

Liebe Leserinnen und Leser,

angesichts der aktuellen Corona-Krise steht die Tourismusbranche, stehen aber auch wir alle persönlich vor Herausforderungen, wie wir sie alle vor einigen Wochen wohl kaum für möglich gehalten hätten.

Wir haben zum jetzigen Zeitpunkt nicht den Anspruch, bereits Lösungen für alle Fragen zu präsentieren. Das wäre vermessen, weil niemand genau sagen kann, wann wir schrittweise wieder zu einem normalen Leben und Arbeiten kommen. Fakt ist, es wird eine Zeit nach der Corona-Krise geben, in der die Freizeitgestaltung und das Reisen wieder anspringen. Genau deshalb tun wir im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers das, was wir können und das, wofür Sie uns kennen: Wir geben Ihnen Orientierung, anhand von belastbaren Daten und gutachterlichen Einschätzungen. Die aktuelle Ausgabe des Kurzberichtes sieht deshalb anders aus als gewohnt. Wichtig ist uns, sowohl den klassischen Aufgaben des Barometers und Ihren Anforderungen als Nutzer*innen mit Bilanzen, lückenlosen Zeitreihen und als Nachschlagewerk gerecht zu werden. Wir gehen ebenso auf die aktuelle Krisensituation ein, mit Benchmarkwissen, Schritt für Schritt und immer dann, wenn belastbare Daten vorliegen.

Auch die Sparkassen überall im Land leisten einen Beitrag in der Krise für Unternehmer und Selbstständige. Im Rahmen von Dialogen mit den Kunden wird versucht, eine bestmögliche Lösung zu finden. Das können neben Tilgungsaussetzungen auch Anträge auf KfW-Förderdarlehen zur Überbrückung der Krise sein. Die KfW-Förderdarlehen haben jedoch den großen Nachteil, dass diese innerhalb von fünf Jahren von den Kunden getilgt werden müssen. Viele Betriebe wird das vor große Herausforderungen stellen. Somit ist die Zurverfügungstellung geeigneter Kreditprogramme nach unserer Überzeugung nicht die einzige notwendige Maßnahme. Neben den Kreditprogrammen der KfW müssen zur Bewältigung der Krise darüber hinaus die beschlossenen direkten Zuschusszahlungen die Hilfebedürftigen jetzt unmittelbar erreichen. Wir setzen uns ebenso für weitere Hilfen ein, damit die Kunden nach der Beendigung der Krise beim Einstieg in geordnete Wirtschaftsverhältnisse unterstützt werden. Das betrifft besonders die Hotel- und Gastronomiebranche, da hier keine "Nachholeffekte" entstehen können.

Bleiben Sie gesund!

Ihr Team des Sparkassen-Tourismusbarometers Ostdeutschland

Rund 2,6 Mrd. Euro Verlust in den ostdeutschen Destinationen durch die Auswirkungen des Coronavirus allein im März und April 2020

Nach einer Hochrechnung des dwif ist allein für den März und April mit Umsatzeinbußen von rund 2,6 Mrd. Euro in den ostdeutschen Destinationen zu rechnen. Hierbei wurde die teilweise bestehende, aber rückläufige Nachfrage in den ersten Märzwochen berücksich-

tigt und unterstellt, dass die Reise- und Bewegungseinschränkungen bis mindestens Ende April andauern. Fahrtkosten für die An- und Abreise sowie die notwendigen Vorleistungen sind nicht berücksichtigt. Der Tagestourismus hat daran einen Anteil von 50 Prozent. Jeder weitere Monat bedeutet massive zusätzliche wirtschaftliche Schäden. Die Folgen für den Arbeitsmarkt sind derzeit noch nicht seriös abzuschätzen.

Vorschau auf 2020 – Der Übernachtungstourismus

Der Marktanteil der Übernachtungen für die Monate März/April an einem Normaljahr liegt in Ostdeutschland laut amtlicher Statistik zwischen 12 bis 15 Prozent (abhängig vom Bundesland und Destinationstyp). Dieser Wert gibt somit eine Orientierung für die zu erwartenden Nachfrageausfälle, hochgerechnet auf das Gesamtjahr und nach aktuellem Stand. Nach vorläufigen Schätzungen des dwif ist für dieses Segment von Umsatzausfällen in Höhe von bis zu 1,3 Mrd. Euro in den

ostdeutschen Destinationen insgesamt für März/April 2020 auszugehen.

