



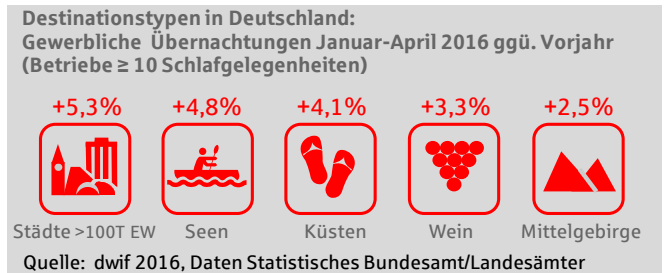
Touristische Nachfrage in den Regionen und Bundesländern

Erstes Tertial: Ostdeutschland-Tourismus legt zu


Die gewerblichen Betriebe in Ostdeutschland verzeichneten im ersten Tertial des Tourismusjahres 2016 ein Nachfrageplus von 0,44 Mio. Übernachtungen (+2,5 Prozent). Der Inlandstourismus verbesserte sich um 2,4 Prozent, während die Nachfrage aus dem Ausland um 3,2 Prozent stieg. Über die Hälfte der ostdeutschen Regionen (27 von 42) verbesserte ihr Ergebnis aus dem Vorjahreszeitraum.


 **Gewinner:** Brandenburg blieb dank einer starken Inlandsnachfrage auch im bisherigen Jahresverlauf 2016 dynamischstes Bundesland in Ostdeutschland. Wachstumstreiber waren mit einem deutlichen Übernachtungsplus besonders die brandenburgischen Seenregionen. Erfolgreich zeigten sich ebenfalls wieder einmal die ostdeutschen Städtedestinationen, darunter Potsdam, Leipzig, die Thüringer Städte (Eisenach, Erfurt, Jena, Weimar) und Dresden.


 **Verlierer:** Die inländischen Herkunftsmärkte in Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen schwächelten im ersten Tertial 2016. Zwar lag die Inlandsnachfrage jeweils über dem Vorjahr, erreichte aber nicht das Niveau Ostdeutschlands bzw. Deutschlands. Vereinzelt Destinationen (Westmecklenburg, Chemnitz, Thüringer Wald) verzeichneten klare Nachfrageverluste. Hier wird sich zeigen, ob sie im weiteren Jahresverlauf noch die Trendumkehr schaffen.



Ostdeutschlands Regionen im Destinationsvergleich

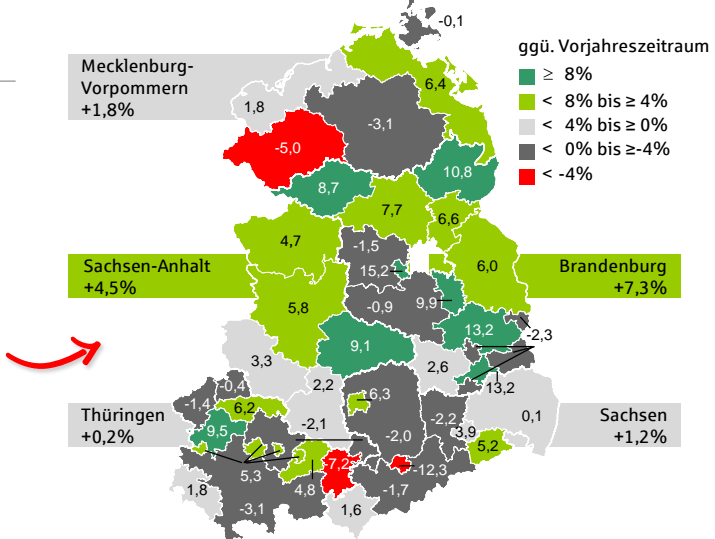
 Die deutschen Küstenregionen waren wie 2015 auch im bisherigen Jahresverlauf sehr dynamisch. Allerdings: Nur Vorpommern erreichte in etwa das Wachstumsniveau der Konkurrenz an der schleswig-holsteinischen Ostseeküste (+7,4 Prozent).

