

**netzvitamine**

# / Tourismus in Zeiten von Corona

Kuratierung und Bewertung von Prognosen und Trends,  
Herausstellung wesentlicher Handlungsfelder im Kontext Graubünden.

**erstellt von der netzvitamine GmbH  
in Zusammenarbeit mit Graubünden Ferien**

**graub<sup>u</sup>nden**

## DISCLAIMER

Das vorliegende Dokument fällt unter § 2 des Gesetzes über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte. Sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen verbleiben ausschließlich bei der netzvitamine GmbH.

Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind lediglich nach vorheriger schriftlicher Einwilligung der netzvitamine GmbH zulässig. Dies gilt insbesondere für Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen, die zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet worden sind.

Deren Wiedergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung ohne die dafür notwendigen Nutzungsrechte kann Ansprüche des Rechtsinhabers auslösen.



# Inhalt

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 01_ | <b>Prognosen und Einschätzungen im zeitlichen Ablauf der Pandemie</b> .....                              | 06 |
| 02_ | <b>Bewertung: Trends und Entwicklungen in Zeiten von Corona mit Auswirkungen auf den Tourismus</b> ..... | 15 |
| 03_ | <b>Handlungsempfehlungen für touristische Leistungsträger</b> .....                                      | 31 |





# Schreibt sich die Zukunft gerade neu?

Die Auswirkungen von Lockdown, Ansteckungsgefahr, Reisewarnungen und Unsicherheiten waren und sind nach wie vor bei allen Tourismusakteuren unmittelbar spürbar und bringen ein verändertes Reiseverhalten aller Reisenationen weltweit hervor. Doch so gravierend die Pandemie sich auf den Wirtschaftsbereich Tourismus ausgewirkt hat, so scheint ein Grundsatz weiterhin Bestand zu haben:

**Reisen ist und bleibt ein elementares menschliches Bedürfnis.**

Die Erfahrungen mit Covid-19 erfordern von den Tourismusakteuren – neben der akuten Umsetzung von Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie – auch eine perspektivische Anpassung des angebotenen Tourismus in seiner Gänze.

Das übersteigt die bloße ökonomische Re-Stabilisierung und umschließt alle Bereiche: Sicherheits- und Hygienekonzepte, touristische Angebotsgestaltung, Kommunikation (Innen- und Außenmarketing) bis hin zu neuen Erlebnissen, die sich im besten Fall an den je aktuellen Werten und Trends orientieren.



# Motivation dieser Analyse

Während der Corona-Pandemie wurden viele Empfehlungen, Checklisten und Hinweise veröffentlicht, wie sich der Reisemarkt durch die Krise verändern wird. Bisher sind wenige Daten empirisch belegt, sodass dauerhafte Auswirkungen auf das Reiseverhalten noch unklar sind. Eine fundierte Aussage kann erst in einer Nachschau erfolgen.

Eine Tendenz zeichnet sich derzeit ab, **Tourismusqualität und bedingungslose Nachfrageorientierung werden zu zentralen Erfolgsfaktoren: Die Offenheit bestehende Geschäftsmodelle zu überdenken sowie eine Anpassungsfähigkeit an sich laufend ändernde externe Einflüssen.**

Die vorliegende Analyse widmet sich zunächst ausgewählten Prognosen und Einschätzungen im zeitlichen Ablauf der Pandemie. Verdeutlicht werden soll, wie kontrovers die Entwicklungen diskutiert und eingeordnet wurden, um aufzuzeigen, dass wir einer bisher nie da gewesenen Situation gegenüberstehen, deren Ausgang niemand vorhersehen konnte und kann. Lediglich eine Einordnung in den ökonomischen und gesellschaftlichen Diskurs ist möglich. Hierzu werden die aktuellen Entwicklungen übergeordneten Themenbereichen zugeordnet und nach quantifizierbaren Veränderungen bewertet.





