

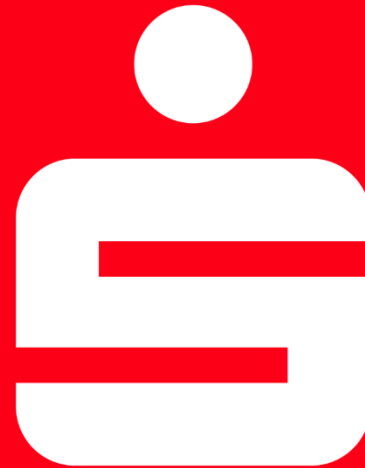
Sparkassen-Tourismusbarometer
Ostdeutschland

„Investitionen gestalten Zukunft“

Länderveranstaltung Brandenburg
Brandenburg/Havel, 3. September 2024

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

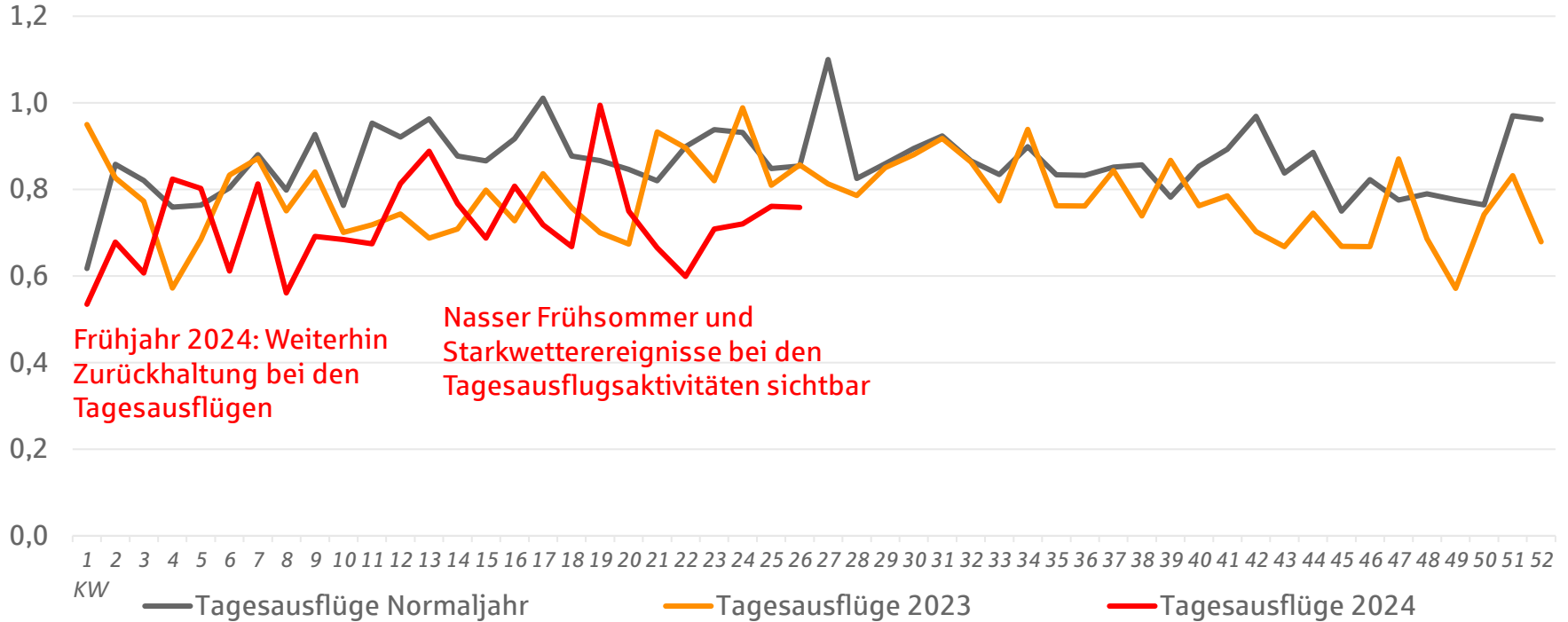
Durchführung **dwif-Consulting GmbH**
Referenten **Maike Berndt
Karsten Heinsohn**



Der Tourismus in Brandenburg und seinen Destinationen im Wettbewerb

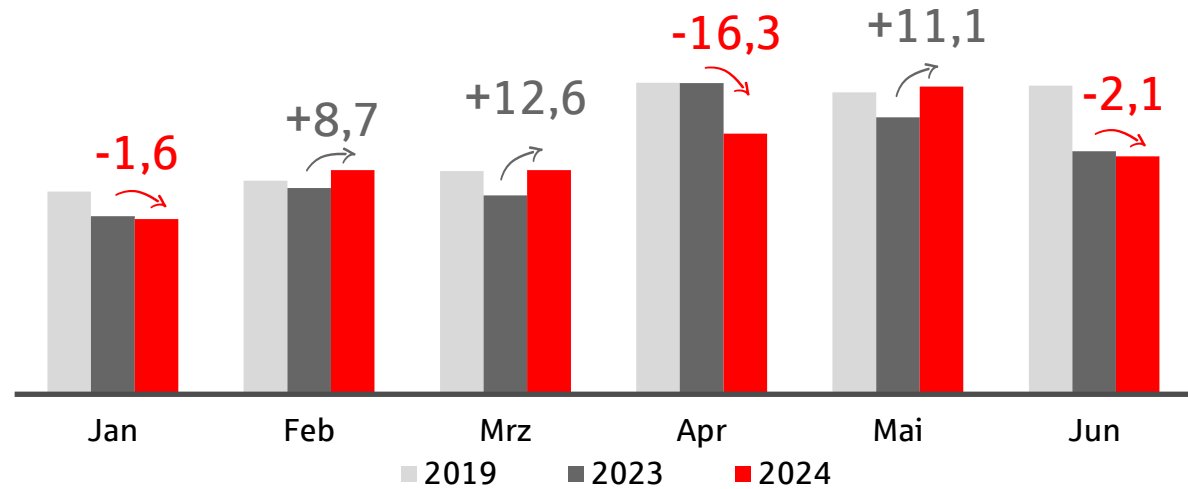
Tagesreisen-EKG: Konsumzurückhaltung und Wettereinflüsse

