

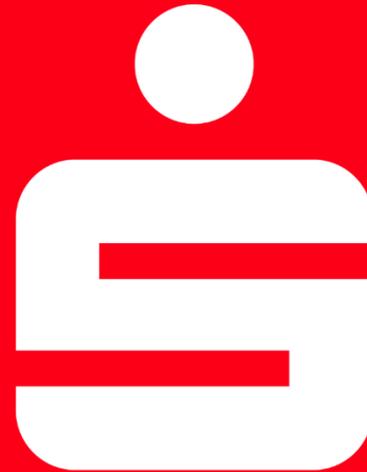
Sparkassen-Tourismusbarometer
Ostdeutschland

„Investitionen gestalten Zukunft“

Länderveranstaltung Sachsen-Anhalt
Bad Dürrenberg, 28. August 2024

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

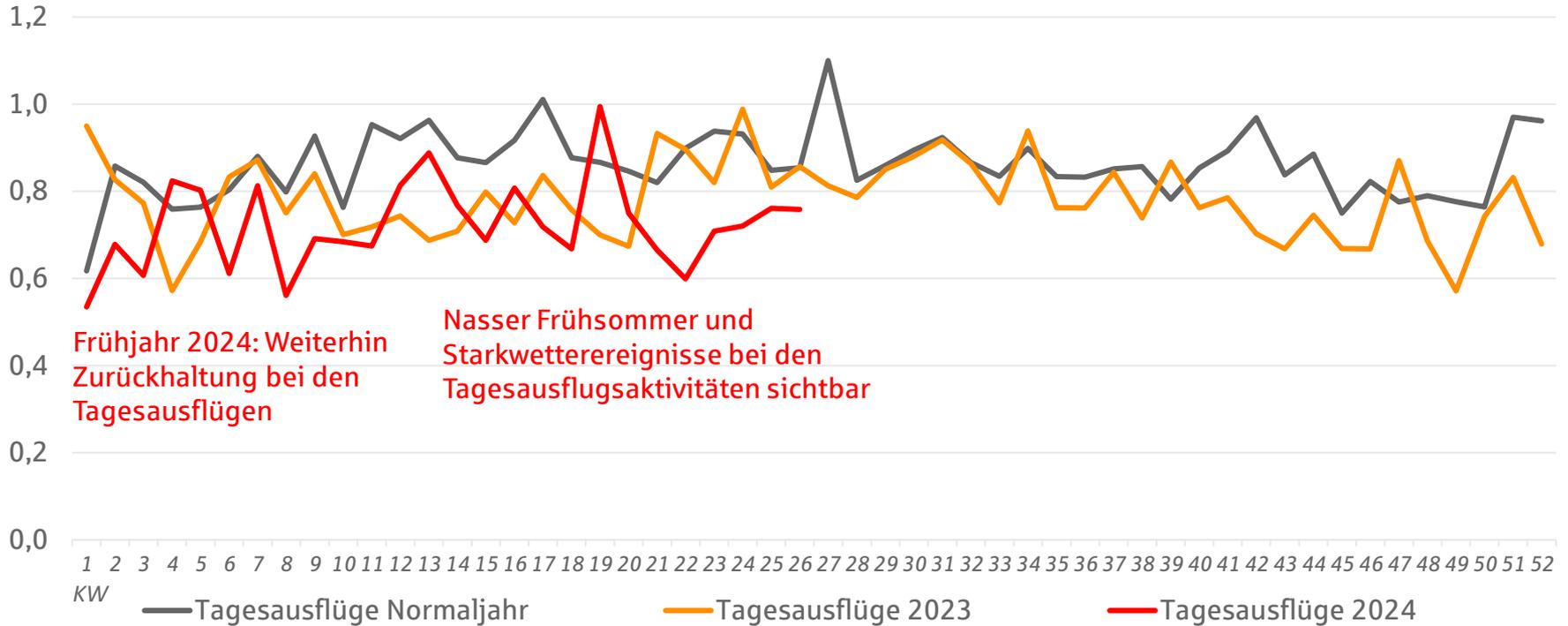
Durchführung **dwif-Consulting GmbH**
Referenten **Maike Berndt
Karsten Heinsohn**



