

Freizeitwirtschaft und Übernachtungstourismus in Ostdeutschland im Aufwind

Sattes Plus für ostdeutsche Bundesländer

Erfreuliche Nachrichten für den Tourismus in Ostdeutschland: Im Zeitraum Januar-August 2014 verbuchten die fünf Bundesländer zusammen rund 1,4 Mio. Übernachtungen mehr als im Vorjahreszeitraum. Der Zuwachs von +2,6 Prozent lag knapp über dem Bundeswert. Am stärksten entwickelte sich Sachsen-Anhalt. Und auch die anderen vier Bundesländer erreichten ein Plus zwischen 2,0 (Mecklenburg-Vorpommern) und 3,3 Prozent (Thüringen). Da im Vorjahr viele Regionen Ostdeutschlands mit dem Juni-Hochwasser und den negativen Effekten für den Tourismus in den Folgemonaten kämpften, ist auch ein Vergleich zum Zeitraum Januar-August 2012 sinnvoll: Besonders Brandenburg (+3,4 Prozent) und Sachsen (+2,9 Prozent) entwickelten sich bei dieser Gegenüberstellung positiv.

Ausländerübernachtungen steigen stärker

Auch Ostdeutschlands Incomingmarkt blieb über dem Bundestrend und entwickelte sich gleichzeitig über dem Niveau des Inlandstourismus. Allein das Negativergebnis in Sachsen (z.B. Oberlausitz-Niederschlesien, Vogtland, Chemnitz) verhinderte ein noch besseres Abschneiden. Die höchsten Übernachtungszuwächse aus dem Ausland verzeichneten Mecklenburg-Vorpommern (+7,6 Prozent) und Brandenburg (+7,4 Prozent). Der Vergleich zu 2012 zeigt ein ähnliches Bild: Zweistellige Wachstumsraten in Brandenburg (+14,8 Pro-

zent) und Mecklenburg-Vorpommern (+12,2 Prozent), hingegen Stagnation bzw. leichtes Wachstum in Sachsen-Anhalt (+0,6 Prozent), Sachsen (+3,3 Prozent) und Thüringen (+4,2 Prozent).

Regionen: Hauptsächlich Übernachtungswachstum

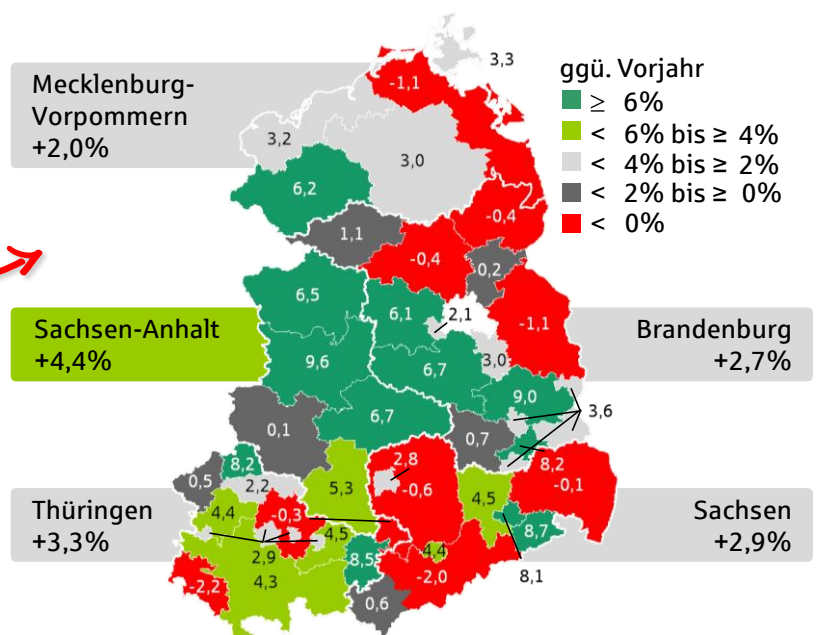
33 der 42 ostdeutschen Regionen lagen über ihrem Vorjahresergebnis, davon konnte die Mehrheit (28 Regionen) den Bundesdurchschnitt übertreffen. Die Entwicklungsspanne reichte von +9,6 (Magdeburg, Elbe-Börde-Heide) bis -2,2 Prozent (Thüringer Rhön). Zu den Gewinnern zählten besonders die Regionen an der Elbe und ihren Nebenflüssen, da diese im Vorjahr flutbedingt Ausfälle verzeichnen mussten. Die ostdeutschen Mittelgebirge (+2,1 Prozent) erholten sich nach dem schwächeren Vorjahr, insbesondere die Sächsische Schweiz (+8,7 Prozent) und das Thüringer Vogtland (+8,5 Prozent). Wachstumsmotor blieben parallel zum bundesweiten Trend die ostdeutschen Städte (+5,4 Prozent).