 Die deutschen Seen sind bislang hinter den Städten der zweidynamischste Destinationstyp. Auch in Ostdeutschland blieben die Seen – dank der brandenburgischen Vertreter – überdurchschnittlich (+3,7 Prozent). Die Mecklenburgische Schweiz und Seenplatte verfehlte ihr Vorjahresergebnis einmal mehr (Hintergrund sind Kapazitätsanpassungen und statistische Effekte).

 Die deutschen Mittelgebirge blieben auch im ersten Tertial 2016 der schwächste Destinationstyp, allerdings mit einem Plus. Insbesondere die ostdeutschen Wettbewerber entwickelten sich jedoch unterdurchschnittlich. Lichtblick waren die Sächsische Schweiz sowie die Harzregion in Sachsen-Anhalt. Am unteren Ende des Dynamikrankings befanden sich der Thüringer Wald sowie das Thüringer Vogtland.

Gewerbliche Übernachtungen Januar-April 2016 ggü. Vorjahr (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)

	ÜN (Mio.)	ggü. Vorjahr
Deutschland	114,4	+4,5%
Hamburg	3,8	+8,4%
Brandenburg	2,9	+7,3%
Bayern	24,3	+7,0%
Berlin	8,9	+6,1%
Bremen	0,7	+5,9%
Schleswig-Holstein	5,3	+5,5%
Baden-Württemberg	13,7	+4,8%
Sachsen-Anhalt	1,9	+4,5%
Niedersachsen	10,1	+4,2%
Hessen	9,5	+3,1%
Rheinland-Pfalz	4,9	+2,5%
Nordrhein-Westfalen	14,7	+2,2%
Meckl.-Vorpommern	5,4	+1,8%
Sachsen	4,9	+1,2%
Saarland	0,8	+0,8%
Thüringen	2,5	+0,2%



Quelle: dwif 2016, Daten Statistisches Bundesamt

Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Situation im ostdeutschen Beherbergungsgewerbe: Zimmerpreise und Auslastung steigen

Seit drei Jahren greift das Tourismusbarometer auf die Daten des internationalen Marktforschungsunternehmens STR-Global zurück. Die Daten richten auf die städtische Kettenhotellerie, da diese in der Regel schnell auf Marktentwicklungen reagieren, gelten diese als Frühindikatoren zur Auslastungs- und Preisentwicklung im Beherbergungsgewerbe.

In Deutschland stiegen die Zimmerpreise im Zeitraum von Januar bis April 2016 im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 5,6 Prozent und das bei gleichzeitig steigender Zimmerauslastung. Diese Entwicklung spiegelt die aktuell gute Stimmung am Markt wider. Die ostdeutsche (Ketten)-Hotellerie verbesserte ebenfalls ihre Auslastung gegenüber dem Vorjahreszeitraum, bleibt aber weiterhin hinter dem bundesdeutschen Durchschnitt zurück.

Das Preisniveau in Ostdeutschland liegt rund 30 Prozent unter dem Bundesdurchschnitt. Den geringsten Abstand weist Mecklenburg-Vorpommern auf, obwohl dort die preisstarken Monate erst im Sommer folgen. In Brandenburg und Sachsen-Anhalt kostet die Übernachtung rund 40 Prozent weniger als im Bundesdurchschnitt. Insgesamt ist jedoch erfreulich, dass im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in allen fünf ostdeutschen Bundesländern ein Preiszuwachs von 5,8 Prozent erzielt wurde. Am deutlichsten legte das Beherbergungsgewerbe in Thüringen (+9,0 Prozent) und Sachsen-Anhalt (+6,5 Prozent) zu.

