

Sparkassen- Tourismusbarometer Ostdeutschland

Länderveranstaltung Brandenburg
Neuruppin, 21. August 2019

Träger **Ostdeutscher
Sparkassenverband (OSV)**
mit Unterstützung durch:
**Sparkassen- und Giroverband
Hessen-Thüringen**

Durchführung **dwif-Consulting GmbH**
Referenten **Lars Bengsch
Karsten Heinsohn**

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

 dwif



1

Wie liefs in Brandenburg 2018/2019?

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

2

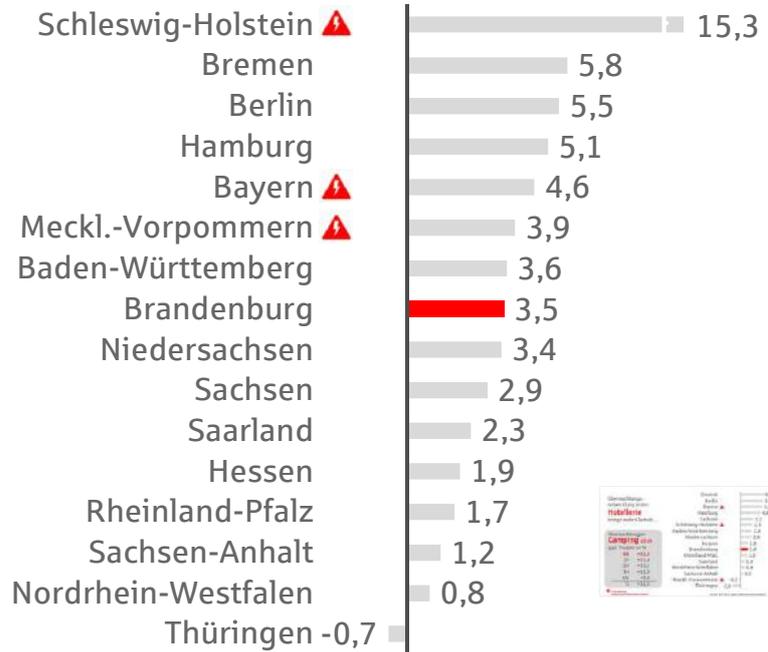
Statistik verzerrt die Realität!

Übernachtungen
2018 ggü. Vorjahr in %

 Berichtskreisprüfung

Ost-D +2,8
D +4,0

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



Quelle: dwif 2019, Daten: Statistisches Bundesamt



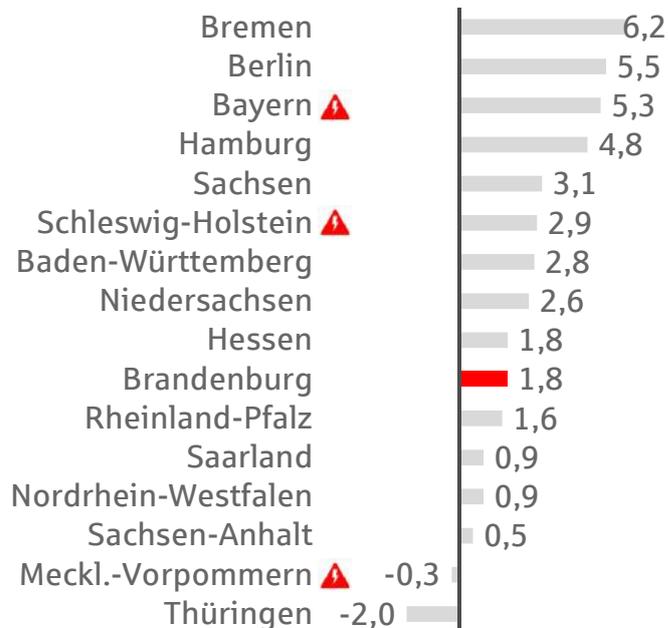
3

Übernachtungs-
entwicklung in der
Hotellerie
bringt mehr Klarheit...

Übernachtungen
Camping 2018
ggü. Vorjahr in %

BB	+15,5
ST	+13,4
SN	+13,1
TH	+11,9
MV	+9,9
D	+11,3

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



Quelle: dwif 2019, Daten: Statistisches Bundesamt



4

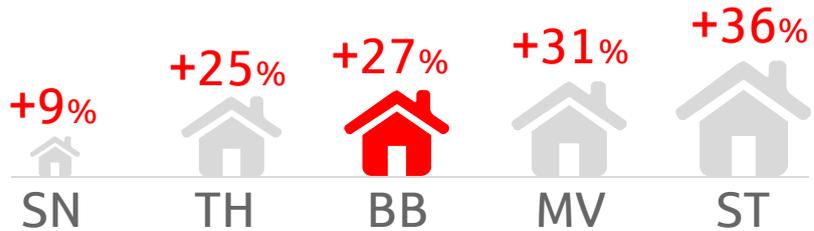
...airbnb-Angebot wächst – nicht nur Sharing!

2018: 15 Tsd.

2019: 19 Tsd.

