

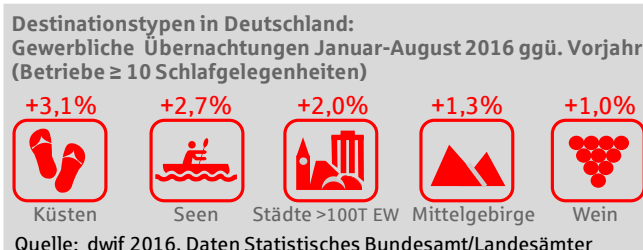
Touristische Nachfrage in den Regionen und Bundesländern

Zwischenbilanz: Ostdeutschland-Tourismus im Plus


Ostdeutschlands gewerbliche Beherbergungsbetriebe erreichten nach den ersten acht Monaten des Tourismusjahres 2016 ein Nachfrageplus von 0,69 Mio. Übernachtungen (+1,3 Prozent).


Der Inlandstourismus verbesserte sich um 1,4 Prozent. Mit Ausnahme Sachsen-Anhalts war der Binnenmarkt Wachstumstreiber, ähnlich dem Bundestrend. Die ostdeutsche Auslandsnachfrage stagnierte ($\pm 0,0$ Prozent). Schwierige Rahmenbedingungen der Weltwirtschaft und die Sicherheitslage stellen den Incoming-Tourismus aktuell vor Herausforderungen.


Rund 60 Prozent der ostdeutschen Regionen (25 von 42) verbesserten ihr Ergebnis des Vorjahreszeitraums. Drei räumliche Wachstumsschwerpunkte lassen sich derzeit ausmachen: das nördliche Thüringen, der Osten Brandenburgs sowie die Ostseeküste. Die letztjährig von der BUGA profitierenden Regionen Havelland und Altmark liegen aktuell zwar im Minus, befinden sich jedoch noch über dem Niveau von 2014. Die ostdeutschen Städte entwickelten sich uneinheitlich: Leipzig, Cottbus, Eisenach, Erfurt, Jena und Weimar lagen deutlich im Plus, während Chemnitz, Halle, Magdeburg und Dresden ihr Vorjahresergebnis nicht erreichten.



Ostdeutschlands Regionen im Destinationsvergleich

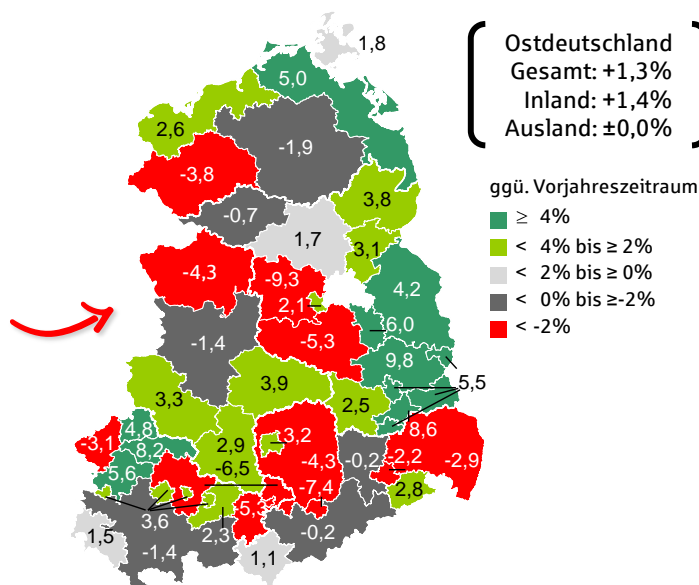
 Die deutschen Küstenregionen waren noch vor den Städten der dynamischste Destinationstyp. Dank Vorpommern entwickelten sich die ostdeutschen Vertreter (+3,3 Prozent) leicht dynamischer als die westdeutschen Wettbewerber.

 Die deutschen Seenregionen lagen mit ihrem Ergebnis über dem Bundestrend. Die ostdeutschen Seen konnten die Dynamik nicht ganz mitgehen (+1,6 Prozent). Die Entwicklungsspanne reichte vom Spreewald mit einem fast zweistelligen Wachstum bis zur Mecklenburgischen Seenplatte mit einem leichten Minus.