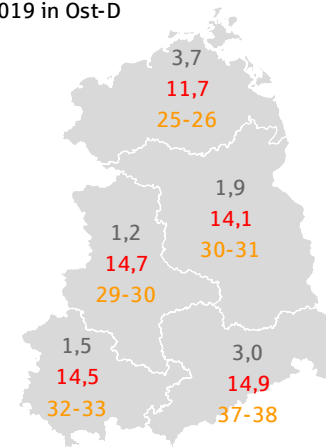
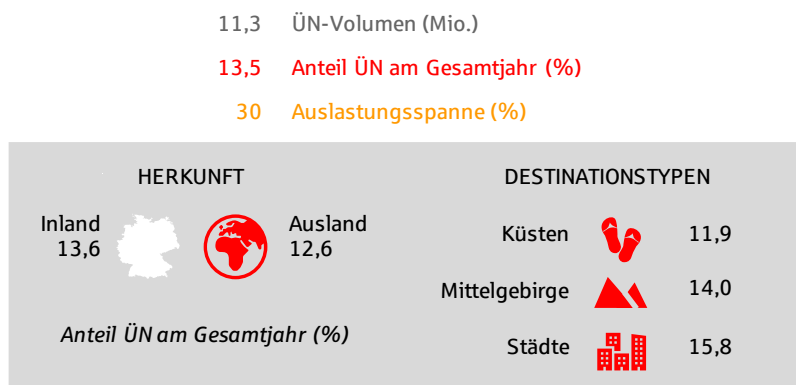
Neben den akuten Effekten ist im weiteren Saisonverlauf 2020 zu erwarten, dass die Feriendestinationen aufgrund von Stornierungen und einer Zurückhaltung bei Vorbuchungen (z.B. subjektives Unsicherheitsempfinden) mit extremen Nachfragerückgängen zu kämpfen haben werden, sich in jedem Fall aber auf ein Kurzfristgeschäft einstellen müssen.

Auch in Städten mit starkem Veranstaltungsgeschäft ist eine weitere Zuspitzung zu erwarten, da immer mehr Veranstaltungen auch für den Mai oder Juni 2020 bereits abgesagt worden sind oder noch abgesagt werden, und der internationale Reiseverkehr länger brauchen wird, um wieder anzukommen.

Ob sich die Corona-Krise langfristig stärker auf den Deutschland-Tourismus oder den Outgoing-Tourismus

der Deutschen auswirken wird und in welche Richtung, kann bislang noch niemand abschätzen. Zu erwarten ist allerdings, dass die künftige Tourismuslandschaft anders aussehen wird. Dazu zählen auch die Auswirkungen auf den internationalen Reiseverkehr und die damit verbundenen Reiseströme (z.B. Reiseverhalten) und die Dienstleisterlandschaft (z.B. Airlines, Reiseveranstalter).

Durchschnittliche gewerbliche Übernachtungen in den Monaten März/April 2017 bis 2019 in Ost-D



Quelle: dwif März 2020, Daten Destatis/Statistische Landesämter

Was bedeutet das für Betriebe & Destinationen in Ostdeutschland?

- sich schon jetzt auf die Zeit nach der Krise einstellen
- Vertrauensaufbau zwischen Gastgeber*innen und Gästen und der Wunsch der Menschen, sich aus den Einschränkungen zu „befreien“ als wichtige Faktoren
- Kund*innenbindungsmaßnahmen und eine transparente Kommunikation der Destinationen/Betriebe schon jetzt angehen
- mögliche kurzfristige Aktivitäten: Krisenkommunikation, innovative (virtuelle) Erlebnisse entwickeln, Alternativmärkte erschließen

Einschätzungen zur Regenerationsgeschwindigkeit

Kurzreisen: schnell

- rasche Regeneration mit Nachholeffekten wahrscheinlich
- relativ rasches Abflauen der Auswirkungen der Krise auf Normalniveau

To do's:

- kreative Erlebnisangebote, zielgruppenorientierte Kommunikationsstrategie
- rechtzeitig differenzierte, zielgruppenspezifische Produkte/ Angebotsstrategien entwickeln
- stärker gewordene Preissensibilität und ggf. (temporär) geringeres verfügbares Einkommen bei Teilen der Nachfrager berücksichtigen

Allgemeiner Geschäftsreiseverkehr: schnell

- schnelle Regeneration mit Nachholeffekten wahrscheinlich
- relativ rasches Abflauen der Auswirkungen der Krise auf „Normalniveau“
- Je länger Krise dauert, desto prägender werden Erfahrungen neu eingeübter digitaler Kommunikationsformate mit möglichen Auswirkungen

To do's:

- vor allem Informationen zur aktuellen Situation bei Mobilität, Unterkünften, Gastronomie
- Kooperation mit Unternehmern und Mobilitätsanbietern

Längere Urlaubsreisen: mittel

- Regenerationsgeschwindigkeit je nach Dauer der Krise und Zeitpunkt der Normalisierung unterschiedlich
- Je länger sie dauert, desto stärker werden Effekte aus Kurzarbeit, Arbeitslosigkeit, Einkommensausfällen bei einem Teil der Nachfrager etc. wirken
- Inland-/Auslandrelation noch nicht vorhersehbar

To do's:

- rechtzeitig differenzierte, zielgruppenspezifische Produkte/ Angebotsstrategien entwickeln
- durch die Krise stärker gewordene Preissensibilität und ggf. (temporär) geringeres verfügbares Einkommen bei Teilen der Nachfrager berücksichtigen

MICE-Sektor: mittel

- (sehr) rasche Regeneration bei kleineren Veranstaltungen
- Totalausfälle 2020 bzw. Verschiebungen größeren Events mindestens im gesamten 1. Halbjahr 2020
- Je länger Krise dauert, desto prägender werden Erfahrungen neu eingeübter digitaler Kommunikationsformate mit möglichen Auswirkungen auf kleine Meetings

To do's:

- Vorbereitung auf Regenerationsphase in Kooperation mit Tagungshotellerie, Caterern, Veranstaltungs-

stätten, PCOs, Convention Offices und allen weiteren am MICE-Markt Beteiligten

Hinweis: Aufgrund der aktuellen Situation rund um das Corona-Virus und die Auswirkungen auf den Tourismus in Ostdeutschland verzichten wir in diesem Kurzbericht auf eine ausführliche Darstellung der amtlichen Übernachtungsstatistik für das Jahr 2019. Eine grobe Übersicht finden Sie nachrichtlich in der Infografik auf der letzten Seite dieses Kurzberichtes. Eine ausführliche Analyse erfolgt wie gewohnt im Jahresbericht 2020, der voraussichtlich im Juni 2020 erscheinen wird.

Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe

Nach mehreren Rekordjahren in Folge und erfolgreichen Zeiten des Wachstums wird das Gastgewerbe durch die Auswirkungen der Corona-Krise auf eine harte Probe gestellt. Erste Analysen von Fairmas und STR weisen in der deutschen Hotellerie deutlich zweistellige Auslastungsrückgänge bereits in der ersten Märzhälfte aus. Bis Ostern werden die Übernachtungsumsätze auf nahezu Null sinken.

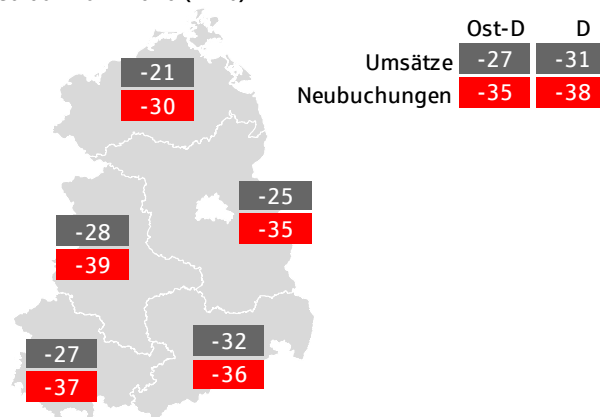
Auswirkungen des Coronavirus – DEHOGA-Umfrage März 2020¹

Bereits Anfang März startete der DEHOGA eine Blitzumfrage im Gastgewerbe, an der knapp 10.000 Betriebe aus dem gesamten Bundesgebiet teilnahmen. Wie sich herausstellte, zeigten sich schon Tage vor landes- und bundesweiten Maßnahmen wie dem touristischen Übernachtungsverbot oder Gastronomieschließungen die Auswirkungen der Corona-Krise bei Umsätzen und Neubuchungen. Bis zum 04./05. März ist der Umsatz bei den teilnehmenden Unternehmen im Schnitt um 31 Prozent zurückgegangen, die Neubuchungen sogar um 38 Prozent.

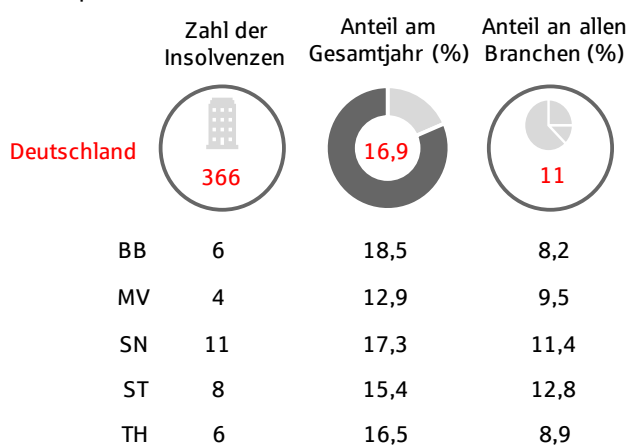
Betriebsschließungen: Gastgewerbe in Normaljahren

Unabhängig von der aktuellen Situation kämpfen viele Betriebe im Gastgewerbe auch in Normaljahren und gerade im 1. Quartal mit Liquiditätsengpässen, da die Monate Januar bis März häufig zu den umsatzschwächeren des Geschäftsjahres gehören. Dies erklärt vermutlich auch, wieso knapp 17 Prozent der Insolvenzen im Gastgewerbe deutschlandweit in den letzten 3 Jahren auf die Monate März/April entfielen. In Ostdeutschland ist Brandenburg mit 18,5 Prozent in Normaljahren am stärksten davon betroffen, Mecklenburg-Vorpommern mit 12,9 Prozent am geringsten. Kritisch ist die Situation in Thüringen, wo allein im Jahr 2019 30 Prozent der Insolvenzen auf März/April entfielen – so viele, wie in keinem anderen Bundesland in den vergangenen 3 Jahren.²

Rückgänge bei Umsatz und Neubuchungen im Gastgewerbe Februar/März 2020 (in %)



Ø Insolvenzverfahren im Gastgewerbe in den Monaten März/April 2017-2019



Quelle: dwif 2020, Daten DEHOGA- Blitzumfrage März 2020, Statistisches Bundesamt

¹ DEHOGA-Blitzumfrage März 2020
² Quelle: Statistisches Bundesamt 2020

Hohe Kosten und geringe Liquidität bedrohen Existenzen

Durch die vergleichsweise niedrigen Eigenkapitalquoten verfügen die meisten gastgewerblichen Betriebe über wenig Reserven, eine derartige Krise länger durchzustehen. In Ostdeutschland sind immerhin die Gastronomiebetriebe besser aufgestellt als ihre Kolleg*innen im Bundesdurchschnitt. Doch nicht nur die dramatischen Umsatzeinbußen treffen die Branche. Die hohen Fixkostenbelastungen stellen ein weiteres Problem dar. Personal- und Mietaufwandsquoten zwischen 35 und 46 Prozent in Summe drücken auf die Liquidität. Die verhältnismäßig niedrigen Cashflow-Raten (Innenfinanzierungskraft) von rund 12 Prozent in der ostdeutschen Gastronomie bzw. 15 Prozent in den Beherbergungsbetrieben machen deutlich, welche geringen Mittel den Betrieben im Gastgewerbe aus eigener Kraft für die notwendigen Maßnahmen in Erneuerungen, Renovierungen etc. im Allgemeinen zur Verfügung stehen.