Active Rentals Ost-D

airbnb Active Rentals 2019 ggü. 2018



Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband

Quelle: dwif 2019, Daten: airDNA

dwif

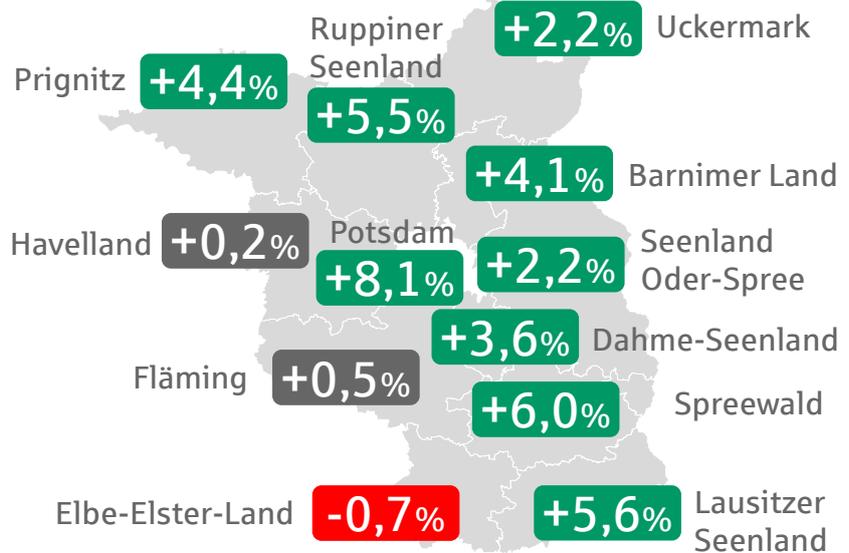
5

Brandenburg aktuell: Regionen fast durchgehend mit einem deutlichen Plus

Übernachtungen Januar-Juni 2019 ggü. Vorjahreszeitraum

BB +3,7%

D +3,8%



Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband

Quelle: dwif 2019, Daten: Statistisches Bundesamt

dwif

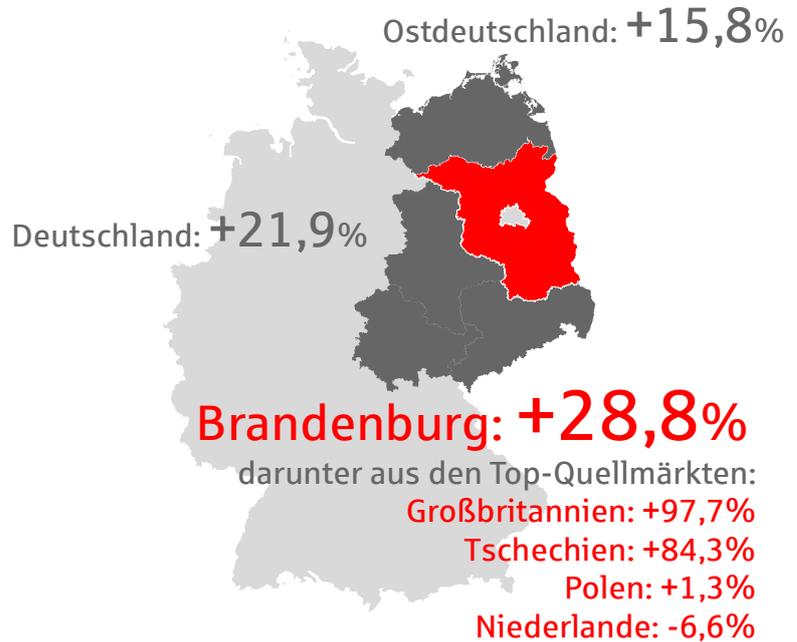
6

Incoming-tourismus entwickelt sich ambivalent

Übernachtungen Ausland
2018 ggü. 2013



Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



Quelle: dwif 2019,
Daten: Statistikamt Berlin-Brandenburg

dwif

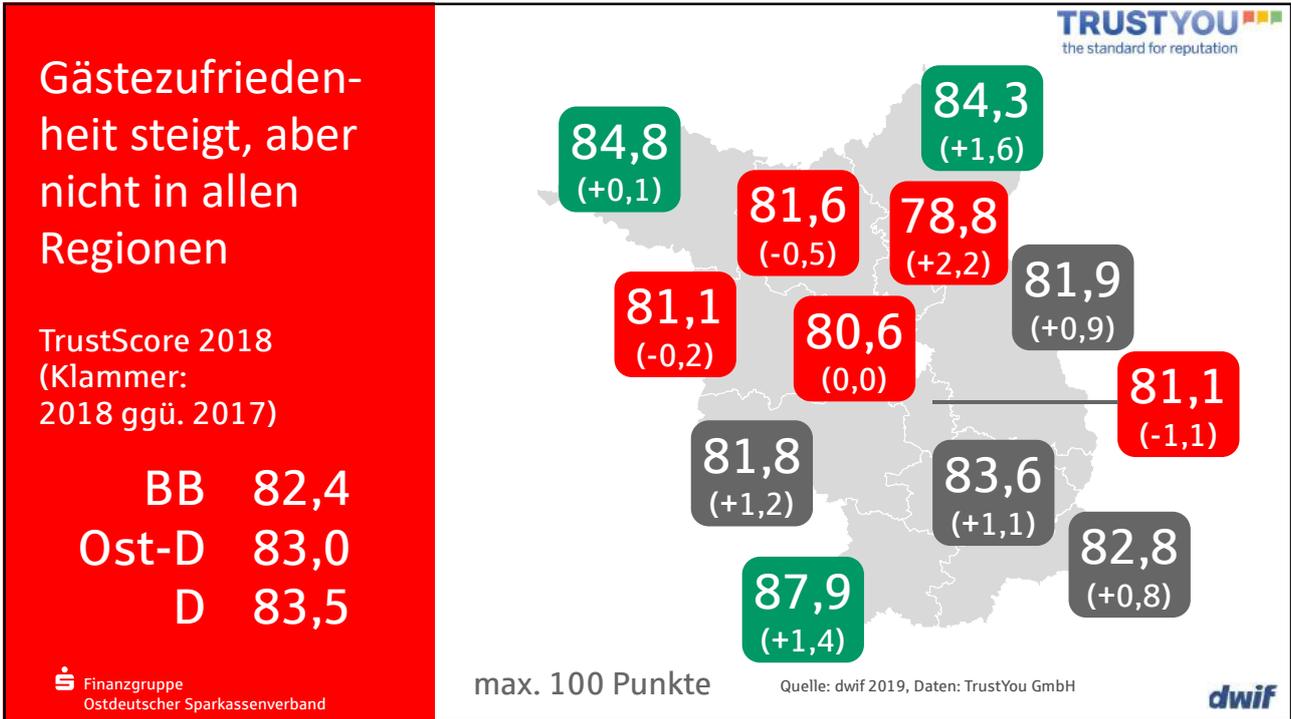
7

Wie viel Qualität steckt im Brandenburg-Tourismus?

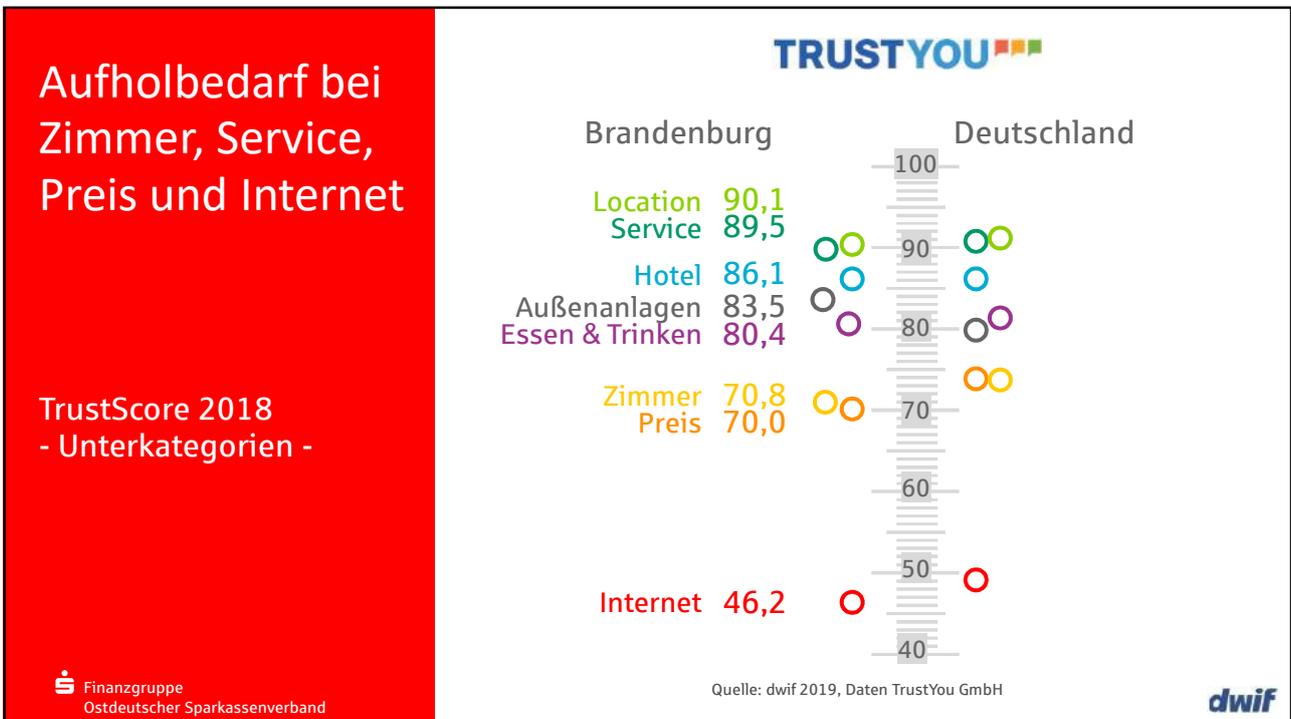
Gästebewertungen, Q-Initiativen im Überblick

Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

8



9



10

Nach Prozess-
optimierung:
Angebote besser
