



Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitalisierung

Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt

Daten, Fakten, Zahlen

Magdeburg 2016

Reisegebiete in Sachsen-Anhalt



Quelle: dwif 2015, Kartengrundlage GfK

Inhalt

Vorwort	6
1. Zusammenfassung der wichtigsten Fakten	7
2. Bevölkerungsentwicklung	8
3. Ausbildung im Gastgewerbe	10
4. Beschäftigung im Gastgewerbe	12
5. Dem Fachkräftemangel aktiv begegnen	14
6. Der Tourismusmarkt in Sachsen-Anhalt	16
6.1 Die touristische Entwicklung in Sachsen-Anhalt	16
6.1.1 Die Entwicklung der Nachfrage	16
6.1.2 Die Entwicklung des Angebots	18
6.1.3 Die Entwicklung nach Betriebstypen	19
6.2 Die touristische Entwicklung in den Reisegebieten Sachsen-Anhalts	21
6.2.1 Die Entwicklung der Nachfrage	21
6.2.2 Die Entwicklung des Angebots	23
6.3 Qualitätslabel und Gästezufriedenheit	23
6.4 Tagestourismus und Freizeitwirtschaft	24
6.5 Grauer Beherbergungsmarkt und Campingtourismus	29
7. Förderung und Investitionen im Tourismus	30
8. Wirtschaftsfaktor Tourismus	32
8.1 Einführung	32
8.2 Gästerausgaben am Aufenthaltsort	32
8.3 Touristische Umsätze	34
8.4 Profitierende Branchen	36
8.5 Wertschöpfung	37
8.6 Einkommenseffekte	39
8.7 Steuereffekte	40
8.8 Bedeutung des Tourismus im Vergleich 2014 zu 2006	42
8.9 Wirtschaftsfaktor Tourismus im Vergleich der Regionen	43
8.10 Wirtschaftsfaktor Tourismus – Berechnungsschema	46

Vorwort

Zahlen-Daten-Fakten

Der Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt

Sachsen-Anhalt wird für Besucher immer attraktiver. Jahr für Jahr entdecken mehr Menschen unser schönes Bundesland. Lediglich das Jahrhunderthochwasser 2013 konnte den langjährigen Wachstumstrend unterbrechen, aber nur kurz. Seitdem kennt die Zahl der Gästeankünfte und Übernachtungen erneut nur eine Richtung: nach oben. Im Jahr 2014 wurde mit 7,4 Millionen Übernachtungen ein neuer Rekord erreicht. Das Plus von 4,2 Prozent zum Vorjahr zeigt: Der Sachsen-Anhalt-Tourismus boomt.

Steigende Gästezahlen und Übernachtungen freuen natürlich vor allem Hoteliers und Gastronomen. Doch die positive Entwicklung wirkt sich beileibe nicht nur auf das Gastgewerbe aus. Der Tourismus beeinflusst darüber hinaus eine ganze Reihe von Branchen wie etwa Handel, Freizeitwirtschaft und Handwerk. Diese große Bedeutung zu erfassen und zu bewerten, ist Aufgabe der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt“.

Die vorliegende Studie macht deutlich, dass der Tourismus einen wichtigen Beitrag zu Beschäftigung und Einkommen in Sachsen-Anhalt leistet. Die Ergebnisse zeigen auch: Es lohnt sich, Investitionen in ein qualitativ hochwertiges Tourismus-Angebot in den Reiseregionen zu unterstützen. Denn von den Ausgaben der Reisenden profitieren viele Bereiche. Das gilt auch für die Kommunen – sie können von steigenden Steuereinnahmen profitieren, wenn sich die Rahmenbedingungen für den Tourismus verbessern.

Von großer Bedeutung im Tourismus sind auch Geschäfts- und Tagesreisen. Sowohl Sachsen-Anhalter selbst als auch Tagesgäste aus benachbarten Bundesländern nutzen das breite Angebot an Kultur- und Freizeiteinrichtungen. Der Tourismusverband Sachsen-Anhalt e. V. wollte daher wissen, welche Motive hinter den Tagesreisen der Gäste stehen. Auch diese Ergebnisse finden Sie in der Studie.

Wir wünschen eine angenehme und erkenntnisreiche Lektüre.



Jörg Felgner

Minister für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt



Lars-Jörn Zimmer

Vorsitzender des Tourismusverbandes Sachsen-Anhalt e. V.



Klaus Olbricht

Präsident der Industrie- und Handelskammer Magdeburg



Carola Schaar

Präsidentin der Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau

1. Zusammenfassung der wichtigsten Fakten

- Die Bevölkerungszahl in Sachsen-Anhalt war stark rückläufig. Zwischen 2004 und 2014 ging die Einwohnerzahl im Bundesland um 10,4 % zurück und lag mit Stand 31.12.2014 bei 2,235 Mio. Für das Jahr 2015 zeichnet sich bereits ein positiverer Trend ab.
- In Sachsen-Anhalt gab es im Jahr 2014 28.321 Auszubildende, davon 1.339 im Gastgewerbe/Tourismus. In den letzten zehn Jahren ging die Zahl der Auszubildenden im Gastgewerbe/Tourismus um rund 76 % zurück.
- In Tourismus-, Hotel- und Gaststättenberufen arbeiteten mit Stand 30.06.2014 15.344 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in diesen Branchen ist im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen (+3,1 %).
- 2014 wurden in Sachsen-Anhalt 3,0 Mio. Ankünfte und 7,4 Mio. Übernachtungen von der amtlichen Statistik registriert.
- Die Aufenthaltsdauer in Sachsen-Anhalt lag bei 2,5 Tagen und ist in den letzten zehn Jahren konstant geblieben.
- Das Reisegebiet Harz und Harzvorland war mit rund 2,8 Mio. Übernachtungen 2014 und einem Marktanteil von 38 % das touristische Schwergewicht im Bundesland.
- Der Anteil der Ausländerübernachtungen lag 2014 bei 7,0 % und damit deutlich unter dem Durchschnitt Deutschlands (17,8 %). Die volumenmäßig stärksten Auslandsmärkte waren hierbei Niederlande, Polen und Dänemark.
- Die Hotels/Hotels garnis sind die Zugpferde im Tourismus in Sachsen-Anhalt. 2014 wurden in ihnen mit 55,3 % die meisten Übernachtungen im Bundesland erzielt.
- Im Juli 2014 gab es in Sachsen-Anhalt 1.030 geöffnete Beherbergungsbetriebe mit zehn oder mehr Betten, die über 54.751 Betten verfügen. Hinzu kamen 66 Campingplätze mit 17.176 Schlafgelegenheiten.
- Die Auslastung der Schlafgelegenheiten in Sachsen-Anhalt lag im Jahr 2014 bei 30,8 % und entwickelte sich in den letzten fünf Jahren mit Ausnahme des Hochwasserjahres 2013 positiv.
- Für Sachsen-Anhalt ist davon auszugehen, dass 2014 rund 1,97 Mio. Übernachtungen in Privatquartieren und Freizeitwohnsitzen stattfanden. Weitere 12,5 Mio. Übernachtungen wurden von Verwandten-/ Bekanntenbesuchern getätigt. Hinzu kamen noch rund 1,2 Mio. Übernachtungen auf Dauercampingstellplätzen, von Reisemobilisten und auf nicht von der amtlichen Statistik erfassten Campingplätzen.
- Sachsen-Anhalt konnte im Zeitraum Mai 2012 bis April 2013 58,8 Mio. Tagesgäste empfangen.
- In der Förderperiode EFRE IV (2007-2013) lösten 135,9 Mio. Euro Fördermittel für die gewerbliche Tourismuswirtschaft und die touristische Infrastruktur in Sachsen-Anhalt Investitionen in Höhe von 265,7 Mio. Euro aus.

- Für Sachsen-Anhalt konnten für 2014 touristische Bruttoumsätze in Höhe von 2.675,6 Mio. Euro ermittelt werden. Nach Abzug der Umsatz(Mehrwert)steuer ergibt sich ein Nettoumsatz von 2.365,2 Mio. Euro.
- Die direkten und indirekten Einkommenswirkungen aus dem Tourismus beliefen sich 2014 auf 1.245,4 Mio. Euro.
- Der relative touristische Beitrag zum Primäreinkommen lag in Sachsen-Anhalt bei 3,2 %.
- Rein rechnerisch könnte, gemessen an einem durchschnittlichen Primäreinkommen pro Kopf, ein Äquivalent von 72.000 Personen seinen Lebensunterhalt durch den Tourismus bestreiten.
- Allein aus Mehrwertsteuer und Einkommensteuer ergab sich 2014 ein Steueraufkommen aus dem Tourismus in Sachsen-Anhalt in Höhe von 253,3 Mio. Euro.

2. Bevölkerungsentwicklung

Im Jahr 2014¹ lebten 2.235.548 Einwohner in Sachsen-Anhalt. Das Land hat nach wie vor mit einem starken Rückgang der Bevölkerung zu kämpfen. In den letzten zehn Jahren gab es einen Bevölkerungsrückgang um 10,4 %.