Tagesausflugsintensität: Durchschnitt der privaten Tagesausflüge pro Kopf in einer Kalenderwoche



Feiertage prägen die Monate: Ostern mit durchwachsender Bilanz

Saisonale Entwicklung der Besucherzahlen in BB
Jan-Jun 2024



Quelle: dwif 2024, Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft
Bild: freepik

Freizeitwirtschaft in Brandenburg noch mit Rückstand

Entwicklung der Besucherzahlen in BB Jan-Jun 2024

2024 ggü.	BB	D
2023	+1%	+3%
2019	-9%	-5%



Burgen/Schlösser

2019	-19%
2023	+10%

Erlebnisbäder/Thermen

2019	-11%
2023	+2%

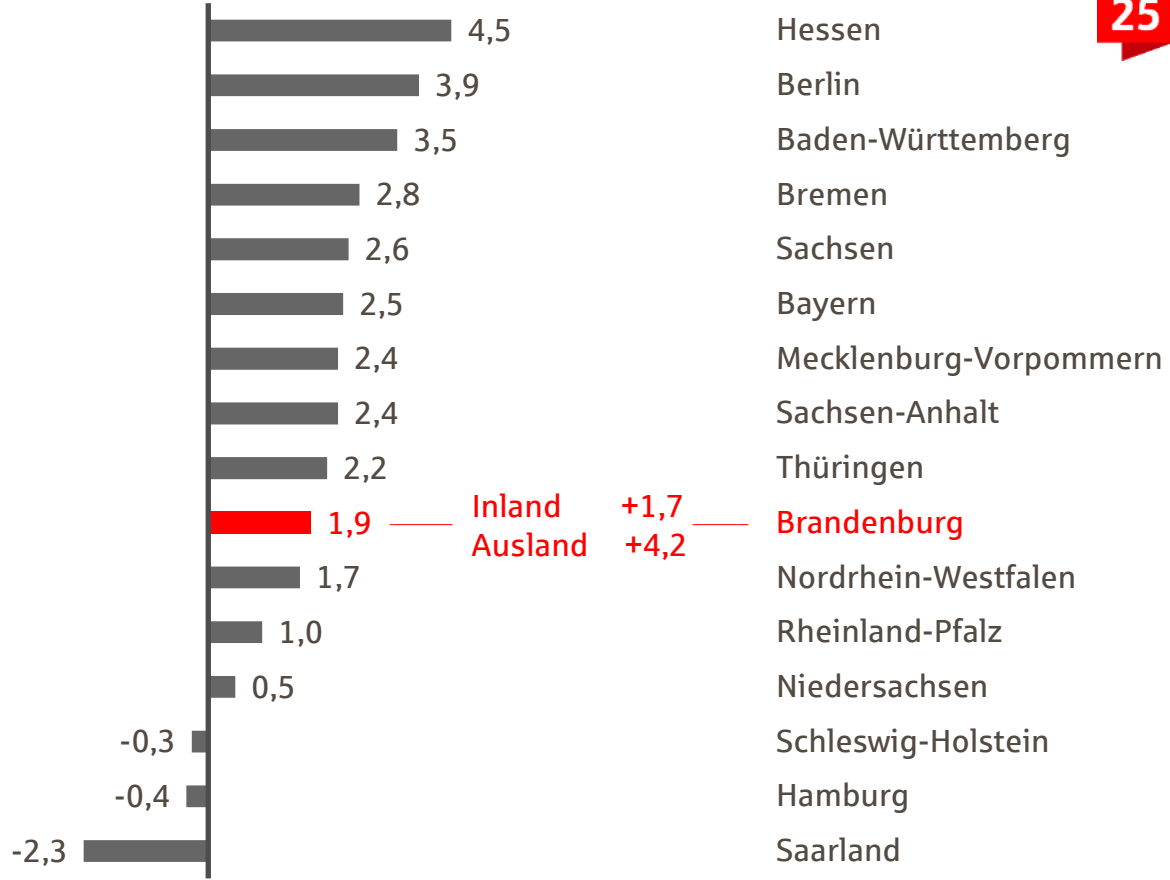
Museen/Ausstellungen

2019	+6%
2023	+40%

Brandenburg wächst weiter, über dem 2019er-Niveau

Gewerbliche ÜN
Jan-Jun 2024
ggü. 2023 in %

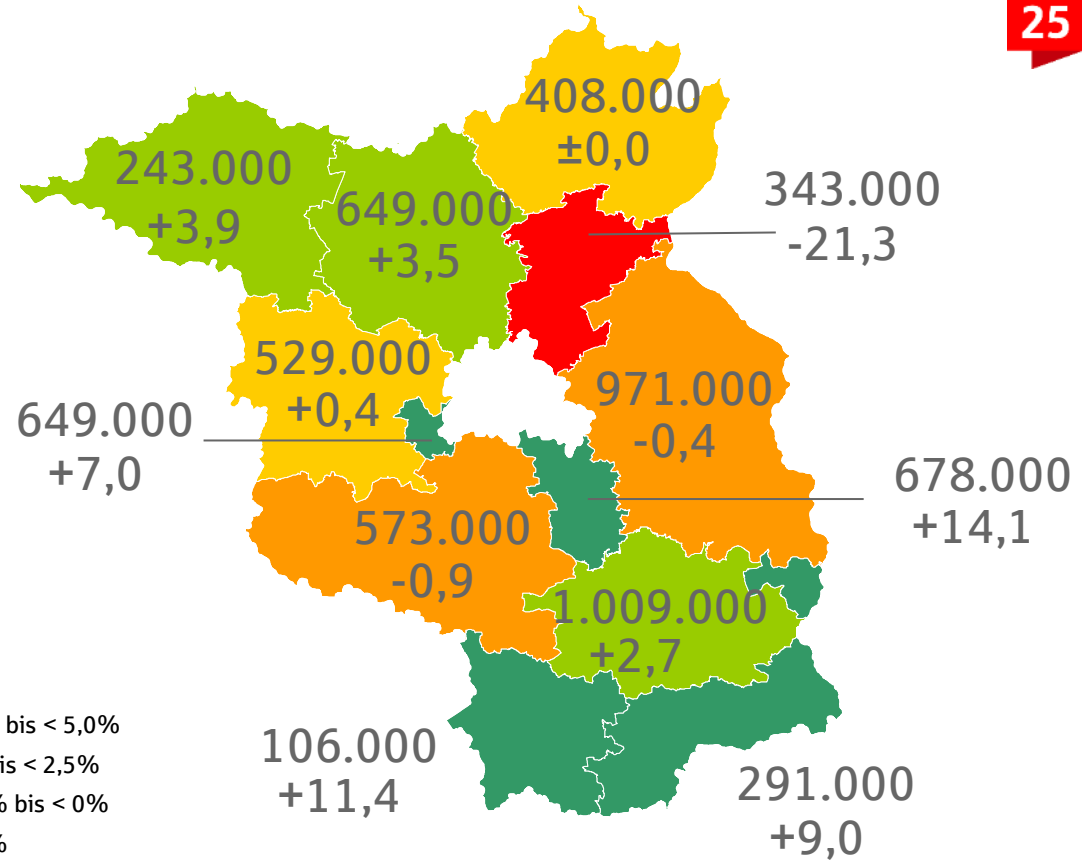
Ost-D +2,2%
D +2,1%



Quelle: dwif 2024, Daten Statistisches Bundesamt

Starkes Wachstum 2024 im südlichen Brandenburg

Gewerbliche ÜN absolut