vermarkten!

Gastgewerbe Brandenburg

	dynamischer Verschuldungsgrad	Investitions- quote
2012	5,6 Jahre	1,8%
2017	4,3 Jahre	2,6%

Konstellation: **gesunkene Umsatz-
rendite**, gesteigener Cash-Flow

Quelle: dwif 2019,
Daten: DSV, Bild: christian-dubovan@unsplash

11

Wie arbeitet Brandenburg?

Der touristische Arbeitsmarkt unter der Lupe

Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



12

Mangelware Arbeitskräfte

Arbeitsmarkt
Gastgewerbe
Brandenburg

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

Beschäftigtenzahl: Jeder
sechste Betrieb
will weiter wachsen.

44% der Betriebe
kann offene Stellen
länger nicht besetzen.

Ausbildung: Jeder
vierte Platz kann
nicht besetzt werden.

Auch 2018 Jobmotor:
Anteil Gastgewerbe (SvB)
3,6% (2013: 3,4%)

Quelle: dwif 2019, Daten: Bundesagentur für Arbeit, DIHK-Saisonumfrage Herbst 2018

dwif

13

Mitarbeiter gesucht!

Gastgewerbe in Ostdeutschland
66% haben Bedarf an Fachkräften
aus dem Nicht-EU-Ausland.
31% benötigen Unterstützung
im gesamten Prozess.