Der Tourismus in den ostdeutschen Ländern und Regionen im Wettbewerb

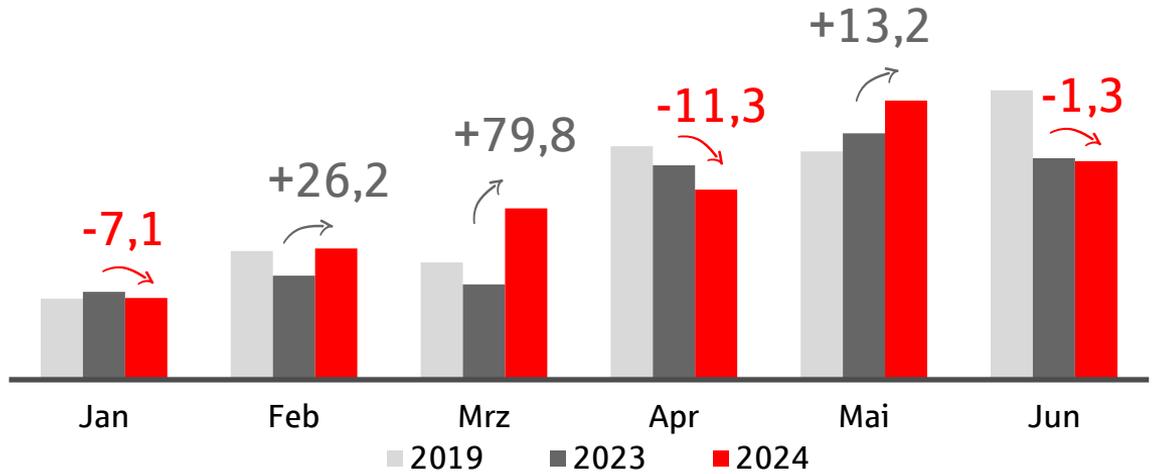
Tagesreisen-EKG: Konsumzurückhaltung und Wettereinflüsse

Tagesausflugsintensität: Durchschnitt der privaten Tagesausflüge pro Kopf in einer Kalenderwoche