Jan-Jun 2024 und ggü.
2023 in %



Quelle: dwif 2024, Daten Statistisches Bundesamt, Kartengrundlage: GfK

Entwicklungstreiber im Tourismus in Brandenburg

Räumliche Erfolge

Top-Performer 2023

Dahme-Seenland
Potsdam

Schönefeld	Neuruppin
Cottbus	Bad Saarow

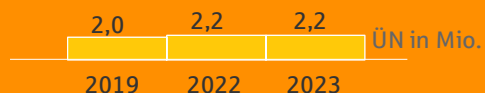
Rangsdorf	Oberuckersee
Märkische Heide	Erkner

Betriebstypen: Vor-Krisen-Niveau erreicht

Hotellerie > stabiles Niveau



Ferienwohnungsmarkt > leichter Zuwachs



Camping > leichter Zuwachs und Potential



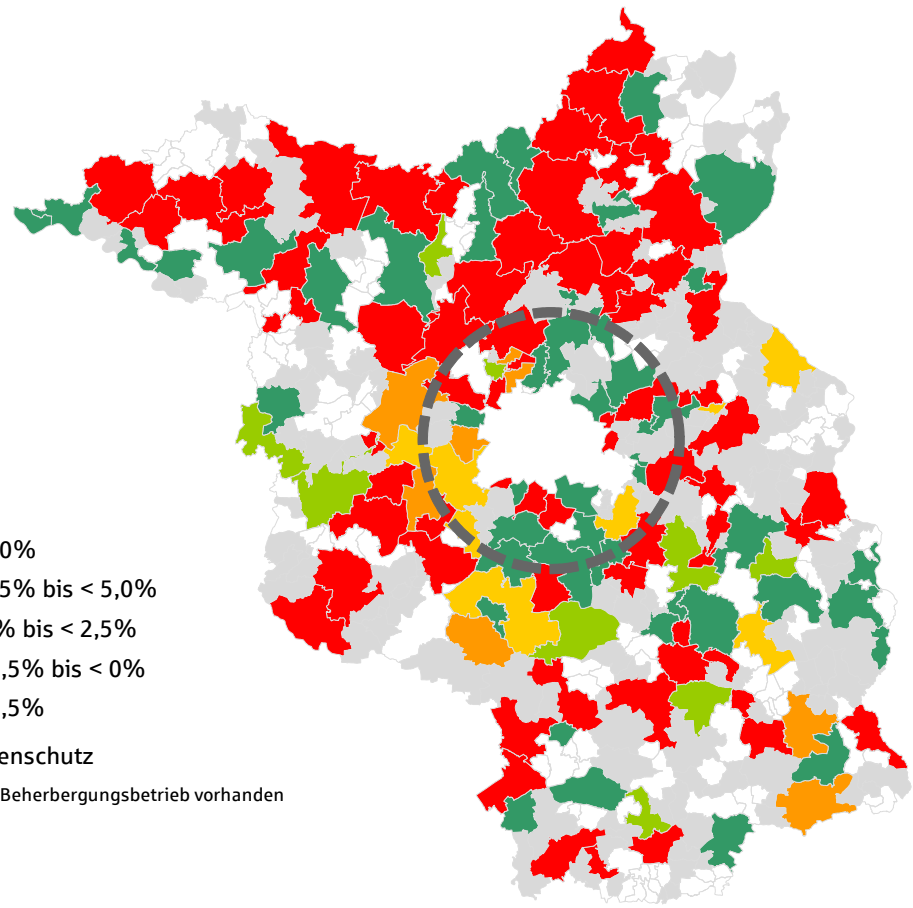
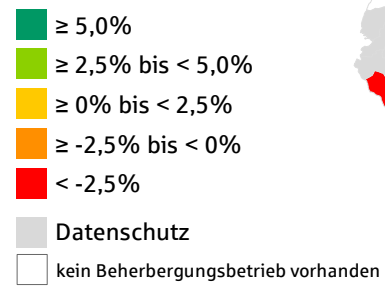
Potential in den Herbstmonaten

	gewerbliche ÜN (Mio.)	Anteil an Jahr insgesamt (in %)
März-Juni		
2019	5,0	35,7
2022	4,7	35,3
2023	5,1	35,5
Juli-August		
2019	3,6	25,9
2022	3,7	27,2
2023	3,7	25,7
September-Oktober		
2019	2,5	18,1
2022	2,6	19,2
2023	2,7	19,0
November - Februar*		
2019/20	2,9	20,7
2022/23	2,8	20,4
2023/24	2,9	20,5

