

Sparkassen-Tourismusbarometer  
Ostdeutschland

# „Investitionen gestalten Zukunft“

Länderveranstaltung Mecklenburg-Vorpommern  
Rostock, 10. Oktober 2024

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

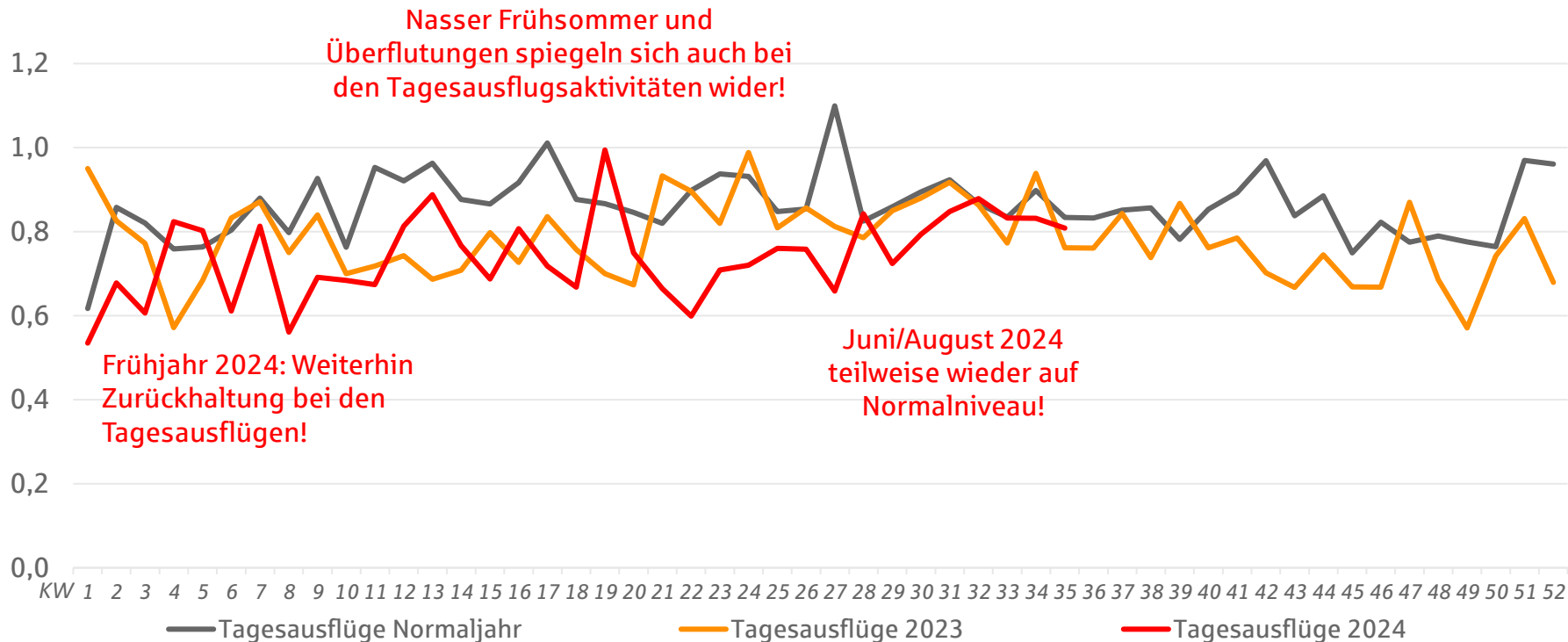
Durchführung **dwif-Consulting GmbH**  
Referentin **Maike Berndt, Karsten Heinsohn**



# Der Tourismus in Mecklenburg- Vorpommern und seinen Destinationen im Wettbewerb

# Tagesreisen-EKG: Konsumzurückhaltung und Wettereinflüsse

Tagesausflugsintensität: Durchschnitt der privaten Tagesausflüge pro Kopf in einer Kalenderwoche