Feiertage prägen die Monate: Einrichtungen durch Ostern sehr gut besucht

Saisonale Entwicklung der Besucherzahlen in ST Jan-Jun 2024



Freizeitwirtschaft in Sachsen-Anhalt erholt sich

Entwicklung der Besucherzahlen in ST Jan-Jun 2024

2024 ggü.	ST	D
2023	+11%	+3%
2019	-1%	-5%



Burgen/Schlösser

2019	+9%
2023	+4%

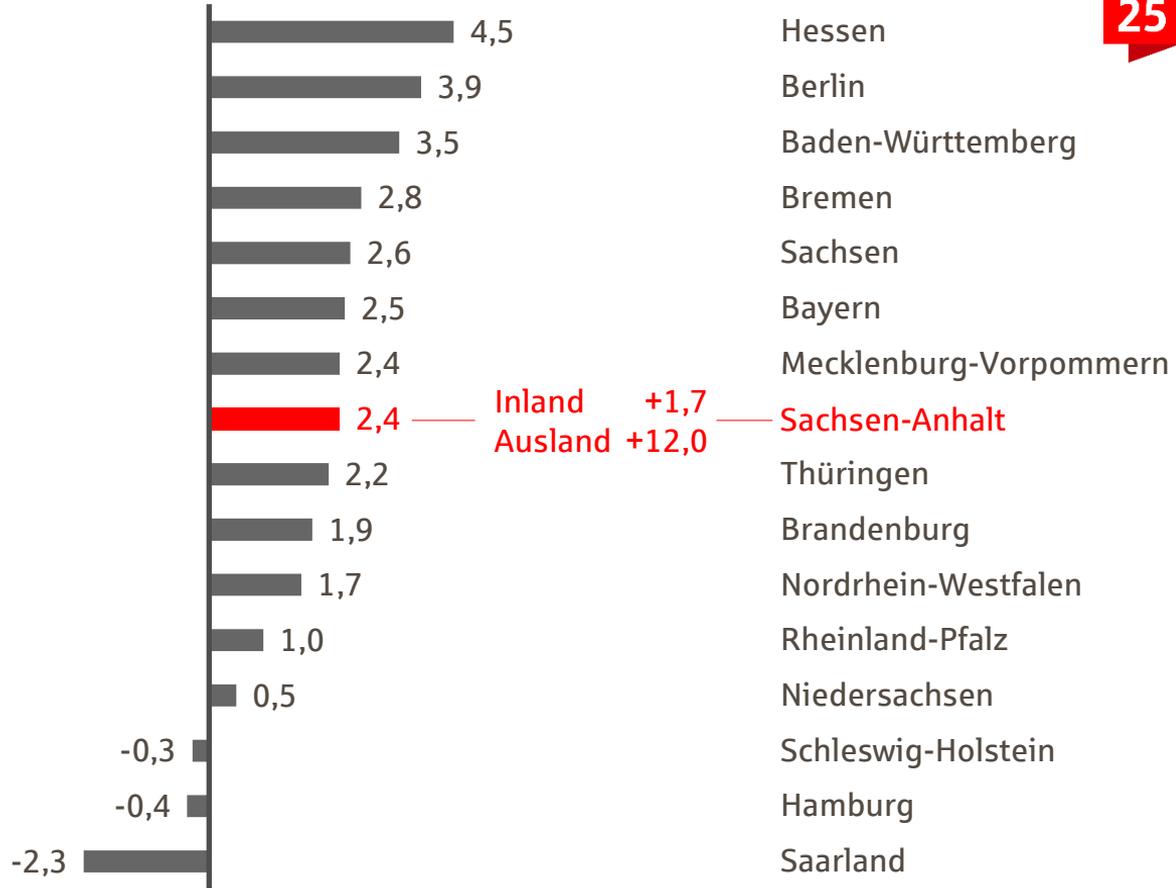
Zoos/Tierparks

2019	-1%
2023	-4%

Sachsen-Anhalt nähert sich dem Rekordjahr 2019, Inland schwächelt

Gewerbliche ÜN
Jan-Jun 2024
ggü. 2023 in %

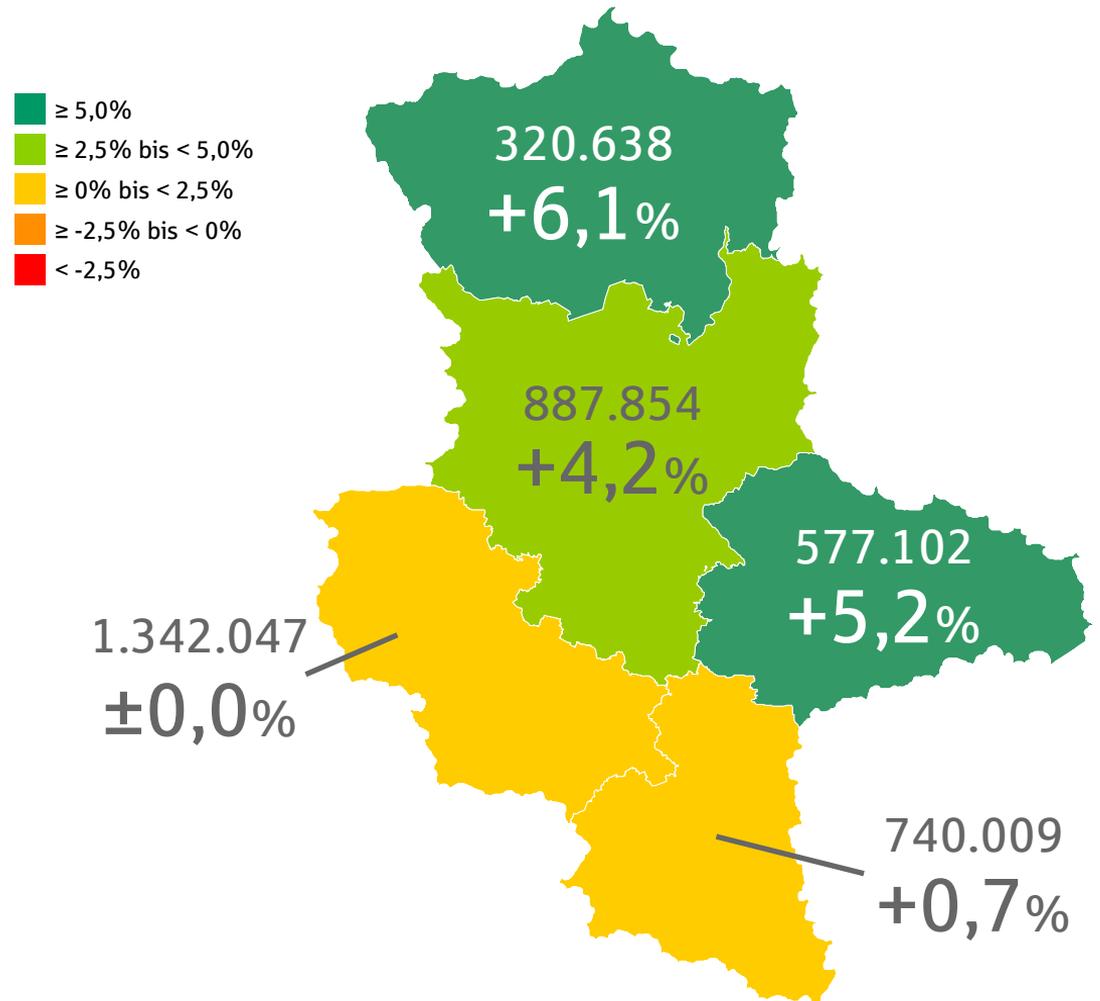
Ost-D +2,2%
D +2,1%



Quelle: dwif 2024, Daten Statistisches Bundesamt

Altmark, Anhalt-Wittenberg, MD, Elbe-Börde-Heide übertreffen 2019er-Niveau

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



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

Entwicklungstreiber im Tourismus in Sachsen-Anhalt

Räumliche Erfolge

Top-Performer 2023

Magdeburg, Elbe-Börde-Heide

Anhalt-Wittenberg

Magdeburg

Bad Schmiedeberg

Dessau-Roßlau

Tangermünde

Coswig (Anhalt)