Geringe Innenfinanzierungskraft kleiner Betriebe

Ein Blick in die Umsatzsteuerstatistik zeigt, wie kleinteilig das Gastgewerbe geprägt ist. 86 Prozent der Betriebe haben einen Jahresumsatz von unter 500.000 Euro, bei 4 von 10 Betrieben beträgt dieser sogar weniger als 100.000 Euro. Einem durchschnittlichen Betrieb im deutschen Gastgewerbe stehen nur knapp 56.000 Euro an Cash-Flow zur Verfügung, um sich selbst zu finanzieren, auch ohne eine Corona-Krise und damit einhergehende Umsatzeinbußen.

In den ostdeutschen Bundesländern stellt sich die Situation wie folgt dar: außer in Mecklenburg-Vorpommern (79.000 Euro) kommen die Betriebe auf eine Innenfinanzierungskraft von rund 30.000 Euro. Besonders die brandenburgischen Gastronomiebetriebe und die Beherbergungsunternehmen in Sachsen-Anhalt werden die Krise vor diesem Hintergrund voraussichtlich stärker spüren: Ihre Innenfinanzierungskraft erreicht weniger als zehn Prozent. Geringe Investitionsquoten von rund 2 Prozent sind die Folge. Die aktuellen Entwicklungen lassen zusätzlich die Befürchtung zu, dass viele Betriebe ihre Investitionen bis auf Weiteres zurückstellen.

		Eigenkapital (in %)	Personalaufwand (in %)	Mietaufwand (in %)	Investitionsquote (in %)	Cash-Flow (in %)	Dyn. Verschuldung (in Jahren)*
Brandenburg	Beherbergung	13,4	39,2	1,8	3,6	16,6	7,0
	Gastronomie	6,4	35,3	3,9	1,5	7,9	2,8
Mecklenburg-Vorpommern	Beherbergung	3,0	32,6	2,2	1,7	22,4	7,1
	Gastronomie	19,8	32,9	10,9	3,3	12,5	2,1
Sachsen	Beherbergung	19,9	36,8	6,4	1,8	10,8	5,3
	Gastronomie	15,9	35,1	7,8	2,1	10,5	2,2
Sachsen-Anhalt	Beherbergung	18,9	40,3	3,5	2,0	8,2	7,9
	Gastronomie	7,2	36,2	6,4	0,8	19,1	2,6
Thüringen	Beherbergung	14,7	35,1	3,3	1,8	14,9	6,4
	Gastronomie	4,3	35,7	10,4	3,1	10,6	1,2
Deutschland	Beherbergung	13,8	32,3	6,9	2,0	14,8	4,1
	Gastronomie	4,1	33,3	7,5	1,4	13,7	2,2
Ost-D	Beherbergung	13,6	36,2	3,7	2,0	14,7	6,7
	Gastronomie	12,2	34,9	8,0	2,1	12,3	2,2

Quelle: dwif 2020, Daten OSV 2020, Jahreswerte aus 2018, entsprechen dem Median

³ Der Dynamische Verschuldungsgrad gibt an, wie lange es dauern würde, bis die Verbindlichkeiten durch den Cash-Flow abbezahlt werden könnten.

Was bedeutet das für die Betriebe?

- schnelle Unterstützung von außen für viele Betriebe wichtig
- staatliche Hilfsmaßnahmen in Form von Kapitalzuflüssen und/oder Kostenentlastungen sollten schnell und unbürokratisch verfügbar sein
- zusätzliche Zinsbelastungen und Umsatzeinbußen könnten künftige Investitionen behindern

Einschätzungen zur Regenerationsgeschwindigkeit

Gastronomie: **schnell**
 Beherbergung: **mittel**

Folgende Webseiten geben den Betrieben des Hotel- und Gaststättengewerbes Hilfestellungen:

- Kurzarbeitergeld: www.arbeitsagentur.de/news/corona-virus-informationen-fuer-unternehmen-zum-kurzarbeitergeld
- Sparkassen Finanzgruppe mit einer Checkliste zum Krisenmanagement für Unternehmen: www.sparkasse.de/aktuelles/coronavirus-krisenmanagement-firmenkunden.hhml
- KfW-Sonderprogramme (u.a. Investitionen und Betriebsmittel) für kleine und mittlere Unternehmen sowie für mittelständische und große Unternehmen mit hoher Risikoübernahme: www.kfw.de
- Eine Übersicht über die Hilfspakete der Bundesländer. Die Seite wird fortlaufend aktualisiert. corona-navigator.de

