

## SPARKASSEN-TOURISMUSBAROMETER OSTDEUTSCHLAND

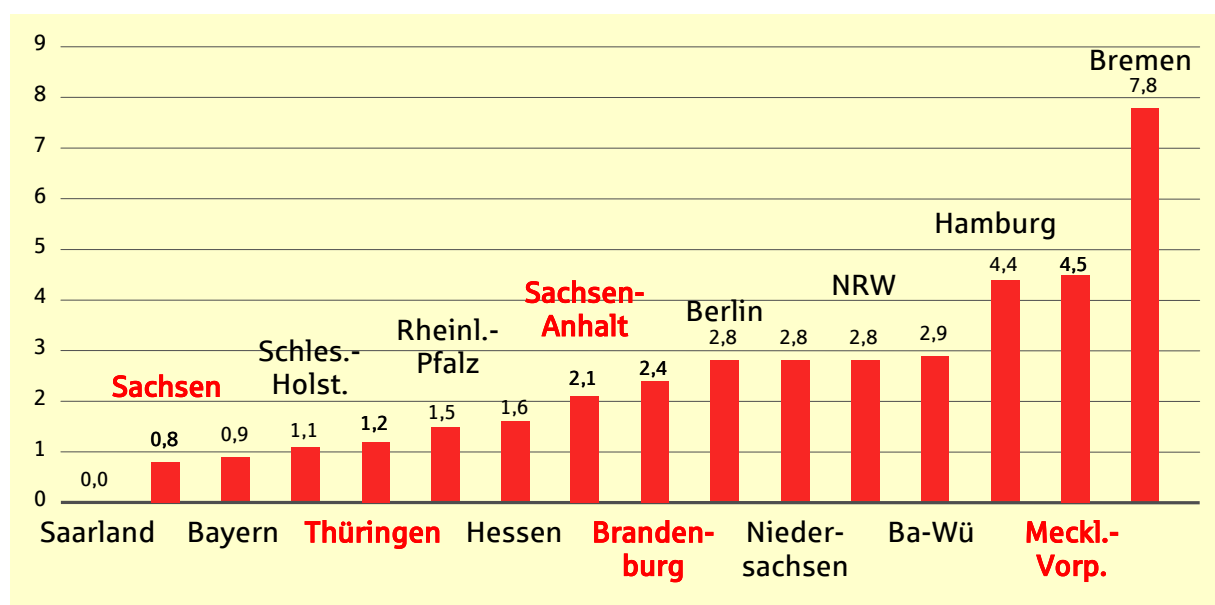
### Die aktuelle Lage

#### 1 Entwicklung des Tourismus mit Übernachtungen

Der Deutschland-Tourismus hat sich auch im Jahr 2008 positiv entwickelt. Mit einem Übernachtungsplus von 2,1 % (inklusive Touristikcamping) sowie einem Plus bei den Gästeankünften von 2,4 % liegen die Wachstumsraten nur etwas unter denen der Vorjahre. Im letzten Jahr konnten damit in Deutschland 133 Millionen Gäste begrüßt werden, die 370 Millionen Übernachtungen getätigt haben. Die ostdeutschen Bundesländer wuchsen mit +2,7 % erneut stärker als die westdeutschen (+2,0 %) und auch die Aufenthaltsdauer liegt in Ostdeutschland mit 3,1 Tagen über dem Westdurchschnitt von 2,7 Tagen.

Mecklenburg-Vorpommern führt einmal mehr mit einem Plus von 4,5 % das Feld der Flächenbundesländer an und hat mit nunmehr 27,5 Millionen Übernachtungen (in gewerblichen Betrieben, inklusive Touristikcamping) Platz 5 im Gesamtranking der Bundesländer erreicht. Auch Brandenburg liegt mit einem Übernachtungsplus von 2,4 % über dem Bundesdurchschnitt und hat die 10 Millionen-Marke überschritten – insbesondere der Jahresbeginn verlief hier sehr erfreulich. Sachsen-Anhalt schafft mit +2,1 % den Deutschland-Schnitt, und auch Thüringen und Sachsen konnten mit +1,2 % bzw. +0,8 % am positiven Ergebnis teilhaben. Und ein nüchterner Blick auf die Zahlen weist nach, dass die ostdeutschen Länder sich im zweiten Halbjahr und besonders im letzten Quartal 2008 deutlich besser gehalten haben als Westdeutschland. Zumindest 2008 hat die Krise die neuen Länder noch nicht gebeutelt.

**Abb. 1: Veränderung der gewerblichen Übernachtungen nach Bundesländern 2008 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (inklusive Camping, in%)**



Quelle: dwif 2009, Daten Amtliche Statistik

Die nachfolgende Karte zeigt sehr deutliche regionale Unterschiede bei den Gewinnern und Verlierern:

