlingen (Rheinland)	227	14.821	125.014	8,4	1,4	9.063	19,0	7,2
Leverkusen	131	130.501	246.172	1,9	-1,4	78.964	1,0	32,1
Meerbusch	159	38.848	189.764	4,9	1,1	28.262	1,7	14,9
Mettmann	181	93.035	165.275	1,8	15,1	51.560	20,6	31,2
Moers	231	73.217	122.774	1,7	10,1	33.310	11,4	27,1
Mönchengladbach	100	207.723	344.264	1,7	2,7	78.592	5,7	22,8
Mülheim an der Ruhr	152	104.750	199.213	1,9	5,1	37.439	9,2	18,8
Nettetal	226	66.485	126.045	1,9	5,6	15.084	33,2	12,0
Neuss	80	270.740	442.647	1,6	10,5	120.100	7,2	27,1
Oberhausen	69	259.300	546.466	2,1	14,8	103.645	32,3	19,0
Ratingen	87	224.777	375.412	1,7	5,1	98.085	14,4	26,1
Remscheid	241	71.182	117.823	1,7	2,3	20.110	-16,1	17,1
Siegburg	204	73.248	146.530	2,0	5,6	30.833	10,1	21,0
Troisdorf	242	63.486	117.775	1,9	7,5	24.319	-4,7	20,6
Wesel	168	107.059	182.931	1,7	-3,7	34.440	-7,5	18,8
Wuppertal	57	271.267	655.116	2,4	9,3	88.660	29,1	13,5
Städteauswahl RL gesamt		12.758.453	23.542.582	1,9	3,8	6.781.951	5,0	28,8
Anteil an RL gesamt		82,6 %	79,0 %			85,8 %		

Quelle: dwif 2020, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, eigene Berechnungen

## Anhang 9: Kapazitäten und Auslastung 2018 und 2019 in Städten des Rheinlands

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Betten bzw. Schlafgelegenheiten (%)	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Aachen	64	65	5.482	5.507	85,7	84,7	50,2	50,4
Bad Honnef	11	12	885	1.094	80,5	91,2	37,4	41,1
Bergisch Gladbach	18	18	1.200	1.193	66,7	66,3	40,3	40,8
Bonn	98	102	9.169	9.609	93,6	94,2	48,8	50,2
Brühl	19	19	2.700	2.718	142,1	143,1	56,3	53,9
Dormagen	15	15	722	715	48,1	47,7	43,3	45,9
Duisburg	49	47	3.661	3.788	74,7	80,6	41,8	41,9
Düsseldorf	227	218	28.309	27.947	124,7	128,2	49,0	48,4
Essen	94	94	10.327	10.070	109,9	107,1	43,5	44,1
Frechen	11	14	753	818	68,5	58,4	40,6	43,1
Geldern	11	11	554	555	50,4	50,5	52,4	49,7
Gummersbach	13	13	814	815	62,6	62,7	39,5	40,3
Hennef (Sieg)	12	12	1.048	1.049	87,3	87,4	52,3	51,2
Hilden	13	13	1.105	1.073	85,0	82,5	36,1	36,9
Hürth	17	15	1.533	1.551	90,2	103,4	65,6	65,1
Kerpen	18	19	940	951	52,2	50,1	34,8	35,4
Kleve	14	14	728	702	52,0	50,1	36,9	36,7
Köln	280	280	32.726	34.048	116,9	121,6	52,5	52,9
Königswinter	25	22	1.891	1.840	75,6	83,6	37,5	40,2
Krefeld	24	22	1.841	1.781	76,7	81,0	37,5	39,6
Leichlingen (Rheinland)	8	8	488	488	61,0	61,0	68,5	70,4
Leverkusen	22	22	1.532	1.547	69,6	70,3	45,3	43,8
Meerbusch	17	19	897	946	52,8	49,8	55,1	53,8
Mettmann	10	10	1.048	1.048	104,8	104,8	39,5	43,4
Moers	14	15	768	773	54,9	51,5	40,2	41,9
Mönchengladbach	30	29	2.283	2.193	76,1	75,6	42,3	41,9
Mülheim an der Ruhr	31	31	1.729	1.740	55,8	56,1	30,2	29,6
Nettetal	14	14	920	906	65,7	64,7	36,3	37,6
Neuss	18	19	2.886	3.014	160,3	158,6	38,4	41,4
Oberhausen	29	32	2.616	3.166	90,2	98,9	50,0	49,4
Ratingen	29	29	2.531	2.529	87,3	87,2	38,9	41,1
Remscheid	17	17	888	887	52,2	52,2	35,6	36,5
Siegburg	15	13	904	873	60,3	67,2	42,0	44,6
Troisdorf	9	9	726	735	80,7	81,7	43,0	45,3
Wesel	14	14	785	799	56,1	57,1	46,2	46,2
Wuppertal	44	45	3.830	4.364	87,0	97,0	44,7	44,7
Städteauswahl RL gesamt	1.354	1.351	131.219	133.832	96,9	99,1		
Anteil an RL gesamt	57,7%	56,7%	65,5%	64,5%				

