

SPARKASSEN-TOURISMUSBAROMETER OSTDEUTSCHLAND

Die aktuelle Lage

1 Die Entwicklung der Übernachtungsnachfrage

Das Bruttoinlandsprodukt ist 2009 real um 5 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesunken, die Bruttoinvestitionen sind im gleichen Zeitraum sogar um 12,5 Prozent eingebrochen. Andererseits erhielt der Kraftfahrzeughandel durch die Abwrackprämie einen Wachstumsimpuls (+2,8 Prozent) und auch die privaten Konsumausgaben stiegen immerhin um 0,4 Prozent.

So ambivalent wie in der Gesamtwirtschaft hinterlässt die Krise auch im Tourismus ihre Spuren: Rückgänge von knapp 10 Prozent beim durchschnittlichen Zimmererlös in Deutschland und von fast 5 Prozent bei den Passagierzahlen an deutschen Flughäfen, stehen Erfolgsmeldungen bei Reisebuchungen im Internet (+10 Prozent), Hochsee- und Flusskreuzfahrten in Deutschland (+13,5 Prozent) oder ein Übernachtungszuwachs von 6 Prozent in Berlin und Hamburg gegenüber. Doch nach wie vor ist kein abschließendes Urteil möglich, denn erst das Jahr 2010 wird zeigen, wie sich die Entwicklungen seit 2008 letztendlich auf den Arbeitsmarkt und damit auf das Reiseverhalten auswirken. Ein „Jahrhundertwinter“, der Trend zum Urlaub im eigenen Land, aber auch Faktoren wie steigende Preise im Wareneinkauf, bei den Energiekosten oder der verstärkte Konkurrenzdruck werden ihren Anteil zur Tourismusentwicklung 2010 beitragen – Ausmaß unklar!

Deutschland-Tourismus zeigt sich im Welt- und Europavergleich relativ robust

Der Deutschland-Tourismus ist 2009 mit einer „roten Null“ bei der Entwicklung der Übernachtungen (-0,2 Prozent) davon gekommen und zählt knapp 370 Millionen Übernachtungen. Länder wie Österreich (-1,8 Prozent), Italien (-2,3 Prozent), Frankreich (-5,3 Prozent) oder Spanien (-6,7 Prozent) mussten 2009 viel empfindlichere Nachfragerückgänge verkraften. Die Ursachen für die stabile Entwicklung in Deutschland liegen unter anderem in der hohen Binnennachfrage.

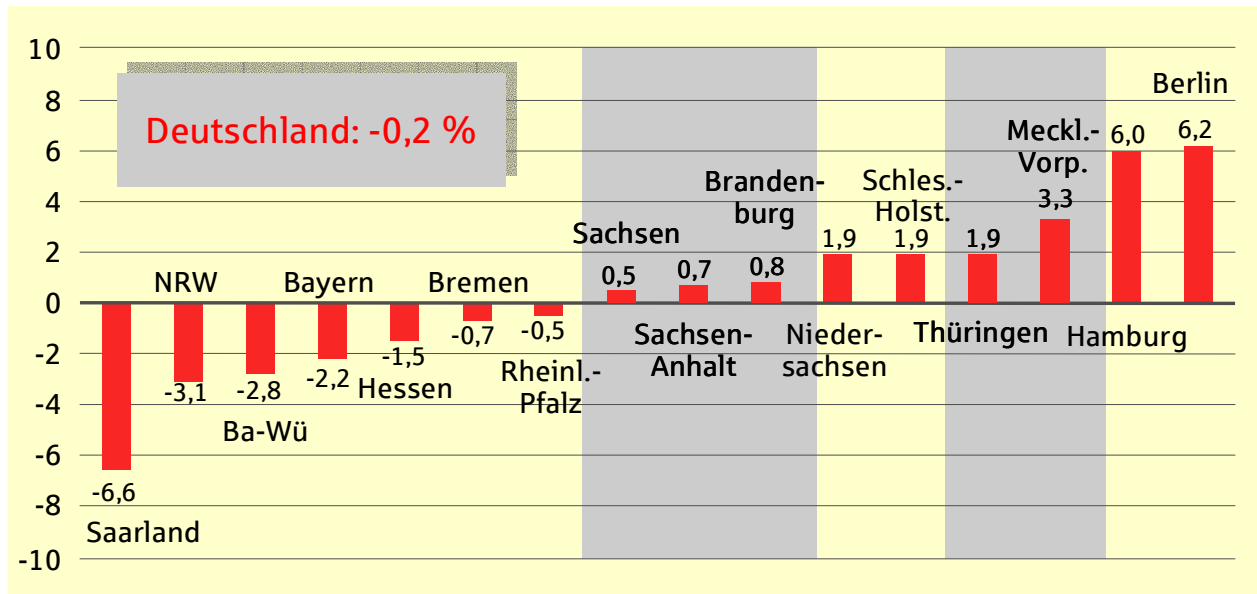
Alle ostdeutschen Bundesländer legen zu

Die ostdeutschen Bundesländer liegen alle über dem Bundesdurchschnitt und gehören nachfrageseitig somit zu den Gewinnern. Wie bereits im Vorjahr führt Mecklenburg-Vorpommern dabei das Feld der Flächenbundesländer an, erfreulicherweise gefolgt von Thüringen. Der Marktanteil der fünf Länder beläuft sich mittlerweile auf 19,3 Prozent.

Gerade im ersten Terial 2009 – in dem die Wirtschaftskrise die bislang deutlichsten Spuren im Deutschland-Tourismus hinterließ – sowie im Juni/Juli konnte Ostdeutschland gegenüber den nationalen Konkurrenten punkten.

Abb. 1: Veränderung der gewerblichen Übernachtungen nach Bundesländern 2009 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (inklusive Camping)

– in Prozent –



Quelle: dwif 2010, Daten Amtliche Statistik

Bisherige Schwäche wird zur Stärke: Inländerübernachtungen als Wachstumsmotor in Ostdeutschland

Die Übernachtungsrückgänge im Deutschland-Tourismus 2009 waren fast ausschließlich auf den Incoming-Tourismus zurückzuführen (Ausnahme Thüringen). Dagegen wirkt der hohe Anteil des Inlandstourismus stabilisierend auf die ostdeutschen Destinationen. So konnten die Rückgänge aus den internationalen Märkten in den übrigen Bundesländern durch die heimische Nachfrage mehr als kompensiert werden. Mittelfristig wird dem Incominggeschäft jedoch wieder eine größere Bedeutung zukommen, wenn es gilt, neue Gäste-potenziale zu aktivieren.