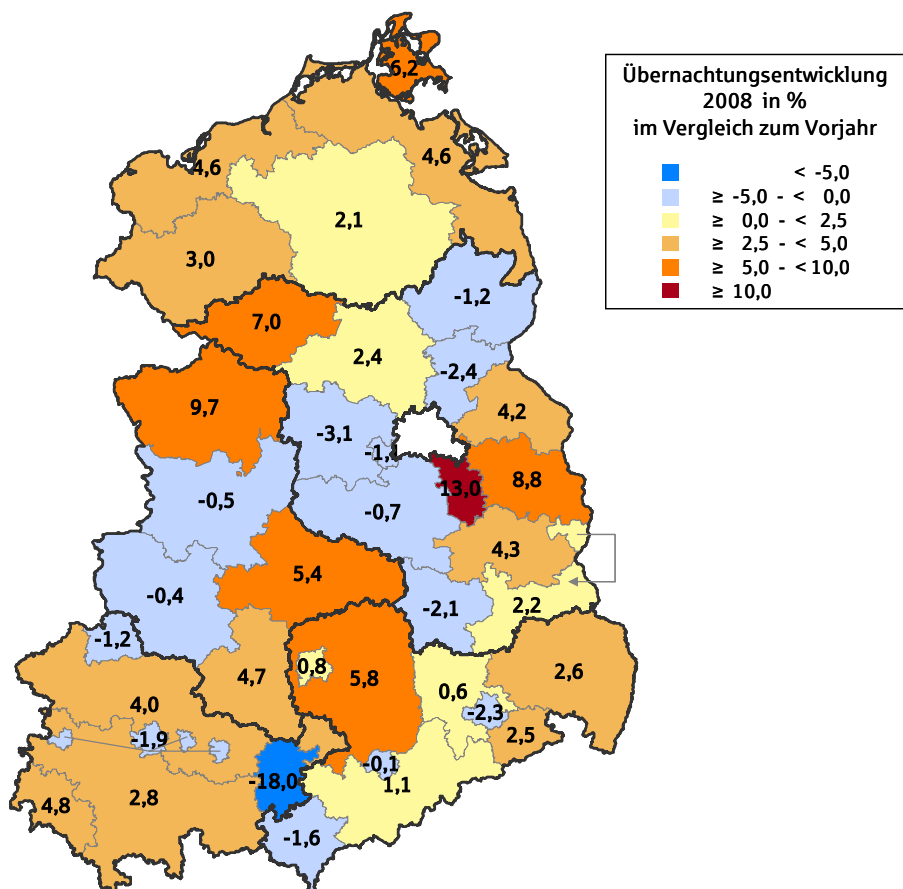
- Die höchsten Steigerungsraten wurden in den Seengebieten südöstlich von Berlin erzielt, wobei das „Dahme-Seen-Gebiet“ sogar zweistellig (+13 %) zulegen konnte; aber auch im „Oder-Spree-Seengebiet“ konnten die Beherbergungsbetriebe ihre Position kräftig ausbauen (+8,8 %).
- Die aneinander grenzenden Reisegebiete „Altmark“ in Sachsen-Anhalt und „Prignitz“ in Brandenburg steigerten die Übernachtungszahlen um 9,7 % bzw. 7 %, womit in der Region Prignitz die leichten Verluste des Vorjahres mehr als ausgeglichen werden konnten; in der Altmark zeichnet sich bereits das dritte starke Jahr in Folge ab.
- Die Reisegebiete an der Ostsee sind, nach einer kurzen Schwächephase im Jahr 2006, wieder voll auf die Erfolgsspur zurückgekehrt; dies gilt in besonderem Maße für die Region „Rügen/Hiddensee“, die das Vorjahresergebnis um 6,2 % übertroffen hat und damit das stärkste Wachstum aller deutschen Regionen an Ost- und Nordsee hatte.
- Auch die Reisegebiete rund um Leipzig erzielten Steigerungsraten. Während dabei das „Sächsische Burgen- und Heidefeld“ mit +5,8 % die Rückgänge des Vorjahres vergessen machte, haben „Anhalt-Wittenberg“ und die Region „Halle/Saale-Unstrut“ in Sachsen-Anhalt, nach 2006 und 2007, erneut deutliche Zugewinne erzielt.
- Auch die „Thüringer Rhön“, die mit einem zweistelligen Plus bereits im Vorjahr zu den Gewinnern gezählt hatte und im laufenden Jahr 2008 auch wieder 4,8 % zulegen konnte, ist an dieser Stelle herauszustellen, und zwar, weil dieser Teil die stärkste Zuwachsrate unter den Teilregionen der Gesamt-Rhön aufweist („Rhön“ in Hessen +1,0 % und „Rhön“ in Bayern -1,4 %).
- Wie in allen Mittelgebirgen Deutschlands ist auch in den ostdeutschen die Lage weit labiler als an der Küste. Nach zwei schneelosen Jahren zeichnete sich am Jahresende aber zumindest noch ein guter Winter ab und bescherte einer Reihe von Regionen ein erfreuliches Jahresergebnis: der „Thüringer Wald“ (+2,8 %) konnte nach mehreren Jahren wieder zulegen und auch die Sächsische Schweiz (2,5 %) und das Erzgebirge (+1,1 %) waren im Plus.
- Letztlich konnte das „Sächsische Elbland“ durch einen überdurchschnittlichen Dezember (+11,8 %) das Jahresergebnis noch in ein positives Gesamtergebnis mit einem leichten Zuwachs von +0,6 % abschließen.

Auch bei den Verlierern zeichnen sich regionale Schwerpunkte ab:

- An erster Stelle ist hier das „Thüringer Vogtland“ zu nennen, das mit einem Minus von über 18 % die Negativrangliste mit großem Abstand anführt. Das Minus resultiert aus dem fantastischen BUGA-Jahr 2007, denn der Sondereffekt BUGA in Gera-Ronneburg zog eine Vielzahl von Besuchern an, so dass dieses Niveau 2008 nicht gehalten werden konnte. Schließlich konnte auch das sächsische Vogtland nicht an das gute Vorjahresergebnis (+1,5 %) anschließen und fiel, bei einem Rückgang um 1,6 %, auf den Stand des Jahres 2005 zurück.
- Auch eine Reihe der Reisegebiete in Brandenburg konnte das Ergebnis 2007 nicht erreichen: Zu diesen sechs der 13 Reisegebiete mit Verlusten zählen das „Havelland“ (-3,1 %),

- das „Barnimer Land“ (-2,4 %) sowie das „Elbe-Elster-Land“ (-2,1 %), die „Uckermark“ (-1,2 %), die Landeshauptstadt Potsdam (-1,1 %) und der „Fläming“ (-0,7 %).
- Die lange Erfolgsgeschichte des Harzes setzt sich 2008 nicht fort. Das Minus resultiert aus Rückgängen in allen drei Harz-Teilen: „Harz“ in Niedersachsen -1,3 %, Südharz in Thüringen -1,2 % - aber auch die Region „Harz und Harzvorland“ in Sachsen-Anhalt konnte mit -0,4 % das Vorjahresergebnis im laufenden Jahr nicht bestätigen. Damit stagniert das seit fünf Jahren anhaltende Wachstum im „Harz und Harzvorland“. Die Umsetzung des Zukunftskonzeptes Harz 2015 und der Fortbestand einer Vermarktung des Gesamt-Harzes aus einer Hand sind mit Sicherheit wesentliche Erfolgsfaktoren für die weitere Entwicklung des Harzes.
  - Verluste mussten 2008 auch Dresden (-2,1 %) und die „Thüringer Städte“ (-1,9 %) hinnehmen. Für Dresden setzt sich damit die seit 2007 anhaltende Schwächephase weiter fort. Die „Thüringer Städte“ jedoch haben lediglich etwas mehr als die Hälfte des Übernachtungszuwachses des Vorjahres (+4,8 %) wieder verloren. Angesichts eines zwar verhaltenen, aber insgesamt positiven Wachstums des Städtetourismus in Deutschland insgesamt, kann dies nicht befriedigen.