Quelle: dwif 2020, Daten Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, eigene Berechnungen (Betriebe und Schlafgelegenheiten inkl. Camping im Dezember eines Jahres)

## Anhang 10: Beschäftigtenstruktur und -entwicklung im Rheinland nach IHK-Bezirken

	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB)				Geringfügig entlohnte Beschäftigte (GeB)			
	Gastgewerbe		Anteil Gastgewerbe an gesamt		Gastgewerbe		Anteil Gastgewerbe an gesamt	
	2019	2019 ggü. 2014 in %	2014 in %	2019 in %	2019	2019 ggü. 2014 in %	2014 in %	2019 in %
<b>Rheinland</b>	113.422	21,8	2,9	3,0	116.974	9,5	11,1	12,2
IHK Aachen	10.397	29,0	2,1	2,4	14.916	9,9	10,1	11,3
IHK Mittlerer Niederrhein	10.120	17,8	2,2	2,3	14.069	3,8	11,7	12,2
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	10.981	34,3	2,2	2,6	13.904	7,5	10,8	12,1
IHK Bonn/Rhein-Sieg	12.171	25,1	3,2	3,5	11.028	12,4	10,6	11,5
IHK Köln	31.422	19,2	3,0	3,2	30.435	12,0	12,2	13,3
IHK zu Düsseldorf	22.555	18,7	3,4	3,7	15.261	13,5	11,2	12,7
IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid	5.031	18,3	2,0	2,2	6.642	8,8	10,3	11,3
IHK zu Essen	10.745	19,7	2,6	2,9	10.719	4,9	10,5	11,6

Quelle: dwif 2020, Daten Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen

## Anhang 11: Geschäftslage im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Die Geschäftslage war ...	gut (in %)	befriedigend (in %)	schlecht (in %)
<b>Rheinland*</b>	44,9	43,6	11,5
Nordrhein-Westfalen	48,8	43,6	7,5
Deutschland	53,3	39,4	7,3

Quelle: dwif 2020, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2019, \*ohne IHK zu Düsseldorf

## Anhang 12: Geschäftslage der nächsten Saison im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Unsere Geschäftslage entwickelt sich in der nächsten Saison voraussichtlich ...	günstiger (in %)	gleichbleibend (in %)	ungünstiger (in %)
<b>Rheinland*</b>	17,1	60,3	22,6
Nordrhein-Westfalen	18,5	60,5	21,0
Deutschland	16,1	65,3	18,6

Quelle: dwif 2020, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2019, \*ohne IHK zu Düsseldorf

## Anhang 13: Risiken bei der wirtschaftlichen Entwicklung im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Größte Risiken bei der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens in den kommenden 12 Monaten? (Mehrfachnennungen möglich)	Inlandsnachfrage (in %)	Auslandsnachfrage (in %)	Finanzierung (in %)	Arbeitskosten (in %)	Fachkräftemangel (in %)	Wechselkurs (in %)	Energie- und Rohstoffpreise (in %)	Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen (in %)
Rheinland*	24,1	9,5	10,0	58,6	67,3	0,9	51,4	43,6
Nordrhein-Westfalen	20,6	8,4	8,4	58,1	66,7	0,4	53,5	40,6
Deutschland	20,6	7,7	9,7	54,3	69,2	0,6	51,6	40,5

Quelle: dwif 2020, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2019, \*ohne IHK zu Düsseldorf

## Anhang 14: Beschäftigung in der nächsten Saison im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Die Zahl unserer Beschäftigten wird in der nächsten Saison voraussichtlich ...	zunehmen (in %)	gleich bleiben (in %)	abnehmen (in %)
Rheinland*	7,9	75,4	16,7
Nordrhein-Westfalen	9,6	65,6	24,7
Deutschland	10,7	75,2	14,1

Quelle: dwif 2020, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2019, \*ohne IHK zu Düsseldorf

## Anhang 15: Investitionen im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Werden Sie voraussichtlich investieren?	Ja, zunehmend (in %)	Ja, gleichbleibend (in %)	Ja, aber abnehmend (in %)	Nein, keine Investitionen (in %)
Rheinland*	20,5	42,0	19,2	18,3
Nordrhein-Westfalen	20,7	45,2	18,0	16,1
Deutschland	24,5	46,1	16,1	13,3

Quelle: dwif 2020, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2019, \*ohne IHK zu Düsseldorf

## Anhang 16: Hauptmotiv für Investitionen im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Unsere Investitionsplanungen beziehen sich hauptsächlich auf ...	Kapazitätserweiterung (in %)	Rationalisierung (in %)	Modernisierung (in %)	Produktinnovation (in %)	Umweltschutz (in %)
Rheinland*	16,4	21,5	66,1	43,5	18,1
Nordrhein-Westfalen	15,5	21,1	68,8	38,6	19,0
Deutschland	14,2	23,6	67,8	31,6	23,5