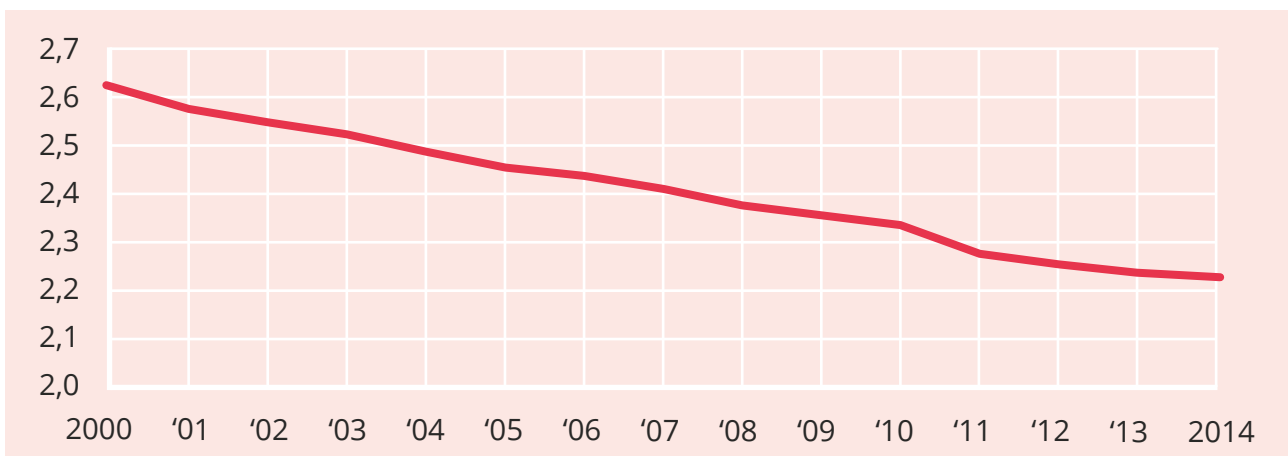
>> Abb. 1

Laut 5. Regionalisierter Bevölkerungsprognose² schrumpft die Bevölkerung in Sachsen-Anhalt bis zum Jahr 2025 auf 1.939.342 Einwohner, was einem Rückgang seit 2008 um 18,6 % entspricht. Die weibliche Bevölkerung geht

hierbei noch etwas stärker zurück, als die männliche. Somit verliert Sachsen-Anhalt voraussichtlich 40.000 Frauen mehr als Männer.

Der Rückgang betrifft alle Landkreise im Bundesland, jedoch in unterschiedlichem Ausmaß. Während in der Landeshauptstadt die Bevölkerung voraussichtlich nur leicht sinken wird (-1,9 %), verlieren insbesondere die Landkreise Mansfeld-Südharz (-27,7 %), Salzlandkreis (-23,7 %) und Wittenberg (-23,3 %) deutlich an Bevölkerung. >> Abb. 2

Abb. 1: Bevölkerungsentwicklung in Sachsen-Anhalt 2000 bis 2014

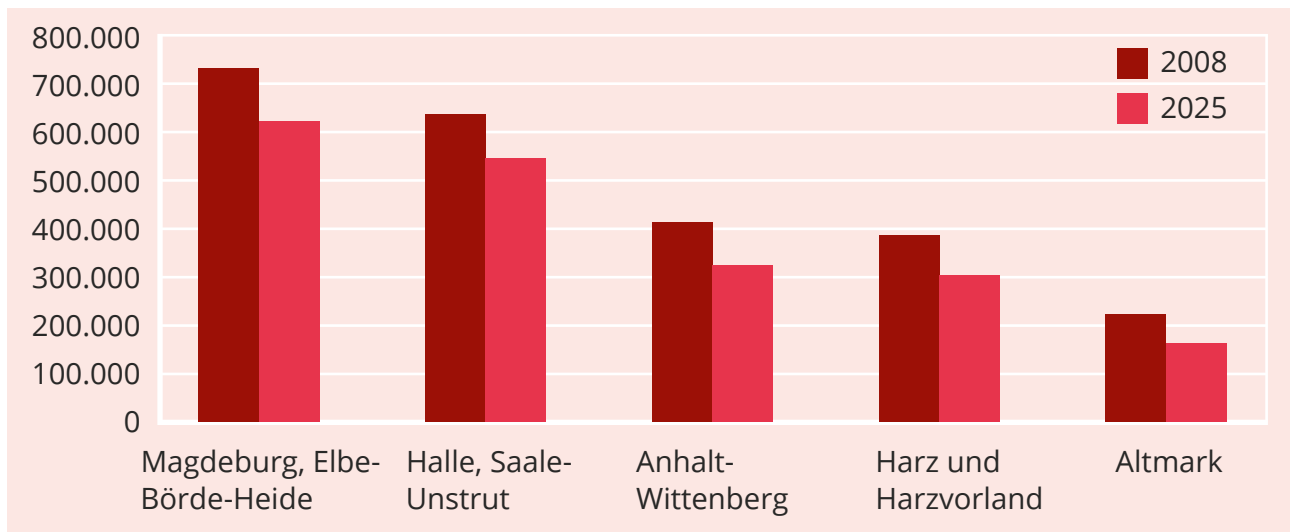


Quelle: dwif 2015, Daten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

¹ Stand 31.12.2014

² Basisjahr 2008

Abb. 2: 5. Regionalisierte Bevölkerungsprognose nach Reisegebieten, Basisjahr 2008, Prognosejahr 2025



Quelle: dwif 2015, Daten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Ein Grund für diesen Rückgang ist der negative Geburtensaldo. In den letzten Jahren gab es jährlich rund 13.000 mehr Sterbefälle als Geburten. Neben dem negativen Geburtensaldo spielt auch Abwanderung nach wie vor eine Rolle. Gerade die jüngeren, besser ausgebildeten Bevölkerungsteile zieht es häufig in andere Bundesländer, wenngleich in den letzten Jahren die Wanderungsverluste kleiner geworden sind. Verließen zwischen 2004 und 2010 noch durchschnittlich rund 15.000 Menschen jährlich das Bundesland, so ließ die Abwanderungsdynamik seit 2011 deutlich nach. 2013 lag der Wanderungsverlust bei lediglich 694 Personen. Im Jahr 2014 konnte erstmals seit 18 Jahren ein Wanderungsgewinn festgestellt werden (+4.269 Personen). Dieser ist jedoch ausschließlich auf Ausländer zurückzuführen. Bei Inländern gab es weitere Wanderungsverluste (-5.323 Personen).

Das Durchschnittsalter der Bevölkerung in Sachsen-Anhalt lag im Jahr 2014 bei 47,3 Jahren. Das Bundesland hat somit die älteste Bevölkerung in Deutschland (Deutschland-Durchschnitt 44,3 Jahre).

Mit dem Rückgang der Bevölkerung geht eine Verschiebung der Alterspyramide einher. So ist davon auszugehen, dass der Anteil der erwerbsfähigen Personen zwischen 20 und unter 65 Jahren auf 53,8 % sinkt (2008: 62,8 %).

Die steigende Lebenserwartung³ und die niedrige Zahl an Geburten stellen das Bundesland künftig mehr denn je vor die Aufgabe, dem demografischen Wandel und seinen damit verbundenen Aufgaben aktiv zu begegnen. Dafür wurde im Jahr 2011 die Demografie-Allianz Sachsen-Anhalt gegründet, die in verschiedenen Handlungsfeldern Initiativen und Aktivitäten verschiedener Institutionen zusammenführt und öffentlich sichtbar macht.⁴

Die nachfolgenden Berechnungen beruhen auf dem Bevölkerungsstand vom 31.12.2014. Aktuell zeigen sich aufgrund der verstärkten Zuwanderungen Veränderungen in der Bevölkerungsentwicklung. Diese konnten mit Redaktionsschluss 03.05.2016 nicht mehr berücksichtigt werden, ohne die Konsistenz der gesamten Berechnung zu gefährden.

³ Frauen: 82,2 Jahre, Männer 75,8 Jahre (2014)

⁴ Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr 2011

3. Ausbildung im Gastgewerbe

In Deutschland wird in 350 anerkannten Ausbildungsberufen ausgebildet. Neun können dem Tourismus zugeordnet werden.

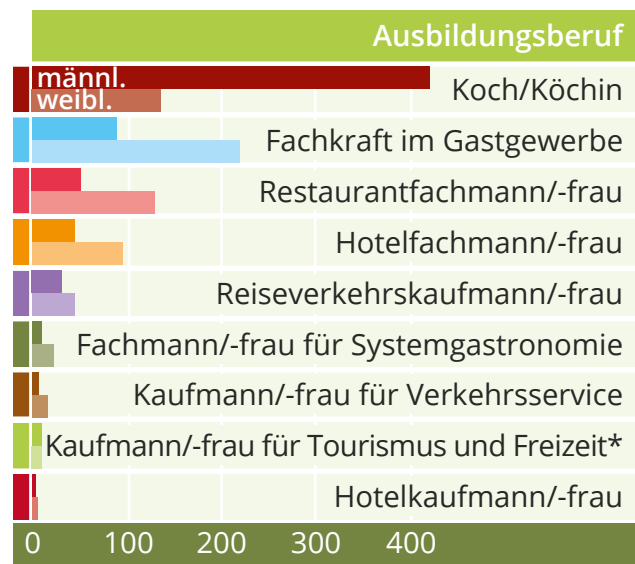
In Sachsen-Anhalt gab es im Jahr 2014 28.321 Auszubildende, davon 1.339 im Tourismus. Der Anteil der Auszubildenden in tourismusnahen Berufen betrug damit im Jahr 2014 knapp 5 %. Die Zahl der Gesamt-Auszubildenden in Sachsen-Anhalt ist seit Jahren stark rückläufig. Vor zehn Jahren war sie noch fast doppelt so hoch (-49 %). Noch deutlicher ist dieser Rückgang in den Berufen im Tourismus: hier ging die Zahl der Auszubildenden um rund 76 % zurück.
>> Tab. 1

Die Berufe im Tourismus scheinen an Attraktivität verloren zu haben. Während vor einigen Jahren bei den zehn beliebtesten Ausbildungsberufen in Sachsen-Anhalt bei den Frauen noch Fachkraft im Gastgewerbe, Restaurantfachfrau, Hotelfachfrau und Köchin vertreten waren, so findet sich 2014 keiner dieser Berufe mehr in den Top 10.