Tagesreisen und Freizeitwirtschaft in Ostdeutschland

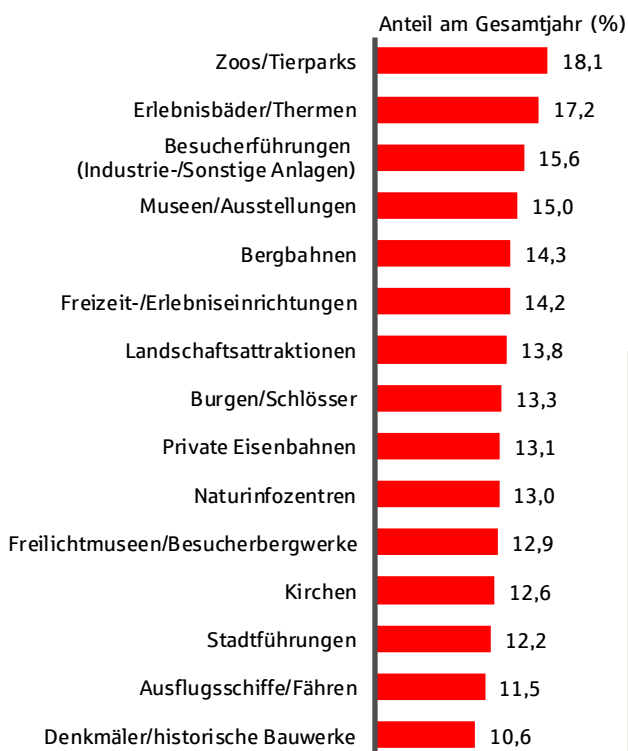
Der Tagestourismus ist ein milliardenschweres Standbein im Tourismus in Ostdeutschland und wichtig für eine kontinuierliche Auslastung vieler Betriebe über das gesamte Jahr hinweg.

Vorschau auf 2020 – Tagesreisen & Freizeitwirtschaft

In einem Normaljahr entfällt fast jeder 5. Tagesausflug in Ostdeutschland auf den Zeitraum März/April. Zudem gehören die Einrichtungen, die derzeit von Schließungen betroffen sind, zu den Top-Aktivitäten der Ausflügler*innen. Der gravierende Rückgang bzw. das vollständige Erliegen von Ausflügen und Tagesgeschäfts-

reisen angesichts der Schließungen in den Monaten März und April 2020 ist eine Tatsache, da sogar Besuche von Verwandten und Bekannten, Outdooraktivitäten, erst recht von Veranstaltungen und Sehenswürdigkeiten etc. spätestens ab dem dritten März-Wochenende 2020 nicht mehr möglich waren.

Durchschnittliche Besucherzahlen in der Freizeitwirtschaft in den Monaten März/April 2017-2019



Besuchervolumen	
4,4 Mio. in rd. 300 Einrichtungen	
Anteil am Gesamtjahr (in %): 14,8	
Brandenburg	16,1
Thüringen	15,6
Sachsen	14,9
Sachsen-Anhalt	14,4
Meckl.-Vorpommern	12,8

Top-10 Aktivitäten der Tagesausflügler in den Monaten März/April 2017 bis 2019 (Mehrfachnennungen; in %)

Besuch von Verwandten & Bekannten	37
Erholungs-/Spazierfahrt	24
Besuch von Restaurants, Cafés, Bars	21
Shopping	20
Besuch von Sehenswürdigkeiten	19
Landschafts- und Naturattraktionen	16
Besuch von Veranstaltungen/Vorführungen	15
Wandern & Radfahren	10
Thermen, Wellness, Schwimmen, Wassersport	6
Nutzung touristischer Transportmittel	3

Quelle: dwif März 2020, Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft, dwif-Tagesreisenmonitor 2020

Nach einer vorläufigen Schätzung des dwif könnten sich die Umsatzaufälle für diese beiden Monate im ostdeutschen Tagestourismus auf bis zu 1,3 Mrd. Euro belaufen. Bei den derzeit in Ostdeutschland geschlossenen Kultur- und Freizeiteinrichtungen (nach aktuellem Stand bis mindestens zum 19. April 2020) ist ein Besucherausfall um voraussichtlich 11 bis 18 Prozent (je nach Angebotstyp) allein für den Zeitraum März/April 2020 im Vergleich zu einem Normaljahr zu erwarten.

Ein Hoffnungsschimmer: Der Tagestourismus ist ökonomisch sehr wichtig und wird sich gleichzeitig am schnellsten von allen Marktsegmenten erholen. Teile der Branche wie die Gastronomie, die Kultur- und Freizeitwirtschaft und der Einzelhandel können somit auch kurzfristig wieder Umsätze generieren, sobald die Restriktionen gelockert werden.

Was bedeutet das für Betriebe & Destinationen in Ostdeutschland?

- frühzeitig auf Boom einstellen
- Mobilität in Zielgebiete(n) organisieren
- frühzeitig Kommunikationsstrategie entwickeln

Einschätzung zur Regenerationsgeschwindigkeit

Tagesreisen und Freizeitwirtschaft: sehr schnell

- sofortige Regeneration mit starken Nachholeffekten in allen Teilssegmenten zu erwarten
- allmähliches Abflauen der Auswirkungen der Krise auf „Normalniveau“
- Zunächst Regeneration im Wohnumfeld und bei geringen Entfernungen

Hinweis: Trotz der aktuellen Corona-Krise und der Schließungen möchten wir Ihnen auch die laufenden Monitoring-Kennzahlen präsentieren. Für die mittelfristigen Planungen und die Kommunikation in Gremien und in der Öffentlichkeit sind bzw. werden sie wieder wichtig sein. Im Folgenden finden Sie die Bilanz des Jahres 2019.

