

Vergleich betriebswirtschaftlicher Kennziffern: Zögerliches Investitionsverhalten der Betriebe

Investitions- und Abschreibungsquote stellen zwei wichtige Kennzahlen zur Bewertung der betrieblichen Infrastruktur dar. Der dauernde Werteverzehr des betrieblichen Vermögens muss kontinuierlich durch Investitionen ausgeglichen werden, um die Infrastruktur auf einem wettbewerbsfähigen Niveau zu halten.

Ist die Investitionsquote geringer als die Abschreibungsquote, wächst der Investitionsbedarf. Hält dieser Zustand über mehrere Jahre an, bildet sich ein Investitionsstau, der nur durch hohen Kapitaleinsatz wieder beseitigt werden kann. Die Innenfinanzierungskraft der Betriebe reicht dazu allerdings häufig nicht aus, und Fremdfinanzierungen sind durch die geringen Eigenkapitalquoten in der Regel schwer erhältlich. Daher sollten die Betriebe darauf achten, Investitions- und Abschreibungsquote in Einklang zu bringen.

Die Betrachtung für die ostdeutschen Bundesländer zeigt, dass in beiden Branchenteilen die Investitionsquote unter der Abschreibungsquote lag, im Mittel allerdings leicht über dem Bundesdurchschnitt. Im Beherbergungsgewerbe stieg die Investitionsquote im Vergleich zum Vorjahr nur in Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen, während sie in Sachsen und Sachsen-Anhalt rückläufig war und in Brandenburg konstant blieb. In der Gastronomie blieb die Quote mit Ausnahme der Rückgänge in Sachsen-Anhalt und Thüringen nahezu unverändert auf niedrigem Niveau.

Die Abschreibungen veränderten sich insgesamt weniger stark, einzig Sachsen-Anhalt verzeichnete analog zur Investitionsquote deutliche Rückgänge. In der Gastronomie stieg der Werteverzehr in Brandenburg deutlich an, während er in Sachsen wie auch in Deutschland insgesamt konstant blieb und sich in den anderen Ländern verringerte.

Stimmungsumfrage bei ostdeutschen Touristiker

Dreimal jährlich findet die Online-Stimmungsumfrage der örtlichen und regionalen Touristiker in Ostdeutschland statt. Die Beteiligung an der Umfrage im Juni 2015 lag bei 38 Prozent (111 von 292 Befragten).

Jahresauftakt 2015: Durchwachsen

Wenngleich sich mit 56 Prozent die Mehrheit der ostdeutschen Touristiker durchaus zufrieden mit der Tourismusedwicklung in den ersten vier Monaten 2015 zeigte, so gab es auch kritische Stimmen. Etwas mehr als ein Drittel stufte die Entwicklung in diesem Zeitraum als negativ ein. Neben den teils schwierigen Witterungsbedingungen, den Bahnstreiks und damit der schlechteren Erreichbarkeit der Zielorte mit öffentlichen Verkehrsmitteln, lag dies auch an individuellen Problemlagen, wie zum Beispiel an fehlenden Bettenkapazitäten. Stellenweise spielte zudem die Konkurrenz zu Destinationen im benachbarten Ausland eine Rolle.

Budgets der Tourismusorganisationen

Der Schwerpunkt der Stimmungsumfrage liegt seit diesem Jahr auf den Strukturen und den aktuellen Herausforderungen der Tourismusorganisationen selbst. Bei der aktuellen Befragung standen die Aspekte Mittelherkunft und -verwendung der Organisationen im

Um der Gefahr eines flächendeckenden Investitionsstaus zu begegnen, sollten Betriebe und Kreditinstitute ihre Kommunikation intensivieren und maßgeschneiderte Finanzierungslösungen für die Branche entwickeln.

Vorjahresvergleich der Investitionsquote im Gastgewerbe

	2012		2013	
	Beherbergung	Gastronomie	Beherbergung	Gastronomie
Brandenburg	2,2	1,3	2,1	1,4
Mecklenburg-Vorpommern	1,7	1,4	2,0	1,2
Sachsen	2,4	1,7	2,0	1,5
Sachsen-Anhalt	2,7	1,9	1,5	1,6
Thüringen	2,2	2,1	2,5	1,5
Deutschland	2,3	1,2	1,9	1,2

