



Finanzgruppe

Ostdeutscher Sparkassenverband

v i e r L ä n d e r – e i n V e r b a n d

Sparkassen-Tourismusbarometer 2010 Ostdeutschland

Trends und Entwicklungen des Tourismus in Brandenburg

Dr. Manfred Zeiner
Prof. Dr. Mathias Feige
dwif - Consulting GmbH

Brandenburgtourismus 1. Halbjahr 2010: Wieder richtig an Fahrt gewonnen!

+ 5,5%

Gästeankünfte

+ 5,4%

Gästeübernachtungen

Inländer +4,5%

Ausländer +18,7%

Gästeübernachtungen

Januar +5,5%

Februar +4,2%

März +6,9%

April +7,0%

Mai +2,5%

Juni +6,9%

25,8%

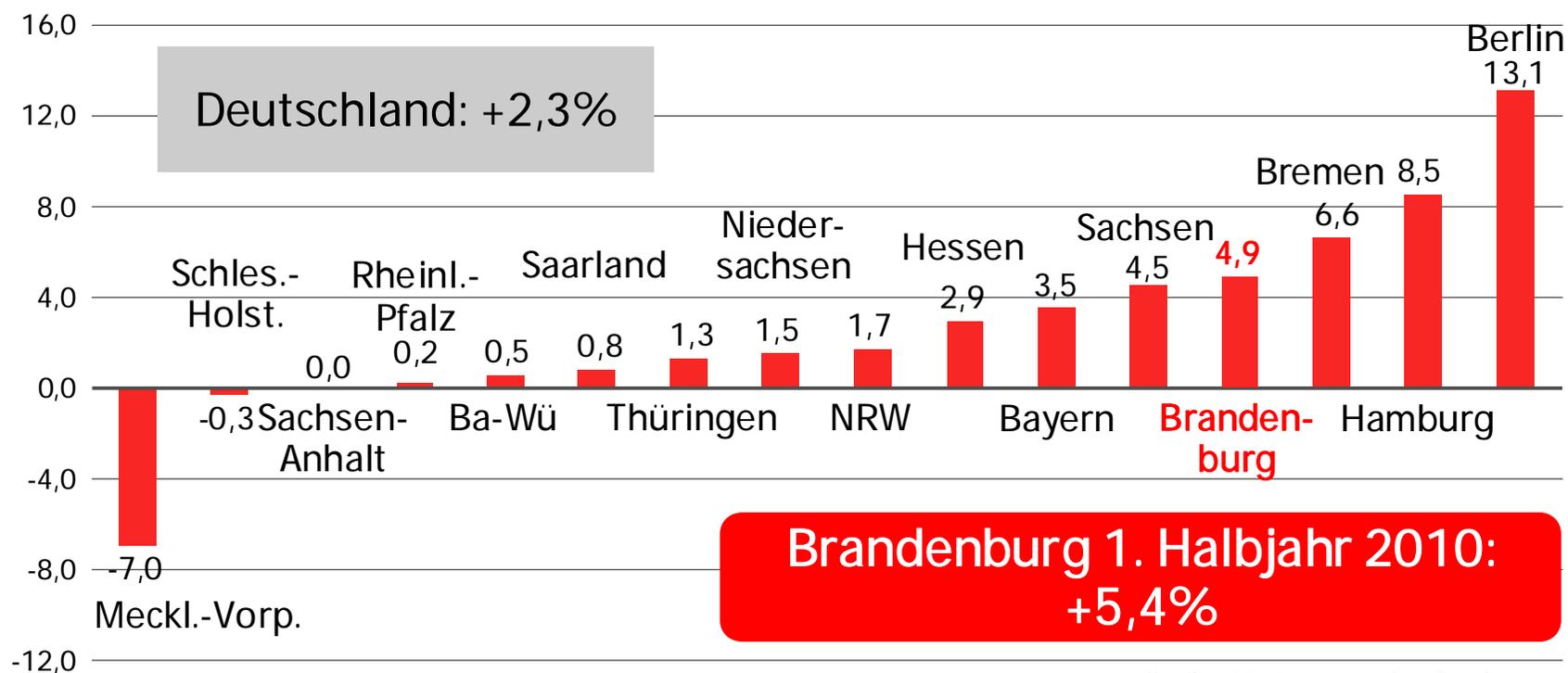
Ø Auslastung der
Schlafgelegenheiten

(1. Halbj. 2009 24,7%)

Quelle: dwif 2010, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

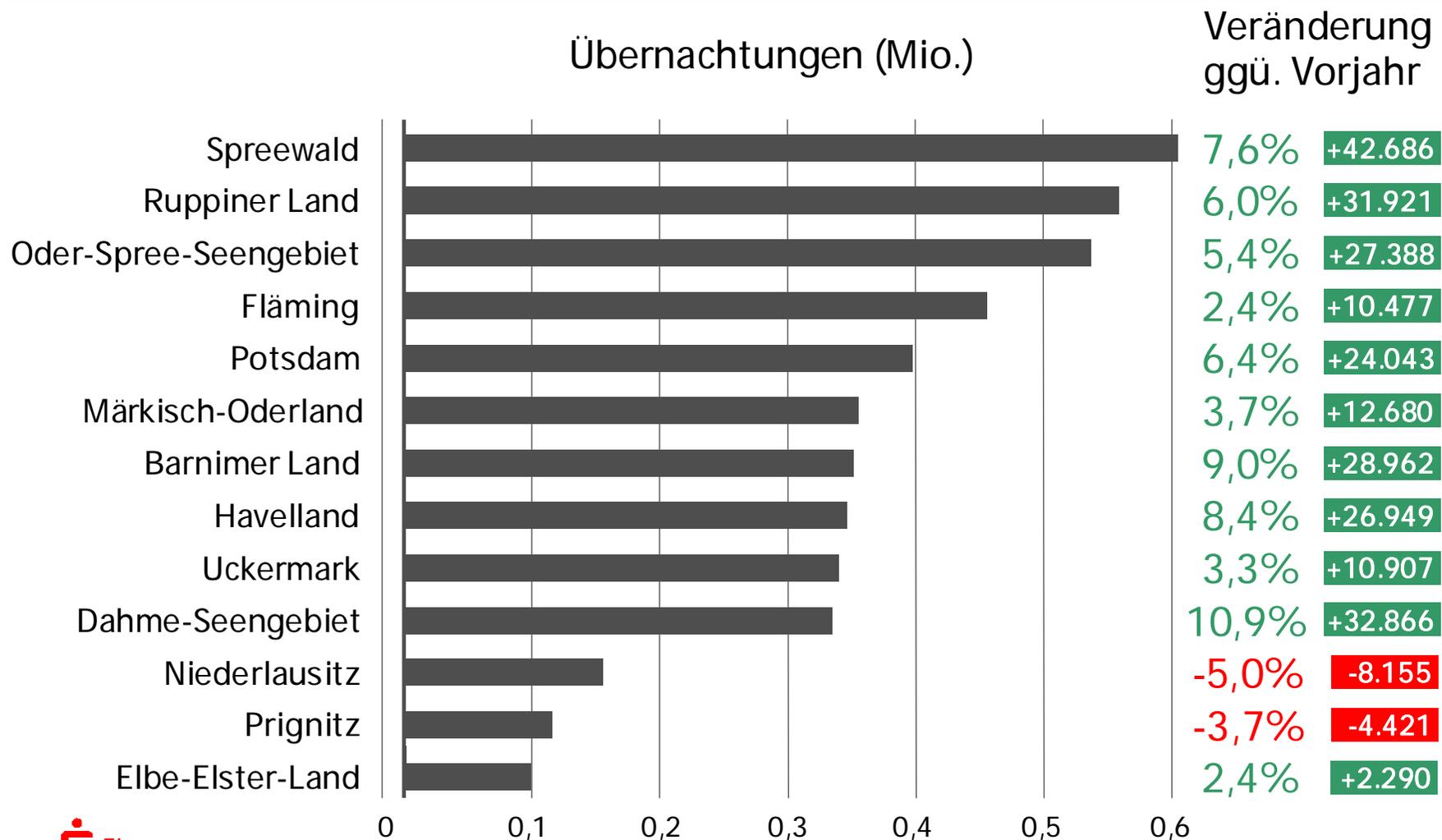
Deutschlandtourismus aktuell: Brandenburg bestes Flächenland!

Übernachtungen in gewerblichen Betrieben Jan. – Mai 2010 ggü. Vorjahr (%)
- einschließlich Camping -



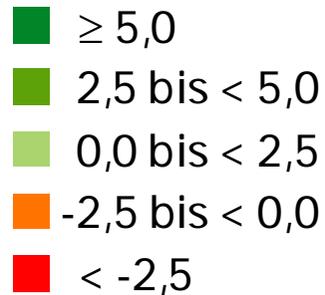
Quelle: dwif 2010, Statistisches Bundesamt

Brandenburgtourismus 1. Halbjahr 2010: Fast flächendeckend Übernachtungszuwächse!



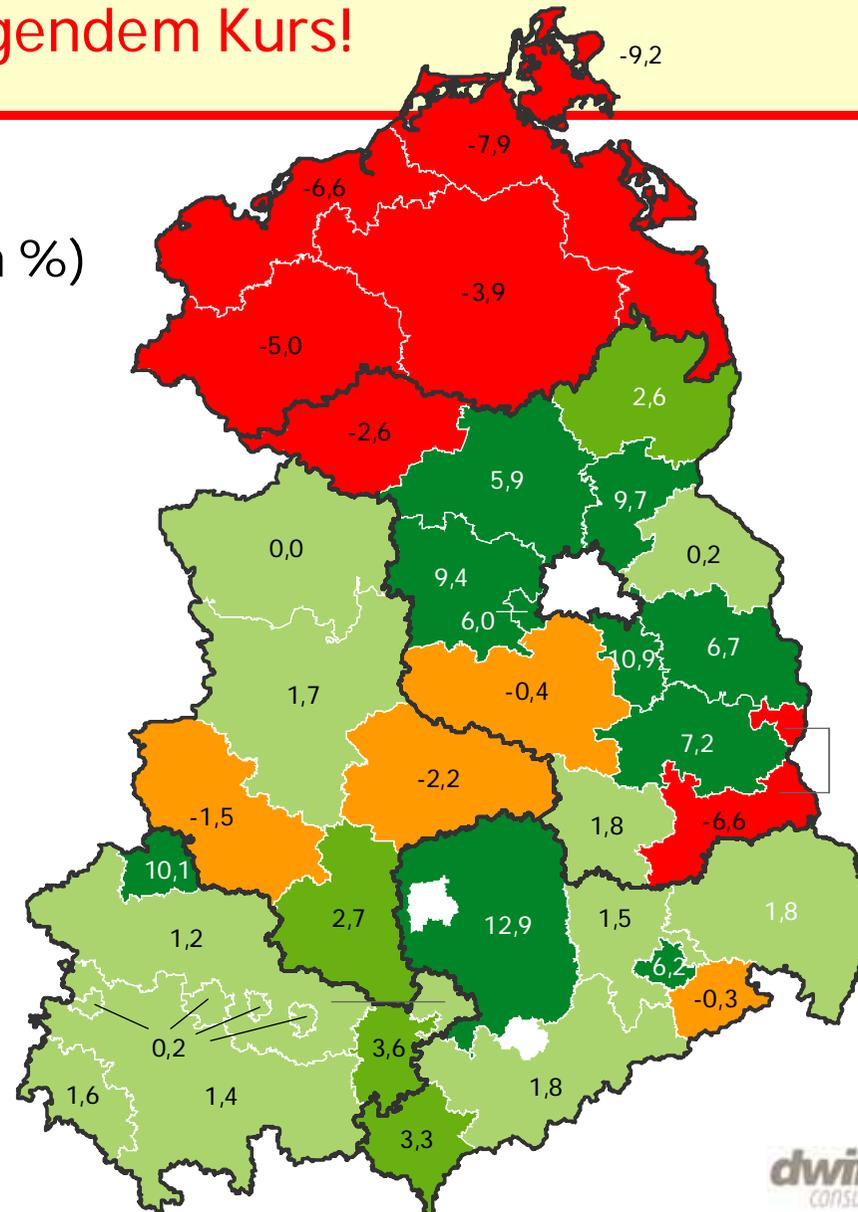
Übernachtungen ostdeutsche Regionen 2010: Brandenburg auf hervorragendem Kurs!

Übernachtungsentwicklung
Januar – Mai 2010 ggü. 2009 (in %)
in Betrieben ≥ 9 Betten
und auf Campingplätzen



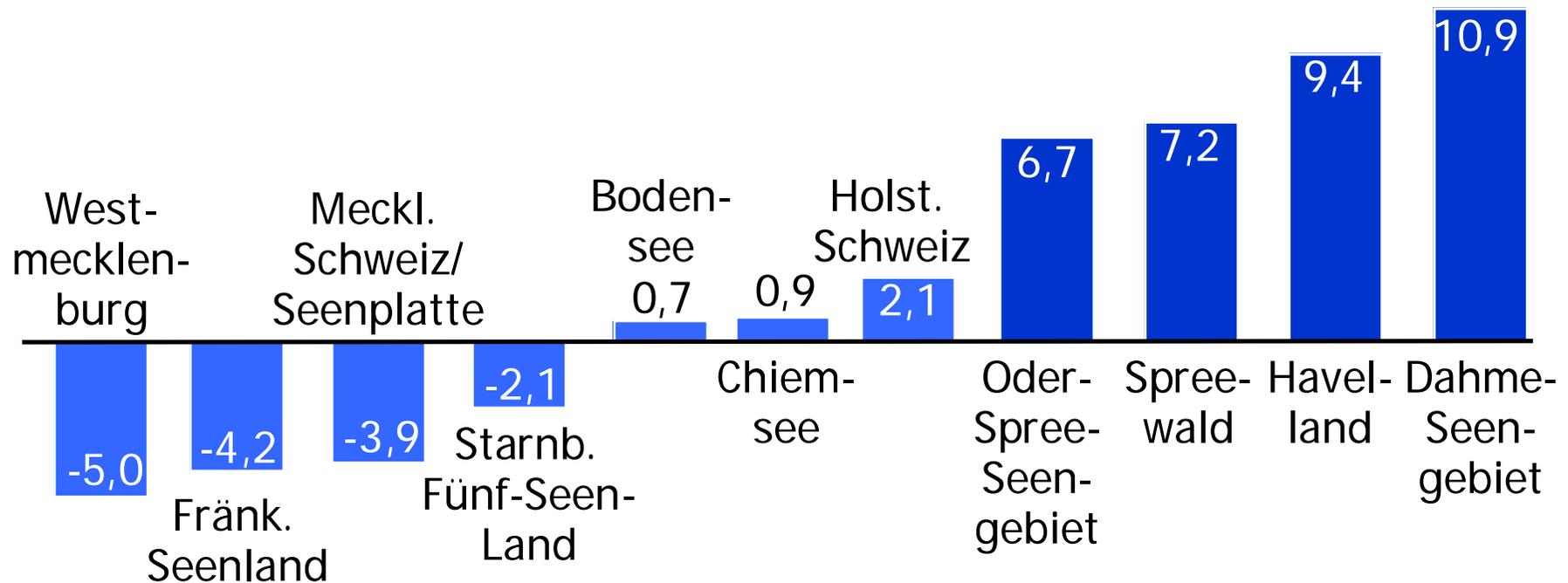
* derzeit keine Daten verfügbar

Quelle: dwif 2010, Statistisches Bundesamt



Seenregionen Januar – Mai 2010: Brandenburger Seenregionen an der Spitze!