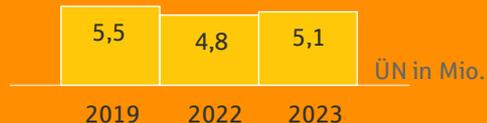
Bitterfeld-Wolfen

Haldensleben

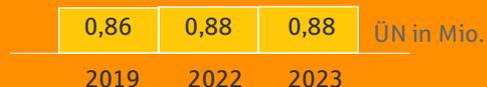
Lutherstadt Eisleben

Betriebstypen: 2019er Niveau noch nicht erreicht

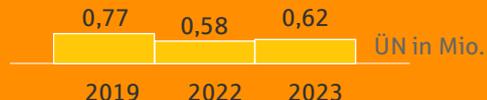
Hotellerie > unterdurchschnittlich



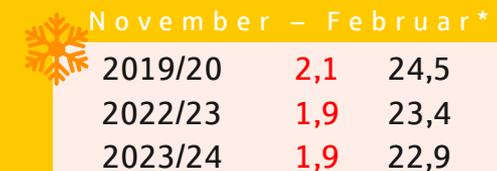
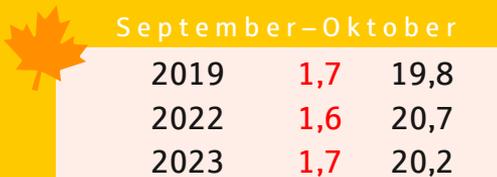
Ferienwohnungsmarkt > stabiles Niveau



Gruppenunterkünfte > noch im Rückstand



Saisonausgleich über Frühjahr und Herbst



30 Jahre Saaleradweg – symbolträchtiges Raderlebnis über drei Bundesländer



Bett+Bike in ST 2024:

135 Betriebe
+5,4% ggü. 2019

Sachsen-Anhalts Willkommenskultur wird „unterdurchschnittlich“ bewertet. (Quelle: Destination Brand)



Quelle: Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH, Bild: Thomas Ziegler

Gastfreundschaft ist die Basis
für einen florierenden Tourismus.

Die aktuelle Großwetterlage: verhaltener Optimismus

+2,3%

Inflationsrate
Juli 2024

+3,8%

Reallohnwachstum
Q1 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.

