



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
Erste Ergebnisse zum OSV-Tourismusforum, 28. Februar 2023

## „ZWISCHEN KOMFORTZONE UND KRISENMODUS – AUSFLUGSLUST UND ÖFFNUNGSFRUST“?

### PROLOG

„Transformation und Tourismus“, „Wandel und Tourismus“ sind keine Begriffspaare, die erst seit gestern miteinander verbunden sind. Und dennoch haben die letzten drei Jahre – geprägt von Krisen, mit der Corona-Pandemie und dem Krieg in der Ukraine – neue Veränderungsprozesse auf den Plan gerufen, andere überlagert, und wieder andere erst so richtig in Schwung gebracht.

Derzeit sind starke Polarisierungseffekte rund um den Tourismus zu beobachten, Spannungsfelder, die auf den ersten Blick sogar widersprüchlich erscheinen (können):

- „Jetzt-erst-recht“-Stimmung oder Konsumeinschränkung: Wer kann und will sich Reisen und Freizeitaktivitäten leisten?
- Alarmismus vs. reales Handeln: Die (gefühlte) Betroffenheit bei Preissteigerungen und Co. ist hoch, aber wie und wo wirkt sie tatsächlich und dauerhaft?
- Personalintensive Dienstleistungen vs. Self-Service: Was wünschen sich Gäste, was trauen sich die Betriebe?
- Branchenübergreifender Arbeitskräftemangel bei zeitgleichem Rekordhoch der Erwerbstätigenzahlen: Wie passt das zusammen und welche Lösungsansätze gibt es?
- Auslands- und Flugreisen mit neuer Dynamik trotz Nachhaltigkeitsdebatte und zunehmenden Extremwetterereignissen: Wann und wie nehmen wir den Klimawandel ernst?

Die Beispiele zeigen: Valide Markteinschätzungen oder gar Prognosen sind derzeit eine Herausforderungen. Was Bestand hat, sind die großen Transformationstreiber Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Auch die Resilienz von Betrieben und Organisationen, von den Menschen die dahinter stehen, ist und bleibt eine zentrale Anforderung, genauso wie die teils radikalen Veränderungen am Arbeitsmarkt.

*„Drei Corona-Jahre haben die Menschen in unseren ostdeutschen Urlaubsregionen sehr herausgefordert, aber auch gestärkt. Sie haben sich auf die Wünsche und Erwartungen der Gäste sowie die schwierigen Rahmenbedingungen eingestellt und Lösungen entwickelt. Unsere Sparkassen haben sie dabei unterstützt und auch so dazu beigetragen, dass unsere Städte, Gemeinden und Landkreise attraktiv und lebenswert sind.“*

*Ludger Weskamp  
Geschäftsführender Präsident des  
Ostdeutschen Sparkassenverbandes*

Ostdeutscher  
Sparkassenverband  
Team Kommunikation  
Leipziger Str. 51  
10117 Berlin

Telefon 030 2069-1818/-1843  
Telefax 030 2069-2818  
E-Mail [presse@osv-online.de](mailto:presse@osv-online.de)  
[www.osv-online.de](http://www.osv-online.de)  
Twitter [@osv\\_online](https://twitter.com/osv_online)

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
www.tourismusbarometer.de

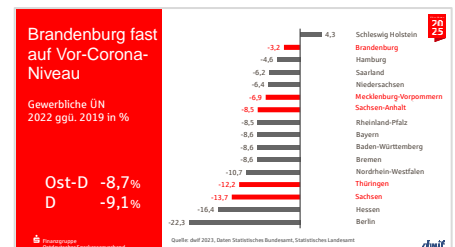
Wie immer gibt das Sparkassen-Tourismusbarometer Orientierung für eine datenbasierte Destinationsentwicklung und Impulse für strategische Entscheidungen.

Das Schwerpunktthema in diesem Jahr: Welche Wirkung hat der Tourismus auf die regionale Entwicklung, welche Bedeutung für die Bevölkerung vor Ort? Diesen und weiteren Fragen geht das Sparkassen-Tourismusbarometer aus der Perspektive der Tagesreisen auf den Grund.

## **DER TOURISMUS IN OSTDEUTSCHLAND IN ZAHLEN: AKTUELLE TRENDS UND ENTWICKLUNGEN**

### **NACHFRAGEENTWICKLUNG IN DEN OSTDEUTSCHEN DESTINATIONEN – WEITERE NORMALISIERUNG MIT STARKEN REGIONALEN UNTERSCHIEDEN**