Übernachtungen Januar – Mai 2010 ggü. Vorjahr (%)
- einschließlich Camping -



Quelle: dwif 2010, Statistisches Bundesamt

Städtetourismus 1. Halbjahr 2010: Brandenburger Städte über Bundesdurchschnitt!

Übernachtungen:	Cottbus	+11,4%
	Potsdam	+6,4%
	Brandenburg/Havel	+4,4%
	Frankfurt/Oder	-5,9%

Deutschland: (Jan.-Mai.)	Städte 50.000-100.000 EW	+1,7%
	Städte \geq 100.000 EW	+7,9%

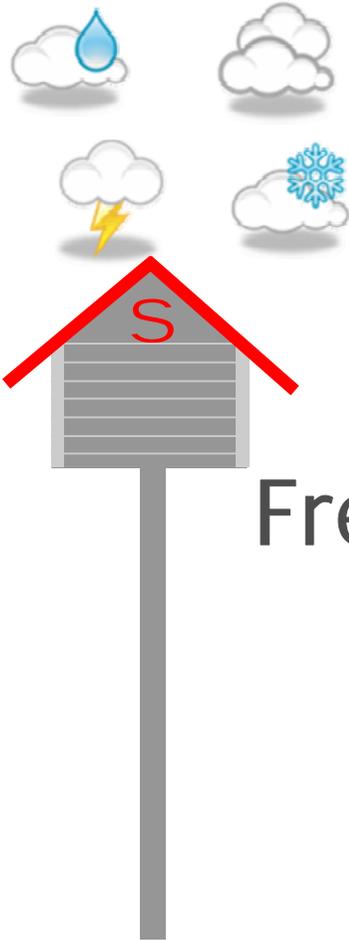
Quelle: dwif 2010, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg
Bild: Domblick Brandenburg/Havel, www.stg-brandenburg.de

Entwicklung der Betriebstypen in Brandenburg: Konjunktur zieht wieder an!

Übernachtungen	2009 ggü. 2008	1. Halbjahr 2010 ggü. 2009
Campingplätze	+16,9%	-16,7%
Jugendherbergen/Hütten	+14,0%	+11,4%
Ferienzentren, -häuser, -wohnungen	+4,9%	+32,3%
Vorsorge-/Reha-Kliniken	+1,0%	+0,7%
Hotellerie	-1,3%	+5,7%
darunter Hotels	-0,3%	+4,9%
Gasthöfe	-2,2%	-2,2%
Hotels garnis	-3,8%	+18,8%
Pensionen	-8,0%	+5,7%
Erholungs-/Ferien-/Schul.-heime	-12,7%	+3,7%

Quelle: dwif 2010, Statistisches Bundesamt, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg
Bild: Ferienwohnung im ehemaliger Verladeturm, Oderbruch, www.verladeturm.de

Die touristischen „Wetterstationen“



Jahr 2009:

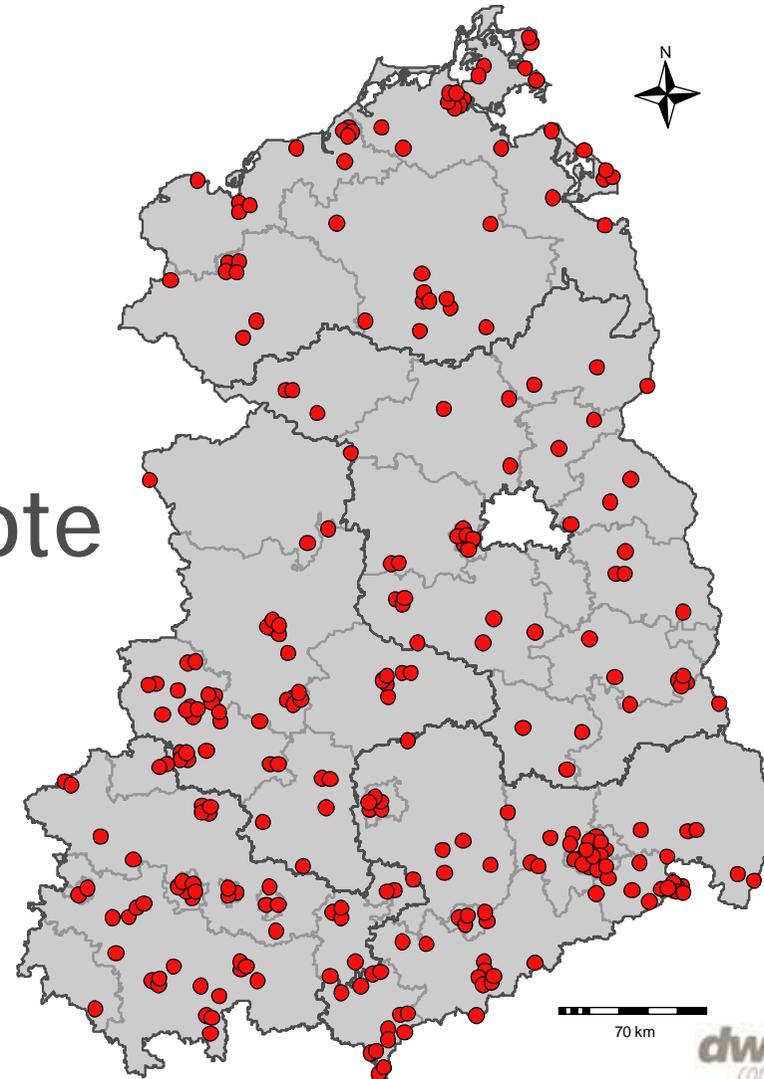
282

Freizeitangebote

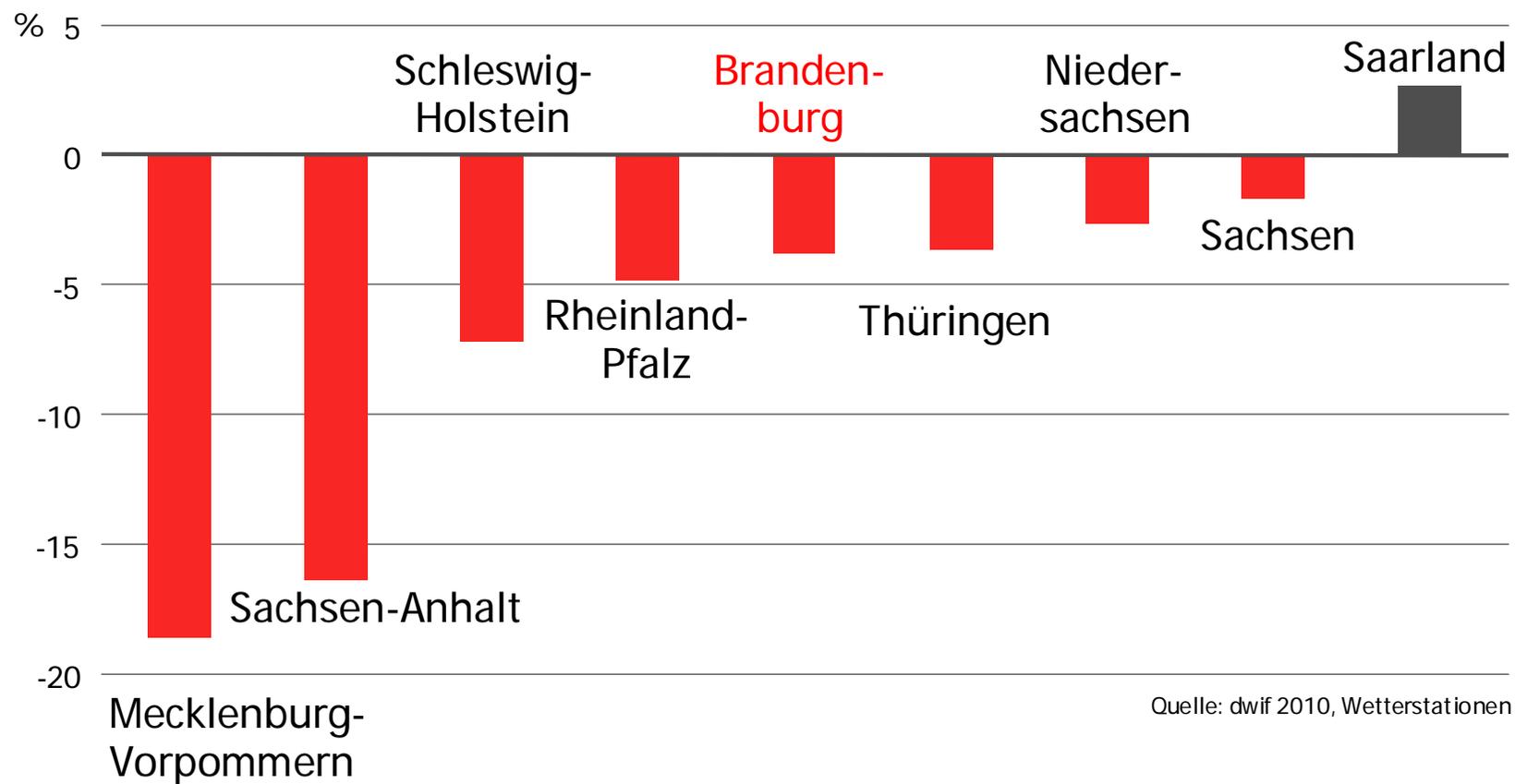
mit über

30,6 Mio.