DMO in Ost-D zum Fachkräfteeinwanderungsgesetz

60% der Befragten ist das Gesetz bekannt.

35% „Es gibt bereits Betriebe, die Fachkräfte
auf Basis dieses Gesetzes beschäftigen.“

Quelle: dwif 2019, Daten: Stimmungsumfrage TB Ost,
DIHK-Saisonumfrage Herbst 2018, Bild: ©
motorradbcr/Fotolia

14

Schon 2012: Der touristische Arbeitsmarkt im Sparkassen-Tourismusbarometer

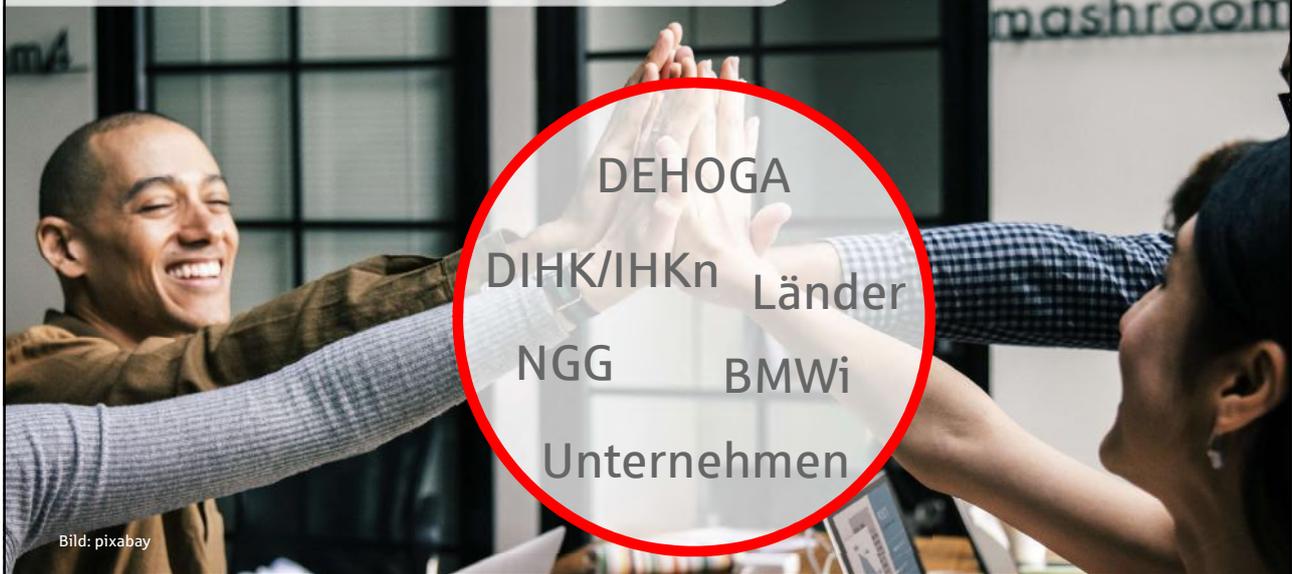
	Übergeordnetes Ziel	Handlungsfelder	Priorität
Berufsorientierung	Für die Branche begeistern	1. Image verbessern 2. Tourismusbewusstsein stärken	sehr hoch hoch
Ausbildung	Neue Wege in der Nachwuchssicherung	3. Auszubildende durch Mehrwert motivieren 4. Tourismusstudium praxisnah gestalten 5. Leistungsschwachen Nachwuchs besser integrieren	sehr hoch hoch mittel
Beschäftigung	Arbeitskräftepotenziale ausschöpfen	6. Ältere Arbeitskräfte integrieren 7. Vereinbarkeit von Familie und Beruf gewährleisten 8. Innovative Ideen bei der Personalarbeit entwickeln 9. Qualifizierte Fachkräfte aus dem Ausland anwerben	sehr hoch sehr hoch hoch mittel
Weiterbildung	Lebenslanges Lernen fördern	10. Weiterbildungsinhalte und -qualität anpassen 11. Zugänglichkeit der Weiterbildungsangebote verbessern 12. Im Verbund weiterbilden	sehr hoch sehr hoch hoch

Fachkräftesicherung im Gastgewerbe: Wirtschaftsministerkonferenz beschließt 10-Punkte-Aktionsplan 2018

- 1 Arbeitsbedingungen verbessern
- 2 Ausbildung attraktivieren (Abbruchquote 50%)
- 3 Weiterbildungsaktivitäten ausbauen
- 4 HoGa-Berufe bei Berufsorientierung thematisieren
- 5 Imagekampagne, Tourismusbewusstsein stärken
- 6 IHKn: Qualitätssicherung der Ausbildung
- 7 Bildungszentren zeitgemäß ausstatten
- 8 Ausbildungsordnung modernisieren
- 9 Arbeitszeitfrage klären
- 10 Ausbildungs-Gütesiegel initiieren



„Arbeitskräftepakt Gastgewerbe“: Gemeinsam zum Erfolg



17

Wie entdeckt man Brandenburg?