 Die Mittelgebirge entwickelten sich unterdurchschnittlich. Auch die ostdeutschen Regionen lagen nur knapp im Plus (+0,5 Prozent). Auf Wachstumskurs befindet sich der Harz (gesamt +2,6, darunter Thüringen +4,8 und Sachsen-Anhalt +3,3 Prozent)

Gewerbliche Übernachtungen Januar-August 2016 ggü. Vorjahreszeitraum (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)

| | ÜN (Mio.) | ggü. Vorjahr |
|--------------------------|-------------|--------------|
| Deutschland | 304,9 | +2,2% |
| Hamburg | 8,8 | +4,8% |
| Bayern | 62,1 | +3,5% |
| Schleswig-Holstein | 20,4 | +3,3% |
| Berlin | 20,5 | +2,7% |
| Niedersachsen | 29,6 | +2,7% |
| Baden-Württemberg | 35,2 | +2,5% |
| Brandenburg | 9,1 | +2,3% |
| Bremen | 1,6 | +2,3% |
| Meckl.-Vorpommern | 22,2 | +2,2% |
| Sachsen-Anhalt | 5,2 | +1,7% |
| Hessen | 21,8 | +1,1% |
| Nordrhein-Westfalen | 32,6 | +1,1% |
| Saarland | 2,0 | +0,8% |
| Rheinland-Pfalz | 14,8 | +0,1% |
| Thüringen | 6,6 | +0,1% |
| Sachsen | 12,4 | -0,7% |



Vorjahresvergleich betrieblicher Kennziffern: Kostenbelastung durch Personal und Waren in Ostdeutschland gesunken

Aus betriebswirtschaftlicher Sicht sind die beiden Kostenpositionen Personal- und Warenaufwand die beiden Hauptkostenblöcke im Gastgewerbe. Als Quote ausgedrückt geben diese an, wieviel Prozent des Gesamtumsatzes zur Bezahlung für Mitarbeiter und Waren eingesetzt werden. In Ostdeutschland wurden 2014 rund 52 Prozent des Umsatzes für Personal und Waren im fortlaufenden Betrieb benötigt. Am höchsten fallen die Werte in Sachsen (58,7 Prozent) und am geringsten in Mecklenburg-Vorpommern (45,5 Prozent) aus. Bei beiden Kennzahlen gilt: Ein hoher Wert ist nicht automatisch negativ. Aus Sicht der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe gilt vielmehr, dass eine gute Balance zwischen Kosten und Qualität gefunden werden muss.

Zuletzt stieg die Personalaufwandsquote in Ostdeutschland um 0,7 Prozentpunkte an. Die Warenaufwandsquote konnte im selben Zeitraum deutlich um 1,8 Prozentpunkte gesenkt werden. Ursächlich hierfür sind Rückgänge in Sachsen-Anhalt (-2,6 Prozentpunkte) und Thüringen (-2,2 Prozentpunkte). Erfreulich: Die Gesamtkostenbelastung beider Werte sank um 1,1 Prozentpunkte und damit stärker als in Deutschland (-0,8 Prozentpunkte).

Beide Kennzahlen sollten von den ostdeutschen Betrieben fortlaufend im Auge behalten werden. Zum einen dürfte sich der ab 1. Januar 2015 gültige gesetzliche Mindestlohn von 8,50 Euro pro Stunde auf die Kostenstruktur der Betriebe ausgewirkt haben. Zum

anderen haben sich die Einkaufspreise für Lebensmittel und Getränke in den letzten Jahren fortlaufend erhöht.

Mögliche Maßnahmen um steigenden Kosten gegenzusteuern:

- Die Warenaufwendungen können durch mindestens jährliche Neukalkulationen der Deckungsbeiträge optimiert werden. Zudem können Einkaufsgenossenschaften eine Option darstellen.
- Sollten die Personalkosten aus betriebswirtschaftlicher Sicht zu hoch ausfallen, sollte gemeinsam mit den Mitarbeitern über das Gesamtpaket aus Gehalt, flexibler und individueller Zeiteinteilung, Weiterbildungsmaßnahmen und womöglich kostenfreien Unterkünften oder Verpflegungen gesprochen werden.