Quelle: dwif 2015, Sonderauswertung EBIL-Daten

Vorjahresvergleich der Abschreibungsquote im Gastgewerbe

	2012		2013	
	Beherbergung	Gastronomie	Beherbergung	Gastronomie
Brandenburg	7,1	3,2	7,0	4,1
Mecklenburg-Vorpommern	9,2	4,9	9,2	4,5
Sachsen	5,9	3,2	6,3	3,2
Sachsen-Anhalt	7,1	3,8	5,7	3,1
Thüringen	8,0	3,9	8,0	3,1
Deutschland	6,0	3,2	5,7	3,1

Quelle: dwif 2015, Sonderauswertung EBIL-Daten

Blickpunkt. Je nach Organisationsform und Aufgabenspektrum war die Spanne des Gesamtbudgets sehr breit. Der Median (50 Prozent der Organisationen steht ein geringeres und 50 Prozent ein höheres Gesamtbudget zur Verfügung) belief sich 2014 auf 300.000 Euro. Etwas weniger als ein Drittel der Tourismusorganisation verfügte über einmalige Sondermittel für Projekte, Events o.ä. Vereinzelt machten diese sogar über die Hälfte des Gesamtbudgets aus. Die größte Rolle bei der Mittelherkunft spielten Eigenmittel (zum Beispiel aus Vertrieb und Vermittlung). Hier ist aufgrund des rechtlichen Rahmens immer auch die Frage nach der Beihilfe und Vergabe-rechtskonformität zu stellen. Laufende öffentliche Zuschüsse stellten eine ebenso wichtige Quelle dar.

Die vollständigen Ergebnisse zu dieser Umfrage werden im Spätsommer im Zuge einer gesonderten Auswertung veröffentlicht.

Freizeitwirtschaft Ostdeutschland: die touristischen Wetterstationen

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

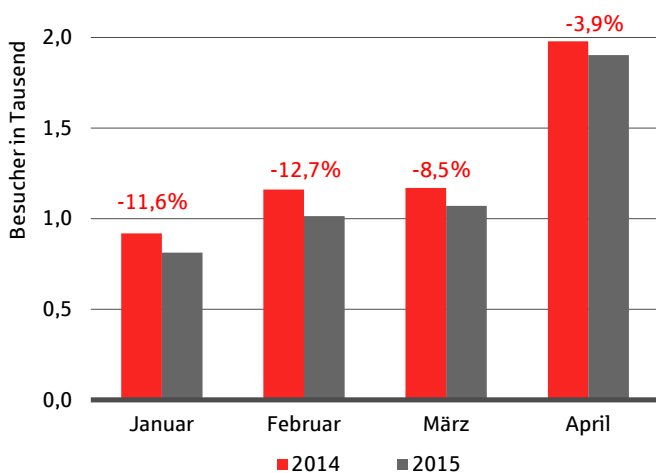
Aktueller Wetterbericht Januar bis April 2015: -8,2 Prozent

Messlatte lag zu hoch!

Nachdem die Freizeitwirtschaft zum Saisonauftakt 2014 den Rekordstart der letzten Jahr hinlegte, kühlte die Nachfrage im 1. Terial 2015 merklich ab – eine Entwicklung, die sich aber auch in anderen erfassten Bundesländern/Regionen zeigte. 8,2 Prozent weniger Besucher als 2014 lautete das Ergebnis bis Ende April. Allerdings gestaltete sich die Vorgabe für 2015 anspruchsvoll: Sonderausstellungen und eine außerordentlich günstige Witterung sorgten im Vorjahreszeitraum für eine sehr hohe Dynamik. Im ersten Jahresdrittel 2015 waren hingegen weniger Sondereffekte zu beobachten und auch das Wetter zeigte sich in den ersten Monaten nicht von seiner besten Seite.

Auf den ersten Blick scheinen die Rückgänge im 1. Terial 2015 außerordentlich hoch zu sein. Erste vorläufige Auswertungen deuten jedoch auf gute Zuwächse in den Monaten Mai und Juni hin. Nach aktuellem Stand reicht es zwar noch nicht ganz, um das bisherige Defizit voll ausgleichen zu können. Immerhin bewegten sich die Besucherzahlen aufgrund dieser Zuwächse bis Ende Juni aber nur noch knapp unter dem Vorjahresniveau. Damit würde sich auch der Trend aus der Entwicklung der Übernachtungen in Ostdeutschland widerspiegeln. Auch hier kam der Aufschwung erst mit den Ergebnissen für den Monat Mai.

