

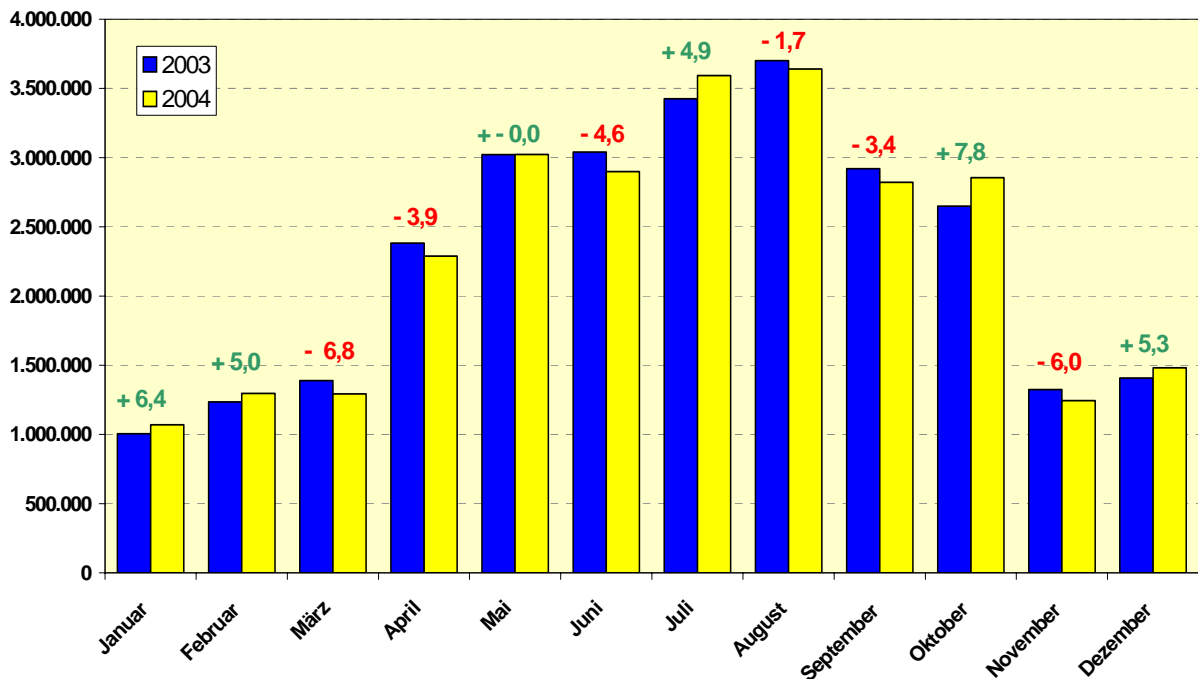
Aktueller Wetterbericht: Kaum Veränderungen im Jahr 2004!

Im Jahr 2004 hat sich bei den Wetterstationen insgesamt gesehen wenig getan. Die Wetterstationen melden in ihrer Gesamtheit für das Jahr 2004 keine Veränderungen bei den Besucherzahlen gegenüber dem Vorjahreszeitraum (**0,0% !**). Ein Blick auf die Entwicklung der Quartalswerte zeigt, dass es in den letzten fünf Barometerjahren noch nie so geringe Veränderungsdaten gegeben hat; das Plus von 3,8 % im vierten Quartal stellt noch die größte Abweichung dar. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das vierte das mit Abstand nachfrageschwächste ist, weil zu dieser Zeit sehr viele Freizeiteinrichtungen geschlossen sind. Die Veränderungen beim 2. und 3. Quartal, in der Periode also, in der die Weichen für das Jahresergebnis gestellt werden, heben sich mit plus 0,5 und minus 1,2 % nahezu auf.

1. Quartal 2000	minus	8,4 %
2. Quartal 2000	minus	2,3 %
3. Quartal 2000	minus	0,8 %
4. Quartal 2000	plus	6,4 %
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 %
4. Quartal 2004	plus	3,8 %

Auch bei der Verteilung auf die einzelnen Monate haben sich keine signifikanten Verschiebungen ergeben, die zu einer spürbaren Änderung der Saisonkurve hätten führen können.