Tagestourismus und Freizeitwirtschaft im Fokus

18

Tagestourismus ist wichtigster Umsatzbringer

Tagesreisen
Ostdeutschland

Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



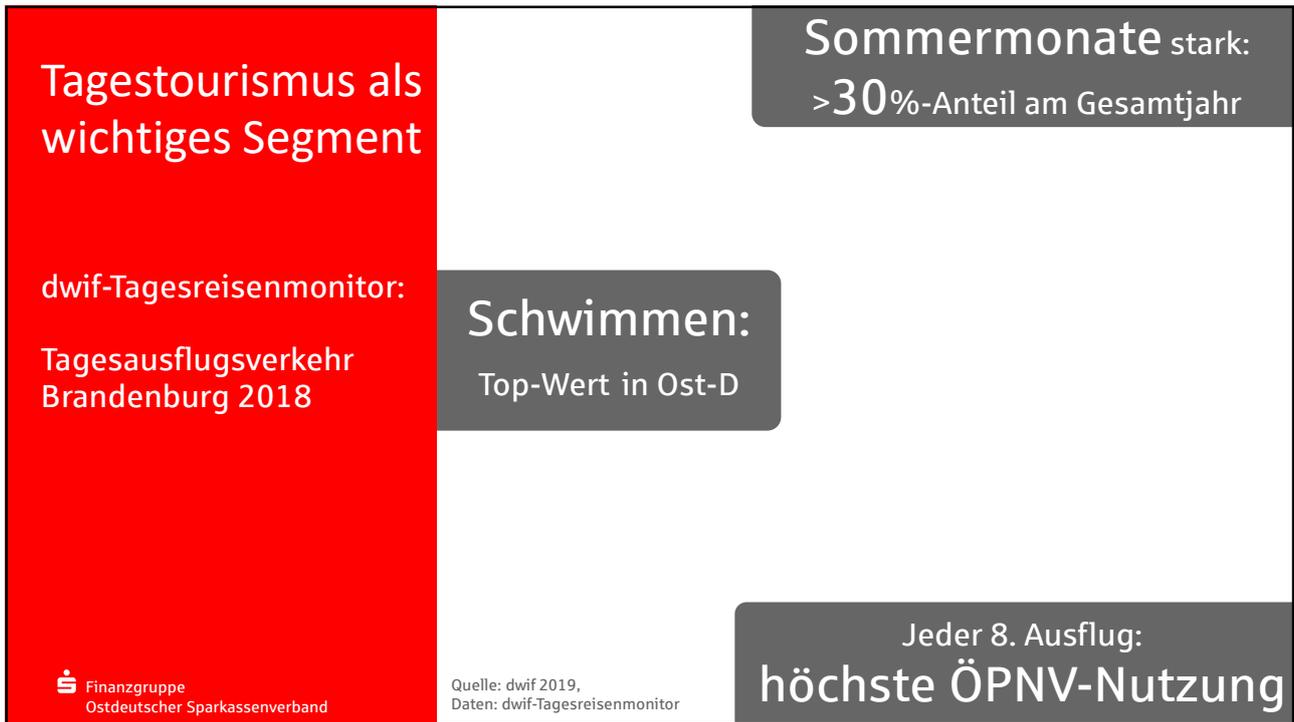
19

Rückenwind für Tagestourismus: Kaufkraft steigt

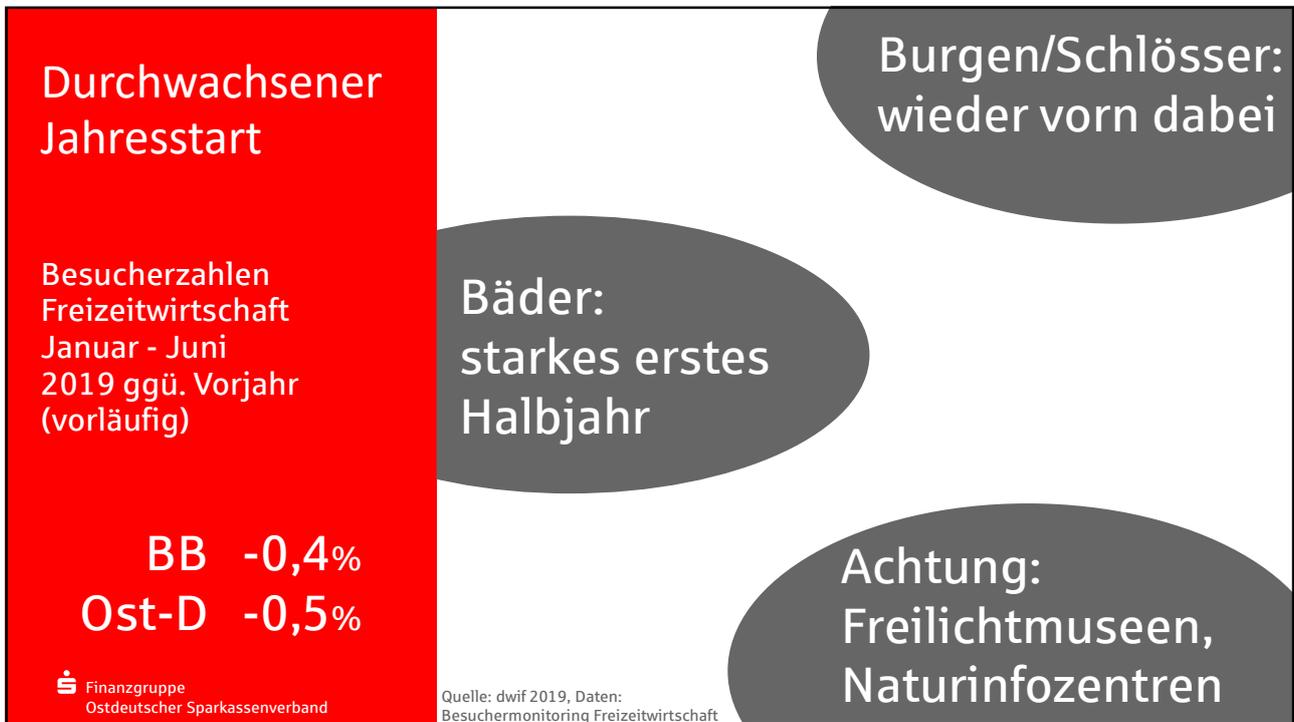
Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