Bei den Männern war Koch lange Jahre einer der beliebtesten Ausbildungsberufe, 2014 rangiert er nur noch auf Platz zehn.⁵

9.867 Auszubildende in Sachsen-Anhalt sind Frauen, 6,8 % von ihnen lassen sich in tourismusnahen Berufen ausbilden. Bei den Männern (insgesamt 18.454 Auszubildende) ist dieser Anteil mit 3,6 % etwas niedriger. >> Abb. 3

Abb. 3: Auszubildende nach ausgewählten Berufen und Geschlecht 2014



Quelle: dwif 2015, Daten: IHK Magdeburg und IHK Halle-Dessau 2014, * ab 2005

Tab. 1: Zahl der Auszubildenden in Sachsen-Anhalt nach ausgewählten Berufen und Jahren

Ausbildungsberuf	2004	2009	2014
Koch/Köchin	2.593	1.812	557
Fachkraft im Gastgewerbe	948	587	141
Restaurantfachmann/-frau	1.033	712	179
Hotelfachmann/-frau	834	617	308
Reiseverkehrskaufmann/-frau	143	75	30
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	71	109	77
Kaufmann/-frau für Verkehrsservice	54	40	10
Kaufmann/-frau für Tourismus und Freizeit*	-	44	20
Hotelkaufmann/-frau	4	6	17
Insgesamt	5.680	4.002	1.339

Quelle: dwif 2105, Daten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2004, IHK Magdeburg und IHK Halle Dessau 2009 und 2014, * ab 2005

Insgesamt wurden im Jahr 2014 in Sachsen-Anhalt 10.694 Ausbildungsverträge neu abgeschlossen, davon 569 (5 %) im Tourismus. Am beliebtesten waren hierbei Koch/Köchin und Hotelfachmann/-frau. >> Tab. 2

Nicht alle Auszubildenden beenden ihre Ausbildung. So brachen im Jahr 2014 425 Auszubildende ihre Ausbildung im

Tourismus ab. Gemessen an der Zahl der Auszubildenden sind dies am häufigsten Restaurantfachmänner/-frauen und Fachkräfte im Gastgewerbe. Erfreulich: Die Zahl der Abbrecher ist im Vergleich zu 2009 deutlich stärker gesunken als die Zahl der Auszubildenden. Allerdings ist die Abbrecherquote im Vergleich zu anderen Branchen immer noch recht hoch. >> Tab. 3

Tab. 2: Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge nach ausgewählten Berufen und Jahren

Ausbildungsberuf	2004	2009	2014
Koch/Köchin	990	614	210
Fachkraft im Gastgewerbe	509	269	69
Restaurantfachmann/-frau	458	277	81
Hotelfachmann/-frau	346	158	149
Reiseverkehrskaufmann/-frau	56	17	7
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	43	40	33
Kaufmann/-frau für Verkehrsservice	20	0	5
Kaufmann/-frau für Tourismus und Freizeit*	-	13	9
Hotelkaufmann/-frau	1	4	6
Insgesamt	2.423	1.392	569

Quelle: dwif 2105, Daten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2004, IHK Magdeburg und IHK Halle Dessau 2009 und 2014, * ab 2005

Tab. 3: Vorzeitig gelöste Ausbildungsverhältnisse nach ausgewählten Berufen und Jahren

Ausbildungsberuf	2004	2009	2014
Koch/Köchin	405	409	185
Fachkraft im Gastgewerbe	169	157	49
Restaurantfachmann/-frau	214	199	68
Hotelfachmann/-frau	143	109	94
Reiseverkehrskaufmann/-frau	13	10	8
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	13	23	19
Kaufmann/-frau für Verkehrsservice	0	0	1
Kaufmann/-frau für Tourismus und Freizeit*	-	4	0
Hotelkaufmann/-frau	k.A.	1	1
Insgesamt		912	425

Quelle: dwif 2105, Daten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2004, IHK Magdeburg und IHK Halle Dessau 2009 und 2014, * ab 2005

4. Beschäftigung im Tourismus

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten lag am 30.06.2014 in Sachsen-Anhalt bei 773.556. Im Vergleich zu 2004 haben die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten um 3 % zugenommen.

In Tourismus-, Hotel- und Gaststättenberufen arbeiteten mit Stand 30.06.2014 15.344 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in diesen Branchen ist im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen (+3,1 %).⁶

Rund drei Viertel der Beschäftigten in den Tourismus-, Hotel- und Gaststättenberufen waren 2014 weiblich. Insbesondere im Bereich Hotellerie (85 %) ist der Anteil der weiblichen Arbeitskräfte überdurchschnittlich hoch.

Der Anteil der ausländischen Arbeitnehmer in der Tourismusbranche in Sachsen-Anhalt lag am 30.06.2014 bei knapp 12 % und damit höher als in vielen anderen Branchen im Bundesland. >> Tab. 4

Tab. 4: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Sachsen-Anhalt nach der ausgeübten Tätigkeit und der Klassifikation der Berufe (KldB 2010) am 30.06.2014 ⁷

Berufsgruppen	Insgesamt	Männer	Frauen	Deutsche	Ausländer
Tourismus und Sport	1.348	315	1.033	1.330	18
Hotellerie	4.484	696	3.788	3.472	1.006
Gastronomie	8.991	2.222	6.769	8.205	779
Veranstaltungsservice, -management	521	222	299	509	12
Tourismus-, Hotel-, Gaststättenberufe insgesamt	15.344	3.455	11.889	13.516	1.815

Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2015



⁶ Aufgrund einer rückwirkenden Datenrevision im August 2014 und einer Neuklassifikation der Berufe 2010 bei der Bundesagentur für Arbeit sind die Angaben nicht mehr mit den früheren Werten vergleichbar.

⁷ Die Differenz bei der Summe der Deutschen und Ausländer zum Wert insgesamt resultiert aus ungeklärten Staatsangehörigkeiten.

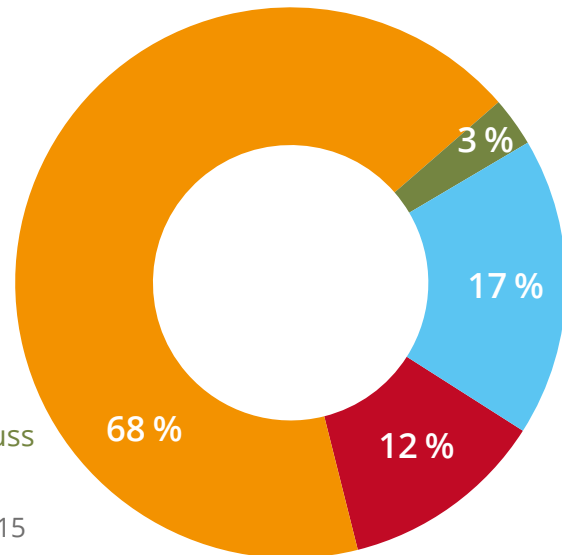
Teilzeitarbeit ist in der Tourismusbranche weit verbreitet. Während in Sachsen-Anhalt rund ein Viertel aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten Teilzeit arbeiten, sind es in der Tourismusbranche 47 %.

Im Vergleich zu anderen Branchen ist der Anteil der Beschäftigten ohne beruf-

lichen Ausbildungsabschluss im Tourismus recht hoch. In Sachsen-Anhalt liegt er bei 12 % (Deutschland 19 %). Der Anteil der Akademiker in der Tourismusbranche in Sachsen-Anhalt liegt bei 3 %. In Deutschland insgesamt ist der Anteil mit 5 % etwas höher. >> Abb. 4

Abb. 4: Ausbildungsabschluss der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Tourismus-, Hotel- und Gaststättenberufen (KldB 2010) in Sachsen-Anhalt am 30.06.2014

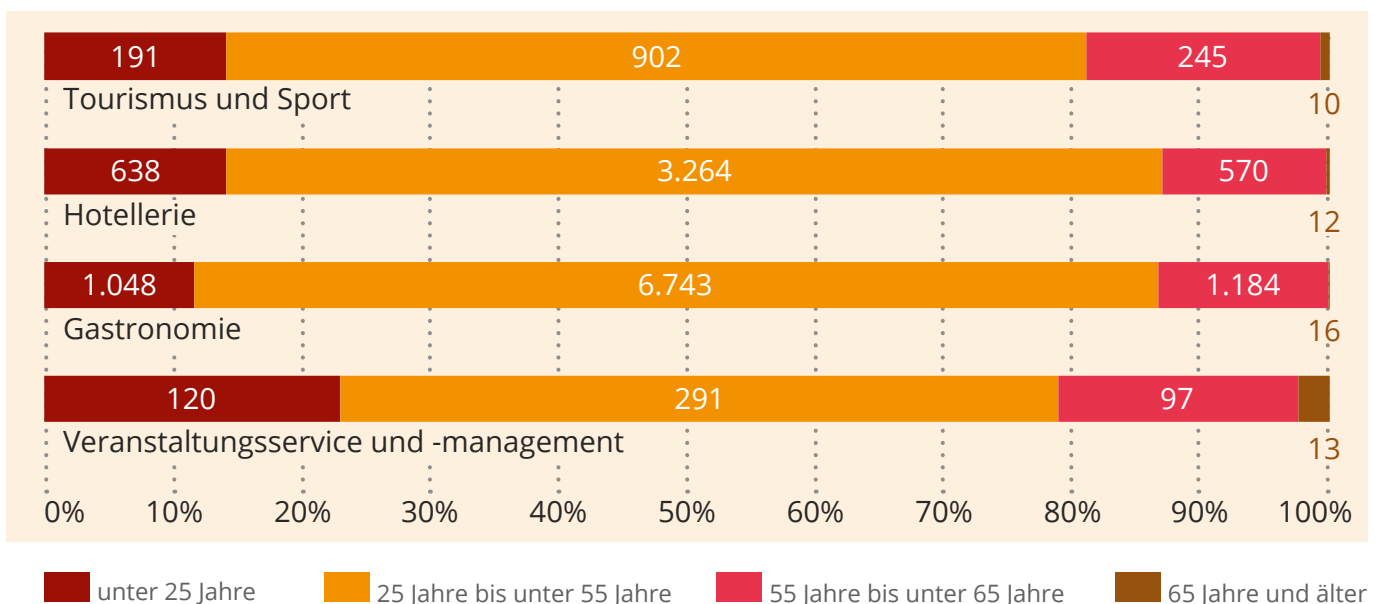
mit anerkanntem Berufsabschluss
 Ausbildung unbekannt
 ohne berufl. Ausbildungsabschluss
 mit akademischem Berufsabschluss



Quelle: dwif 2015, Daten: Bundesagentur für Arbeit 2015

Die Zahl der geringfügig Beschäftigten in Sachsen-Anhalt lag am 30.06.2014 bei 117.029, davon zählten 10.011 zum Tourismusbereich. Der Großteil davon (8.204) entfällt auf die Gastronomie. Eine Beschäftigung in der Tourismusbranche ist zeitweilig nur eine Nebenerwerbstätigkeit: bei rund 26 % aller geringfügig Beschäftigten in Sachsen-Anhalt ist dies der Fall.