Quelle: dwif 2020, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2019, \*ohne IHK zu Düsseldorf

## Anhang 17: Folgen durch Fachkräfte (IHK-Saisonumfrage)

Welche Folgen erwarten Sie durch einen anhaltenden Fachkräftemangel für ihr Unternehmen? (Top 5; Mehrfachnennungen möglich)	Keine Folgen (in %)	Steigende Arbeitskosten (in %)	Mehrbelastung (in %)	Verlust von Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit (in %)	Einschränkung des Angebotes/Ablehnung von Aufträgen (in %)
Rheinland*	16,4	53,9	67,6	19,6	39,7
Nordrhein-Westfalen	14,6	58,1	64,0	18,0	43,7
Deutschland	13,4	58,7	66,0	18,5	47,9

Quelle: dwif 2020, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2019, \*ohne IHK zu Düsseldorf

## Anhang 18: Besetzungsprobleme im Gastgewerbe (IHK-Saisonumfrage)

Können Sie in Ihrem Unternehmen derzeit offene Stellen längerfristig nicht besetzen, weil Sie keine passenden Arbeitskräfte finden?	Ja (in %)	Nein, keine Probleme (in %)	Nein, derzeit kein Personalbedarf (in %)
Rheinland*	50,4	19,6	30,0
Nordrhein-Westfalen	49,1	16,0	34,9
Deutschland	54,6	13,7	31,7

Quelle: dwif 2020, Daten IHK-Saisonumfrage Herbst 2019, \*ohne IHK zu Düsseldorf

## Anhang 19: Reisegebiete und Landkreise im Rheinland



Quelle: dwif 2020

## Literatur

DEHOGA: Blitzumfrage, März 2020.

DESTATIS: Deutsche Wirtschaft ist im Jahr 2019 um 0,6 % gewachsen, Pressemitteilung. Wiesbaden, 15.01.2020.

DESTATIS: Bruttoinlandsprodukt im 1. Quartal 2020 um 2,2 % niedriger als im Vorquartal, Pressemitteilung. Wiesbaden, 15.5.2020

EITW Europäisches Institut für TagungsWirtschaft an der Hochschule Harz: Meeting- & EventBarometer 2018/2019. Berlin, Wernigerode 2019

Hotelverband Deutschland (IHA) e. V.: Hotelmarkt Deutschland 2020. Berlin, Februar 2020.

IHK NRW Blitzumfrage, 17. April 2020

Internationaler Währungsfonds (IWF): World Economic Outlook, Chapter 1. April 2020

Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes: Recovery-Check #1. Salzgitter, 2020

Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV): Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2019, Berlin, 2019

STR: COVID-19 hotel performance update, Webinar, April 2020.

## Internet:

[7dayspremiumhotel.de](https://www.7dayspremiumhotel.de)

[www.dus.com](https://www.dus.com)

[www.koeln-bonn-airport.de](https://www.koeln-bonn-airport.de)

[www.kompetenzzentrum-tourismus.de](https://www.kompetenzzentrum-tourismus.de)

[www.motel-one.com](https://www.motel-one.com)

[www.niederrhein-tourismus.de](https://www.niederrhein-tourismus.de)

[www.nrw-tourismus.de](https://www.nrw-tourismus.de)

[www.nrz.de](https://www.nrz.de)

[www.rilano-hotel.kleve.de](https://www.rilano-hotel.kleve.de)

[www.ruhrgebiet-stadtrundfahrten.de](https://www.ruhrgebiet-stadtrundfahrten.de)

[www.startnext.com](https://www.startnext.com)

[www.statistik.lwl.org](https://www.statistik.lwl.org)

[www.touristiker-nrw.de](https://www.touristiker-nrw.de)

Darüber hinaus wurden die Tagespresse und Fachzeitschriften zur Informationsgewinnung genutzt.

Kartengrundlage GfK GeoMarketing

## Impressum

Herausgeber: IHK-Initiative Rheinland

Ansprechpartner: Prof. Dr. Stephan Wimmers  
Bonner Talweg 17  
53113 Bonn  
Telefon: (0228) 2284-142  
Telefax: (0228) 2284-223  
E-Mail: [wimmers@bonn.ihk.de](mailto:wimmers@bonn.ihk.de)  
Internet: [www.ihk-bonn.de](http://www.ihk-bonn.de)

Bearbeitung: dwif-Consulting GmbH

Ansprechpartner: Karsten Heinsohn  
Marienstraße 19/20  
10117 Berlin  
Telefon: (030) 757949-30  
Telefax: (030) 7516510  
E-Mail: [k.heinsohn@dwif.de](mailto:k.heinsohn@dwif.de)  
Internet: [www.dwif.de](http://www.dwif.de)

Bildnachweis Titelseite: freepik

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder in irgendeinem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Herausgeber reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.