Jahresergebnisse 2019

Januar bis Dezember 2019: **+4,0 Prozent**

Hervorragendes Jahresergebnis!

(3. Tertial: **+4,6 Prozent**)

Die Freizeiteinrichtungen in Ostdeutschland steigerten ihre Besucherzahlen 2019 um 4,0 Prozent. Elf der 15 Kategorien zählten zu den Gewinnern. Die Verluste aus dem Jahr 2018 wurden damit mehr als ausgeglichen.

Die Museen und Ausstellungen sowie die Denkmäler und historischen Bauwerke schnitten am besten ab. Auf Platz drei lagen die Stadtführungen. Kirchen und

Besucherführungen (Industrie- und sonstige Anlagen) bildeten die Schlusslichter.

Ab Juni lief es für die Freizeiteinrichtungen durchweg gut – bis zum Jahresende wiesen alle Monate steigende Besucherzahlen auf. Hierzu trugen auch Sondereffekte durch Jubiläen und Themenjahre sowie Sonderausstellungen bei. Auch das Wetter spielt wie jedes Jahr eine Rolle. Von den moderaten Temperaturen auch im November und Dezember profitierten viele Outdooranlagen.

Museen/Ausstellungen: +9,1 Prozent
(3. Tertial: **+21,7 Prozent**)



Nach einem schwachen Jahresstart legten die Museen und Ausstellungen eine Aufholjagd hin und schlossen das Jahr sehr erfolgreich ab. Kontinuierlich steigende Besucherzahlen ab Juli und ein Besucherwachstum zwischen September und Dezember um 21,7 Prozent bedeuten Platz 1 im Kategorienranking.

Denkmäler/historische Bauwerke: +9,1 Prozent
(3. Tertial: **+11,4 Prozent**)



Der Erfolg dieser Kategorie geht auch zum Jahresende weiter. Insgesamt 11,4 Prozent mehr Besucher im 3. Tertial, davon allein im November ein Plus von 18,9 Prozent und im Dezember von 31,6 Prozent, zeugen von einem erfolgreichen Jahr 2019.

Stadtführungen: +7,0 Prozent
(3. Tertial: **+8,6 Prozent**)



Die Anbieter von Stadtführungen schoben sich am Jahresende weiter nach vorn. Die Kategorie profitierte auch vom Bauhausjubiläum in den betreffenden Städten. Gerade im sonst eher schwachen November gab es noch einmal ein Teilnehmerplus von rund 30 Prozent.

Landschaftsattraktionen: +6,3 Prozent
(3. Tertial: **+27,7 Prozent**)



Die Landschaftsattraktionen wiesen zum Jahresende doch noch ein deutlich positives Ergebnis auf. Hohe monatliche Zuwachsraten zwischen September und Dezember brachten diese Kategorie ins Plus.

Zoos/Tierparks: +6,2 Prozent
(3. Tertial: **-3,1 Prozent**)



Erstaunlicherweise schwächelten die Zoos/Tierparks in Ostdeutschland zum Jahresende etwas. Im September gab es leichte, im Oktober mit -13,8 Prozent stärkere Verluste, die auch im Dezember mit +26,0 Prozent aufgrund der geringeren absoluten Zahlen nicht aufgeholt werden konnten. Diese Kategorie profitiert weiterhin vom hervorragenden Ergebnis bis zum Sommer.

Ausflugsschiffe/Fähren: **+5,3 Prozent** (3. Tertial: **+35,1 Prozent**)



Die Anbieter der Ausflugsschiffahrt blicken doch noch auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Zwischenzeitliches Niedrigwasser in den Sommermonaten schränkte sie zwar ein (teilweise Nutzung von Ausweichrouten). Die letzten vier Monate des Jahres verliefen mit hohen zweistelligen Wachstumsraten sehr erfolgreich.

Freilichtmuseen/Besucherbergwerke: **+3,7 Prozent** (3. Tertial: **+2,0 Prozent**)



In den Freilichtmuseen und Besucherbergwerken gab es im 3. Tertial keinen einheitlichen Trend. Rückgängen im September (-5,5 Prozent) und Oktober (-1,8 Prozent) standen steigende Besucherzahlen im November (+2,5 Prozent) und Dezember (+19,5 Prozent) gegenüber. Erfolgreiche Aktionen zum Thema Weihnachten gaben letztlich den Ausschlag.

Erlebnisbäder/Thermen: **+3,3 Prozent** (3. Tertial: **+1,0 Prozent**)



Zum Jahresende wurden die Erlebnisbäder/Thermen etwas eingebremst. Insgesamt lief das Jahr jedoch gut. Fast drei Viertel der Einrichtungen begrüßten mehr Besucher. Zu den Verlierern zählten eher kleinere Einrichtungen mit weniger als 100.000 Besuchern pro Jahr, die im Vorjahr noch durch ihre Außenbereiche gepunktet hatten.

Burgen/Schlösser: **+2,7 Prozent** (3. Tertial: **+3,1 Prozent**)



Die Burgen und Schlösser bauten das Besucherplus aus dem Sommer weiter aus. Ab Oktober gab es durchgängig bis zum Jahresende steigende Besucherzahlen. Besonders erfolgreich verlief der November mit einem Besucherplus von über 26 Prozent.

Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: **+2,5 Prozent** (2. Tertial: **+2,4 Prozent**)



Auch die Freizeit- und Erlebniseinrichtungen bauten ihr Ergebnis zum Jahresende noch aus. Leichten Rückgängen im September standen Zuwächse von Oktober bis Dezember gegenüber.

Naturinfozentren: **+2,2 Prozent** (3. Tertial: **-3,9 Prozent**)



Die Naturinfozentren konnten das gute Ergebnis aus dem Sommer, nicht ganz bestätigen. Sie bleiben zwar mit 2,2 Prozent mehr Besuchern im positiven Bereich, rutschen allerdings im Kategorienranking etwas ab. Im 3. Tertial gab es ein Minus von 3,9 Prozent, was von den zweistelligen Rückgängen im September und Dezember bestimmt wird.

Besucherentwicklung Januar bis Dezember 2019

– Mecklenburg-Vorpommern:	+5,9 %
– Sachsen:	+4,4 %
– Thüringen:	+4,2 %
– Schleswig-Holstein:	+3,6 %
– Brandenburg:	+3,5 %
– Sachsen-Anhalt:	+2,5 %
– Rheinland-Pfalz*:	+1,1 %
– Westfalen-Lippe:	+1,9 %
– Niedersachsen*:	-0,9 %
– Saarland*:	-4,6 %

* vorläufige Werte

Bergbahnen: **-0,3 Prozent** (3. Tertial: **-6,2 Prozent**)



Die Bergbahnen meldeten zum Jahresende rückläufige Zahlen. Im September, Oktober und November gab es Rückgänge, die das leichte Plus im Dezember überdeckten. Auch im Sommer gab es kaum Dynamik, so dass das zu Jahresbeginn noch sehr gute Ergebnis letztlich in einen leichten Rückgang kippte.

Private Eisenbahnen: **-2,1 Prozent** (2. Tertial: **-5,9 Prozent**)



Ein deutlicher Verlust zum Jahresende führte dazu, dass die privaten Eisenbahnen ihr erfolgreiches Jahresergebnis von 2018 nicht wiederholen konnten. Vor allem die sinkenden Fahrgastzahlen im Oktober (-6,1 Prozent) und im Dezember (-17,9 Prozent) bestätigten das Ergebnis. Zwei Drittel der teilnehmenden Anbieter waren von den Rückgängen betroffen.

Kirchen: **-5,1 Prozent** (3. Tertial: **-18,4 Prozent**)



Die im Vorjahr durch viele Sondereffekte geprägte Kategorie der Kirchen fiel 2019 auf das Normalniveau aus dem Jahr 2017 zurück. Die Besucherrückgänge waren zwischen September und Dezember die höchsten aller Kategorien, sollten jedoch nicht überbewertet werden.

Besuchertouristen (Industrie- und sonstige Anlagen): **-5,8 Prozent** (3. Tertial: **-1,2 Prozent**)

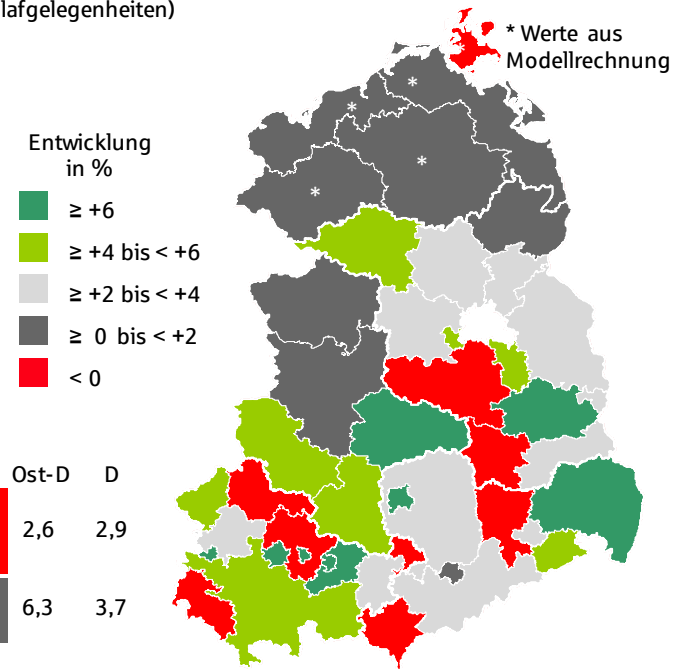
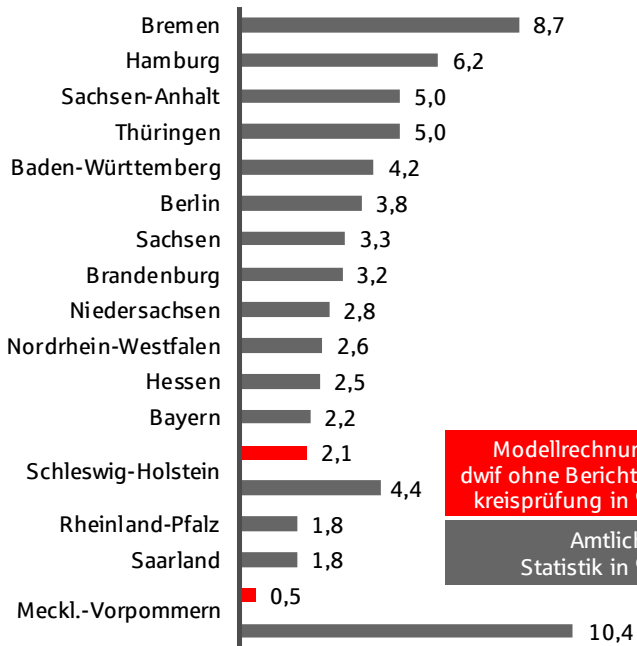