Die höheren Preise führten in den ostdeutschen Beherbergungsbetrieben nicht zu geringeren Auslastungsquoten. Im Gegenteil: Im

Stimmungsumfrage bei ostdeutschen Touristikern

Dreimal jährlich findet die Online-Stimmungsumfrage der örtlichen und regionalen Touristiker in Ostdeutschland statt. Die Beteiligung an der Umfrage im Juni 2016 lag bei 54 Prozent (das Panel umfasst 291 Personen, 156 haben geantwortet).

Jahresauftakt 2016: Zufriedenheit

Knapp 80 Prozent der ostdeutschen Touristiker zeigten sich mit der Tourismusentwicklung in den ersten vier Monaten 2016 zufrieden oder sogar sehr zufrieden. Grund für die hohe Zufriedenheit sind die in vielen Regionen gestiegenen Übernachtungszahlen, die unter anderem mit der Erweiterung des Angebotsspektrums und der Infrastruktur zusammenhängen. Doch nicht überall war die Entwicklung so positiv. Negative Einschätzungen (19,4 Prozent: weniger zufrieden bis unzufrieden) hingen mit den durchwachsenen Witterungsbedingungen (vor allem in den Mittelgebirgen) zusammen. Stellenweise wurden rückläufige Gästezahlen beobachtet.

Vergleich zum Vorjahreszeitraum stieg die Zimmerauslastung um 1,5 Prozentpunkte an. Lediglich in Thüringen gehen die überdurchschnittlichen Preiszuwächse mit einer sinkenden Auslastung einher. In Brandenburg blieb diese stabil und in den weiteren drei ostdeutschen Bundesländern legte die Auslastung zu.

Alles in allem zeigen die Preis- und Auslastungszahlen der ersten vier Monate, dass sowohl bundesweit als auch in Ostdeutschland ein guter Start des Beherbergungsgewerbes stattfand. Das belegt auch die DIHK-Saisonumfrage: Das Gastgewerbe geht insgesamt von einer weiterhin positiven Entwicklung aus.

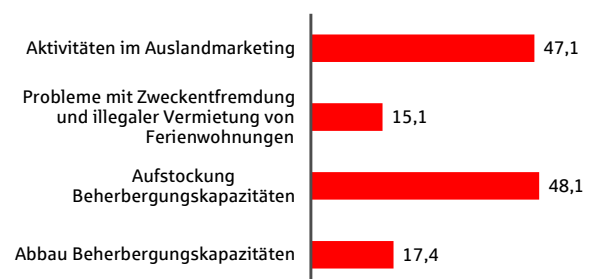
Zimmerauslastung und Zimmerpreis im Beherbergungsgewerbe (Year to date)

	Zimmerauslastung in %		Zimmerpreis in €	
	Jan-Apr 2016	Jan-Apr 2015	Jan-Apr 2016	Jan-Apr 2015
Brandenburg	44,3	44,2	59,6	56,5
Mecklenburg-Vorpommern	55,0	51,2	89,1	85,6
Sachsen	54,3	53,0	74,1	70,4
Sachsen-Anhalt	45,1	42,7	60,9	57,2
Thüringen	54,2	55,4	64,2	58,9
Ostdeutschland	52,5	51,0	73,4	69,4
Deutschland	65,1	63,3	103,7	98,2

Quelle: dwif 2016, Daten STR-Global

Einschätzungen zu verschiedenen Themen

(Zutreffende Aspekte der Touristiker in ihrem Zuständigkeitsgebiet, Anteile in Prozent)



Quelle: dwif 2016, Stimmungsumfrage

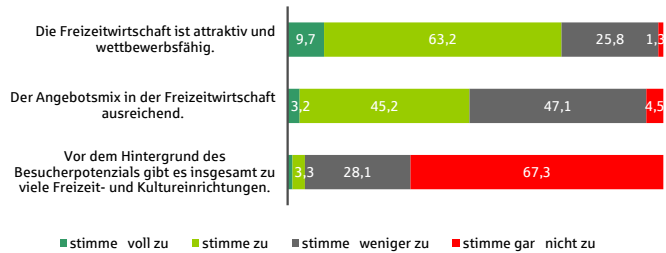
Etwas weniger als die Hälfte der Touristiker ist eigenständig oder in Kooperation mit Partnern im **Auslandsmarketing** aktiv. Für die Mehrheit stellen die Niederlande den wichtigsten Auslandsmarkt dar. Knapp dahinter liegt die Schweiz. Aber auch Skandinavien (vor allem

Dänemark und Schweden) und Österreich sind bedeutende Quellmärkte.

