

Touristische Nachfrage in den Regionen und Bundesländern

Ostdeutschland legt Wachstumspause ein

Rund 190.000 Übernachtungen weniger verbuchten die ostdeutschen Bundesländer zwischen Januar und Dezember 2013 im Vergleich zum Vorjahr (-0,3 Prozent). Über dem ostdeutschen Wert und zugleich im bundesweiten Mittelfeld lagen Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg. Sachsen-Anhalt und Thüringen mussten die höchsten Rückgänge hinnehmen, die vor allem flutbedingt ein schlechteres Ergebnis gegenüber dem starken Vorjahr 2012 einfuhren. Sachsen konnte sein hohes Niveau nahezu bestätigen und liegt im Bundesländerranking im unteren Mittelfeld.

Ausländerübernachtungen wachsen auf geringem Niveau

Der Inlandstourismus in Ostdeutschland entwickelte sich 2013 entsprechend des Gesamtniveaus von -0,3 Prozent. Der Incoming-Tourismus war mit +1,0 Prozent nur unwesentlich dynamischer, so dass auch die Anteilswerte stabil blieben. Auffällig war zudem die im Jahresverlauf sinkende Dynamik der Übernachtungen ausländischer Gäste. Ein Blick in die Länder weist für Mecklenburg-Vorpommern (+3,0 Prozent), Brandenburg (+3,6 Prozent) und Sachsen (+2,7 Prozent) positive Trends aus. Thüringen (-5,1 Prozent) und Sachsen-Anhalt (-5,1 Prozent) kämpften dagegen mit Rückgängen. Hier entwickelte sich der Incoming-Tourismus schlechter als die Nachfrage aus dem Inland.

Der Ostdeutschland-Tourismus Januar bis Dezember 2013:

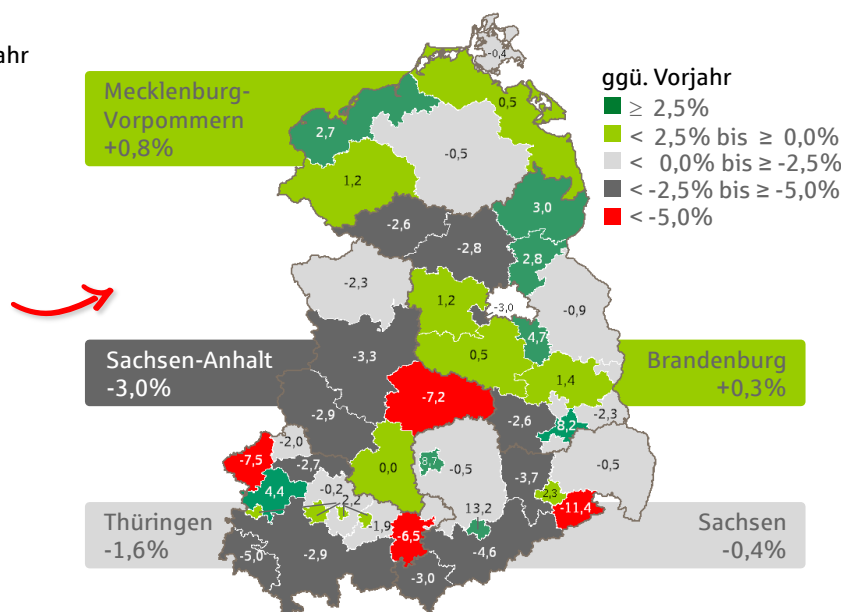
- Leichte Veränderungen: Zahl der Ankünfte steigt, Zahl der Übernachtungen sinkt
- Incoming wächst, Sachsen-Anhalt und Thüringen mit Verlusten
- Städte und Küsten stark, Seen bestätigen gutes Jahr 2012