Abb. 5: Altersklassen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Sachsen-Anhalt nach der ausgeübten Tätigkeit und der Klassifikation der Berufe (KldB 2010) am 30.06.2014



Quelle: dwif 2015, Daten: Bundesagentur für Arbeit 2015

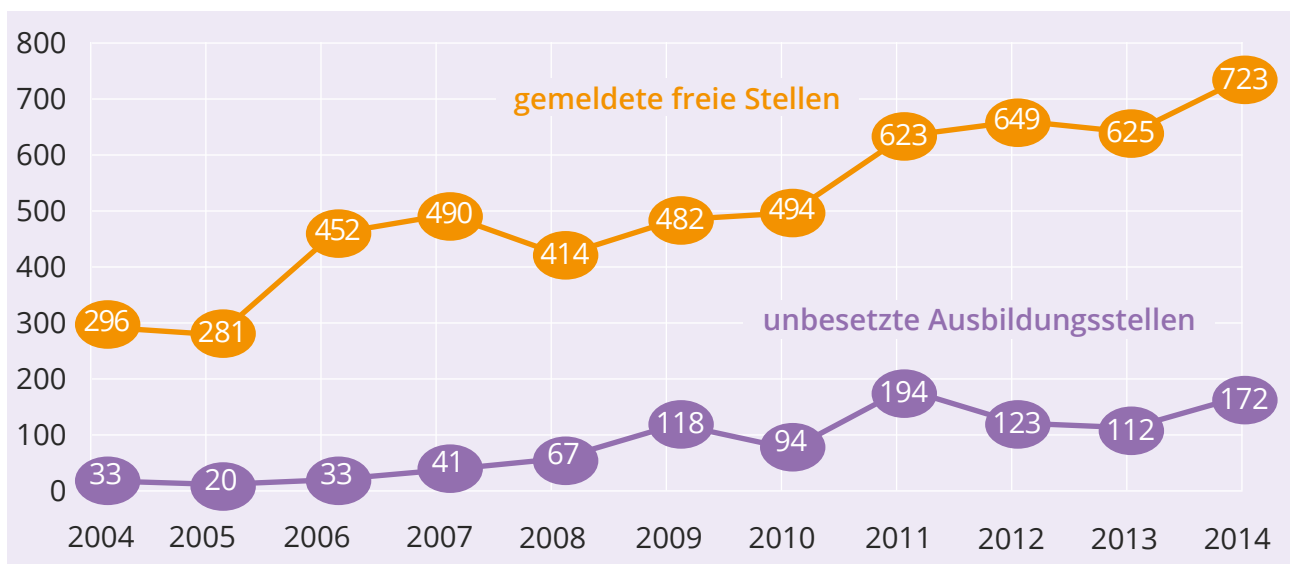
5. Dem Fachkräftemangel aktiv begegnen

Vor dem Hintergrund sinkender Bevölkerungszahlen und einer sich verändernden Altersstruktur wird sich in den kommenden Jahren auch in der Tourismusbranche das Problem verschärfen, eine entsprechende Anzahl qualifizierter Arbeitskräfte zu finden. Laut „Fachkräftestudie bis 2020 für Sachsen-Anhalt“⁸ liegt der Arbeitskräftebedarf im Gastgewerbe in Sachsen-Anhalt bis zum Jahr 2020 bei rund 3.500 Personen.⁹ Dieser setzt sich zu jeweils rund der Hälfte aus Ersatzbedarf aus Renteneintritten¹⁰ und

Erweiterungsbedarf (Beschäftigtenaufbau) zusammen.

In den letzten zehn Jahren hat sich die Zahl der unbesetzten Ausbildungsstellen im Gastgewerbe verfünffacht und die Zahl der freien Stellen in dieser Branche ist um rund 144 % gestiegen. Um die Qualität der touristischen Angebote im Bundesland weiterhin hoch zu halten, muss dieser Entwicklung aktiv begegnet werden. >> Abb. 6

Abb. 6: Unbesetzte Ausbildungsstellen im September und gemeldete freie Stellen im Juni im Gastgewerbe in Sachsen-Anhalt 2004 -2014



Quelle: dwif 2015, Daten: Bundesagentur für Arbeit 2014

Mit folgenden Möglichkeiten kann es gelingen, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken:¹¹

- Verbesserung des Branchenimages
- Nachwuchskräfte selbst ausbilden
- Weiterbildungsmöglichkeiten aktiv anbieten
- Flexiblere Arbeitszeitenmodelle, um die saisonalen Schwankungen auszugleichen und qualifizierte Mitarbeiter ganzjährig beschäftigen zu können
- Erhöhung der Erwerbsbeteiligung älterer Arbeitnehmer
- Weitere Integration ausländischer Arbeitnehmer in den touristischen Arbeitsmarkt

⁸ Bundesagentur für Arbeit 2015

⁹ Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008

¹⁰ Renteneintrittsalter 65 Jahre

¹¹ BMWI-Projekt Arbeitsmarkt- und Fachkräfteanalyse Tourismus 2014

IHK Bildungspreis 2014:

Bester Ausbildungsbetrieb Hotel „Weißer Hirsch“ Wernigerode

Das Hotel & Restaurant „Weißer Hirsch“ ist als eines von insgesamt fünf Unternehmen in ganz Deutschland mit dem 2014 erstmals vergebenen IHK Bildungspreis ausgezeichnet worden. Seit 35 Jahren bildet das Unternehmen aus und überzeugt auch Auszubildende durch eine familiäre Atmosphäre. Eine überdurchschnittlich hohe Ausbildungsvergütung, Wohngelegenheiten, Berufsschule und Ausbildungsbetrieb an einem Standort sowie die Möglichkeit der Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen wie Wein-, Bar- oder Teeseminaren führen dazu, dass das Haus bei Bewerbern sehr beliebt ist.

www.hotel-weisser-hirsch.de



Netzwerk Unternehmensnachfolge Sachsen-Anhalt und Beratervereinigung Unternehmensnachfolge Sachsen-Anhalt BUSA e. V.

Im Jahr 2007 wurde von den Handwerkskammern und den Industrie- und Handelskammern das Netzwerk Unternehmensnachfolge Sachsen-Anhalt gegründet, um über die Nachfolgeproblematik zu informieren und Unternehmen und Nachfolge-Interessierte zu beraten. Darüber hinaus gibt es seit 2012 in Sachsen-Anhalt die Beratervereinigung Unternehmensnachfolge (BUSA e. V.). Ihr Ziel ist es, Unternehmer und Nachfolger bei der Unternehmensnachfolge zu unterstützen und dabei die Potenziale des von den gewerblichen Kammern betreuten Nachfolgerclubs zu nutzen.

www.unternehmensnachfolge-lsa.de, www.bu-sa.de

Mitarbeiter-Mix aus Jung und Alt: Märchenpark und Duftgarten Salzwedel

Der saisonale Mitarbeiterstab wird im Sommer auf 25 Personen, meist Quereinsteiger ausgeweitet. Rollenspiel und differenzierte Trainings bereiten auf die anfallenden Serviceaufgaben vor. Das innovative und flexible Personalkonzept wurde 2012 mit dem OSV-Marketingaward „Leuchttürme der Tourismuswirtschaft“ geehrt.

www.maerchenpark-duftgarten.de



Beruf und Familie: Dorint Hotel Charlottenhof Halle (Saale)

Im Dorint Hotel Charlottenhof Halle wird großen Wert auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie gelegt. Einige Beispiele: Nach der Elternzeit können Mitarbeiter selbst vorschlagen, wie sie ihren Wiedereinstieg gestalten. Im Rahmen von Familiennachmittagen werden die Angehörigen von Mitarbeitern aktiv einbezogen. Die Erfolge dieser Maßnahmen zeigen sich in einer niedrigen Mitarbeiterfluktuation und in einem Krankenstand von unter 1 %.

www.dorint.com/halle

6. Der Tourismusmarkt in Sachsen-Anhalt

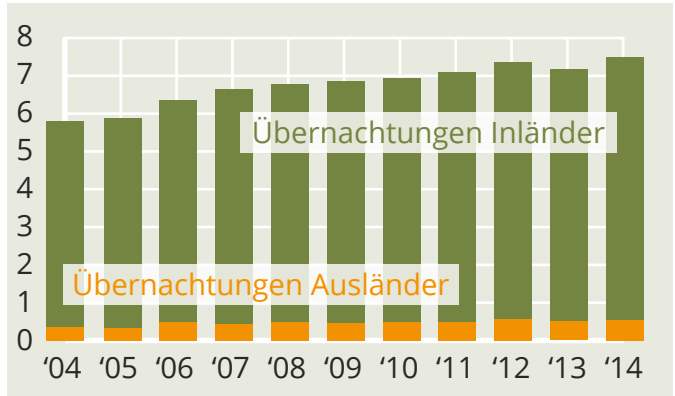
6.1 Die touristische Entwicklung in Sachsen-Anhalt

6.1.1 Die Entwicklung der Nachfrage
 Sachsen-Anhalt verbuchte im Jahr 2014 3,0 Mio. Ankünfte und 7,4 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Betrieben. Damit liegt es im Bundesländerranking der Übernachtungen auf Platz 14. In den letzten zehn Jahren entwickelte sich das Bundesland sehr dynamisch. Die Übernachtungen stiegen seit 2004 um 26,5 % und damit etwas stärker als in Deutschland insgesamt (+25,2 %). Der Marktanteil Sachsen-Anhalts an allen Übernachtungen in Deutschland stieg seit 2004 leicht um 0,1 Prozentpunkte auf 1,8 %.
 >> Abb.7

Sachsen-Anhalt konnte bis auf das Hochwasserjahr 2013 (-3,0 %) in den letzten zehn Jahren kontinuierliche