Die Aspekte **Zweckentfremdung / illegale Vermietung von Ferienwohnung** stellen derzeit in den meisten befragten Orten und Regionen kein Problem dar.

Einschätzungen zur Freizeitwirtschaft

(Bewertung der Freizeitwirtschaft aus Sicht der Touristiker in ihrem Zuständigkeitsgebiet, Anteile in Prozent)



Quelle: dwif 2016, Stimmungsumfrage

Momentan stehen die Zeichen in den Orten/Regionen in Bezug auf die **Beherbergungskapazitäten** noch auf Wachstum. Dabei sind die

Freizeitwirtschaft Ostdeutschland: die touristischen Wetterstationen

Ein wichtiger Indikator für die Nachfrageentwicklung im Tourismus sind die Besucherzahlen tourismusrelevanter Einrichtungen und Angebote der Freizeitwirtschaft, der sogenannten „touristischen Wetterstationen“. Dies sind zum Beispiel Erlebnisbäder, Museen/Ausstellungen, Naturinfocentren, Zoos, Ausflugschiffe/Fähren, Schlösser/Burgen, Bergbahnen, Freizeit-/Erlebniseinrichtungen, Stadtführungen etc.

Aktueller Wetterbericht Januar bis April 2016: +2,1 Prozent Die meisten Kategorien mit Besucherzugewinnen!

Die ostdeutsche Freizeitwirtschaft realisierte im Zeitraum Januar bis April 2016 einen soliden Besucherzuwachs in Höhe von 2,1 Prozent. Allerdings hatte sich der Saisonstart im Vorjahr als außerordentlich verlustreich erwiesen. Insofern lag die Messlatte für die meisten Angebotskategorien nicht allzu hoch.

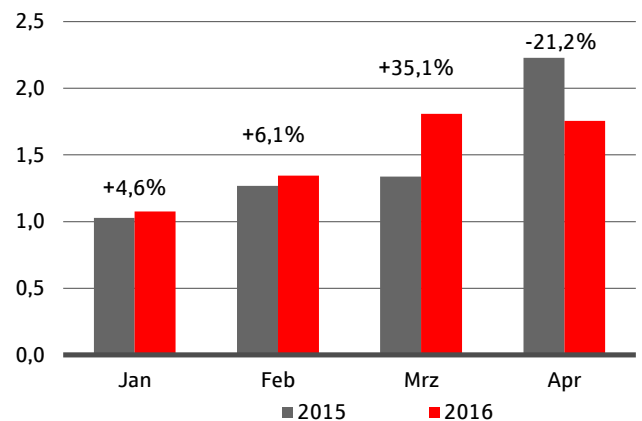
Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass sich die meisten Angebotskategorien und fast 60 Prozent aller Einrichtungen am Ende des 1. Terials 2016 auf der Gewinnerseite wiederfanden. Besonders hohe Zuwächse erzielten aktuell gerade diejenigen, die im Vorjahr die weit abgeschlagenen Schlusslichter bildeten. Hierzu zählten beispielsweise die Landschaftsattraktionen sowie die Burgen/Schlösser. Für die Kirchen zeigte sich der Trend genau gegenläufig. Noch im Vorjahr zählten sie – nicht zuletzt dank Sondereffekten – zum unangefochtenen Spitzenreiter. Zumindest zum Jahresstart 2016 mussten sie sich mit dem letzten Platz zufrieden geben.