20



21



22

Aus der Praxis

Freizeitwirtschaft

Innovative Produkte bereichern das Angebot:
Yoga und Meditation im Museum **Barberini Potsdam**

Erlebnisbad Spreewelten: neue Attraktionen (u.a. digitale Rutsche), Hotelneubau (220 Betten)

Turm-Erlebniscity Oranienburg: Bau einer doppelspurigen Wasserrutsche

Fläming-Therme: „Hitzeticket“ (ab 25° C zum halben Preis)

SteinTherme Bad Belzig: Gastronomie mit nachhaltigem Kochen und Hygienekonzept

23

Gastronomie- versorgung in Gefahr

Gastronomie Ostdeutschland



 Neigung der Übernachtungsgäste zu
Gastronomiebesuchen unterdurchschnittlich

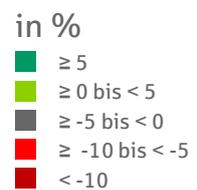
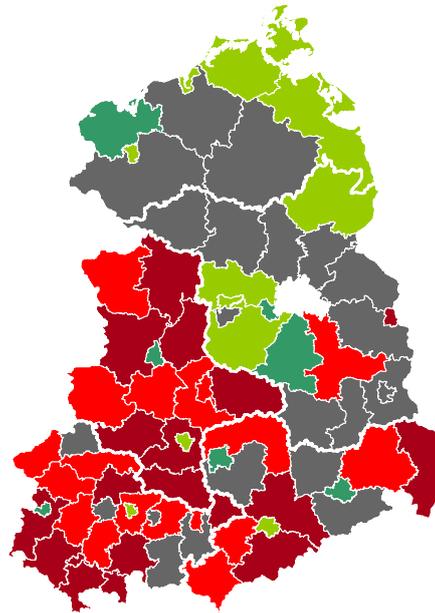
 Angebotsdichte vergleichsweise gering

 Ländliche Regionen: Immer mehr Dörfer
sind ohne Gasthaus/Gastronomie

24

Gastronomie- angebot: Stadt-Land- Gefälle

Gastronomiebetriebe
2016 ggü. 2011 in %



25

Tagestourismus braucht aktives Management

Erlebnisfaktor
erhöhen

Quelle: dwif 2019; Bilder: © crazymedia/Fotolia,
© Gregory Lee/Fotolia, freenik

Flexible
Preisgestaltung

Wertschöpfung durch
Zusatzangebote

Kooperationen
initiiieren

26

Wachsender Tourismus benötigt Mobilitäts- management

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



27

Gäste üben Kritik am ÖPNV

Geringe Zufriedenheiten
der Übernachtungsgäste
mit dem ÖPNV in
Brandenburg

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



28

Nachhaltige Mobilität – Lösungen im Praxischeck

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

29

Mobilitätswende:
Von Politik und
Gesellschaft
gefordert



30

Mobilität als zentrale Stellschraube für Klimaschutz

Verkehr:
ca. **75%** aller CO₂-Emissionen im Deutschland-Tourismus

Quelle: UNEP/UNWTO 2008, Bild: pixabay

31

Anreise mit dem Pkw

79%

47%

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus
Bild: freepik

Bild: ©Halfpoint/Fotolia

Ländliche Regionen

Städtische Regionen

32

Bereitschaft zur ÖPNV-Nutzung

Grundlagenstudie Nachhaltige Mobilitätskonzepte:

95% der Bevölkerung für kostenlose Mobilität gegen Aufpreis von **50 Cent/Übernachtung**

Echte Zahlungsbereitschaft ...



...oder nur Lippenbekenntnis?

Quelle: dwif 2015, Grundlagenstudie Nachhaltige Mobilitätskonzepte für ländliche Tourismusregionen
Bild: ©Feodira/Fotolia

33

DMO: Mobilität ist keine Hauptaufgabe

aber wichtig um

Platz in Brandenburg

→

Platz in Ost-D

1. ... den **ÖPNV** zu stabilisieren
2. ...die **Erwartungen der Gäste** zu erfüllen
3. ...die **Umweltqualität** zu verbessern

- 1.
- 2.
- 3.

Quelle: dwif 2019, Bild: ©REISEPLANUNG/Fotolia

34

Brandenburg: Die Baustellen bei nachhaltiger Mobilität bleiben!



Quelle: dwif 2019, Bilder: freepik; ©Gajus/Fotolia; pixabay; christian-dubova@unsplash