Dynamisches Berliner Umland

Gewerbliche ÜN 2023
ggü. 2019 in %

Speckgürtel BB +12,1%
Übriges BB - 1,5%



Wachsende Kapazitäten als Potential im Campingmarkt

BB

34,3

+1,6ppt

D

23,9

+0,3ppt

Marktanteil Camping an Schlafgelegenheiten
Gesamt 2023 ggü. 2019



Die aktuelle Großwetterlage: verhaltener Optimismus

+1,9%

Inflationsrate
August 2024

+3,1%

Reallohnwachstum
Q2 2024



~15%

Sparquote Q1 2024
auf Rekordwert

Das **Reisen**
bleibt beim
Konsum
besonders
wichtig.

Mehrfachreisen +

Reisefrequenz auf Vor-Corona-Niveau

grenzüberschreitender Tourismus ++

Urlaubsausgaben +++

2024:

Touristiker mit Zuversicht

Fast alle Befragten erwarten
eine steigende/
gleichbleibende
Buchungslage.

Brandenburgs Willkommenskultur wird
„unterdurchschnittlich“ bewertet. (Quelle: Destination Brand)

W E L C O M E

Gastfreundschaft ist die Basis
für einen florierenden Tourismus.

DMO als Steward – Wie messen wir Erfolg in Zeiten einer neuen Destinationsverantwortung



KPIs im Wandel	Gästeankünfte	Klassische Marketing-KPIs/ Kontaktmaßzahlen	Wertschöpfung	Tourismusbewusstsein	Mobilitätsverhalten/ Modal Split
	Übernachtungen		RevPAR	Beschäftigtenzahlen	CO2-Fußabdruck
	Tagesgäste	Markenbekanntheit	Saisonalität		Gemeinwohlbilanz
	Kapazitätsauslastung	Themenkompetenzen	Gästeszufriedenheit	Bewegungsmuster/ Gästeströme	Netzwerk-Engagement

Ansatzpunkte für mehr Destinationsverantwortung



Aufgaben ganzheitlich bewerten und priorisieren



Netzwerk stärken und Herausforderungen/
Themen gemeinsam angehen



Gastfreundschaft und Willkommenskultur ausbauen
und Haltung zeigen



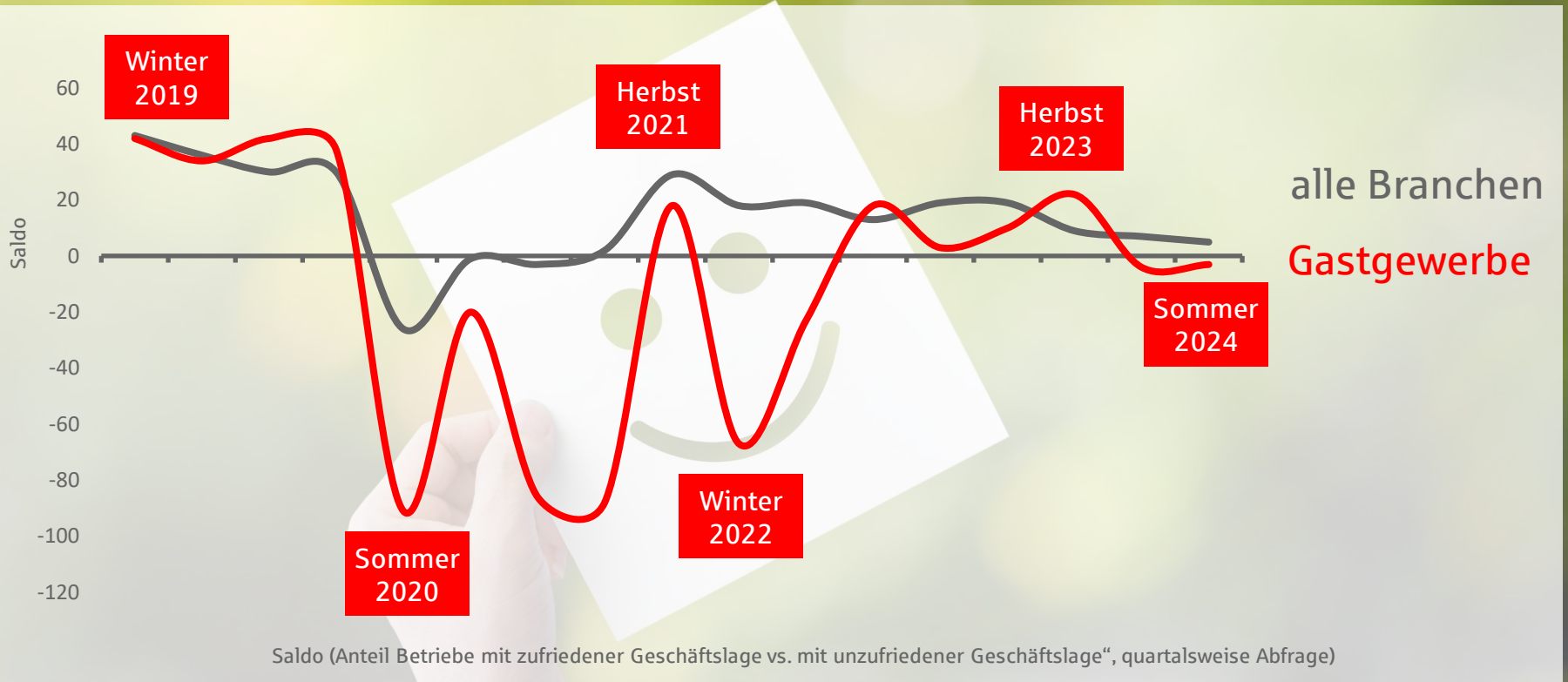
Resonanz stärken und Dialog mit Gästen und
Bevölkerung suchen