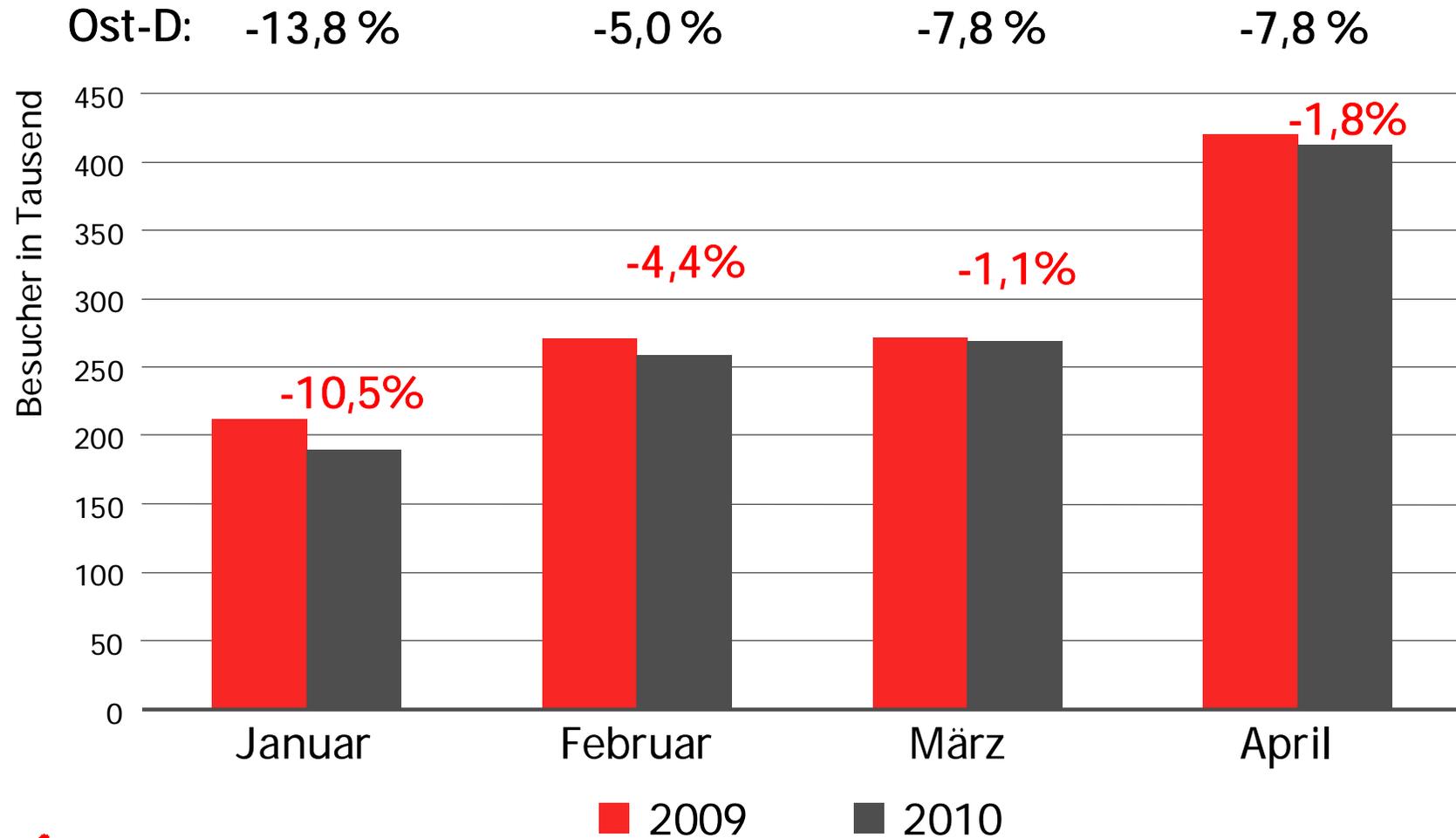
Besuchern



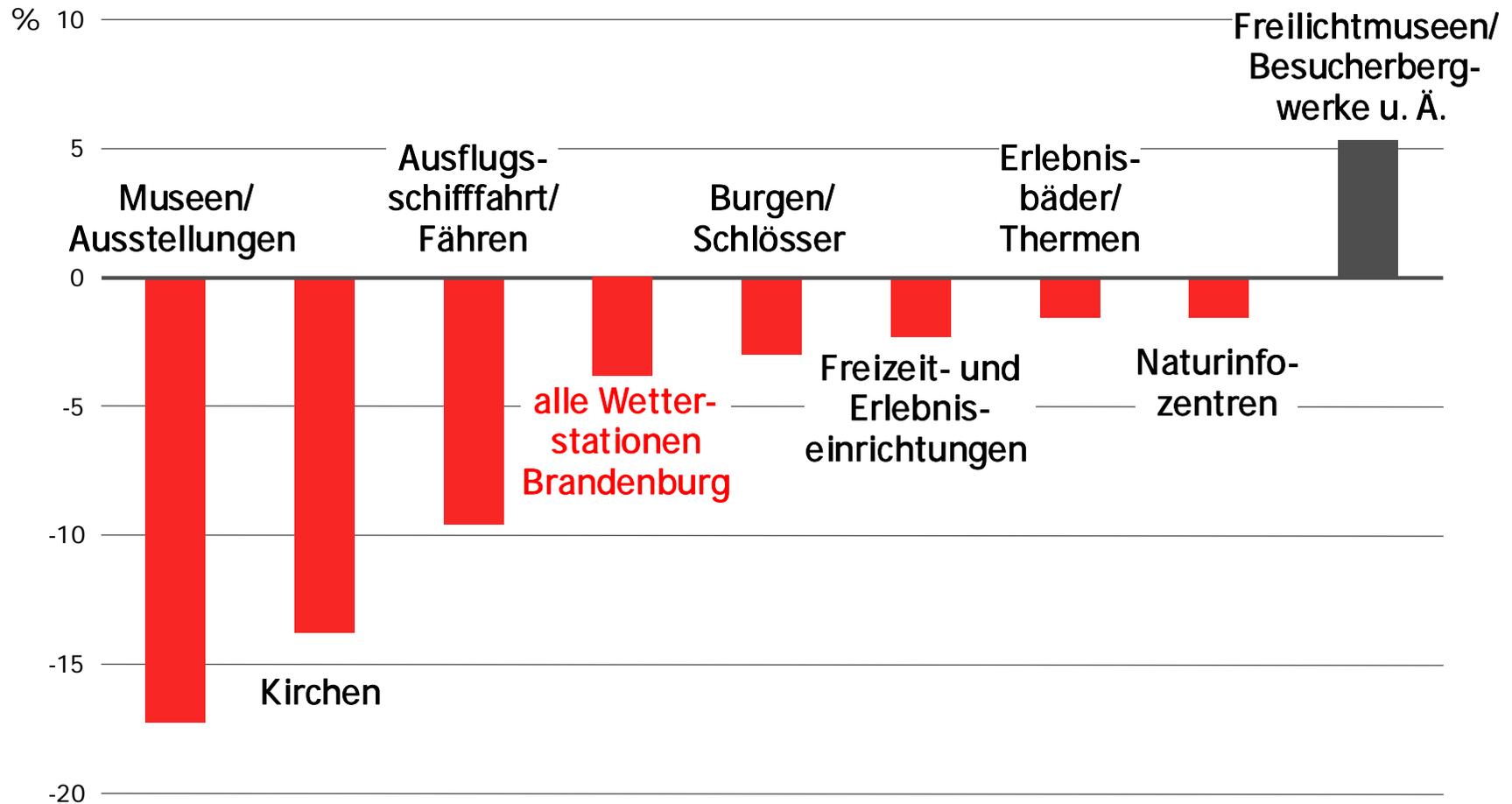
Freizeitwirtschaft 1. Terial 2010: Durchgängiger Rückgang in Ostdeutschland!



Saisonverlauf Brandenburg 2010: Vorjahreswerte nicht ganz erreicht!

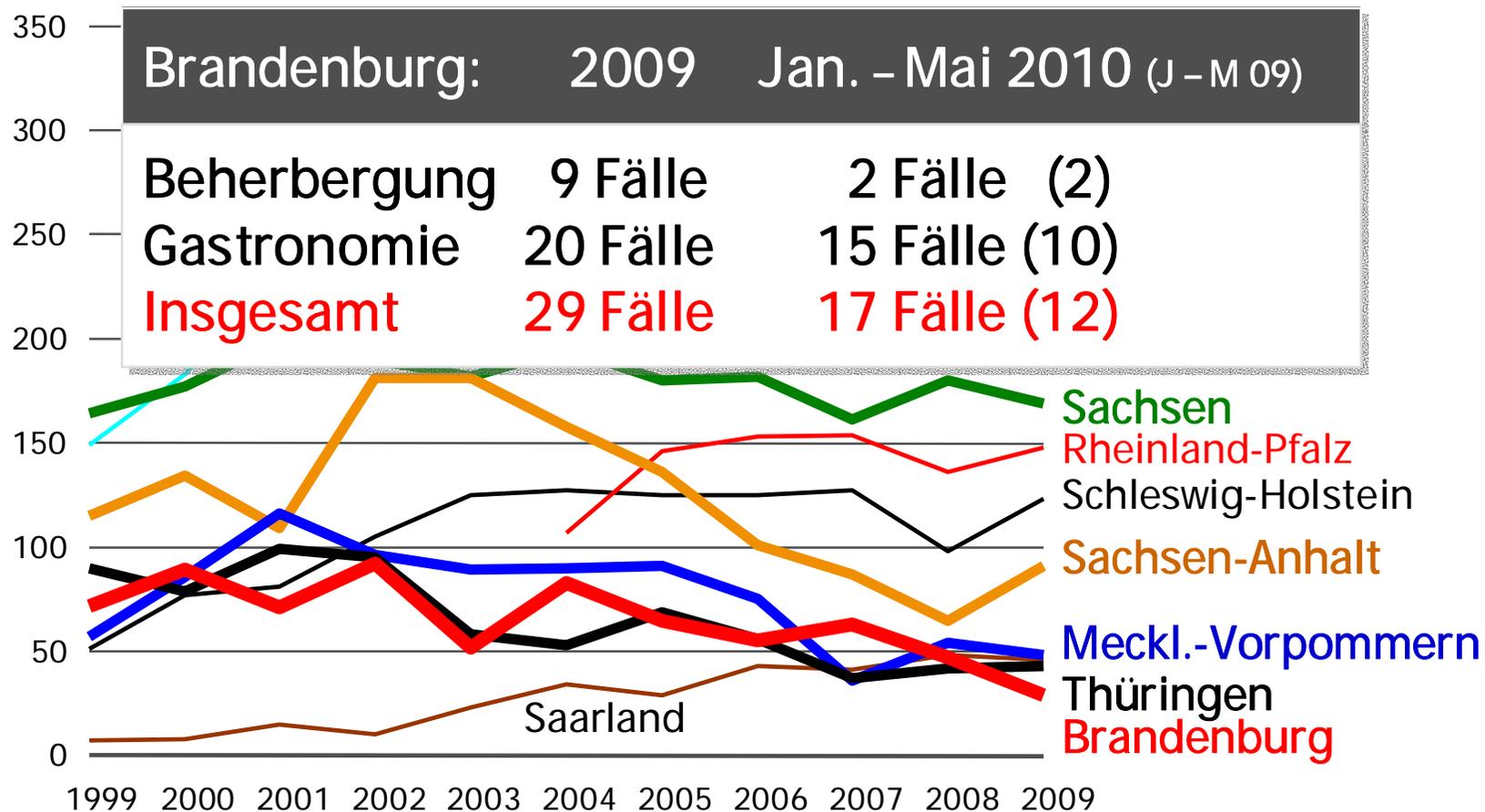


Freizeitwirtschaft Brandenburg 1. Tertial 2010: Starker Einbruch zum Jahresbeginn!



Quelle: dwif 2010, Wetterstationen

Insolvenzen im Gastgewerbe: Brandenburg – 2010 wird schwierig!



DIHK-Saisonumfrage zur Sommersaison 2010: Optimismus kehrt zurück!

Ostdeutschland:
Eine **günstigere** Geschäftslage erwarten ...

Camping

34,9%

2009: 26,3%

Beherbergung

19,9%

2009: 15,5%

Gastronomie

26,1%

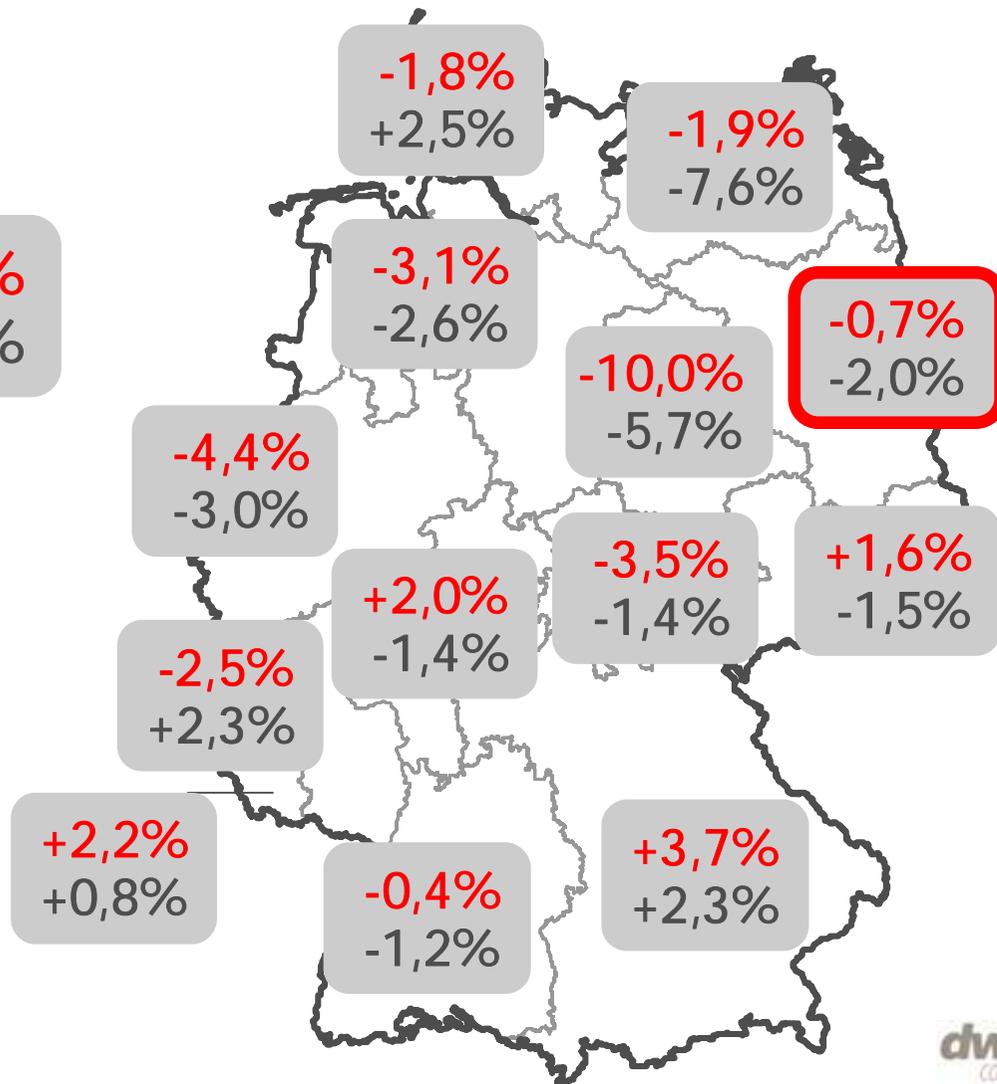
2009: 13,5%

Umsatzentwicklung (real) im Gastgewerbe 1. Halbjahr 2010: Die Rechnung geht nicht auf!