**Abb. 2: Veränderung der gewerblichen Übernachtungen in den Reisegebieten\* 2008 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (inklusive Camping)**



\* (für Chemnitz und Leipzig liegen keine Veränderungsdaten ohne Camping vor)

Quelle: dwif 2009, Daten Statistisches Bundesamt

## 2 Entwicklung der Umsätze im Gastgewerbe

Die wirtschaftliche Situation des Gastgewerbes hat sich, insbesondere wegen steigender Warenpreise, Gema-Gebühren, Energiekosten, des hohen Mehrwertsteuersatzes, des Nicht-raucherschutzes sowie der allgemeinen und verstärkt rezessionsbedingten Konsumzurückhaltung von Einheimischen und Touristen, auch 2008 verschlechtert. All jene und weitere Faktoren führen dazu, dass das Gastgewerbe an vielen Fronten zu kämpfen hat und sich ein Aufwärtstrend zunächst nicht abzeichnet:

**Tab. 1: Reale Umsatzentwicklung im deutschen Gastgewerbe**

	<b>Veränderung 2008 ggü. 2007</b>
Beherbergungsgewerbe	-2,1 %
Gaststättengewerbe	-3,2 %
Kantinen und Caterer	-0,2 %
<b>Gastgewerbe insgesamt</b>	<b>-2,5 %</b>

Quelle: dwif 2008, Daten Statistisches Bundesamt

Vor allem die Entwicklung des Gaststättengewerbes gibt nach wie vor Anlass zur Sorge. Die starken Einbußen bei der getränkegeprägten Gastronomie (-4,4 %) legen den Schluss nahe, dass das Rauchverbot diesem Betriebstyp weiterhin zusetzt, so dass kurzfristig auch nicht mit einer Entspannung der Situation zu rechnen ist.

Mit Ausnahme von Mecklenburg-Vorpommern sind überall schleichende Umsatzverluste im Gaststättengewerbe Ostdeutschlands zu verzeichnen: Die Rückgänge des letzten Jahres zwischen 3 % und über 7 % liegen deutlich über dem Bundesdurchschnitt (-3,2 %). Die größten Verlierer sind die südöstlichen Bundesländer. So verzeichnen die Betriebe in Sachsen mit -7,3 % die stärksten Rückgänge, gefolgt von Brandenburg (-6,8 %) und Thüringen (-6,7 %).

## 3 Die Entwicklung der „touristischen Wetterstationen“

Ein weiterer wesentlicher Indikator für die Nachfrageentwicklung im Tourismus sind die Besucherzahlen herausragender tourismusrelevanter Einrichtungen und Angebote – unserer sogenannten „Wetterstationen“. Dies sind zum Beispiel Erlebnisbäder, touristisch ausgerichtete Museen, Naturinformationszentren, Zoos, Ausflugsschiffahrt, Schlösser, Burgen, Bergbahnen, industrieturistische Einrichtungen, Freizeitparks, Stadtführungen und landwirtschaftliche Attraktionen.

### 3.1 Aktueller Wetterbericht: Schwieriges Jahr 2008

Das Jahr 2008 ist kein gutes Jahr für die erfassten Freizeiteinrichtungen gewesen: Alle Wetterstationen zusammen verzeichneten im Durchschnitt Rückgänge bei den Besucherzahlen um mehr als 2 %. Zudem konnte nur jede vierte Teilbranche sich im Vergleich zum Vorjahr verbessern. Die erfreulichen Zugewinne, die 2007 erzielt werden konnten, mussten zwar nicht zur Gänze, aber doch zu einem erheblichen Teil wieder abgegeben werden.

## Jahresverlauf der Entwicklung der Wetterstationen

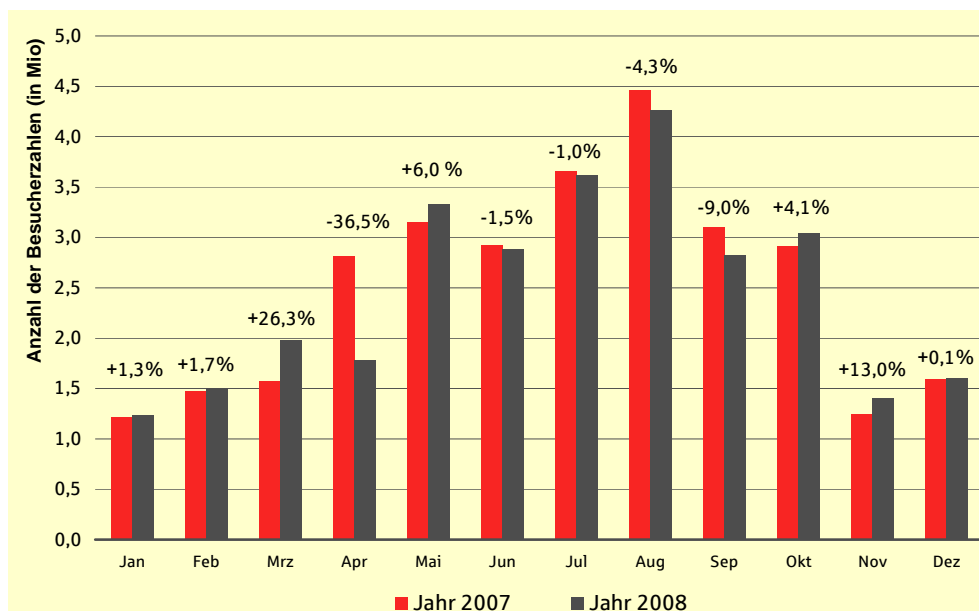
Folgende Besonderheiten bezüglich des Saisonverlaufs sind festzustellen:

- Die Trendwende setzte bereits im letzten Quartal 2007 ein.
- Eine Vorentscheidung fiel praktisch bereits in den ersten vier Monaten des Jahres 2008, in denen das sehr gute Vorjahresergebnis deutlich verfehlt wurde.
- Im zweiten Tertial wurde das Nachfrageniveau 2007 zwar fast wieder erreicht, die Gesamtbilanz verschlechterte sich dennoch erneut.
- Schließlich konnte im dritten Tertial kein Nutzen aus der Tatsache gezogen werden, dass hier die Vorgabe nicht besonders anspruchsvoll war. Auch hier vergrößerte sich der Abstand zum Vorjahr nochmals leicht.