Der Ostdeutschland-Tourismus Januar-August 2014:

- Aufwärtstrend nach flutbedingten Verlusten im Vorjahr
- Incoming-Tourismus meist Wachstumsmotor
- Wetterstationen: Deutliches Besucherplus

Gewerbliche Übernachtungen Januar-August 2014 (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)

	ÜN (Mio.)	ggü. Vorjahr
Deutschland	288,7	+2,5%
Baden-Württemberg	33,1	+2,4%
Bayern	57,8	+0,3%
Berlin	19,0	+6,0%
Brandenburg	8,4	+2,7%
Bremen	1,5	+10,5%
Hamburg	8,0	+2,0%
Hessen	20,7	+2,6%
Meckl.-Vorpommern	21,2	+2,0%
Niedersachsen	28,0	+0,4%
Nordrhein-Westfalen	31,6	+4,7%
Rheinland-Pfalz	14,2	+0,4%
Saarland	2,0	+18,4%
Sachsen	12,5	+2,9%
Sachsen-Anhalt	5,0	+4,4%
Schleswig-Holstein	19,2	+5,3%
Thüringen	6,7	+3,3%



Quelle: dwif 2014, Daten Statistisches Bundesamt

Vorjahresvergleich betriebswirtschaftlicher Kennziffern: Sinkende Zinsbelastung erhöht den unternehmerischen Handlungsspielraum

Nachdem der letzte Infobrief die betriebliche Innenfinanzierungskraft beleuchtete, soll es nun um die Fremdfinanzierung durch Kredite gehen. Eine wichtige Kennzahl ist die Zinsaufwandsquote. Diese gibt das Verhältnis zwischen Zinsaufwand und Nettoumsatz in Prozent an.

In Ostdeutschland war die Zinsbelastung des Beherbergungsgewerbes deutlich höher als im Bundesdurchschnitt. In der Gastronomie lagen die Werte dagegen näher an dem Niveau für Deutschland insgesamt. Es wird deutlich, dass es Gastronomiebetriebe aufgrund ihrer geringeren Ertragskraft und des damit verbundenen höheren Risikos weiterhin schwer haben, Kredite zu erhalten. Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Situation dabei nicht verbessert.

Frisches Fremdkapital kann von den Betrieben zur Wachstumsfinanzierung und damit zum langfristigen Erhalt der betrieblichen Wettbewerbsfähigkeit eingesetzt werden. Andererseits verringert eine hohe Zinsbelastung den unternehmerischen Handlungsspielraum. Können Kredite nicht mehr bedient werden, führt dies zur Insolvenz des Betriebes.

Für neue Kredite gilt, dass der zukünftige Cash-Flow ausreichen muss, um für die Tilgung aufzukommen. Hier zeigt sich die Bedeutung betriebswirtschaftlicher Planung: Der Unternehmer muss abschätzen können, ob die Investition in der Lage ist, zumindest die Kreditkosten zu erwirtschaften. Um die richtige Finanzierungsentcheidung zu treffen, sollte der Unternehmer frühzeitig den Austausch mit seiner Hausbank suchen bzw. die Planung gemeinsam erstellen.