Eine starke Vision – ein Narrativ – für den Tourismus
von morgen entwickeln

Haben die Betriebe wieder mehr Handlungsspielraum?

Geschäftsklima: Stimmung sichtbar eingetrübt



Gute Entwicklung:
stabiles operatives
Ergebnis bei
steigender Bonität

Veränderung 2022 ggü.
2021

Gewinnmarge

D	Ost-D	BB
-3,8ppt	-5,2ppt	+0,1ppt

Eigenkapitalquote

D	Ost-D	BB
+0,2ppt	+4,1ppt	+7,8ppt

Quelle: DSV - Elektronische Bilanzdaten (EBIL) Bild: freepik

Nur leichte Preissteigerungen in Brandenburg

Hotellerie

BB	Ost-D
99€	102€
+4%	+3%

Gastronomie*

Schnitzel mit Pommes & Salat	
BB	Ost-D
20€	20€
+5%	+9%

Freizeitwirtschaft*

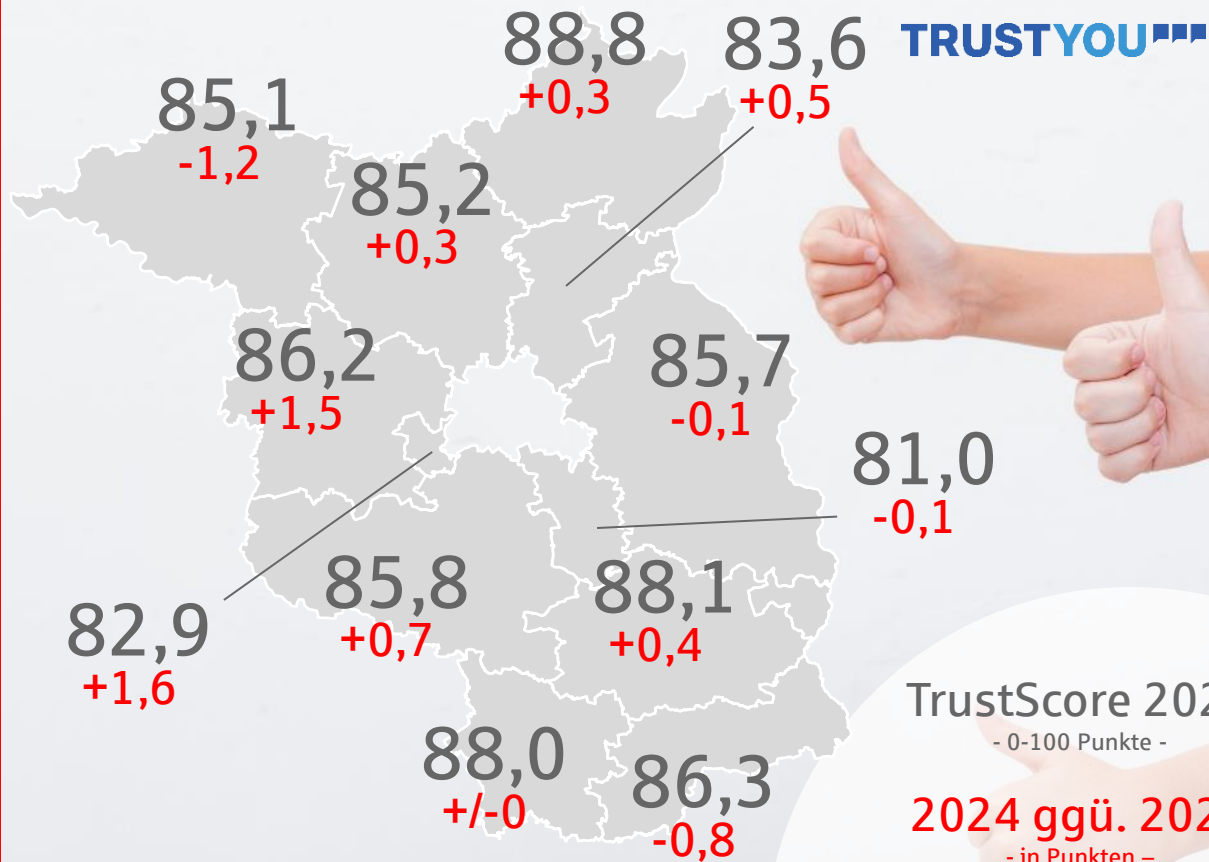
BB	Ost-D
11€	10€
+1%	+6%

Gästezufriedenheit gestiegen, Achtung Prignitz & Lausitzer Seenland

BB D