Polarisierungseffekte zeigen sich auch in den **Nachfragedaten der ostdeutschen Destinationen**. Mit 80,2 Mio. Übernachtungen im Jahr 2022 wurde bereits das Niveau von 2017 wieder erreicht. Das waren zwar immer noch 8,7 Prozent oder absolut 7,6 Mio. Übernachtungen weniger als 2019 (D -9,1 Prozent). Gegenüber dem Corona bedingten Tief aus 2021 stiegen die Zahlen aber wieder deutlich an (+30,6 Prozent, D +45,3 Prozent). Die Gäste kehren zunehmend zu klassischen Reismustern zurück, wengleich gerade die Segmente der Geschäftsreisen und des Incoming-Tourismus nach Deutschland weiterhin nach neuer Dynamik suchen. Beispiel Städtedestinationen: Sie liegen in Ostdeutschland immer noch 13,3 Prozent unter dem 2019er-Niveau, doch eine Metropole wie Hamburg (mit starken Leisure- und Inlandsanteilen) fehlen nur noch 4,6 Prozent. Insbesondere im Geschäftsreisemarkt, der für die ostdeutschen Städte eine große Bedeutung hat, ist eine weitere Erholung erst in den kommenden Jahren zu erwarten.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
www.tourismusbarometer.de

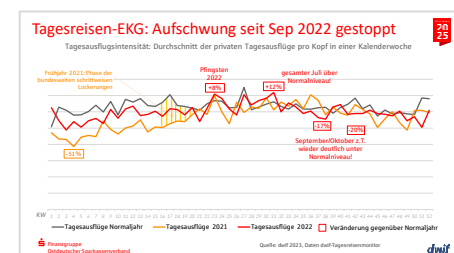
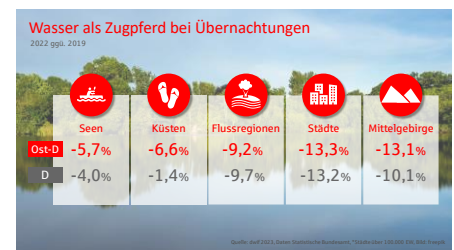
Der Dynamikmotor in Ostdeutschland heißt derzeit Brandenburg: Platz 2 im Bundesländerranking hinter Schleswig-Holstein und mit vier Destinationen über den Zahlen aus 2019. Nur langsam erholen sich Sachsen, aufgrund der im Vergleich der fünf Bundesländer stärksten Abhängigkeit vom Geschäftsreise- und Incoming-Tourismus und Thüringen, das sich seit Jahren in einer Konsolidierungsphase mit Herausforderungen rund um Qualität und neuen Gästegruppen befindet.

Auffällig ist auch die Entwicklung in Mecklenburg-Vorpommern: Mit 6,9 Prozent unter den Rekordzahlen der Übernachtungen aus 2019 und stark geprägt durch die Entwicklungen an der Küste ist der Nordosten vermeintlich noch gut positioniert. Jedoch weisen alle Küstendestinationen in Deutschland nur noch ein Minus von 1,4 Prozent im Vergleich zum Vor-Pandemieniveau auf.

Der **Tagesreisenmarkt** hat sich bundesweit bis zum Juni 2022 wieder auf dem Niveau von 2019 stabilisiert. Diese Phase reichte bis in den August. Ab September sank das Volumen der Tagesausflüge teilweise wieder um 10 bis 20 Prozent unter das „Normalniveau“, eine Entwicklung, die bis Ende 2022 anhält. Diese Zurückhaltung deckt sich mit der medialen Berichterstattung rund um Energieengpässe bis hin zu einem gefühlten Alarmsismus, den steigende Energiepreise und die allgemeine Inflation auslösten. Ob reale Wirkung in der Geldbörse oder zunächst unter Vorsichtsgedanken; Fakt ist, dass die Menschen in dieser Phase weniger Ausflüge unternommen haben als üblich und auch bei den Ausgaben gespart wurde. Weitere Details zur Entwicklung in Ostdeutschland sind in den ersten Ergebnissen zum diesjährigen Schwerpunktthema nachzulesen.

„Die **Freizeitwirtschaft in Ostdeutschland** steht weiterhin massiv unter Druck.“, genauso begann die Markteinschätzung für dieses Segment im vergangenen Jahr und daran hat sich leider auch 2022 nichts geändert. Zwar sind die Besucherzahlen in den Freizeit- und Kultureinrichtungen in Ostdeutschland 2022 gegenüber 2021 um rund 56 Prozent gestiegen.

**Ost-D: 94 Prozent des Vor-Corona-Niveaus zwischen April und Dezember 2022 erreicht, seit August keine Rückgänge mehr im Vergleich zum Rekordjahr**

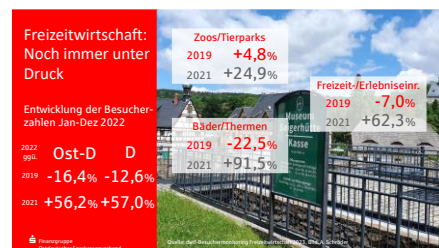


Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
[www.tourismusbarometer.de](http://www.tourismusbarometer.de)

Diese nachfrageseitige Stabilisierung 2022 ist insbesondere auf die „Sorgenkinder“ Museen/Ausstellungen, Spaßbäder/Thermen und Burgen/Schlösser zurückzuführen, das ist positiv zu bewerten. Zoos/Tierparks und Freilichtmuseen liegen mittlerweile sogar über dem Ausgangsniveau von 2019. Dennoch liegen die Besucherzahlen immer noch über 16 Prozent unter dem Niveau von 2019 und damit auch unter dem bundesweiten Durchschnitt.

