

Touristische Nachfrage in den Regionen und Bundesländern

Gute Aussichten für Ostdeutschland 2013

1 Milliarde internationale Ankünfte weltweit, über 400 Millionen Übernachtungen im Reiseland Deutschland, Platz 1 der beliebtesten Reiseziele Europas: 2012 war trotz der europäischen Finanzkrise ein touristisches Rekordjahr, auch in Ostdeutschland. Zudem steht das Tourismusjahr 2013 unter positiven Vorzeichen: Die Konsumlaune der Deutschen steigt. Für den inlandsorientierten Tourismus in Ostdeutschland also Chancen auf weiteres Wachstum.

Alle ostdeutschen Bundesländer im Plus

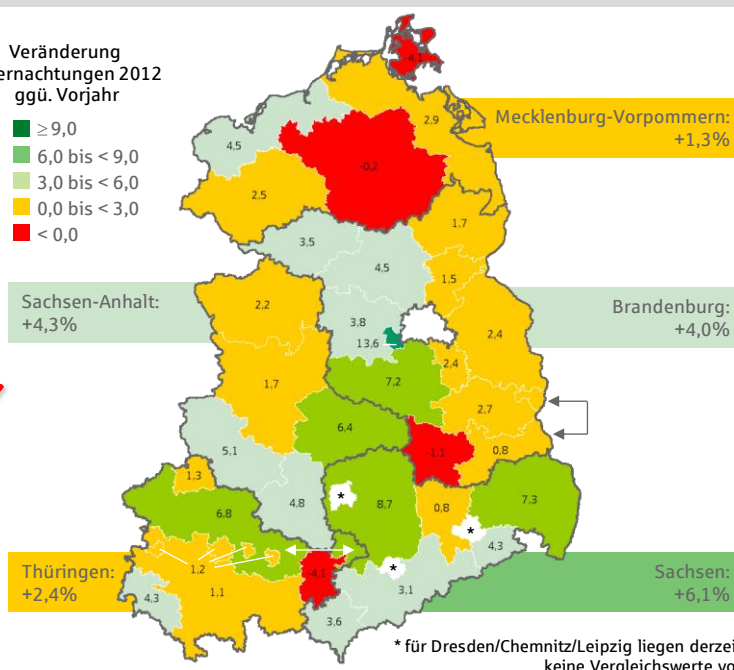
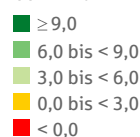
Rund 2,4 Millionen zusätzliche Übernachtungen verbuchten die ostdeutschen Bundesländer 2012 im Vergleich zum Vorjahr (+3,3 Prozent). Etwa 1 Million davon entfiel auf Sachsen, das mit einem Wachstum von über sechs Prozent das Ranking der Flächenbundesländer anführt. Es folgen Sachsen-Anhalt, Brandenburg und Thüringen. Auch Mecklenburg-Vorpommern verzeichnete nach der „roten Null“ im Vorjahr wieder ein leichtes Wachstum.

Bei den Betriebstypen sind die Gewinner 2012 die wiedererstarteten Campingplätze (2011 noch mit verhagelter Bilanz in Folge der Wetterkapriolen), Vorsorge- und Rehakliniken (die sich zunehmend auf neue Anforderungen und Bedürfnisse des Gesundheitsmarktes einstellen) und die Hotellerie. Auch die Ferienwohnungen/-häuser meldeten steigende Übernachtungszahlen, wenngleich der Primus in diesem Segment – Mecklenburg-Vorpommern – eine Wachstumspause einlegte.

Gewerbliche Übernachtungen 2012 (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)

	ÜN (Mio.)	Veränderung ggü. Vorjahr
Deutschland	407,3	+3,6%
Baden-Württemberg	47,7	+4,7%
Bayern	84,1	+4,1%
Berlin	24,9	+11,4%
Brandenburg	11,5	+4,0%
Bremen	1,9	-0,7%
Hamburg	10,6	+11,6%
Hessen	30,0	+3,5%
Mecklenburg-Vorpommern	27,9	+1,3%
Niedersachsen	40,0	+1,7%
Nordrhein-Westfalen	45,4	+2,8%
Rheinland-Pfalz	21,1	-1,5%
Saarland	2,3	-1,9%
Sachsen	18,4	+6,1%
Sachsen-Anhalt	7,4	+4,3%
Schleswig-Holstein	24,5	+0,1%
Thüringen	9,7	+2,4%