am Alltagsverkehr
orientierter ÖPNV

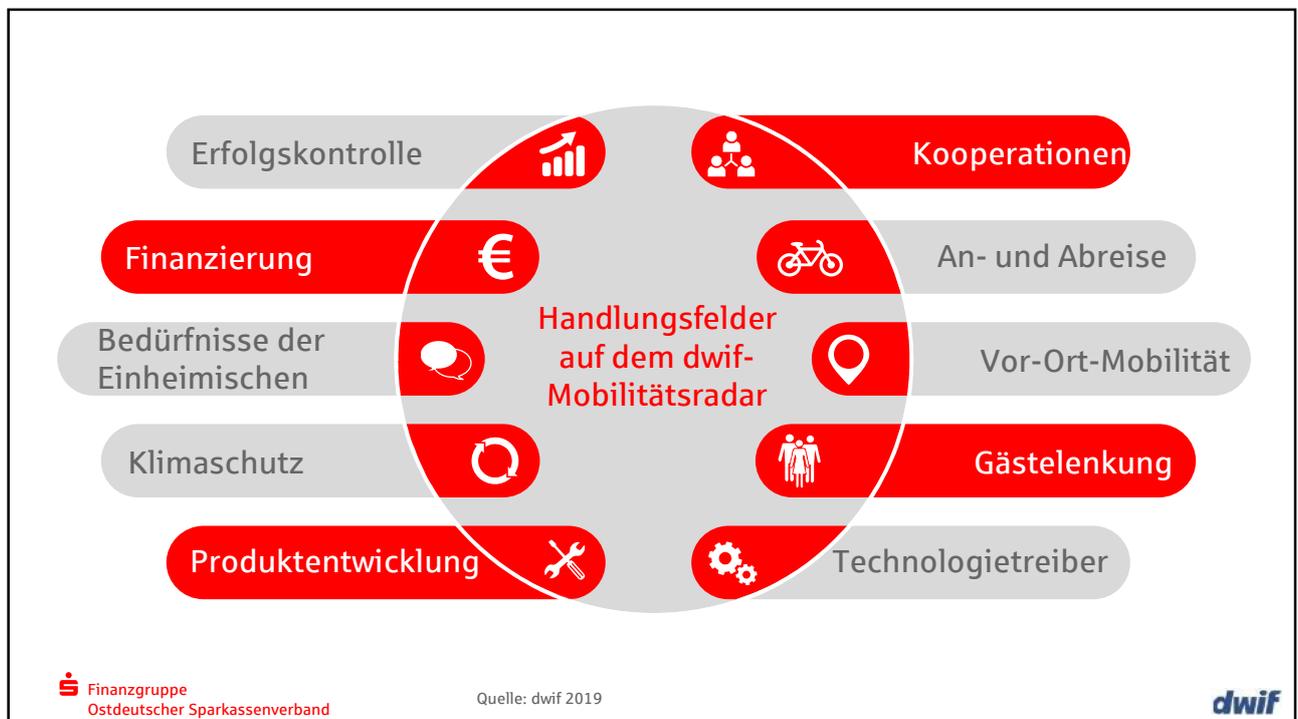


Fehlende Finanzierung



Kosten-Nutzen
Unsicherheit

35



36

Modellregionen in Ost-D

Learnings
aus dem Praxislabor
2018/2019

Nachhaltige Mobilität im Tourismus?



Wir haben
ein eigenes Verständnis
entwickelt und mit
Projekten begonnen.

Bild: freepik

37

Jede
Modellregion
kümmert sich um
ein individuelles
Thema

Harz
Vor-Ort-Mobilität
mit HATIX-Card

Rügen
Mobilitäts-
manager für Gast
und Bevölkerung

Thüringer Wald
Ausbau der
„letzten Meile“

Sächsische
Schweiz
Lenkung des
Tagestourismus

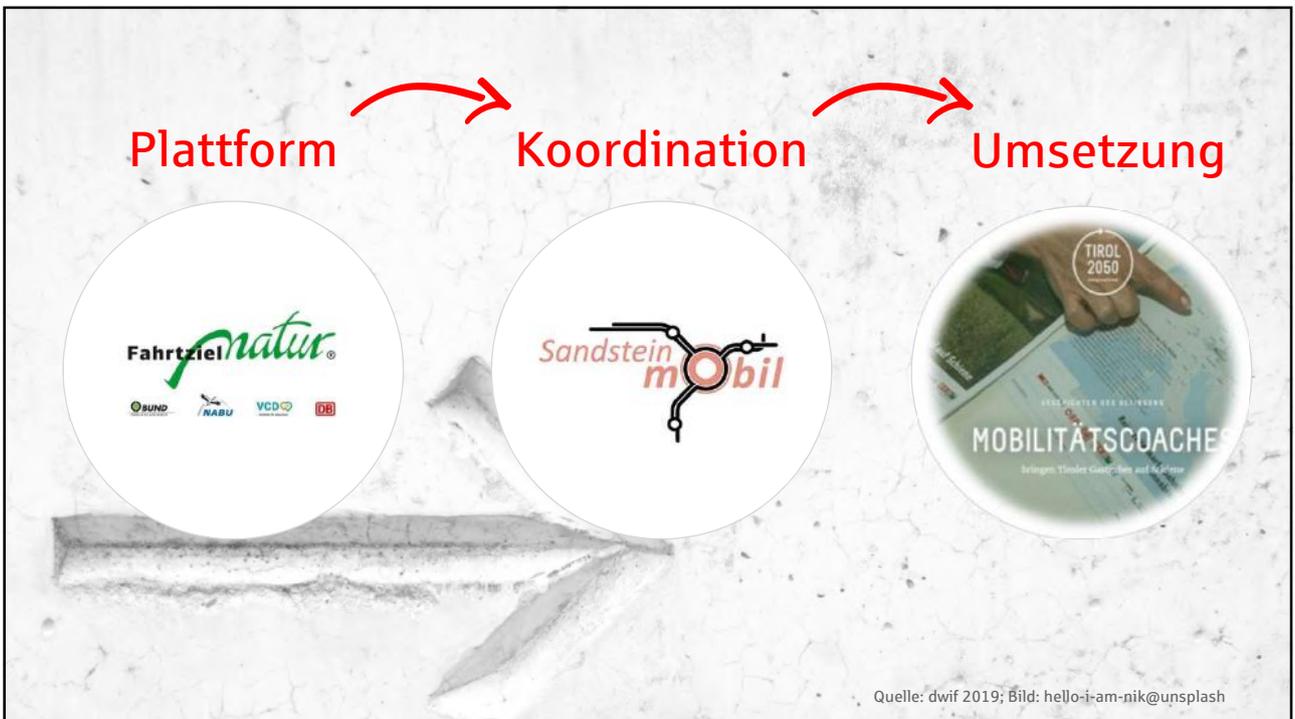
Bad Saarow
E-Shuttle für
An- und Abreise