Vorjahresvergleich der Zinsaufwandsquote im Gastgewerbe

	2011		2012	
	Beherbergung	Gastro- nomie	Beherbergung	Gastro- nomie
Brandenburg	4,7	1,3	4,3	1,0
Mecklenburg-Vorpommern	6,9	2,2	7,3	2,2
Sachsen	4,4	1,2	4,2	1,3
Sachsen-Anhalt	4,2	2,1	4,2	2,2
Thüringen	5,9	1,3	5,4	0,9
Deutschland	3,4	1,3	3,3	1,2

Quelle: dwif 2014, Sonderauswertung EBIL-Daten

Stimmungsumfrage bei ostdeutschen Touristikern

Im Oktober 2014 fand die dritte von drei jährlichen Online-Stimmungsumfragen der örtlichen und regionalen Touristiker in Ostdeutschland statt. Die Beteiligung lag bei rund 47 Prozent (138 von 293 Befragten).

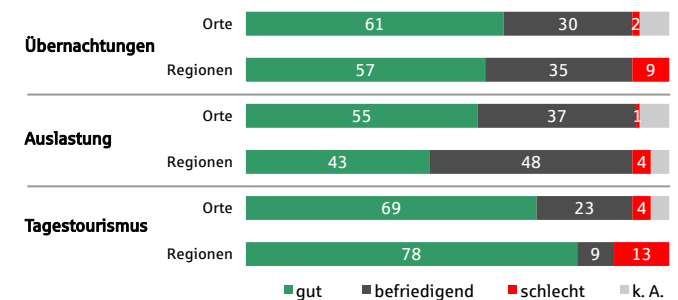
Rückblick Juli bis Oktober 2014

Die ostdeutschen Touristiker zeigten sich mit den abgelaufenen Monaten Juli bis Oktober größtenteils zufrieden. Außerordentlich positiv stach der Tagestourismus hervor. Selten fielen die Bewertungen in diesem Punkt bei einer Herbstumfrage besser aus. Besonders gut zeigte sich das Stimmungsbild auf regionaler Ebene. Doberlug-Kirchhain, Merseburg, Wernigerode, Bad Sulza oder Saalfeld... vielerorts wurden den Tagesausflüglern attraktive (neue) Angebote gemacht.

Ausblick November 2014 bis Februar 2015

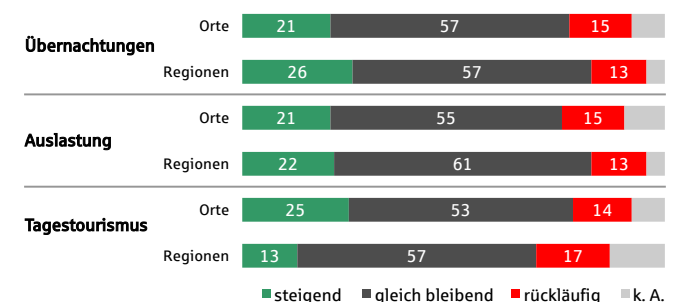
Die Meinungen auf Orts- und Regionalebene zeigen ein recht einheitliches Stimmungsbild in Bezug auf die Tourismusentwicklung in den Wintermonaten November 2014 bis Februar 2015. Größtenteils werden ähnliche Zahlen wie im Vorjahreszeitraum erwartet – was nicht zuletzt mit einem gleichbleibenden Angebot und dem eigentlichen Schwerpunkt auf der Sommersaison in Zusammenhang steht. Stellenweise sollen aber speziell aufgelegte Herbst-/Winterangebote (vor allem in den nicht unbedingt klassischen Winterdestinationen) neue Impulse setzen und die Tourismusentwicklung in dieser Zeit explizit ankurbeln. In den Wintersportregionen hofft man auf eine gute Schneelage, wobei in den Grenzregionen auch ein spürbarer Konkurrenzdruck zu den Nachbarländern konstatiert wird.