Erste vorläufige Auswertungen deuten auf einen schwachen Verlauf im Mai hin. Offenbar konnten die Feiertage nicht genügend Impulse auf die Besucherentwicklung auslösen – vermutlich auch, weil sich das Wetter nicht immer von seiner besten Seite zeigte. Ähnliches gilt für die extremen Witterungskapriolen im Juni, die sich ebenfalls nachteilig auf die Besucherentwicklung der Freizeitwirtschaft ausgewirkt haben dürften. Auch 2016 könnte somit zu einer Herausforderung für die ostdeutsche Freizeitwirtschaft werden.

Entwicklungen jedoch recht unterschiedlich. Es lassen sich kaum allgemeingültige Aussagen treffen – zu individuell sind die Situationen und Bedarfe vor Ort. Auffällig bleibt allein, dass Kapazitätsaus- und -abbau häufig eng beieinander liegen. Bettenabbau betrifft vor allem kleinere Privatvermieter, die aus verschiedenen Gründen ihre Betriebe aufgeben müssen und keinen Nachfolger finden. Gleichzeitig stehen Neubauprojekte von Hotels oder Ferienanlagen in den Startlöchern und werden künftig für eine Belebung des Beherbergungsmarktes sorgen.

Auch wenn die meisten Touristiker der **Freizeitwirtschaft** in ihrem jeweiligen Zuständigkeitsgebiet eine gute Qualität in Bezug auf Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit bescheinigen, so sieht ein Viertel die Angebotsqualität kritisch. Weitaus höher ist mit über 50 Prozent der Anteil der Befragten, die den Angebotsmix für nicht ausreichend halten. Auch wenn der Konkurrenzdruck in den letzten Jahren gestiegen ist, so beobachten die wenigsten aber tatsächlich das Problem der „Überkapazitäten“ in der Freizeitwirtschaft. Potenziale sehen die Befragten vor allem in einzelnen Segmenten wie beispielsweise für Familien, im Natur- und Sportbereich.

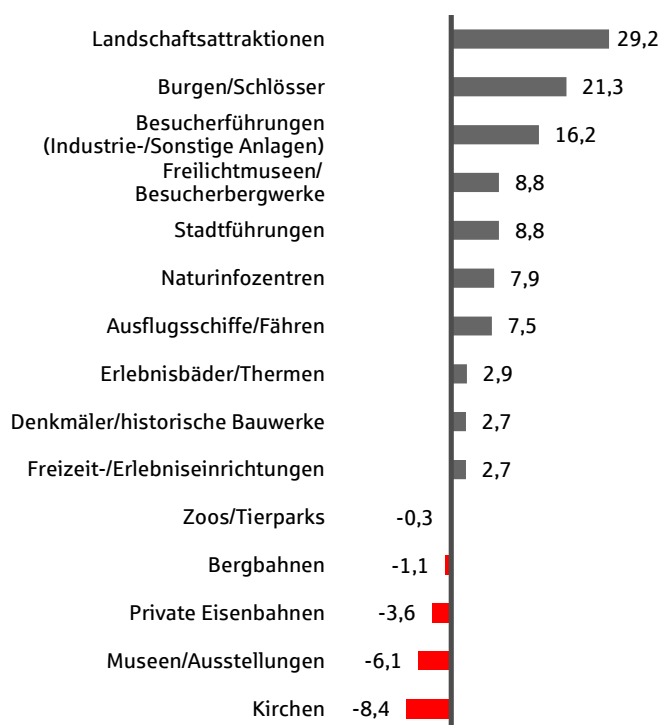
Besucherentwicklung Januar bis April 2016 gegenüber Vorjahreszeitraum (Besucherzahlen in Millionen)



Quelle: dwif 2016, Daten Touristische Wetterstationen

Klassischerweise haben die Monate März und April den größten Einfluss auf die Besucherentwicklung in den ersten vier Monaten eines Jahres – so auch 2016. Das Ostergeschäft beflügelte die Besucherzahlen im März (+35,1 Prozent) immens und setzte damit den wesentlichen Meilenstein für das Ergebnis im 1. Terial 2016. Das Polster reichte schließlich, um die relativ hohen Verluste im April (-21,2 Prozent) voll aufzufangen.