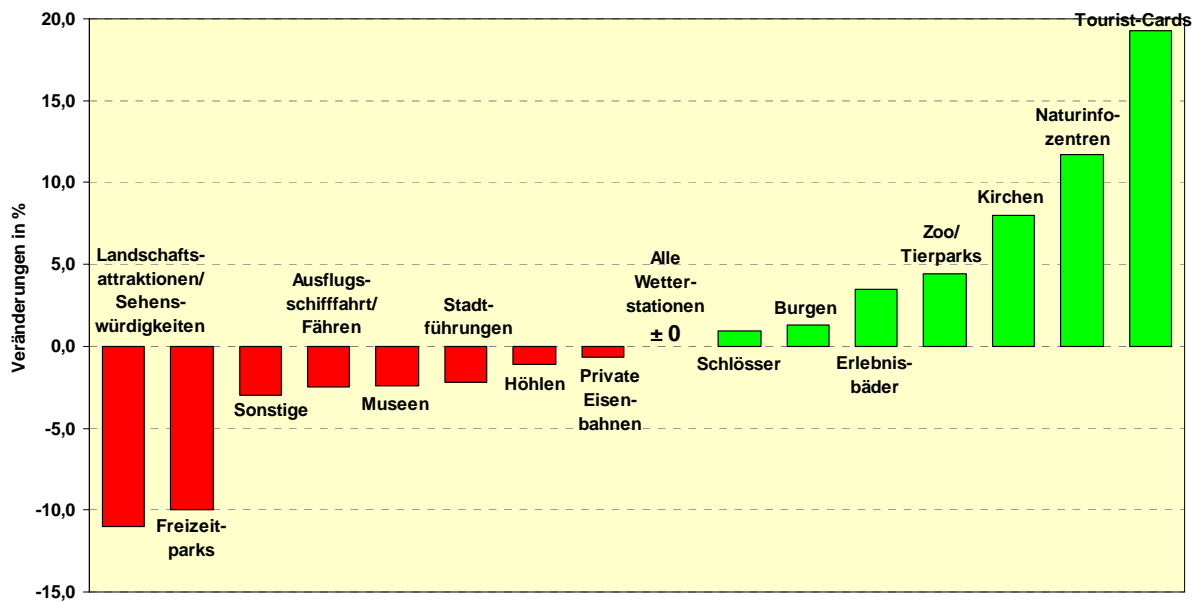
Abb. 1: Saisonale Veränderung der Nachfrage nach den Wetterstationen 2004 im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: *dwif*2005, Wetterstationen

Die Mehrheit der Angebotstypen (8 von 15) mussten 2004 Besucherrückgänge hinnehmen.

**Abbildung 2: Entwicklung der Besucherzahlen nach Angebotstypen
–2004 gegenüber 2003 –**



Quelle: Eigene Erhebungen, *dwif*2005

Im Einzelnen ergibt sich folgendes Bild:

Tourist-Cards: Aus dem Schatten ins Licht!

Auffällig ist, dass sich neu entwickelte Systeme besser entwickeln als die älteren Modelle, die sehr häufig nur sehr geringe Verbreitung gefunden haben, mit Verkaufszahlen von weniger als 1.000 Karten pro Jahr. Der Schluss liegt nahe, dass die modernen Systeme sehr viel kundenfreundlicher gestaltet und so für den Nutzer attraktiver sind. Moderne Systeme zeichnen sich in der Regel dadurch aus, dass weniger mit Rabattierungen und Bonussystemen gearbeitet wird, sondern das All-Inclusive-Prinzip weite Verbreitung findet. Zuwächse von annähernd 20 % und Verkaufszahlen, die sich klar im fünfstelligen Bereich bewegen oder noch darüber hinausgehen, beweisen die Richtigkeit dieses Ansatzes.

Naturinfozentren: Konzentrationsgrad spitzt sich zu!

Die Zuwächse von insgesamt fast 12 % sind sehr erfreulich und sprechen durchaus für die wachsende Anziehungskraft der Infozentren. Es muss jedoch klar herausgestellt werden, dass diese Nachfragesteigerungen keineswegs auf breiter Front erzielt wurden:

- Nur jede dritte Einrichtung trug zu dieser Erhöhung der Besucherzahlen bei; darunter befanden sich aber alle so genannten Marktführer, also die Zentren mit der größten Anziehungskraft.
- Die Zuwächse wurden fast ausschließlich in der Hochsaison erzielt; im Juli betrug die Steigerung über 20 % und auch im Spitzenmonat August konnte mit rund 13 % eine leicht überdurchschnittliche Steigerungsrate erzielt werden.

