

### Ostdeutschland-Tourismus auf Kurs – dennoch unter Druck

Das Reisejahr 2016 war für den Tourismus in Deutschland und Ostdeutschland ein weiteres Rekordjahr. Allerdings entwickelte sich der Incoming-Tourismus auch in Anbetracht der schwierigen Rahmenbedingungen (Terror und politische Unruhen auch in Europa und in Deutschland) schwächer als in den Vorjahren.

Mit einem Übernachtungsplus von 1,8 Prozent lag Ostdeutschland 2016 insgesamt nur knapp unter dem Bundesdurchschnitt (+2,5 Prozent). Sachsen und Thüringen bildeten die Schlusslichter im Dynamikranking der Bundesländer. 79,5 Millionen Übernachtungen fanden in Ostdeutschland im vergangenen Jahr allein in den Betrieben ab 10 Betten statt, ein Allzeitrekord. Somit lag der Marktanteil der fünf ostdeutschen Bundesländer an allen Übernachtungen in Deutschland 2016 bei 17,8 Prozent. Das wiederum ist der geringste Wert seit der Jahrtausendwende. Zudem sinkt der Anteil seit dem Höchststand 2009 (19,3 Prozent) kontinuierlich.

In einem Jahr, in dem der Incoming-Tourismus bundesweit geschwächt wurde, hätte man durchaus erwarten können, dass die größtenteils durch inländische

Gäste dominierten ostdeutschen Destinationen stärker profitieren. Dies spiegelt sich in den Zahlen jedoch nicht wider, ein weiterer Hinweis auf das endliche Potenzial im Inland, aber auch den starken Wettbewerb zwischen den Destinationen.

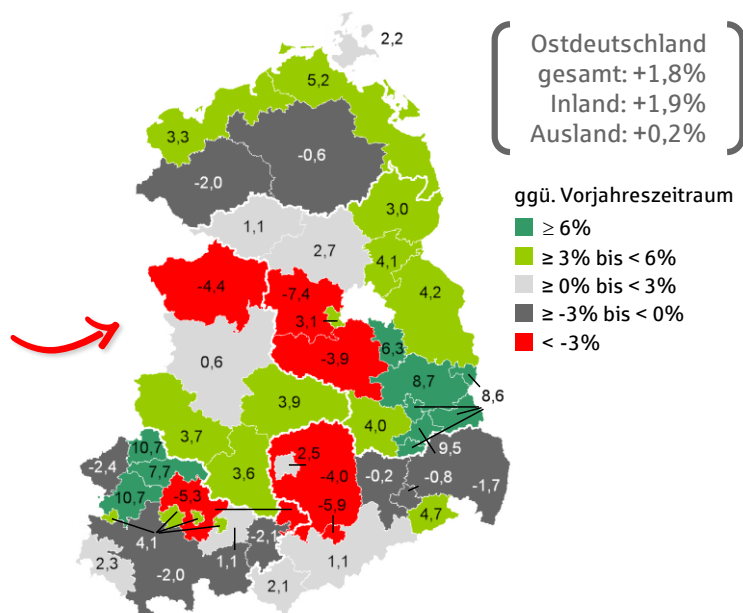
#### Ostdeutschlands Regionen im Destinationsvergleich

Reduziert auf die Zahl der Übernachtungen laut amtlicher Tourismusstatistik, verbuchten rund drei Viertel der ostdeutschen Regionen ein Jahr 2016 mit steigender Nachfrage. Besonders die Küstenregionen, der Grenzraum zu Polen und die Achse zwischen Spreewald und Harz entwickelten sich positiv. In den Mittelgebirgsregionen vom südöstlichsten Zipfel Sachsens bis in die Thüringer Rhön – mit Ausnahme der Sächsischen Schweiz – dominierten rückläufige Zahlen das Bild.

Die deutlichen Einbußen in den Reisegebieten der Buga 2016 sind typisch für das Jahr nach einem solchen Event. Umso erfreulicher ist der Übernachtungszuwachs im Land Brandenburg insgesamt (+2,9 Prozent) zu bewerten.