Regionen mit überwiegend positiven Ergebnissen bei der Übernachtungsnachfrage

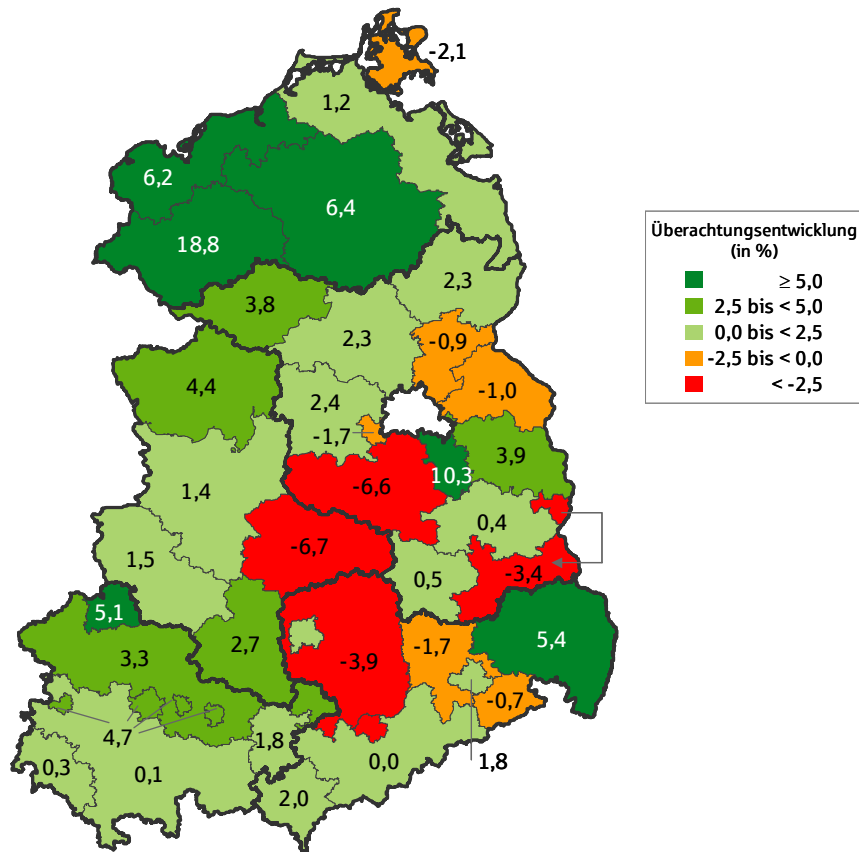
Mit einem Übernachtungszuwachs von 18,8 Prozent konnte Westmecklenburg das Jahr als Sieger unter den ostdeutschen Regionen abschließen. Der positive Schub ist auf die Bundesgartenschau in Schwerin zurückzuführen. Auch die Thüringer Regionen waren 2009 ganz und gar auf Erfolgskurs – alle Regionen konnten Zugewinne bei den Übernachtungen realisieren.

Insgesamt mussten nur acht ostdeutsche Regionen 2009 Rückgänge im Übernachtungsaufkommen melden. Stark gebeutelt hat es vor allem jene Regionen, in denen der Geschäftsreiseverkehr besonders stark ist (z. B. Fläming -6,6 Prozent).

Nachfolgende Karte verdeutlicht die regionalen Unterschiede bei den Gewinnern und Verlierern:

Karte 1: Veränderung der gewerblichen Übernachtungen in den Reisegebieten 2009 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (inklusive Camping)

– in Prozent –



Quelle: dwif 2009, Daten Statistisches Bundesamt

- Unter den sieben deutschen Küstenregionen konnten sich sowohl die Mecklenburgische Ostseeküste (+6,2 Prozent) als auch Vorpommern (+1,2 Prozent) sehr gut behaupten. Lediglich Rügen/Hiddensee landete mit einem Übernachtungsrückgang von 2,1 Prozent auf einem hinteren Rang unter den Vergleichsregionen.
- Die ostdeutschen Mittelgebirgsregionen konnten zwar den vergleichsweise schneereichen und damit sehr guten Jahresanfang 2009 im Jahresverlauf nicht halten, schlossen mit den daraus resultierten Gewinnen im Ergebnis dennoch positiv ab: Harz und Harzvorland +1,5 Prozent, Thüringer Wald +0,1 Prozent, Erzgebirge ±0 Prozent.
- Unter den zehn deutschen Weinregionen liegt die Region Halle, Saale-Unstrut mit einem Übernachtungsplus von 2,7 Prozent hinter dem Naheland (+7,3 Prozent) und Mosel-Saar (+3,2 Prozent) in Rheinland-Pfalz auf Rang 3. Das Sächsische Elbland erreicht – trotz rückläufiger Nachfrage (-1,7 Prozent) – immer noch Rang 6.

2 Die Entwicklung der Umsätze im Gastgewerbe

Umsatzrückgänge und Substitution von Vollzeitärbeitskräften prägen das ostdeutsche Gastgewerbe

Die Krise offenbart sich somit nicht (in erster Linie) auf der Nachfrageseite, sondern vor allem in einem rückläufigen Umsatz. Man reist weiterhin, entscheidet aber immer kritischer über seine Ausgaben: Für die bereits seit Jahren rückläufigen Umsätze im deutschen Gastgewerbe wird 2009 ein Minus von 6,1 Prozent ermittelt. Das Beherbergungsgewerbe ist erstmals stärker von der Konsumzurückhaltung betroffen als die Gastronomie.

Aber auch hier gibt es Gewinner: Das Beherbergungsgewerbe in Mecklenburg-Vorpommern und die Gastronomie in Brandenburg gehen leicht gestärkt aus der Krise hervor. Die Umsatzrückgänge im Beherbergungsbereich fallen vor allem in Sachsen, in Sachsen-Anhalt und Brandenburg deutlich aus. Für Gastronomiebetriebe spitzt sich die Lage vor allem in Sachsen zu.

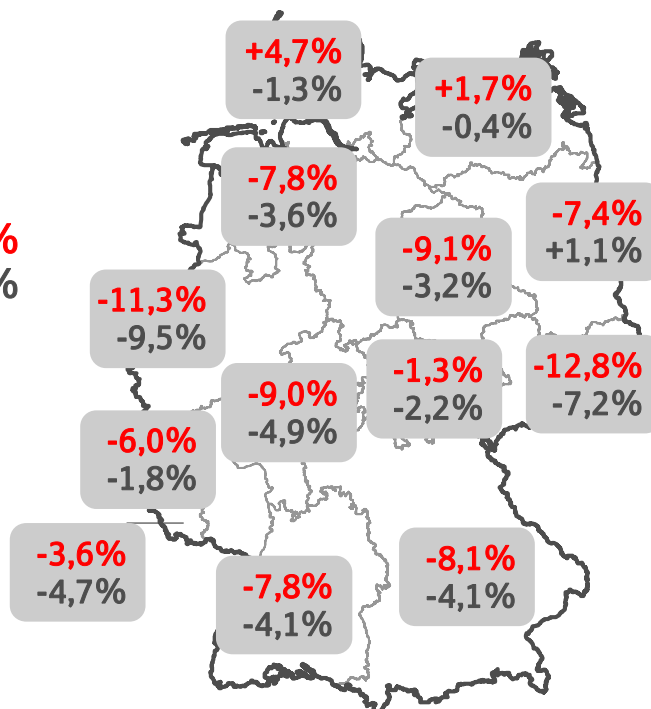
Karte 2: Reale Umsatzentwicklung im Gastgewerbe 2009 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

– in Prozent –

Deutschland:

Beherbergung -7,6%
Gastronomie -5,2%

Bremen -7,2% -1,8%
Hamburg -3,1% -5,0%
Berlin -7,6% -5,7%



Quelle: dwif 2010, Daten Statistisches Bundesamt (vorläufige Ergebnisse)

3 Die Entwicklung der „touristischen Wetterstationen“

Ein weiterer wesentlicher Indikator für die Nachfrageentwicklung im Tourismus sind die Besucherzahlen herausragender tourismusrelevanter Einrichtungen und Angebote – unserer so genannten „Wetterstationen“. Dies sind z. B. Erlebnisbäder, touristisch ausgerichtete Museen und Ausstellungen, Naturinfozentren, Zoos, Ausflugsschiffahrt, Schlösser und Burgen, Bergbahnen, industrietouristische Einrichtungen, Freizeit- und Erlebniseinrichtungen, Stadtführungen, landschaftliche Attraktionen etc. Zum Jahresanfang wurden die Kategorien überarbeitet, um eine verbesserte Abgrenzung der unterschiedlichen Einrichtungstypen zu erreichen. Zu einer wichtigen Neuerung zählt dabei beispielsweise, dass sich die Besucherbergwerke und Freilichtmuseen, die vorher der Gruppe der Museen zugeordnet wurden, nun in einer eigenen Kategorie wiederfinden. Zudem wurde die neue Kategorie „Denkmäler, historische Bauwerke u.ä.“ geschaffen.