# Prognosen und Einschätzungen: VOR LOCKDOWN

deutlich stärker eingetreten

"Wenn sich die Lage über Ostern beruhigt, werden sich die Menschen schnell auf Sommerreisen konzentrieren. Sollte die "Hysterie" über Corona bis zum Sommer anhalten, werden wir die Nachfrage mit niedrigen Preisen anregen. Für April und Mai erwarten wir **zehn Prozent weniger Buchungen als im Vorjahr.**"

*[Ryanair-Chef O'Leary](#) am 03.03.2020*

teilweise eingetreten

**"Touristen haben ein recht kurzes Gedächtnis.** Wahrscheinlich warteten viele Kunden ab, sodass Last-Minute-Reisen stärker gefragt sein werden. Auch Preisnachlässe und großzügigere Stornoregeln dürften die Touristen locken. Beim Preis gibt es eine rote Linie, ab der viele Touristen bereit sind, ein vermeintliches Risiko zurückzustellen."

*[Tourismusforscher Jürgen Schmude LMU München](#) am 03.03.2020*



JAN/ FEB  
VOR LOCKDOWN



MÄR/ APR  
LOCKDOWN



MAI/ JUN  
LOCKERUNG



JUL/ AUG  
BELEBUNG



?  
NORMALISIERUNG



# Prognosen und Einschätzungen: LOCKDOWN

"Herr und Frau Schweizer scheinen aktuell für die nächsten Sommer-, Herbst- und Winterferien kaum Bedenken für einen Aufenthalt in einer **Ferienwohnung im eigenen Land** zu haben"

*Online Buchungsplattform [E-Domizil](#) am 12.03.2020*

eingetreten

"Schon bald werden wir unsere Tickets für den Bus oder die Straßenbahn nicht mehr beim Fahrer kaufen, sondern uns **automatisch ins Verkehrssystem einchecken**. Die Abrechnung erfolgt automatisch und wird vom persönlichen Guthaben abgebucht (**All-Inclusive Mobility**) oder am Ende des Tages erstellt, wenn das System weiß, ob nur ein Einzelfahrschein oder ein Tagesticket zu bezahlen ist."

*[Zukunftsinstitut](#) am 24.03.2020  
(Publikation "Die Welt nach Corona")*

erste Projekte bereits in der Umsetzung

Die wirtschaftlichen und sozialen Folgen des Virus werden uns viel länger beschäftigen als das Virus selbst. Mindestens dieses Jahr und das nächste. Diese Krise wird **härter und zerstörerischer als die Finanzkrise** von 2008.

*[OECD-Chef Angel Gurría](#) am 07.04.2020*

Hohe Wahrscheinlichkeit, aber noch nicht absehbar



JAN/ FEB  
VOR LOCKDOWN



MÄR/ APR  
LOCKDOWN



MAI/ JUN  
LOCKERUNG



JUL/ AUG  
BELEBUNG



?  
NORMALISIERUNG





# Prognosen und Einschätzungen: LOCKDOWN

teilweise schon eingetreten

"Dass die Deutschen ihre **Fern-Reiselust** komplett verlieren, das [...] glaube ich nicht."

"Über kurz oder lang wird natürlich auch die Sehnsucht der Menschen weiterhin bestehen, **Auslandsreisen** anzutreten, das ist gar keine Frage."

*Deutscher Tourismusverband, Norbert Kunz am 18.04.2020*

für manche Bevölkerungsschichten zutreffend

"Viele potenzielle Urlauber werden nach Corona selbst finanzielle Hilfe brauchen. Da steht eine **kostenintensive Urlaubsreise sicher nicht an erster Stelle.**"