# Freizeitwirtschaft in MV übertrifft 2019er-Niveau

## Entwicklung der Besucherzahlen in MV Jan-Jul 2024

2024 ggü.	MV	D
2023	+1%	+1%
2019	+10%	-5%

### Erlebnisbäder/Thermen

2023	+8%
2019	+22%

### Burgen/Schlösser

2023	+7%
2019	+1%

### Zoos/Tierparks

2023	+3%
2019	+8%



# Positive Bilanz 1 Jahr nach der Eröffnung des Skywalks am Königsstuhl



# Entwicklungstreiber im Tourismus in Meckl.-Vorp.

## Räumliche Erfolge

Top-Performer 2023

Westmecklenburg

Mecklenburgische Schweiz und Seenplatte

Sagard

Graal-Müritz

Zierow

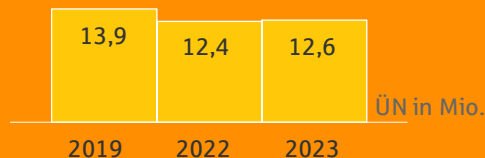
Neustadt-Glewe

Barth

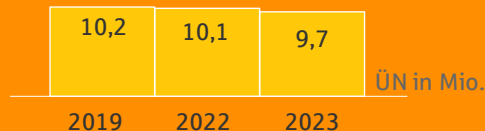
Zislow

## Betriebstypen

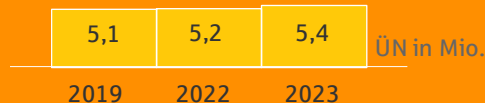
Hotellerie > mit Nachholbedarf



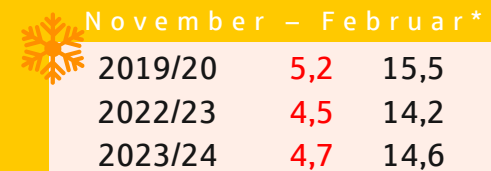
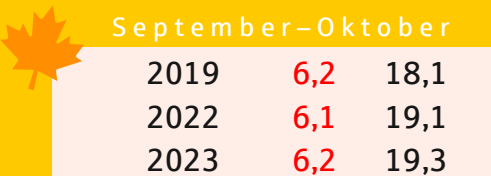
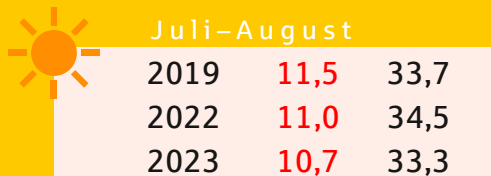
Ferienwohnungsmarkt > leichte Rückgänge