In der Tendenz ist also festzustellen, dass sich die Nachfrage immer stärker auf die herausragenden Angebote und die Hochsaison konzentriert.

Kirchen: Stabiles Hoch!

Deutlich wachsende Besucherzahlen bei der Mehrzahl der erfassten Einrichtungen, Stagnation oder nur geringe Einbußen beim Rest, das führte per Saldo zu einem spürbaren Anstieg um 8 % im Durchschnitt, wodurch zudem erstmals wieder der Stand von 2001 erreicht wurde. Bemerkenswert ist darüber hinaus, dass alle Saisonabschnitte gleichermaßen zu dieser positiven Entwicklung beitrugen und sich damit die sehr ausgeglichene Saisonverteilung weiter verfestigte. Zwischen April und Oktober variieren die Besucherzahlen in den einzelnen Monaten um weniger als 10 %.

Zoos/Tierparks: Positiver Trend – aber extreme Unterschiede!

Seit dem Jahr 2000 steigen die Besucherzahlen kontinuierlich an und auch 2004 konnte wieder ein Plus von 4,4 % registriert werden. Diese Beobachtung hat durchaus Gewicht, denn die bei diesem Angebotstyp erfassten Wetterstationen zählen zusammen immerhin über drei Millionen Besucher pro Jahr. Aber es ist nicht alles Gold was glänzt:

- Fast zwei von drei Zoos bzw. Tierparks meldeten rückläufige Besucherzahlen.
- Der Markt driftet weiter auseinander weil die „Großen“ weiter zulegen während die „Kleinen“ Boden verlieren. Am Beispiel des Jahres 2004 lässt sich dies exemplarisch verdeutlichen: Die drei besucherstärksten Einrichtungen erzielten Steigerungsraten zwischen 4,1 und 12,2 % und die drei schwächsten Anbieter verloren alle deutlich.
- Die insgesamt rund 130.000 Mehrbesucher im Jahr 2004 entfallen alle auf die beiden Spitzenmonate Juli und August; in den übrigen Monaten kam es zwar zu Verschiebungen, aber zu keinen mengenmäßigen Veränderungen.

Auch hier zeigt sich also, dass die Konzentration der Nachfrage auf die Marktführer und die Spitzenmonate deutlich zunimmt.

Erlebnisbäder: Ende der Durststrecke!?

Fest steht, dass nach fünf Jahren zum ersten Mal ein positives Vorzeichen vor der Veränderungsrate steht. Darin jedoch bereits ein eindeutiges Signal für eine Trendwende zu sehen, erscheint noch zu kühn:

- Mit einem Plus von 3,5 % ist der Aufschwung vergleichsweise schwach, gemessen an der Tatsache, dass die erfassten Bäder zwischen den Jahren 1999 und 2003 fast 30 % ihrer Nachfrage eingebüßt hatten. Konkret kann gesagt werden, dass lediglich die Verluste des Vorjahres jetzt wieder gut gemacht werden konnten.
- Fast jeder dritte Anbieter schnitt 2004 schlechter ab als im Vorjahr und Einbußen von über 10 % stellen dabei keineswegs die Ausnahme dar.

Die Wettbewerbssituation ist demnach weiter als angespannt zu bewerten und die Entwicklung muss genau beobachtet werden. Im Rahmen einer Detailanalyse im Jahresbericht wird versucht, die bestimmenden Faktoren deutlicher herauszuarbeiten.

Burgen und Schlösser: Wenig Bewegung und geringe Unterschiede!

Die Ähnlichkeit dieser beiden Einrichtungsarten lässt sich auch bei den Entwicklungstendenzen beobachten, so dass eine gemeinsame Kommentierung absolut vertretbar ist. Für beide Typen gilt demnach:

- Hinter dem Gesamtzuwachs um rund 1 % stehen je zur Hälfte Einrichtungen mit gestiegenen und gesunkenen Besucherzahlen (Pattsituation).
- Zu den Gewinnern und Verlierern zählen sowohl besucherstarke wie auch – schwache Einrichtungen (keine Polarisierung des Marktes).
- Auf die Monate Juni bis September (Hochsaison) entfällt genau die Hälfte der Besucherzahlen; im Jahresvergleich für diesen wichtigsten Jahresabschnitt ergibt sich über alle Einrichtungen gerade mal ein Minus von 2.000 Besuchern bzw. 0,1 % (kaum saisonale Verschiebungen).