Deutschland:

Beherbergung -0,5%
Gastronomie -1,2%

Bremen -1,6% -1,4%
Hamburg -3,7% -0,8%
Berlin +3,7% -5,4%



Quelle: Statistisches Bundesamt
(vorläufige Ergebnisse)

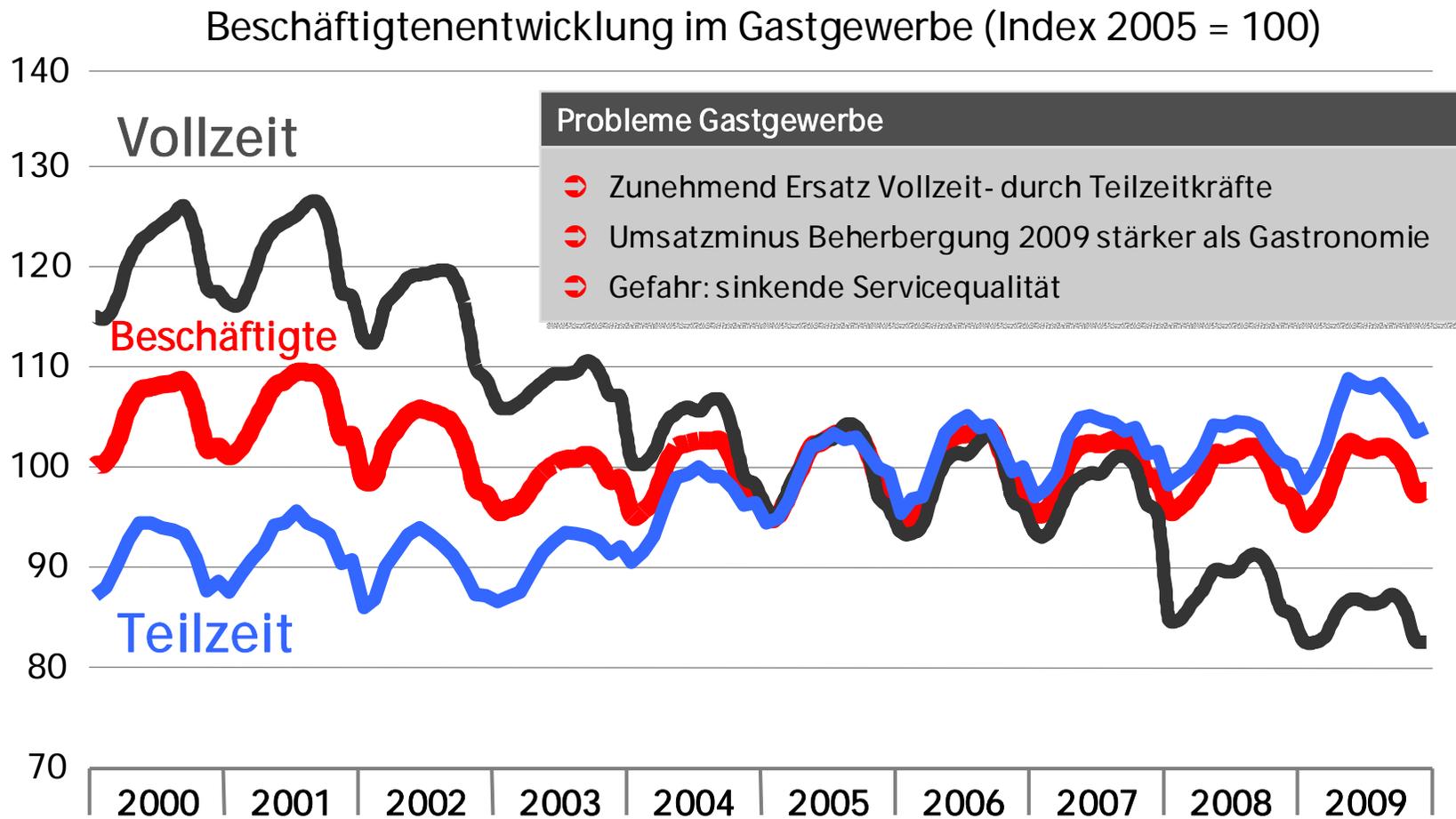
Beherbergung Brandenburg (EBIL 2008): Gewinnmargen und Innenfinanzierungskraft unter Deutschland-Niveau!

	Rang innerhalb der Barometerländer		Brandenburg	D
Personalaufwand	3.	↗	25,8 %	26,8 %
Rohertragsquote	8.	↗	77,2 %	81,1 %
Zinsaufwandsquote	6.	→	6,9 %	5,1 %
Umsatzrendite	5.	↗	5,2 %	6,3 %
Cash-Flow-Rate	7.	↘	12,4 %	13,6 %

Gastronomie Brandenburg (EBIL 2008): Optimierungsbedarf beim Personalaufwand!

	Rang innerhalb der Barometerländer		Brandenburg	D
Personalaufwand	7.	↘	27,9%	27,0%
Rohertragsquote	4.	→	69,6%	69,8%
Zinsaufwandsquote	7.	↗	3,4%	2,0%
Umsatzrendite	7.	↗	6,8%	7,8%
Cash-Flow-Rate	7.	↗	11,2%	12,3%

Ersatz Vollzeit durch Teilzeit: Service-Qualität im Gastgewerbe sichern!



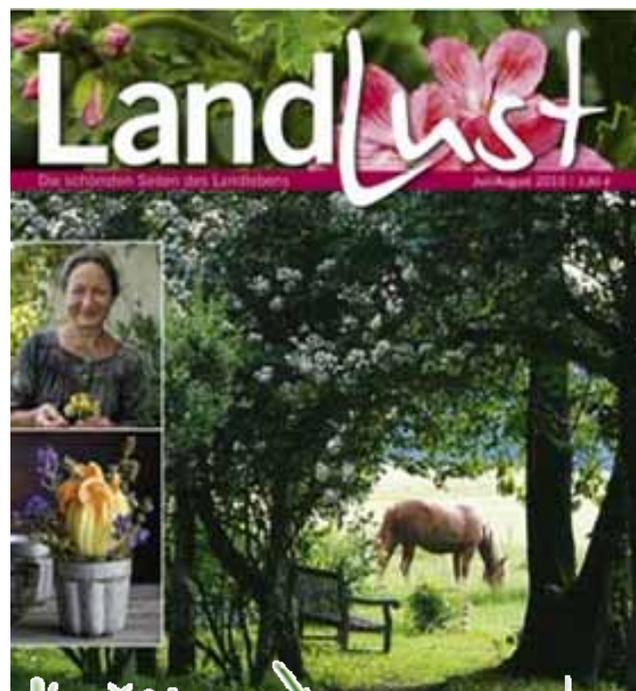
Qualitätsmanagementsystems ServiceQualität Deutschland: 155 Betriebe in Brandenburg geben dem Kunden Orientierung

Zahl der Betriebe je Bundesland mit einer Zertifizierung:

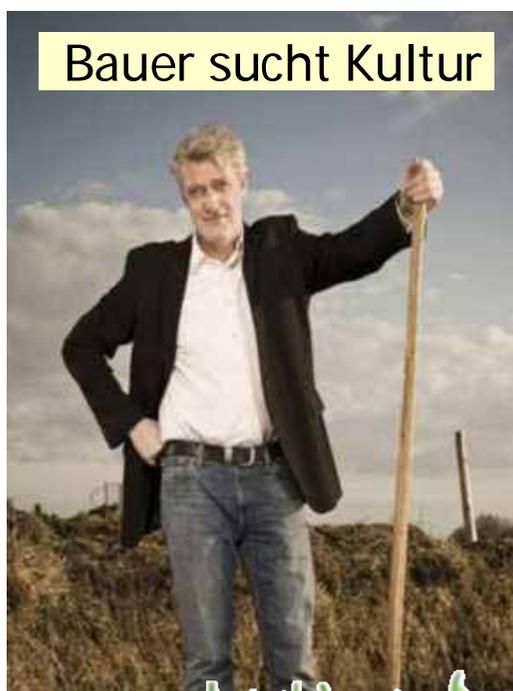
Bundesland	Jahr der Einführung	Q-Betriebe Stufe I	Q-Betriebe Stufe II	Q-Betriebe Stufe III
Baden-Württemberg	2001	490	14	8
Bayern	2008	203	5	
Berlin	2008	27		
Brandenburg	2002	130	22	3
Bremen/Bremerhaven	2005	53		
Hamburg	2010	5		
Hessen	2008	88	1	
Meckl.-Vorpommern	2008	61		
Niedersachsen	2004	293	24	
Nordrhein-Westfalen	2009	151	2	
Rheinland-Pfalz	2005	300	21	
Saarland	2008	38	1	
Sachsen	2003	211	24	
Sachsen-Anhalt	2003	102	7	
Schleswig-Holstein	2007	155		
Thüringen	2003	136	17	
Insgesamt		2.243	138	11

Quelle: dwif 2010, Daten Kooperationsgemeinschaft ServiceQualität Deutschland (Stand: 8/2010)

Landtourismus in Ostdeutschland



Bauer sucht Kultur



Landtourismus in Ostdeutschland: Jung!



LPG-Gründungen
1952

1990

Gründung privater
Bauern-, Reiterhöfe
in Ostdeutschland



1900
Bauernhof-
urlaub in
den Bergen

1972
Gründung AG
Urlaub und Freizeit
auf dem Lande
Niedersachsen,
1. DLG-zertifizierter
Bauernhof in
Niedersachsen

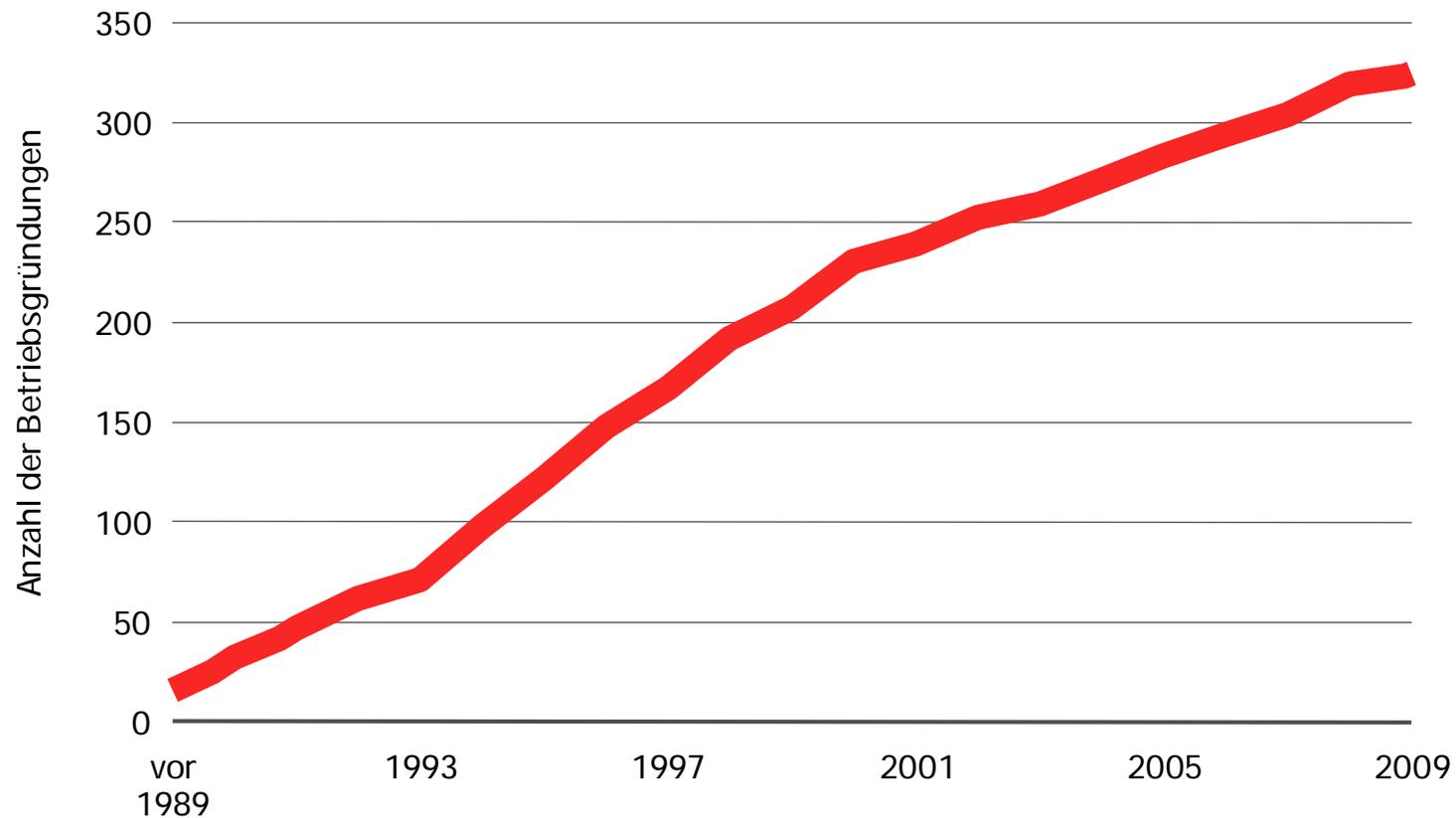


1991-93
Gründung Bundes-
organisation und
Landes-
organisationen
Landtourismus
Sachsen
Meckl.-Vorpommern
Thüringen
Brandenburg
Sachsen-Anhalt

2007
3 BAG-zertifi-
zierte Bauern-
höfe in Sachsen



Gründung des landtouristischen Betriebsteils ostdeutscher Betriebe: Hohe Dynamik!

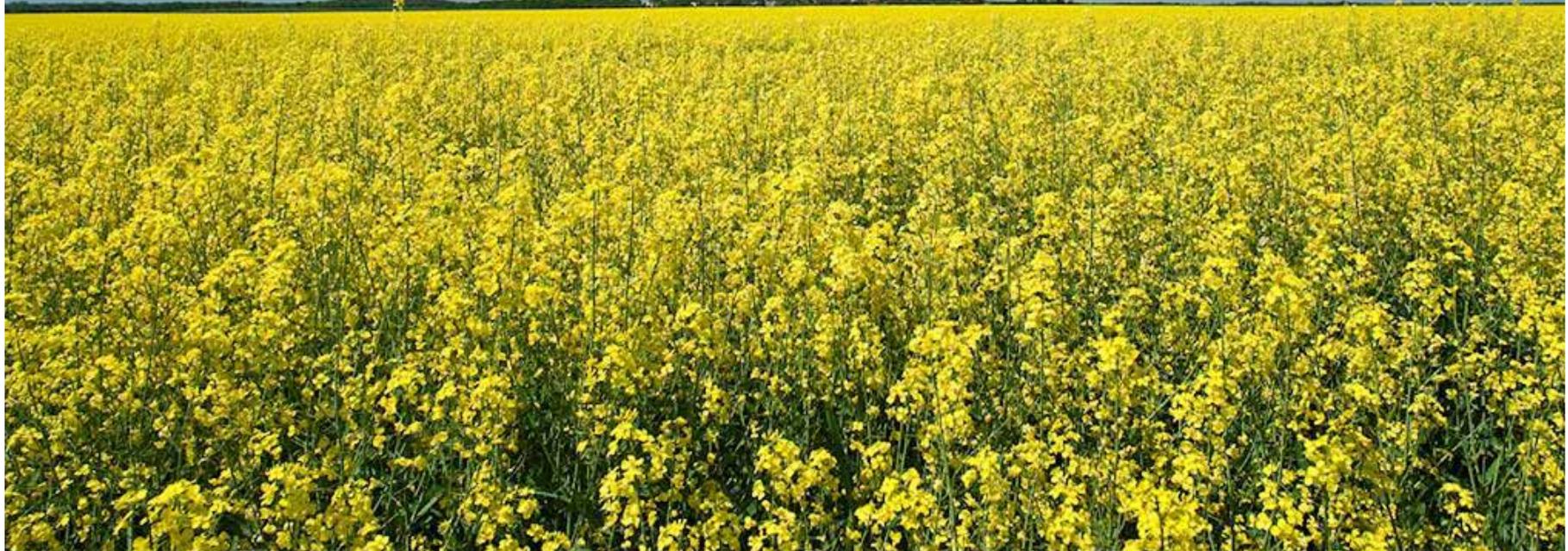


Quelle: dwif 2010, BAG-Saisonbefragung 2008/2009, n=324

Landtourismus in Ostdeutschland: Anders!

