

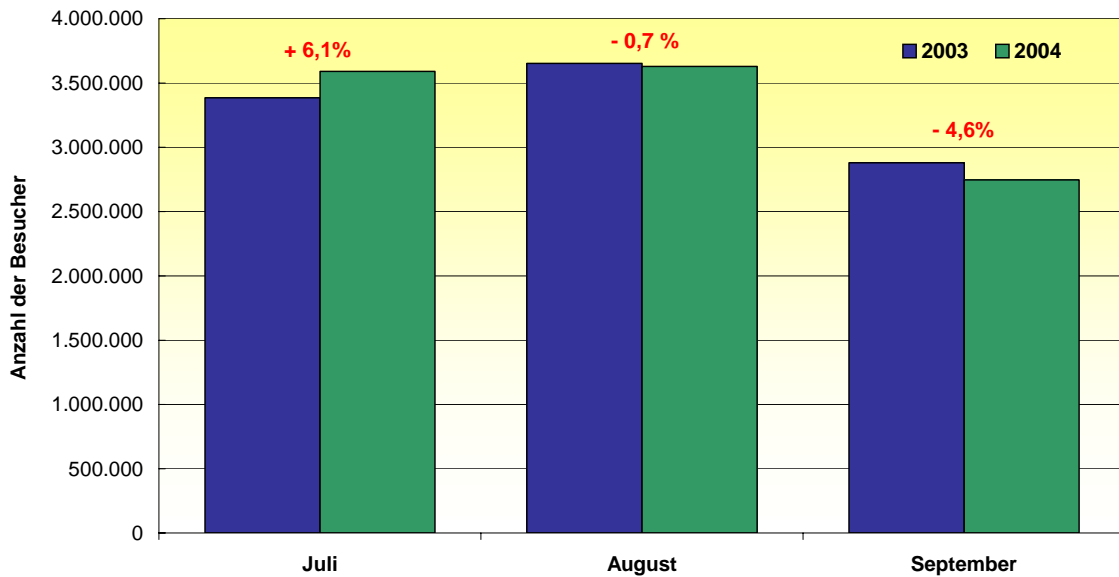
Aktueller Wetterbericht: Leichter Anstieg im dritten Quartal!

Die Wetterstationen melden in ihrer Gesamtheit für das dritte Quartal 2004, leicht **steigende Besucherzahlen** gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

▪ 1. Quartal 2001	minus 4,6%
▪ 2. Quartal 2001	minus 0,7%
▪ 3. Quartal 2001	minus 5,7%
▪ 4. Quartal 2001	minus 1,3%
▪ 1. Quartal 2002	plus 5,2%
▪ 2. Quartal 2002	minus 7,4%
▪ 3. Quartal 2002	minus 12,1%
▪ 4. Quartal 2002	minus 6,4%
▪ 1. Quartal 2003	minus 13,0%
▪ 2. Quartal 2003	plus 3,7%
▪ 3. Quartal 2003	plus 10,1%
▪ 4. Quartal 2003	plus 8,6%
▪ 1. Quartal 2004	plus 0,6%
▪ 2. Quartal 2004	minus 1,2%
▪ 3. Quartal 2004	plus 0,5%

Verantwortlich für diese Gesamtentwicklung im dritten Quartal 2004 war ausschließlich der Monat Juli (+6,1%), während im August ein leichter (-0,7%) und im September ein deutlicher Rückgang von 4,6% zu beobachten war. In der Summe verzeichneten 52% aller Einrichtungen einen Besucheranstieg. Diese leichten Zuwächse konnten jedoch nicht verhindern, dass das Gesamtergebnis für die ersten neun Monate immer noch negativ ist, auch wenn die Verluste gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum im Promillebereich liegen.