Übernachtungszuwächse gegenüber dem Vorjahr verbuchen. >> Abb. 8

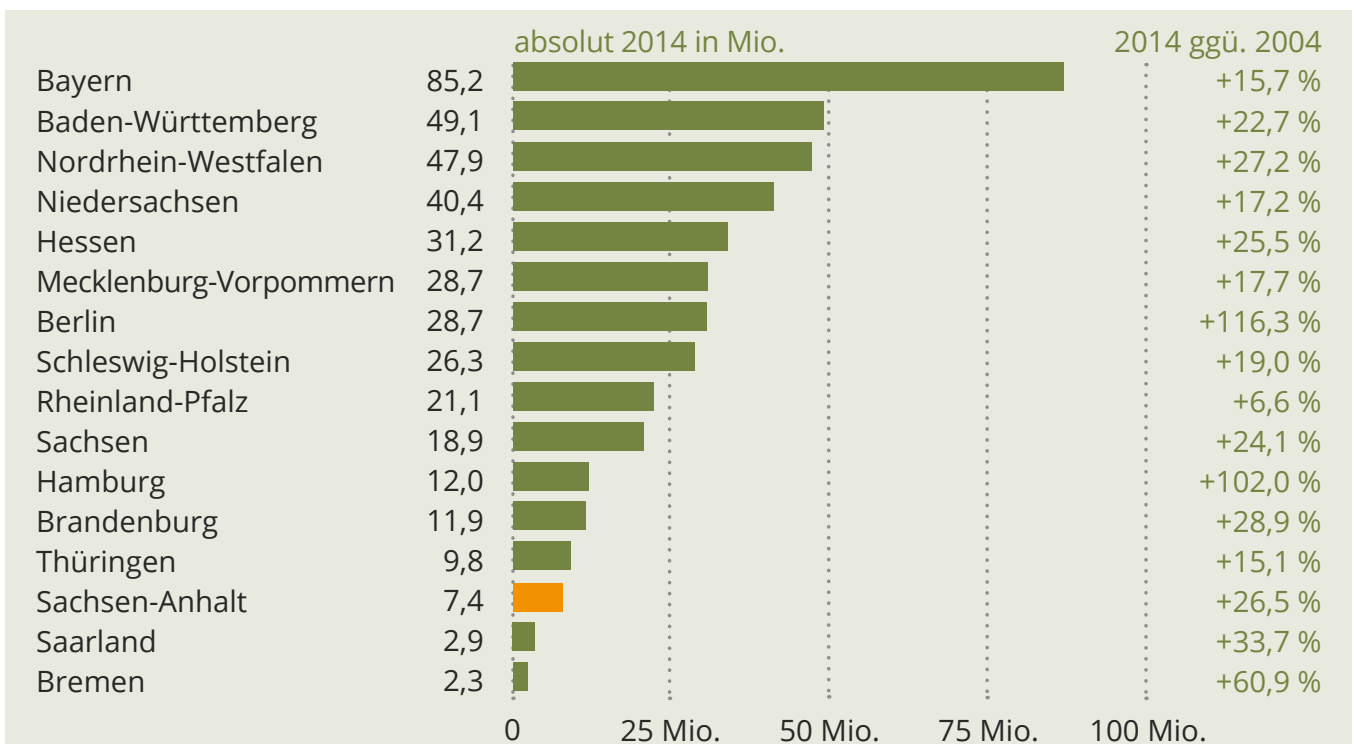
Abb. 8: Übernachtungen (Inländer und Ausländer) in gewerblichen Betrieben in Sachsen-Anhalt 2004 – 2014 (in Mio.)



Quelle: dwif 2015, Daten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Bei der Saisonalität der Übernachtungen platziert sich Sachsen-Anhalt im Mittelfeld der Bundesländer. 62,2 % der Übernachtungen 2014 wurden im Sommer-

Abb. 7: Übernachtungen in gewerblichen Betrieben 2014 absolut und Entwicklung der Übernachtungen 2014 ggü. 2004

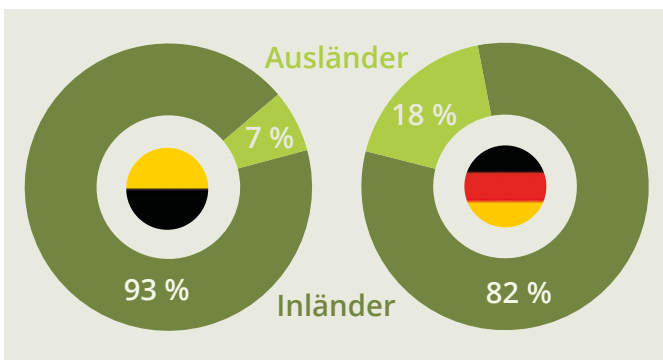


Quelle: dwif 2015, Daten: Statistische Landesämter

halbjahr zwischen Mai und Oktober getätigt. Das heterogene Angebot aus Kultur-, Natur- und Aktivtourismus trägt zu dieser relativ ausgeglichenen Saisonstruktur bei.

2014 wurden in Sachsen-Anhalt 522.507 Übernachtungen ausländischer Gäste generiert. Der Anteil der Ausländerübernachtungen in Sachsen-Anhalt liegt damit bei 7,0 %. In den letzten zehn Jahren sind die Übernachtungen im Incoming-Bereich mit +48,0 % deutlich dynamischer gewachsen als die Übernachtungen der Deutschen (+25,2 %), was zu einem steigenden Ausländeranteil bei den Übernachtungen führte (+1,0 Prozentpunkte). Dennoch gibt es hierbei noch Steigerungspotenzial. Gerade die hohe Dichte an UNESCO-Welterbestätten von den Luthergedenkstätten über das Bauhaus in Dessau, das Gartenreich Dessau-Wörlitz bis hin zu den Fachwerkstädten im Harz bieten für den ausländischen Markt Möglichkeiten. >> Abb. 9

Abb. 9: Anteil der Ausländerübernachtungen in Sachsen-Anhalt und Deutschland 2014

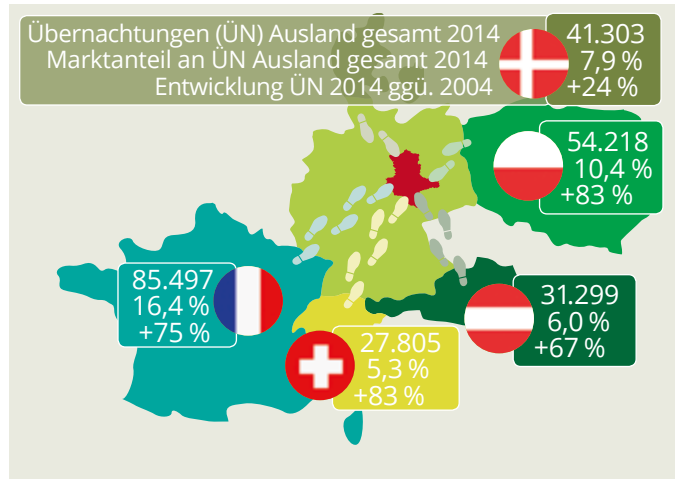


Quelle: dwif 2015, Daten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt und Statistisches Bundesamt

Die Top 5 bei den Herkunftsländern sind die Niederlande, Polen, Dänemark, Österreich und die Schweiz. Sie vereinten 2014 knapp 46 % aller ausländischen

Übernachtungen. Aber auch bei Gästen aus den USA ist das Bundesland beliebt. Sie lagen 2014 hinter Großbritannien auf Platz sieben mit 25.788 Übernachtungen. >>Abb.10

Abb. 10: Top-5-Herkunftsländer Incoming-Tourismus in Sachsen-Anhalt



Quelle: dwif 2015, Daten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Bei den inländischen Quellmärkten liegen Sachsen, Sachsen-Anhalt, Niedersachsen, Brandenburg und Nordrhein-Westfalen vorn. Bei den Urlaubsreisen mit Übernachtung ab einer Entfernung von 50 km zum Wohnort vereinen diese fünf Bundesländer rund 63 % aller Übernachtungen. Am beliebtesten sind hierbei ein Urlaub auf dem Land/in den Bergen oder Städtereisen. Der Besuch von kulturellen Sehenswürdigkeiten und Aufenthalte in der Natur stehen an erster Stelle. Auch Wandern/Spazieren gehen gehört zu beliebten Aktivitäten im Bundesland.¹²

Die Aufenthaltsdauer in Sachsen-Anhalt liegt bei 2,5 Tagen und ist in den letzten zehn Jahren konstant geblieben. Damit liegt das Bundesland leicht unter dem Deutschland-Wert von 2,6 Tagen, der im vergleichbaren Zeitraum um 0,3 Tage gesunken ist. >>Tab. 5

¹² GfK Travel & Logistics 2015

Tab.5: Ankünfte, Übernachtungen und durchschnittliche Aufenthaltsdauer in gewerblichen Betrieben 2000, 2004, 2009-2014

Jahr	Ankünfte	Übernachtungen gesamt	Übernachtungen Ausländer	Aufenthaltsdauer in Tagen
2000	2.255.209	5.688.586	330.167	2,5
2004	2.348.778	5.874.270	353.028	2,5
2009	2.684.856	6.743.135	435.641	2,5
2010	2.777.136	6.857.027	473.764	2,5
2011	2.885.685	7.069.738	456.416	2,4
2012	2.953.302	7.353.676	531.699	2,5
2013	2.885.235	7.130.846	504.459	2,5
2014	3.014.492	7.433.263	522.507	2,5

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Die Tourismusintensität, also die Übernachtungen je 1.000 Einwohner, lag in Sachsen-Anhalt 2014 bei 3.325. Dass hier noch Luft nach oben ist, zeigt der Vergleich mit anderen Bundesländern. Nur das bevölkerungsreiche Nordrhein-Westfalen und das Saarland erreichen geringere Werte. Spitzenreiter ist Mecklenburg-Vorpommern mit knapp 18.000 Übernachtungen je 1.000 Einwohner.

6.1.2 Die Entwicklung des Angebots

Im Juli 2014 gab es in Sachsen-Anhalt 1.030 geöffnete Beherbergungsbetriebe mit zehn oder mehr Betten, die über 54.751 Betten verfügen. Hinzu kommen 66 Campingplätze mit 17.176 Schlafgelegenheiten. Damit entfallen 2 % aller Kapazitäten an Schlafgelegenheiten von Deutschland auf Sachsen-Anhalt.

>> Abb. 11

Im Vergleich zu 2004 gab es keine Veränderungen bei der **Zahl der Betriebe** insgesamt. Zwischen 2004 und 2010 stieg die Zahl der Beherbergungsbetriebe im Bundesland an, um danach

wieder auf das Niveau von 2004 zurückzufallen.