	Ost	West
Landwirtschaftliche Betriebe (%)	8	92
Landwirtschaftliche Fläche (%)	33	67
Ø Betriebsgröße (ha)	197	35

Quelle: Statistisches Bundesamt, Agrarstrukturerhebung 2007



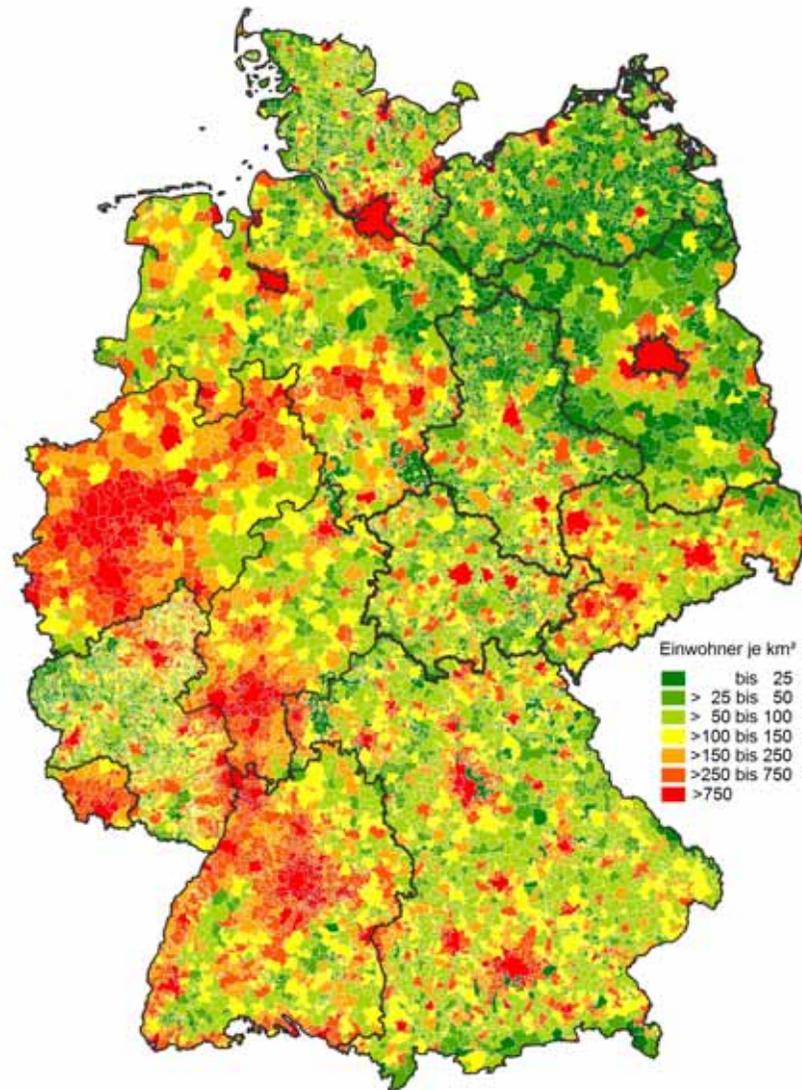
Brandenburg: Marktführer Öko-Landbau Ostdeutschland, viele große Betriebe

	Landwirtschaftliche			Öko-Landbau (%)
	Betriebe	Fläche (1.000 ha)	Fläche/Betrieb (ha)	
Brandenburg	6.330	1.330	210	10,2
Mecklenburg-Vorpommern	5.250	1.360	260	8,8
Sachsen	7.620	920	120	3,0
Sachsen-Anhalt	4.520	1.170	260	3,8
Thüringen	4.480	790	180	4,2

Quelle: Statistisches Bundesamt, Daten: Agrarstrukturerhebung 2007, Betriebe ab 2 ha Landfläche, BLE 2008

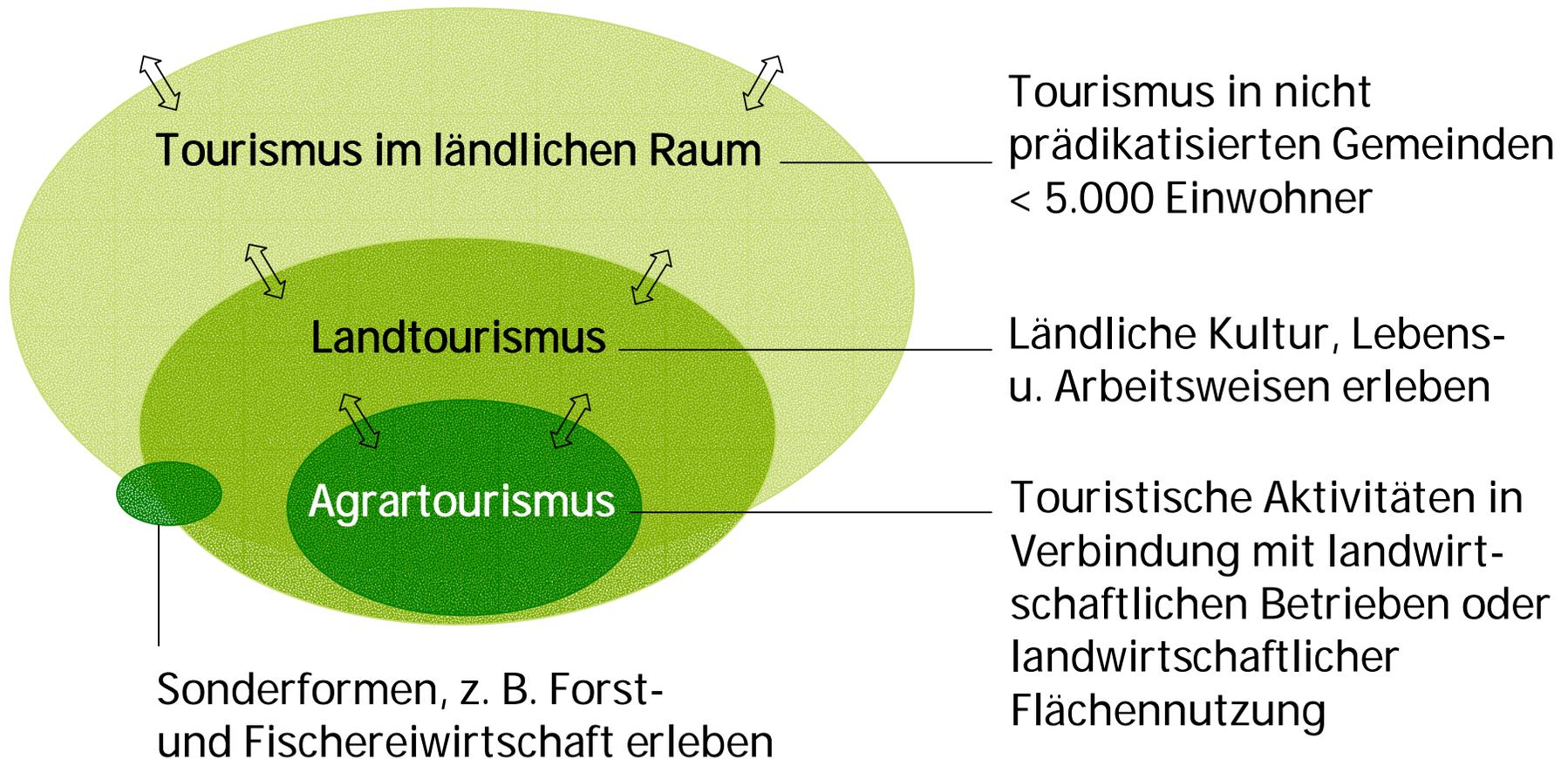
Große Teile Brandenburgs dünn besiedelt u. ländlich strukturiert: Viel Freiraum für Land- und Naturtourismus

Bevölkerungsdichte
in Gemeinden
in Deutschland 2009



Quelle: dwif 2010, Daten GfK Macon

Landtourismus: Viele Facetten – Fließende Übergänge



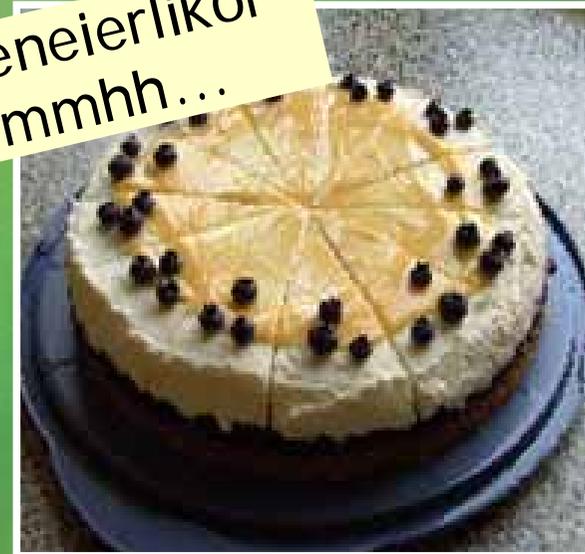
Frisch und gesund: Selbstpflücken und -ernten
Neumanns Erntegarten, Potsdam-Bornim



Exotisch: Direktvermarkter als Ausflugsziel
Straußenhof Großderschau, Havelland



Straußeneierlikör-
torte - mmhh...

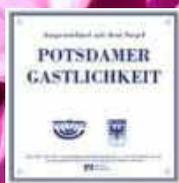
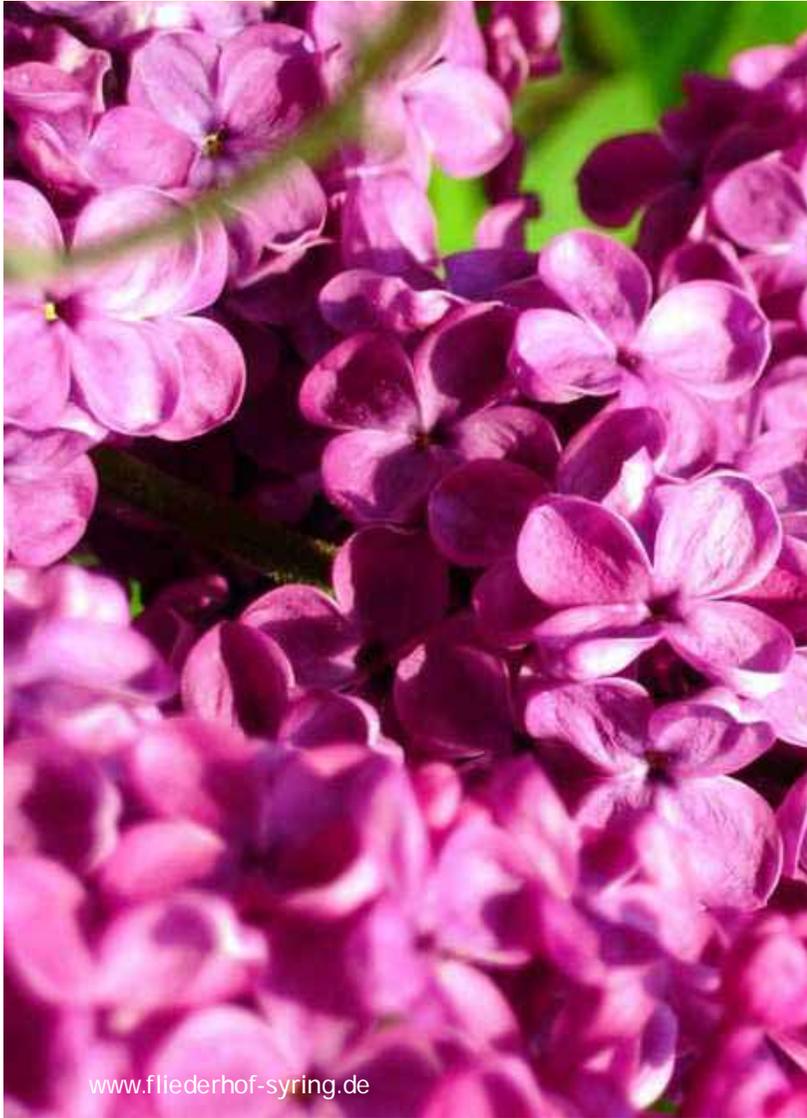


Häufig: Spezialisierte Reiterhöfe
Hof Grüneberg, Löwenberger Land



www.hof-grueneberg.de

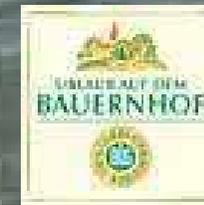
Genussvoll: Neue Themengasthöfe Fliederhof Syring, Stücken (Potsdam-Mittelmark)



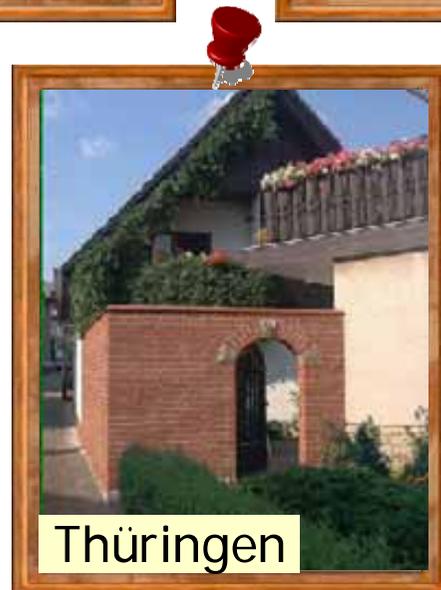
Ausbaufähig: Kneipp-Gesundheitshöfe und -häuser Landhaus Parsteinsee, Barnim-Uckermark



www.landhaus-parsteinsee.de



Aber auch
Angebote ohne Landtourismus-Charakter!