Personal- und Warenaufwandsquote im Gastgewerbe

| | Personalaufwandsquote in % | | Warenaufwand in % vom Umsatz | |
|-------------------------------|----------------------------|------|------------------------------|------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Brandenburg | 31,3 | 31,1 | 23,5 | 24,6 |
| Mecklenburg-Vorpommern | 27,3 | 26,0 | 18,1 | 19,5 |
| Sachsen | 30,7 | 32,5 | 24,3 | 26,2 |
| Sachsen-Anhalt | 34,2 | 29,2 | 21,9 | 24,6 |
| Thüringen | 32,0 | 30,7 | 22,7 | 24,9 |
| Ostdeutschland | 30,4 | 29,7 | 21,7 | 23,5 |
| Deutschland | 29,8 | 28,8 | 21,7 | 23,1 |

Quelle: dwif 2016, Daten STR-Global

Stimmungsumfrage bei ostdeutschen Touristikern

Dreimal jährlich findet die Online-Stimmungsumfrage der örtlichen und regionalen Touristiker in Ostdeutschland statt. Die Beteiligung an der Umfrage im Oktober 2016 lag bei 50 Prozent (das Panel umfasst 291 Personen, 144 haben geantwortet).

Januar bis August 2016: Bisher lief es gut!

Die Stimmung der ostdeutschen Touristiker ist nach Ablauf der ersten acht Monate 2016 positiv. Über 80 Prozent der Befragten zeigten sich mit der bisherigen Tourismusentwicklung zufrieden (67,8 Prozent) oder sogar sehr zufrieden (15,4 Prozent). Überwiegend lag dies an gestiegenen Gäste- und Übernachtungszahlen. Auch wenn sich das Wetter nicht immer von seiner besten Seite zeigte, so fielen die Ergebnisse dennoch überwiegend zufriedenstellend aus. Die Zufriedenheit wurde aber nicht nur am Nachfrageaufkommen festgemacht. Andere Faktoren wie zum Beispiel der Ansturm von wichtigen Projekten, die Entwicklung von neuen Angeboten oder die Fertigstellung von touristischer Infrastruktur spielten ebenfalls eine

Rolle. Negative Einschätzungen (weniger zufrieden: 12,6 Prozent; unzufrieden: 3,5 Prozent) wurden überwiegend mit rückläufigen Übernachtungszahlen begründet. Stellenweise wurde eine immer dünner werdende Personaldecke genannt, die eine innovative Tourismusarbeit zunehmend erschwert.

Einschätzungen zur Sommerferienregelung

In der letzten Zeit sind die Diskussionen rund um das Thema Sommerferienregelung und ihre Auswirkungen auf den Tourismus wieder etwas ruhiger geworden. Ein Indiz dafür, dass sich die Entwicklung in dieser Hinsicht gerade zufriedenstellend darstellt? Doch welchen Stellenwert hat das Thema aktuell für den Tourismus in Ostdeutschland? Im Rahmen des Stimmungsbarome-

ters wurden die Touristiker hierzu um eine kurze Einschätzung gebeten.

2016 war der Sommerferienkorridor wieder etwas länger als im Vorjahr (2016 82 Tage, 2015: 78 Tage). Für fast 55 Prozent der Touristiker hat sich dieser Aspekt positiv auf die Tourismusentwicklung ausgewirkt. So erachten auch knapp 50 Prozent der Befragten die Entzerrung der Sommerferien als entscheidenden Faktor für ihr jeweiliges Zuständigkeitsgebiet. Etwas geringer fällt der Anteil derer aus, die auch in den kommenden Jahren immer noch zu große Überschneidungen bei den Sommerferien sehen. Große Probleme werden vor allem in dem geballten Verkehrsaufkommen in der Hauptferienzeit gesehen. Allerdings ist es auch klassischen Ferienorten in den letzten Jahren mehr und mehr gelungen, die Saisonzeiten zu verlän-