Veränderung Übernachtungen 2012 ggü. Vorjahr



Der Ostdeutschland-Tourismus 2012:

- ⇒ Alle ostdeutschen Bundesländer mit Übernachtungszuwächsen
- ⇒ Starkes Incoming-Geschäft
- ⇒ Gesundheit und Outdoor gefragt

Ausländerübernachtungen als Wachstumsmotor

Mehr als neun von zehn Übernachtungen in gewerblichen Betrieben und auf Campingplätzen in Ostdeutschland gehen auf die große Inlandsnachfrage zurück. Sie ist die Grundlage für den Erfolg. Mit einem Zuwachs von 10,6 Prozent (2012 ggü. 2011) wird die Auslandsnachfrage aber mehr und mehr zum Wachstumsmotor. Die höchsten Steigerungsraten verzeichneten 2012 Sachsen-Anhalt und Mecklenburg-Vorpommern. Absolut betrachtet ist Sachsen das beliebteste Ziel ausländischer Gäste in Ostdeutschland.

Ostdeutsche Regionen mit insgesamt positivem Trend

11 der 37 ostdeutschen Regionen lagen mit ihrer Dynamik über dem Bundesdurchschnitt. Ein starkes Entwicklungsband erstreckte sich vom Sächsischen Burgen- und Heide- und Leipzig über Anhalt-Wittenberg und den Fläming bis nach Potsdam. Weitere Wachstumspole waren das Statistische Reisegebiet „Übriges Thüringen“ und Oberlausitz-Niederschlesien sowie Dresden. Ausstellungen, Jubiläen, eine breite Angebotspalette und die Nähe zu Städten waren 2012 wichtige Erfolgsfaktoren. Nur Rügen (bei einem leichten Plus der Gästezahlen) und das Thüringer Vogtland mussten empfindliche Übernachtungsrückgänge hinnehmen.

Stimmungsumfrage der ostdeutschen Touristiker

Im Zuge des Sparkassen-Tourismusbarometers fand im Oktober die dritte von insgesamt drei jährlichen Online-Stimmungsumfragen der örtlichen und regionalen Touristiker in den Barometer-Bundesländern statt. In Ostdeutschland lag die Beteiligung bei 49 Prozent (147 von 301 Befragten).

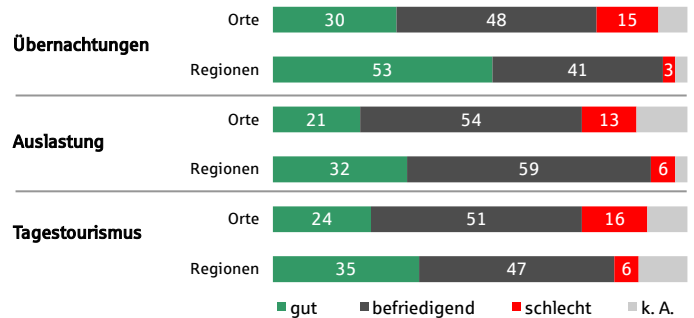
Rückblick November 2012 bis Februar 2013

Die Tourismusentwicklung in den vergangenen Monaten wurde unterschiedlich bewertet. Insgesamt zeigten sich die regionalen Touristiker deutlich zufriedener als die Ortsebene. Vor allem die Einschätzungen der Übernachtungen fielen gut aus. Außerhalb der Wintersportgebiete spielt der abgefragte Zeitraum traditionell eine untergeordnete Rolle. Dort, wo dem Gast jedoch entsprechende Angebote für diese Jahreszeit vorgehalten werden, wurden diese auch angenommen. Negative beziehungsweise zurückhaltende Einschätzungen begründeten die Befragten mit rückläufigen Kapazitäten, Haushaltsreduzierungen, eingeschränktem ÖPNV-Angebot und ungünstigen Witterungsbedingungen.