Qualitätslabel im Landtourismus: Zu viele Label, zu wenig Transparenz

<p>Landtourismus Deutschland</p>	<p>DLG</p>  <p>LandSelection Ferienhöfe</p> 	<p>BAG</p>  <p>Landidyll Hotels</p>  <p>Kneipp-Gesund- heitshöfe</p>  <p>Reiten</p> 	
<p>Landtourismus Bundesländer</p>	<p>Brandenburg</p> 	<p>Sachsen</p> 	<p>Thüringen</p> 
<p>Landtourismus Regionen, z. B.</p>		<p>Ökologische Landwirtschaft, z. B.</p> 	<p>Gastgewerbe Deutschland, z. B.</p> 
<p>Service- Qualität</p>		<p>Wettbewerb</p> 	<p>Vom Gast empfohlen</p> 

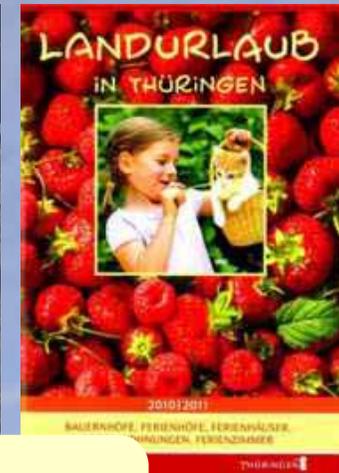
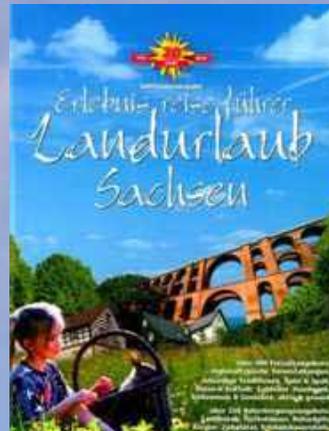
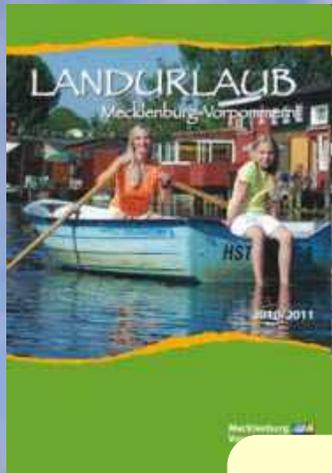
Qualitätslabel im Landtourismus: Zu viele Label, zu wenig Transparenz



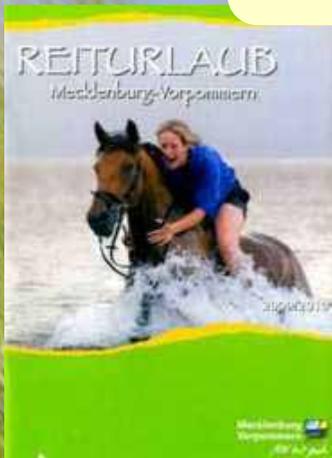
Fazit Brandenburg

- BAG-Siegel gut vertreten, 40 Siegel vergeben
- „Doppel-Siegel“ reduzieren
- optimierte Verwaltung der Siegel, klare Kommunikation
- Ausbau bundesweiter Gütesiegel, z. B. Reittourismus, Landhotels

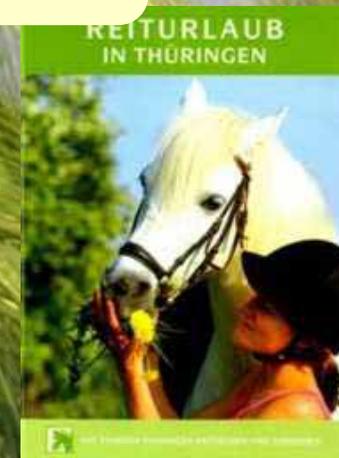
LAGn in Ostdeutschland: Umfangreichster, jedoch ausschnittthafter Angebotsüberblick



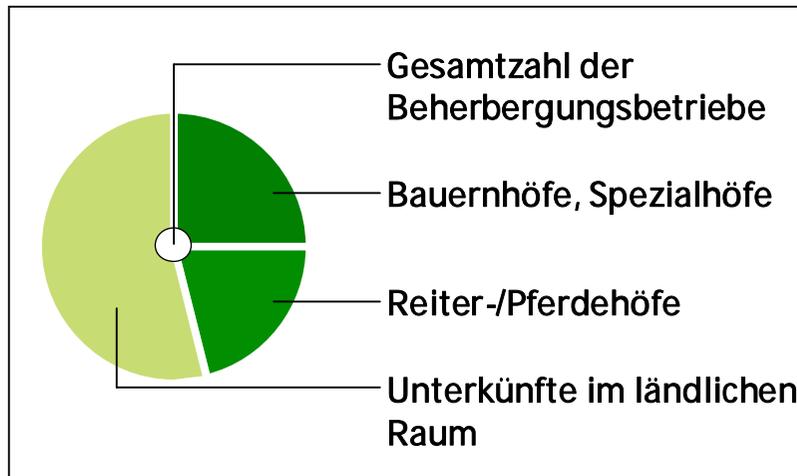
2010: 870 Beherbergungsbetriebe
allein in den Katalogen der Landesarbeitsgemeinschaften



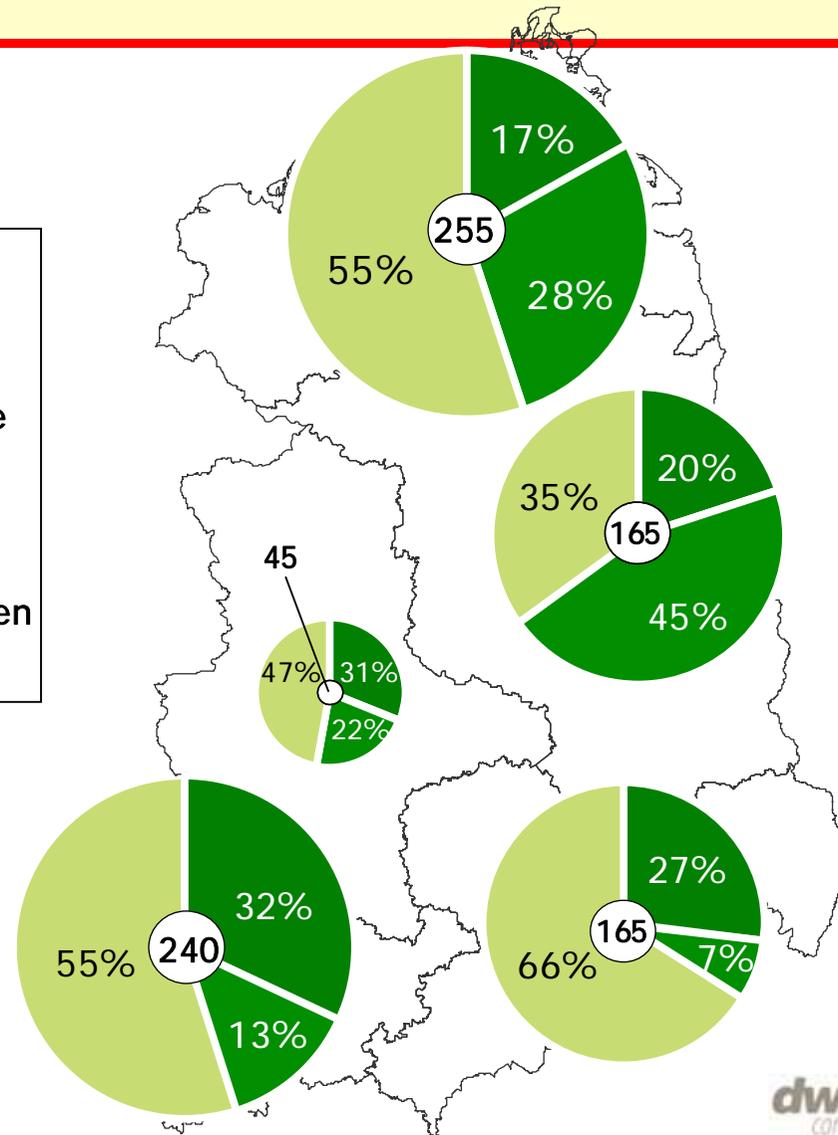
Stand: 2006,
2010 noch Restexemplare,
aber keine Neuauflage



Land- und Reittourismus-Katalog Brandenburg: 165 Beherbergungsbetriebe, darunter über 70 Reiterhöfe



Ostdeutschland:
870 Beherbergungsbetriebe



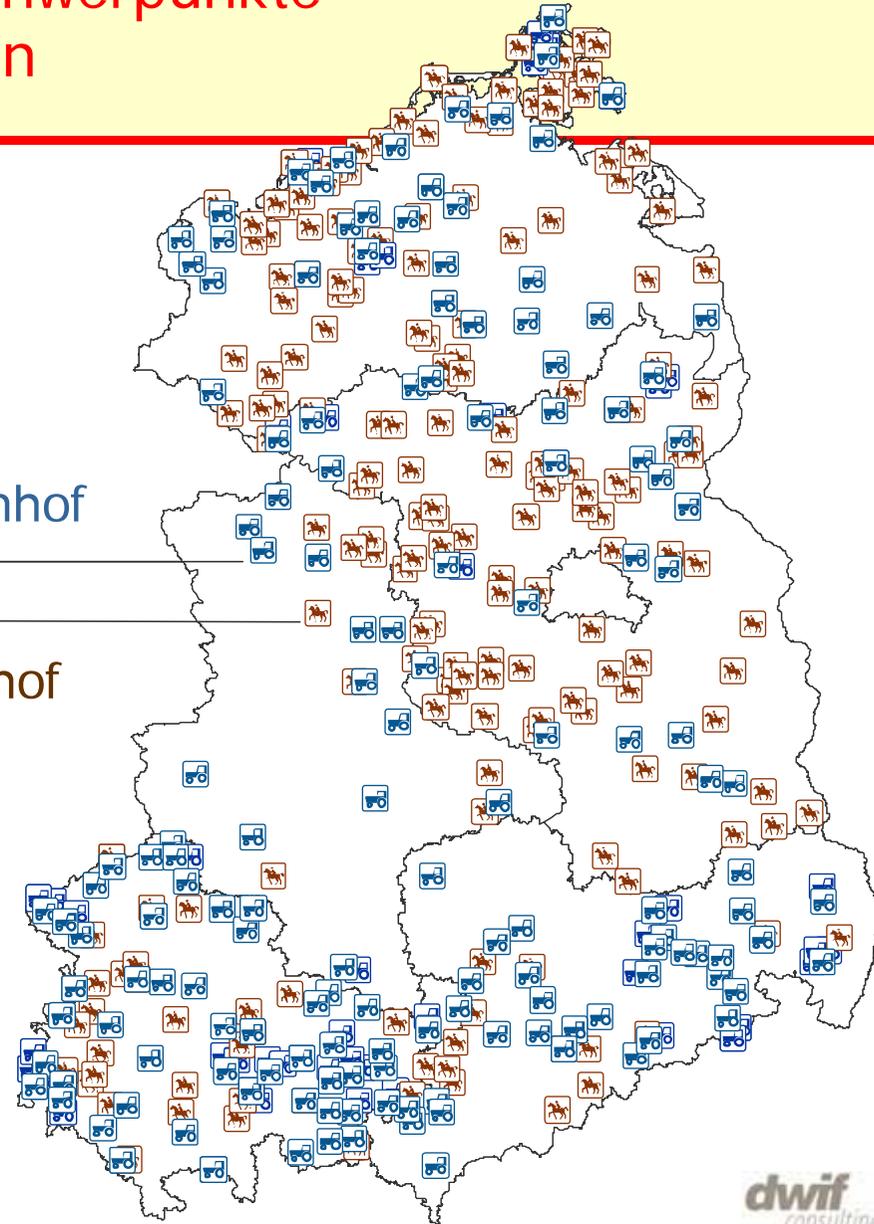
LAG-Kataloge: Regionale Schwerpunkte von Bauern- und Reiterhöfen