*Juristin Sabine Fischer-Volk am 16.04.2020*



JAN/ FEB  
VOR LOCKDOWN



MÄR/ APR  
LOCKDOWN



MAI/ JUN  
LOCKERUNG



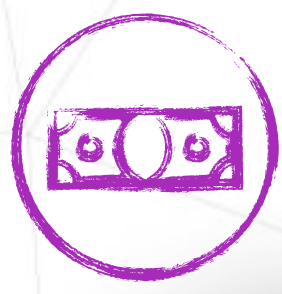
JUL/ AUG  
BELEBUNG



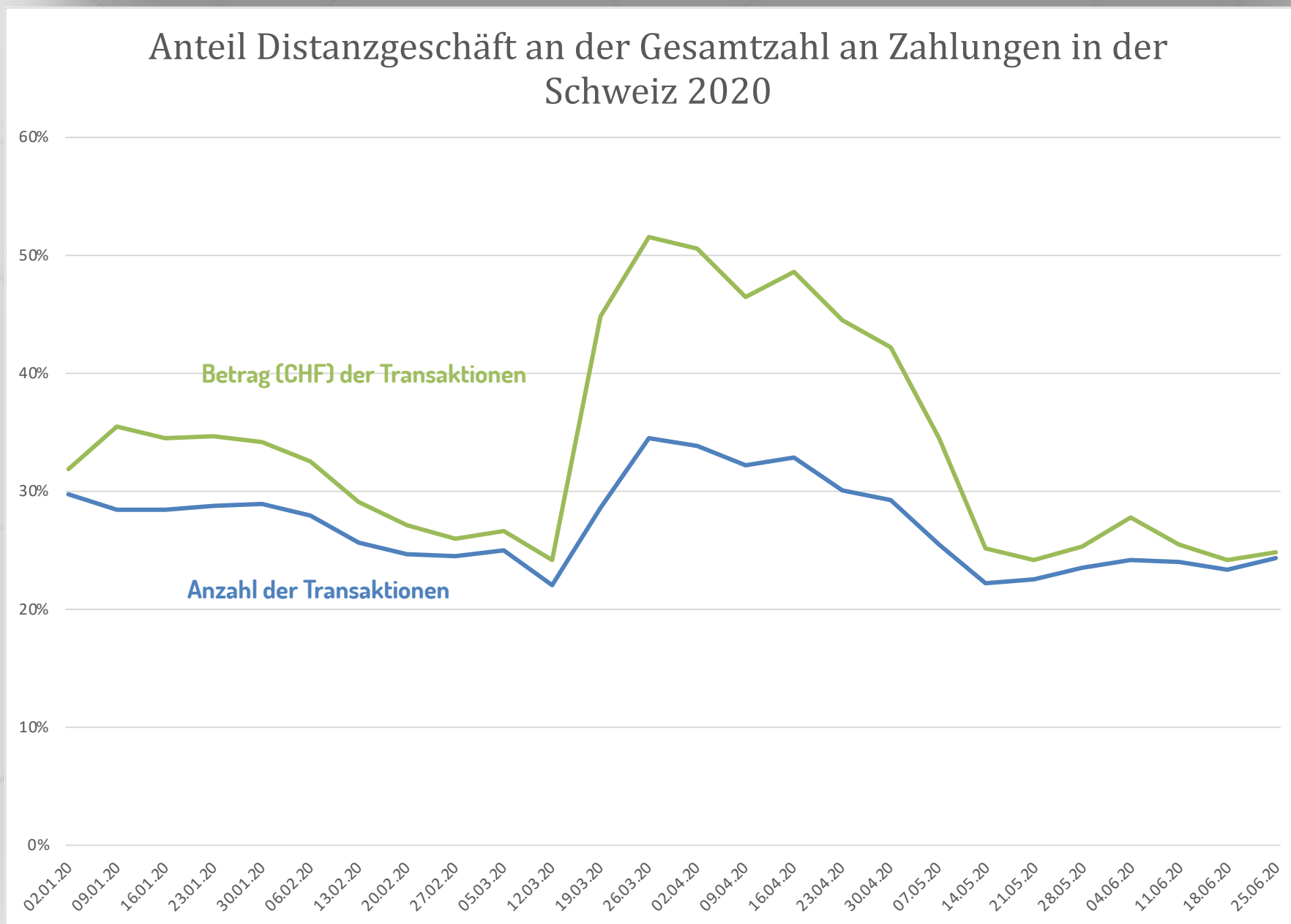
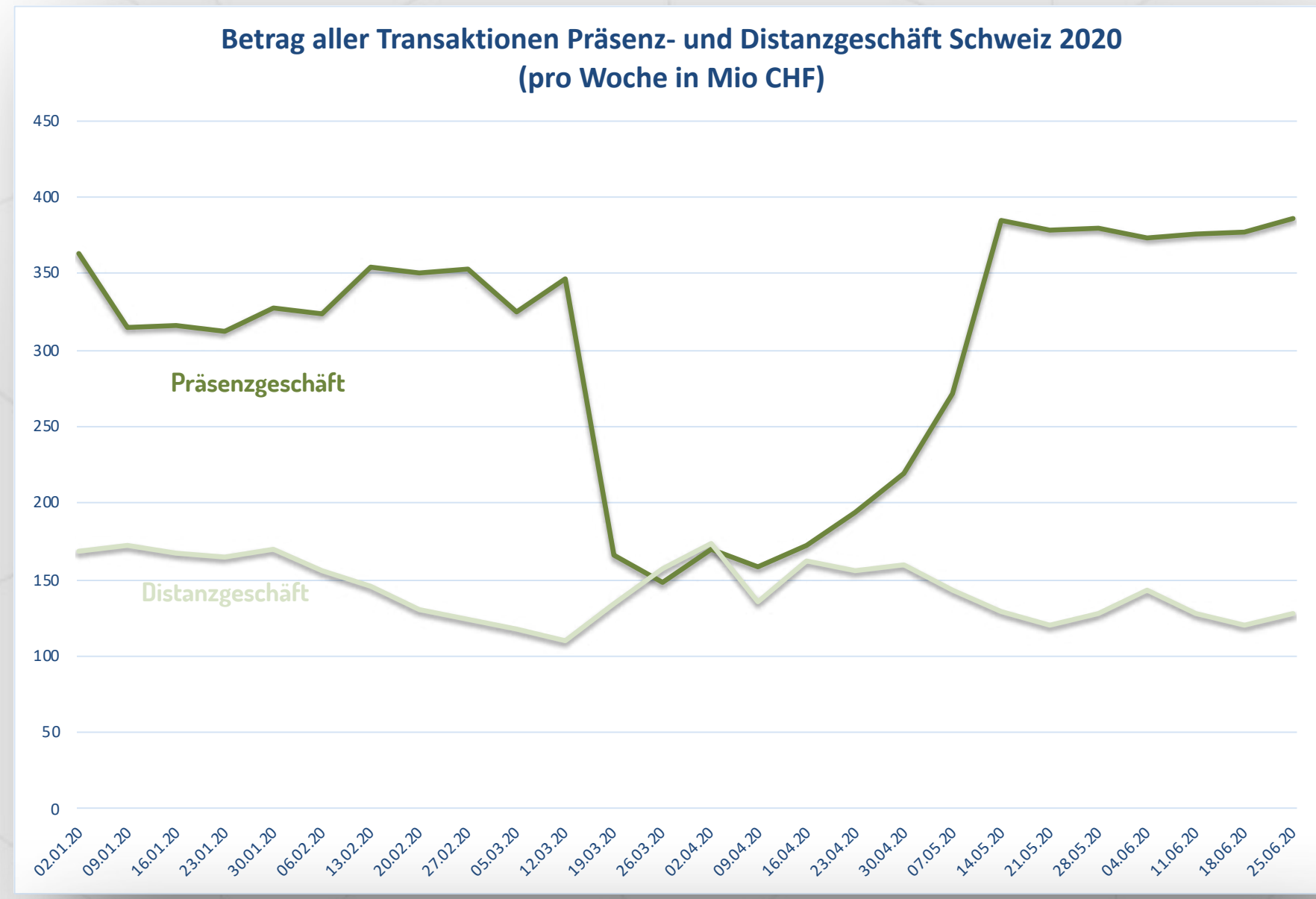
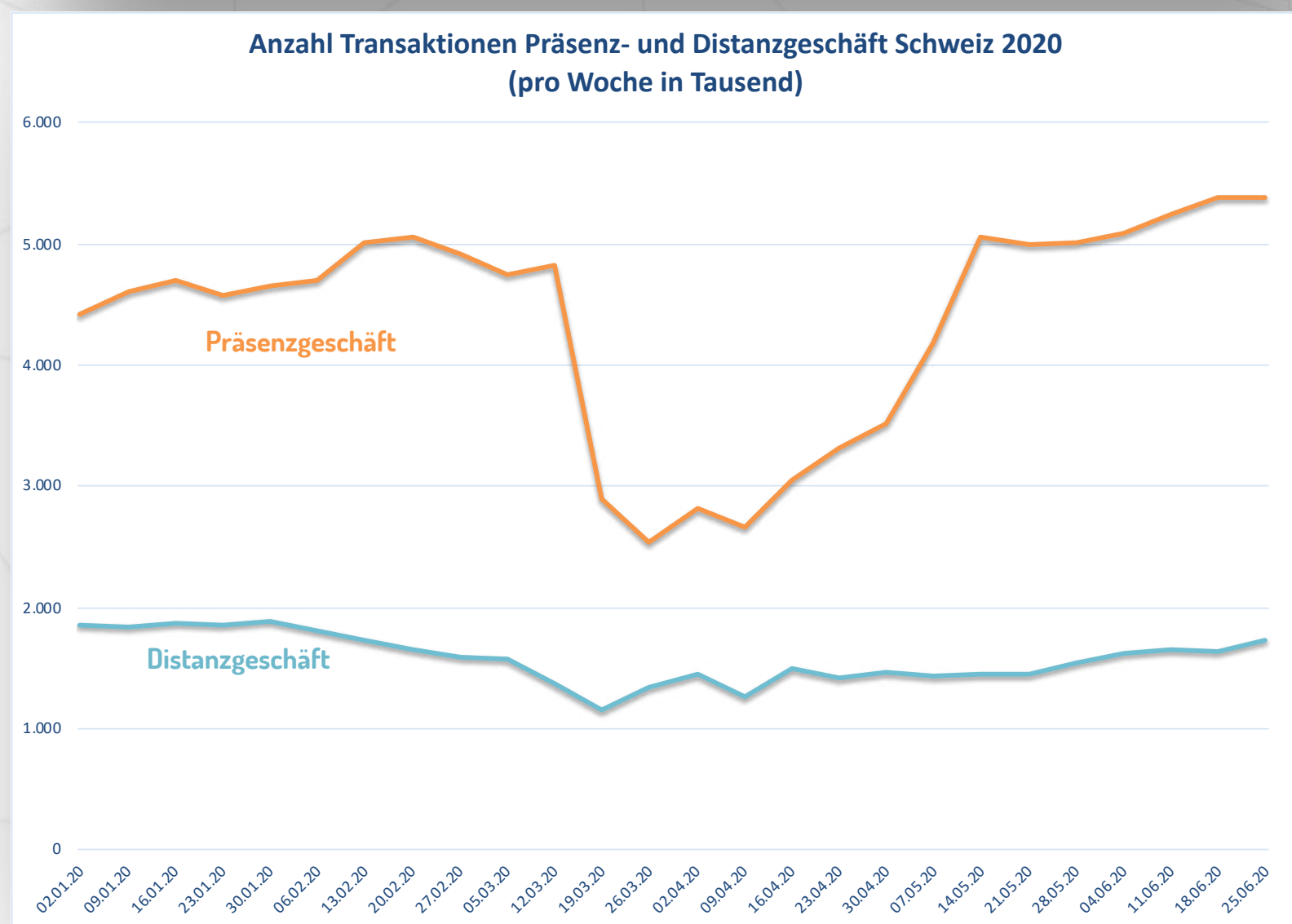