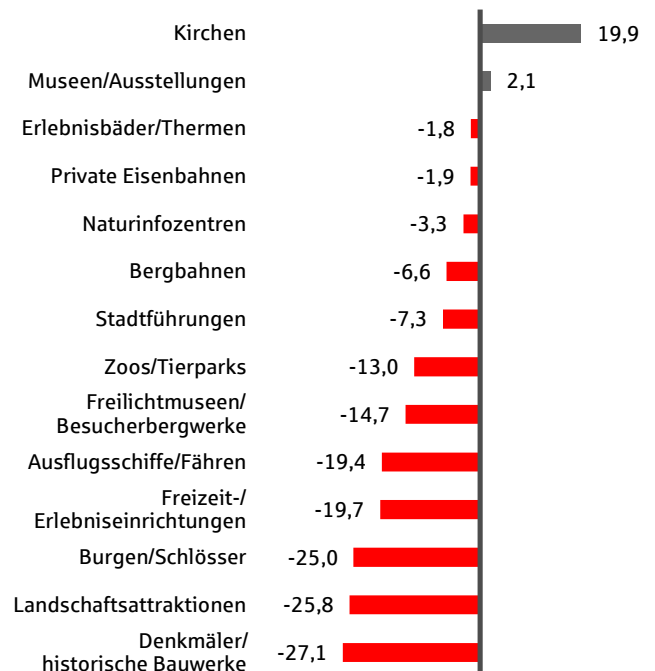
Besucherentwicklung nach Monaten 2014 und 2015



Quelle: dwif 2015, Daten Touristische Wetterstationen

Die Besucherbilanz in den einzelnen Monaten fiel durchweg negativ aus. Die größten Verluste fuhr die Freizeitwirtschaft im Januar (-11,6 Prozent) und Februar (-12,7 Prozent) ein, was jedoch auf herausragende Sonderausstellungen im Vorjahr (überwiegend im Bereich der Burgen/Schlösser) zurückzuführen war. Auch das Ostergeschäft konnte die Besucherentwicklung weder im März noch im April ankurbeln. 2014 löste dieses im April klare Impulse aus und spielte in vielen Kategorien eine Schlüsselrolle für das Jahresergebnis.

Besucherzahlen Januar bis April 2015 im Vergleich zu 2014 (in %)



Quelle: dwif 2015, Daten Touristische Wetterstationen

Kirchen: +19,9 Prozent

Noch weiter nach oben geklettert!



Nachdem die Kirchen bereits zum Jahresstart 2014 einen starken Besucheranstieg erzielten, ging der Aufwärtstrend auch 2015 ungebremst weiter. Zu dem erneuten Besucherplus trugen fast alle Häuser bei. Zusätzlichen Schub erhielt das Ergebnis aufgrund von Angebotserweiterungen, die publikumswirksam eröffnet wurden. So fand beispielsweise die Eröffnung des Museums „Himmlisches Theater“, welches dem Kloster Neuzelle angehört, große Beachtung.

Museen/Ausstellungen: +2,1 Prozent Überdurchschnittlich!?



Auf den ersten Blick haben sich die Museen/Ausstellungen im 1. Terial 2015 besser geschlagen als der Gesamtmarkt. Allerdings ist das Ergebnis mit Vorsicht zu betrachten. Zum Jahresstart 2014 gehörten die Museen/Ausstellungen zu den wenigen Ausnahmen, die sich auf der Verliererseite einfanden. Insofern hatten sie auch die geringste Hürde zu überwinden. Nur 44 Prozent aller Häuser verzeichneten Besuchersteigerungen – darunter einige, die aufgrund von Sonderausstellungen überdurchschnittlich hohe Zuwächse erzielten und damit auch den Gesamttrend dieser Kategorie positiv beeinflussten.

Erlebnisbäder/Thermen: -1,8 Prozent Minus trotz niedriger Messlatte!



Ähnlich wie bei den Museen/Ausstellungen lag die Messlatte aus 2014 auch für die Erlebnisbäder/Thermen vergleichsweise niedrig. Dennoch reichten die Besucherzahlen im 1. Terial 2015 nicht an das Vorjahresniveau heran. Grund hierfür waren ausschließlich die Einbußen in den Monaten Januar und Februar, während sich in den Monaten März und April immerhin wieder leichte Zuwächse einstellten. Insgesamt verkauften mehr als die Hälfte der Bäder weniger Eintrittskarten als im Vorjahr.

Private Eisenbahnen: -1,9 Prozent Etwas an Dampf verloren!