### Gewerbliche Übernachtungen 2016 ggü. Vorjahreszeitraum (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)

	ÜN (Mio.)	ggü. Vorjahr
Deutschland	447,2	2,5%
Hamburg	13,3	5,5%
Schleswig-Holstein	28,2	4,1%
Niedersachsen	42,8	3,5%
Bayern	90,8	3,1%
<b>Brandenburg</b>	<b>12,9</b>	<b>2,9%</b>
<b>Mecklenburg-Vorpommern</b>	<b>30,3</b>	<b>2,8%</b>
Berlin	31,1	2,7%
Baden-Württemberg	52,0	2,5%
<b>Sachsen-Anhalt</b>	<b>7,8</b>	<b>2,4%</b>
Nordrhein-Westfalen	49,6	1,9%
Hessen	32,6	1,3%
Saarland	3,0	1,3%
Bremen	2,4	1,2%
Rheinland-Pfalz	21,9	0,6%
<b>Sachsen</b>	<b>18,8</b>	<b>0,1%</b>
<b>Thüringen</b>	<b>9,7</b>	<b>-0,2%</b>



### Vorjahresvergleich betrieblicher Kennziffern: Gute Betriebsergebnisse erhöhen die Schuldentilgungsfähigkeit der Betriebe

Aus betriebswirtschaftlicher Sicht vollzog sich im ostdeutschen Gastgewerbe in den letzten Jahren eine durchaus positive Entwicklung. Die Geschäftslage wird von mehr als neun von zehn Betrieben als stabil bis verbessert bewertet (Quelle: DIHK Saisonumfrage Herbst 2016). Der durchschnittliche Nettozimmerpreis lag 2016 ganzjährig – insbesondere im Mai, Juli und September (+5,50 bis +6,00 Euro) über dem Vorjahresniveau und stieg im Jahresdurchschnitt in Ostdeutschland von 75,90 Euro auf 79,60 Euro an (Quelle: STR-Global). Gleichzeitig blieben die zwei großen Kostenblöcke kumuliert betrachtet weitgehend konstant. Die Personalkosten stiegen und die Warenaufwendungen sanken.

Die gute Entwicklung hält seit den Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise im Jahr 2009 an. Seither verzeichnen die Betriebe durchweg bessere Betriebsergebnisse. Die durchschnittliche Umsatzrendite (Gewinnmarge) lag im ostdeutschen Gastgewerbe zwischen 2004 und 2009 bei 5,8 Prozent pro Jahr und stieg im Durchschnitt von 2010 bis 2015 auf 7,6 Prozent an. Die Cash-Flow-Rate stieg im selben Zeitraum ebenfalls um 0,4 %-Punkte.

Das Resultat: Die nachhaltig verbesserten Betriebsergebnisse lassen die Eigenkapitaldecke der Betriebe wachsen. In Ostdeutschland legte die Eigenkapitalquote von 3,8 Prozent (2010) auf 10,9 Prozent (2015) deutlich zu. Im selben Zeitraum stieg diese in Deutschland von 0,0 Prozent auf 5,9 Prozent an. Die verbesserte finanzielle Situation lässt zudem die Schuldentilgungsfähigkeit der Betriebe steigen. Diese lässt sich anhand der Entwicklung des „Dynamischen Verschuldungsgrades“ messen, welcher grob umschrieben, die Zeitspan-

ne eines Betriebes bis zur frühestmöglichen Schuldentilgung – bei Volleinzahlung des jährlichen Cash-Flows – ausdrückt. Seit 2005 konnte der dynamische Verschuldungsgrad in Ostdeutschland von 9,5 auf zuletzt 6,1 Jahre reduziert werden. In den einzelnen Bundesländern stellt sich die Situation wie folgt dar:

- In allen fünf Bundesländern sank der dynamische Verschuldungsgrad um zwei bis fünf Jahre.
- Klar verbesserten sich die Betriebe in Thüringen und Sachsen.
- Sachsen-Anhalt weist den höchsten und damit negativsten Wert aus.
- Insgesamt hat sich die betriebswirtschaftliche Situation des ostdeutschen Gastgewerbes in den letzten fünf Jahren nachhaltig verbessert. Der Handlungsspielraum für Investitionen in die Zukunft der Betriebe (Personal, Weiterbildung, Zertifizierungen, Marketing, Infrastruktur etc.) ist deutlich größer und aufgrund der verbesserten Kapitaldecke dürften Bonitätsprüfungen und Kreditaufnahmen leichter fallen.