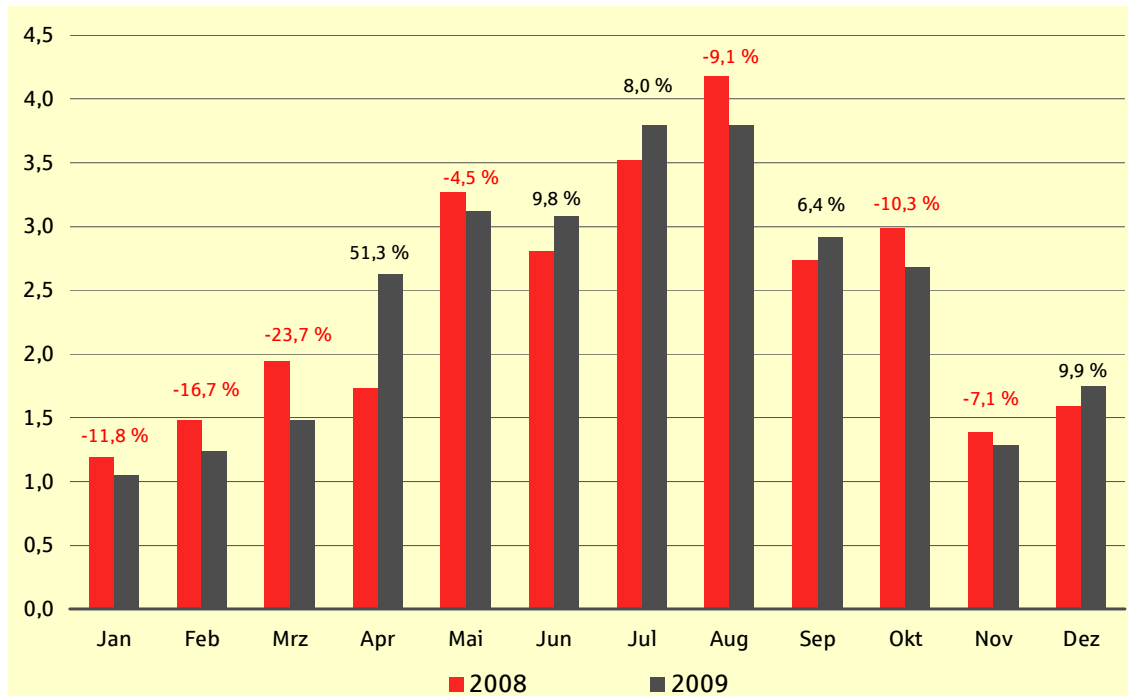
3.1 Aktueller Wetterbericht: Krisenjahr mit plus/minus Null abgeschlossen!

Die rund 280 erfassten ostdeutschen Freizeit- und Kultureinrichtungen haben im Jahr 2009 insgesamt gesehen keine Nachfrageeinbußen hinnehmen müssen. Dies ist – angesichts der schwierigen wirtschaftlichen Situation – allerdings durchaus als Erfolg anzusehen.

Dabei gestaltete sich der Saisonverlauf sehr uneinheitlich; folgende Besonderheiten sind festzustellen:

- Gleich zum Jahresstart im Zeitraum Januar bis März wurden erhebliche Verluste eingefahren. Wie in anderen Bundesländern auch fielen die Rückgänge dabei im März prozentual und auch absolut gesehen am höchsten aus. Dieser Monat stellte somit eine erhebliche Belastung für das Gesamtergebnis 2009 dar.
- Eine Schlüsselrolle spielte der Monat April. Aufgrund der Lage der Osterferien und der zu dieser Zeit günstigen Witterungsbedingungen stiegen die Besucherzahlen um mehr als 50 Prozent an. Ohne diesen Schub wäre das Jahresergebnis insgesamt in den Minusbereich gerutscht.
- Enttäuschend verlief die Entwicklung August, dem im Allgemeinen nachfragestärksten Monat. Rund 9 Prozent weniger Besucher als im Vorjahr bewirkten, dass die Julizahlen im Jahr 2009 nur ganz knapp übertroffen werden konnten. Fast alle Einrichtungsarten waren in diesem Monat von rückläufigen Besucherzahlen betroffen. Zulegen konnten nur die Stadtführungen, die Ausflugsschiffahrten/Fähren, die privaten Eisenbahnen sowie die Denkmäler, historischen Bauwerke u.ä.
- Das letzte Terial 2009 hatte keinen großen Einfluss mehr auf das Gesamtjahresergebnis. Im Zeitraum September bis Dezember insgesamt fielen die Besucherzahlen nur ganz leicht (-0,8 Prozent) unter das Vorjahresniveau. Die Zuwächse im September und Dezember reichten nicht ganz aus, um die Rückgänge im Oktober (trotz Herbstferien -10,3 Prozent!) und November (-7,1 Prozent) voll auffangen zu können. Der Anstieg im Dezember (+9,9 Prozent) ist hauptsächlich auf die starke Entwicklung der privaten Eisenbahnen sowie der Burgen und Schlösser zurückzuführen. Die meisten Teilbranchen hatten in diesem Monat mit Rückgängen zu kämpfen.

Abb. 2: Saisonale Veränderung der Besucherzahlen der Wetterstationen: Januar bis Dezember 2009 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum
– in Prozent nach Monaten, Besucher in Millionen –

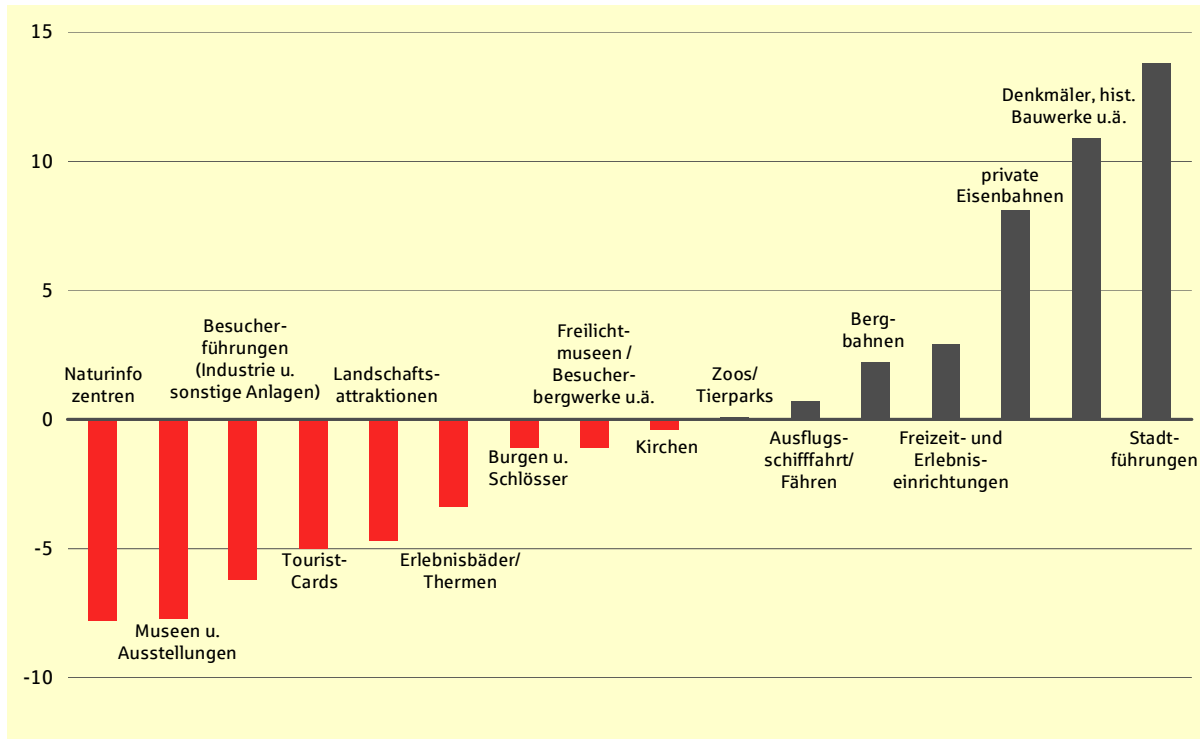


Quelle: dwif 2010, Wetterstationen

Aber nicht alle Wetterstationen sind gut durch das Krisenjahr gekommen, denn insgesamt betrachtet gibt es einen deutlichen Überhang an Verlierern:

- Fast 60 Prozent der erfassten Einrichtungen und neun von insgesamt 16 Angebotskategorien hatten Einbußen zu verzeichnen, wobei sich die Rückgänge bei den einzelnen Teilbranchen zumindest „nur“ im einstelligen Bereich (zwischen -0,4 Prozent bei den Kirchen und -7,8 Prozent bei den Naturinfozentren) bewegten.
- Über steigende Besucherzahlen im Vergleich zum Vorjahr konnten sich nur etwa jede vierte Einrichtung beziehungsweise sieben der 16 Teilbranchen freuen. Bei den Stadtführungen und den Denkmälern fielen die Steigerungsraten allerdings sogar zweistellig aus.

Abb. 3: Entwicklung der Besucherzahlen nach Angebotstypen: Januar bis Dezember 2009 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum
– in Prozent –



Quelle: dwif 2010, Wetterstationen

Die Entwicklungen im Einzelnen:

Stadtführungen: Traumergebnis dank BUGA!

2009 hat die Bundesgartenschau (BUGA) in Schwerin für einen erheblichen Nachfrageschub bei den Stadtführungen gesorgt. So zeichnete sich auch schon sehr früh ein deutlich positives Jahresergebnis ab. Da die BUGA noch in den Oktober hineinreichte, war die positive Wirkung sogar noch im 3. Terial spürbar: Gegenüber 2008 wurden nochmals 5,2 Prozent mehr Teilnehmer registriert, wodurch die Jahresbilanz weiter verbessert wurde:

- Insgesamt gesehen verzeichneten die Stadtführungen 13,8 Prozent mehr Teilnehmer.
- Die hohe Steigerungsrate geht im Wesentlichen auf das Konto der BUGA. Erfreulicherweise läge das Ergebnis aber auch ohne diesen Sondereffekt im positiven Bereich.
- Besonders stark war der Einfluss in den Sommermonaten, denn die Zuwachsraten im Zeitraum Mai bis September lagen durchweg im zweistelligen Bereich. Jahresstart und -ausklang verliefen hingegen negativ.

Dank der BUGA erreichen die Stadtführungen 2009 ihr absolutes Rekordergebnis – noch vor 2007¹. Entscheidend wird es daher sein, wo sich die Teilnehmerzahlen an den Stadtführungen nach Wegfall des Sondereffektes BUGA 2010 einpendeln werden.

¹ 2007 fand die BUGA in Gera statt und hatte auch dort sehr positive Auswirkungen auf das Jahresergebnis der Stadtführungen.

Denkmäler, historische Bauwerke u.ä.: Noch eine Schippe drauf!

Im letzten Terial konnten sich die Denkmäler, historischen Bauwerke u.ä. nochmals über einen deutlichen Besucherzuwachs von 13,4 Prozent freuen. Bis auf den Dezember (-3,4 Prozent) hat jeder Monat im 3. Terial zu diesem positiven Ergebnis beigetragen, das auch für das Gesamtjahr 2009 kennzeichnend ist:

- Mit einem Anstieg der Besucherzahlen um 10,9 Prozent erreichten die beteiligten Denkmäler und historischen Bauten das zweitbeste Ergebnis im Gesamtranking aller Wetterstationstypen.
- In dem positiven Jahresergebnis spiegeln sich die Zuwächse der Mehrheit wider. Nur eine Einrichtung büßte 2009 Nachfrage ein.
- Erfreulicherweise hatte dieser Wetterstationstyp nur im Februar, März und Dezember Rückgänge zu verzeichnen. Die übrigen Monate verliefen hingegen durchweg positiv. Besonders im April wurde dabei eine exorbitant hohe Steigerungsrate (+86,2 Prozent) erzielt. Dieser Monat verlieh dem Jahresergebnis einen deutlichen Schub.

Zwar haben die Denkmäler und historischen Bauwerke mit ihrer Entwicklung 2009 einen enormen Sprung nach vorne geschafft, von dem Ausgangsniveau 2004 sind sie jedoch immer noch weit entfernt.

Private Eisenbahnen: Mit Volldampf zum nächsten Rekordergebnis!

Für die privaten Eisenbahnen bildete ein Fahrgastplus im 3. Terial in Höhe von 7,8 Prozent den krönenden Abschluss eines insgesamt erfolgreichen Jahres. Zwar wurden im Oktober und Dezember Rückgänge verzeichnet; diese konnten jedoch durch einen guten September (+23,2 Prozent) und einen überragenden Dezember (+74,1 Prozent) mehr als ausgeglichen werden. Auch das Jahresergebnis insgesamt lässt sich sehen:

- Am Ende des Jahres können die erfassten Unternehmen für 2009 einen erfreulichen Anstieg der Fahrgastzahlen um 8,1 Prozent verbuchen.
- Im Vergleich mit allen anderen Wetterstationskategorien verzeichnen die privaten Eisenbahnen absolut gesehen den größten Zuwachs. Es wurden nämlich rund 370.000 Fahrgäste mehr befördert als 2008.
- Die starken Zuwächse eines großen Beförderungsunternehmens verliehen dem Ergebnis zusätzlichen Schub. Insgesamt gesehen halten sich Gewinner und Verlierer in dieser Kategorie die Waage.

Die privaten Eisenbahnen haben es damit geschafft, das Rekordergebnis aus 2008 noch ein weiteres Mal stark zu übertrumpfen. Mit dieser guten Entwicklung sichern sie sich einen der vorderen Plätze im langfristigen Gesamtranking aller Wetterstationen.

Freizeit- und Erlebniseinrichtungen: Entwicklung verliert an Fahrt!

Im 3. Terial 2009 vermeldeten die beteiligten Freizeit- und Erlebniseinrichtungen einen Rückgang der Besucherzahlen um 2,6 Prozent. Insbesondere der September zeichnete, mit einem Minus von 13,3 Prozent, wesentlich verantwortlich für das negative Terialergebnis. Dabei hatte das Jahr so vielversprechend begonnen:

- Aufgrund der Osterferien und der zu dieser Zeit herrschenden günstigen Witterungsbedingungen konnten im April mehr als doppelt so viele Besucher begrüßt werden. Somit wurden bereits im 1. Terial beachtliche Reserven aufgebaut.
- Am Ende des Jahres beträgt der Anstieg jedoch trotzdem „nur“ noch 2,9 Prozent, da die Entwicklung in den für diese Kategorie so wichtigen Sommermonaten nur mäßig verlief und das letzte Terial – wie dargestellt – das Ergebnis sogar noch nach unten gezogen hat.
- Als Zugpferd des Kurzzeittrends erwies sich ein weiteres Mal der Marktführer. Ohne die Zuwächse dieses Anbieters hätte dieser Wetterstationstyp das Jahr insgesamt mit einem negativen Vorzeichen abschließen müssen. Etwas mehr als die Hälfte der übrigen Einrichtungen hatte nämlich rückläufige Besucherzahlen zu verkraften.