Ostdeutsche Regionen: Viele Rückgänge nach starkem Vorjahr

Ostdeutschlands Tourismusentwicklung auf Regionsebene zeigte sich sehr heterogen: 26 Reisegebiete erreichten nicht ihr jeweiliges Übernachtungsvolumen des Vorjahres, in dem nur vier Reisegebiete das Jahr mit einem Minus abschlossen. 2013 lagen aber immerhin 13 der 16 ostdeutschen Reisegebiete mit Übernachtungszuwächsen sogar über dem Bundesdurchschnitt. Zwischen den Regionen ging die Schere mit -11,4 Prozent (Sächsische Schweiz) bis +13,4 Prozent (Chemnitz) stärker auseinander als in den Vorjahren. Zu den Gewinnern zählten Reisegebiete rund um Berlin, in Mecklenburg-Vorpommern sowie Städtedestinationen in Sachsen und Thüringen. Auswirkungen der Hochwassersituation Mitte des Jahres spürten besonders die ostdeutschen Mittelgebirgsregionen (-4,4 Prozent), die hinter dem Durchschnitt der deutschen Mittelgebirge zurückblieben (-1,1 Prozent). Das gute Vorjahr bestätigten dagegen die Seenregionen (-0,1 Prozent). Wachstumsmotoren bleiben die ostdeutschen Städte (+3,9 Prozent) sowie die Küstendestinationen in Mecklenburg-Vorpommern (+1,0 Prozent).

Gewerbliche Übernachtungen 2013 (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten und Camping)

	ÜN (Mio.)	ggü. Vorjahr
Deutschland	411,8	+1,1%
Baden-Württemberg	47,8	+0,2%
Bayern	84,2	+0,2%
Berlin	26,9	+8,2%
Brandenburg	11,5	+0,3%
Bremen	2,1	+7,6%
Hamburg	11,6	+9,1%
Hessen	30,3	+1,2%
Meckl.-Vorpommern	28,2	+0,8%
Niedersachsen	39,8	-0,5%
Nordrhein-Westfalen	46,1	+1,6%
Rheinland-Pfalz	21,0	-0,5%
Saarland	2,6	+12,6%
Sachsen	18,3	-0,4%
Sachsen-Anhalt	7,1	-3,0%
Schleswig-Holstein	24,8	+1,3%
Thüringen	9,5	-1,6%



Quelle: dwif 2014, Daten Statistisches Bundesamt

Stimmungsumfrage der ostdeutschen Touristiker

Im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers fand im Februar 2014 die erste von insgesamt drei jährlichen Online-Stimmungsumfragen der örtlichen und regionalen Touristiker in Ostdeutschland statt. Die Beteiligung lag bei 46 Prozent (135 von 295 Befragten). An dieser Stelle möchten wir noch einmal für die Teilnahme werben, denn erst durch Ihre Mitarbeit können wir aussagekräftige Zukunftstrends ermitteln sowie Ihre Themen und Herausforderungen zielgerichtet in das Sparkassen-Tourismusbarometer aufnehmen!

Rückblick November 2013 bis Februar 2014

Die Bewertung der zurückliegenden Monate fiel vor allem bei den regionalen Touristikern deutlich schlechter aus als im Vorjahreszeitraum. Verließ der Dezember durch das Weihnachtsgeschäft vielfach noch zufriedenstellend, konnte der Jahresbeginn 2014 die Erwartungen nicht erfüllen. Vor allem die Wintersportregionen litten im Januar und Februar unter der außerordentlich milden Witterung und dem fehlenden Schnee. Einige Leistungsträger nutzten zudem die Wintermonate, um verbliebene Hochwasserschäden zu beseitigen. Während in den schneeabhängigen Regionen die Tagesgäste ausblieben, profitierten viele Städte und verzeichneten einen Zuwachs bei den Tagesbesuchen.

Ausblick März bis Juni 2014

Zurückhaltende Bewertung der vergangenen Monate und Optimismus für das Frühjahr 2014, so lautet das Fazit der regionalen Touristiker. Aber auch die Ortsebene schätzt die Aussichten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum besser ein. Nach der anhaltend langen Schlechtwetterperiode und der Hochwasserkatastrophe im letzten Jahr ist man zuversichtlich, wieder mehr Gäste begrüßen zu können. Hierzu sollen umfassendere Marketingaktivitäten und attraktive Veranstaltungen beitragen. Auch die Lage der Feiertage wird als günstig eingeschätzt. Problematisch könnte sich im Juni die Fußball-WM auswirken (12.06.-13.07.2014). Einige Akteure befürchten, dass potenzielle Gäste in dieser Zeit auf eine Urlaubsreise verzichten und die Spiele von Zuhause aus verfolgen.