Camping > leichter Zuwachs



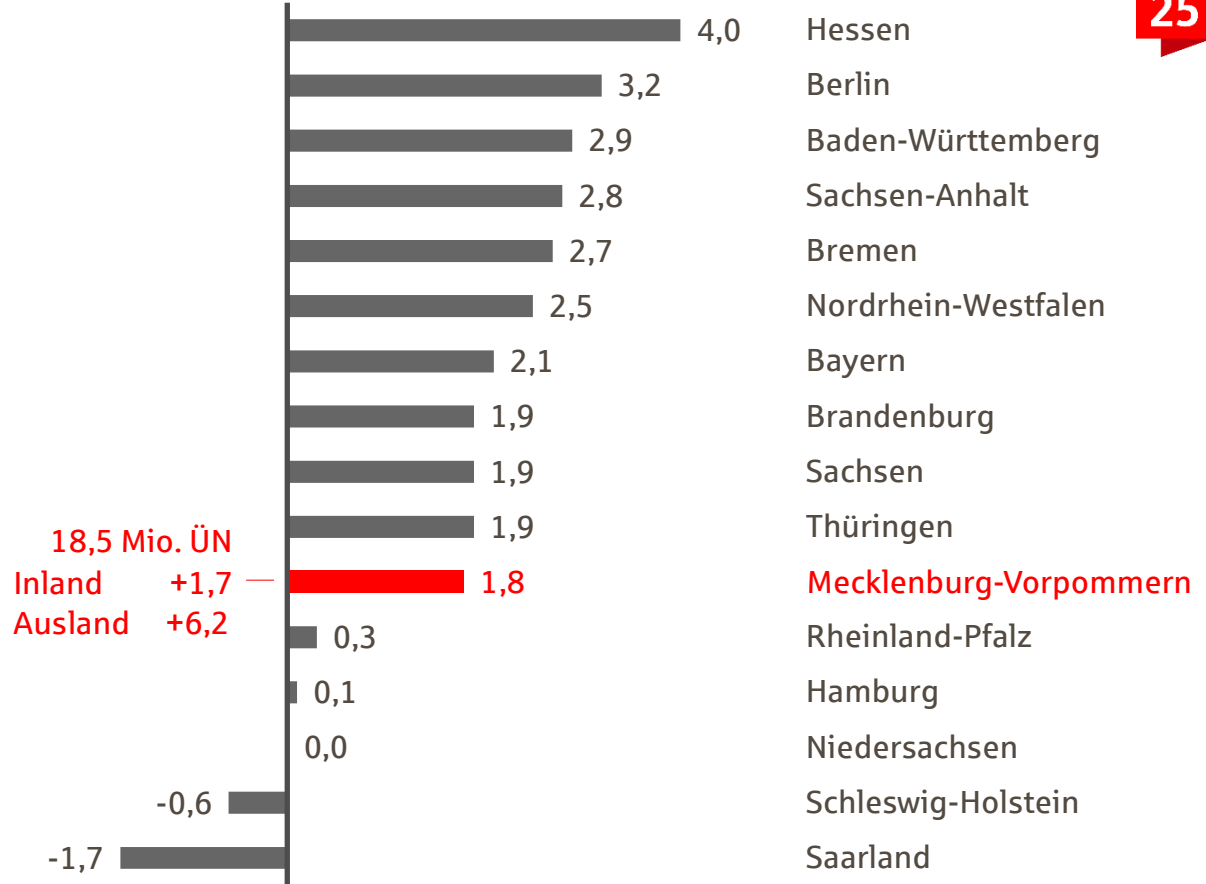
## Saisonalität



# Tourismus in MV 2024 mit leichtem Wachstum

Gewerbliche ÜN  
Jan-Jul 2024  
ggü. 2023 in %

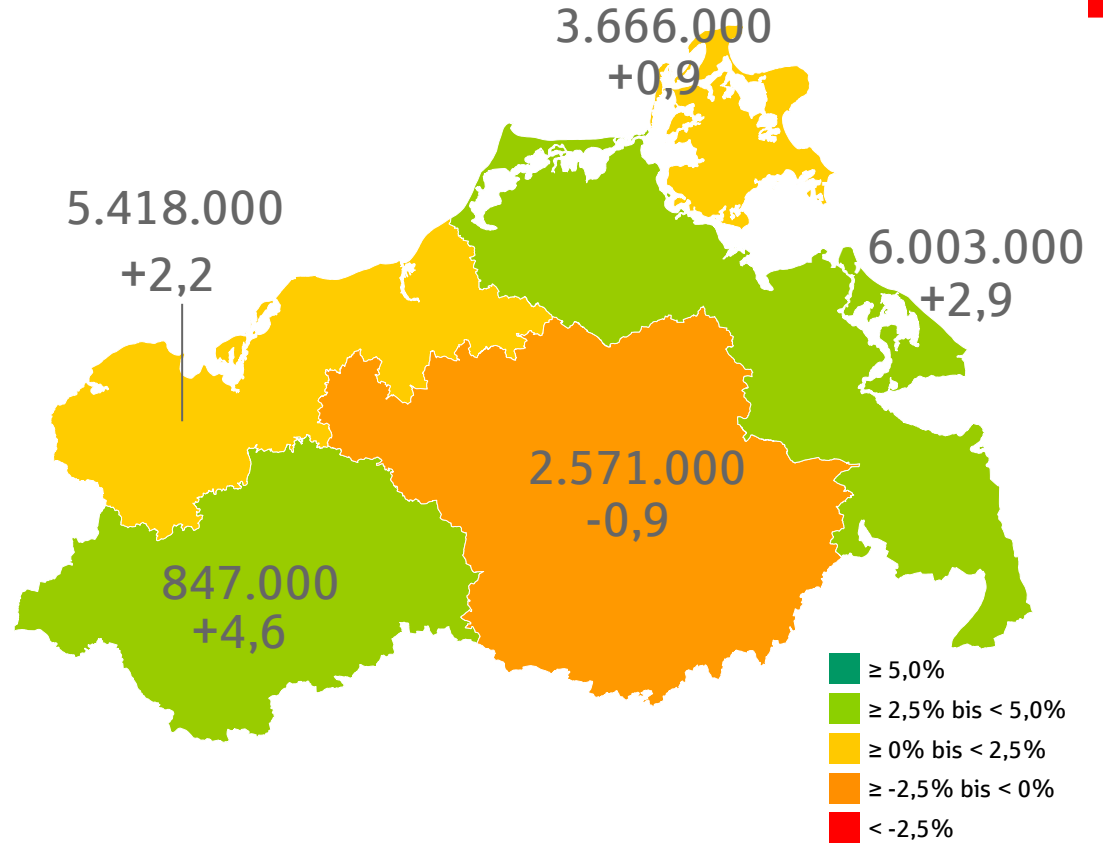
Ost-D +1,7%  
D +1,8%



Quelle: dwif 2024, Daten Statistisches Bundesamt

# Regionen mit solider Performance

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



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



# Die aktuelle Großwetterlage: verhaltener Optimismus

+1,6%

Inflationsrate  
September 2024

+3,1%

Reallohnwachstum  
Q2 2024



~11%

Sparquote Q2 2024  
auf Rekordwert

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

**Mehrfachreisen +**

Reisefrequenz auf Vor-Corona-Niveau

grenzüberschreitender Tourismus ++