Zwar hat die Entwicklung bei den Freizeit- und Erlebniseinrichtungen an Fahrt verloren. Es sollte aber nicht unerwähnt bleiben, dass bereits 2008 ein erheblicher Anstieg verzeichnet wurde. Die Messlatte hing somit relativ hoch und trotzdem konnte sie überwunden werden.

Bergbahnen: Am Ende fast alles verspielt!

Äußerst enttäuschend verlief der Jahresausklang für die Bergbahnen. Die Rückgänge im 3. Terial beliefen sich auf empfindliche 14,9 Prozent. Nur im September konnte das Vorjahresergebnis um 7,8 Prozent übertroffen. In den übrigen Monaten des 3. Terials lagen die Fahrgastzahlen jedoch weit unter dem Vorjahresniveau und stellten eine erhebliche Belastung für das Jahr 2009 dar:

- Insgesamt beförderten die beteiligten Unternehmen 2,2 Prozent mehr Fahrgäste als 2008.
- Das dicke und viel versprechende Polster, welches im 1. und 2. Terial (Zeitraum Januar bis August 2009 ggü. 2008: +9 Prozent) aufgebaut werden konnte, wurde auf der Zielgeraden im Zeitraum Oktober bis November fast wieder aufgebraucht.

Damit haben die beteiligten Unternehmen das Übertrumpfen des Rekordjahres 2005 ein weiteres Mal verpasst. Im Langzeitvergleich erreichen sie aber immerhin noch ihr bisher zweitbestes Ergebnis seit 2004. Aufgrund der guten Schneelage zum Jahresstart besteht erneut Hoffnung, dieses Ziel vielleicht 2010 zu erreichen.

Ausflugsschifffahrten/Fähren: Nur knapp über Wasser gehalten!

Nicht mehr viel ausrichten konnte das 3. Terial bei den Ausflugsschifffahrten und Fähren, denn die Fahrgastzahlen bewegten sich lediglich 0,9 Prozent über dem Vorjahresniveau. Die einzelnen Monate des 3. Terials verliefen dabei recht uneinheitlich. Zwar konnte im September ein deutliches Plus in Höhe von 20 Prozent erzielt werden, dieses musste jedoch im Oktober fast vollständig wieder abgegeben werden. Trotz niedriger Vorgaben sanken die Passagierzahlen in diesem Monat nämlich wieder um 26,4 Prozent. Eine ähnliche Entwicklung war auch in den Monaten November und Dezember zu beobachten, die jedoch für diesen Wetterstationstyp eine eher untergeordnete Rolle spielen.

Das Gesamtfazit für 2009 fällt so eher verhalten aus:

- Die Ausflugsschiffe und Fähren haben ihr Jahresergebnis nur ganz knapp (um 0,7 Prozent) in den Plusbereich retten können. Ein Abrutschen in rote Zahlen wurde nur Dank des guten Saisonauftaktes verhindert.
- Erfreulich ist, dass 70 Prozent der Unternehmen schwarze Zahlen schreiben konnten. Die Rückgänge von zwei größeren Anbietern haben jedoch ein deutlich positiveres Abschneiden verhindert.

Insgesamt gesehen war die Entwicklung der Ausflugsschiffahrten und Fähren 2009 bei Weitem zu schwach, um die im Vorjahr eingefahrenen Verluste (-8,3 Prozent) kompensieren zu können. Im Gesamtranking nehmen sie allerdings immer noch einen Platz im oberen Drittel ein.

Zoos/Tierparks: Stillstand!

Nachdem bereits die Sommermonate bei den Zoos und Tierparks eine negative Besucherbilanz aufwiesen, verloren sie im 3. Terial weitere 7,4 Prozent ihrer Besucher. Daran konnte auch der Zuwachs im generell nachfragschwachen Monat November in Höhe von 37,6 Prozent nichts ändern, denn die übrigen Monate verliefen durchweg negativ. Am Ende des Jahres ist deshalb nur wenig Bewegung zu vermelden:

- Die Besucherzahlen der Zoos und Tierparks liegen insgesamt auf Vorjahresniveau.
- Das Verhältnis zwischen Gewinnern und Verlierern ist in dieser Kategorie ausgeglichen.
- Ohne die gute Entwicklung im Monat April hätte das Jahr insgesamt mit einem sehr deutlichen Minuszeichen abgeschlossen werden müssen.

Auf den ersten Blick scheinen die Zoos und Tierparks im Krisenjahr somit mit einem blauen Auge davongekommen zu sein. Allerdings hat das Besucherminus im Jahr 2008 bereits rund 5 Prozent betragen und ein Ausgleich dieser Verluste wurde verfehlt.

Kirchen: Hoffnungsschimmer wieder erloschen!

Nach deutlichen Zuwächsen im 2. Terial bestand für die Kirchen durchaus berechtigte Hoffnung, ein positives Jahresergebnis zu erreichen und damit die Durststrecke (seit Ende 2007) endlich zu beenden. Die Rückgänge im Zeitraum September bis Dezember um 6 Prozent machten diese Hoffnung allerdings zunichte, denn das Vorjahresniveau wurde erneut knapp verfehlt:

- Obwohl die große Mehrheit der Kirchen (70 Prozent) das Vorjahresergebnis nicht wieder erreichen konnte, fällt der Rückgang um 0,4 Prozent sogar recht knapp aus. Die Zuwächse der Minderheit konnten nämlich einiges auffangen und somit einen deutlicheren Besucherrückgang gerade noch verhindern. Der Löwenanteil geht dabei auf das Konto einer Kirche, die durch Veranstaltungen in den Sommermonaten viele Gäste angezogen hat.
- Insgesamt war das Jahr von Höhen und Tiefen geprägt. Während der Jahresstart und der Ausklang 2009 äußerst enttäuschend verliefen, konnte in den Sommermonaten ein erfreuliches Besucherplus erzielt werden. Die Zuwächse im 2. Terial reichten jedoch nicht ganz, um die Rückgänge im 1. und 3. Terial vollständig kompensieren zu können.

Langfristig betrachtet liegen die Besucherzahlen der Kirchen weiter deutlich unter dem Basisjahr 2004. Es bedürfte sehr starker Zuwächse, um eine merkliche Verbesserung der Marktsituation zu erreichen.

Freilichtmuseen, Besucherbergwerke u.ä.: Tiefststand!

Die beteiligten Freilichtmuseen und Bergwerken vermeldeten im 3. Terial rund 5 Prozent weniger Eintritte als im Vorjahr. Insbesondere die Monate Oktober und November fielen mit jeweils rund 10 Prozent weniger Besuchern äußerst verlustreich aus. Die schon lange anhaltende Talfahrt konnte so auch 2009 nicht gestoppt werden:

- Erneut verfehlten die Freilichtmuseen und Besucherbergwerke ihr Vorjahresergebnis, wenn auch nur relativ knapp (-1,1 Prozent).
- Allerdings mussten fast drei Viertel der erfassten Einrichtungen rückläufige Besucherzahlen vermelden.
- Lediglich ein Anbieter konnte sich über ein zweistelliges Plus freuen, während die restlichen Gewinner nur leichte Zuwächse erzielten.
- Auch in dieser Kategorie wäre das Jahresergebnis ohne die gute Entwicklung im April weitaus schlechter ausgefallen. Insgesamt mussten nämlich acht von zwölf Monate mit einem negativen Vorzeichen abgeschlossen werden.

Seit 2004 sind die Besucherzahlen der Freilichtmuseen und Besucherbergwerke stetig geschrumpft. Mit dem aktuellen Jahresergebnis sind sie nunmehr auf ihren bisher niedrigsten Stand abgesunken.

Burgen und Schlösser: Es hat nicht gereicht!