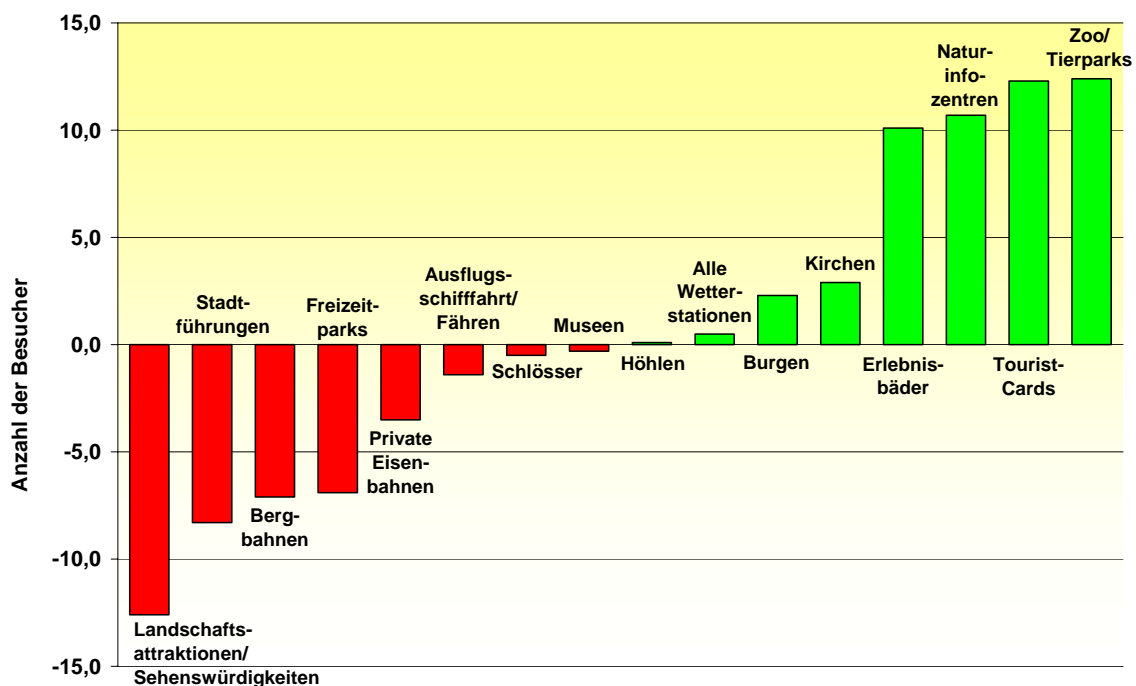
Abbildung 1: Die Besucherzahlen der Wetterstationen von Juli bis September für die Jahre 2003 und 2004



Quelle: Eigene Erhebungen, *dwif* 2004

Die Mehrheit der Angebotstypen (8 von 15) mussten im dritten Quartal Besucher-rückgänge hinnehmen.

Abbildung 2: Entwicklung der Besucherzahlen nach Angebotstypen – 3. Quartal 2004 gegenüber 3. Quartal 2003 –



Quelle: Eigene Erhebungen, *dwif* 2004

Im Einzelnen ergibt sich folgendes Bild:

Zoo / Tierparks: Das Sommerhoch!

Zwei von drei Einrichtungen konnten ihre Jahresbilanz während der Sommermonate deutlich verbessern, mit Zunahmen gegenüber dem Vorjahr von bis zu einem Drittel. Allein in diesen drei Monaten strömten über 1,2 Mio. Besucher in die Zoos und Tierparks. Mit Sicherheit hat das nicht ganz so gute Sommerwetter den Zoos eher genutzt als geschadet.

Tourist-Cards: Wenige Glanzlichter!

Noch immer gilt, dass der Verbreitungsgrad gering und die Nutzerzahlen zumeist noch eher niedrig sind. Einzelne Erfolgsgeschichten haben bei dieser Konstellation starke Wirkungen; auch im vorliegenden Fall hat eine einzige regionale Gästekarte den Aufwärtstrend entscheidend verursacht.

Naturinformationszentren: Die Marktführer bestimmen den Trend!

Der sehr erfreuliche Besucheranstieg steht auf keinem breiten Sockel:

- Nur jedes dritte Infozentrum konnte Zuwächse vermelden.
- Wird der Marktführer ausgeklammert, ergibt sich sogar ein leichter Rückgang der Besucherzahlen.

Auch die Entwicklung bei den übrigen Einrichtungen deutet darauf hin, dass die Leuchttürme der Branche immer größere Anteile der Nachfrage auf sich konzentrieren.

Erlebnisbäder: Silberstreifen am Horizont!

Die Zuwächse im dritten Quartal lassen darauf hoffen, dass sich die Branche insgesamt in einer Erholungsphase befindet:

- Fast 90 % der Anbieter verzeichnen Zuwächse; bei den wenigen Ausnahmen handelt es sich zudem eher um Freizeitbäder mit starker Ausrichtung auf die Sommermonate.
- Die Zuwächse lagen in vielen Fällen deutlich über 10 % und gingen in der Spitze über 20 % hinaus.