Bauernhof

Reiterhof

Brandenburg

Aktuelle
Vermarktungs-
schwerpunkte im
Norden und Westen



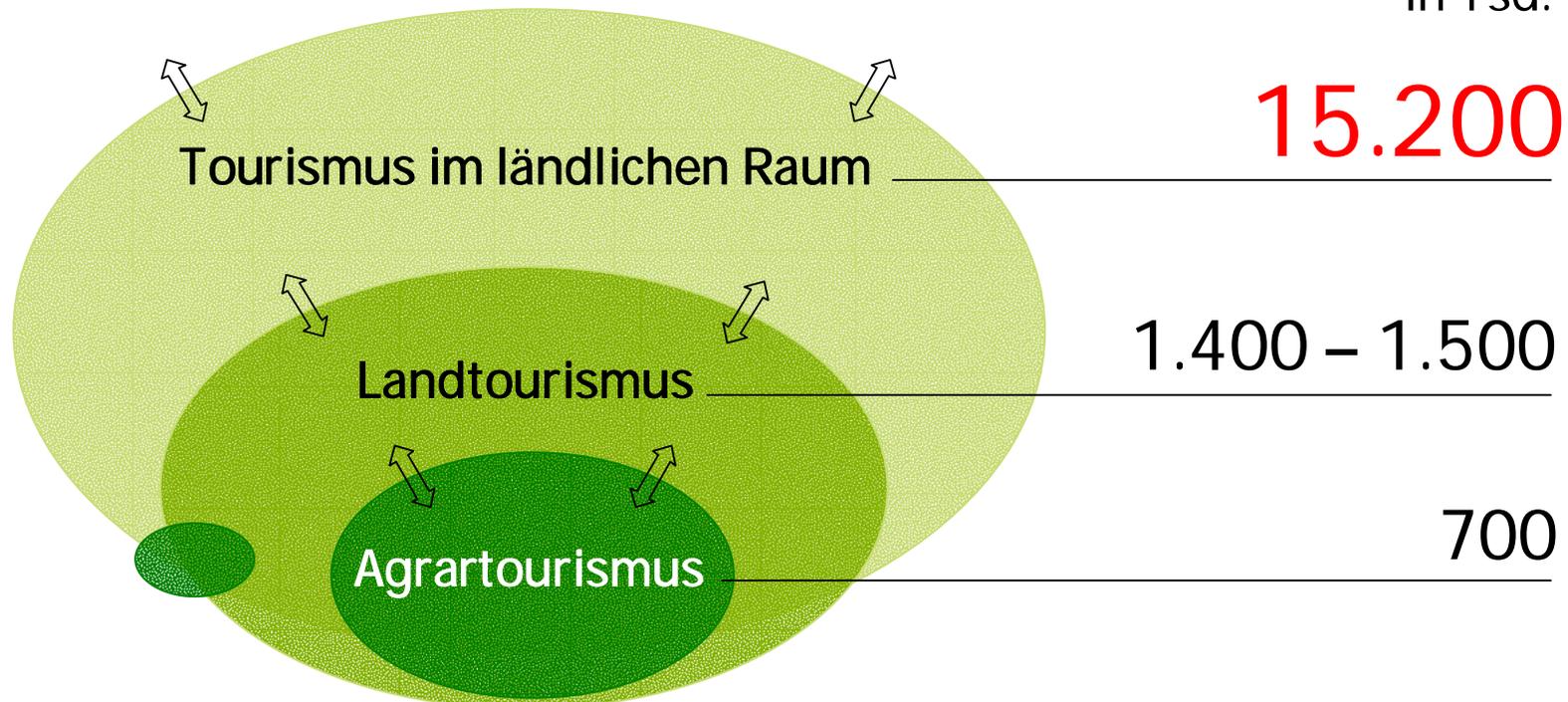
Brandenburg: Viele Angebote für Tagestouristen, gute Vernetzungsansätze



- **Für Tagesgäste:**
Einkaufen beim Bauern,
Selbstpflücken und -ernten, Erlebnishöfe,
Kulinarik / Brandenburger (Land-)Gasthöfe,
Touren, Veranstaltungen,
Vernetzung mit Naturtourismus
(Großschutzgebiete)
- **Für Übernachtungsgäste:**
viele Reiter-/Pferdehöfe, Kinderangebote,
Heuhotels, Kneipp-Höfe

Landtourismus in Ostdeutschland: Marktvolumen im Übernachtungstourismus

Übernachtungen
gewerblich + privat
in Tsd.

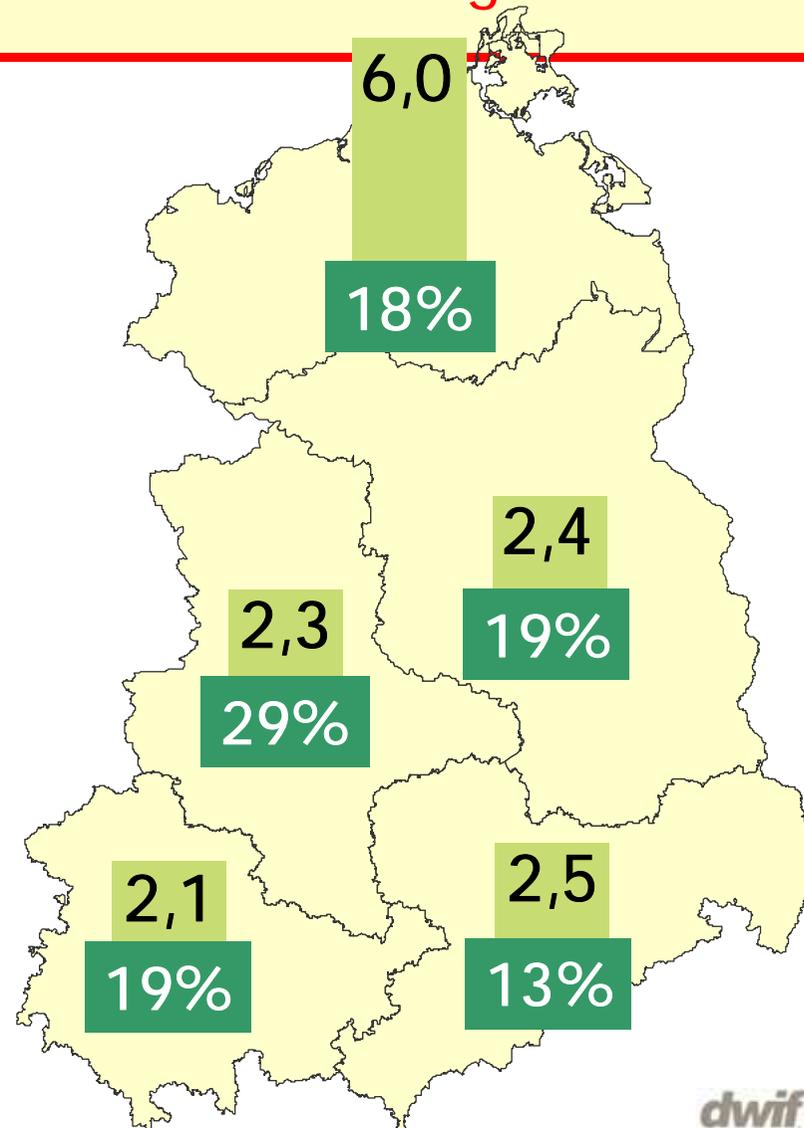


Nachfragevolumen Ostdeutschland: Ländlicher Raum und Städtetourismus ähnlich groß!

Ländlicher Raum:
Gemeinden \leq 5.000 Einwohner,
ohne prädikatisierte Orte

2,4 Übernachtungen
gewerblich + privat (Mio.)

19% Marktanteil
ÜN ländlicher Raum
an allen ÜN



Gätestrukturen – Betriebserfolge: Saisonumfrage 2009 der Bundesarbeitsgemeinschaft (BAG)



350 Betriebe
aus Ostdeutschland
haben geantwortet,
davon **55 Betriebe**
aus Brandenburg.

Marktforschung zum Landtourismus ausbauen!

Repräsentative Daten über:

- Marktpotenziale
- Zielgruppenstrukturen
- Gästewünsche und Gästeverhalten
- Zufriedenheit

- Betriebsstrukturen
- Betriebserfolge

Ausstrahlungskraft noch eingeschränkt: Landtouristen kommen vorrangig aus Ostdeutschland

Herkunft der Landtouristen
(mit Übernachtung)
in Ostdeutschland



Quelle: BAG-Saison-
befragung 2008/09

Zielgruppen Urlauber auf dem Bauernhof / Lande mit Interesse (2008-2010) an ostdeutschen Reisezielen

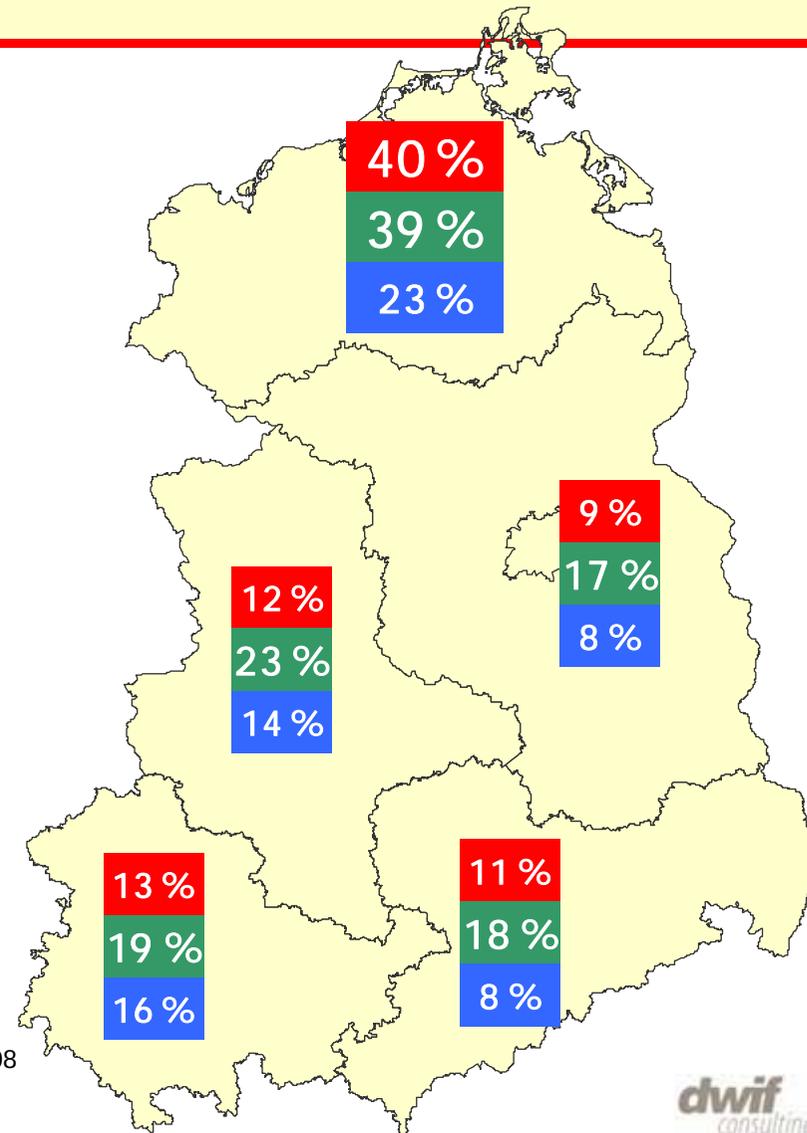
Familien mit Kindern bis 13 Jahre



Paare 40 - 59 Jahre



Paare ab 60 Jahre



Entschleunigung

Reisemotive Urlauber auf dem Bauernhof / Lande

In der Natur sein
Erholen, entspannen
Aus dem Alltag ausbrechen
Spaß, Vergnügen erleben
Einfach genießen
Zeit mit Familie, Freunden verbringen
Geist und Seele Gutes tun

Quelle: ERV, DZT, Sonderauswertung Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

Sommer-Landlust ausgeprägt, Potenziale: Frühjahr, Herbst, Kurzreisen

Saisonale Auslastung „sehr gut / gut“



Winter-
ferien



Oster-
ferien



Pfingst-
ferien



Sommer-
ferien



Herbst-
ferien



Weihnachten/
Silvester

Jan

Feb

Mrz

Apr

Mai

Jun

Jul

Aug

Sep

Okt

Nov

Dez

26%

53%

64%

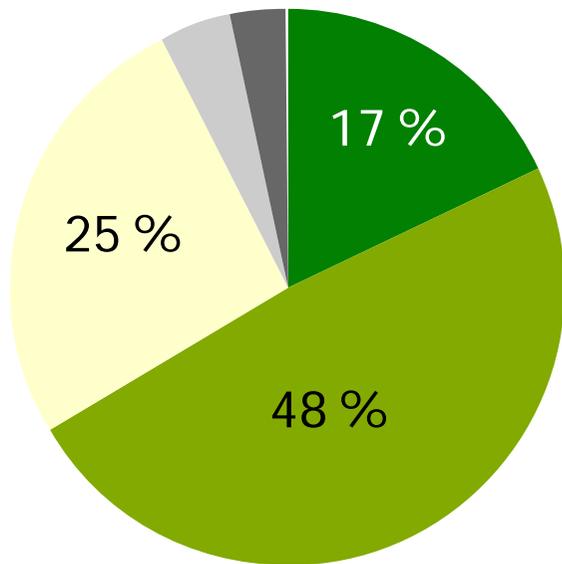
76%

58%

64%

Zwischensaison: 29%

Wirtschaftliche Entwicklung ostdeutscher Betriebe im Landtourismus 2009: Gute Perspektiven für die Starken!



Wirtschaftliche Entwicklung

- sehr gut
- gut
- mäßig
- schlecht
- sehr schlecht

Trend positiv – Ausbaupotenzial

- positiver Trend 2009 ggü. 2007/2008
- Bauern- und Reiterhöfe überdurchschnittlich zufrieden
- ostdeutsche Betriebe etwas weniger zufrieden als westdeutsche Betriebe

Brandenburger Betriebe: „gute“ Wirtschaftsentwicklung Aber: Datenbasis ausbauen!