	Dyn. Verschuldungsgrad im Gastgewerbe (in Jahre)		
	2005	2014	2015
Brandenburg	8,1	5,9	5,8
Mecklenburg-Vorpommern	9,0	5,4	5,9
Sachsen	9,0	4,3	5,2
Sachsen-Anhalt	11,6	7,2	8,3
Thüringen	10,2	5,0	5,1
Ostdeutschland	9,5	5,4	6,1
Deutschland	6,2	4,0	4,2

Quelle: dwif 2017, DSV EBIL-Bilanzdaten

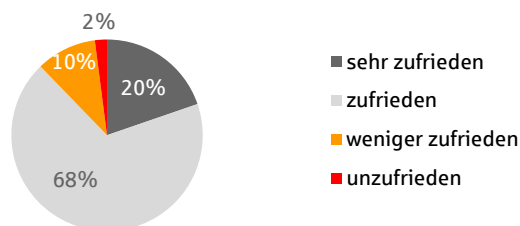
### Stimmungsumfrage bei ostdeutschen Touristikern

Dreimal jährlich findet die Online-Stimmungsumfrage der örtlichen und regionalen Touristiker in Ostdeutschland statt. Die Beteiligung an der Umfrage im Februar 2017 lag bei 52 Prozent (das Panel umfasst 288 Personen, 149 haben geantwortet).

#### Januar bis Dezember 2016: Hoher Zufriedenheitsgrad!

Fast 90 % der ostdeutschen Touristiker zeigten sich mit der Tourismusentwicklung 2016 zufrieden bis sehr zufrieden. Damit ist der Anteil positiver Stimmen im Vergleich zum Vorjahr stabil. Als Grund für die gute Stimmung wurden vor allem die wachsenden Gäste- und Übernachtungszahlen genannt. Partiiell wurde dies bereits 2016 auf das Lutherjubiläum zurückgeführt.

#### Zufriedenheit der ostdeutschen Touristiker mit dem Tourismusjahr 2016



Quelle: dwif 2017, Stimmungsumfrage

Negative Einschätzungen standen unter anderem mit schwierigen Rahmenbedingungen (zum Beispiel ÖPNV-Anbindung, zu geringe Bettenkapazitäten) in Zusammenhang. Stellenweise sei zudem der Rechtfertigungsdruck der Tourismusarbeit gegenüber der Politik gestiegen, was das Voranbringen der inhaltlichen Aufgaben zunehmend erschwere.

**Herausforderungen für die Touristiker 2017**

Die Erwartungen an eine professionelle Tourismusarbeit steigen kontinuierlich. Nicht immer sind aber die Personal- und Budgetausstattung der Organisationen derart ausgestaltet, den vielfältigen Anforderungen ausreichend Rechnung zu tragen. So erachteten jeweils rund ein Fünftel der Touristiker die Personal- und Budgetsituationen als „schlecht“. Eine deutliche Verbesserung für 2017 ist nur vereinzelt zu erwarten. Für die Zukunft gilt: Sämtliche Aktivitäten und Handlungsfelder auf den Prüfstand zu stellen. In einigen Fällen wird es auch notwendig sein, klassische Aufgaben zugun-

ten neuer Anforderungen aufzugeben. Dies erfordert auch ein Umdenken in der Wahrnehmung der Rolle der eigenen Organisation.