Zusammen konnten die Burgen und Schlösser im 3. Terial 2009 ein leichtes Wachstum ihrer Besucherzahlen in Höhe von 1 Prozent gegenüber 2008 erreichen. Negativ beeinflusst wurde das Ergebnis durch den besucherstarken Monat Oktober (-7,4 Prozent). Die übrigen Monate im 3. Terial wiesen hingegen Zuwächse auf, welche gerade noch für eine positive Besucherbilanz reichten. Das Wachstum im 3. Terial glich jedoch eher einem Tropfen auf den heißen Stein, denn es hätte deutlicherer Zuwächse bedurft, um das Ruder für das Gesamtjahr 2009 noch umzulegen:

- Die Besucherzahlen der Burgen und Schlösser blieben so knapp 1,1 Prozent hinter den Vorjahreswerten zurück.
- Fast 70 Prozent der Einrichtungen mussten eine negative Besucherentwicklung in Kauf nehmen.
- Hohe Veränderungsraten sind auch in dieser Kategorie gang und gäbe, was wiederum auf die Durchführung beziehungsweise auf den Wegfall von Veranstaltungen zurückzuführen ist.
- Auffällig ist, dass sich die Marktsituation der Burgen insgesamt deutlich schlechter darstellt als die der Schlösser.

Bereits 2008 konnten die Burgen und Schlösser keine schwarzen Zahlen schreiben. Mit den erneuten – wenn auch nur leichten – Rückgängen 2009 bewegen sich die Besucherzahlen nun auch bei dieser Kategorie auf dem niedrigsten Niveau seit 2004.

Erlebnisbäder/Thermen: In noch tiefere Gefilde abgetaucht!

Für die Erlebnisbäder und Thermen brachte auch das 3. Terial nicht die entscheidende Trendwende, denn die Besucherzahlen bewegten sich nur ganz leicht (+0,6 Prozent) über dem Vorjahresniveau. Zwar konnten im September (+12,6 Prozent) und Oktober (+5,9 Prozent) durchaus erfreuliche Zuwächse erzielt werden, diese mussten jedoch durch die Rückgänge im November (-11,5 Prozent) und Dezember (-3,8 Prozent) fast vollständig wieder abgegeben werden.

Die Gesamtbilanz für das Jahr 2009 fiel deshalb ein weiteres Mal überwiegend negativ aus:

- 2009 registrieren alle Erlebnisbäder und Thermen zusammen 3,4 Prozent weniger Besucher als im Vorjahr. Absolut gesehen verzeichnen die Bäder und Thermen damit sogar den zweitgrößten Besucherrückgang² unter allen Wetterstationskategorien, denn gegenüber 2008 wurden rund 150.000 weniger Besucher gezählt.
- Die Mehrheit (70 Prozent) aller Einrichtungen hatte 2009 mit Rückgängen zu kämpfen. Nicht selten bewegen sich die Verluste dabei sogar im empfindlichen zweistelligen Bereich.

Langfristig betrachtet lagen die Besucherzahlen in den letzten Jahren durchschnittlich rund 3 Prozentpunkte unter dem Basisjahr 2004, wodurch keine wesentliche Veränderung der Marktposition zu beobachten war. 2009 rutschen die Besucherzahlen stärker ab. Sie erreichen damit ihren bisher niedrigsten Stand. Vor dem Hintergrund der angespannten Wirtschaftslage wird dieser Wetterstationstyp auch 2010 sicherlich noch nicht mit einer maßgeblichen Verbesserung der Situation rechnen können.

Landschaftsattraktionen: Kein Land in Sicht!

Der Jahresausklang verlief bei den Landschaftsattraktionen sehr enttäuschend. Insgesamt beliefen sich die Rückgänge im 3. Terial auf 7,5 Prozent. Auch wenn das letzte Terial für diesen Wetterstationstyp eine eher untergeordnete Rolle spielt, so wurde das Gesamtjahresergebnis doch noch weiter nach unten gezogen:

- Lediglich in den Monaten April, Juli und November wurden mehr Gäste als im Vorjahr begrüßt – wirklich nennenswert war die Steigerungsrate jedoch nur im April. Die übrigen Monate des Jahres verliefen allesamt negativ. Es ist somit wenig überraschend, dass die Besucherzahlen 2009 insgesamt nur 95,3 Prozent des Vorjahresniveaus erreichen.
- Besonders schlecht verlief dabei der August. Hier büßten die erfassten Anbieter die meisten Besucher ein.
- Die Hälfte der erfassten Landschaftsattraktionen registrierte zum Teil starke Rückgänge. Die nur leichten Zuwächse der Gewinner reichten dann bei weitem nicht aus, um einen Ausgleich der Bilanz erreichen zu können.

Bereits das zweite Jahr in Folge weist dieser Wetterstationstyp eine negative Besucherbilanz auf. Aufgrund des lang anhaltenden Winters werden diese Einrichtungen zudem einen schwierigen Start in das Jahr 2010 zu meistern haben.

² Nur die Museen und Ausstellungen haben 2009 absolut gesehen noch mehr Besucher verloren.

Tourist-Cards: Langsam wird die Luft dünner!

Nach einem guten Start in das Jahr kam für die Tourist-Cards schon ab Frühsommer die Trendwende. Nachdem nun auch im 3. Terial ein Rückgang der Verkaufszahlen um 6,8 Prozent gemeldet wurde, ist festzuhalten, dass die letzten acht Monate des Jahres durchweg negativ verlaufen sind. Während die Einbuße im September nur 0,5 Prozent betrug, wurden in den Monaten Oktober bis Dezember sogar Verluste im zweistelligen Prozentbereich eingefahren.

Unter dem Strich wurden im Gesamtjahr 2009 genau 5 Prozent weniger Karten als 2008 verkauft und zwei von drei Anbietern verzeichneten sogar Nachfragerückgänge im zweistelligen Bereich.

Langfristig betrachtet wurde für die Tourist-Cards das schlechteste Ergebnis seit 2004 registriert; steigende Verkaufszahlen gehören schon seit geraumer Zeit der Vergangenheit an.

Besucherführungen (Industrie und sonstige Anlagen): Jetzt wird es eng!

Auf ein schwieriges Jahr blickt auch die Kategorie der Besucherführungen in Industrieanlagen u.ä. zurück. Schon nach dem zweiten Terial war abzusehen, dass der bis dahin erlittene Rückstand schwer auszugleichen sein würde. Mit einer Verringerung der Besucherzahlen um 6,3 Prozent führte das 3. Terial zu einer weiteren Verschlechterung der Situation. Insbesondere der November zeichnet, mit einem Minus von 36,3 Prozent, wesentlich für das negative Terialergebnis verantwortlich. Für das Gesamtjahr gilt:

- Nachdem sich der Besucherrückgang im Vorjahr durchaus in Grenzen hielt, fällt das Minus 2009 mit 6,2 Prozent erheblich schmerzvoller aus.
- Entgegen dem allgemeinen Trend konnten die Besucherführungen im April kein Polster für die darauf folgenden Monate aufbauen, denn die Besucherzahlen bewegten sich auch in diesem Zeitabschnitt sogar knapp unter dem Vorjahresniveau.
- Nennenswerte Zuwächse konnte dieser Wetterstationstyp nur im Juni (27,8 Prozent) erzielen. Ein insgesamt negatives Jahresergebnis konnte aber damit nicht ansatzweise abgewendet werden.

Mit den deutlichen Rückgängen 2009 belegen die Besucherführungen im Langfristvergleich mit allen anderen Angebotskategorien leider den letzten Platz.

Museen und Ausstellungen: Die Lage spitzt sich zu!