Besucherzahlen Januar bis April 2016 ggü. Vorjahreszeitraum (Besucherzahlen in Millionen, Veränderung in %)



Quelle: dwif 2016, Daten Touristische Wetterstationen

Landschaftsattraktionen: +29,2 Prozent

Wiedergutmachung!



Der dynamische Jahresstart der Landschaftsattraktionen glich einer Art Wiedergutmachung, denn im Vorjahreszeitraum rutschten die Besucherzahlen weit in die Minuszone. Das Polster in den ersten drei Monaten 2016 fiel immens aus. Daher stellten die nur leichten Verluste im April nicht ansatzweise eine Gefahr dar. Die meisten erfassten Parks, Gärten etc. leisteten ihren Beitrag zu diesem Ergebnis. Gleich mehrere Anbieter erzielten zweistellige Steigerungsraten.

Burgen/Schlösser: +21,5 Prozent

Wieder Anlauf genommen!



Nachdem die Burgen/Schlösser im Vorjahr offenbar eine kleine Verschnaufpause einlegten, ging es in den ersten vier Monaten 2016 wieder rasant aufwärts. Rund ein Fünftel mehr Gäste lautet das Ergebnis in dieser Zeit. Die empfindlichen Einbußen im April (-23,5 Prozent) taten der guten Entwicklung keinen Abbruch, denn die Monate Januar bis März verliefen außerordentlich erfolgreich. Fast 60 Prozent aller Häuser registrierten eine steigende Nachfrage. Für die hohe Dynamik waren wieder einmal Sondereffekte einzelner Anbieter verantwortlich. Neben herausragenden Sonderausstellungen zog beispielsweise der Abschluss von umfangreichen Baumaßnahmen ein starkes Besucherinteresse nach sich.

Besucherführungen: +16,2 Prozent

Starker Auftakt!



Die erfassten Produktionsstätten starteten außerordentlich gut in das Jahr. Lediglich im Januar fiel das Vorzeichen negativ aus. Ab dann ging es nur noch bergauf. Die Zuwachsraten fielen durchweg

zweistellig aus. Trotz des eindeutigen Ergebnisses gab es nur einen leichten Überhang an Gewinnern.

Stadtführungen: +8,8 Prozent

Hoffnungsschimmer!



Endlich! Nach zwei außerordentlich schwachen Saisonstarts, standen die Zeichen für die Stadtführungen im 1. Tertial wieder auf Wachstum. Noch darf sich nicht zu früh gefreut werden, aber immerhin sind die deutlichen Zuwächse (8,8 Prozent) ein erfreulicher Lichtblick. Durchweg in jedem Monat fiel das Vorzeichen positiv aus. Selbst im April (+5,2 Prozent) gelang noch ein ansehnliches Ergebnis. Für deutliche Impulse sorgten vor allem die größeren Stadtführungsanbieter. Bei kleineren Anbietern zeigte sich die Situation durchwachsener.

Freilichtmuseen/Besucherbergwerke: +8,8 Prozent

Mehrheit legt zu!



Die Nachfrage der Freilichtmuseen/Besucherbergwerke bewegte sich in den ersten vier Monaten 2016 deutlich über dem Vorjahresniveau. Wenngleich damit die hohen Vorjahresverluste nicht kompensiert wurden, stimmt das Ergebnis positiv für den weiteren Verlauf 2016. Fast 70 Prozent aller Anbieter verspürten den Aufschwung im ersten Jahresdrittel. Nicht selten fielen die Zuwächse zweistellig aus.

Naturinfozentren: +7,9 Prozent

Die „Großen“ sorgen für Schub!