Nach wie vor ganz oben auf der Arbeitsagenda vieler Touristiker stehen Außenmarketing (42 Prozent) und Innenmarketing (38 Prozent). Im Vergleich zu den Vorjahren hat die Bedeutung allerdings etwas abgenommen (jeweils um rund 4 Prozentpunkte). Auf Platz drei rangiert die Produktentwicklung (35 Prozent), deren Relevanz im Vergleich zu 2016 leicht gestiegen ist. Den größten Sprung im Vergleich zu früheren Jahren machte insgesamt das Themenfeld „Strukturentwicklung der eigenen Organisation“. Nun auf Platz 4 der wichtigsten Arbeitsfelder wollen sich rund 34 Prozent der Touristiker verstärkt diesen Fragestellungen im Jahr 2017 widmen. Dies entspricht einem Bedeutungszuwachs von rund 9 Prozentpunkten.

**Freizeitwirtschaft Ostdeutschland: Besuchermonitoring**

Ein wichtiger Indikator für die Nachfrageentwicklung im Tourismus sind die Besucherzahlen tourismusrelevanter Einrichtungen und Angebote der Freizeitwirtschaft. Hierzu gehören beispielsweise Erlebnisbäder, Museen/Ausstellungen, Naturinfozentren, Zoos, Ausflugsschiffe/Fähren, Schlösser/Burgen, Bergbahnen, Freizeit-/Erlebniseinrichtungen, Stadtführungen etc.

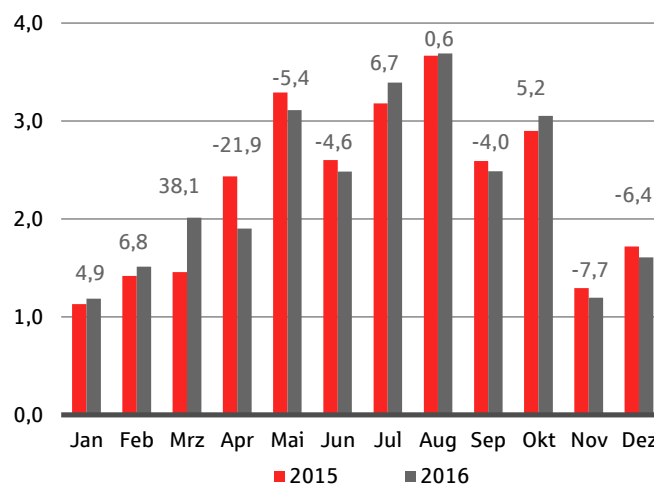
**Januar bis August 2016: -0,2 Prozent Schade! (3. Tertial: -1,9 Prozent)**

Am Ende reichte es nicht mehr ganz für ein positives Vorzeichen. Nachdem die Besucherzahlen der ostdeutschen Freizeitwirtschaft bis Ende August noch eine schwarze Null schrieben, erwiesen sich die Besucher-einbußen im letzten Jahresdrittel (-1,9 Prozent) als Zünglein an der Waage. Unter dem Strich waren für 2016 schließlich -0,2 Prozent das Ergebnis. Nur ein außerordentlich guter Saisonauftakt verhinderte ein noch stärkeres Abrutschen in die Minuszone.

Ungeachtet der stagnierenden Gesamtbilanz erzielte die Mehrheit aller Angebotskategorien und fast 60 Prozent aller Einrichtungen Besucherzuwächse. Einzelne Kategorien kämpften jedoch mit überdurchschnittlich hohen Verlusten und schwächten damit das ostdeutsche Gesamtergebnis, allen voran die Kirchen, die mit extrem hohen Nachfrageeinbußen zu kämpfen hatten. Allerdings spielten in diesem Zusammenhang Sonderaspekte eine elementare Rolle. Auch die besucherstarke Gruppe der Museen/Ausstellungen stellte eine Belastung für die Besucherbilanz 2016 dar.