Die privaten Eisenbahnen verpassten nur knapp ihr gutes Ergebnis aus dem Vorjahr. Dies lag vor allem an den Verlusten im März. Hier wurden fast ein Fünftel weniger Tickets als im Vorjahr abgesetzt. Bisher gestaltete sich das Verhältnis zwischen Gewinnern und Verlierern ausgeglichen. Noch ist aber alles möglich, denn die Hochsaison hat nach Ablauf des Aprils gerade erst begonnen.

Naturinfocentren: -3,3 Prozent Abwarten!



Bis Ende März bewegten sich die Besucherzahlen ungefähr auf Vorjahresniveau. Erst die Verluste im April (-6,8 Prozent) entschieden über das negative Vorzeichen im 1. Terial 2015. Insgesamt waren die Verlierer (58 Prozent) in der Mehrzahl. Dabei taten sich größere Häuser grundsätzlich etwas schwerer. Auch hier ist noch nichts entschieden. Viele Infocentren öffneten erst ab April ihre Pforten, so dass die kommenden Monate richtungsweisend sein werden.

Bergbahnen: -6,6 Prozent Schade!



Die Bergbahnen konnten ihr starkes Ergebnis aus dem Vorjahreszeitraum nicht bestätigen. Fast alle Unternehmen beförderten weniger Personen als zum Saisonauftakt 2014. Für die negative Bilanz zeichneten ausschließlich die zweistelligen Rückgänge im März und April verantwortlich. Die Zuwächse im Januar und Februar wirkten sich zumindest schadensmindernd auf die bisherige Gesamtbilanz aus.

Stadtführungen: -7,3 Prozent Erneutes Minus!



Die Stadtführungen unterboten das bereits schwache Ergebnis aus dem Vorjahr nochmals um empfindliche 7,3 Prozent. Dabei gestaltete sich das Verhältnis zwischen Gewinnern und Verlierern recht ausgewogen. Nicht wenige Anbieter kämpften jedoch mit Verlusten in zweistelliger Höhe, weshalb das Ergebnis schließlich deutlich in die Minuszone rutschte. Alle Monate des 1. Terials wiesen ein negatives Vorzeichen auf. Besonders verlustreich war der März (-14,6 Prozent).

Zoos/Tierparks: -13,0 Prozent Noch keine Vorentscheidung!



Das Ergebnis der Zoos/Tierparks im 1. Terial 2015 stellte keine Überraschung dar, denn der Jahresauftakt 2014 wies eine exorbitant hohe Steigerungsrate auf. Es war kaum zu erwarten, dass dieses hohe Niveau ein weiteres Mal erreicht würde. Insofern liegt der aktuelle Rückgang um „nur“ 13,0 Prozent noch im Rahmen. Dennoch fiel die Bilanz fast aller Zoos/Tierparks im Zeitraum Januar bis April negativ aus. Allerdings sind die Aussichten für die kommenden Monate nicht schlecht. Erste vorläufige Auswertungen zeigen einen sensationellen Verlauf im Mai, was eine erhebliche Reduzierung des bisherigen Rückstands zur Folge hätte. Diese Tendenzen deuten sich aktuell auch in anderen erfassten Bundesländern/Regionen an.

Freilichtmuseen/Besucherbergwerke: -14,7 Prozent Fast alle Anbieter mit Besucherrückgängen!



2014 erreichten die Freilichtmuseen/Besucherbergwerke ihr bestes Ergebnis der letzten Jahre. Leider konnten sie nicht an diese gute Entwicklung anknüpfen. Die Besuchereinbußen fielen empfindlich aus. Fast allen Anbietern kämpften mit Rückgängen. Dabei wiesen durchweg alle Monate des 1. Terials ein negatives Vorzeichen auf. Die meisten Besucher gingen im Februar (-29,5 Prozent) verloren. Es bleibt zu hoffen, dass die gerade erst begonnene Aufwärtsentwicklung nicht im Keim erstickt.

Ausflugsschiffe/Fähren: -19,4 Prozent**Unter Deck!**

Selten zeigte sich der Saisonstart für die Ausflugsschiffe/Fähren so dynamisch wie zum Jahresstart 2014. Ähnlich wie bei den Zoos/Tierparks war dieser hohe Stand 2015 – angesichts der ungünstigeren Witterungsbedingungen – kaum zu halten. Kein Unternehmen konnte sich dem Negativtrend entziehen. Den größten Anteil am Gesamtergebnis hatten die Verluste im April (-18,7 Prozent). Trotz der hohen Einbußen ging der Vorsprung aus dem Vorjahr aber nicht ganz verloren.

Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: -19,7 Prozent**Schwieriger Auftakt!**

Die Kategorie der Freizeit-/Erlebniseinrichtungen blickt auf einen schwierigen Saisonauftakt zurück. Das Ostergeschäft lief deutlich schlechter als im Vorjahr. So schlugen vor allem die Einbußen im April (-18,7 Prozent) stark zu Buche. Aber auch in den Monaten Januar bis März fielen die Vorzeichen negativ aus. Ähnlich wie in den vielen anderen Kategorien gab es einen deutlichen Überhang an Einrichtungen mit Besucherverlusten.

Burgen/Schlösser: -25,0 Prozent**Verschlaufpause!**

So dynamisch hätte es kaum weitergehen können: 2014 kletterten die Besucherzahlen der Burgen/Schlösser dank attraktiver Sonderausstellungen mehrerer Häuser in die Höhe. Der aktuell hohe Besucherrückgang um 25 Prozent ist daher hauptsächlich eine Folge von Sondereffekten. Ohne deren Berücksichtigung hätte es sogar für eine ausgeglichene Bilanz gereicht. Einige Einrichtungen registrierten zwar eine sehr starke Nachfrage, allerdings waren die Gewinner mit einem Anteil von 45 Prozent insgesamt in der Unterzahl.

Neues Online-System WEBMARK für das Besuchermonitoring

Neben der reinen Erfassung der Besucherzahlen sind mit WEBMARK jetzt anonymisierte und monatsaktuelle Wettbewerbsvergleiche für die ostdeutsche Freizeitwirtschaft möglich – eine Art Schnellcheck zur Einordnung der eigenen Einrichtung im Vergleich zur allgemeinen Marktentwicklung. Für die regelmäßige Bereitstellung der Besucherzahlen und die tatkräftige Unterstützung gerade auch bei der Umstellung auf das neue Erfassungssystem möchten wir uns an dieser Stelle sehr herzlich bei allen teilnehmenden Einrichtungen bedanken. Bei offenen Fragen rund um die Erhebung kontaktieren Sie bitte Frau Leverenz von der dwif-Consulting GmbH.

Besucherentwicklung Januar bis April 2015 nach Bundesländern

↗ Brandenburg	+1,2 Prozent
↘ Mecklenburg-Vorpommern	-7,0 Prozent
↘ Thüringen	-8,0 Prozent
↘ Sachsen-Anhalt	-10,1 Prozent
↘ Sachsen	-11,2 Prozent

Während die meisten ostdeutschen Bundesländer das 1. Tertial 2015 mit einem Besucherminus abschlossen, stach Brandenburg positiv heraus. Hier schlug sich die Freizeitwirtschaft deutlich besser und erzielte sogar ein leichtes Besucherplus. Diesen Trend spiegelten gleich mehrere Angebotskategorien wider. Am besten entwickelten sich die brandenburgischen Naturinfozentren mit einer Zuwachsrate in zweistelliger Höhe.

Landschaftsattraktionen: -25,8 Prozent**April, April!**

Für den Rückgang in der Kategorie der Landschaftsattraktionen zeichneten nahezu ausschließlich die hohen Verluste im April verantwortlich. Die Vormonate haben traditionell nur eine untergeordnete Bedeutung bei der Besucherbilanz im 1. Tertial. Im Detail zeigte sich die Situation differenziert. Einige Parks, Gärten etc. behaupteten sich vergleichsweise gut. Andere wiederum kämpften mit extrem hohen Verlusten. Dies gab schließlich den Ausschlag für das negative Tertialergebnis.

Denkmäler / historische Bauwerke: -27,1 Prozent**Eindeutig!**

Positive Ausnahmen gab es keine. Das eindeutigste Negativergebnis zeigte sich Ende April in der Kategorie der Denkmäler / historischen Bauwerke. Durchweg alle erfassten Einrichtungen verzeichneten Rückgänge in zweistelliger Höhe. Gleiches galt für die einzelnen Monate.

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland – Ihre Ansprechpartner:

Wetterstationen:

dwif-Consulting GmbH

Wiebke Leverenz

030/757 949-0

www.dwif.de

wetterstationen@dwif.de

w.leverenz@dwif.de

Bereichsleitung Tourismusbarometer:

dwif-Consulting GmbH

Karsten Heinsohn

030/757 949-30

www.dwif.de

k.heinsohn@dwif.de

Auftraggeber:

Ostdeutscher Sparkassenverband

Thomas Wolber

030/20 69-18 17

www.tourismusbarometer.de

tourismusbarometer@osv-online.de