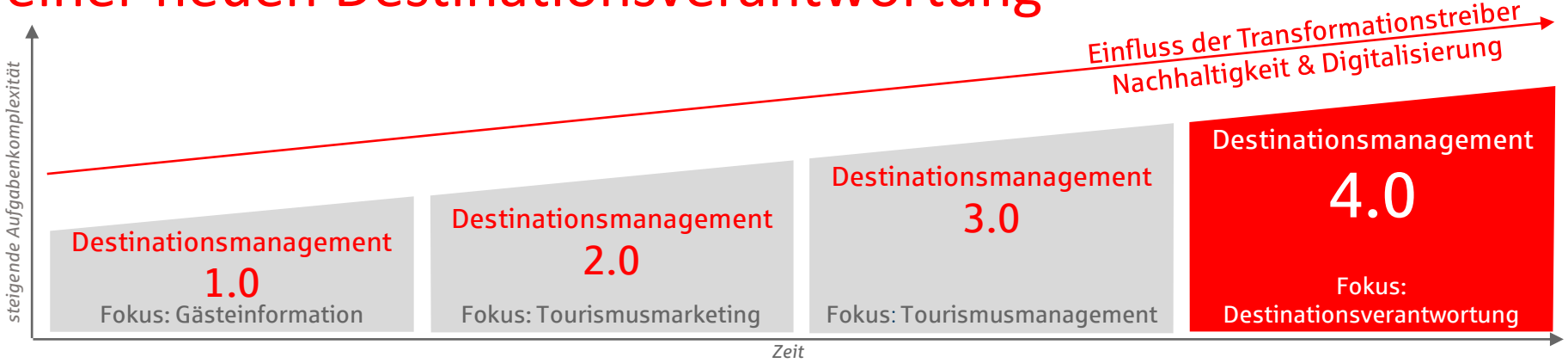
**Urlaubsausgaben +++**

2024: Touristiker mit  
durchwachsender Zuversicht

Großteil der Befragten  
erwarten eine  
gleichbleibende/sinkende  
Buchungslage.

Gastfreundschaft ist die Basis  
für einen florierenden Tourismus.

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



KPIs im Wandel	Gästekünfte	Klassische Marketing-KPIs/ Kontaktmaßzahlen	Wertschöpfung	Tourismusbewusstsein	Mobilitätsverhalten/ Modal Split
	Übernachtungen		RevPAR	Beschäftigtenzahlen	CO2-Fußabdruck
	Tagesgäste	Markenbekanntheit	Saisonalität		Gemeinwohlbilanz
	Kapazitätsauslastung	Themenkompetenzen	Gästezufriedenheit	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 touristischen Betriebe in  
Mecklenburg-Vorpommern wieder mehr  
Handlungsspielraum?