Der Blick auf die Bundesländer zeigt, dass vor allem die Einrichtungen in Brandenburg und Sachsen 2022 aufholen konnten. Im Vergleich zum Vor-Corona-Niveau verzeichnet nach wie vor Sachsen-Anhalt mit -11,2 Prozent die geringsten Rückgänge, während die Freizeitwirtschaft in Thüringen noch am stärksten betroffen ist (-23,2 Prozent).

Nachfrageseitig ist also in einigen Segmenten eine gewisse Entspannung zu beobachten, der Druck baut sich jedoch zunehmend über die Kostenseite auf: Viele Angebotssegmente leiden unter steigenden Energie- und Rohstoffpreisen, von Museen über Zoos und allen voran die Bäder. (Teil)Schließungen sind bislang noch die Ausnahme, aber die Freizeiteinrichtungen müssen die höheren Kosten für einen dauerhaften Betrieb an die Besucher weitergeben. In den vergangenen Jahren sind die Eintrittspreise jeweils um 0,8 bis 3,9 Prozent pro Jahr gestiegen. Von 2022 auf 2023 zogen sie dagegen um 8,2 Prozent an und lagen in etwa auf dem Niveau der Inflationsrate. Wenig überraschend: Die Gruppe der Erlebnisbäder/Thermen musste ihre Preise um fast 16 Prozent erhöhen, womit in aller Regel die gestiegenen Kosten dennoch nicht gedeckt sind. Und trotzdem funktionieren auch hochpreisige Angebote weiterhin am Markt, nur eben mit insgesamt weniger Besuchen, die als Tagesausflüge vom Wohnort oder Aktivität am Urlaubsort unternommen werden. Für die Betriebe bleibt es ein Balanceakt zwischen notwendigen Preiserhöhungen und den Reaktionen der Nachfrage.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
[www.tourismusbarometer.de](http://www.tourismusbarometer.de)

### **Ein kleiner Ausblick auf die Nachfrageerwartungen 2023:**

Die Aussichten sind nachfrageseitig trotz der volatilen Rahmenbedingungen verhalten positiv. Die Übernachtungszahlen stabilisieren sich auf hohem Niveau, obwohl die Preise steigen. Wasserdestinationen liegen weiter im Trend, auch das Städterelebnis im Leisure-Segment wird wieder nachgefragt. Für Anbieter mit hohen Anteilen im klassischen Geschäftsreisemarkt stellt sich zunehmend die Frage einer thematischen Neuausrichtung bzw. einer Zielgruppendifferenzierung.

60 Prozent der Touristiker in Ostdeutschland sind mit der Buchungslage für März und April zufrieden oder sehr zufrieden, über 80 Prozent erwarten sogar eine Sommersaison 2023, die auf dem Niveau von 2019 oder darüber liegt. Das geht aus einer aktuellen Befragung der lokalen, regionalen und landesweiten Tourismusorganisationen im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers hervor. Während die Haupturlaubsreisen stabil bleiben werden, ist eine Konsolidierung bei den Kurzreisen und damit ein gewisser Gegentrend zu den Bestrebungen einer Saisonenerweiterung zu erwarten. Hier sind eine innovative Produktentwicklung und verstärkte Marketingmaßnahmen gefragt.

Nachhaltigkeitsaspekte, Klimaschutz durch Tourismus und Maßnahmen zur Klimaanpassung nehmen an Bedeutung und Wucht zu. Die klimatischen Rahmenbedingungen sind immer häufiger z.B. über Extremwetterereignisse wie Starkregen, Überschwemmungen, Niedrigwasser, Trockenheit oder Waldbrände spürbar. Der Tourismus ist gefordert, angebots- wie nachfrageseitig seinen Beitrag zu leisten, nicht zuletzt, um seine Existenzgrundlage zu sichern.