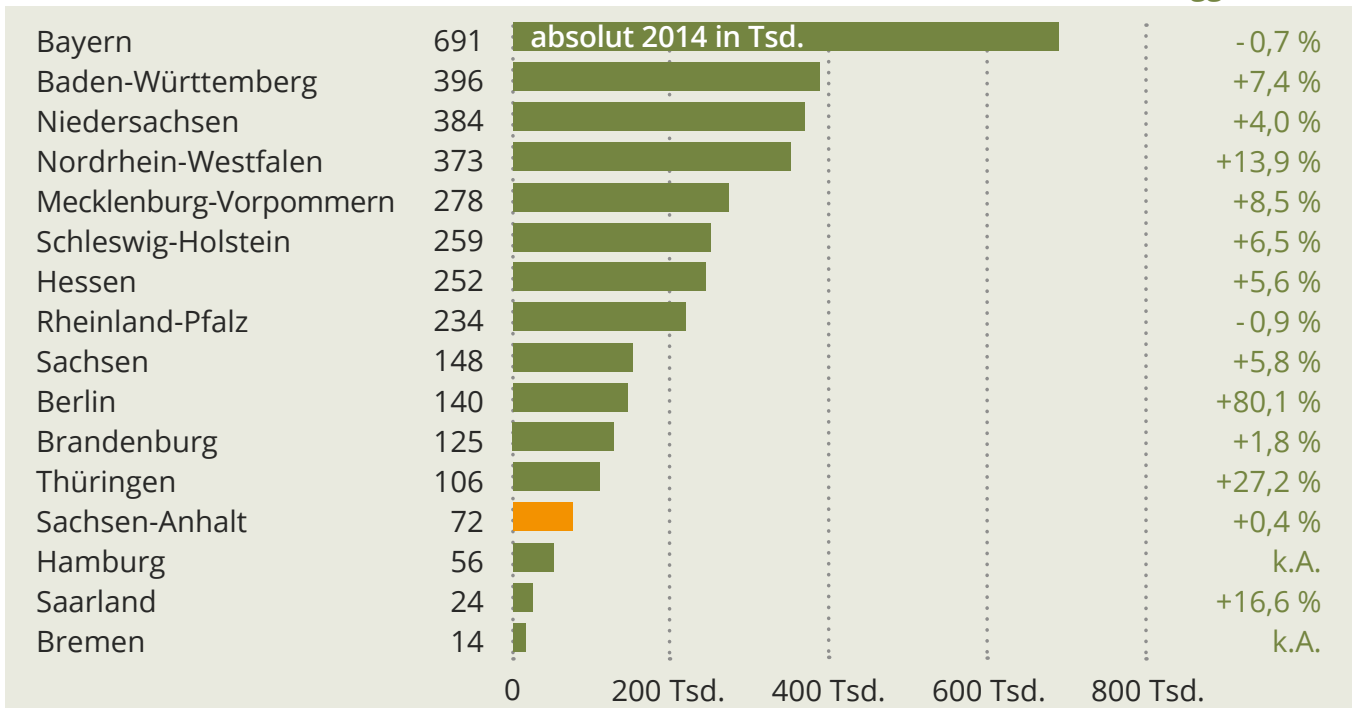
Die **Zahl der Schlafgelegenheiten**

entwickelte sich ähnlich. Zwischen 2004 und 2011 stieg sie an. Zwischen 2012 und 2014 war sie wieder rückläufig, so dass in den letzten zehn Jahren ein Kapazitätswachstum von 0,4 % zu verzeichnen ist. Im Gegenzug dazu hat ein Großteil der anderen Bundesländer seine Kapazitäten ausgebaut. Vorreiter ist hierbei die Bundeshauptstadt, aber auch das Flächenbundesland Thüringen hat stark zugelegt. >> Abb. 11

Die **Auslastung** der Schlafgelegenheiten in Sachsen-Anhalt lag im Jahr 2014 bei 30,8 % und entwickelte sich in den letzten fünf Jahren mit Ausnahme des Hochwasserjahres 2013 positiv. Dies ist auch ein Ergebnis der Marktvereinbarungen in den letzten Jahren. Bei der Auslastung der Schlafgelegenheiten besteht jedoch noch deutlicher Spielraum nach oben: lediglich Rheinland-Pfalz weist einen niedrigeren Wert auf. >> Abb.12

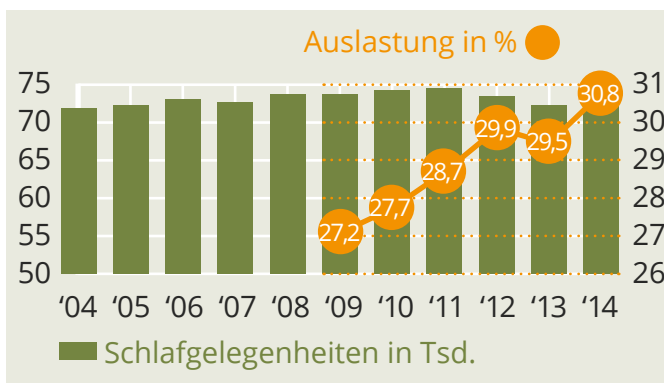
Abb. 11: Schlafgelegenheiten in gewerblichen Betrieben 2014 und Entwicklung der Schlafgelegenheiten 2014 ggü. 2004

2014 ggü. 2004



Quelle: dwif 2015, Daten: Statistische Landesämter

Abb. 12: Angebotene Schlafgelegenheiten und ihre Auslastung in Sachsen-Anhalt 2004-2014¹³



Quelle: dwif 2015, Daten: Statistische Landesämter

Die durchschnittliche Betriebsgröße lag in Sachsen-Anhalt im Jahr 2014 bei 65,6 Schlafgelegenheiten je Betrieb. Damit platzierte sich das Bundesland leicht unter dem deutschen Durchschnitt (68,7 Betten je Betrieb). Entgegen dem Deutschland-Trend größer und somit konkurrenzfähiger werdender Betriebe hat sich die Betriebsgröße in Sachsen-

Anhalt im Vergleich zum Jahr 2004 kaum verändert.

6.1.3 Die Entwicklung nach Betriebstypen

Die Hotels/Hotels garnis sind die Zugpferde im Tourismus in Sachsen-Anhalt. 2014 wurden in ihnen mit 55,3 % die meisten Übernachtungen im Bundesland erzielt. An zweiter Stelle lagen die Vorsorge- und Rehakliniken (14,2 %) gefolgt von den Gruppenunterkünften (10,0 %). >> Abb. 13

Die Betriebstypen haben sich in den letzten Jahren unterschiedlich dynamisch entwickelt. Den größten Sprung nach vorn machten die Ferienzentren (+102,6 %) und die Ferienhäuser/-wohnungen (+86,5 %), gefolgt von den Hotels (+32,2 %). Verluste verbuchten hingegen die Gruppenunterkünfte¹⁴ (-7,3 %). >> Abb. 14

¹³ Die Auslastung der Schlafgelegenheiten (inkl. Campingplätze) kann erst ab 2009 ausgewiesen werden.

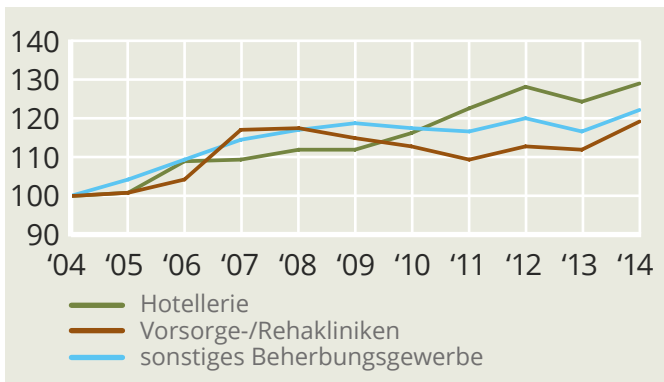
¹⁴ Jugendherbergen/Hütten, Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime

Abb. 13: Touristische Kennziffern in Sachsen-Anhalt nach Betriebstypen 2014

	Übernach- tungen	Aufenthalts- dauer in Tagen	Schlaf- gelegenheiten	Auslastung
Hotels	● 3.611.660	2,0	🛏 27.604	📊 36,5
Hotels garnis	● 499.672	1,9	🛏 4.087	📊 34,0
Gasthöfe	● 143.048	1,9	🛏 1.833	📊 21,9
Pensionen	● 397.515	2,3	🛏 4.347	📊 25,9
Gruppenunter- künfte*	● 744.632	2,5	🛏 7.245	📊 29,0
Ferienzentren	● 400.313	3,5	🛏 3.057	📊 41,4
Ferienhäuser, -wohnungen	● 263.855	3,8	🛏 3.168	📊 25,2
Campingplätze	● 316.844	2,5	🛏 17.176	📊 6,7
Vorsorge- und Rehakliniken	● 1.055.724	21,0	🛏 3.410	📊 87,0
Gesamt	7.433.263	2,5	71.927	30,8

Quelle: dwif 2015, Daten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt * Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime

Abb. 14: Übernachtungsentwicklung nach Betriebstypen 2004-2014 (Index 2004=100)



Quelle: dwif 2015, Daten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Die **Aufenthaltsdauer** ist seit 2004 bei den Ferienhäusern/-wohnungen (-0,6 Tage), den Campingplätzen und den Vorsorge- und Rehakliniken rückläufig (jeweils -0,5 Tage). In den anderen Betriebstypen ist sie nahezu konstant geblieben, in den Ferienzentren sogar um 0,4 Tage gestiegen.

Die **Bettenkapazitäten** entwickelten sich in den Betriebstypen in den letzten zehn Jahren sehr unterschiedlich. In den Ferienhäusern/-wohnungen wurden die Kapazitäten mit +51,7 % deutlich ausgebaut und auch die Pensionen (+19,4 %), die Ferienzentren (+8,5 %), die Hotels (+6,1 %) und die Vorsorge- und Rehakliniken (+6,0 %) gewannen Schlafgelegenheiten hinzu. Demgegenüber stehen teils deutliche Marktberichtigungen bei den Gruppenunterkünften (-18,1 %), Campingplätzen (-7,7 %), Hotels garnis (-8,1 %) und Gasthöfen (-5,9 %).