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	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



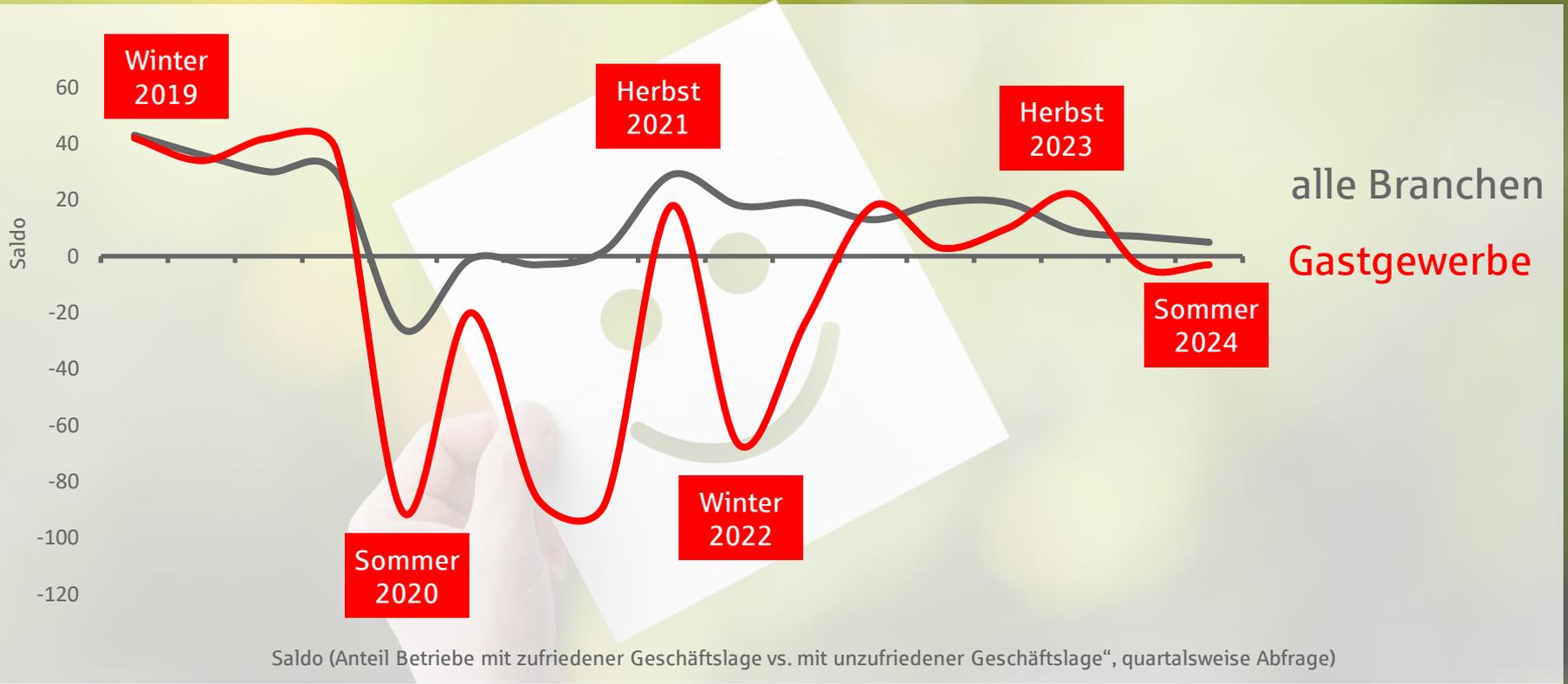
Resonanz stärken und Dialog mit Gästen und
Bevölkerung suchen



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

Haben die Betriebe wieder mehr Handlungsspielraum?