# Geschäftsklima: Stimmung sichtbar eingetrübt



Operatives  
Ergebnis deutlich  
rückläufig, leicht  
steigende Bonität

Veränderung 2022 ggü.  
2021

## Gewinnmarge

D	Ost-D	MV
-3,8ppt	-5,2ppt	-9,6ppt

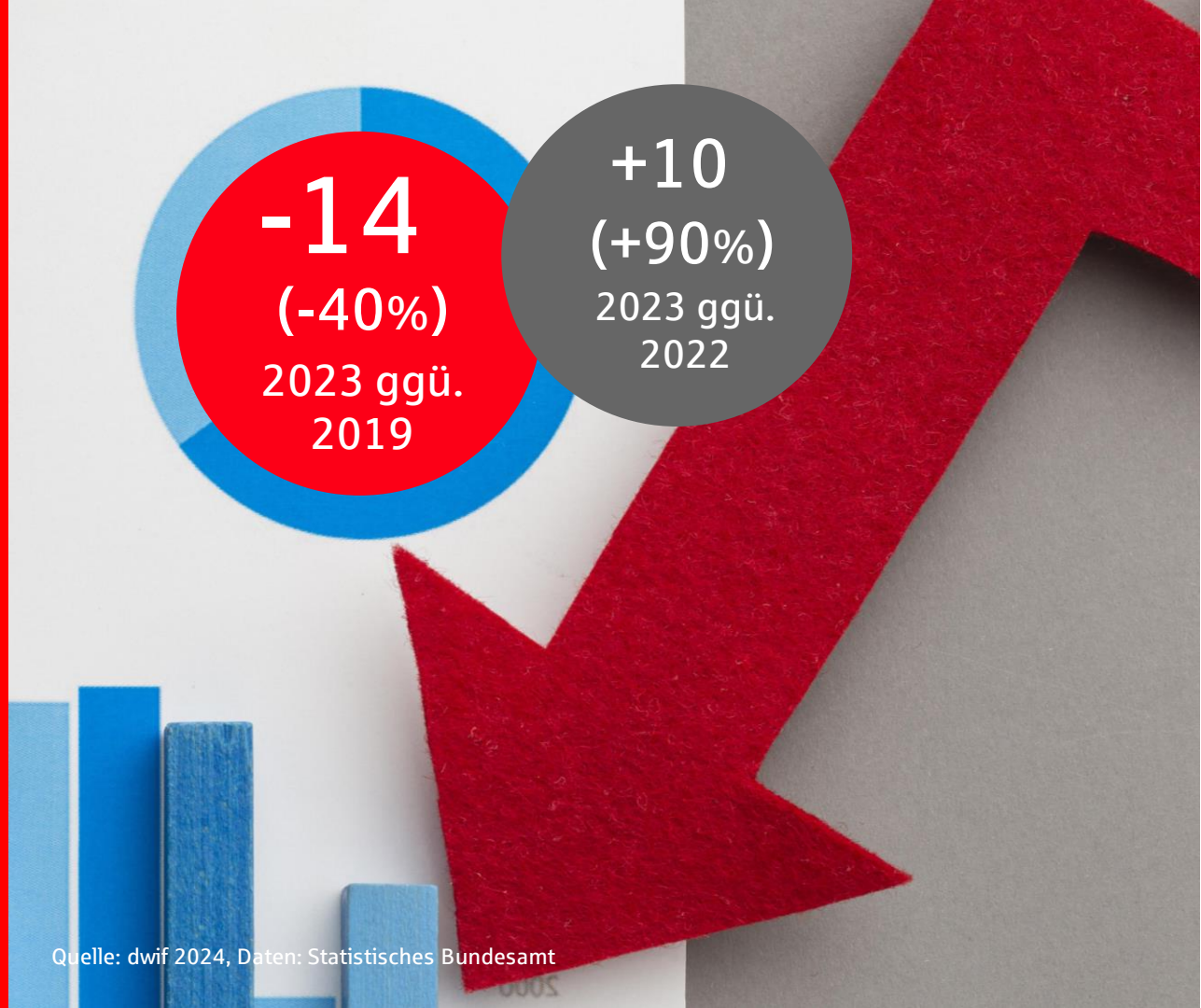
## Eigenkapitalquote

D	Ost-D	MV
+0,2ppt	+4,1ppt	+0,9ppt

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

Insolvenzen auf  
niedrigem Niveau,  
aber dennoch  
weniger Betriebe  
am Markt

Insolvenzverfahren im  
Gastgewerbe in  
Mecklenburg-Vorpommern



Quelle: dwif 2024, Daten: Statistisches Bundesamt

# Weitere Preissteigerungen in Mecklenburg-Vorpommern

## Hotellerie

MV	Ost-D
143€	106€
+3,6%	+4,0%

## Gastronomie

Schnitzel mit Pommes & Salat	