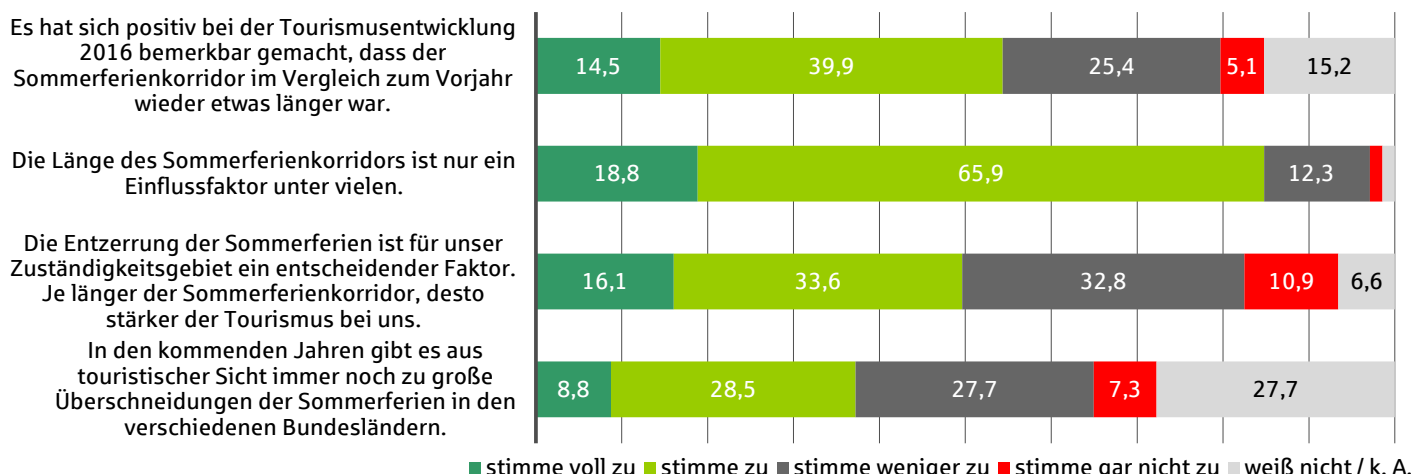
gern. Zum Teil stellt sich die Situation demnach auch nicht mehr so prekär dar wie vielleicht vor einigen Jahren.

Grundsätzlich kommt der Anzahl der Sommerferientage in vielen ostdeutschen Orten und Regionen aber eine wichtige Bedeutung zu. Auch wenn es letztlich nur ein Einflussfaktor unter vielen ist – so sieht es zumindest die große Mehrheit – gilt es hier am Ball zu bleiben und die Politik weiterhin für die touristischen Belange und Interessen zu sensibilisieren

Für Städtereiseziele oder überall dort, wo Familien nicht zur Hauptzielgruppe gehören, spielt die Länge des Sommerferienkorridors nur eine untergeordnete Rolle.

Einschätzungen zur Sommerferienregelung

Bewertung der Touristiker in ihrem Zuständigkeitsgebiet, Anteile in Prozent



Quelle: dwif 2016, Stimmungsumfrage

Freizeitwirtschaft Ostdeutschland: Besuchermonitoring

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

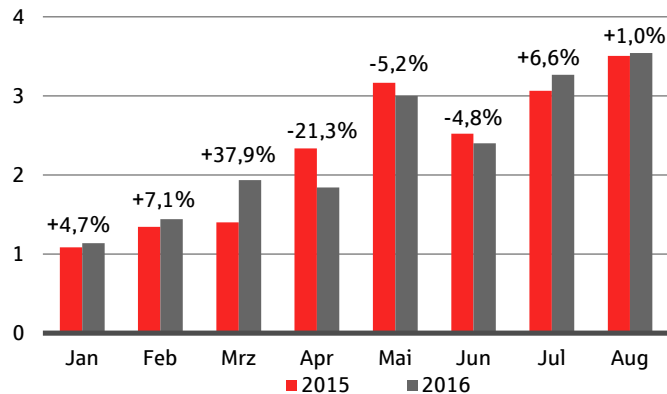
Januar bis August 2016: +0,7 Prozent Saisonauftritt rettet Gesamtbilanz! (2. Tertial: -0,4 Prozent)

Die Monate Mai bis August entwickelten sich für die ostdeutsche Freizeitwirtschaft nicht zufriedenstellend. Die Besucherzahlen rutschten in dieser Zeit knapp unter das Vorjahresniveau. Das Gesamtergebnis (+0,7 Prozent) fiel nur deshalb noch positiv aus, weil im 1. Tertial ein leichtes Polster aufgebaut wurde.