**Besucherentwicklung Januar bis Dezember 2016 ggü. dem Vorjahreszeitraum in Ostdeutschland**

Besucherzahlen in Millionen, Veränderung in Prozent

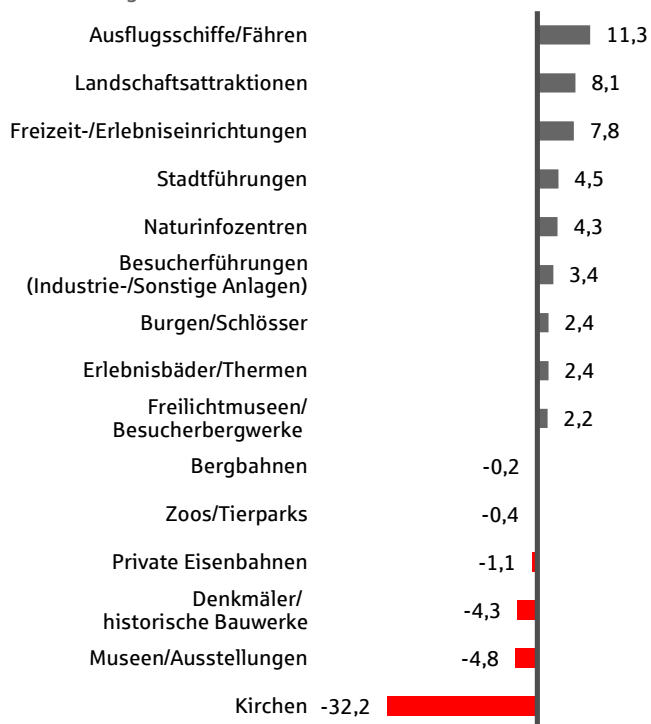


Quelle: dwif 2017, Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

Zum Saisonauftakt baute die Freizeitwirtschaft zunächst ein deutliches Polster auf. Ohne diese Zuwächse hätte sich das Gesamtergebnis wesentlich schlechter gezeigt. Grundsätzlich machte sich zwar auch 2016 der „Ostereffekt“ wieder deutlich bemerkbar. Die Zuwächse im März reichten jedoch aus, um die Verluste im April vollständig auszugleichen. Nicht immer gelingt dies bei einem frühen Ostertermin. Die darauffolgenden Sommermonate verliefen deutlich schwächer. Lediglich der Juli punktete mit einer guten Zuwachsrate. Obwohl die Messlatte im August nicht besonders hoch lag, sprang nur ein leichtes Besucherplus heraus. Neben den Witterungsbedingungen war in beiden Monaten sicherlich auch die Lage der Ferientage ein Einflussfaktor. Das letzte Jahresdrittel zeigte sich dann nur noch durchwachsen. Einzig der Oktober entwickelte sich besser – allerdings auch ausgehend von einem relativ schwachen Vorjahresniveau. In den übrigen Monaten waren die Besucherzahlen rückläufig, obwohl ein Wachstum angesichts der Vorgaben aus 2015 durchaus im Bereich des Machbaren gewesen wäre.

**Dezember 2016 ggü. dem Vorjahreszeitraum in Ostdeutschland**

Veränderung in Prozent



Quelle: dwif 2017, Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

**Ausflugschiffe/Fähren: +11,3 Prozent  
Mehrheit der Anbieter auf Kurs!  
(3. Tertial: +2,7 Prozent)**



Nachdem Niedrigwasser im Vorjahr den Betrieb stark beeinträchtigte, fanden die Ausflugschiffe/Fähren 2016 fast wieder zu alter Stärke zurück. Nicht wenige Monate wiesen zweistellige Zuwachsraten auf. Großen Anteil am Jahresergebnis hatten vor allem die Sommermonate Juli (+41,0 Prozent) und August (+35,0 Prozent). Insgesamt beförderten über 80 Prozent der Unternehmen mehr Fahrgäste als im Vorjahr. Wermutstropfen: Trotz des deutlichen Fahrgastzuwachses konnten die hohen Vorjahresverluste noch nicht ganz ausgeglichen werden.

**Landschaftsattraktionen: +8,1 Prozent  
Sensationeller Jahresausklang!  
(3. Tertial: +20,3 Prozent)**



Klassischerweise hat das letzte Tertial nicht den größten Stellenwert bei den Landschaftsattraktionen. Nicht so 2016: Der Besucheranstieg im Zeitraum September bis Dezember (+20,3 Prozent) fiel derart hoch aus, dass das Jahresergebnis noch einmal um einige Prozentpunkte nach oben korrigiert wurde. Eine wichtige Rolle spielten in diesem Zusammenhang die Zuwächse im September (+26,4 Prozent) und Oktober (+33,7 Prozent). Die Verluste des Vorjahres wurden 2016 mehr als ausgeglichen. Fast 80 Prozent aller Parks, Gärten etc. leisteten ihren Beitrag zum positiven Jahresergebnis.

**Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: +7,8 Prozent  
Die Großen entscheiden!  
(3. Tertial: +4,7 Prozent)**



Das letzte Tertial setzte bei den Freizeit- und Erlebniseinrichtungen einen positiven Schlusspunkt auf ein insgesamt erfolgreiches Jahr. Zwei Drittel aller Anbieter verkauften 2016 mehr Eintrittskarten als im Vorjahr. Erheblichen Schub erhielt das Ergebnis aber dank starker Zuwächse einzelner größerer Anbieter. Insgesamt wiesen nur wenige Monate eine negative Besucherbilanz auf. Neben einem guten Saisonauftakt sorgte auch der Juli (+20,0 Prozent) für Impulse beim Jahresergebnis.

**Stadtführungen: +4,5 Prozent  
Endspurt!  
(3. Tertial: +7,4 Prozent)**



Stadtführungen legten zum Jahresende nochmals zu. Alle Monate des 3. Tertials wiesen ein positives Vorzeichen auf. Besonders der Oktober (+15,8 Prozent) glänzte mit einem deutlichen Plus an Teilnehmern. Insgesamt wurden 2016 4,5 Prozent mehr Tickets als im Vorjahr verkauft. Fast drei Viertel aller Anbieter leis-

teten ihren Beitrag zu diesem positiven Ergebnis. Für eine Beantwortung der Frage, ob die Stadtführungen damit nach einigen schwierigen Jahren (in Folge des erhöhten Wettbewerbsdrucks durch neue private Anbieter) nun die Talsohle durchschritten haben, ist es zu diesem Zeitpunkt allerdings noch zu früh.

**Naturinfozentren: +4,3 Prozent**  
**Ergebnis nochmals ausgebaut**  
**(3. Tertial: +3,0 Prozent)**



Die Naturinfozentren knüpften an ihr gutes Vorjahresergebnis an und setzten ihren Positivtrend 2016 fort. Neben einem sehr guten Saisonauftakt erwies sich insgesamt auch der Oktober (+13,2 Prozent) zu einem Nachfragemotor. 60 Prozent aller Anbieter bilanzierten Zuwächse. Auf der Verliererseite fanden sich tendenziell eher kleinere Häuser, während sich größere besser entwickelten.

**Besucherführungen: +3,4 Prozent**  
**Schwacher Jahresausklang!**  
**(3. Tertial: -2,3 Prozent)**



Grundsätzlich zeigte sich das Jahr 2016 für die erfassten Produktionsstätten mit Besucherführungen positiv. Bis Ende August sah es jedoch noch deutlich besser aus. Der schwache Jahresausklang zog das Ergebnis um einige Prozentpunkte nach unten. Insgesamt fand sich die Mehrheit auf der Verliererseite wieder. Dass Ergebnis fiel dennoch positiv aus, weil sich unter den Gewinnern einige größere Anbieter befanden.

**Erlebnisbäder/Thermen: +2,4 Prozent**  
**Mehrheit legt zu!**  
**(3. Tertial: +0,2 Prozent)**



Unter dem Strich brachte das letzte Jahresdrittel für die Erlebnisbäder/Thermen keine größeren Veränderungen der Besucherzahlen mit sich. Im Detail zeigten sich jedoch Besonderheiten. Die meisten Monate wiesen eine negative Bilanz auf. Ein überaus starke Oktober (-10,0 Prozent) glich die Verluste jedoch aus. Damit entwickelte sich dieser zum besucherstärksten Monat 2016. Noch dynamischer war jedoch der August (+18,0 Prozent). Mit einem Anteil von fast 70 Prozent waren die Gewinner deutlich in der Überzahl. Ein besseres Ergebnis war nicht möglich, weil einzelne Bäder auch herbe Einbußen einfuhren.