Für die hohen Verluste im ersten Tertial waren insbesondere zwei Sachverhalte verantwortlich:

- Der frühe Termin der Osterferien ließ die Nachfrage nur relativ schwach ansteigen, während die Einbußen im April sehr heftig ausfielen.
- Verstärkt wurde diese Entwicklung, weil sich das Wetter längst nicht so günstig darstellte wie im Vorjahr, als – gerade auch während der Osterferien, aber auch im März – Witterungsbedingungen herrschten, die für alle Freizeitaktivitäten im Freien ausgesprochen förderlich waren.

**Abb. 3: Saisonale Veränderung der Besucherzahlen der Wetterstationen 2008 ggü. 2007 (in % nach Monaten)**



Quelle: dwif 2009, Wetterstationen

Die Pfingstferien, die 2008 in den Mai fielen, brachten zwar wie erwartet einen Nachfrageschub; dieser fiel mit rund 6 % aber vergleichsweise gering aus und war nicht ausreichend, um ein entsprechendes Polster bilden zu können.

Die endgültige Entscheidung fiel dann im Zeitraum August/September. Die Einbußen von mehr als 4 % im August schmerzten besonders, weil in diesem Monat traditionell die höch-

ten Besucherzahlen registriert werden. Die massiven Rückgänge im September (-9 %) verschärften die Situation zusätzlich.

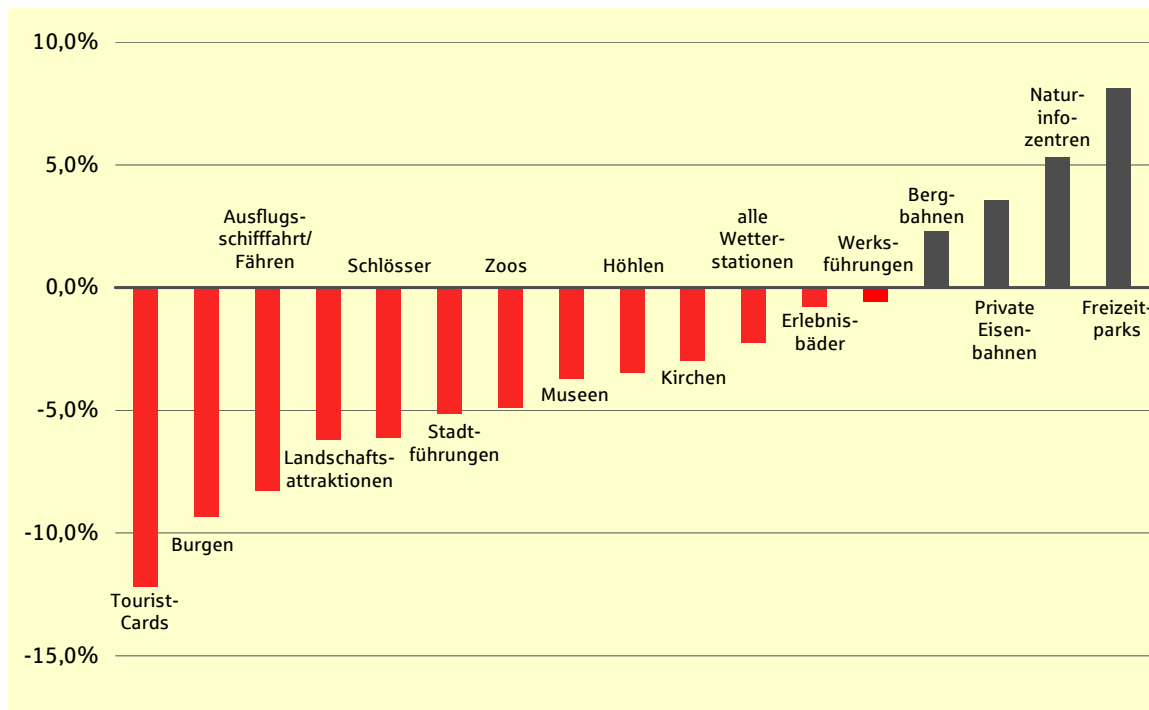
Die erfreulichen Zuwächse im Oktober und November hätten zwar fast noch zu einem positiven Tertialergebnis gereicht, denn die Vorjahreszahlen wurden nur um 0,3 % verfehlt. Sie konnten aber nicht verhindern, dass das Gesamtjahr 2008 mit einem Minus von 2,2 abschloss.

Im Nachhinein muss leider festgestellt werden, dass die Zuwächse des Vorjahres, die am Ende noch 3 % betragen hatten, doch nicht die seit langem erhoffte Trendwende dargestellt haben, sondern nur ein Zwischenhoch, denn 2008 mussten die Zugewinne fast in voller Höhe wieder verloren gegeben werden. Die als der Entwicklung förderlich erachteten Rahmenbedingungen sind nicht so wirksam geworden wie erhofft:

- Die Zahl der gewerblichen Übernachtungen ist zwar tatsächlich erneut angestiegen; auf die Besucherzahlen der Wetterstationen hat sich diese Ausweitung des Marktvolumens allerdings nicht entsprechend ausgewirkt.
- Von der sich verschlechternden allgemeinen wirtschaftlichen Lage sind ab dem zweiten Halbjahr 2008 negative Impulse ausgelöst worden.