### **TOURISTISCHE BETRIEBE IN OSTDEUTSCHLAND: BESSER DUCH DIE KRISEN GEKOMMEN ALS BEFÜRCHTET, INVESTITIONEN IN QUALITÄT UND PERSONAL GEFRAGT**

Egal ob DIHK-Saisonumfrage, Dehoga-Befragung oder Stimmungsumfrage des Sparkassen-Tourismusbarometers, die großen Herausforderungen für die touristischen Betriebe sind und



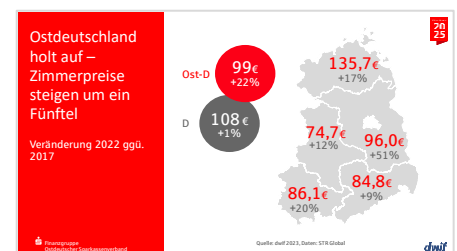
Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
www.tourismusbarometer.de

bleiben die gleichen: Arbeitskräftemangel, Energie- und Warenkosten, Digitalisierung. Die externen Effekte prägen die Branche demnach weiterhin. Dennoch gilt es, aus einzelbetrieblicher Sicht an all diesen Punkten aktiv zu arbeiten, um den Betrieb zukunftsfähig aufzustellen.

### Themenfeld 1: Kosten- und Preissteigerungen

**Beispielrechnung:** Ein durchschnittliches städtisches 3-Sterne-Vollhotel mit über 100 Betten und 56 Beschäftigten erwirtschaftete 2017 rund 2,8 Millionen Euro Umsatz. Das sind Zahlen aus unseren Betriebsvergleichen fürs Gastgewerbe. Gemäß den Kostenstrukturen ergab sich daraus ein Gewinn vor Steuern in Höhe von 8 Prozent. Legt man die seitdem erfolgten Kostensteigerungen zugrunde (+100 Prozent bei den Energiekosten, Personalaufwand +16 Prozent, alle weiteren Posten mit Inflations- bzw. Kostensteigerung +27 Prozent), ergeben sich im Durchschnitt 22 Prozent mehr Kosten als 2017. Im Betriebsergebnis müsste bei stabilen Preisen und Auslastungswerten ein Verlust in Höhe von 12 Prozent ausgewiesen werden. Um das gleiche Betriebsergebnis wie 2017 zu erzielen und damit wirtschaftlich zu arbeiten, müssten die Zimmerpreise demnach um rund 22 Prozent erhöht werden. Weitere Stellschrauben sind kurz und mittelfristig die Einsparung von Personalkosten über verkürzte Öffnungszeiten, verschlankte Leistungen, optimierte Prozesse. Bei den Energiekosten gilt es, Einsparpotenziale prüfen und heben und den Wareneinkauf kritisch unter die Lupe zu nehmen.

Preissteigerungen waren also notwendig und sind am Markt belegbar, das zeigen die Daten aus der Hotellerie (Quelle: STR-Global): Die durchschnittlichen Zimmerpreise in Ostdeutschland lagen 2017 bei rund 81 Euro, 2019 bei 84 Euro, 2020 bei 91 Euro, 2021 bei 98 Euro und 2022 bei 99 Euro. Absolut gesehen steht Mecklenburg-Vorpommern mit einer Durchschnittsrate von 136 Euro ganz oben, allerdings wieder rund 10 Euro unter dem Höchstwert von 2021. Relativ betrachtet machte Brandenburg den größten Sprung, um 51 Prozent rauf auf 96 Euro. Aber auch die Betriebe in den drei weiteren Bundesländern steigerten ihre Raten, was aus betriebswirtschaftlicher Sicht und vor



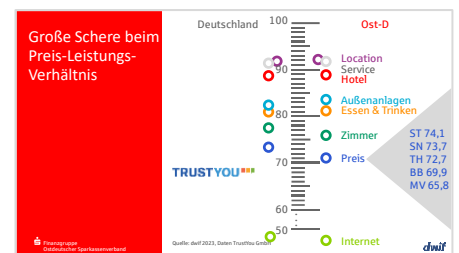
Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
www.tourismusbarometer.de

dem Hintergrund der niedrigen Ausgangswerte aus 2017 positiv zu bewerten ist. Allerdings gilt es, die Preisakzeptanz und das Preis-Leistungsverhältnis im Blick zu behalten.

### Themenfeld 2: Investitionen und Qualität

Die Talfahrt der Zufriedenheitswerte mit den ostdeutschen Beherbergungsbetrieben ist vorerst gestoppt. Der Trustscore zeigt mit seinen 86,0 Punkten für Ostdeutschland aber auch, dass das Vor-Pandemieniveau noch nicht wieder erreicht und zudem der bundesweite Durchschnitt verfehlt wurde (D: 86,8 Punkte). Bei den Bundesländern sticht Sachsen positiv heraus. Die weiteren vier Bundesländer liegen im Mittelfeld. Auffällig ist die Teilbewertung des Preis-Leistungsverhältnisses. Sachsen-Anhalt und Sachsen liegen noch fast auf dem bundesweiten Niveau. Brandenburg und vor allem Mecklenburg-Vorpommern schneiden dagegen deutlich schlechter ab. Hier ist eine parallele Entwicklung zur Preissteigerung erkennbar. Die Preisspirale sollte trotz des Drucks auf Anbieterseite nicht überzogen werden, da bei weiterem Akzeptanzschwund auch ein Rückgang der Nachfrage zu erwarten ist.