Trotz der schwachen Gesamtbilanz fand sich die Mehrheit der Angebotskategorien und 52,5 Prozent aller Einrichtungen auf der Gewinnerseite wieder. Dass das Ergebnis trotzdem nicht besser ausfiel, lag an überdurchschnittlich hohen Verlusten einzelner Kategorien. Extrem hohe Nachfrageeinbußen hatten die Kirchen zu verkraften. Ihre Entwicklung hatte großen Einfluss auf das Gesamtergebnis. Auch die besucherstarke Gruppe der Museen/Ausstellungen zog die ostdeutsche Bilanz nach unten.

Besucherentwicklung Januar bis August 2016 ggü. dem Vorjahreszeitraum in Ostdeutschland

Besucherzahlen in Millionen

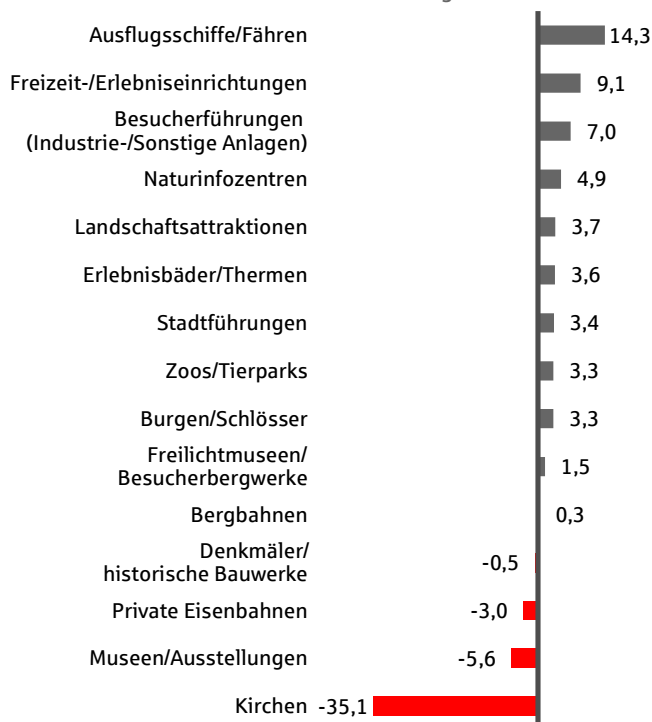


Quelle: dwif 2016, Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

Der Saisonauftakt gestaltete sich zunächst sehr positiv. Zwar machte sich auch in diesem Jahr der „Ostereffekt“ wieder deutlich bemerkbar. Ein starker März glich die Verluste im April vollständig aus. Gerade bei einem frühen Ostertermin gelingt dies nicht immer. Die Sommermonate verliefen deutlich schwächer. Einzig die Entwicklung im Juli stach hervor. Obwohl der August im Vorjahr mit sehr hohen Einbußen verbunden war, sprang 2016 nur ein leichtes Besucherplus heraus. Neben den Witterungsbedingungen war in beiden Monaten sicherlich auch die Lage der Ferientage ein Einflussfaktor.

Besucherzahlen Januar bis August 2016 ggü. dem Vorjahreszeitraum in Ostdeutschland

Besucherzahlen in Millionen, Veränderung in Prozent



Quelle: dwif 2016, Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

Ausflugsschiffe/Fähren: +14,3 Prozent
Zurück zur Normalität!
(2. Tertial: +15,4 Prozent)



Während die Anbieter in den Monaten Mai und Juni leichte Rückgänge verzeichneten, ging es im Juli (+41,0 Prozent) und August (+35,0 Prozent) mit voller Kraft voraus. Unter dem Strich beförderten die Ausflugsschiffe/Fähren bis Ende August 14,3 Prozent mehr Fahrgäste. Fast alle Unternehmen verspürten den Aufschwung. Das Fahrgastplus entsprach in etwa den Verlusten des Vorjahres, die allerdings auch eine Folge von Niedrigwasser waren. 2016 fand der Betrieb wieder planmäßig in allen Monaten statt.

Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: +9,1 Prozent
Stark! (2. Tertial: +8,1 Prozent)



Der bisherige Jahresverlauf verlief für die Freizeit- und Erlebniseinrichtungen mehr als zufriedenstellend. Nennenswerte Verluste waren lediglich im April (-26,3 Prozent) zu beobachten. Ein starker März glich diesen Rückgang jedoch vollständig aus. Zudem leistete der Zuwachs im Juli (+20,0 Prozent) einen wichtigen Beitrag zur positiven Gesamtbilanz. Auch im Detail zeigte sich die Situation erfreulich: Zwei Drittel aller Anbieter erzielten bis Ende August ein Besucherplus. Vor allem die „Großen“ legten eine hohe Dynamik an den Tag.

Besucherführungen: +7,0 Prozent
Mehrheit legt zu! (2. Tertial: +1,9 Prozent)



Die Entwicklung der erfassten Produktionsstätten mit Besucherführungen verlor im Zeitraum Mai bis August etwas an Fahrt. Die Monate Juli und August glichen die Verluste im Mai und Juni jedoch vollständig aus. Dank des guten Saisonstarts sprang insgesamt immer noch ein deutliches Besucherplus heraus. Die meisten Anbieter leisten ihren Beitrag zur positiven Gesamtbilanz.

Naturinfozentren: +4,9 Prozent
Fast alle Monate mit einem Besucherplus!
(2. Tertial: +3,5 Prozent)



Der positive Trend zum Saisonauftakt setzte sich bei den Naturinfozentren auch im Zeitraum Mai bis August (+3,5 Prozent) fort – wenn auch in etwas abgeschwächter Form. Besonders die ersten drei Monate des Jahres verliefen gut, angesichts der relativen Bedeutung dieses Zeitraums durchaus hervorzuheben. Im bisherigen Jahresverlauf lief nur im April (-22,0 Prozent) ein Besucherminus auf. Rund 60 Prozent aller Häuser fanden sich insgesamt auf der Gewinnerseite ein. Zu den Wachstumsmotoren zählten vor allem größere Anbieter.

Landschaftsattraktionen: +3,7 Prozent
An Fahrt verloren! (2. Tertial: -1,9 Prozent)



Noch zum Jahresstart führten die Landschaftsattraktionen das Gesamtranking aller Kategorien an. Im Zeitraum Mai bis August schrumpfte dieser Vorsprung jedoch erheblich. Zwar lag das Gesamtergebnis immer noch in der Pluszone und rund zwei Drittel aller Parks, Gärten etc. erzielten Besucherzuwächse. Dennoch konnte ein Abrutschen ins Mittelfeld nicht verhindert werden. Eine große Belastung für das Ergebnis stellten die Verluste im Mai (-17,7 Prozent) dar. Immerhin sorgte eine starker Juli (+20,4 Prozent) für etwas Ausgleich.

Erlebnisbäder/Thermen: +3,6 Prozent
Starker August (2. Tertial: +5,3 Prozent)



Die Monate Mai bis August verliefen für die Erlebnisbäder/Thermen außerordentlich erfolgreich. Mit Ausnahme des Monats Juni (-9,9 Prozent) fielen die Vorzeichen durchweg positiv aus. Vor allem der August glänzte mit einer überdurchschnittlichen hohen Steigerungsrate (+21,7 Prozent). Auch Impulse in Folge von Investitionen spielten in diesem Zusammenhang eine Rolle. Der Zuwachs bis Ende August (+3,6 Prozent) entsprach ungefähr dem Nachfragerückgang im Vorjahreszeitraum. Zu diesem Ergebnis leisten rund 57 Prozent aller Bäder ihren Beitrag.