Es ist sehr auffällig, dass die Entscheidung über das negative Gesamtergebnis 2008 in erster Linie zwischen Juni und September – den Monate der touristischen Hochsaison – gefallen ist, obwohl, wie bereits erwähnt, die Übernachtungszahlen auch in dieser Periode deutlich angestiegen sind.

**Abb. 4: Entwicklung der Besucherzahlen nach Angebotstypen in Ostdeutschland 2008 ggü. 2007 (in %)**



Quelle: dwif 2009, Wetterstationen

## **Die Entwicklungen im Einzelnen:**

### **Freizeitparks: Nachfrage steigt weiter!**

Bei den Freizeitparks hat eine besucherstarke Einrichtung, mit einem Zuwachs von mehr als 20 %, den Kurzzzeitrend sehr positiv beeinflusst, während mehr als die Hälfte der erfassten Wetterstationen dieses Typs Rückgänge zu verzeichnen hatten, die teilweise auch im zweistelligen Prozentbereich angesiedelt sind.

Insgesamt setzte sich der positive Trend, der bereits 2007 und in den beiden ersten Tertialen des laufenden Jahres zu beobachten war, auch in den letzten vier Monaten des Jahres ungebremst fort:

- 2008 konnte das gute Vorjahresergebnis nochmals um 8,1 % übertroffen werden; diese Steigerungsrate ist die höchste unter allen Wetterstationstypen.
- Besonders gut liefen die Geschäfte im September, November und Dezember; in diesen Monaten konnten die vorjährigen Besucherzahlen, zusammen genommen, um fast 30 % gesteigert werden. Nur im Oktober wurde das Vorjahresergebnis um 8,5 % verfehlt.

### **Naturinfozentren: Wieder Boden gut gemacht!**

Diese Einrichtungsart verzeichnet jetzt bereits das dritte Jahr in Folge steigende Nachfrage; im Berichtsjahr 2008 stieg die Besucherzahl – wie schon im Vorjahr – um mehr als 5 % an (+5,3 %). Auf dem Weg zurück zu alter Stärke konnte damit ein weiterer großer Schritt getan werden. Auch im Detail überwiegen die positiven Signale:

- Nur jedes dritte erfasste Infozentrum konnte sich dem Aufwärtstrend nicht anschließen.
- Das dritte Tertial leistete ebenfalls einen Beitrag, auch wenn die Zuwächse in dieser Periode insgesamt nur im Promillebereich angesiedelt waren.

Ein besseres Tertialergebnis wurde verhindert, weil die Nachfrage im Dezember sehr stark einbrach (-19 %). Es bleibt zu hoffen, dass dies kein Fingerzeig für die Entwicklung in den ersten Monaten 2009 dargestellt hat und der Aufwärtstrend sich auch im laufenden Jahr fortsetzt.

### **Private Eisenbahnen: Rekordergebnis tatsächlich erreicht!**

Nachdem auch das dritte Tertial sehr erfolgreich verlief – die Nachfrage stieg erneut um mehr als 10 % an<sup>1</sup> – ist wirklich eingetroffen, was sich nach dem zweiten Tertial für das Gesamtjahr 2008 bereits ankündigte:

- Die leichten Einbußen des Vorjahres konnten – mit einer Steigerung der Passagierzahlen um 3,6 % – mehr als ausgeglichen werden.
- In 2008 wurden mehr Personen befördert als zuvor in allen anderen Jahren seit 2003, womit auch im Vergleich mit den anderen Teilbranchen ein Platz ganz weit oben in der Rangliste erreicht werden konnte.

Erfreulich ist des Weiteren, dass sich der Aufschwung auf sehr breiter Basis vollzog; nur bei einer von 10 erfassten Eisenbahnen waren die Passagierzahlen rückläufig.

---

<sup>1</sup> Nur im Dezember musste ein Rückgang um gut 7 % hingenommen werden.

### **Bergbahnen: Schade!**

Am Ende des zweiten Tertials durfte gehofft werden, dass das Nachfrageniveau des bisherigen Rekordjahres 2005 wieder erreicht werden könnte. Diese Hoffnung erfüllte sich nicht, weil die Geschäfte im November sehr schlecht liefen (- 20 %) und die Zuwächse im Dezember mit rund 10 % nicht hoch genug ausgefallen sind. Dennoch arbeiteten die meisten Bergbahnen im Jahr 2008 sehr erfolgreich:

- Die Zahl der beförderten Personen konnte insgesamt um 2,3 % gesteigert werden. Nur 2005 lag die Zahl der Nutzer, wie bereits angesprochen, noch höher.
- Drei Viertel der erfassten Bergbahnen konnten mehr Personen befördern als im Vorjahr.

Da die Witterungsbedingungen in den ersten Monaten des laufenden Jahres für Bergbahnen durchaus günstig waren, erscheint es nicht unmöglich, dass das Ziel, das 2008 nur knapp verfehlt wurde, 2009 erreicht werden könnte.

### **Werksführungen: Wieder knapp vorbei!**

Wie im Vorjahr musste wieder ein kleines Minus hingenommen werden; im Jahr 2008 waren es schließlich 0,6 % weniger Besucher als 2007. Ein relativ gutes drittes Tertial, in dem die Nachfrage um 2,7 % anstieg, wozu vor allem die Monate Oktober und November beitrugen, hat nicht ganz gereicht, um die bis dahin aufgelaufenen Verluste ganz auszugleichen. Positiv ausgedrückt kann festgestellt werden, dass in den letzten beiden Jahren keine nennenswerten Nachfragerückgänge zu beklagen waren. Eine negative Botschaft ist dagegen zweifellos, dass kein erfasstes Unternehmen Zugewinne von mehr als einem Prozent erzielt hat.