**Burgen/Schlösser: +2,4 Prozent**  
**Richtungsweisender Saisonauftakt**  
**(3. Tertial: +0,4 Prozent)**



Letztlich fiel die Jahresbilanz der Burgen/Schlösser nur dank eines extrem dynamischen Saisonstarts positiv aus. Sonderausstellungen und der Abschluss von Baumaßnahmen einzelner Häuser zählten in dieser Zeit zu

den positiven Einflussfaktoren. Ab April verlief es dann durchwachsener. Zuwächse und Rückgänge standen in einem fortlaufenden Wechsel. Auch das letzte Jahresdrittel konnte keine entscheidenden Akzente setzen. Das Verhältnis zwischen Gewinnern und Verlierern zeigte sich insgesamt ausgeglichen. Einzelne größere Häuser erzielten überdurchschnittlich hohe Zuwächse und beeinflussten den Gesamttrend positiv.

**Besucherentwicklung Januar bis Dezember 2016**  
**nach ostdeutschen Bundesländern**

– Brandenburg:	+4,6 %
– Thüringen:	+1,1 %
– Mecklenburg-Vorpommern:	+1,0 %
– Sachsen:	-0,7 %
– Sachsen-Anhalt:	-4,8 %

Nach Ablauf der Monate September bis Dezember 2016 hat sich die Bilanz aller ostdeutschen Bundesländer nochmals leicht nach unten korrigiert. Ein einheitlicher Besuchertrend war jedoch nicht abzulesen. Die Spitzenposition im Gesamtranking mit einem klaren Besucherplus 2016 belegte Brandenburg. Einen wesentlichen Beitrag zu dieser Entwicklung leisteten mehrere Einrichtungen aus dem Freizeitbereich (besonders Freizeit-/Erlebniseinrichtungen). Etwas verhaltener verlief die Entwicklung in Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern. Hier erzielte die Freizeitwirtschaft jeweils leichte Zuwächse. Sachsen gehörte zwar zu den Verlierern, strich aber immerhin nur leichte Besucher-rückverluste ein. Hier schwächelten vor allem Museen/Ausstellungen. Mit deutlichen Nachfrageinbußen sah sich hingegen die Freizeitwirtschaft in Sachsen-Anhalt konfrontiert. Allerdings zeigte sich hier das Vorjahr außerordentlich nachfragestark.

**Freilichtmuseen/Besucherbergwerke: +2,2 Prozent**  
**Noch keine echte Trendwende!**  
**(3. Tertial: +3,0 Prozent)**



Für die Freilichtmuseen/Besucherbergwerke war das letzte Jahresdrittel (+3,0 Prozent) mit leichten Zuwächsen verbunden. Zwar hat dieser Zeitraum relativ gesehen nicht den größten Stellenwert, doch wirkte er sich immerhin stabilisierend auf das Jahresergebnis aus. Für einen Ausgleich der hohen Vorjahresverluste reichte es damit nicht. Zwar fand sich die Mehrheit auf der Gewinnerseite wieder. Einzelne größere Anbieter fuhren jedoch Verluste ein, was die Gesamtbilanz insgesamt dämpfte.

**Zoos/Tierparks: -0,4 Prozent**  
**Viel verspielt am Jahresende!**  
**(3. Tertial: -11,1 Prozent)**



Bis Ende August lag die Besucherbilanz der Zoos/Tierparks klar im Plus. Leider dämpfte das letzte Jahresdrittel die Entwicklung erheblich. Großen Anteil hieran hatten die überdurchschnittlich hohen Verluste im November (-37,6 Prozent) und Dezember (-28,5 Prozent). Schließlich rutschte das Ergebnis für 2016 noch ganz knapp in die Minuszone. Dabei waren die Gewinner insgesamt sogar leicht in der Überzahl. Einige größere Anbieter hatten jedoch zum Teil sehr empfindliche Einbußen zu verkraften. Dies blieb nicht ohne negative Auswirkungen auf das Gesamtergebnis.