Der Rückgang der Teilnehmerzahlen an Besuchertouristen in Industrie- und sonstigen Anlagen hält seit längerem an. Lediglich in vier Monaten des Jahres 2019 gab es steigende Teilnehmerzahlen. Die kleineren Anbieter dieser Kategorie schafften es über das Jahr gesehen ins Plus, die größeren verloren an Boden.

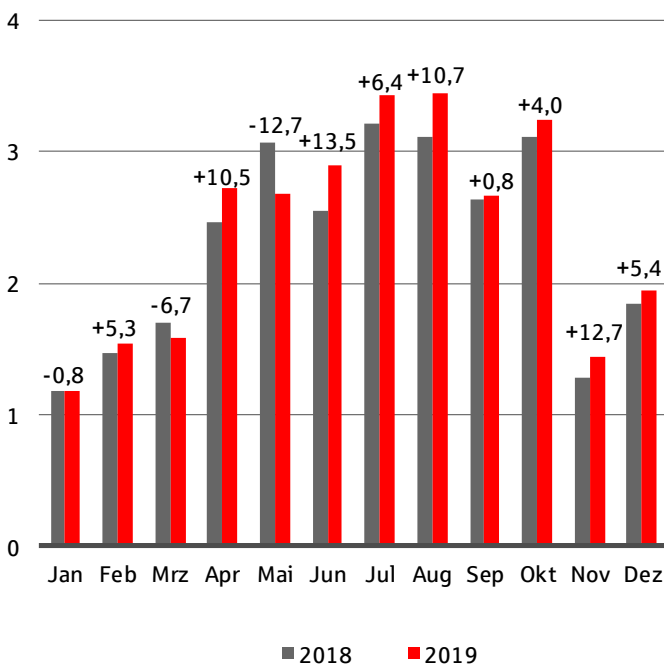
Abmeldung vom Infobrief:

Vor dem Hintergrund der neuen Datenschutz-Grundverordnung möchten wir Sie darauf hinweisen, dass Sie sich jederzeit vom Infobrief abmelden können. Hierzu schicken Sie bitte eine E-Mail an info-berlin@dwif.de.

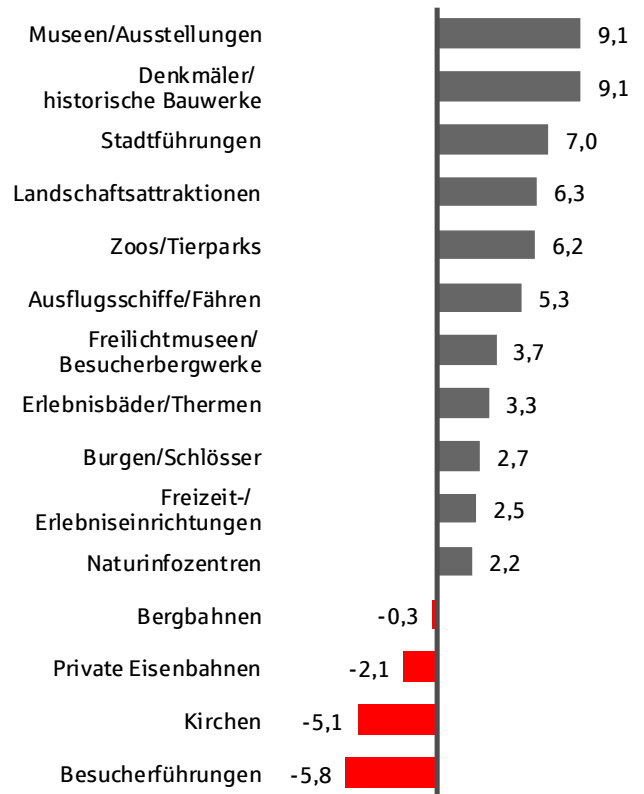
Gewerbliche Übernachtungen 2019 ggü. 2018 (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)



Besucherzahlen Januar-Dezember 2019 ggü. 2018
Besucherzahlen in Millionen – Veränderung (in %)



Besucherentwicklung 2019 ggü. 2018 (in %)



Quelle: dwif März 2020, Daten Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter, Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland – Ihre Ansprechpartner:

Freizeitwirtschaft:
dwif-Consulting GmbH
Anja Schröder
030/757 949-31
www.dwif.de
wetterstationen@dwif.de

Bereichsleitung Tourismusbarometer:
dwif-Consulting GmbH
Karsten Heinsohn
030/757 949-30
www.dwif.de
k.heinsohn@dwif.de

Auftraggeber:
Ostdeutscher Sparkassenverband
Thomas Wolber
030/20 69-18 17
www.tourismusbarometer.de
tourismusbarometer@osv-online.de