Es braucht also Investitionen, damit die Qualität entsprechend der Preise mitziehen kann. Hier geben die elektronischen Bilanzdaten der Sparkassen Aufschluss, derzeit sind diese bis 2021 verfügbar: Eine deutlich gestiegene Investitionsquote deutet auf den ersten Blick in die richtige Richtung, doch bei gesunkenen Umsätzen sind die absoluten Investitionsvolumina nur leicht gestiegen und angesichts der ebenfalls gestiegenen Bau- und Anschaffungskosten ist real eher von einer Stabilisierung zu sprechen. Dabei ist die Eigenkapitalquote, gerade auch in der Gastronomie, sogar während der Pandemie weiter gestiegen und die Qualitätsbewertungen der Gäste deuten ebenfalls auf Handlungsbedarf hin. Ein vorsichtiges Handeln in Krisenzeiten ist zwar nachvollziehbar, doch sind die Betriebe gefordert, ihre Investitionstätigkeiten auszubauen, um die höheren Preise auch dauerhaft bei den Konsumenten durchsetzen zu können.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
[www.tourismusbarometer.de](http://www.tourismusbarometer.de)

### Themenfeld 3: Der touristische Arbeitsmarkt

Die Erwerbstätigenzahl war laut Statistischem Bundesamt 2022 in Deutschland so hoch wie nie zuvor. Das ostdeutsche Beherbergungsgewerbe zählte 2022 nur noch 4,4 Prozent weniger sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte als 2017, in der Gastronomie lag die Zahl 2022 sogar um 2,8 Prozent über dem Ausgangswert. Im Vergleich zu den Zahlen 2020 und 2021 ist somit eine leichte Entspannung am touristischen Arbeitsmarkt festzustellen. Über die fachliche Qualifikation und Eignung der neuen Kolleg\*innen in den Betrieben oder das Verhältnis von Teilzeit- und Vollzeitstellen sagen diese Zahlen jedoch nichts. Entsprechend benennen laut einer aktuellen Befragung fast zwei Drittel der touristischen Betriebe weiterhin einen Arbeitskräftemangel bei Beschäftigten mit einer Ausbildung und ein Drittel im Bereich der Aushilfen.

Gibt es den Arbeitskräftemangel nun wirklich? Die Zahl der Ausbildungsstellen im Gastgewerbe ist in Ostdeutschland laut der Bundesagentur für Arbeit seit 2017 um 25 Prozent zurückgegangen und dennoch blieb 2022 jede fünfte Ausbildungsstelle unbesetzt. Zudem scheiden in den nächsten Jahren immer Menschen der „Babyboomer-Generation“ aus dem Arbeitsleben aus. Die aktuellen Daten deuten also insgesamt eher auf ein kurzes Durchschnaufen hin. Das ist gut, weil es in der aktuellen Situation den notwendigen Raum gibt, um proaktiv Maßnahmen zu ergreifen. Dabei gilt nach wie vor das, was im Sparkassen-Tourismusbarometer 2022 mit vielen Praxisbeispielen und Ideen für die Umsetzung aufbereitet wurde:

- Die Mitarbeitersuche optimieren und sich als attraktiver Arbeitgeber positionieren,
- die Mitarbeiterbindung stärken, z.B. über New Work, neue Arbeitszeitmodelle, Mitarbeiterwohnen oder Weiterbildung und
- Prozesse optimieren, intern, aber auch bei möglichen touristischen Dienstleistungen mit weniger Personalaufwand.





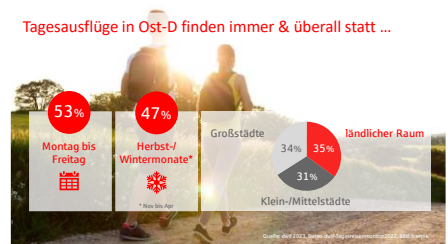
Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
[www.tourismusbarometer.de](http://www.tourismusbarometer.de)

## **TAGESTOURISMUS – EIN MILLIARDENGESCHÄFT FÜR OSTDEUTSCHLAND**

Im Fokus des diesjährigen Sparkassen-Tourismusbarometers stehen Tagesreisen und ihre Auswirkungen auf die regionale Entwicklung: Welche positiven Effekte und Herausforderungen bewirkt der Tagestourismus in Ostdeutschland, und welche Steuerungsbedarfe und -möglichkeiten ergeben sich für die Tourismusakteure in Ostdeutschland? Das Tourismusbarometer versorgt die Branche mit Zahlen, Daten, Fakten zum Tagestourismus und leitet Handlungsempfehlungen für Betriebe, Kommunen und Tourismusorganisationen ab. Alle Details sind im Jahresbericht ab Sommer 2023 nachzulesen. Erste Schlüsselerkenntnisse und Handlungsansätze zeichnen sich bereits ab.