Mit einem deutlichen Besucherplus in Höhe von 7,9 Prozent starteten die Naturinfozentren in das Jahr. Unter den Gewinnern fanden sich vielfach größere Häuser, was letztlich den Ausschlag für das starke Wachstum in den ersten vier Monaten gab. Die Monate Januar bis März entwickelten sich sehr dynamisch. Daher stellten die empfindlichen Nachfragerückgänge im April (-29,1 Prozent) keine Gefahr für das Gesamtergebnis dar.

Ausflugsschiffe/Fähren: +7,5 Prozent

Abwarten!



Nachdem sich die Fahrgastzahlen 2015 auf ihrem Rekordtief der letzten Jahre (u. a. auch wegen Niedrigwasser) bewegten, zeigte sich der Saisonauftakt 2016 wieder etwas versöhnlicher. Noch ist ein Ausgleich der Vorjahresverluste in weiter Ferne, aber immerhin stimmen die ersten Tendenzen zuversichtlich: Zwei Drittel aller erfassten Unternehmen verkauften mehr Tickets als im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis ging überwiegend auf einen überaus erfolgreichen März zurück: Die Fahrgastzahlen fielen mehr als doppelt so hoch wie im Vorjahr aus, während sich die übrigen Monate eher durchwachsen zeigten.

Erlebnisbäder/Thermen: +2,9 Prozent

Seichtes Wasser!



Keine größeren Überraschungen zeigten sich bei den Erlebnisbädern/Thermen zum Saisonauftakt 2016. Das Besucherplus bezifferte sich auf 2,9 Prozent. Rund 64 Prozent aller Bäder fanden sich auf der Gewinnerseite wieder – darunter kleine wie große Einrichtungen. Investitionen einzelner Anbieter sorgten insgesamt für Impulse beim

Gesamtergebnis. Neben deutlichen Zuwächsen im März (+12,1 Prozent), leistete auch der Februar (+11,8 Prozent) einen wichtigen Beitrag zum positiven Ergebnis.

Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: +2,7 Prozent
Messlatte lag niedrig!



Trotz niedriger Messlatte gelang den Freizeit-/Erlebniseinrichtungen zum Saisonauftakt 2016 nur ein leichtes Besucherplus. Klassischerweise entscheiden in dieser Kategorie die Monate März und April über das Vorzeichen im 1. Tertial – so auch 2016. Der exorbitant hohe Zuwachs im März konnte die empfindlichen Verluste im April immerhin auffangen. Viel mehr war aber leider nicht drin. Insgesamt gab es nur einen leichten Überhang an Gewinnern.

Denkmäler / historische Bauwerke: +2,7 Prozent
Das reicht nicht!



Zum Jahresstart 2015 fuhren die Denkmäler / historischen Bauwerke extrem hohe Verluste ein. Insofern hing die Messlatte außerordentlich niedrig. Dennoch gelang in den ersten vier Monaten 2016 lediglich ein leichtes Besucherplus – und das auch nur weil einzelne Anbieter überdurchschnittlich hohe Zuwächse erzielten, während die Mehrheit rückläufige Besucherzahlen vermeldete.

Zoos/Tierparks: -0,3 Prozent
Rote Null!



Die Besucherzahlen der Zoos/Tierparks bewegten sich im ersten Jahresdrittel ungefähr auf Vorjahresniveau. Allerdings war bereits der Saisonstart 2015 besonders schwach gewesen. Gewinner und Verlierer hielten sich exakt die Waage. Das Ostergeschäft führte zu einer starken Belebung der Besucherzahlen im März (+51,0 Prozent). Leider reichte es nicht ganz, um die Verluste in den übrigen Monaten – vor allem im April (-23,8 Prozent) – voll ausgleichen zu können.

Bergbahnen: -1,1 Prozent
Starke Schwankungen!



Die Fahrgastbilanz den Bergbahnen rutschte in den ersten vier Monaten 2016 nur leicht in die Minuszone. Starke Zuwächse und hohe Rückgänge waren in einem fortlaufenden Wechsel. Letztlich entschied aber die Verluste im April (-25,0 Prozent) über das negative Vorzeichen. Das Verhältnis zwischen Gewinnern und Verlierern zeigte sich insgesamt ausgeglichen.