Quelle: dwif 2019

38



39



40

Die Uckermark:
Fokus Klimaschutz und nachhaltige Mobilität

Breit angelegtes
Mobilitätskonzept

Kreative
Produktentwicklung für
nachhaltige Mobilität

Vernetzung
touristische Akteure
und Naturschützer

#1 kooperieren

Nachhaltige Mobilität braucht
neue Allianzen und Strukturen.



43



44

Kernthema der Modellregion Sächsische Schweiz



Parkplatznot hält
Tagesgäste nicht davon
ab, zu kommen - eine
Steuerung ist wichtig

45

Die Sächsische Schweiz startet mit neuem Schwung

push

- 🚗 AG Kirnitzschtal aktiviert
- 🚗 das Parken zum Ziel hin verteuern
- 🚗 Telematik & Parkleitsysteme weit im Vorfeld ausbauen

pull

- 🚗 Produktentwicklung „30 mal besser mit den Öffis“
- 🚗 autofreies Kirnitzschtal
- 🚗 „ÖPNV first“ überall

Quelle: dwif 2019, Bild: iStock.com/ Jezperklauze

46

#2 lenken & parken

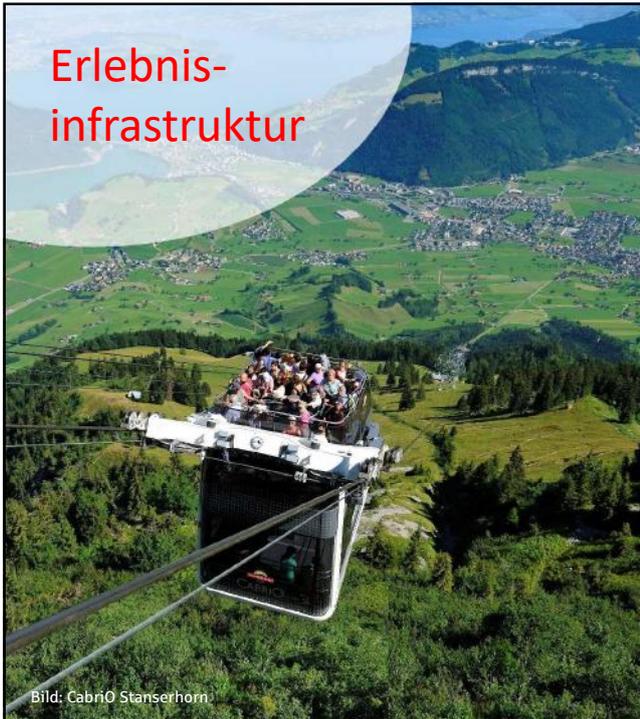
Ein Umdenken gelingt nur mit Feintuning zwischen push & pull - Maßnahmen.

Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

47



48



49

Aus den Modellregionen...

Fahrscheinloser Nahverkehr mit der HATIX-Card:
Grundlage der Produktentwicklung im Harz.
Ziel: der ganze Harz mit einer Karte

Bodetal im Harz: Neue Initiative in der Produktentwicklung mit Mobilität. Vorteile: keine Parkplatzsuche, keine Parkgebühren, kein Ticket wegen Falschparken

Ferienhaus Winterbergblick: Rabatt und Abholung bei Anreise mit dem Öffentlichen Verkehr

50

#3 Produkte, die „abfahren“

Mobilität: Erlebnisbaustein,
statt Mittel zum Zweck

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

51

#4 finanzieren



52

Dauerbrenner Finanzierung

Dieses Brett muss jede DMO selbst bohren

Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



53

Finanzierung ist in allen Modellregionen ein Thema

Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



54

Modellregion Bad Saarow: Management der „letzten“ Meile durch E-Shuttlebus

- ✓ Bildung kleine vorbereitende AG
- ✓ Weiterentwicklung Finanzierungskonzept
- ✓ Weiterentwicklung Verkehrskonzept
- ✓ Abstimmung mit Behörden



Quelle: ©Gajus/Fotolia

55

#4 finanzieren

Schritt für Schritt,
alle Finanzierungsquellen
und laufende Kosten im Blick

56

 <p>1 Nutzen kommunizieren und einbinden</p>	 <p>2 Glaubwürdigkeit bewahren</p>
 <p>3 Allianzen schmieden</p>	 <p>4 „ÖPNV-first“ Denken</p> <p><small>Bilder: Fotogestoeber@Fotolia; Gisela@Fotolia; freepik grafikplusfoto@Fotolia</small></p>

57

 <p>5 Mobilität touristisch veredeln</p>	 <p>6 Intuitiv, bequem, intermodal</p>
 <p>7 Gästemobilität solidarisch finanzieren</p>	 <p>8 Alle Finanzierungsquellen im Blick haben</p> <p><small>Bilder: rawpixel@unsplash; Melpomene@Fotolia; freepik</small></p>

58