In Ostdeutschland fanden 2022 rund 460 Millionen Tagesreisen statt, das entspricht einem Wachstum von etwa neun Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Hierdurch konnten in der Gastronomie, im Einzelhandels- und Dienstleistungsbereich mehr als 11 Milliarden Euro Umsatz erzielt werden. Dabei finden Tagesausflüge immer und überall statt – nicht nur am Wochenende und in der Hauptsaison. Auch räumlich verteilen sie sich sehr breit, denn jeweils rund ein Drittel der Tagesausflüge führt in den ländlichen Raum, in Klein- und Mittelstädte sowie in Großstädte.

Das vielfältige Aktivitätsspektrum der Tagesausflügler von Gastronomiebesuchen über Shopping und Sehenswürdigkeiten bis hin zu Veranstaltungen zeigt: Tagesausflüge sind ein wichtiger Erfolgsfaktor für die ganzjährige Grundauslastung in Destinationen. Für die Errichtung und den Erhalt von Freizeiteinrichtungen, Infrastruktur, Gastronomie und Einzelhandel leistet der Tagestourismus je nach Region einen (sehr) starken Beitrag.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
www.tourismusbarometer.de

### **Symbiose: Tagestourismus stärkt die Stadt-Land-Verflechtung. Beide Seiten profitieren vom Ausflugsverkehr**

Tagesausflüge finden häufig innerhalb der gleichen Raumtypen statt und sind damit vielfach Binnentourismus. Dennoch sind sich die Einheimischen ihrer Rolle im „System Tagestourismus“ häufig (noch) nicht bewusst: Jeder zweite Ostdeutsche meint, dass Einheimische kaum oder nur einen geringen Teil zum tagestouristischen Aufkommen in ihrer Region beitragen.

Beim Blick auf die Aktivitäten in den unterschiedlichen Raumtypen werden ein Gegenstromprinzip und die Stadt-Umland-Verflechtungen deutlich: Während die Bevölkerung aus dem ländlichen Raum vor allem zum Shopping, aber auch für Veranstaltungen und Restaurantbesuche in die Stadt fährt, suchen urbane Tagesausflügler auf dem Land vor allem bewegungsorientierte Aktivitäten im Freien wie Naturattraktionen, Wandern, Radfahren oder Spazierfahrten.



### **Die Wertschätzung des Tagestourismus und seiner positiven Effekte ist noch ausbaufähig**

Gerade bei der Bevölkerung im ländlichen Raum ist das Bewusstsein für die Bedeutung des Tagestourismus noch ausbaufähig: Nur gut jeder zweite auf dem Lande lebende Ostdeutsche ist davon überzeugt, dass die eigene Region vom Tagestourismus profitiert. In Großstädten sind es dagegen acht von zehn Befragten. Dabei kommt das regionale Ausflugs- und Freizeitangebot häufig auch den eigenen Einwohnern zugute.

<p>Tagestourismus stärkt das Freizeit- &amp; Kulturangebot vor Ort</p> <p>Wahrnehmung positiver Auswirkungen durch die Einwohner auf ... (Top-Nennungen)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Wander-/Radwege</li> <li>✓ Gastronomieangebote</li> <li>✓ Parks/Freiräume/Natur</li> <li>✓ Kunst- &amp; Kulturangebot</li> <li>✓ Veranstaltungsangebot/Events</li> </ul>	
--	---	---

Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband | Quelle: April 2023, Daten: Einwohnerbefragung Ostdeutschland 2023, Bielefeld

Demgegenüber geben drei Viertel der Befragten an, dass Tagesausflüge eine (eher) hohe Bedeutung für die Bekanntheit und das Image als attraktive Region haben. Auch wenn das schon ein guter Wert ist, lässt sich die Wertschätzung durch Kommunikation und Produktentwicklung noch weiter steigern. Bei den befragten DMOs sind fast alle von positiven Bekanntheits- und Imageeffekten überzeugt. Sie gehen zudem mehrheitlich von einer starken Auswirkung auf die regionale Identität der Bevölkerung aus.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
www.tourismusbarometer.de

### Tagesgäste sind besser als ihr Ruf

Die gute Nachricht ist: Negative Auswirkungen oder gar ein „Zu viel“ an Tagestourismus werden in Ostdeutschland selten beklagt. Nur rund 15 Prozent der Bevölkerung nehmen in ihrer Region (in Städten etwas häufiger als im ländlichen Raum) Beeinträchtigungen durch Tagesausflügler wahr. Zu den Störfaktoren zählen in erster Linie Menschenmassen, Verkehrsprobleme, Müll und Umweltverschmutzung. Besonders die Gastronomie sowie Parks, Freiräume und die Natur sind hiervon betroffen. In Städten nehmen die Einwohner auch häufiger Störfaktoren auf öffentlichen Wege bzw. in Fußgängerzonen sowie dem ÖPNV wahr, im ländlichen Raum hingegen überdurchschnittlich oft auf Wander- und Radwegen. Vor allem an attraktiven Orten und/oder zu besonders stark frequentierten Zeiten sind entsprechende Lösungsansätze zur Minimierung dieser wahrgenommenen Beeinträchtigungen gefragt.