Auch im letzten Terial ist keine Verbesserung der Absatzsituation eingetreten. Im Zeitraum September bis Dezember verloren sie nochmals 4,7 Prozent ihrer Besucher des Vorjahres, wozu jeder Monat seinen Beitrag leistete. Besonders im November (-11,1 Prozent) fielen die Rückgänge empfindlich aus. Insgesamt ergibt sich für 2009 folgende traurige Bilanz:

- Die Museen und Ausstellungen verzeichneten am Ende des Jahres ein Besucherminus in Höhe von 7,7 Prozent. Sie belegen damit den vorletzten Platz im Gesamtranking.
- Absolut gesehen verloren die beteiligten Einrichtungen gegenüber 2008 rund 330.000 ihrer Besucher.

- Die Mehrheit von 60 Prozent konnte das Vorjahresniveau nicht wieder erreichen. Besonders die Rückgänge einiger besucherstarker Einrichtungen, die nicht selten im zweistelligen Bereich lagen, belasteten das Gesamtergebnis erheblich.
- Wie bereits im Vorjahr sind auch 2009 starke Schwankungen zu beobachten. Zweistellige Veränderungsraten sowohl im negativen als auch im positiven Bereich sind dabei keine Ausnahme, wofür im Wesentlichen Sonderveranstaltungen oder -ausstellungen verantwortlich sind.

Nach bereits rückläufigen Besucherzahlen im Vorjahr hat die erneute Verschlechterung der Besucherzahlen im Jahr 2009 zur Folge, dass die Museen und Ausstellungen langfristig ab 2004 betrachtet nun ihren bisherigen Tiefststand erreicht haben.

Naturinfozentren: Trauriges Schlusslicht!

Bereits am Ende des 2. Terials bestand für die Naturinfozentren wenig Hoffnung auf einen positiven Jahresabschluss. Im Zeitraum September bis Dezember verschlechterte sich die Situation sogar noch weiter, denn die Nachfrage lag erneut 7,2 Prozent unter dem Vorjahr und kein einziger Monat tanzte aus der Reihe. Entsprechend ernüchternd fällt das Fazit aus:

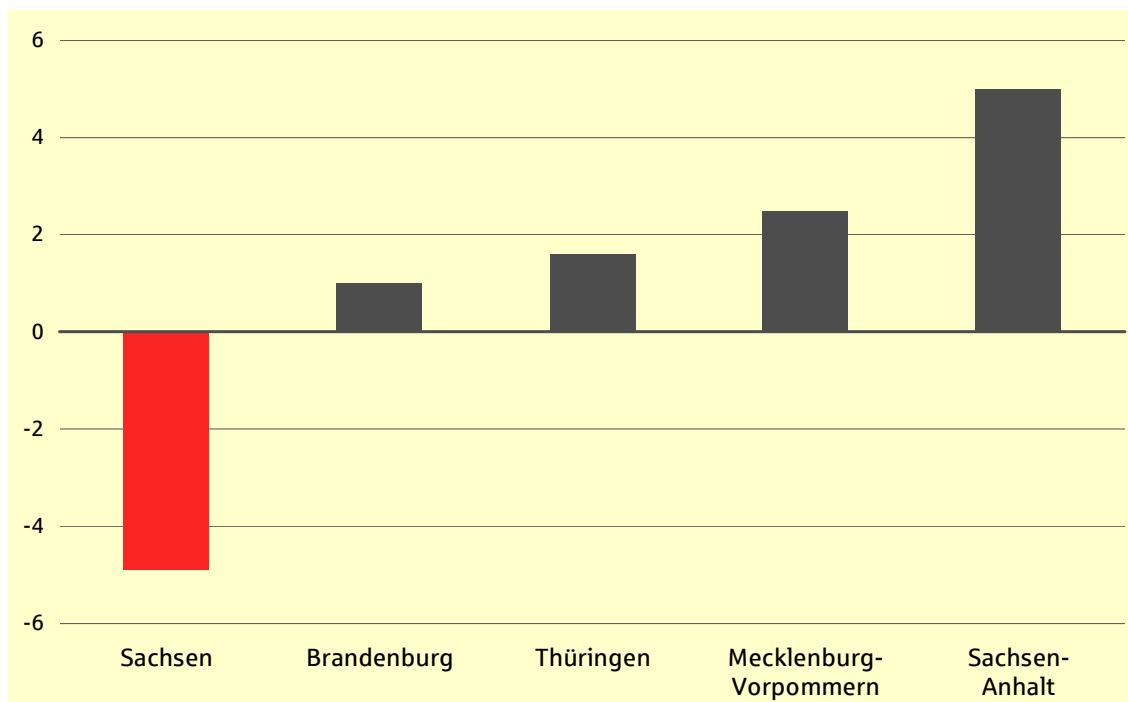
- Mit einem Gesamtjahresminus von 7,8 Prozent bilden die Naturinfozentren 2009 das Schlusslicht unter den Wetterstationstypen.
- Besonders auffällig ist, dass die Entwicklung der einzelnen Einrichtungen von starken Schwankungen gekennzeichnet ist. Zweistellige Veränderungsraten – sowohl im positiven als auch im negativen Bereich – sind vielfach zu beobachten.
- Insgesamt überwiegen aber die Verlierer: Rund 60 Prozent verpassten ihr Vorjahresniveau. Besonders die Rückgänge eines besucherstarken Infozentrums machten sich stark im Ergebnis bemerkbar.

Leider erreichen auch die Naturinfozentren damit ihr schlechtestes Ergebnis seit 2004. Es bleibt zu hoffen, dass es sich hier nur um eine kurze Flaute handelt und 2010 wieder an die Aufwärtsentwicklung der Vorjahre angeknüpft werden kann.

Die Bundesländer im Vergleich

Es zeigen sich bemerkenswerte regionale Unterschiede, denn vier der fünf ostdeutschen Bundesländer meldeten Zuwächse. Am höchsten fielen diese in Sachsen-Anhalt aus, mit einem Zuwachs in Höhe von rund 5 Prozent. Zurückzuführen ist diese Entwicklung vor allem auf das gute Abschneiden der Personen befördernden Unternehmen wie Bergbahnen, private Eisenbahnen sowie Ausflugschifffahrten/Fähren. Aber auch Mecklenburg-Vorpommern (+2,5 Prozent), Thüringen (+1,6 Prozent) und Brandenburg (+1,0 Prozent) haben das vergangene Jahr gut gemeistert. Einzig Sachsen musste einen Besucherrückgang um 4,9 Prozent verkraften. Fast alle Kategorien haben ihren Beitrag zu diesem negativen Jahresergebnis in diesem Bundesland geleistet. Nur die sächsischen Denkmäler und historischen Bauwerke sowie die Zoos und Tierparks konnten sich diesem Negativtrend entziehen.