**Bergbahnen: -0,2 Prozent**  
**Knapp verpasst!**  
**(3. Tertial: -1,6 Prozent)**



Bis Ende August lag die Bilanz der Bergbahnen noch leicht in der Pluszone. Wenngleich das letzte Jahresdrittel insgesamt nur mit mäßigen Einbußen verbunden war, rutschte die Bilanz dadurch noch knapp in den Minusbereich. Hierfür zeichneten letztlich die hohen Verluste im November (-45,9 Prozent) verantwortlich. Generell zeigte sich Monatsverlauf 2016 sehr wechselhaft. Gewinner und Verlierer hielten sich insgesamt die Waage.

**Private Eisenbahnen: -1,1 Prozent**  
**Noch Verkräftbar!**  
**(3. Tertial: -0,5 Prozent)**



Die privaten Eisenbahnen gehörten im Vorjahr zu den wenigen Gewinnerkategorien. Vor diesem Hintergrund relativiert sich der nur leichte Fahrgastrückgang 2016. Größere Schwankungen zeigten sich bis einschließlich Juli, dann fielen die Ausschläge geringer aus. Insgesamt beförderten rund 55 Prozent aller erfassten Unternehmen mehr Personen als im Vorjahr.

**Denkmäler / historische Bauwerke: -4,3 Prozent**  
**Besucherminus trotz niedriger Vorgabe!**  
**(3. Tertial: -12,8 Prozent)**



Trotz eines schwachen Vorjahres stellte sich für die Denkmäler und historischen Bauwerke auch 2016 keine Besserung ein. Mit einem Besucherverlust in Höhe

von 4,3 Prozent war das Gegenteil der Fall. Bis Ende August hielten sich die Einbußen noch in Grenzen. Das letzte Jahresdrittel erwies sich jedoch als verlustreich, weshalb sich das Gesamtergebnis für 2016 schließlich klar in der Minuszone bewegte. Großen Anteil hieran hatte der September (-19,6 Prozent). Vereinzelt waren durchaus überdurchschnittlich hohe Zuwächse zu beobachten. Dies reichte jedoch nicht, um einen Gegenpol zu den Verlusten der meisten Anbieter zu setzen.

**Museen/Ausstellungen: -4,8 Prozent**  
**Keine Besserung Sicht!**  
**(3. Tertial: -2,1 Prozent)**



Auch 2016 ließ eine positive Trendwende der Museen/Ausstellungen auf sich warten. Zwar hielten sich Gewinner und Verlierer insgesamt fast die Waage, dennoch lag das Gesamtergebnis für 2016 klar in der Minuszone. Überdurchschnittlich hohe Verluste standen häufig mit Sonderaspekten (zum Beispiel Sonderausstellungen oder Jubiläen im Vorjahr) in Zusammenhang. Stellenweise könnte zudem ein allgemein geringeres Besucheraufkommen eine Rolle gespielt haben. Die meisten Monate schlossen mit negativen Vorzeichen ab. Die größten Verluste im Jahresverlauf zeigten sich im April (-18,1 Prozent). Mit einer Entspannung der Situation ist 2017 jedoch zu rechnen. Das Reformationsjubiläum wird sicherlich für Impulse bei der Entwicklung der Museen/Ausstellungen sorgen.

**Kirchen: -32,2 Prozent**  
**Nicht anders zu erwarten!**  
**(3. Tertial: -28,3 Prozent)**



Das deutliche Besucherminus der Kirchen war nicht anders zu erwarten. Aufgrund von Sondereffekten belegten sie im Vorjahr die unangefochtene Spitzenposition aller Angebotskategorien. Insofern gestaltete sich die Vorgabe mehr als anspruchsvoll. Wenngleich auch in wesentlich abgeschwächter Form, hätte sich auch ohne Berücksichtigung dieses Sondereffektes für 2016 eine Negativbilanz ergeben. Etwas Positives kann dem Ergebnis aber dennoch abgewonnen werden, denn die aktuellen Verluste fielen immer noch geringer aus als die Zuwächse im Vorjahr.

**Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland – Ihre Ansprechpartner:**

Freizeitwirtschaft:  
 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