2024 86,0 86,8

ggü. 2023 +0,3 +/-0



TrustScore 2024

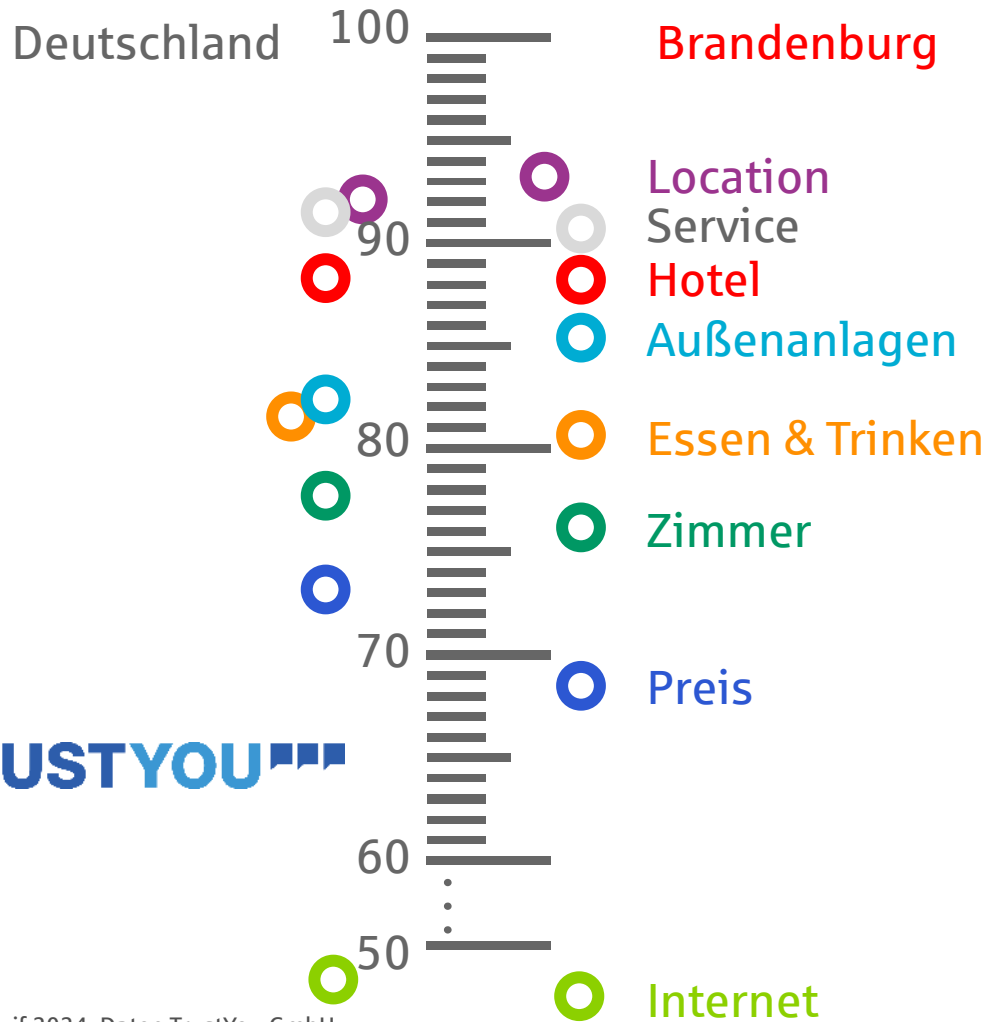
- 0-100 Punkte -

2024 ggü. 2023

- in Punkten -

Quelle: dwif 2024, Daten TrustYou GmbH, Kartengrundlage: GfK

Preis-Leistungs-Verhältnis und Zimmerqualität mit Handlungsbedarf

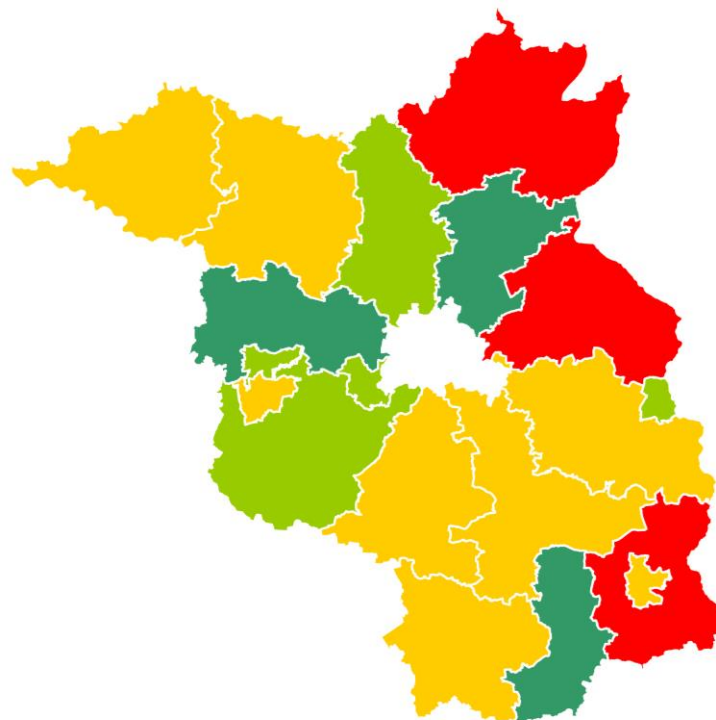


TRUSTYOU

Quelle: dwif 2024, Daten TrustYou GmbH

Brandenburg bei Beschäftigten noch nicht auf 2019-Niveau

Beschäftigte (SvB & GfB) nach Landkreisen in Brandenburg 2023 ggü. 2019



BB -2,2%

D +1,3%

- $\geq +5,0\%$
- $\geq 0,0\%$ bis $< +5,0\%$
- $\geq -5,0\%$ bis $< 0,0\%$
- $\geq -10,0\%$ bis $< -5,0\%$
- $< -10,0\%$

Langfristiger Rückgang des Arbeitsvolumens

im Handel, Verkehr,
Gastgewerbe, Information
und Kommunikation (BB)