Zufriedenheit der ostdeutschen Touristiker mit den abgelaufenen Monaten Juli bis Oktober 2014 (in %)



Quelle: dwif 2014, Stimmungsumfrage

Erwartungen der ostdeutschen Touristiker an die Monate November 2014 bis Februar 2015 (in %)



Quelle: dwif 2014, Stimmungsumfrage

Freizeitwirtschaft Ostdeutschland: die touristischen Wetterstationen

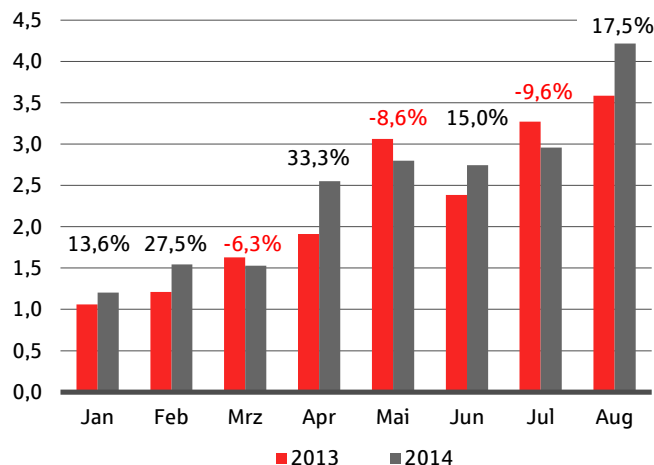
Ein wichtiger Indikator für die Nachfrageentwicklung im Tourismus sind die Besucherzahlen tourismusrelevanter Einrichtungen und Angebote der Freizeitwirtschaft, der sogenannten „touristischen Wetterstationen“. Dies sind z. B. Erlebnisbäder, Museen/Ausstellungen, Naturinfozentren, Zoos, Ausflugschiffe/Fähren,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

Aktueller Wetterbericht Januar bis August 2014: +7,8 Prozent Deutlichen Vorsprung gehalten! (2. Tertial 2014: +3,3 Prozent)

Nach einem sensationellen Jahresstart mit überdurchschnittlich hohen Zuwachsraten in fast allen Kategorien verlor die Besucherentwicklung im Zeitraum Mai bis August 2014 (2. Tertial) etwas an Dynamik. Dennoch kann sich der Nachfrageanstieg in Höhe von 3,3 Prozent sehen lassen. Zu dem Besucherplus leisteten rund 58 Prozent aller Wetterstationen ihren Beitrag.

Wenngleich die Verluste im Mai (-8,6 Prozent) und Juli (-9,6 Prozent) nicht zu unterschätzen waren, bestand dank der überaus erfolgreichen Monate Juni (+15,0 Prozent) und August (+17,5 Prozent) keine Gefahr für das positive Ergebnis im 2. Tertial. Während sich die starken Schwankungen im Juli (möglicher Einflussfaktor: Fußball-WM in Brasilien) und im August auch mit den Entwicklungen in anderen erfassten Bundesländern deckte, war der deutliche Aufschwung im Juni sicher eine Folge der geringen Messlatte aus dem Vorjahr – als das Hochwasser den Betrieb aufgrund von Aufräumarbeiten und Sanierungsmaßnahmen in erheblichem Maße beeinträchtigte beziehungsweise gar nicht möglich machte.