MV	Ost-D
20€	20€
+6%	+9%

## Freizeitwirtschaft

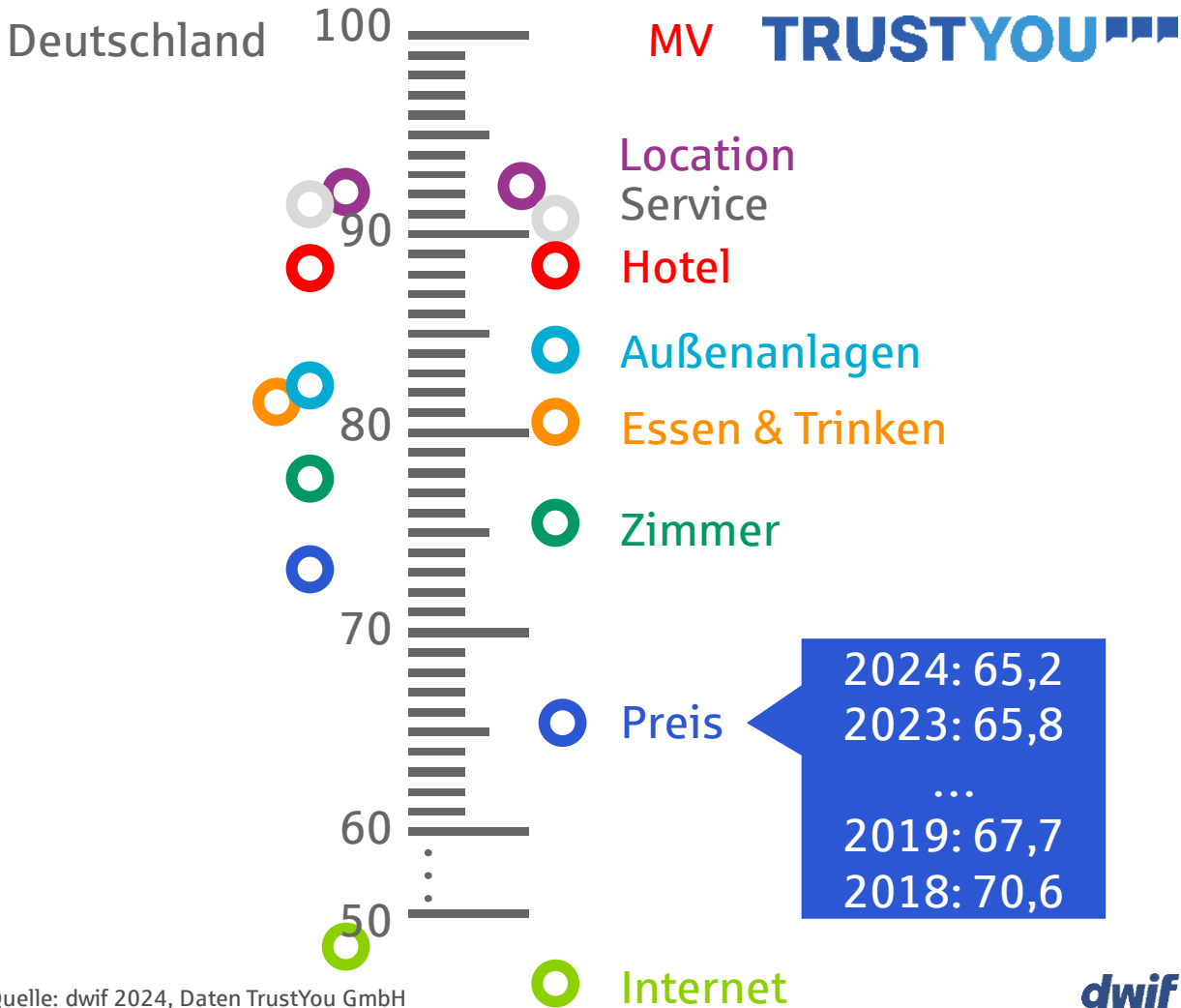
MV	Ost-D
9€	10€
+10%	+6%

# Leichte Erholung, aber PLV weiter kritisch bewertet

	MV	D
	85,8	86,8

ggü. 2023 +0,4 +/-0

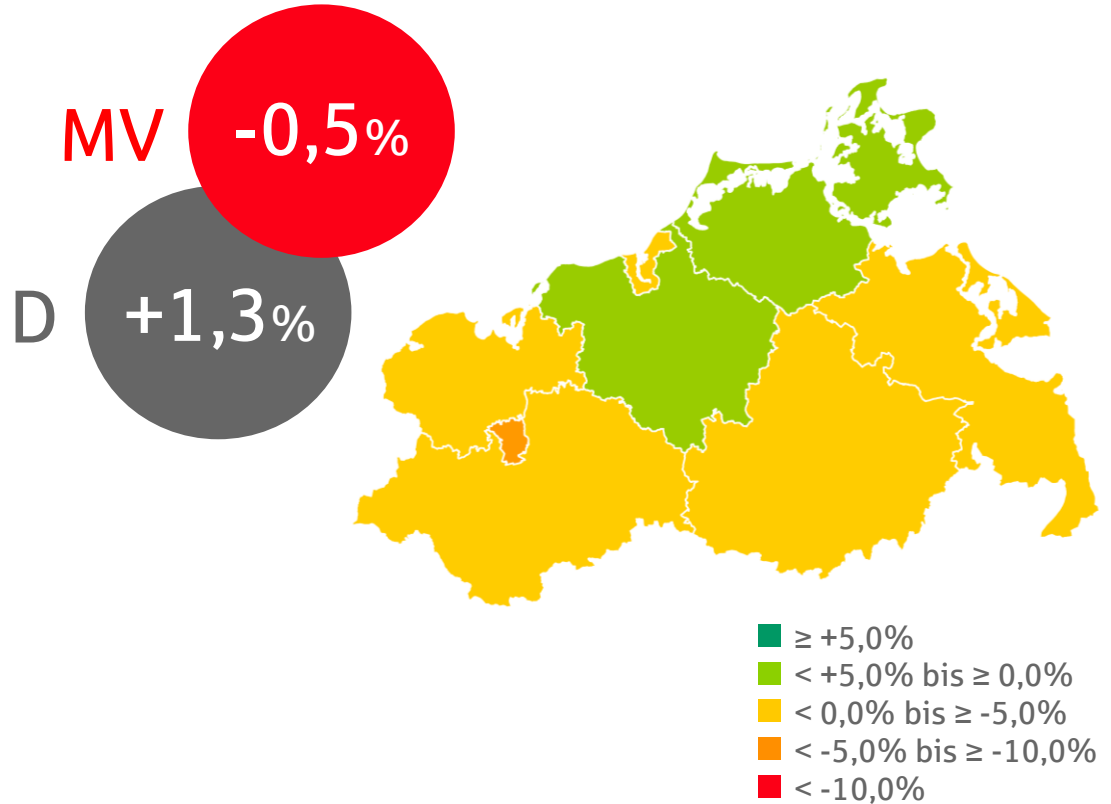
ggü. 2020 -0,3 -0,6





# Weniger Erwerbstätige, Beherbergung und Gastronomie uneinheitlich

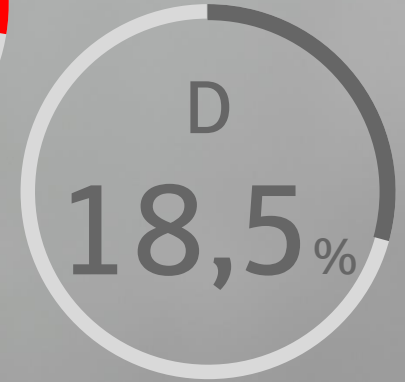
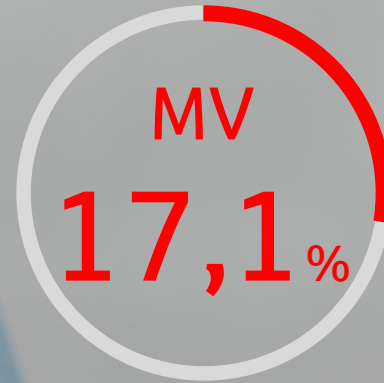
Beschäftigte (SvB & GfB)  
nach Landkreisen in  
Mecklenburg-Vorpommern  
2023 ggü. 2019



Quelle: dwif 2024, Daten: Bundesagentur für Arbeit, Kartengrundlage: GfK

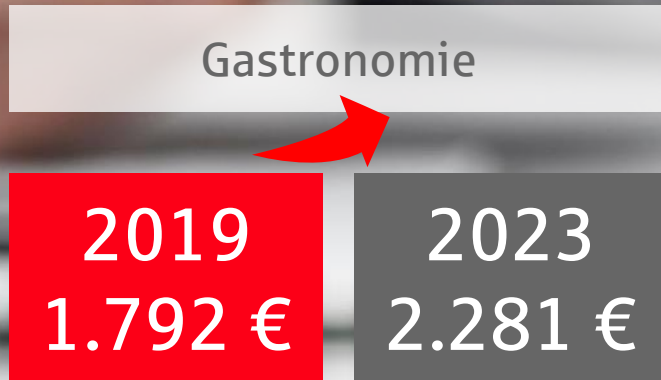
# Weniger Ausbildungsplätze, aber besser besetzt

Anteil unbesetzte  
Ausbildungsstellen im  
Gastgewerbe 2022/2023



Quelle: dwif 2024, Daten: Bundesagentur für Arbeit

# Gehälter im Gastgewerbe in Mecklenburg-Vorpommern deutlich angestiegen

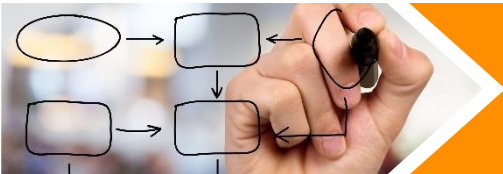


Basis: Vollzeitbeschäftigung

# Handlungsspielraum für unternehmerische Entscheidungen vorhanden?



Preis-Leistung unter Druck, Qualitätsanforderungen hoch, Balanceakt, um nicht in ein Hochpreisimage abzurutschen



Ganzheitliches Mitarbeitermanagement gefragt, Sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse ausbauen



Trotz rückläufiger Margen braucht es mehr Investitionen, 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