Geschäftsklima: Stimmung sichtbar eingetrübt



Operatives
Ergebnis
rückläufig, aber
steigende Bonität

Veränderung 2022 ggü.
2021

Gewinnmarge

D	Ost-D	ST
-3,8ppt	-5,2ppt	-5,9ppt

Eigenkapitalquote

D	Ost-D	ST
+0,2ppt	+4,1ppt	+10,9ppt

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

Finanzierungs-
probleme
nehmen ab

Corona-Zeit

Ø 25%

Sommer 2024

13%

Anteil der gastgewerblichen Betriebe
mit Finanzierungsproblemen



ST zieht im ostdeutschen Vergleich Preise stark an

Hotellerie

ST	Ost-D
80€	102€
+7%	+3%

Gastronomie*

Schnitzel mit Pommes & Salat	
ST	Ost-D
21€	20€
+12%	+9%

Freizeitwirtschaft*

ST	Ost-D
9€	10€
+10%	+6%

Gästezufriedenheit leicht gestiegen

ST D

85,8 86,8

ggü. 2023 +0,2 +/-0

ggü. 2020 -0,3 -0,6

TrustScore 2024

- 0-100 Punkte -

2024 ggü. 2023

- in Punkten -

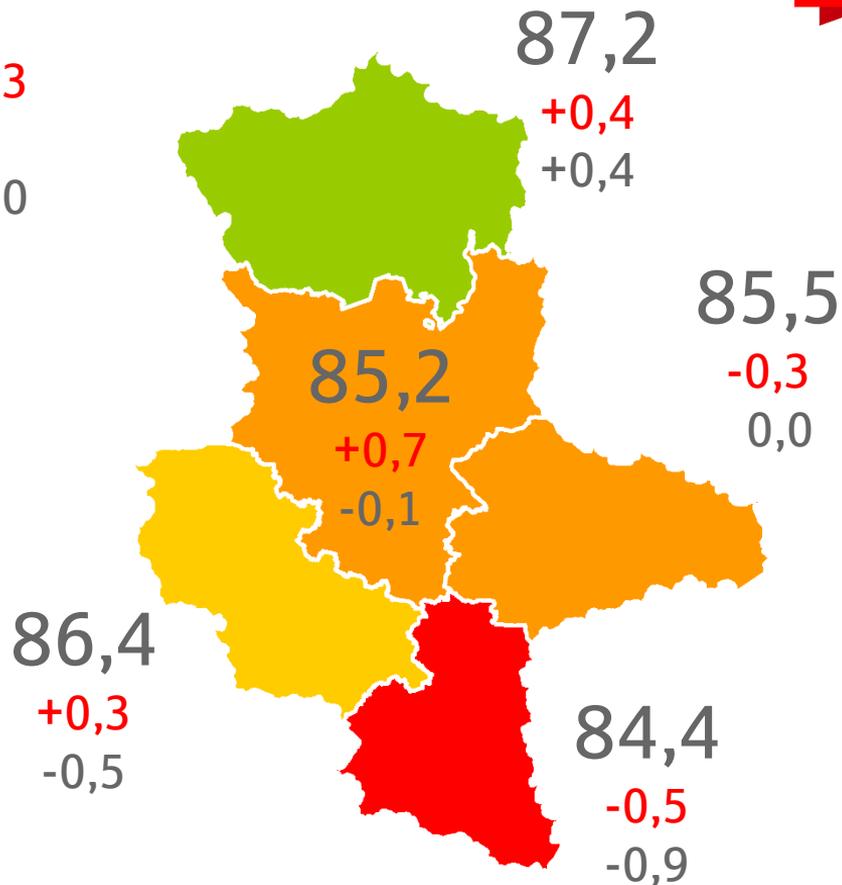
2024 ggü. 2020

- in Punkten -

- 88,0 und mehr
- 87,0 bis 87,9
- 86,0 bis 86,9