Abb. 4: Entwicklung der Besucherzahlen nach ostdeutschen Bundesländern: Januar bis Dezember 2009 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in Prozent



Quelle: dwif 2010, Wetterstationen

Gesamtbewertung und Ausblick:

Die Wiedererreichung des Nachfrageniveaus des Vorjahres – trotz angespannter Wirtschaftslage und fortwährendem Krisengerede – ist zwar durchaus positiv zu bewerten. Bei näherem Hinsehen überwiegen aber eindeutig die Besorgnis erregenden Aspekte:

- Die Mehrheit der Wetterstationskategorien, und ganz besonders der erfassten Einrichtungen, findet sich auf der Verliererseite wieder.
- In der Langfristbetrachtung der letzten sechs Jahre ist besonders auffällig, dass zahlreiche Angebotskategorien 2009 ihren absoluten Tiefststand erreichen. Dies trifft zu auf: Erlebnisbäder/Thermen, Naturinfozentren, Besucherführungen (Industrie und sonstige Anlagen), Burgen und Schlösser, Freilichtmuseen/Besucherbergwerke, Tourist-Cards sowie Museen und Ausstellungen.
- Als Gewinner präsentieren sich in erster Linie Personen befördernde Unternehmen, wie zum Beispiel Bergbahnen, Ausflugschiffahrt/Fähren und private Eisenbahnen. Daraus wird deutlich – und dies bestätigen auch die Ergebnisse in anderen Bundesländern – dass die angespannte wirtschaftliche Lage offensichtlich nicht zu einer generellen Konsumzurückhaltung im Freizeitbereich geführt hat. Vielmehr scheinen die Gäste sehr selektiv vorzugehen und den besonders attraktiven Angeboten den Vorzug zu geben. Als Beispiel kann hier die Bundesgartenschau in Schwerin angeführt werden, die 2009 sehr viele Besucher anziehen konnte und für positive Effekte beim Gesamtergebnis gesorgt hat.
- Eine entscheidende Rolle im Jahresverlauf spielte besonders der Monat April. Die Bedeutung sei an dieser Stelle noch einmal hervorgehoben. Aufgrund der guten Witterungsbedingungen während der Osterferien konnten gerade die wetterabhängigen Angebote

stark punkten. Für einige Einrichtungstypen hätte sich die Situation vermutlich anders dargestellt, wäre das Polster im April nicht so dick ausgefallen. Nicht selten konnten dadurch Verluste in anderen Monaten ausgeglichen oder sogar überkompensiert werden. Ohne den Nachfrageschub im April wäre das Gesamtergebnis für 2009 ohne Zweifel in den Minusbereich abgerutscht. Gerade hier zeigt sich, dass gute Witterungsbedingungen und die günstige Lage von Ferienzeiten ein durchaus stärkeres Gewicht in Bezug auf die Besucherentwicklung haben können als eine schwache Konjunkturlage.

Die Analyse hat gezeigt, dass viele Branchen eine Trendwende dringend nötig hätten. Der Ausblick auf das Jahr 2010 gestaltet sich zwar äußerst schwierig, Anzeichen für eine generelle Aufwärtsentwicklung stellen aber eher die Ausnahme dar. Die Wirtschaftskrise ist noch keineswegs überwunden; nicht wenige Experten befürchten sogar, dass ihre Auswirkungen erst 2010 voll bei den Menschen ankommen werden. Der lang anhaltende Winter wird vielen Freizeiteinrichtungen zum Jahresstart sicherlich kräftig zusetzen; andere Wetterstationstypen – wie vor allem die Bergbahnen, aber auch Erlebnisbäder und andere witterungsunabhängige Angebote – werden erfahrungsgemäß sogar stark profitieren, so dass sich auch daraus keine sichere Vorhersage in Bezug auf die Gesamtentwicklung ableiten lässt. Ein leichter Nachfragezuwachs würde vor diesem Hintergrund bereits die Hoffnung nähren, dass es mittel- und langfristig wieder aufwärts gehen kann.

Ergebnisse der Online-Befragung der Wetterstationen

Die touristischen Wetterstationen (Freizeitwirtschaft) in Ostdeutschland, Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Saarland und Rheinland-Pfalz haben umfangreiche Maßnahmen ergriffen, um dem konjunkturbedingten Rückgang der Besucherzahlen entgegenzuwirken. Das zeigen die Ergebnisse einer aktuellen Befragung, die das dwif Ende Februar/Anfang März 2010 unter allen Wetterstationen durchgeführt hat. Insgesamt haben sich fast 200 Einrichtungen an der Befragung beteiligt. Wir bedanken uns bei allen Teilnehmern!



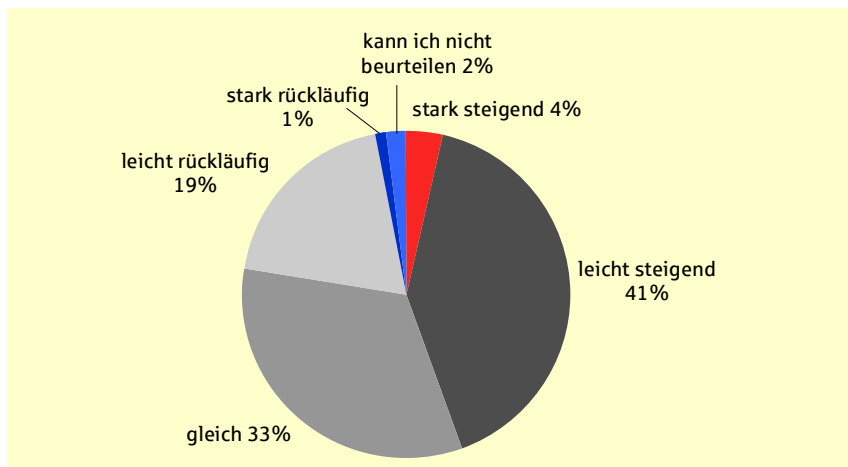
Ein Drittel der Befragten hatte 2009 Besucherrückgänge zu verzeichnen. Diese Entwicklung wird maßgebend auf ein verändertes Ausgabeverhalten (56 Prozent) und die aktuelle Konjunkturlage (54 Prozent) zurückgeführt. Interessant: Knapp die Hälfte der Befragten bringt etwaige Rückgänge zudem mit dem Wetter (46 Prozent) in Verbindung. Weniger gewichtige Faktoren waren hingegen Konkurrenzsituationen (23 Prozent), fehlende Marketingbudgets (20 Prozent) oder die Erreichbarkeit (13 Prozent) der Einrichtungen.³

Vier von fünf Einrichtungen haben Maßnahmen ergriffen, um dem Rückgang der Besucherzahlen aktiv entgegenzuwirken: Im Mittelpunkt stehen Marketingaktionen (67 Prozent), neue Angebote (53 Prozent), Veranstaltungen (46 Prozent) und Sonderaktionen (20 Prozent).³ Erfreulich: an der Preis- und Personalschraube wurde so gut wie nicht gedreht.

³ Mehrfachnennungen

Ausblick 2010:

- Jeder zweite Anbieter berichtet für Januar und Februar 2010 über sinkende Besucherzahlen gegenüber dem Vorjahreszeitraum, nur rund 9 Prozent im Januar bzw. rund 11 Prozent im Februar über Zuwächse – dies dürfte größtenteils auf den besonders schneereichen Winter zurückzuführen sein. Immerhin lagen die Besucherzahlen bei jeder vierten Einrichtung im Januar/Februar auf dem Niveau des Vorjahresmonats.
- Vergleichsweise optimistisch ist die Stimmung für das laufende Jahr 2010: Gefragt nach den Erwartungen zur Entwicklung der Besucherzahlen geht jede zweite(!) Einrichtung von Zuwächsen aus, lediglich jede fünfte prognostiziert Rückgänge.

Abb. 5: Erwartungen der Wetterstationen der Tourismusbarometer für 2010

Quelle: dwif 2010, Online-Umfrage Wetterstationen Februar/März 2010

Diese Erwartungen stellen die Freizeiteinrichtungen für 2010 vor die Herausforderung, Besucher mit ideenreichen Angeboten und Aufmerksamkeit erregenden Marketingaktionen zu einem Besuch zu mobilisieren. Viel Erfolg dabei!

Ankündigung:

- Die nächste Erfassung der Besucherzahlen für die Monate Januar, Februar, März und April erfolgt ab der 19. KW 2010.
- Die Veröffentlichung des Jahresberichts 2010 erfolgt voraussichtlich im Juni/Juli. Dieser wird Ihnen in gewohnter Form vom Ostdeutschen Sparkassenverband zugeschickt.

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
(Auftraggeber)
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.tourismusbarometer.de