Besucherentwicklung nach Monaten 2013 und 2014 (Besucher in Millionen)



Quelle: dwif 2014, Daten Wetterstationen

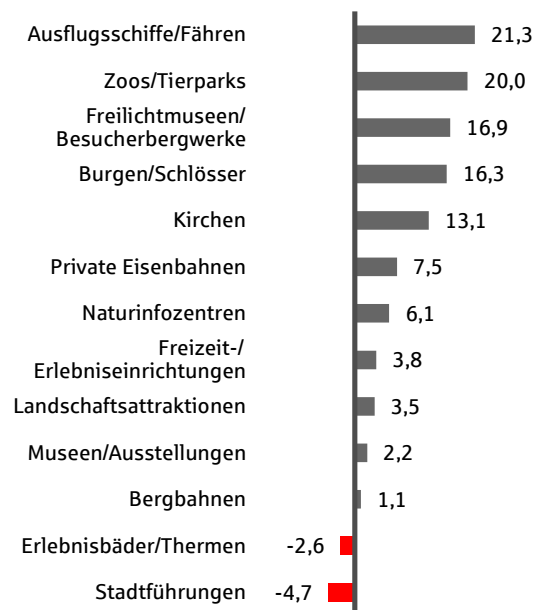
Anders als das 1. Tertial, das fast nur Gewinner hervorbrachte, gestalteten sich die Sommermonate etwas durchwachsener. Einmal mehr zeigt sich, wie wichtig das Ostergeschäft für die Freizeitwirtschaft ist. Nicht selten spielt das Ergebnis eine Schlüsselrolle bei der Jahresbesucherbilanz.

So liegen nicht nur, aber auch deshalb Ende August noch immer fast alle Kategorien in der Pluszone. In negativer Hinsicht hat sich an der Situation der Stadtführungen und der Erlebnisbäder/Thermen leider

nichts geändert. Lediglich die Museen/Ausstellungen wechselten nach einem schwachen Jahresstart von der Verlierer- auf die Gewinnerseite.

So viel steht schon jetzt fest: Ausflugschiffe/Fähren, Zoos/Tierparks, Freilichtmuseen/Besucherbergwerke sowie Burgen/Schlösser und Kirchen werden das Jahr 2014 aller Voraussicht nach mit einem deutlichen Besucherplus abschließen. Schon jetzt ist ihr Vorsprung zum Vorjahr so deutlich, dass im letzten Jahresdrittel keine Trendumkehr mehr eintreten dürfte. Allerdings handelt es sich dabei fast durchweg um Kategorien, die im Vorjahr mit besonders hohen Besuchereinbußen kämpften. Bei den Burgen/Schlössern, Freilichtmuseen/Besucherbergwerken sowie Kirchen waren zudem herausragende Sonderausstellungen, Kooperationen und Jubiläen für den deutlichen Aufschwung verantwortlich.

Besucherzahlen Januar bis August 2014 im Vergleich zu 2013 (in %)



Quelle: dwif 2014, Daten Wetterstationen

Ausflugschiffe/Fähren: +21,3 Prozent Verluste des Vorjahres wieder gutgemacht! (2. Tertial 14: +15,6 Prozent)



Der Aufwärtstrend der Ausflugschiffe und Fähren, der sich bereits zum Saisonauftakt zeigte, setzte sich auch im Zeitraum Mai bis August 2014 fort. Die Passagierzahlen lagen 15,6 Prozent über dem Niveau von 2013. Damit wurden sogar die hohen (vor allem hochwasserbedingten) Verluste des Vorjahres wieder gutgemacht. Im gesamten Jahresverlauf fiel das Vorzeichen bisher nur im Mai negativ aus. Mit großem Abstand stach die Zuwachsrate im Juni (122,3 Prozent) positiv hervor. Zu dem großen Plus in den Sommer-

monaten trugen allerdings ausschließlich die Unternehmen aus Sachsen und Sachsen-Anhalt bei, die fast durchgängig zweistellige Zuwachsraten erzielten. In den übrigen Ländern verzeichneten die Anbieter im 2. Tertiäl überwiegend Nachfrageeinbußen.