### Herausforderung: Balance finden zwischen Ruhebedürfnissen von Tagesgästen bzw. Einheimischen und dem tagestouristischen Aufkommen

Tagesgästen sind Ruhe und geringe Besuchsfrequenzen, die Verkehrsanbindung und damit (v. a. in Großstädten) eine gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV, Parkraum sowie Gastronomie und Versorgung besonders wichtig. Gefragt nach der Zufriedenheit mit dem Angebot in der eigenen Region, bewerten die Bewohner viele Aspekte bereits positiv, insbesondere Natur und Landschaft, gute Luft, Ruhe, Erholungsmöglichkeiten sowie Rad- und Wanderwege. Viele dieser naturgegebenen Attraktivitätsfaktoren lassen sich ohnehin kaum von den touristischen Akteuren verbessern. Auf die Bereiche, in denen Verbesserungsbedarfe bestehen, haben sie hingegen deutlich mehr Einfluss: Vor allem im ländlichen Raum sind die öffentliche Anbindung, Veranstaltungen, Freizeiteinrichtungen und die Barrierefreiheit nach Ansicht der eigenen Bevölkerung eher schlecht aufgestellt.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
www.tourismusbarometer.de

Deutlich wird, dass Mobilitätsangebote und deren Kommunikation grundsätzlich eine Herausforderung für den Tagestourismus darstellt und gleichzeitig eine der wichtigsten Voraussetzungen für tagestouristische Aktivitäten und zur Steigerung der Zufriedenheit der Einheimischen bei ihrer Freizeitgestaltung bildet.

Fazit: Daumen hoch für (mehr) Tagestourismus. Denn der Tagestourismus stärkt die Infrastrukturausstattung, wie wir sie kennen und vielerorts schätzen. Er beeinflusst die Lebens-, Freizeit- und Erholungsqualität der Bevölkerung vor Ort positiv. Er steigert Bekanntheit, Image und Attraktivität, um Arbeitskräfte in der Region zu halten. Und er erhöht die Anziehungskraft für die Übernachtungsgäste.

### Was bedeutet das für die Akteure im System Tagestourismus?

Abgeleitet aus den bisherigen Erkenntnissen ergeben sich Ansätze für fünf zentrale Handlungsfelder, um die Rolle des Tagestourismus als Motor für die regionale Entwicklung in Ostdeutschland zu stärken.

#### Produkte und Erlebnisse entwickeln

Als erstes steht die Produktentwicklung auf dem Programm. Dabei geht es vor allem um das damit verbundene Erlebnis. Die DMO wird zur tagestouristischen Erlebnisarchitektin und sollte Einheimische noch viel stärker als Zielgruppe und Maßstab zur Zufriedenheit mit dem Tourismus- und Freizeitangebot verstehen.

#### Zielgruppen kennen und verstehen

Zweitens geht es um das ganzheitliche Verständnis von Zielgruppen. Neben den Einwohnern sind das die Tagesgäste von außerhalb. Es macht einen Unterschied, ob es sich dabei um den städtischen oder den ländlichen Raum handelt. Mit der räumlichen Herkunft unterscheiden sich Bedürfnisse und Anforderungen an Tagesausflüge.

**78**  
**25**

**Der Tagestourismus stärkt die**

- ... **Infrastrukturausstattung** wie wir sie kennen und vielerorts schätzen.
- ... **Lebensqualität** für die Bevölkerung vor Ort.
- ... **Attraktivität**, um **Arbeitskräfte** in der Region zu halten.
- ... die **Attraktivität** für die **Übernachtungsgäste**.

Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband dmif



- Produkte & Erlebnisse entwickeln:** DMO als tagestouristische Erlebnisarchitektin und Einheimische als Zielgruppe verstehen
- Zielgruppen kennen & verstehen:** Einwohner und Tagesgäste – Stadt- und Landbevölkerung mit ihren unterschiedlichen Bedürfnissen und Anforderungen ansprechen
- Wertschätzung erhöhen:** Tagestourismus als Wirtschafts-, Image- und Lebensqualitätsfaktor stärker in die Köpfe bringen
- Besucher managen:** Buchbarkeit, Lenkungsmöglichkeiten, Datenerhebung und -nutzung
- Mobilität in die Produktgestaltung integrieren:** aktives Mobilitätsmanagement betreiben (ÖPNV & letzte Meile, Parkraum)

© 2023



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
[www.tourismusbarometer.de](http://www.tourismusbarometer.de)

### **Mobilität in die Produktentwicklung integrieren**

Insbesondere Mobilität bildet dabei ein entscheidendes Handlungsfeld mit unterschiedlichen Anforderungen der Zielgruppen. Daher geht es drittens darum, Mobilität in die Produktgestaltung zu integrieren. Besonders die letzte Meile, der ÖPNV im ländlichen Raum und allorts der Parkraum sind zu berücksichtigen. Mobilität muss aktiv gemanagt werden und Tourismusorganisationen sollten dazu ihren Beitrag leisten.