Im vierten Quartal wird sich entscheiden, ob tatsächlich von einer Trendwende gesprochen werden kann.

Kirchen und Burgen: Wenig spektakulär aber sehr solide!

Für beide Typen gilt, dass die Zuwächse sich zwar im Rahmen hielten (unter 5 % im Durchschnitt), dass aber die überwiegende Mehrzahl (fast zwei Drittel) der Ausflugsziele in diesem Bereich zulegen konnte. Die Gesamtkonstellation war im dritten Quartal demnach für Kirchen und Burgen durchaus günstig, wie dies übrigens während des gesamten Jahres 2004 schon der Fall war.

Höhlen: Unverändert!

Die Ausschläge in die eine oder andere Richtung fielen sehr moderat aus und hoben sich gegenseitig auf, so dass sich – wie auch schon in den beiden Quartalen davor – in diesem Segment relativ wenig bewegte. Ende September steht somit ein ganz leichtes Plus von rund 1 % zu Buche.

Museen und Schlösser: Mehr Schatten als Licht!

Für beide Arten von Ausflugszielen zeigen sich sehr große Übereinstimmungen:

- Die Entwicklung war sehr uneinheitlich, in der Tendenz aber eindeutig negativ; nur rund 40 % der Teilnehmer am Barometer verzeichneten Zuwächse.
- Da sich die Veränderungsraten im positiven und negativen Bereich kaum unterschieden, kam es insgesamt zu den dargestellten leichten Einbußen.

Damit fand der bisherige Aufwärtstrend des Jahres 2004 keine Fortsetzung, so dass die Entscheidung über das Jahresergebnis insgesamt erst im vierten Quartal fallen wird. Die Aussichten auf ein Ganzjahresplus sind dennoch weiterhin gut.

Bergbahnen, Ausflugschifffahrt und private Eisenbahnen: Die Starken schwächeln!

Zwar konnten fast 60 % der Anbieter die Besucherzahlen steigern und dies teilweise sehr beträchtlich. Da jedoch die Marktführer in allen drei Kategorien in starkem Maße Federn lassen mussten, mit Rückgängen von rund 10 %, büßte die Gesamtheit dieses Wetterstationstyps im Endeffekt Nachfrage in einer Größenordnung von rund 5 % ein. Damit verfestigte sich ein Trend, der schon in den ersten beiden Quartalen zu beobachten war und es muss damit gerechnet werden, dass er auch für das Gesamtjahr 2004 Gültigkeit behalten wird.

Freizeitparks: Keine Wetterbesserung!

Nach einem eher schlechten Nachfrageverlauf im ersten Halbjahr 2004 brachte auch der Hochsommer nicht den dringend notwendigen Umschwung. Insbesondere ein schwacher August ließ die Besucherzahl im 3. Quartal nochmals um rund 7 % schrumpfen, so dass nach dem dritten Quartal jetzt bereits ein Minus von über 10 % zu konstatieren ist, wodurch Freizeitparks im laufenden Jahr auf den letzten Platz zurück gefallen sind.

Stadtführungen: Lokal begrenzte Einbußen!