Zoos/Tierparks: +20,0 Prozent

Trotz Abkühlung über den Berg! (2. Tertiäl 14: -0,3 Prozent)



Nach einem sensationellen Saisonauftakt – durchgängig mit Gewinnern – verlor die Entwicklung der Zoos/Tierparks zwischen Mai und August deutlich an Fahrt. Die Besucherbilanz rutschte sogar leicht in die Minuszone. Die Entwicklung vieler Einrichtungen sowie der Monatsverlauf waren von starken Schwankungen (positiv wie negativ) gekennzeichnet. Hohe Zuwachsraten erzielten häufig Anbieter, die im Vorjahr aufgrund der Hochwasserkatastrophe große Verluste zu beklagen hatten. Aber: Trotz der schwächeren Sommermonate liegen die Besucherzahlen bis Ende August um ein Fünftel höher als 2013.

Freilichtmuseen/Besucherbergwerke: +16,9 Prozent

Auf der Überholspur! (2. Tertiäl 14: +8,2 Prozent)



Selten lief es für die Freilichtmuseen/Besucherbergwerke im 2. Tertiäl besser als 2014. Zu dem Besucherplus in Höhe von 8,2 Prozent leistete eine knappe Mehrheit der erfassten Anbieter ihren Beitrag. Einen deutlichen Schub erhielt das Ergebnis durch Jubiläen, die viele zusätzliche Gäste zogen. Die einzelnen Monate gestalteten sich sehr unterschiedlich. Die Einbußen im Mai (-7,1 Prozent) und Juli (-8,8 Prozent) konnten der guten Entwicklung nichts anhaben. Dafür verliefen die Monate Juni (25,0 Prozent) und August (26,8 Prozent) einfach zu dynamisch.

Burgen/Schlösser: +16,3 Prozent

Erfolgsstory hält an! (2. Tertiäl 14: +6,1 Prozent)



Wenngleich die Besucherentwicklung der Burgen/Schlösser im Vergleich zum Jahresauftakt etwas zurückhaltender ausfiel, ist der Nachfrageanstieg im 2. Tertiäl 2014 in Höhe von 6,1 Prozent ein sehr gutes Ergebnis. Fast zwei Drittel aller Einrichtungen fanden sich auf der Gewinnerseite wieder. Überdurchschnittlich hohe Zuwächse waren häufig eine Folge von herausragenden Sonderausstellungen mit ausgeprägtem Erlebnischarakter. Besonders sächsische Burgen/Schlösser feierten dadurch große Erfolge.

Kirchen: +13,1 Prozent

Himmlich! (2. Tertiäl 14: +7,8 Prozent)



Auch die Kirchen erzielten in den Sommermonaten ein Traumergebnis. Die Besucherzahlen übertrafen das Vorjahresniveau um 7,8 Prozent. Verlierer gab es im Zeitraum Mai bis August so gut wie keine. Besonders dynamisch entwickelten sich Kirchen in Sachsen-Anhalt, nachdem das Hochwasser die Besucherentwicklung einzelner Häuser in den Sommermonaten 2013 stark einschränkte. Daher ging es offenbar vor allem im Juni (+43,8 Prozent) wieder deutlich bergauf. Attraktive Sonderausstellungen mit überregionaler Ausstrahlungskraft gaben zusätzliche Impulse.

Private Eisenbahnen: +7,5 Prozent

Nur wenige Verlierer! (2. Tertiäl 14: +4,6 Prozent)



Den erfassten privaten Eisenbahnen gelang im Zeitraum Mai bis August ein gutes Besucherplus in Höhe von 4,6 Prozent. Dabei verkauften zwei Drittel der Unternehmen mehr Tickets als noch im Vorjahreszeitraum. Zu den Verlierern zählten jedoch gerade größere Anbieter, was eine noch bessere Gesamtbilanz verhinderte. Im Vorjahr kämpften die privaten Eisenbahnen bis Ende August mit hohen Nachfrageeinbußen. Der aktuelle Anstieg reichte aber noch nicht, die hohen Verluste vollständig auszugleichen.