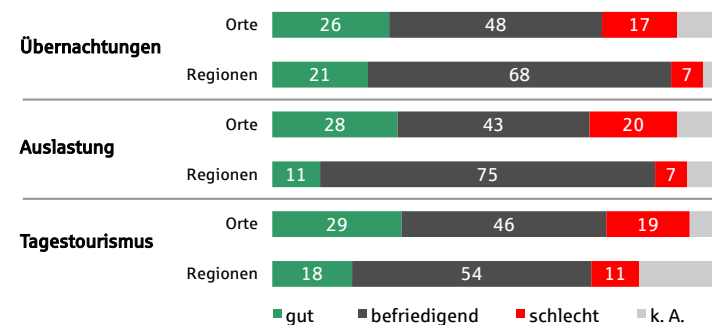
Vorjahresvergleich betriebswirtschaftlicher Kennziffern: Personal- und Warenaufwand im Auge behalten

Der Fokus der betriebswirtschaftlichen Analyse liegt auf zwei wesentlichen Kostenpositionen des Gastgewerbes, dem Personalaufwand und dem Warenaufwand. Als Quote ausgedrückt geben sie an, wieviel Prozent der Gesamterträge zur Bezahlung von Personal eingesetzt bzw. für den Wareneinkauf aufgewendet werden müssen.

Der Vergleich mit dem Vorjahr zeigt, dass die Personalaufwandsquote mit Ausnahme in Brandenburg überall gestiegen ist, in Sachsen-Anhalt und Sachsen sogar deutlich stärker als im Bundesdurchschnitt. Personal als Kostenfaktor ist in den Betrieben stärker in den Fokus gerückt. Abhängig von der bisherigen Vergütungspraxis könnte dieser Trend auch in Zukunft anhalten, wenn nach dem Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD ab dem 1. Januar 2015 bundesweit ein flächendeckender gesetzlicher Mindestlohn von 8,50 Euro brutto pro Stunde eingeführt wird.

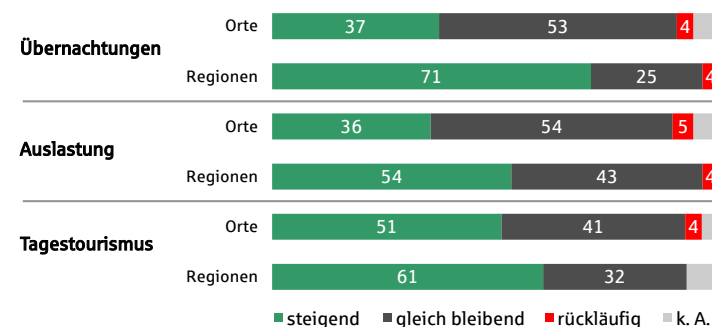
Die relative Bedeutung des Warenaufwands hat sich verringert (Ausnahmen Brandenburg und Thüringen). Damit trotzten die Betriebe

Zufriedenheit der ostdeutschen Touristiker mit den Monaten November 2013 bis Februar 2014 (in %)



Quelle: dwif 2014, Stimmungsumfrage

Erwartungen der ostdeutschen Touristiker an die Monate März bis Juni 2014 (in %)



Quelle: dwif 2014, Stimmungsumfrage

Veränderung der Personal- und Warenaufwandsquote* im Gastgewerbe gegenüber dem Vorjahr (in Prozentpunkten)

	Personal-aufwandsquote	Waren-aufwandsquote
Brandenburg	0,0%	+0,4%
Mecklenburg-Vorpommern	+1,2%	-0,6
Sachsen	+4,3%	-1,2%
Sachsen-Anhalt	+3,3%	-3,4%
Thüringen	+0,6%	+0,1%
Deutschland	+1,7%	-1,0%

* Abgeleitet aus der Differenz von Gesamtertrag und Rohertragsquote
Quelle: dwif 2014, Sonderauswertung EBIL-Daten

be den gestiegenen Einkaufspreisen für Lebensmittel und Getränke der letzten Jahre. Da insgesamt von weiteren Preissteigerungen auszugehen ist, werden eine wirtschaftliche Einkaufspraxis und genaue Kalkulationen in Zukunft noch wichtiger.

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, Ausflugsschiffe/Fähren, Schlösser/Burgen, Bergbahnen, Freizeit-/Erlebniseinrichtungen, Stadtführungen etc.