### **Erlebnisbäder: Treten auf der Stelle!**

Stagnation mit leicht negativer Tendenz kennzeichnet auch die Entwicklung der Besucherzahlen bei dieser für den Tourismus besonders wichtigen Infrastruktureinrichtung:

- Im Vorjahr betrug das Minus 0,3 %.
- Bis zum Ende des zweiten Tertials summierten sich die Verluste erneut auf 0,3 %.
- Auch das dritte Tertial 2008 brachte nicht die erhoffte Trendwende. Ein extrem schlechtes Ergebnis im September, mit einem Minus von 16 %, sorgte dafür, dass in den letzten vier Monaten 2,7 % weniger Besucher kamen als im entsprechenden Vorjahreszeitraum und sich die Talfahrt sogar beschleunigte.
- Insgesamt betrugen die Einbußen im Berichtsjahr 0,8 %, womit genau wieder das Nachfrageniveau des Jahres 2005 erreicht wurde. Überhaupt ist festzustellen, dass in den letzten Jahren sehr wenig Bewegung zu beobachten war und sich die Marktposition der Erlebnisbäder nur unwesentlich veränderte.

Bei diesen relativ niedrigen Veränderungsraten überrascht es nicht, dass sich Gewinner und Verlierer fast die Waage halten; die Bäder, die 2008 zulegen konnten, sind mit einem Anteil von 52 % allerdings leicht in der Überzahl.



### **Kirchen: Zugewinne nicht gehalten!**

Das sehr gute Vorjahresergebnis wurde um 3 % verfehlt, weil der Abwärtstrend, der schon seit dem 4. Quartal 2007 zu beobachten ist, sich auch im dritten Tertial 2008 fortgesetzt hat (-3,7 %). Hinter dieser Tatsache verbergen sich jedoch bemerkenswerte Entwicklungen:

- Der Markt ist gespalten, denn genau die Hälfte der erfassten Kirchen konnte sich über wachsenden Zulauf freuen, und die Zuwächse lagen teilweise im zweistelligen Prozentbereich.
- Der negative Trend ist zu einem guten Teil einer einzigen, relativ besucherstarken Wetterstation anzulasten, bei der die Nachfrage gegenüber dem Vorjahr um über 40 % absank, weil sie ab Mitte des Jahres Eintritt verlangte.

Es ist also keineswegs so, dass die Anziehungskraft der Kirchen generell abgenommen hat. Das zeigt sich auch beim Langzeitvergleich, denn dieser Wetterstationstyp hat seit 2003 deutlich zugelegt und ist im oberen Drittel der Rangordnung angesiedelt.

### **Museen: Sehr anspruchsvolle Vorgabe!**

2008 war für die erfassten Museen ein ganz hervorragendes Jahr und brachte das beste Ergebnis im Berichtszeitraum. Wie schon in den ersten acht Monaten des Jahres konnte diese hohe Hürde auch im dritten Tertial nicht überwunden werden, auch wenn der Abstand in dieser Periode mit -1,2 % sehr klein war. Nur ein ausgesprochen schlechter September (-13 % !) verhinderte, dass das Vorjahresergebnis wieder erreicht werden konnte; von Oktober bis Dezember wurde sogar ein deutlicher Anstieg verzeichnet (+5 %).

Für das Gesamtjahr 2008 ergab sich schließlich ein Minus von 3,7 %, so dass zumindest festzustellen ist, dass die Zugewinne des Vorjahres (+5,7 %) nicht zur Gänze verspielt wurden.

Bei der Betrachtung der Einzelergebnisse fallen zwei Sachverhalte besonders auf:

- Veränderungsraten im zweistelligen Prozentbereich, und zwar gleichermaßen mit positivem und negativem Vorzeichen, stellen keine Seltenheit dar, was auf den erheblichen Einfluss von Sonderaktionen oder -ausstellungen zurückzuführen ist, die bei vielen Museen zum Handwerkszeug gehören.
- 2008 waren die Verlierer ganz klar in der Überzahl, denn genau zwei Drittel der erfassten Museen konnten das Vorjahresergebnis, das sehr häufig eine sehr anspruchsvolle Vorgabe darstellte, nicht bestätigen.

### **Zoos: Zu kurz gesprungen!**

Wie erwartet wurde im dritten Tertial ein Besucherzuwachs erzielt, der mit rund 3 % jedoch nicht hoch genug ausfiel, um die bis dahin aufgelaufenen Verluste noch ausgleichen zu können, auch weil im Oktober nochmals ein deutliches Minus von etwa 6 % hingenommen werden musste. Erst ab November stieg die Nachfrage dann sprunghaft an und lag in den letzten beiden Monaten um fast 30 % über dem Vorjahresniveau.

Für das gesamte Jahr 2008 stehen so ein Minus in Höhe von 4,9 % und somit das schlechteste Ergebnis seit 2005 zu Buche. Zwei Gründe waren dafür vor allem verantwortlich:

- Mehr als zwei Drittel der erfassten Zoos und Tierparks verzeichneten weniger Besuche als 2007.
- Zu den Verlierern zählte auch der Zoo mit den meisten Besuchern, der – nach zwei außerordentlich guten Jahren – einen Nachfrageeinbruch von deutlich mehr als 10 % hinnehmen musste.

### **Stadtführungen: Zurück zur Normalität!**

Dank der BUGA in Gera konnte im Vorjahr das beste Ergebnis in der Berichtsperiode erzielt werden. Es musste davon ausgegangen werden, dass im laufenden Jahr deutlich weniger Teilnehmer an Führungen zu beobachten sind; die Frage war eher, auf welchem Niveau sich die Nachfrage einpendeln wird. Die Antwort fällt nicht gar so schlecht aus:

- Die Zahl der Führungen ging zwar im Vergleich zum Vorjahr um 5,1 % zurück. Würde Gera komplett aus der Rechnung genommen, ergäbe sich jedoch ein kleines Plus von 0,3 %.
- Das Nachfrageniveau war deutlich höher als in allen Jahren zwischen 2003 und 2005; im Langzeitvergleich präsentiert sich 2008 damit als zweitbestes Jahr.
- Mehr als die Hälfte der erfassten Städte (54 %) haben mehr Führungen verkauft als im Vorjahr.