Ausblick März bis Juni 2013

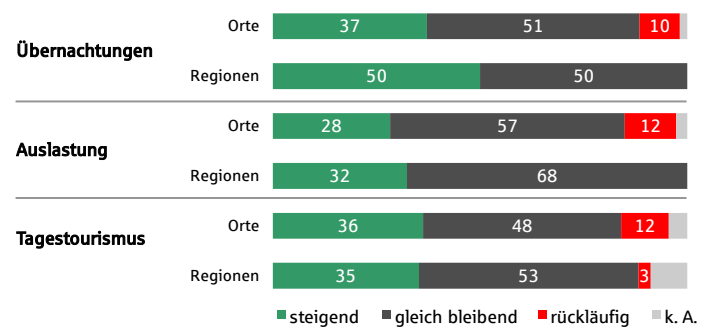
Was die Prognosen für die kommenden Monate betrifft, sind die Touristiker zuversichtlich. Besonders die regionalen Akteure blicken bei der Übernachtungsentwicklung positiv in die Zukunft. Zurückhaltung zeigt sich insgesamt in Bezug auf die Lage der Feiertage. Es wird befürchtet, dass der relativ frühe Osterferientermin die Entwicklung bremsen könnte. Sorgen bereitet einigen Touristikern auch die weiterhin schlechte Erreichbarkeit ihrer Region mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Schienenersatzverkehr). Optimistisch sind vor allem die Orte und Regionen, die 2013 mit neuen Produkten und/oder erweiterten Freizeit- und Übernachtungsmöglichkeiten an den Markt gehen.

Zufriedenheit der ostdeutschen Touristiker mit den abgelaufenen Monaten November 2012 bis Februar 2013 (in %)



Quelle: dwif 2013, Stimmungsumfrage

Erwartungen der ostdeutschen Touristiker an die Monate März bis Juni 2013 (in %)



Quelle: dwif 2013, 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 „Wetterstationen“. Dies sind z. B. Erlebnisbäder, Museen/Ausstellungen, Naturinfocentren, Zoos, Ausflugsschiffe/Fähren, Schlösser/Burgen, Bergbahnen, Freizeit-/Erlebniseinrichtungen, Stadtführungen etc.

Aktueller Wetterbericht Januar bis Dezember 2012: -1,4 Prozent Unerfreulicher Jahresausklang!

Die Monate September bis Dezember 2012 verliefen für die ostdeutschen Wetterstationen enttäuschend: 4,2 Prozent weniger Gäste lautet die Bilanz in diesem Zeitraum. Keine Kategorie konnte sich dem Negativtrend entziehen. Von den Herbstferien profitierten die Freizeit- und Kulturangebote leider nicht, denn die Einbußen im Oktober beliefen sich auf -11,7 Prozent. Auch das Weihnachtsgeschäft lief nicht gut: Im Dezember lagen die Besucherzahlen 8,5 Prozent unter dem entsprechenden Wert aus 2011, obwohl deutlich mehr Übernachtungsgäste in diesem Zeitraum in Ostdeutschland begrüßt werden konnten. Umso wichtiger erscheint für die Freizeitwirtschaft die Ansprache der einheimischen Bevölkerung und von Tagesgästen.

Bis Ende August bewegten sich die Besucherzahlen noch ungefähr auf Vorjahresniveau. Die Einbußen im 3. Quartal 2012 gaben den Ausschlag für das negative Jahresergebnis 2012 (-1,4 Prozent). Rund 57 Prozent aller erfassten Wetterstationen und elf von insgesamt 14 Angebotskategorien verfehlten ihr jeweiliges Ergebnis aus dem Vorjahr.

Das Besucherminus 2012 kam nicht überraschend. Im Vorjahr wurde bereits ein beachtliches Besucherplus (+7,1 Prozent) eingefahren; schwierig also, ein solch hohes Niveau ein weiteres Mal zu toppen, zumal die aktuellen Ergebnisse immer noch deutlich besser sind als 2010. Ein stärkeres Abrutschen der Jahresbilanz wurde vor allem aufgrund von Sondereffekten verhindert. Investitionen, Jubiläen und Sonderausstellungen sorgten 2012 zum Teil für hohe Aufmerksamkeit. Die betreffenden Einrichtungen wurden mit einem starken Besucherandrang für ihr Engagement belohnt.