Die **Bettenauslastung** ist mit 87,0 % in den Vorsorge- und Rehakliniken am höchsten. Im bundesdeutschen Vergleich bedeutet das nach Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern Platz 3. An zweiter Stelle liegen die Ferienzentren

mit 41,4 % gefolgt von den Hotels mit 36,5 %. Bei letzteren besteht deutlicher Steigerungsbedarf, um konkurrenzfähig zu bleiben, nur das Saarland und Rheinland-Pfalz erreichen noch niedrigere Auslastungswerte bei den Hotels. Die Bettenauslastung hat sich in den letzten zehn Jahren bei allen Betriebstypen verbessert, allen voran in den Vorsorge- und Rehakliniken (+11,5 Prozentpunkte), den Ferienzentren (+12,9 Prozentpunkte), den Hotels (+7,5 Prozentpunkte) und den Hotels garnis (+8,1 Prozentpunkte).

6.2 Die touristische Entwicklung in den Reisegebieten Sachsen-Anhalts

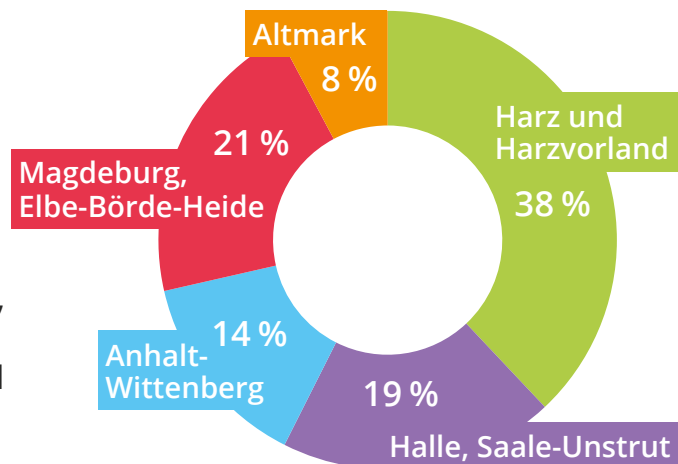
6.2.1 Die Entwicklung der Nachfrage

Die Reisegebiete in Sachsen-Anhalt sind strukturell sehr verschieden: Harz und Harzvorland als Mittelgebirgsdestination mit Fachwerkstädten, die durch Bauhaus, Luther und das Gartenreich Dessau-Wörlitz geprägte Region Anhalt-Wittenberg, Halle, Saale-Unstrut als Weinregion mit Residenzstädten und mittelalterlichen Burgen, die Altmark mit ihren Hansestädten und die Region Magdeburg, Elbe-Börde-Heide als Kultur- und Radwanderdestination bieten Gästen vielfältige Urlaubs- und Freizeitmöglichkeiten.

Das Reisegebiet Harz und Harzvorland ist mit rund 2,8 Mio. Übernachtungen 2014 und einem Marktanteil von 38 % das touristische Schwergewicht im Bundesland. >> Abb. 15

Alle Reisegebiete Sachsen-Anhalts entwickelten sich in den letzten fünf Jahren positiv. Den größten Sprung nach vorn mit einem Übernachtungsplus von

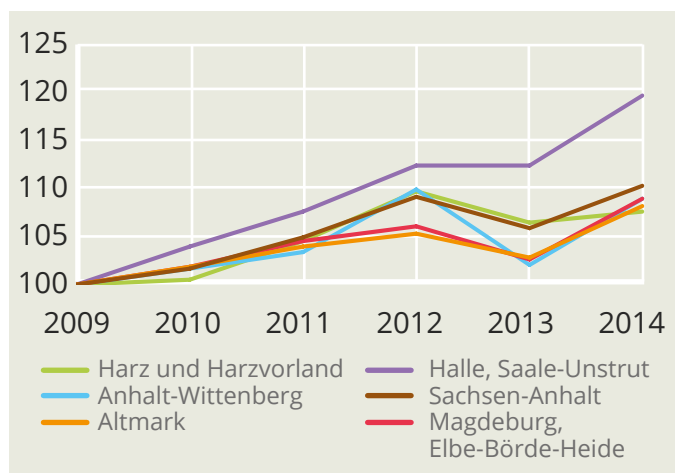
Abb. 15: Verteilung der Übernachtungen nach Reisegebieten 2014



Quelle: dwif 2015, Daten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

19,5 % machte in den letzten fünf Jahren das Reisegebiet Halle, Saale-Unstrut und beeinflusste damit den Landesdurchschnitt positiv. In den anderen Reisegebieten wurden Wachstumsraten zwischen 8 und 10 % verbucht.¹⁵
>> Abb. 16

Abb. 16: Entwicklung der gewerblichen Übernachtungen in den Reisegebieten 2009-2014 (Index: 2009 = 100)



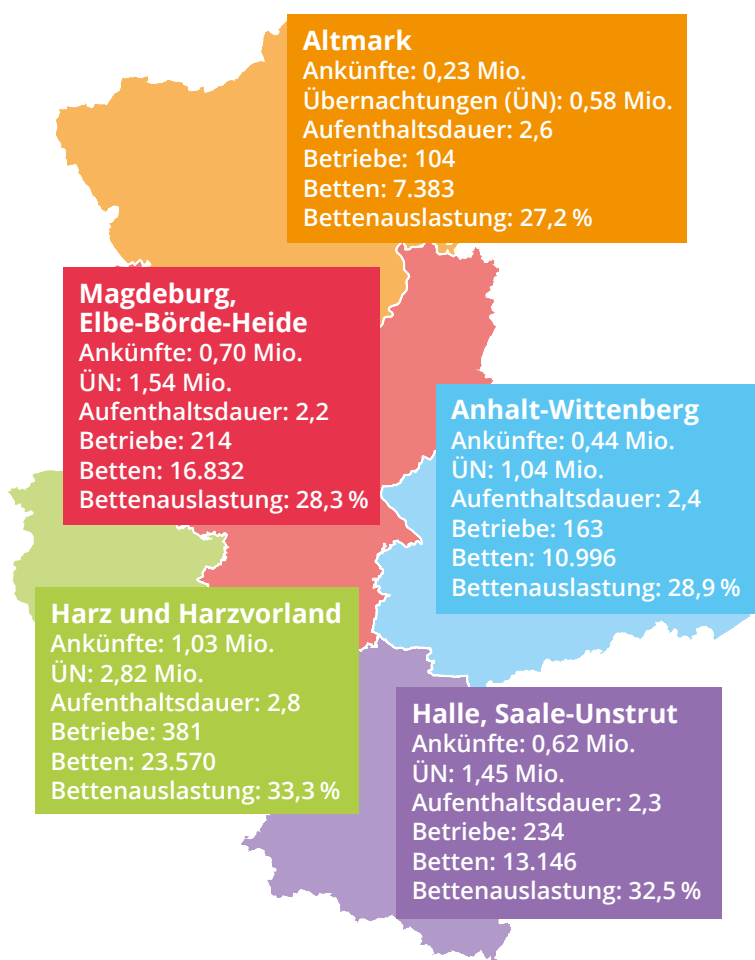
Quelle: dwif 2015, Daten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

¹⁵ Aufgrund einer Neugliederung der Reisegebiete 2009 können die Daten nur bis 2009 rückwirkend ausgewiesen werden.

Ebenso hervorzuheben sind die Städte im Bundesland. Allein die sieben Städte der Kooperation „Stadtsprung“¹⁶ vereinten 2014 rund 39 % aller Übernachtungen im Bundesland. Dies verdeutlicht die Bedeutung des Städte- und Kulturtourismus in Sachsen-Anhalt.

Bei den **Aufenthaltsdauern** zeigen sich deutliche Unterschiede in den einzelnen Regionen. In der klassischen Urlaubsregion Harz und Harzvorland verweilen die Gäste im Durchschnitt 2,8 Tage, in der durch die Stadt Magdeburg geprägten Region Magdeburg, Elbe-Börde-Heide hingegen nur 2,2 Tage. >> Abb. 17

Abb. 17: Touristische Kennziffern für die Reisegebiete in Sachsen-Anhalt 2014¹⁷



Quelle: dwif 2015, Daten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Bezüglich der **Saisonalität** der Übernachtungen 2014 zeigt sich, dass die Altmark (67,9 % der Übernachtungen) und Anhalt-Wittenberg (64,6 %) etwas stärker vom Sommerhalbjahr¹⁸ abhängig sind, als Magdeburg, Elbe-Börde-Heide (58,1 %). Harz und Harzvorland und Halle, Saale-Unstrut liegen im Landesdurchschnitt.

Die **Ausländeranteile** an den Übernachtungen variieren im Bundesland stark. Die städtisch geprägte Region Magdeburg, Elbe-Börde-Heide liegt mit 9,9 % knapp vor Halle, Saale-Unstrut (9,8 %) und Anhalt-Wittenberg (8,2 %). Harz und Harzvorland (4,5 %) sowie die Altmark (3,1 %) liegen unter dem Landesdurchschnitt. Der Incoming-Tourismus entwickelte sich sehr unterschiedlich in den Regionen in den letzten fünf Jahren. Die Altmark legte mit +47,0 % am stärksten zu, gefolgt von Anhalt-Wittenberg (+20,1 %). Lediglich Harz und Harzvorland verzeichneten kaum Zuwächse (+1,2 %). Bezüglich der Herkunftsstrukturen der ausländischen Gäste zeigt sich, dass Harz und Harzvorland bei Dänen und Niederländern sehr beliebt sind: jeweils über 40 % aller Übernachtungen des jeweiligen Auslandsmarktes entfallen auf die Region. Bei Gästen aus den USA steht hingegen Halle, Saale-Unstrut in den letzten Jahren an erster Stelle (2014: 40 % aller Gäste aus diesem Markt).