Stadtführungen: +3,4 Prozent
Talsole durchschritten? (2. Tertial: +1,2 Prozent)



In den letzten Jahren hatten es die Stadtführungen nicht mehr so leicht. Die steigende Konkurrenz durch neue private Anbieter machte sich bei der Nachfrage bemerkbar. 2016 zeigte sich die Situation wieder etwas entspannter. Nach einem dynamischen Jahresauftakt gelang im Zeitraum Mai bis August immerhin ein leichtes Plus an Teilnehmern. Zwar liefen die Monate Mai bis Juli durchwachsen, aber ein erfolgreicher August (+11,9 Prozent) schob die Bilanz noch in die Positivzone. Erfreulich: Bisher verkauften fast zwei Drittel der Anbieter mehr Tickets als im Vorjahr.

Zoos/Tierparks: +3,3 Prozent
Etwas Boden gutgemacht! (2. Tertial: +4,9 Prozent)



Das Jahr 2016 kam für die Zoos/Tierparks nur schwer in Gang. Bis Ende Juni bewegten sich die Besucherzahlen auf Vorjahresniveau. Erst ein ausgesprochen guter Juli (+20,2 Prozent) brachte Klarheit. Der ansonsten besucherstärkste Monat August (-0,4 Prozent) hatte hingegen kaum Auswirkungen auf das Ergebnis. Rund 63 Prozent aller Anbieter lagen mit ihrer Besucherentwicklung im Trend. Das Herbstgeschäft dürfte das Geschäft aufgrund der günstigen Witterung nochmals angekurbelt haben.

Burgen/Schlösser: +3,3 Prozent
Polster reichte aus! (2. Tertial: -3,6 Prozent)



Die Besucherbilanz der Burgen/Schlösser fiel bis Ende August nur dank eines extrem dynamischen Saisonstarts noch positiv aus. Sonderausstellungen und der Abschluss von Baumaßnahmen einzelner Häuser zählten in dieser Zeit zu den Entwicklungsmotoren. Die Monate Mai bis August zeigten sich insgesamt deutlich schwächer. Mit Ausnahme des Monats Juli (+3,1 Prozent) lagen die Besucherzahlen durchweg unter dem Vorjahresniveau. Als besonders verlustreich erwies sich der Mai (-11,9 Prozent).

Freilichtmuseen/Besucherbergwerke: +1,5 Prozent
Vorsprung geschrumpft! (2. Tertial: -0,7 Prozent)



Das Polster aus dem Saisonstart schrumpfte nach Ablauf der Monate Mai bis August (-0,7 Prozent) erheblich. Dies lag überwiegend an den Einbußen im August (-7,5 Prozent). Insgesamt pendelte sich die Besucherbilanz der Freilichtmuseen und Besucherbergwerke schließlich leicht über dem Vorjahresniveau ein. Dabei gestaltete sich die Vorgabe aus dem Vorjahr nicht allzu anspruchsvoll. Zwar gab es einen leichten Überhang an Gewinnern, aber einige größere Anbieter hatten empfindliche Einbußen zu verkraften, was die Gesamtbilanz trübte.

Bergbahnen: +0,3 Prozent
Nur wenig Dampf! (2. Tertial: +0,9 Prozent)



Auf einen schwachen Saisonstart folgte eine verhaltene Bilanz im Zeitraum Mai bis August. Nach wie vor wechselten sich Zuwächse und Rückgänge fortlaufend ab. Ein starker Juli (+18,0 Prozent) rettete das Ergebnis noch knapp in die Positivzone. Gewinner und Verlierer hielten sich insgesamt die Waage.

Denkmäler / historische Bauwerke: -0,5 Prozent
Messlatte lag niedrig! (2. Tertial: -2,0 Prozent)



Nach hohen Verlusten im Vorjahreszeitraum sah es für die Denkmäler und historischen Bauwerke bislang auch 2016 nicht besser aus. Die Besucherzahlen rutschten sogar noch leicht um 0,5 Prozent in die Minuszone. Während die Einrichtungen zum Jahresstart zumindest noch ein knappes Plus erzielten, gingen die Besucherzahlen im Zeitraum Mai bis August zurück. Zwar entwickelten sich einzelne Anbieter überdurchschnittlich dynamisch. Gegen die Verluste der Mehrheit konnten sie jedoch nichts verrichten.