Wirtschaftliche Entwicklung des touristischen Betriebszweiges 2009

	Brandenburg	Mecklenburg- Vorpommern	Sachsen	Thüringen	Ost-D
„sehr gut“	13%	25%	15%	17%	17%
„gut“	51%	52%	41%	50%	48%

Quelle: dwif 2010, BAG-Saisonbefragung 2008/2009, n=350

Investitionsverhalten landtouristischer Betriebe in Ostdeutschland: Hohe Quote, konstante Volumina

Investitionen im Betriebszweig Tourismus

Ø Investitionshöhe



Quelle: BAG-Saisonbefragung 2008/09

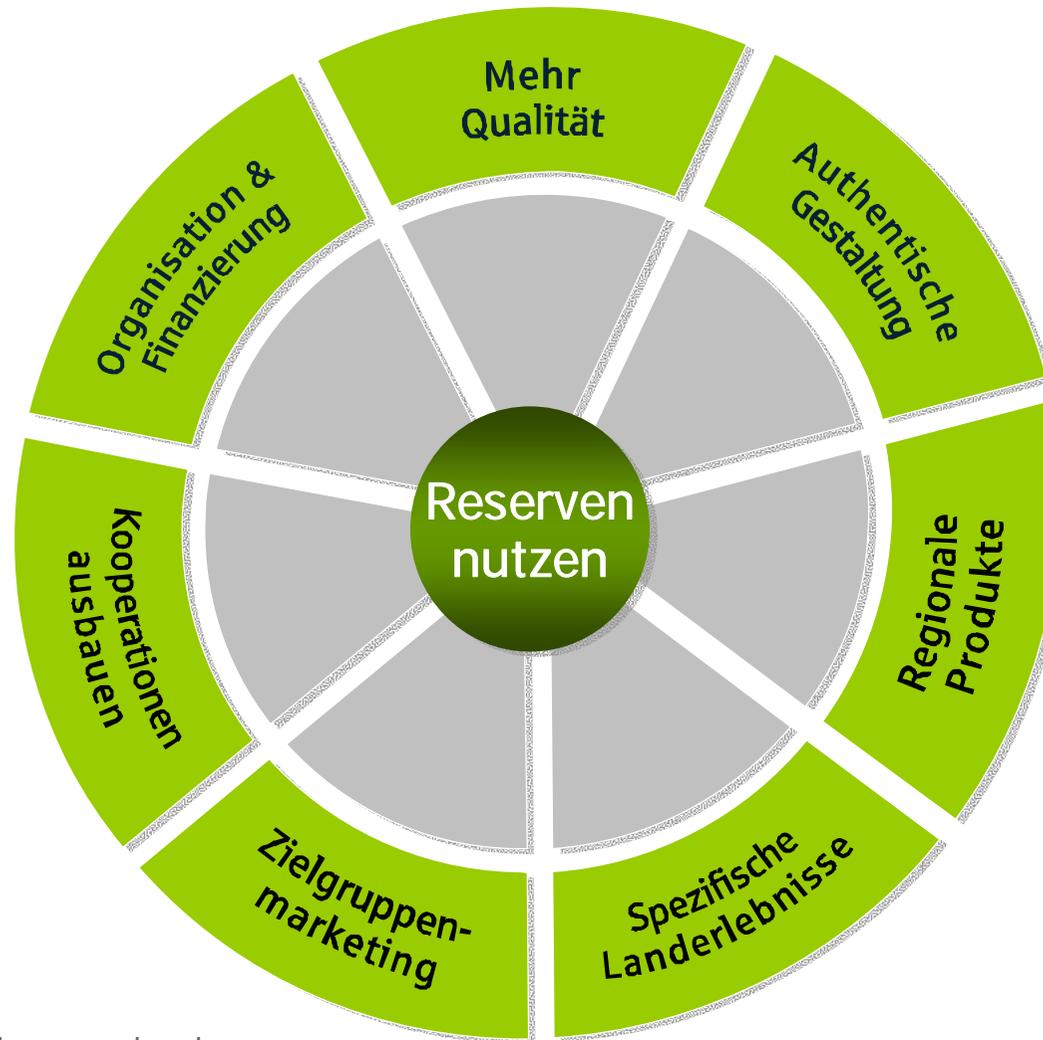
Investitionsschwerpunkte: Qualität & Service

- Qualität Unterkünfte
- Qualität Freizeitangebot
- Marketing/Internet
- Pauschalen
- Service/Gästeprogramme
- Ausbau Unterkünfte
- Angebote Tagesgäste

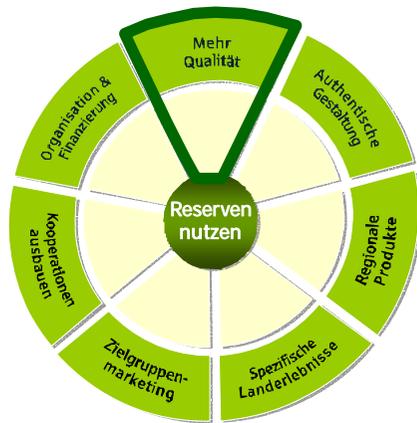
50 % der Betriebe mit Beratungsbedarf für:

- Förderung/Finanzierung
- Marketing & EDV
- Zielgruppenbezug
- Angebotsentwicklung

Landtourismus hat Zukunft: Sieben-Punkte-Programm

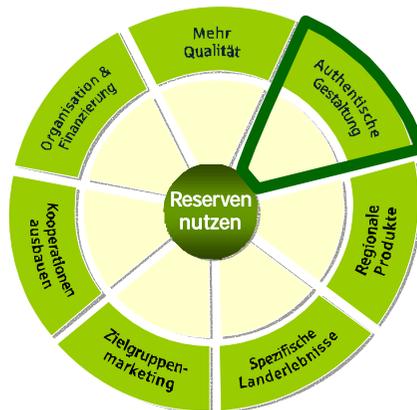


Landtourismus hat Zukunft: Sieben-Punkte-Programm



Stärkere Qualitätssignale aussenden

- Reduzierung und mehr Transparenz bei Qualitätssiegeln, „Label-Konferenz“
- Kleine Anbieter schulen und beraten
- Qualität verstärkt vermarkten (Qualitätssiegel, aussagekräftige Fotos, Texte etc., v.a. Internet)



Bewusst ländlich – Angebote authentisch gestalten

- Ländliche Baukultur und Ortsbilder pflegen
- Beherbergung/Gastronomie einfach stilvoll gestalten

Bauernhaus Pauli, Lenzerwische (Prignitz): Vorbildliche Nutzung regionaler Baukultur



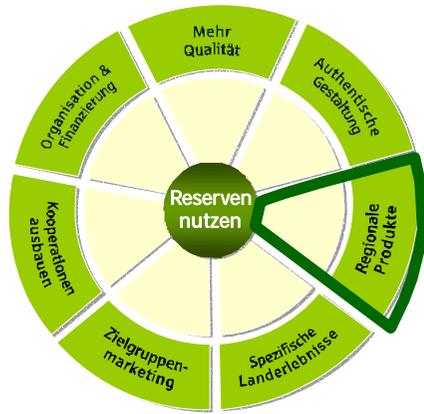
Pension „Das Land-Ei“, Schäpe (Potsdam-Mittelmark): Mit Landliebe gemacht



Frische Landeier
von 11 Hühnerrassen &
Hühnerleasing!

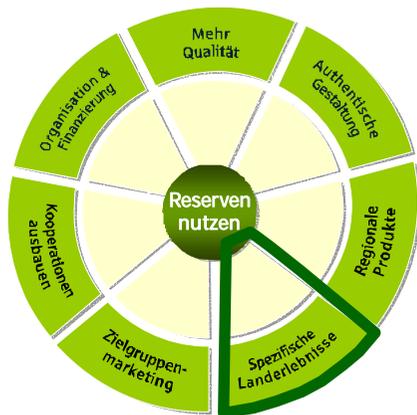


Landtourismus hat Zukunft: Sieben-Punkte-Programm



Regionale Produkte – Angebote ausbauen

- Ländlich genießen: Landfrühstück, Hofcafés, regionale Speisekarte
- Einkaufen auf dem Lande: Hofläden, Märkte, Manufakturen, ländliches Kunsthandwerk



Besondere Landerlebnisse bieten

- Erlebnis Landwirtschaft: Hofdiplom, Wurstkurs, Melken & Käsen, Milchstraße, Traktorfahrschule...
- Kreativ auf dem Land: ländliches Handwerk...
- Ländliches Wissen: Gartenpflege, Kochschule, Kräuterkunde...

Spreewälder Landgasthof (Peter Franke), Werben: Lebensqualität durch gesunde Produkte

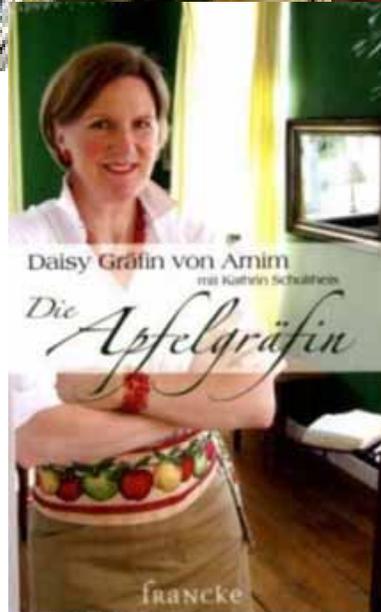


MarketingAward 2010 des OSV



www.spreewald-kraeutermanufaktur.de

Haus Lichtenhain, Uckermark: Apfeldelikatessen der Apfelgräfin



www.die-apfelgraefin.de

Gasthof zur Linde, Wildenbruch: Erlebnispakete für Landgenießer

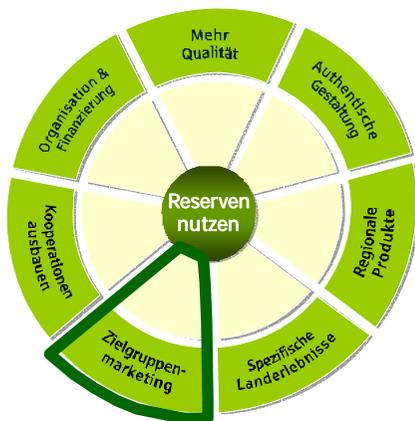
Auf den Spuren der LINDEN



- Begrüßung mit LINDEN-Bowle
- LINDEN-Wanderkarte
- LINDEN-Rucksack mit LINDEN-Leckereien
- LINDEN-Bootstour Seddiner See
- Zwischenstopp am Findlingsgarten zur Erfrischung in DreiLINDEN
- LindenMenü mit heißer LINDEN-Suppe, leckerem LINDEN-Braten und hausgemachtem LINDEN-Kuchen mit LINDEN-Eis

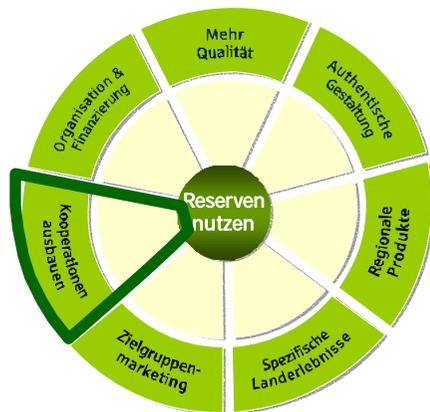
39 € p. P.

Landtourismus hat Zukunft: Sieben-Punkte-Programm



Zielgruppenmarketing statt „Landurlaub“

- Familien: Kinderferien auf dem Bauernhof, Vater-Sohn-Abenteuertage, Rundum-sorglos-Urlaub für gestresste Familien...
- (Ältere) Paare: Aktiv sein & Genießen, ländliche Auszeit, Kneippurlaub, Urlaub mit dem Hund...
- Professionellere Vermarktung Anbieter und Landtourismusorganisationen, v. a. Internet



Kooperationen ausbauen

- Kleine Anbieter vernetzen: „Von Hof zu Hof“ ...
- Themen vernetzen: Landurlaub + Gesundheit, ... + Handwerk, ... + Ernährung ...
- Wertschöpfungsketten nutzen: Landwirtschaft, Ernährungswirtschaft, Gastgewerbe, Märkte, Events...

Wanderreiten im Havelland (Sabine Zuckmantel): Perfekte Trails, Bekenntnis zur Region!



Neu: Saisonale Ausflugstipps für Landschmecker



Neu!

Anbieter
Veranstaltungen
Touren
Selbstpflücke
Hofläden
Gasthöfe
u.v.m.

www.reiseland-brandenburg.de Landurlaub steht hoch im Kurs!

Suchbegriff eingeben [DE]

Sitemap | Kontakt | Impressum/Datenschutz

Reiseziele Themen Angebote Ausflüge Veranstaltungen Unterkünfte

Brandenburg
Das Weite liegt so nah.

Reiseexperten 0331 2004747

Beliebtste Suchbegriffe

- Landurlaub Nationalpark
- Unteres Odertal Zoo Eberswalde
- Biosphärenreservat
- Elbe Naturpark Märkische Schweiz
- Zoos Gärten Wildpark
- Schorfheide Spreewald
- Hoher Fläming Uckermärkische Seen

Stand: 29.7.2010

Urlaub auf dem Lande - Natur und Erlebnis pur!



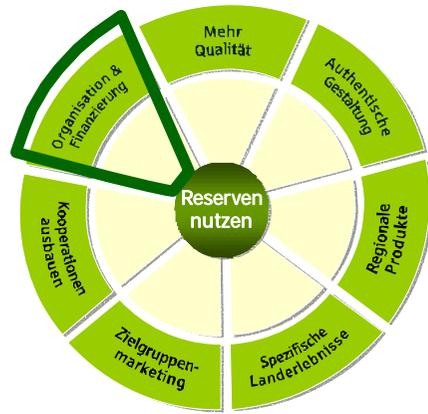
Landurlaub in Brandenburg

Unzählige landwirtschaftliche Betriebe (Bauernhof, Reiterhöfe) in vielfältigen Kulturlandschaften, 15 Nationale Naturlandschaften vom Nationalpark "Unteres Odertal" im Norden bis zum Naturpark "Niederlausitzer Heidelandschaften" im Süden und dazwischen eine Vielzahl an Bauernhöfen, Reiterhöfen, Biobauern, Tierparken, Zoos sowie Parks und Gärten. Keine Frage, das Land Brandenburg ist prädestiniert für einen Urlaub auf dem Lande!

Karte Urlaub auf dem Lande



Landtourismus hat Zukunft: Sieben-Punkte-Programm



Arbeitsteilung optimieren - Finanzierung verstetigen

- Marktforschung ausbauen, Datenerfassung
- Nachhaltige Infrastrukturentwicklung (Rad-, Wanderwege, Ortsbilder etc.), bessere Ressortabstimmung
- Unbürokratische Betreuung und Beratung der Betriebe, verbesserte Abstimmung zwischen den verschiedensten Organisationen
- Professionelleres, schlagkräftigeres Marketing, Arbeitsteilung LAGn und Landesmarketingorganisat.
- Perspektiven nach 2013 (neue Förderperiode) aufzeigen

Organisationsstrukturen im Landtourismus: befristete Projekte, Zukunft unsicher

Mitgliedsbetriebe
Landtourismus

162



Personal

12

davon 3 für Landtourismus

Projekte
(Auswahl)

- Regionalmarken „VON HIER“ u.a.
- Projekt Naturtourismus (BIZ – CD, Netzwerk)
- Weiterbildung in Kooperation mit
Tourismusakademie Brandenburg

Professionalisierung, Kontinuität sichern!



Viel Erfolg
nach dem Motto der Apfelgräfin:

*„Manchmal liegt einem das Glück zu Füßen,
man muss es nur aufheben!“*