Überblick Monatsverlauf Januar bis Dezember 2012/2011

Monat	Veränderung 2012 ggü. 2011	Durchschnittliche Besucherzahl 2012
Januar	11,2%	4.963
Februar	-3,2%	5.060
März	4,2%	6.006
April	-1,8%	10.458
Mai	20,3%	12.330
Juni	-11,5%	11.461
Juli	-6,4%	14.699
August	-0,5%	15.938
September	4,4%	11.954
Oktober	-11,7%	11.802
November	2,0%	5.429
Dezember	-8,5%	6.842
Gesamtjahr	-1,4%	116.942

**Bergbahnen: +16,0 Prozent (Jahr 2012)
Der Schein trügt! (3. Tertial: +46,4 Prozent)**



Trotz höchster Steigerungsrate unter alle Kategorien besteht nur eingeschränkt Anlass zur Freude: Die Zuwächse gehen ausschließlich auf das Konto eines Unternehmens, das nach Abschluss von Re-Investitionsmaßnahmen einen starken Nachfrageanstieg erzielte. Der allgemeine Trend ist dagegen negativ: Die Mehrheit der Bergbahnen verfehlte die Fahrgastzahlen des Vorjahres.

**Burgen/Schlösser: +1,9 Prozent
Wenig Dynamik! (3. Tertial: -6,3 Prozent)**



Bereits das zweite Jahr in Folge gelang den Burgen/Schlössern immerhin eine leichte Steigerung der Besucherzahlen. Herausragende Jubiläen und Sonderausstellungen setzten in dieser Kategorie positive Akzente. Der gegenteilige Effekt zeigte sich bei den Einrichtungen, die bereits im Vorjahr besondere Highlights anboten. Hohe Veränderungsraten (positiv wie negativ) waren dementsprechend charakteristisch.

**Private Eisenbahnen: +0,1 Prozent
Plusminus Null! (3. Tertial: -6,3 Prozent)**

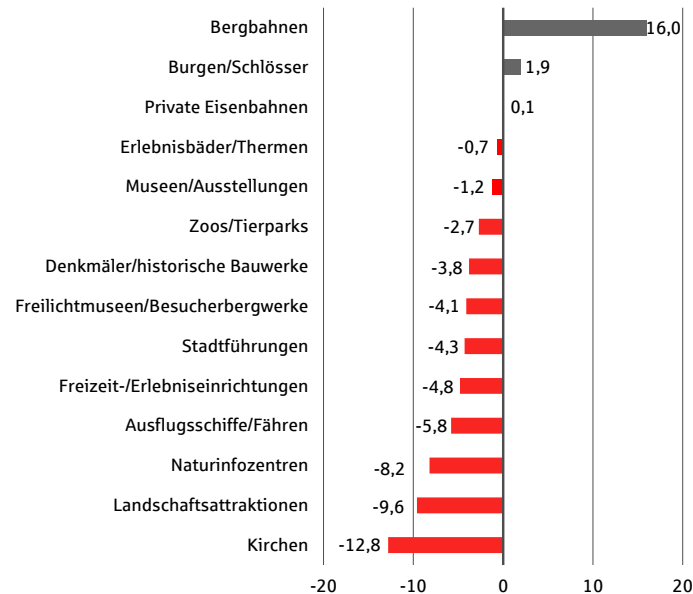
Bis Ende September sah es für die privaten Eisenbahnen gut aus: Die Fahrgastzahlen lagen 3,3 Prozent über den Vorjahreswerten. Dieser Vorsprung musste in den darauffolgenden Monaten fast vollständig wieder abgegeben werden. Besonders empfindlich fielen die Einbußen im Dezember aus (-18,8 Prozent).

**Erlebnisbäder/Thermen: -0,7 Prozent
Stilles Wasser am Jahresende! (3. Tertial: -0,9 Prozent)**



Die Entwicklung der Bäder und Thermen war von einem Auf und Ab gekennzeichnet. Die guten Zuwächse zum Jahresstart gingen in den Monaten Juli und August fast vollständig verloren (-12 Prozent). Die letzten vier Monate des Jahres hatten hingegen kaum noch Auswirkungen auf das Endergebnis. Trotz eines Überhangs an Gewinnern (57 Prozent) rutschte das Ergebnis insgesamt in die Minuszone.