Private Eisenbahnen: -3,6 Prozent
Holpriger Monatsverlauf!



Die privaten Eisenbahnen schlossen das 1. Tertial 2016 mit einem negativen Vorzeichen ab. Wie bei fast allen Kategorien erhielt die Entwicklung im April (-22,2 Prozent) einen erheblichen Dämpfer, aber auch die Verluste im Februar wogen schwer. Der Monatsverlauf

zeigte sich durchwachsen. Auf deutliche Zuwächse im Januar und März folgten jeweils empfindliche Einbußen im Februar und April. Trotz der negativen Bilanz verkauften zwei Drittel der Unternehmen mehr Fahrkarten als im Vorjahr.

Museen/Ausstellungen: -6,1 Prozent
Abgerutscht!



Die höchste Besuchereinbuße unter allen Kategorien hatten im 1. Tertial die Museen/Ausstellungen zu verkraften, obwohl fast 60 Prozent aller Häuser mehr Besucherzahlen als im Vorjahr zählten. Klassischerweise ist die Besucherentwicklung in diesem Segment starken Schwankungen unterworfen. Oftmals hängen diese mit der Laufzeit von Sonderausstellungen zusammen. Aufgrund des Wegfalls von Sonderausstellungen fielen die Nachfrageeinbußen bei einigen Einrichtungen überdurchschnittlich hoch aus. Dies machte sich auch bei der Gesamtbilanz negativ bemerkbar. Lediglich im März (21,5 Prozent) fiel die Besucherbilanz positiv aus. Dies reichte jedoch nicht, um das Ruder noch zu drehen – zumal die Verluste im April (-25,9 Prozent) überaus stark zu Buche schlugen.

Besucherentwicklung Januar bis April 2016
nach ausgewählten Bundesländern/Regionen

– Mecklenburg-Vorpommern:	+3,7 %
– Brandenburg:	+3,1 %
– Westfalen-Lippe:	+2,8 %
– Schleswig-Holstein:	+2,7 % (vorläufig)
– Sachsen-Anhalt:	+2,2 %
– Sachsen:	+1,7 %
– Thüringen:	+1,2 %
– Niedersachsen:	+0,1 %

Durchweg fielen die Besucherbilanzen in den Bundesländern/Regionen positiv aus. In der Vergangenheit zog Mecklenburg-Vorpommern oftmals den Kürzeren. Nicht so zum Saisonstart 2016! Großen Anteil an der guten Entwicklung hatten die Burgen/Schlösser, Museen/Ausstellungen, aber auch die Zoos/Tierparks behaupteten sich gut.

Kirchen: -8,4 Prozent
Zurück zur Normalität!?



Im Vorjahr erzielten die Kirchen dank Sondereffekten die mit Abstand höchste Steigerungsrate unter allen Angebotskategorien. Es war nicht zu erwarten, dass sich diese starke Dynamik auch 2016 ungebremst fortsetzt. Tatsächlich bezifferte sich das Besucherminus im Zeitraum Januar bis April 2016 auf 8,4 Prozent. Hierfür waren einzig die Verluste im April (-27,8 Prozent) verantwortlich. Immerhin gingen die Zuwächse des Vorjahres nicht vollständig verloren. Allerdings konnte sich lediglich ein Drittel aller Häuser dem Negativtrend widersetzen.

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland – Ihre Ansprechpartner:

Wetterstationen:
 dwif-Consulting GmbH
 Wiebke Leverenz
 030/757 949-33
 www.dwif.de
 wetterstationen@dwif.de

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

Auftraggeber:
 Ostdeutscher Sparkassenverband
 Thomas Wolber
 030/20 69-18 17
 www.tourismusbarometer.de
 tourismusbarometer@osv-online.de