Der Markt insgesamt blieb also sehr stabil; Veränderungen gab es aber zwischen den einzelnen Einrichtungen, so dass sich bei der individuellen Situation durch-

aus nennenswerte Verbesserungen oder Verschlechterungen beobachten ließen.

Private Eisenbahnen: Uneinheitlich!

Private, touristisch relevante Eisenbahnen zählen dort wo es sie gibt zu den stärksten Attraktionspunkten und der Langzeittrend weist sie eindeutig als Gewinner aus. Daran ändert sich auch nichts durch die aktuellen leichten Einbußen bei den Benutzerzahlen um 0,7 %. Die sehr guten Ergebnisse von rund der Hälfte der erfassten Eisenbahnen machen Hoffnung, dass der positive Trend weiter anhalten wird.

Höhlen: Ein weiterer Schritt zurück!

Die Veränderungen sind zwar wenig dramatisch:

- Die Gesamtbesucherzahl verringerte sich nur um 1,1 %.
- Jede zweite Schauhöhle konnte sogar mehr Eintrittskarten verkaufen als im Vorjahr.
- Während der Hochsaison (Juni mit September) blieb die Nachfrage völlig konstant.

Besorgnis erregend ist eher der Trend insgesamt, denn 2004 war bereits das fünfte Jahr in Folge mit rückläufigen Besucherzahlen.

Stadtführungen:

Rostock verzeichnete im Jahr nach der IGA allein rund 30.000 Teilnehmer weniger als im Vorjahr; das ist deutlich mehr als die Gesamteinbußen von rund 15.000 Teilnehmern an Stadtführungen in allen erfassten Städten zusammen. Ohne diesen Sondereffekt hätte der positive Trend, den Stadtführungen seit nunmehr fünf Jahren vorweisen können, eine Fortsetzung gefunden. Dennoch muss auch auf einige weniger gute Entwicklungen hingewiesen werden:

- Nicht nur Rostock verlor an Anziehungskraft, sondern insgesamt 8 von 14 erfassten ostdeutschen Städten. Nur vier hochrangige städtische Destinationen konnten die Zahl der Führungen wirklich nachhaltig steigern.
- In den Hochsommermonaten Juli und August waren die Rückgänge mit rund 14 % besonders stark.

Der Städtetourismus konnte seine gute Position unter der Gesamtheit der Wetterstationen zweifellos halten und hat auch für die Zukunft sehr gute Chancen, sich auf der Seite der Gewinner zu halten.

Museen: Wechselhaft und eher trübe!

Das Gesamtergebnis von minus 2,4 % zeichnet die Situation und Entwicklung eher ein bisschen zu schön:

- Von insgesamt 55 erfassten Museen verzeichneten 30 (55 %) geringere Besucherzahlen als im Vorjahr.
- Nur der teilweise deutlich gestiegene Zustrom in die besucherstärksten Museen, mit Steigerungsraten von mehr als 10 % und in einem Fall sogar über 20 %, verhinderte einen noch heftigeren Absturz.

Es gibt zudem zu denken, dass sich das Nachfragevolumen damit wieder sehr nahe an das Niveau von 2002 annähert, in dem wichtige Einrichtungen hochwasserbedingt für mehrere Monate schließen mussten. Die Tatsache, dass die Besucherzahl in den Sommermonaten mit einem Minus von 3,5 % überdurchschnittlich zurückging, weist auf eine sich verringere Nutzungsintensität auf Seiten der Urlauber hin.

Da andererseits eine ganze Reihe von Museen – und darunter befinden sich auch sehr renommierte – Steigerungsraten bis 20 % und darüber vorweisen können, ist anzunehmen, dass ein ausgeprägter Verteilungskampf im Gange ist um einen Markt, dessen Gesamtvolumen seit 1999 um knapp 10 % geschrumpft ist.

Ausflugsschiffahrt/Fähren: Aus dem Wellental noch immer nicht heraus!