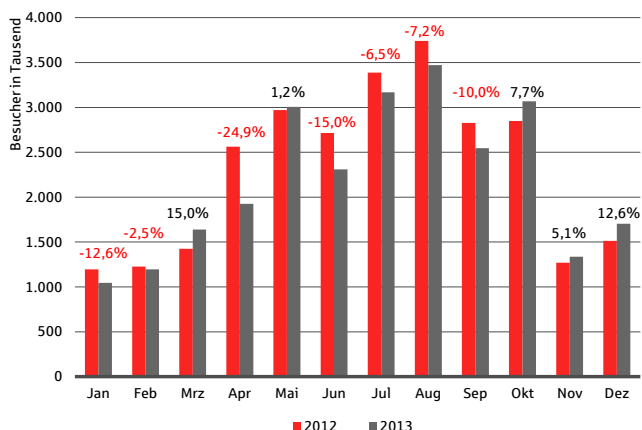
Aktueller Wetterstationsbericht 2013: -4,8 Prozent

Verlustreiches Jahr für die ostdeutsche Freizeitwirtschaft

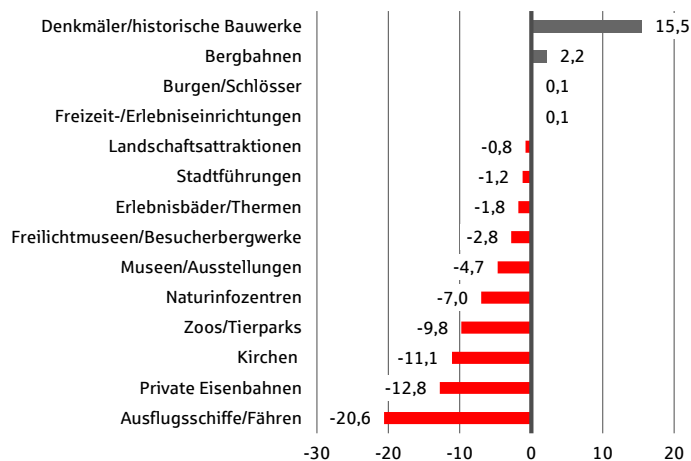
Das Jahresende zeigte sich für die ostdeutsche Freizeitwirtschaft wieder etwas versöhnlicher. Im Zeitraum September bis Dezember lagen die Besucherzahlen 2,3 Prozent über dem Vorjahr. Für eine Trendwende reichte es aber nicht mehr. Dazu hätte das Geschäft auch im September besser laufen müssen. Letztlich bewegten sich die Besucherzahlen 4,8 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Selten kamen so viele ungünstige Rahmenbedingungen wie 2013 zusammen: Winterliche Witterung bis in den April hinein, Hochwasser im Juni, Hitzewellen im Sommer... Besucherverluste waren somit kaum abzuwenden.

Nur wenige Kategorien blieben von dem Negativtrend verschont. Die meisten setzten ihren Abwärtstrend aus dem Vorjahr fort. Für jedes zweite Segment bedeutete das Ergebnis 2013 sogar das Rekordtief der letzten fünf Jahre. Dies traf zu auf Ausflugsschiffe/Fähren, private Eisenbahnen, Kirchen, Naturinfozentren, Museen/ Ausstellungen, Freilichtmuseen/Besucherbergwerke, Stadtführungen. Viele Einrichtungen

Monatsverlauf Januar bis Dezember 2013 im Vergleich zu 2012



Besucherzahlen Januar bis Dezember 2013 im Vergleich zu 2012 (in %)



Quelle: dwif 2014, Wetterstationen

litten unter den Folgen der Flutkatastrophe (Beeinträchtigung des Betriebs aufgrund von Aufräumarbeiten und Sanierungsmaßnahmen). Doch das Jahr 2013 brachte auch Gewinner hervor. Für den Nachfrageanstieg in einzelnen Kategorien spielten Sondereffekte (Investitionen, Jubiläen, Sonderausstellungen etc.) die entscheidende Rolle.

Denkmäler/historische Bauwerke: +15,5 Prozent

Zugpferd (3. Tertial +63,7 Prozent)

Große Jubiläumsveranstaltungen im Herbst brachten den Denkmälern/historischen Bauwerken die Trendwende. Zwischen September und Dezember lagen die Besucherzahlen 63,7 Prozent über dem Vorjahreswert. Sie zogen damit an allen anderen vorbei und sicherten sich den Spitzenplatz im Gesamtranking. Die Situation ist trotzdem nicht durchweg positiv zu bewerten, denn die Mehrheit in dieser Kategorie (ohne publikumswirksame Events) verzeichnete Rückgänge.



Bergbahnen: +2,2 Prozent

Starker Saisonauftakt rettet Bilanz (3. Tertial -3,8 Prozent)

Nach einem schwachen Sommer büßten die Bergbahnen auch im letzten Jahresdrittel 3,8 Prozent ihrer Nachfrage ein. Dank eines überraschenden Saisonauftaktes blieb das Jahresergebnis aber dennoch in der Pluszone. Zudem fielen die Saisonzeiten 2013 etwas länger aus als im Vorjahr. Im Detail zeigte sich die Situation uneinheitlich. Unternehmen mit Zuwächsen und Rückgänge hielten sich die Waage.