### **Besucher managen**

Und nicht nur die Mobilität, sondern auch die Tagesgäste selbst erfordern ein stärkeres Management. Dies umfasst nicht nur die strategische Steuerung und die operative Lenkung von Besucherströmen. Voraussetzung für dieses vierte Handlungsfeld sind eine gezielte Datenerhebung (Zielgruppen, Anforderungen, Mobilitätsverhalten etc.) zum Tagestourismus in der eigenen Region sowie die anschließende Nutzung dieser Daten für ein passgenaues Besuchermanagement. Dazu gehört auch die Digitalisierung und damit die Sicht- und Buchbarkeit von tagestouristischen Angeboten.

### **Wertschätzung erhöhen**

Schließlich geht es fünftens darum, die Wertschätzung zu erhöhen. Denn Tagestourismus ist ein Wirtschafts-, Image- und Lebensqualitätsfaktor, der so ziemlich jeden in einer Destination tangiert und von dem alle profitieren. Dieses Verständnis muss durch gezielte Kommunikation in die Köpfe aller gelangen: Einheimische, Gäste, touristische und nicht-touristische Betriebe, Kommunen und Politik.

Entscheidend für die Umsetzung ist es, das Tagestourismusmanagement als gemeinschaftliche Aufgabe in einer Destination zu verstehen. Denn die DMO können die genannten Herausforderungen an einigen Stellen zusammen mit starken Partnern direkt steuern, in anderen Bereichen sind sie lediglich Partner oder Impulsgeber.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2023  
[www.tourismusbarometer.de](http://www.tourismusbarometer.de)

### **WAS IST DAS TOURISMUSBAROMETER?**

Das Tourismusbarometer spiegelt seit 1998 die Tourismusedwicklung in den ostdeutschen Regionen und die wirtschaftliche Situation des Gastgewerbes wider. Es stellt Branchenprobleme heraus, bietet praxisnahe Lösungen, identifiziert Benchmarks und zeigt Marktpotenziale auf. Branche und Politik schätzen das Tourismusbarometer als fundierte Informationsquelle für Entscheidungen über tourismuswirtschaftliche Weichenstellungen. Das Tourismusbarometer liefert ein Gesamtbild der Daten zur Marktentwicklung und vertieft jedes Jahr aktuelle Branchenthemen.

### **WER MACHT DAS TOURISMUSBAROMETER?**

Das Tourismusbarometer ist eine Leistung der ostdeutschen Sparkassen. Herausgeber ist der Ostdeutsche Sparkassenverband mit Unterstützung durch den Sparkassen- und Giroverband Hessen-Thüringen. Wissenschaftlich betreut und durchgeführt wird es von der dwif-Consulting GmbH. Ein Beirat mit Vertretern der Sparkassen, Wirtschaftsministerien, Landesmarketinggesellschaften, Tourismusverbänden, Kommunen und weiterer Fachverbände stellt die Praxisnähe sicher und legt die jährlichen Branchenthemen fest. Und: Gute Ideen breiten sich aus. Seit Jahren gibt es das Tourismusbarometer auch für Schleswig-Holstein und das Saarland. Daraus ergeben sich Vorteile für alle Partner.

### **WO BEKOMMT MAN MEHR INFORMATIONEN?**

Im Sommer 2023 erscheint der Jahresbericht, erhältlich beim Ostdeutschen Sparkassenverband. Ergebnisse wie die Entwicklung der Besucherzahlen von Freizeiteinrichtungen werden regelmäßig im Internet veröffentlicht.

Die regionalen Ergebnisse werden

- am 30. August 2023 für Sachsen-Anhalt
  - am 04. September 2023 für Mecklenburg-Vorpommern
  - am 12. September 2023 für Sachsen
  - am 12. Oktober 2023 für Brandenburg
- vorgestellt. Mehr dazu erfahren Sie auf unserer Internetseite.

### **Kontakte:**

Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV)  
Thomas Wolber  
Tel: 0170 – 9257647  
[www.osv-online.de](http://www.osv-online.de)

dwif-Consulting GmbH  
Karsten Heinsohn  
Tel.: 030 – 7579 490  
[www.dwif.de](http://www.dwif.de)

### **Das Tourismusbarometer**

im Internet:  
<http://www.tourismusbarometer.de>

bei Twitter  
[http://twitter.com/osv\\_online](http://twitter.com/osv_online)

auf Youtube  
<http://youtube.com/oswide>