2023 ggü. 2022

0,3%

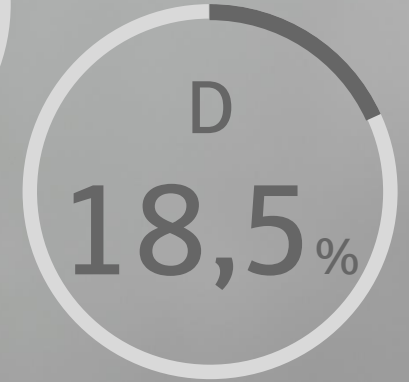
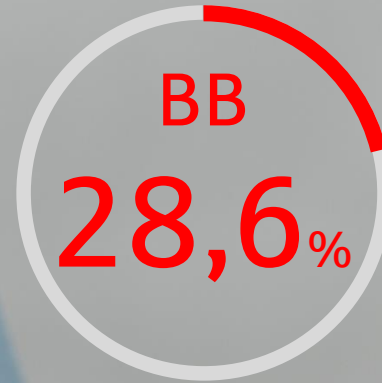
2023 ggü. 2013

-1,6%



Jeder dritte Ausbildungsplatz unbesetzt

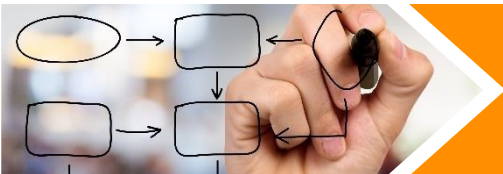
Anteil unbesetzte
Ausbildungsstellen im
Gastgewerbe 2022/2023



Handlungsspielraum für unternehmerische Entscheidungen wird größer



Preis-Leistungs-Verhältnis in den Mittelpunkt stellen, Qualität muss vor weiteren Preisanpassungen nachziehen



Arbeitsvolumen pro Kopf sinkt, mehr Beschäftigungsverhältnisse über Ausbildung, Quereinstieg, Auslandsakquise gefragt



Spielraum für betriebliche Investitionen insgesamt vorhanden, Achtung: Finanzierung kommunaler touristischer Aufgaben



Rahmenbedingungen durch Politik weiter verbessern (z.B. Investitionspolitik, Fördermöglichkeiten, öffentl. Infrastruktur)

Investitionen gestalten Zukunft



Bereit für die
Transformation?

Ohne Vorstellung davon,
was sich verändern müsste,
verändert sich gar nichts.



Quelle: dwif 2024, Bild: freepik

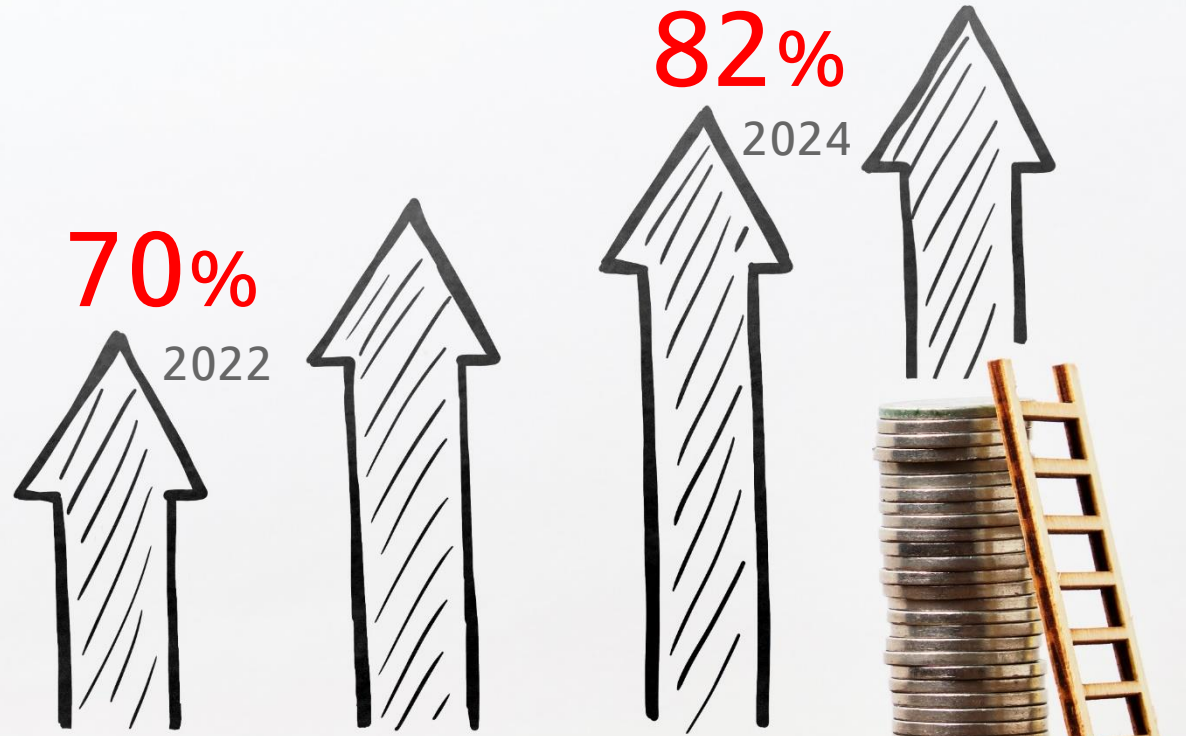


Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

These 1: Den Betrieben fehlt der Handlungsspielraum für Investitionen durch mangelnde Zahlungsbereitschaft der Gäste.

Hohes Preisniveau,
aber der Preis
allein ist nicht
entscheidend

Einschätzung des
Preisniveaus als sehr hoch
(stimme voll zu und
stimme zu)



Preiserhöhungen möglich, Mehrwert & Kommunikation gefragt

Gästeverhalten bei
Preissteigerungen
weniger einheitlich und
eindeutig als vor 2 Jahren

Gleiche Leistung

6 von 10 Gästen
würden **10%** mehr
zahlen



Steigende Qualität

7 von 10 Gästen
würden **10%+**
mehr zahlen



Nachhaltige
Unternehmensführung

6 von 10 Gästen
würden rund
20% mehr zahlen



These 2: Qualität und Nachhaltigkeit werden die Erwartungen der Gäste dominieren.