Ohne Berücksichtigung der Sondereffekte stellt sich die Nachfrage nach Stadtführungen jetzt schon über einen sehr langen Zeitraum als sehr stabil dar. Ein wenig zu denken gibt, dass es in den letzten beiden Monaten zu einem Rückgang um rund 10 % gekommen ist, obwohl die BUGA hier keine Rolle mehr gespielt haben kann; es ist zu hoffen, dass dies kein Hinweis auf eine generelle Schwächeperiode ist.

### **Landschaftsattraktionen und Höhlen: Kein Hoffnungsschimmer!**

Schon früh zeichnete sich ab, dass der leichte Aufschwung im Vorjahr wohl nur ein Strohhalm gewesen ist:

- Herbe Verluste im ersten Tertial von über 15 %.
- Keine Trendwende im zweiten Tertial, bei Verlusten zwischen 1,5 % (Höhlen) und 2 % (Landschaftsattraktionen).

Auch in den letzten vier Monaten des Jahres konnte das Blatt nicht mehr gewendet werden, denn die Landschaftsattraktionen verzeichneten erneut Verluste (-4,1 %) und die Höhlen konnten nur wenig zulegen (+1,1 %). Damit stand ein Jahresergebnis fest, dass fast nur von negativen Entwicklungen geprägt ist:

- Die Landschaftsattraktionen verzeichneten einen Besucherrückgang um 6,1 %; die Höhlen kamen, bei einem Minus von 3,5 %, etwas besser weg.
- Für beide Wetterstationstypen bedeutet dies, dass die Besucherzahlen auf den niedrigsten Stand seit 2003 gefallen sind. Die Landschaftsattraktionen schneiden beim Langzeitvergleich am schlechtesten unter allen Einrichtungsarten ab.

- Die Verlierer prägen das Bild; bei den Landschaftsattraktionen mussten drei von vier erfassten Einrichtungen Verluste hinnehmen, bei den Höhlen waren es sogar vier von fünf.

### **Burgen und Schlösser: Allzeittief!**

Nachdem auch im dritten Tertial um mehr als 5 % weniger Besucher begrüßt werden konnten als im entsprechenden Vorjahreszeitraum steht jetzt endgültig fest, dass nicht nur die leichten Zugewinne, die in den letzten beiden Jahren erzielt worden waren, verspielt worden sind, sondern dass beide Wetterstationstypen sogar das schlechteste Ergebnis im gesamten Beobachtungszeitraum 2003 bis 2008 melden mussten. 2008 stellt somit für die meisten Burgen und Schlösser ein schwarzes Jahr dar:

- Bei den Schlössern ging die Besucherzahl im Vergleich zum Vorjahr um 6,1 % zurück; bei den Burgen betrug die Einbußen sogar 9,4 %.
- Nur 30 % der erfassten Wetterstationen in beiden Gruppen haben – gegen den vorherrschenden Trend – mehr Gäste empfangen als 2007.

### **Ausflugsschiffahrt/Fähren: Katastrophaler Herbst!**

Trotz relativ anspruchsvoller Vorgaben – die Ausflugsschiffahrt hatte 2007 ihr bestes Ergebnis im Beobachtungszeitraum (ab 2003) erzielt – hielten sich die Nachfragerückgänge bis Ende August noch einigermaßen in Grenzen (-6,3 %), im dritten Tertial beschleunigte sich der Abwärtstrend dann allerdings rapide. Vor allem im wichtigen Monat September sank die Zahl der Passagiere um fast 20 % (-19,7 %). Einem Rückgang um 8 % im Oktober folgte im November erneut ein Einbruch um über 19 %. Die Folgen waren gravierend:

- 2008 wurden insgesamt um 8,3 % weniger Passagiere befördert als im Vorjahr.
- In keinem Jahr seit 2003 war die Nachfrage niedriger.

Sieben von zehn erfassten Schifffahrtsunternehmen waren betroffen, darunter auch die Großen der Branche, was dem Abwärtstrend noch zusätzliche Fahrt verlieh.

### **Tourist-Cards: Ernüchterung!**

Bis zum Ende des ersten Tertials war die Welt noch in Ordnung, denn nach einem durchaus zufrieden stellenden Jahr 2007 konnte der Absatz noch ein Mal gesteigert werden. Bereits im Sommer kam es jedoch zu einer einschneidenden Trendwende: Die Verkaufszahlen blieben um 12 % hinter denen von 2007 zurück. Die Ergebnisse des dritten Tertials sind ebenfalls ernüchternd:

- Mit einem Rückgang um 18,8 % im September fand die Sommerflaute ihre direkte Fortsetzung.
- Auch von Oktober bis Dezember blieb die Zahl verkaufter Karten durchgehend um mehr als 8 % unter dem Vorjahresniveau.

Das bisher so strahlende Bild hat dadurch sehr viel an Glanz verloren. Im Gesamtjahr 2008 wurden um 12,2 % weniger Karten abgesetzt als im Vorjahr und damit der niedrigste Stand

seit dem Jahr 2003 erreicht. Im Langzeitvergleich blieb dieser Wetterstationstyp zwar weiter an der Spitze der Rangliste, der Vorsprung ist jedoch fast komplett aufgezehrt.

Zur Klarstellung muss allerdings angeführt werden, dass das Erscheinungsbild dieses Wetterstationstyps in sehr starkem Maße von einem einzigen Anbieter bestimmt wird, der auch im aktuellen Fall die Richtung vorgegeben hat.