- 85,0 bis 85,9
- Unter 85,0

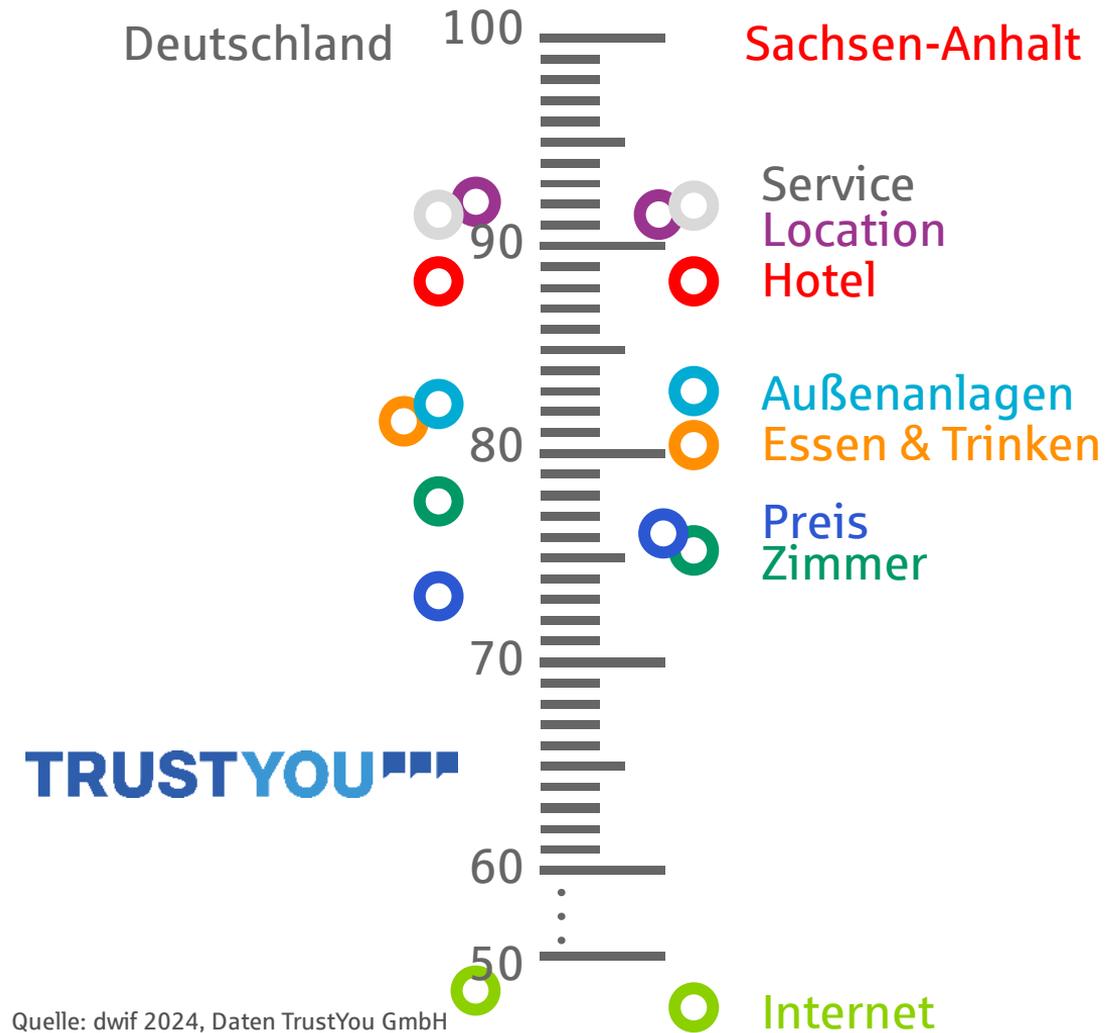
TRUSTYOU

20
25



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

Preis-Leistung
sehr gut bewertet,
Zimmer mit Luft
nach oben



Quelle: dwif 2024, Daten TrustYou GmbH

So viele GfB im Tourismus wie nie zuvor

Anteil GfB an allen
Beschäftigten (GfB & SvB)
im Gastgewerbe 2023



ST

41%

+8,2%
ggü. 2019

D

50%

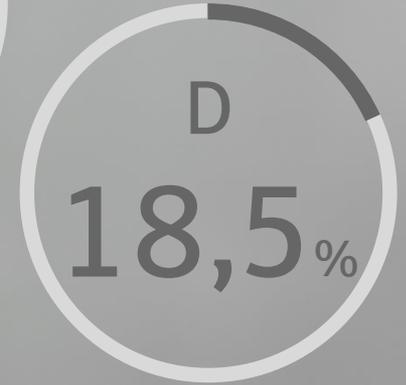
+3,9%
ggü. 2019

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Bild: freepik



Weniger Ausbildungsplätze, aber dafür bessere Besetzung

Anteil unbesetzte
Ausbildungsstellen im
Gastgewerbe 2022/2023

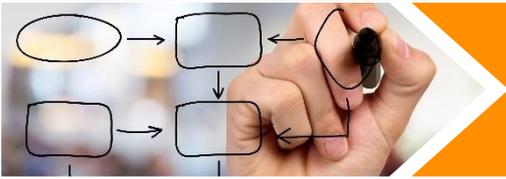


Quelle: dwif 2024, Daten: Bundesagentur für Arbeit

Handlungsspielraum für unternehmerische Entscheidungen wird größer



Preis-Leistungs-Verhältnis in den Mittelpunkt stellen, bei weiteren Preisanpassungen Qualität mitentwickeln