Burgen/Schlösser: +0,1 Prozent

Sensationeller Jahresausklang (3. Tertial: +19,8 Prozent)

Besser hätte der Jahresausklang nicht laufen können! Herausragende Sonderausstellungen wie „Du bist die Kunst!“ auf Schloss Augustsburg sorgten für erfreuliche Zuwächse. 19,8 Prozent mehr Gäste lautete das Ergebnis im Zeitraum September bis Dezember. Allerdings wurden in den Vormonaten bereits hohe Verluste (Wegfall von Jubiläen und Sonderausstellungen) eingefahren. Die Zuwächse am Jahresende ermöglichten zumindest eine ausgeglichene Gesamtbilanz. Wermutstropfen: Rund 70 Prozent der Häuser verbuchten Besucherverluste.



Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: +0,1 Prozent

Knapp gerettet dank Investitionen (+6,0 Prozent)

Nur wenige Monate (Januar, April, September) wiesen eine negative Besucherbilanz bei den Freizeit-/Erlebniseinrichtungen auf. Allerdings fielen diese Einbußen sehr hoch aus, so dass schließlich nur eine schwarze Null am Ende des Jahres das Ergebnis war. Gleichzeitig war ein deutlicher Überhang an Einrichtungen mit Besucherverlusten zu beobachten. Die Zuwächse weniger Anbieter mit neuen Attraktionen verhinderten insgesamt Schlimmeres.



Landschaftsattraktionen: -0,8 Prozent

Gar nicht so schlecht (3. Tertial: +0,7 Prozent)

Auch wenn der Goldene Herbst am Ende ausblieb und das letzte Jahresdrittel nicht mehr für ein positives Vorzeichen sorgte, schlossen



Besucherentwicklung 2013

⇒ Westfalen-Lippe	+0,2 Prozent
↘ Sachsen:	-2,1 Prozent
↘ Thüringen:	-2,2 Prozent
↘ Niedersachsen	-3,1 Prozent
↘ Brandenburg:	-3,9 Prozent
↘ Mecklenburg-Vorpommern:	-5,9 Prozent
↘ Sachsen-Anhalt:	-12,2 Prozent

die Landschaftsattraktionen das Jahr 2013 nur mit einem leichten Besucherminus ab. Fakt ist zwar, dass die meisten Parks und Gärten Besucherverluste einfuhren. Angesichts der schwierigen Witterungsbedingungen ist das Gesamtergebnis mit nahezu gleich bleibenden Zahlen jedoch als durchaus positiv zu bewerten.

Stadtführungen: -1,2 Prozent**Entscheidung fiel im Sommer (3. Tertial: -1,2 Prozent)**

Das letzte Tertial bestätigte die Bilanz der Stadtführungen im bisherigen Jahresverlauf. Letztlich war das durchwachsene Geschäft in den Sommermonaten entscheidend: Im Juni (-9,8 Prozent) und im September (-6,8), Monaten mit hohem Besucheraufkommen, nutzten deutlich weniger Personen das Angebot. Von Anbieter zu Anbieter war die Situation naturgemäß unterschiedlich. Teilweise wurden die Rückgänge mit neuen Wettbewerbern begründet. Auffällig: Unter den Gewinnern befanden sich viele Anbieter aus Thüringen.

Freilichtmuseen/Besucherbergwerke: -2,8 Prozent**Saisonauftakt verhindert besseres Ergebnis****(3. Tertial: +3,1 Prozent)**

Bereits im ersten Tertial bauten die Freilichtmuseen/Besucherbergwerke einen klaren Rückstand auf, der sich in den Sommermonaten nochmals vergrößerte. Die Zuwächse in den letzten vier Monaten des Jahres konnten die Entwicklung nicht mehr umkehren. Unterschiede zwischen den Entwicklungstrends von Besucherbergwerken und Freilichtmuseen waren insgesamt nicht erkennbar. Dies sah im Sommer noch anders aus, als die Freilichtmuseen klar vorne waren.