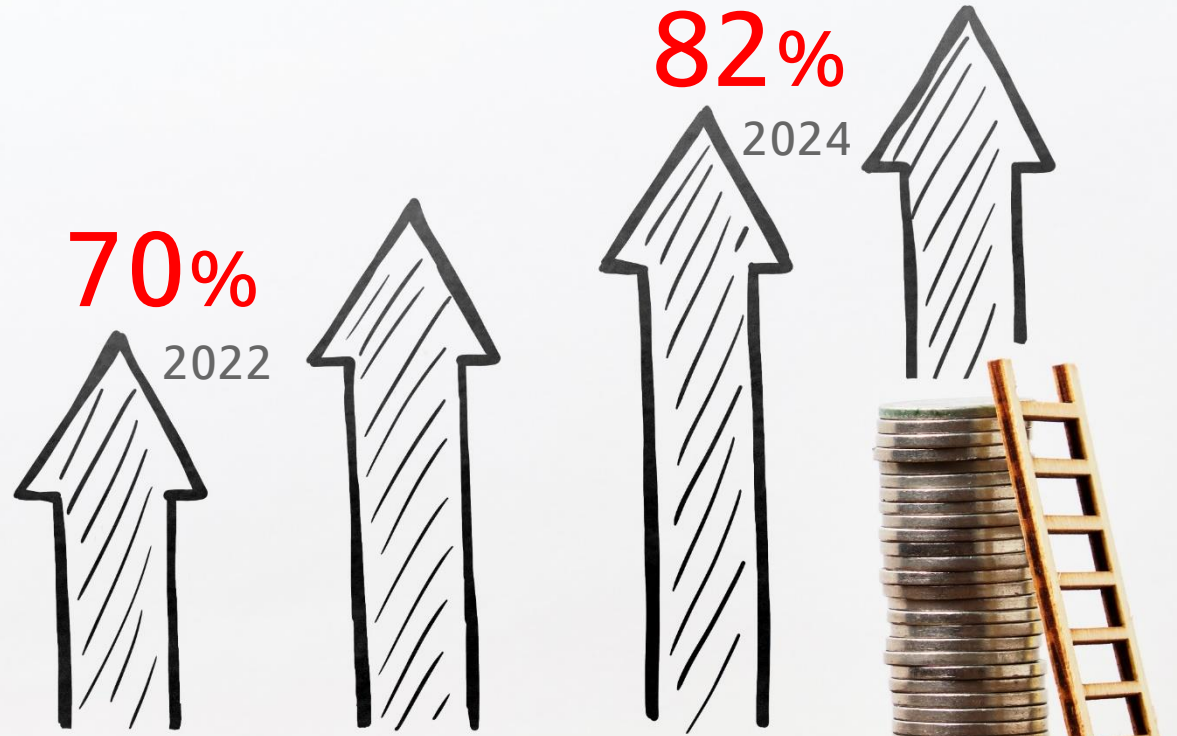


Finanzgruppe  
Ostdeutscher Sparkassenverband

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)



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

# 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 mit  
Nachholbedarf,  
vor allem bei der  
ökologischen  
Nachhaltigkeit

Bewusstsein vorhanden,  
zu wenig konkretes  
Handeln

65,7%

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

29,0%

stehen noch  
am Anfang in  
Sachen sozialer  
Nachhaltigkeit.

43,8%

stehen noch  
am Anfang in Sachen  
ökologischer  
Nachhaltigkeit.

Quelle: dwif 2024, Daten Online-Befragung ostdeutscher Betriebe aus  
Gastgewerbe und Freizeitwirtschaft 2024, n=66; Bild: freepik



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



Die Betriebe sind aktiv, Mitarbeitende und Wettbewerbsfähigkeit im Fokus

Status Quo des Investitionsverhaltens ostdeutscher Betriebe

Planungshorizont **3-5 Jahre**

Investitionsvolumen Ø **43.000€**

**TOP 3** Investitionsmotive in MV

- Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit
- Senkung der Betriebskosten
- Entlastung der Mitarbeitenden

# Mehr als jeder vierte Betrieb in MV mit starkem Investitionsstau

Investitionsniveau der Betriebe in Ost-D reicht nicht aus

Leichter Investitionsstau

49%

Sehr hoher Investitionsstau

26%

Mecklenburg-Vorpommern auf dem Niveau von Ost-D

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.

# Wer macht überhaupt weiter?

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

**37%** der Betriebe in Ost-D planen die Betriebsnachfolge für die nächsten 10 Jahren.

**10%** der Betriebe in Ost-D fallen weg.

**Mecklenburg-Vorpommern** auf dem Niveau von Ost-D

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





# 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 Mecklenburg-Vorpommern: Wie kann ein zukunftsfähiges Gesamtbild aussehen?

# Betrieb der Zukunft

Nachhaltigkeit  
authentisch  
regional  
ressourcenschonend

Qualität  
serviceorientiert  
zeitgemäß



Personalisierung  
individuell  
fokussiert

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 Erlebnissvorschläge  
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