Qualitätsverständnis im Wandel, Betriebe im Zugzwang

Ehrliche Nachhaltigkeit
wird zum integralen
Bestandteil betrieblichen
Handelns

56% der Deutschen sehen
Nachhaltigkeit als
Qualitätsmerkmal

Quelle: dwif 2024, Daten Repräsentative Online-Panel-Umfragen in Deutschland 2024
und 2024, n= 1.027, Deutscher Tourismusverband e. V. 2022 Bild: freepik



Betriebe in BB mit
Nachholbedarf,
vor allem bei der
ökologischen
Nachhaltigkeit

Bewusstsein vorhanden,
zu wenig konkretes
Handeln

66,0%

denken, dass
ökologische und
soziale Maßnahmen
die Qualität
des eigenen
Angebots sichern.

22,8%

stehen noch
am Anfang in
Sachen sozialer
Nachhaltigkeit.

54,3%

stehen noch
am Anfang in Sachen
ökologischer
Nachhaltigkeit.

These 3: Betriebe sind im operativen
Geschäft gefangen und vernachlässigen
strategische Investitionen.

Die Betriebe sind
„bemüht“,
Gästewünsche &
Kosteneinsparung

Status Quo des
Investitionsverhaltens
ostdeutscher Betriebe

Planungshorizont **3-5 Jahre**

Investitionsvolumen Ø **55.000€**

TOP 3 Investitionsmotive in BB

- Gästezufriedenheit
- Senkung der Betriebskosten
- Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit

Fast jeder dritte Betrieb auch in BB mit starkem Investitionsstau

Investitionsniveau der
brandenburgischen
Betriebe reicht nicht aus

Leichter
Investitionsstau

48%

Sehr hoher
Investitionsstau

30%

Quelle: dwif 2024, Daten Online-Befragung ostdeutscher Betriebe aus
Gastgewerbe und Freizeitwirtschaft 2024, n=223, Bild: freepik



These 4: Ohne gesicherte Nachfolge
fehlt vielen Betrieben die langfristige
Perspektive.

Unternehmer- statt Arbeitskräfte- mangel das Thema der Zukunft?

Die Nachfolgethematik
wird die Betriebsstruktur
in den nächsten 10 Jahren
stark verändern.

59% der Betriebe in Brandenburg planen
die Betriebsnachfolge
für die nächsten 10 Jahren.

4% der Betriebe in Brandenburg
fallen weg.



Fehlende Zukunftsperspektive durch Investitionsstopp vor Nachfolgesuche

Investitionsverhalten bei anstehender Nachfolge aus Sicht der Fachleute

Wenige mit kontinuierlichen Investitionen
= gute Chancen

Wenige mit sehr großen Investitionen
in den letzten Jahren
= Risiko

Viele mit keinen Investitionen in den letzten Jahren vor der Übergabe = hohes Risiko



Quelle: Fachgespräche mit IHKs und Branchenverbänden zwischen Januar und Februar 2024, Bild: freepik



Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

Touristische Betriebe in Brandenburg: Wie kann ein zukunftsfähiges Gesamtbild aussehen?

Betrieb der Zukunft

Nachhaltigkeit
authentisch
regional
ressourcenschonend



Personalisierung
individuell
fokussiert

Qualität
serviceorientiert
zeitgemäß

Digitalisierung
vereinfachend
unterstützend

... vereint in einer Vision!

**Persönliches
Serviceerlebnis**

**Smarte
Servicebegleitung**

**Natürliche, regionale
Gestaltung**



Nachhaltigkeit

Energieautark
Energiemanagement
Regionalität



Personalisierung

Individuelle Zimmeranpassung
Personalisierte Empfehlungen

Qualität

Ursprüngliche Gastfreundschaft
Barrierefrei
Lückenlose Erlebnisorientierung

Digitalisierung

Prozessoptimierung
KI-Concierge
Einsatz von Robotik



Ort der Begegnung

Regionale/Saisonale
Produkte

Fokus auf den Kern
des Gastgeberseins



Nachhaltigkeit

Zutaten aus Eigenanbau
Intelligente Abfall-
minimierung



Personalisierung

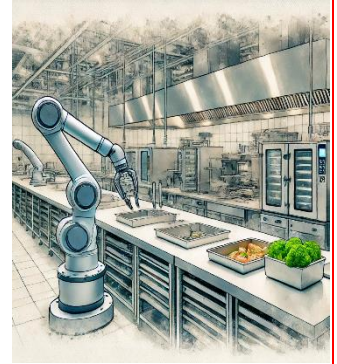
Anpassung an Ernährungsformen
Individuelle Restaurantempfehlungen

Qualität

Kochhandwerk
Kontakt zu Einheimischen und
Mitarbeitenden

Digitalisierung

Smarter Wareneinsatz
Reservierungstool
Robotik in der Küche



**Regionalität auf
allen Ebenen**

Alle Sinne

**Einzigartiges
Erlebnis**



Nachhaltigkeit

Intermodale Mobilität
Erneuerbare Energien
hinter den Kulissen



Personalisierung

Individuelle Erlebnisevorschläge
Auswahl Führungspersönlichkeit

Qualität

Mehr-Kanal- und KISS-Prinzip
Strahlkraft durch Vernetzung
Mitarbeitende als Botschafter

Digitalisierung

Auslastung & Preise
Holografische Führung
Immersive Räume



„Zukünftig können Betriebe nicht mehr
nicht nachhaltig wirtschaften.“

Mit diesen Schritten setzen Sie (nachhaltige) Prozesse erfolgreich um



Zukunft
gemeinsam
gestalten