Besucherzahlen Januar bis Dezember 2012 im Vergleich zu 2011 (in %)



Quelle: dwif 2013, Wetterstationen

**Museen/Ausstellungen: -1,2 Prozent
Schade! (3. Tertial: +1,4 Prozent)**



Ähnlich wie bei den Burgen/Schlössern sorgten Sondereffekte für positive Impulse. Letztlich waren die Verlierer in dieser Kategorie aber deutlich in der Überzahl (61 Prozent), was eine Negativbilanz zur Folge hatte. Prozentual und absolut gesehen verzeichneten die Einrichtungen im Juli (-14,2 Prozent) die stärksten Besucherrückgänge.

**Zoos/Tierparks: -2,7 Prozent
Messlatte lag zu hoch! (3. Tertial: -10,6 Prozent)**



Im Vorjahr erzielten die Zoos und Tierparks einen sehr hohen Anstieg der Nachfrage (+26,1 Prozent). Neue Investitionen und gute Rahmenbedingungen (Lage der Ferien und Witterung) zeichneten sich hierfür verantwortlich. Angesichts dieser Vorgabe ist der aktuelle Rückgang von „nur“ 2,7 Prozent positiv zu bewerten. Immerhin registrierten noch rund 42 Prozent der Anbieter mehr Gäste als im Vorjahr.

Zeitraum Januar bis Dezember 2012 im Überblick:

- Gesamtergebnis für Ostdeutschland: -1,4 Prozent
- Verhältnis Gewinner/Verlierer: 43 Prozent/ 57 Prozent
- Angebotstypen: elf von 14 Kategorien mit Besucherminus

**Denkmäler/historische Bauwerke: -3,8 Prozent
Uneinheitlich! (3. Tertial: -8,4 Prozent)**



Trotz eines leichten Überhangs an Gewinnern fiel das Ergebnis der Denkmäler und historischen Bauwerke am Ende negativ aus. Die Rückgänge eines besucherstarken Anbieters hatten entscheidenden Anteil an der Jahresbilanz. Zum Jahresausklang schrieb vor allem der Oktober (-17,4 Prozent) eine Negativgeschichte.

Viele Einrichtungen waren 2012 von Rückgängen betroffen. Immer häufiger wird vom wachsenden Konkurrenzdruck in den Regionen berichtet. Das Angebot steigt und damit auch das Buhlen um den Gast. Investitionen, die Aufmerksamkeit schaffen, aber auch Kooperationen mit anderen Einrichtungen sind daher unabdingbar.

Freilichtmuseen/Besucherbergwerke: **-4,1 Prozent** Wenig Dynamik! (3. Tertial: **-6,7 Prozent**)



Das Negativergebnis der Freilichtmuseen/Besucherbergwerke spiegelt die Allgemeinsituation wider: Die Mehrheit schloss das Jahr 2012 mit negativem Vorzeichen ab. Nur rund ein Drittel und überwiegend kleinere Einrichtungen konnten sich dem Negativtrend entziehen. Neben dem Juni (-23,6 Prozent) gingen auch im Oktober (-19,4 Prozent) viele Besucher verloren.

Stadtführungen: **-4,3 Prozent** Mehrheit mit Zuwächsen! (3. Tertial: **-4,7 Prozent**)



Die Mehrzahl der Anbieter (rund 58 Prozent) erzielte 2012 ein Teilnehmerplus. Die Rückgänge der übrigen Einrichtungen fielen jedoch so hoch aus, dass die Jahresbilanz schließlich deutlich in die Minuszone rutschte. Gleichzeitig berichten immer mehr Anbieter von einer steigenden Nachfrage nach Stadtführungen per Kutsche oder Rad. Dies hat zum einen sicherlich einen gewissen Eventcharakter, könnte zum anderen aber auch als Hinweis auf den demografischen Wandel gedeutet werden.

Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: **-4,8 Prozent** Schwieriges Jahr! (3. Tertial: **-6,3 Prozent**)



Den Freizeit- und Erlebniseinrichtungen gelang nur in drei Einzelmonaten ein Besucherplus (Januar, Mai und September). In den übrigen Monaten wurden durchweg Verluste eingefahren. Hiervon waren Einrichtungen aller Besuchergrößenklassen betroffen.