Museen/Ausstellungen: -4,7 Prozent**Große Häuser mit Einbußen (3. Tertial: -1,8 Prozent)**

Trotz nahezu ähnlicher Anzahl an Gewinnern und Verlierern rutschte die Bilanz der Museen/Ausstellungen deutlich in die Minuszone. Denn fast alle Einrichtungen mit über 200.000 Besuchern jährlich registrierten weniger Gäste als im Vorjahr. So pendelte sich das Gesamtergebnis bei -4,7 Prozent ein. Den stärksten Besucherrückgang verzeichneten die Einrichtungen im April (-19,1 Prozent).

Naturinfozentren: -7,0 Prozent**Mehrheit verliert (3. Tertial: -6,8 Prozent)**

Bereits im dritten Jahr in Folge verfehlten die Naturinfozentren ihr Besucherniveau des Vorjahres. Insgesamt gingen die Zahlen in die-

sem Zeitraum um 16,1 Prozent zurück. Fast drei Viertel aller Häuser schlossen das Jahr 2013 wiederum mit einem negativen Vorzeichen ab. Unter den Gewinnern fanden sich vielfach kleinere Zentren, was kaum Impulse für das Gesamtergebnis auslöste.

Zoos/Tierparks: -9,8 Prozent**Kein einfaches Jahr (3. Tertial: +0,3 Prozent)**

Die Zoos/Tierparks blicken auf ein schwieriges Jahr zurück. Neben der widrigen Witterung waren auch die Effekte des Hochwassers spürbar (Betriebszeiten, Image). Der schlechte Saisonaufakt war für das Ergebnis allerdings entscheidend. So verbuchten die Zoos/Tierparks am Ende des Jahres 9,8 Prozent weniger Besucher. Insgesamt waren nur wenige Betriebe vom Negativtrend ausgenommen.

Kirchen: -11,1 Prozent**Viele mit negativer Besucherbilanz (3. Tertial: -6,3 Prozent)**

Im letzten Tertial (-6,3 Prozent) mussten die Kirchen nochmals ein Besucherminus verkraften. Insgesamt fiel das Interesse um 11,1 Prozent gegenüber 2012. Bei sieben von neun Kirchen rutschte das Ergebnis in die Minuszone. Viele Monate wiesen eine Verlustrate in zweistelliger Höhe auf, wobei es die Einrichtungen im April (-37,4 Prozent) am härtesten traf.

Private Eisenbahnen: -12,8 Prozent**Fast alle Monate mit negativer Bilanz (3. Tertial: -10,1 Prozent)**

Nach einem schwachen Sommer setzte auch der Jahresausklang keine Akzente. Die Fahrgastzahlen bewegten sich im Zeitraum September bis Dezember deutlich unter dem Vorjahreswert. Bis auf den März (+19,9 Prozent) fiel die Bilanz in allen Monaten negativ aus. Der April (-34,9) und der Juni (-23,8) fielen durch hohe Verlustraten auf. Auch das Hochwasser hinterließ Spuren: Ab Juni war der Betrieb teilweise aufgrund überfluteter Gleisbetten und der Gefahr umstürzender Bäume behindert.

Ausflugsschiffe/Fähren: -20,6 Prozent**Schiffbruch (3. Tertial: -15,8 Prozent)**

Die höchsten Verluste unter allen Kategorien hatten am Ende des Jahres die Ausflugsschiffe/Fähren. Hier kamen die Folgen des Hochwassers verschärfend hinzu, wenngleich alle erfassten Anbieter rückläufige Fahrgastzahlen meldeten. Am deutlichsten fielen die Verluste im Juni aus. Das Fahrgastaufkommen erreichte hier nur rund 36 Prozent des Vorjahresniveaus.

Ausblick Freizeitwirtschaft:

Die ostdeutsche Freizeitwirtschaft blickt verhalten optimistisch auf das Jahr 2014. Dies zeigt eine exklusive Befragung der Wetterstationen. Die Mehrheit geht von stabilen Besucherzahlen aus. Bei günstigen Witterungsbedingungen erwartet rund ein Drittel steigende Nachfrage – vor allem dort, wo verstärktes Marketing, Investitionen und Events geplant sind. Neben dem zunehmenden Wettbewerbsdruck zählen die Bewältigung der Folgen des demografischen Wandels, die zunehmende Erlebnisinszenierung der Angebote, die Berücksichtigung von nachhaltigen Aspekten sowie die Digitalisierung zu den Herausforderungen.

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland – Ihre Ansprechpartner:

Wetterstationen:
dwif-Consulting GmbH
Wiebke Leverenz
04403/62 98-11
www.dwif.de
wetterstationen@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