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

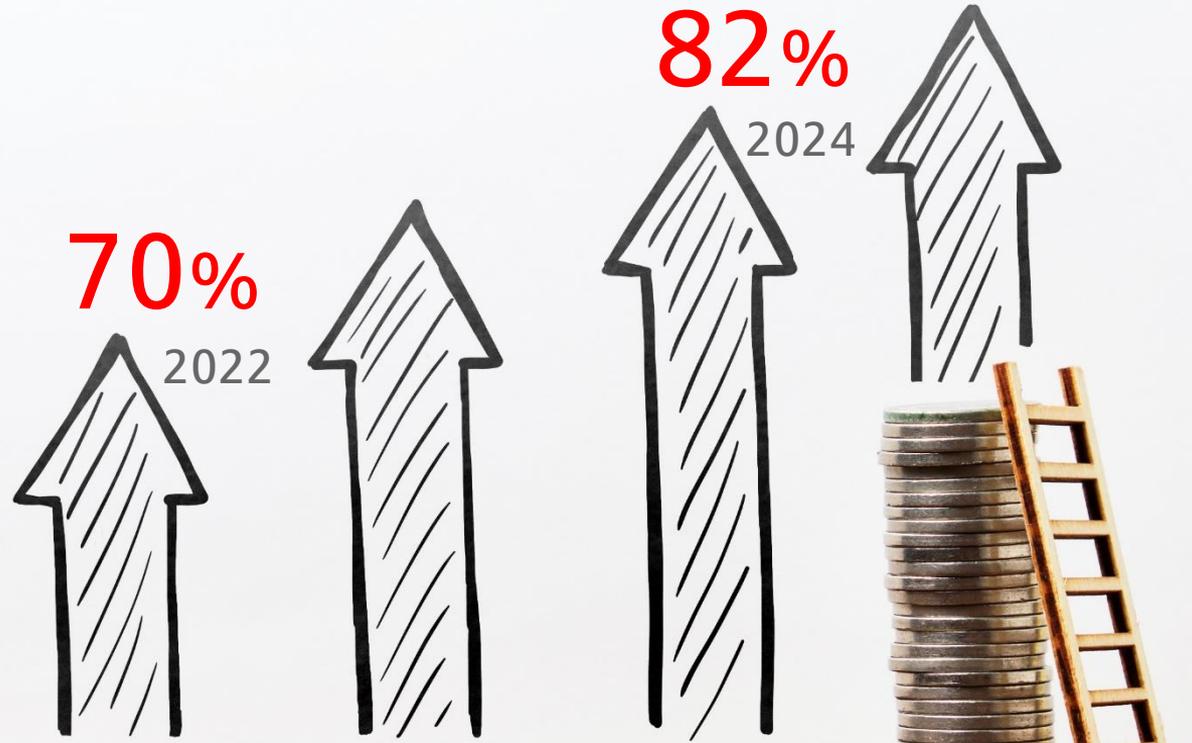


Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

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)



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.

29,1%

stehen noch
am Anfang in
Sachen sozialer
Nachhaltigkeit.

43,7%

stehen noch
am Anfang in Sachen
ökologischer
Nachhaltigkeit.

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



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

Die Betriebe sind „bemüht“, Instandhaltung & Neuausrichtung

Status Quo des Investitionsverhaltens ostdeutscher Betriebe

Planungshorizont **3-5 Jahre**

Investitionsvolumen Ø **55.000€**

TOP 3 Investitionsmotive in ST

- Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit
- Gästezufriedenheit
- Erschließung neuer Zielgruppen

Aktuelles Investitionsniveau reicht nicht aus

Ostdeutsche Betriebe
erkennen den eigenen
Investitionsstau

Leichter
Investitionsstau

49%

Sehr hoher
Investitionsstau

26%

Sachsen-Anhalt mit
deutlich höheren Werten

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.

Sachsen-Anhalt 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 Sachsen-Anhalt: 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 Erlebnisvorschläge
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



Schrittweise Transformation für ein nachhaltiges Zukunftsbild

Ihr individueller
Zugang ist gefragt



Quelle: dwif 2024, Bild: freepik

Zukunft
gemeinsam
gestalten