Ausflugsschiffe/Fähren: **-5,8 Prozent** Nur wenige punkten! (3. Tertial: **-8,0 Prozent**)



Die meisten Unternehmen beförderten 2012 weniger Fahrgäste als im Vorjahr. Das gesamte Jahr gestaltete sich holprig. Neben starken Verlusten zum Jahresstart und -ende, fielen die Einbußen auch im Juni (-20,5 Prozent) empfindlich hoch aus. Allerdings: 2011 war ein gutes Jahr mit überdurchschnittlich hohen Nachfragesteigerungen. Immerhin: Die Zuwächse des Vorjahres mussten nicht zur Gänze wieder abgegeben werden.

Naturinfocentren: **-8,2 Prozent** Starke Schwankungen! (3. Tertial: **-7,3 Prozent**)



Bei den Naturinfocentren waren starke Schwankungen im Jahresverlauf erkennbar. Nicht selten fielen die Veränderungsdaten zweistellig aus. Vor allem die Einbußen in den Monaten Juni, Juli und Oktober schmerzten. Unter dem Strich verfehlten die Naturinfocentren das zweite Jahr in Folge ihr Vorjahresniveau. Das Verhältnis zwischen Einrichtungen mit Besucherzuwächsen und -verlusten war zwar ausgeglichen. Erheblich ins Gewicht fielen jedoch die Rückgänge zweier besucherstarker Einrichtungen, ohne deren Berücksichtigung das Ergebnis sogar positiv ausgefallen wäre.

Besucherentwicklung Januar bis Dezember 2012

↗ Sachsen-Anhalt:	+3,2 Prozent
↘ Brandenburg:	-1,2 Prozent
↘ Niedersachsen:	-1,7 Prozent
↘ Sachsen:	-2,0 Prozent
↘ Mecklenburg-Vorpommern:	-2,7 Prozent
↘ Rheinland-Pfalz:	-3,3 Prozent
↘ Thüringen:	-3,5 Prozent

Landschaftsattraktionen: **-9,6 Prozent** Hohe Vorgabe aus dem Vorjahr! (3. Tertial: **-7,5 Prozent**)



Die Einbußen in den Monaten April (-28,2 Prozent), Juni (-24,5 Prozent) und Oktober (-22,4 Prozent) waren für die erfassten Parks, Gärten und natürlichen Höhlen einschneidend. Sie fielen derart hoch aus, dass ein Kompensieren in den übrigen Monaten nahezu unmöglich war. Neben den witterungsbedingten Rückgängen wirkte sich in dieser Kategorie die Lage der Feiertage 2012 offenbar besonders negativ aus. Das Ergebnis besitzt hohe Allgemeingültigkeit: Keine Einrichtung konnte sich dem Negativtrend entziehen.

Sachsen-Anhalts Kulturangebote punkten!

Sachsen-Anhalt verzeichnete 2012 die höchste Steigerungsrate im ostdeutschen Ländervergleich. Vor allem Sonderausstellungen im Kulturbereich trafen den Nerv der Besucher. Ein großer Erfolg war zweifelsohne die Landesausstellung Sachsen-Anhalt "Otto der Große und das Römische Reich. Kaisertum von der Antike zum Mittelalter". Als Highlight erwies sich auch die Sommerausstellung im Schloss Oranienbaum „Dutch Design - Huis van Oranje. Exzellentes Handwerk am Hofe“, die durch Königin Beatrix gemeinsam mit Bundespräsident Gauck eröffnet wurde.

Kirchen: **-12,8 Prozent** Am Ende ist es doch ein Erfolg?! (3. Tertial: **-27,6 Prozent**)



Den höchsten Verlust unter allen Kategorien verzeichneten die Kirchen. Der Rückgang war jedoch zu erwarten, denn im Vorjahr sorgte die Landesausstellung Sachsen-Anhalt „Naumburger Meister“ für deutliche Zuwächse (+28,5 Prozent). Erfreulich ist das Ergebnis aber trotzdem, denn die Besucherzahlen lagen damit immer noch deutlich über dem „Normaljahr“ 2010, als keine vergleichbaren Sondereffekte zum Tragen kamen.

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 69-16 84
www.tourismusbarometer.de
tourismusbarometer@osv-online.de