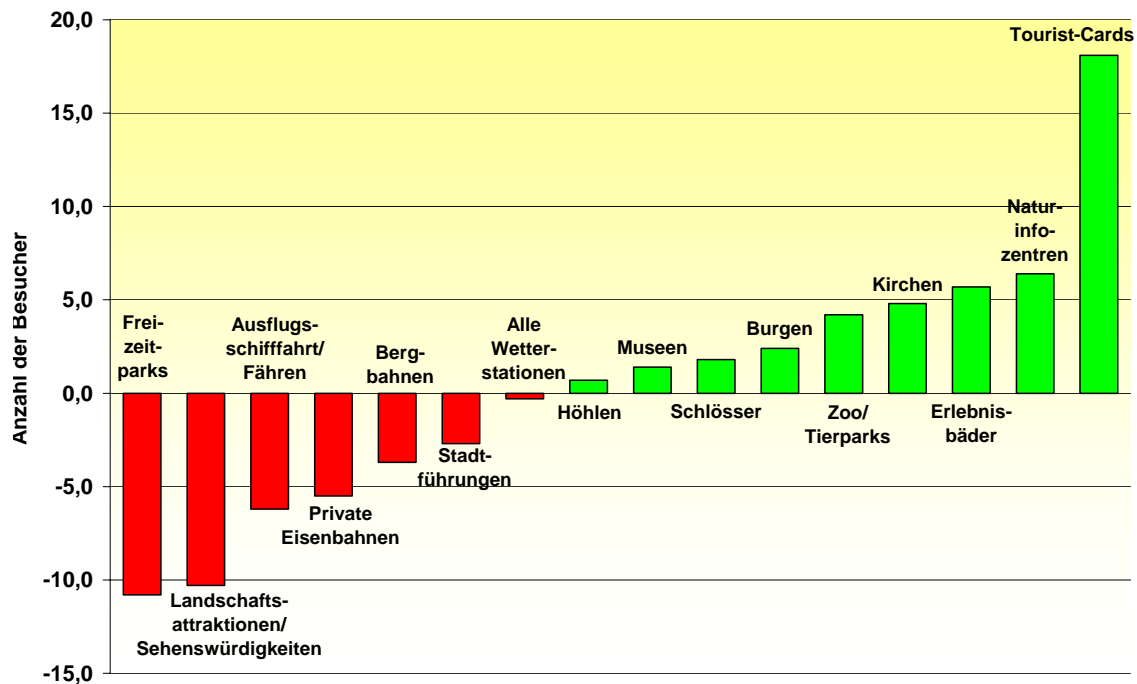
Zunächst ist festzustellen, dass die Mehrzahl der erfassten Städte (57 %) eine höhere Zahl von Führungen registrieren konnte als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Das deutliche Minus von über 8 % kommt zu Stande, weil Rostock im „Nach-IGA-Jahr“ rund 50 % weniger Führungen zu verzeichnen hatte und auch andere Städte wie z.B. Schwerin und Cottbus massive Rückgänge zu verkraften hatten. Über die drei Quartale hinweg fielen die Einbußen mit knapp 3 % so auch deutlich moderater aus als in der Sommersaison. Es ist durchaus vorstellbar, dass im Gesamtjahr 2004 noch eine schwarze Null erreicht werden kann.

Landschaftattraktionen:

Zwei von drei Attraktionspunkten mussten sinkende Besucherzahlen hinnehmen, die in der Spitze zudem sehr heftig ausgefallen sind; Rückgänge bis 20 % und in einem Fall auch darüber sorgten dafür, dass diese Ausflugsziele im dritten Quartal das Schlusslicht bildeten und auch im bisherigen Verlauf des Jahres 2004 insgesamt an vorletzter Stelle rangieren. Schon jetzt steht fest, dass sie in diesem Jahr zu den Verlierern zählen werden, denn ein Minus von über 10 % am Ende des dritten Quartals ist nicht mehr auszugleichen.

Die Entwicklung der einzelnen Branchen in den ersten neun Monaten stellt sich zusammenfassend wie folgt dar:

**Abbildung 3: Entwicklung der Besucherzahlen nach Typen
Jan. – Sept. 2004 gegenüber Jan – Sept. 2003**



Quelle: Eigene Erhebungen, **dwif** 2004

Ausblick

Schon jetzt zeichnet sich ab, dass die Entwicklung der Wetterstationen im Jahr 2004 insgesamt mit dem Begriff Stagnation zu kennzeichnen sein wird, allerdings mit dem ergänzenden Hinweis, dass zwischen den einzelnen Typen von Attraktionspunkten doch sehr deutliche Unterschiede zu beobachten sind:

- Bemerkenswert ist, dass zu den Gewinnern zum ersten Mal nach längerer Zeit wieder die Erlebnisbäder gezählt werden dürften.
- Dies überrascht insofern, als andere kostenintensive Einrichtungen wie Freizeitparks, Bergbahnen, Ausflugschiffe und auch private Eisenbahnen mit großer Sicherheit als Verlierer bezeichnet werden müssen.

Der Gesamtbereich „Sightseeing-Tourismus“, also Stadtführungen, Besichtigungen, Besuche von Schlössern, Kirchen usw., wird sich zumindest stabilisieren; wahrscheinlicher ist sogar, dass er leicht zulegen und damit seinen Stellenwert tendenziell ausbauen wird.

dwif, November 2004