Private Eisenbahnen: -3,0 Prozent
Starke Schwankungen!
(2. Tertial: -2,4 Prozent)



Der Monatsverlauf der privaten Eisenbahnen wies bisher deutliche Schwankungen auf. Zuwächse und Rückgänge wechselten sich fortlaufend ab. Im 2. Tertial lagen die Fahrgastzahlen nur im Juli (+9,6 Prozent) über dem Vorjahresniveau. Bis Ende August verkauften rund 60 Prozent der Unternehmen weniger Fahrkarten als im Vorjahr. Ob große oder kleine Anbieter – Unterschiede waren dabei nicht erkennbar.

Besucherentwicklung Januar bis August 2016
nach ausgewählten Bundesländern/Regionen

| | |
|---------------------------|--------|
| – Brandenburg: | +7,2 % |
| – Westfalen-Lippe: | +2,9 % |
| – Thüringen: | +1,8 % |
| – Mecklenburg-Vorpommern: | +1,6 % |
| – Niedersachsen: | +0,4 % |
| – Sachsen: | ±0 % |
| – Sachsen-Anhalt: | -4,4 % |

Die Besucherentwicklung in den ostdeutschen Bundesländern war sehr differenziert. Einzig das Ergebnis in Sachsen-Anhalt rutschte in die Minuszone. Allerdings zeigte sich hier das Vorjahr außerordentlich nachfragestark. Sachsens Besucherbilanz war ausgeglichen. Ein besseres Ergebnis verhinderten vor allem die Verluste im musealen Bereich. Noch zum Saisonstart belegte Mecklenburg-Vorpommern die Spitzenposition im Länderranking. Bis Ende August verlor die Entwicklung etwas an Fahrt, so dass sich das Bundesland hinter Thüringen einordnete. Der Gewinner heißt nun Brandenburg. Hier holte die Freizeitwirtschaft im Zeitraum Mai bis August deutlich auf. Nicht zuletzt lag dies an guten Entwicklungen mehrerer Einrichtungen aus dem Freizeitbereich.

Museen/Ausstellungen: -5,6 Prozent
Herbe Verluste! (2. Tertial: -5,3 Prozent)



An der angespannten Situation der Museen/Ausstellungen hat sich auch nach Ablauf der Monate Mai bis August nichts geändert. In dieser Zeit lagen sie 5,3 Prozent unter dem Vorjahresniveau. In ähnlicher Höhe pendelte sich schließlich auch das Gesamtergebnis bis Ende August ein. Bisher lagen die Besucherzahlen nur im März (21,0 Prozent) über dem Vorjahresniveau. Den größten Dämpfer erhielt das Ergebnis im April (-25,7 Prozent). In den Folgemonaten fielen die Verluste immerhin nur einstellig aus. Überdurchschnittlich hohe Verluste standen nicht selten mit Sonderaspekten (zum Beispiel Sonderausstellungen oder Jubiläen im Vorjahr) in Zusammenhang. Für einige könnte zudem das allgemein geringere Besucheraufkommen in der Region eine Rolle gespielt haben. Immerhin rund 42 Prozent aller Häuser erzielten dennoch Zuwächse.

Kirchen: -35,1 Prozent
Mehrheit verliert!
(2. Tertial: -42,2 Prozent)



Aufgrund von Sondereffekten belegten die Kirchen im Vorjahr die Spitzenposition aller Angebotskategorien. Der aktuell hohe Rückgang war demnach nicht anders zu erwarten. Doch auch ohne diesen Aspekt hätte sich eine negative Bilanz ergeben – allerdings in deutlich abgeschwächter Form. Fast alle Häuser verzeichneten rückläufige Besucherzahlen. Immerhin gingen die Zuwächse des Vorjahres aber unter dem Strich nicht zur Gänze verloren.

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland – Ihre Ansprechpartner:

Wetterstationen:
 dwif-Consulting GmbH
 Wiebke Leverenz
 030/757 949-33
 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 69-18 17
 www.tourismusbarometer.de
 tourismusbarometer@osv-online.de