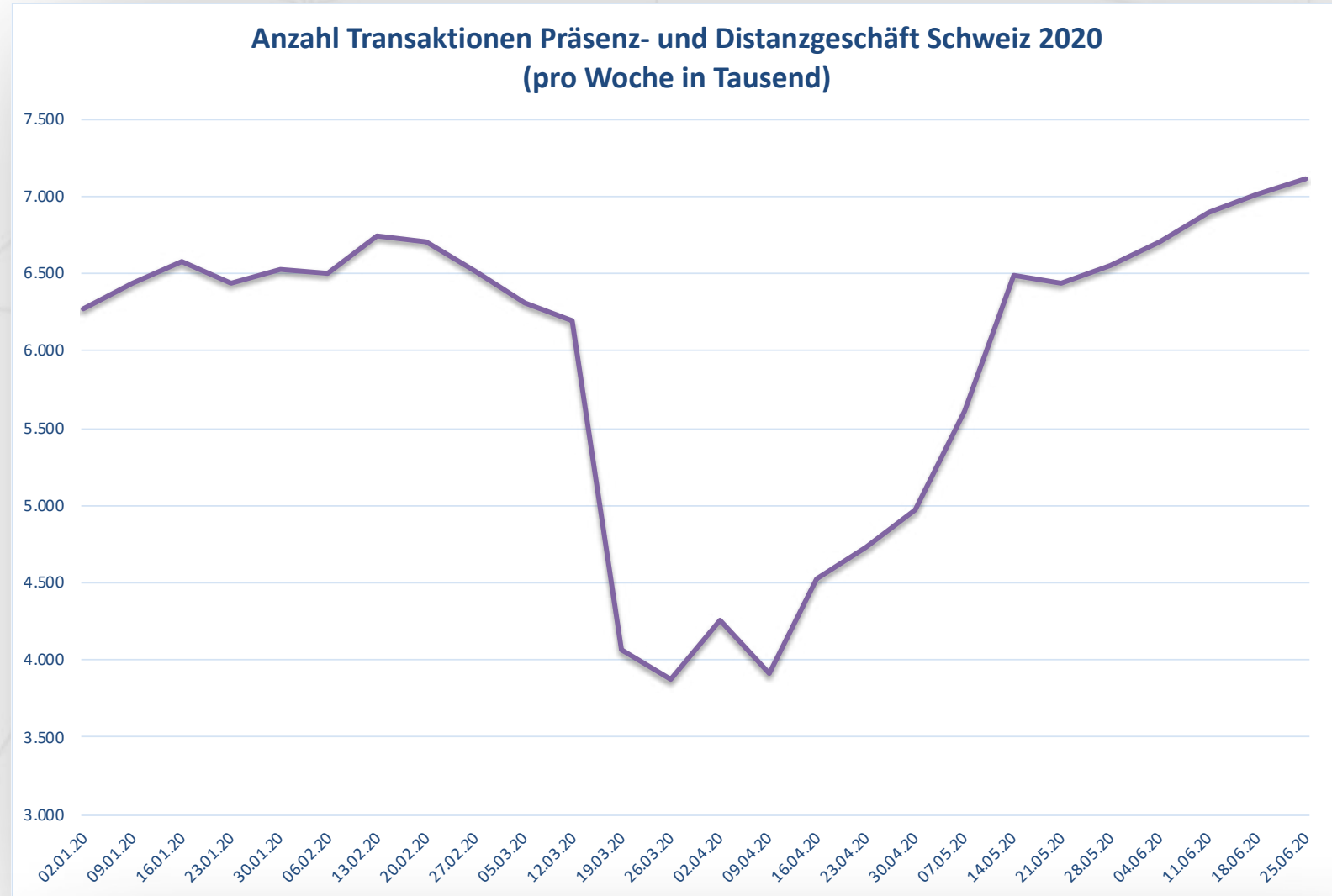
?  
NORMALISIERUNG







# eCommerce



Temporär war – aufgrund der Corona-Einschränkungen und Unsicherheiten – ein **starker Einbruch der Gesamtzahl an Transaktionen** zu verzeichnen.



Der Einbruch beschränkt sich jedoch hauptsächlich auf das **Präsenzgeschäft**, welches während des Lockdowns nur sehr eingeschränkt möglich war.

Das **Distanzgeschäft** ist weder in der Anzahl Transaktionen noch in der Höhe der Ausgaben von der Corona-Pandemie betroffen.



Grundsätzlich haben Schweizer eine **Präferenz für das Präsenzgeschäft** gegenüber dem Distanzgeschäft trotz der Corona-Auswirkungen. Der Anteil des Distanzgeschäfts an der Gesamtzahl an Zahlungen hat sich **sehr schnell wieder normalisiert**.

Quelle: Statista, SNB, Swiss Payment Association



Beschleunigung



Stagnation



Rückgang



neu