Naturinfozentren: +6,1 Prozent

Schlüsselmonat August (2. Tertiäl 14: +4,4 Prozent)



Zunächst sah es für die Naturinfozentren im 2. Tertiäl gar nicht nach Wachstum aus. Erst der August (+22,1 Prozent) entschied über das endgültige Vorzeichen bei den Naturinfozentren. Gewinner und Verlierer hielten sich die Waage. Erfreulicherweise ging es für einige Häuser, die bereits eine gewisse Durststrecke hinter sich hatten, wieder bergauf. Diese gaben letztlich auch den wesentlichen Schub für das positive Tertiälergebnis.

Zeitraum Januar bis August 2014 im Überblick:

Gesamtergebnis für Ostdeutschland: +7,8 Prozent

Wichtige Einflussfaktoren:

- Frühjahr: deutlich bessere Witterungsbedingungen als im Vorjahr, insbesondere während der Osterferien im April
- Nachholeffekte aufgrund des Hochwassers im Vorjahr
- herausragende Sonderausstellungen, Kooperationen und Jubiläen lösten Besuchersteigerungen aus; mit spürbaren Effekten in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen
- Juni/Juli: Fußball-WM in Brasilien mit Auswirkungen auf das Freizeitverhalten.

Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: +3,8 Prozent

Durchwachsen! (2. Tertiäl 14: +0,4 Prozent)



Die Freizeit-/Erlebniseinrichtungen knüpften leider nicht an ihren guten Saisonauftakt an. Insgesamt reichte es im 2. Tertiäl 2014 nur für eine schwarze Null. Der Monatsverlauf war starken Schwankungen unterworfen. Wie in vielen anderen Kategorien auch, sorgte letztlich ein starker August (+24,2 Prozent) dafür, dass die Bilanz noch knapp in die Pluszone rutschte. Eine klare Tendenz zwischen Gewinnern und Verlierern war nicht erkennbar.

Landschaftsattraktionen: +3,5 Prozent

Abgerutscht! (2. Tertiäl 14: -6,4 Prozent)



Trotz eines leichten Überhangs an Landschaftsattraktionen, die im Zeitraum Mai bis August ein Besucherplus erzielten, reichte es insgesamt nicht für eine positive Bilanz. Einige Anbieter aus dem Teilbereich der Gärten kämpften mit überdurchschnittlich hohen Einbußen, was dem Ergebnis einen starken Dämpfer verlieh. Die durchaus ansehnlichen Zuwächse in den Monaten Juni (11,4 Prozent) und August (9,4 Prozent) konnten leider nichts gegen die starken Einbußen im Mai (-18,7 Prozent) und Juli (-26,5 Prozent) ausrichten.

Museen/Ausstellungen: +2,2 Prozent**Aufgeholt (2. Terial 14: +5,4 Prozent)**

Museen/Ausstellungen gehörten zu den wenigen Kategorien, die im 1. Terial 2014 eine negative Besucherbilanz aufwiesen. Nach Ablauf der Sommermonate hat sich die Lage allerdings entspannt. Im Zeitraum Mai bis August verzeichneten sie einen deutlichen Nachfrageanstieg. Fast 60 Prozent aller Häuser verkauften mehr Eintrittskarten als im Vorjahr. Eine hohe Dynamik zeigte sich vor allem in Thüringen. Insgesamt reichten die Zuwächse, um die Verluste zum Jahresstart auszugleichen. Zu dem positiven Ergebnis trugen u. a. Sonderausstellungen bei, die in Kooperation mit anderen Partnern angeboten wurden. Auch Jubiläen erzeugten eine hohe Anziehungskraft.