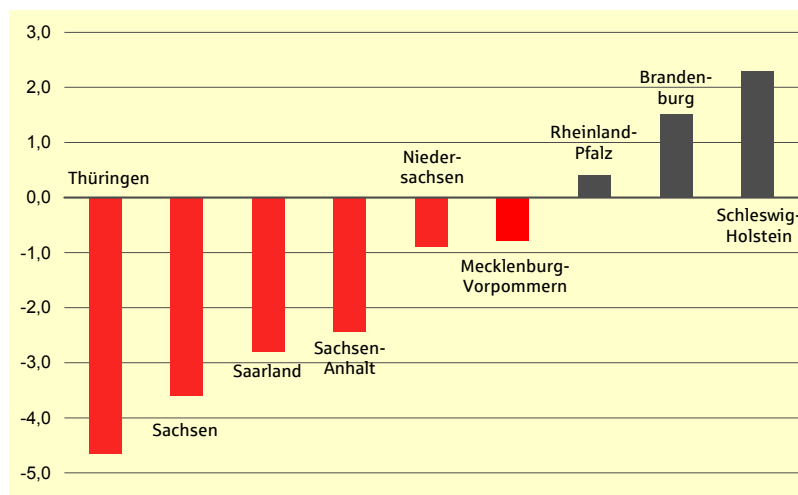
### Die Bundesländer im Vergleich

Die fast durchwegs guten Ergebnisse des Vorjahres konnten 2008 nur in Ausnahmefällen nochmals übertroffen werden konnten, wobei Schleswig-Holstein in dieser Beziehung zweifellos am besten abgeschnitten hat, gefolgt von Brandenburg und Rheinland-Pfalz. Alle anderen Bundesländer mussten zumindest Teile ihrer vorjährigen Zugewinne wieder abgeben; allerdings waren, wenn man von Sachsen und Sachsen-Anhalt absieht, die Einbußen geringer als die vorjährigen Zuwächse. Am ungünstigsten verlief die Entwicklung in Niedersachsen, wo die Wetterstationen bereits das zweite Jahr in Folge Nachfrage eingebüßt haben.

Bei der Einzelbetrachtung aller erfassten Wetterstationen ist die Zahl der Verlierer klar in der Überzahl gewesen; rund 60 % der Freizeiteinrichtungen haben 2008 weniger Besucher empfangen als im Vorjahr. Nur Brandenburg konnte sowohl eine Steigerung der Nachfrage vermelden, als auch ein leichtes Übergewicht der Gewinner. Die negativsten Ergebnisausprägungen finden sich in Sachsen, Sachsen-Anhalt, im Saarland und in Thüringen; hier sind hohe Nachfrageeinbußen (zwischen 2,4 % und 4,7 %), verknüpft mit einem sehr hohen Anteil von „Verlierern“, der mit etwa zwei Dritteln anzugeben ist.

Bemerkenswert sind die Ergebnisse von Rheinland-Pfalz und vor allem Schleswig-Holstein. Obwohl auch hier die überwiegende Zahl der Wetterstationen Nachfrageverluste hinnehmen musste, stieg die Zahl der Besucher doch an; Schleswig-Holstein konnte sogar die stärksten Zunahmen von allen Bundesländern verzeichnen. Hier ist zu konstatieren, dass einige Anbieter ganz offensichtlich überproportional zugelegt haben, während die Verluste im Durchschnitt deutlich niedriger ausgefallen sind. Auch ist anzunehmen, dass einige der besonders besucherstarken Einrichtungen zu den Gewinnern zu zählen waren.

**Abb. 5 Entwicklung der Besucherzahlen der Wetterstationen in den verschiedenen Barometer-Bundesländern 2008 ggü. 2007 (in %)**



Quelle: dwif 2009, Wetterstationen

## Ausblick

Sehr schwierig stellt sich der Ausblick auf die weitere Entwicklung des Tourismus generell und der Nachfrage nach den Wetterstationen im Speziellen dar, weil sich die Auswirkungen der Wirtschaftskrise, die derzeit alle Diskussionen bestimmt, nicht absehen lassen. Neben positiven Aspekten, wie vor allem der Erwartung, Deutschland könnte als Zielland zu den Profiteuren gehören, sind natürlich auch negative Einflüsse zu befürchten. Insbesondere die Entwicklung der Ausgabebereitschaft wird auch darüber entscheiden, wie potenzielle Gäste und Besucher ihr Urlaubs- und Freizeitverhalten gestalten werden. Insgesamt wäre es so bereits als Erfolg zu werten, wenn das Nachfrageniveau im Jahr 2009 gehalten werden könnte.

Vermutlich werden insbesondere hochpreisige Angebote die Rezession zu spüren bekommen, das zeigen Ergebnisse einer aktuellen Befragung Ende Februar 2009 unter allen Wetterstationen in neun Bundesländern. Danach berichtet fast jeder zweite Anbieter in Ostdeutschland über sinkende Besucherzahlen gegenüber dem Vorjahreszeitraum, aber immerhin rund 22 % im Januar bzw. rund 13 % im Februar über Zuwächse. Interessant: Knapp die Hälfte der Befragten führt etwaige Rückgänge nicht auf die Krise zurück. Verständlicherweise bleibt die Stimmung dennoch gedämpft. Nur 3 % erwarten für Frühjahr und 7 %

### Januar/Februar 2009 ggü. Vorjahr:



### Einschätzung: Vermutete Auswirkung der Krise auf die Besucherzahlen 2009

	Frühjahr	Sommer
werden steigen	<b>3%</b>	<b>7%</b>
kein Einfluss	<b>28%</b>	<b>18%</b>
werden sinken	<b>37%</b>	<b>31%</b>
weiß nicht	<b>32%</b>	<b>44%</b>

für Sommer 2009 Zuwächse, über 30 % gehen von krisenbedingten Nachfragerückgängen aus. Wie es tatsächlich kommt, wird das Tourismusbarometer Ende des Jahres mit konkreten Fakten belegen können. Diese Entwicklung stellt die Freizeiteinrichtungen für das Jahr 2009 vor die Herausforderung, mit innovativen Angeboten und entsprechend Aufmerksamkeit erregenden Marketingideen wieder Besuchergewinne zu erreichen.

dwif-Consulting GmbH, März 2009

### Ihre Ansprechpartner zum Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland:

Prof. Dr. Mathias Feige  
dwif-Consulting GmbH in Berlin  
(Projektbüro Tourismusbarometer Ostdeutschland)  
Marienstraße 19/20  
10117 Berlin  
Telefon: (0 30) 7 57 94 90  
Telefax:(0 30) 7 51 65 10  
e-mail: info-berlin@dwif.de  
Internet: www.dwif.de

Thomas Wolber  
Ostdeutscher Sparkassenverband  
Leipziger Straße 51  
10117 Berlin  
Telefon: (0 30) 20 69-15 21  
Telefax: (0 30) 20 69-25 21  
e-Mail: tourismusbarometer@osv-online.de  
Internet: www.osv-online.de