Am Jahresende stehen ein Minus von 2,8 % und die Feststellung, dass sieben von 10 Unternehmen sinkende Passagierzahlen melden mussten. Bezeichnend ist, dass diese Einbußen in den Sommermonaten Juni mit September mit fast 5 % besonders gravierend waren. Die Erholungstendenz vom Vorjahr fand demnach keine Fortsetzung und es bleibt zu konstatieren, dass die Freizeitschiffahrt nun schon das dritte Krisenjahr in Folge verkraften musste und das Nachfrageniveau des Jahres 2000 noch immer erst zu etwa 85 % wieder erreicht ist. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht stellt dies eine massive Belastung der Ertrags- und Liquiditätssituation dar.

Die sehr ungünstige Entwicklung der Marktposition gerade im Jahr 2004, das durch keine gravierenden Einschränkungen des Schifffahrtsverkehrs belastet ist, zeigt sich auch an folgenden Vergleichen:

- Noch nie in den letzten fünf Jahren wurden in den Monaten Mai mit Juli¹ niedrigere Passagierzahlen registriert als in 2004. Die Differenz zum bisherigen Höchstwert für diesen Zeitabschnitt, der im Jahr 2000 erreicht wurde, beträgt rund 14 %.
- Auch im Monat August muss – wenn das Jahr 2002 hier außer Acht gelassen wird – ein Negativrekord vermeldet werden. Zum einzigen Mal wurden 2004 in diesem nachfragestärksten Monat weniger als 300.000 Passagiere bei den erfassten Anbietern gezählt; 15 % weniger als im bisher besten Jahr (2000) und auch noch 10 % weniger als im Vorjahr.

Freizeitparks: Warten auf die Trendwende!

Alle erfassten Parks trugen dazu bei, dass die Besucherzahl um weitere 10 % zurückging und jetzt nur noch bei 60 % des ehemaligen Volumens des Jahres 1999 liegt. Es ist zu vermuten, dass hier auch eine Konkurrenzbeziehung zu anderen Arten von Freizeiteinrichtungen besteht. Sehr genau wird aber auch zu beobachten sein, wie neu auf den Markt gekommenen Einrichtungen, wie z.B. „Belantis“ die Wettbewerbssituation verändern werden.

Landschaftsattraktionen: Einbruch an der Spitze!

Es kann fast als Ausnahme gelten, dass gerade die Starken Schwächen zeigen. Bei den Landschaftsattraktionen war genau dies 2004 der Fall, denn die drei besucherstärksten Einrichtungen waren fast allein verantwortlich für den Nachfragerückgang um rund 11 %. Natürlich kommt hinzu, dass nur jede dritte Attraktion auf zunehmendes Interesse stieß und es sich bei den Gewinnern mit einer Ausnahme um eher kleine Anlagen handelte. Auffällig ist hier jedoch, dass Besucherbergwerke überwiegend zu dieser Gruppe zu zählen sind.

Bemerkenswert ist, dass die Sommermonate mit einem Minus von 12,6 % erneut überproportional zum Nachfragerückgang beigetragen haben. Ein Zusammenhang mit dem Freizeitverhalten der Urlauber ist da sehr nahe liegend. Vor

¹ Dieser Zeitraum wurde gewählt, weil sich das Hochwasser 2002 auf diese Monate nicht ausgewirkt hat.

dem Hintergrund dieser Entwicklung ist es sicher folgerichtig, dass der Marktführer ganz aktuell sein Vermarktungskonzept kundenfreundlicher gestalten will, um so verlorene Märkte zurückzuerobern.

Ausblick

Die grundlegende Erkenntnis ist, dass die Gesamtbesucherzahl gegenüber dem Vorjahr praktisch konstant geblieben ist. Es muss aber ganz klar gesagt werden, dass **Stillstand** in der gegebenen Situation eindeutig **Rückschritt** bedeutet, denn die Erwartungen an das Jahr 2004 waren zu Recht erheblich anspruchsvoller. Die Vorgabe war ganz klar, dem dringend erforderlichen Erholungsprozess nach dem Hochwasserjahr 2002, der im Folgejahr 2003 weitaus schwächer ausgefallen war als erhofft, neuen Schwung zu geben und die Nachfrage wieder näher an das Niveau des Jahres 2000 heranzuführen. Dieses Vorhaben ist gründlich misslungen, obwohl „höhere Mächte“ dem nicht entgegenstanden.

dwif, März 2005