Bergbahnen: +1,1 Prozent**Zuwachs geschrumpft! (2. Terial 14: -2,7 Prozent)**

Seit März durchliefen die Bergbahnen einen durchgängigen Wechsel von Zuwächsen und Rückgängen in zweistelliger Höhe. Nachdem im 1. Terial aber dank eines überaus erfolgreichen Aprils unter dem Strich noch ein gutes Fahrgastplus erzielt wurde, rutschte die Bilanz im Zeitraum Mai bis August in die Minuszone. Dadurch schmolz der Vorsprung auf das Vorjahr bis Ende August auf nur noch 1,1 Prozent. Allerdings fanden waren sie im Vergleichszeitraum 2013 als einzige Kategorie auf der Gewinnerseite zu finden, während viele andere hohe Verluste einfuhren. Insofern ist das leichte Plus durchaus als eine solide Entwicklung zu bezeichnen.

Erlebnisbäder/Thermen: -2,8 Prozent**Keine Impulse! (2. Terial 14: +0,2 Prozent)**

Stillstand hieß es bei der Besucherentwicklung (+0,2 Prozent) der Erlebnisbäder/Thermen in den Sommermonaten. Dabei sorgte erst der August (+27,0 Prozent) überhaupt für den entscheidenden Ausgleich, nachdem die Monate Mai bis Juli durchweg mit negativem Vorzeichen abschlossen. Angesichts des hohen Anteils von Bädern mit Besucherzugewinnen (61 Prozent), ist das Ergebnis vergleichsweise schwach ausgefallen. Allerdings fanden sich unter den Verlierern auch einige Betriebe mit Verlusten in zweistelliger Höhe, die zum Teil auch eine Folge von Umbaumaßnahmen waren. Nach wie vor gibt der schwache Jahresauftakt den Ton für die bisherige Gesamtentwicklung an.

Stadtführungen: -4,7 Prozent**Sorgenkind! (2. Terial 14: -5,2 Prozent)**

Am ungünstigsten gestaltete sich der bisherige Verlauf bei den Stadtführungen. Mit Ausnahme des Januars schlossen alle folgenden Monate bis einschließlich August mit einem negativen Vorzeichen ab. Im 2. Terial 2014 bewegten sich die Teilnehmerzahlen schließlich 5,2 Prozent unter den Vorjahreswerten. Mit wenigen positiven Ausnahmen kämpften vor allem thüringische Anbieter mit hohen Verlusten. Die kontinuierlichen Rückgänge sind ungewöhnlich für diese Kategorie. In der jüngeren Vergangenheit hielten sich die Stadtführungen häufig stabil und reagierten weniger anfällig auf allgemein schwierige Rahmenbedingungen als andere.

Freizeitwirtschaft in den Barometer-Bundesländern und Regionen

Bis Ende August bewegten sich die Besucherbilanzen aller erfassten Bundesländer und Regionen mehr oder weniger im positiven Bereich – dennoch zeigten sich zum Teil gravierende Unterschiede. Während es in Ostdeutschland für Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg nur für vergleichsweise geringe Zuwächse reichte, zogen Thüringen und vor allem Sachsen-Anhalt und Sachsen an fast allen anderen Ländern vorbei. Die hohen Zuwächse erklären sich nicht nur mit einem geringeren Ausgangsniveau aus dem Vorjahr. Vielmehr sorgten Sonderausstellungen, Kooperationen und Jubiläen für eine hohe Aufmerksamkeit und damit auch für eine hohe Dynamik bei der Besucherbilanz.

– Sachsen:	11,8 Prozent
– Sachsen-Anhalt:	11,4 Prozent
– Saarland:	8,2 Prozent
– Thüringen:	7,0 Prozent
– Niedersachsen:	3,5 Prozent
– Schleswig-Holstein:	3,4 Prozent
– Brandenburg:	3,0 Prozent
– Mecklenburg-Vorpommern:	0,9 Prozent
– Westfalen-Lippe:	0,2 Prozent

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland – Ihre Ansprechpartner:

Wetterstationen:

dwif-Consulting GmbH

Wiebke Leverenz

04403/62 98-11

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