Bei der **Tourismusintensität** setzt sich Harz und Harzvorland deutlich von den anderen Regionen ab. Mit rund 7.800 Übernachtungen je 1.000 Einwohner erreicht die Region deutlich höhere Werte als die anderen Regionen. Hier werden Intensitäten zwischen 2.230 (Magdeburg, Elbe-Börde-Heide) und 2.900 Übernachtungen (Altmark) je

¹⁶ Dessau-Roßlau, Halberstadt, Halle (Saale), Magdeburg, Naumburg, Quedlinburg, Wernigerode

¹⁷ Geöffnete Betriebe und angebotene Schlafgelegenheiten im Juli

¹⁸ Mai bis Oktober

1.000 Einwohner erreicht. In den letzten zehn Jahren ist dieser Wert im Harz und Harzvorland mit +70,3 % am deutlichsten gestiegen.

6.2.2 Die Entwicklung des Angebots

Bis auf die Region Halle, Saale-Unstrut, die in den letzten fünf Jahren als einzige Region ihr Angebot an **Schlafgelegenheiten** ausgebaut hat (+4,2 %), befinden sich alle anderen Regionen in einer Phase der Marktberingung. Die stärksten Rückgänge in den letzten fünf Jahren sind in der Altmark (-5,4 %) und im Harz und Harzvorland (-4,2 %) festzustellen.

Bei den **durchschnittlichen Betriebsgrößen** unterscheiden sich die Reisegebiete erneut deutlich. Während Halle, Saale-Unstrut von kleineren Betrieben geprägt ist (56,2 Betten je Betrieb), sind in der Altmark (71 Betten je Betrieb) und in Magdeburg, Elbe-Börde-Heide (79 Betten je Betrieb) die Betriebe deutlich größer. Im Harz und Harzvorland und in Halle, Saale-Unstrut gingen die Betriebsgrößen in den letzten zwei Jahren zurück. Um die Konkurrenzfähigkeit der Betriebe zu stärken, sollten Initiativen ergriffen werden, damit die Betriebsstrukturen nicht noch kleiner werden. Leistungsfähige größere Betriebe erzielen nicht nur bessere betriebswirtschaftliche Ergebnisse, sondern sie entfalten auch eine höhere Marketingaktivität und tragen damit aktiv zum Erfolg der Region bei.

Im Vergleich zu 2009 entwickelte sich die Auslastung der Schlafgelegenheiten in allen Reisegebieten positiv. Die höchsten **Auslastungswerte** über dem Durchschnitt des Bundeslandes erreichten 2014 der Harz (33,3 %) und Halle, Saale-Unstrut (32,5 %). Erfreulich: auch

die Altmark, die 2009 noch sehr niedrige Auslastungswerte hatte, verbuchte in den letzten fünf Jahren ein Plus von 3,8 Prozentpunkten und nähert sich den anderen Regionen so Schritt für Schritt an.

6.3 Qualitätslabel und Gästezufriedenheit

Klassifizierungssystemen und Qualitätslabeln von Beherbergungsbetrieben kommt in den letzten Jahren eine steigende Bedeutung zu. Sie machen das Angebot für den Gast transparenter und lassen ihn die für seine Zielgruppe perfekte Unterkunft einfacher auffinden. Zunehmend wichtiger werden auch Gästebewertungen auf Onlineportalen. Eine Studie des dwif im Auftrag des Landestourismusverbandes Sachsen e. V. hat das Zusammenspiel von Qualitätssiegeln und Gästebewertungen untersucht und kommt zu dem Ergebnis, dass das Urteil der Gäste gemessen am TrustScore (= zusammengefasste und normierte Bewertung aus rund 30 Online-Bewertungsplattformen) umso besser ausfällt, je stärker sich Betriebe im Rahmen von Qualitätsinitiativen engagieren.¹⁹ Sachsen-Anhalt erreichte 2014 einen **TrustScore** von 79,4 Punkten und liegt damit nur knapp unter dem Deutschland-Wert von 80,3 Punkten. In den letzten Jahren hat sich dieser Wert leicht verbessert. Vorreiter ist der Harz, der 2014 bei 80,0 Punkten lag, allerdings im Vergleich zu 2012 etwas schlechter bewertet wurde. Aufholbedarf hat insbesondere noch Anhalt-Wittenberg, hier ist die Gästezufriedenheit in den letzten Jahren ebenso rückläufig (2014: 77,2 Punkte).

Bei der **Hotelklassifizierung** des DEHOGA hat sich Sachsen-Anhalt in

¹⁹ LTV Sachsen e. V.

den letzten fünf Jahren sehr positiv entwickelt. Mit Stand Februar 2015 trugen 244 Hotels im Bundesland DE-HOGA-Sterne. Das sind 23,2 % mehr als noch 2011. Den größten Sprung nach vorn machte hierbei die Region Harz und Harzvorland. Der Anteil der klassifizierten Betriebe im Bundesland lag Anfang 2015 bei 48,2 %. Harz und Harzvorland platzieren sich mit 61,3 % am besten, in Anhalt-Wittenberg gibt es noch Aufholbedarf (33,3 %). Der Anteil der höherklassifizierten Betriebe im 4- und 5-Sterne-Segment liegt bei 29,2 %. Hier besteht noch Luft nach oben, in den letzten Jahren sind diese Zahlen rückläufig.

Die **Klassifizierung der Ferienhäuser und -wohnungen** durch den Deutschen Tourismusverband hat in den letzten Jahren auch in Sachsen-Anhalt an Bedeutung verloren. Mit Stand Januar 2015 trugen 393 Ferienobjekte im Bundesland DTV-Sterne. Das sind 14,4 % weniger als noch im Jahr 2011. Vom Rückgang am stärksten betroffen waren Magdeburg, Elbe-Börde-Heide und Halle, Saale-Unstrut. Hier lagen die Rückgänge bei über 40 %.

Bei den **Themenlabeln** sind für Sachsen-Anhalt das Bett+Bike-Zertifikat sowie das Label Wanderbares Deutschland von besonderer Bedeutung. Die Zahl der radfahrerfreundlichen Unterkünfte ist in den letzten Jahren relativ konstant geblieben. Anfang 2015 lag sie bei 153. Die Zahl der Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland steigt kontinuierlich an. Anfang 2015 gab es 23 wandererfreundliche Unterkünfte.

6.4 Tagestourismus und Freizeitwirtschaft

Sachsen-Anhalt konnte mit **58,8 Mio.** vom Wohnort aus angetretenen **Tagesreisen** von Deutschen im Jahr 2014 einen erheblichen Besucherstrom verzeichnen. 23,3 Mio. davon gingen in ländliche Räume, 19,5 Mio. in Klein- und Mittelstädte und 16,0 Mio. in Großstädte. Rund 30 % aller Tagesgäste im Bundesland besuchen die Hauptstadtregion Magdeburg, Elbe-Börde-Heide mit ihren vielfältigen Kultur- und Einkaufsangeboten. >> Abb.18

Abb. 18: Tagestourismus in den Reisegebieten



Quelle: dwif 2015

Diese Daten zeigen, dass der Tagestourismus in Sachsen-Anhalt nach wie vor eine herausgehobene Stellung hat. Dieser in der dwif-Grundlagenstudie „Tagesreisen der Deutschen“ 2013 ermittelte Wert von 58,8 Mio. Tagesreisen von Deutschen nach Sachsen-Anhalt zeigt allerdings einen Rückgang der Zahl der Tagesbesucher um 7,3 % gegenüber früheren Untersuchungen (2004 waren es 63,4 Mio. Tagesreisen mit Ziel Sachsen-Anhalt) auf. Die Bevölkerungszahl ist im betrachteten Zeitraum 2004 - 2014 mit -10,4 % noch stärker gesunken. Hiermit steht Sachsen-Anhalt nicht allein da, in Deutschland insgesamt sind die Rückgänge noch deutlicher: Rund 1,6 % weniger Einwohner und eine um rund 9,4 % gesunkene Zahl der Tagesreisen pro

Kopf und Jahr bewirken seit 2004 einen Rückgang der Zahl der Tagesreisen der Deutschen innerhalb Deutschlands um insgesamt rund 10,6 %.

Die Gründe für den Rückgang der Tagesreisen im Detail:

Ein Rückgang der Bevölkerung in Sachsen-Anhalt um 10,4 % bedeutet, dass gegenüber 2004 bei unverändertem Tagesreiseverhalten allein hieraus ein Rückgang der Zahl der von Einwohnern Sachsen-Anhalts unternommenen Tagesreisen um 6,3 Mio. ausgelöst würde.

Ein zweiter Aspekt, der die Rückgänge der Zahl der Tagesreisen erklärt, ist das geänderte Tagesreiseverhalten. Deutschlandweit lässt sich feststellen, dass sowohl die Teilnahme der deutschen Bevölkerung am Tagestourismus (Tagesreiseintensität) und die Zahl der unternommenen Tagesreisen pro Kopf und Jahr (Tagesreishäufigkeit) seit 2004 zurückgegangen sind. Fasst man die drei wichtigen Einflussfaktoren

- Tagesreiseintensität,
- Tagesreishäufigkeit und die
- Entwicklung der Bevölkerung

zusammen, so führt dies zu einem Rückgang der Zahl der Tagesreisen der Deutschen in den vergangenen Jahren von 3.345 Mio. im Jahr 2004 auf 2.947,6 Mio. im Jahr 2013. Dies entspricht einem Rückgang von 11,9 %. In Sachsen-Anhalt fiel der Rückgang niedriger aus. Hier wurden von den Einwohnern des Landes 2013 „lediglich“ 8,8 % weniger Tagesreisen unternommen als noch 2004.

Aufschlussreich ist auch eine Verknüpfung dieser Volumendaten mit den Bevölkerungszahlen. Diese zeigt, dass die Zahl der unternommenen Tages-

reisen pro Kopf und Jahr in Sachsen-Anhalt von 28,8 auf 29,3 sogar angestiegen ist. Nur die überproportional zurückgegangene Einwohnerzahl und nicht etwa ein verändertes Tagesreiseverhalten ist somit für den Rückgang der Gesamtzahl der Tagesreisen der Sachsen-Anhaltiner verantwortlich.

Die Frage, die es hier zu klären gilt ist, hat das Tagesreiseziel Sachsen-Anhalt für die Einwohner Sachsen-Anhalts an Attraktivität eingebüßt? Die Antwort hierauf ist eher nein!

Waren es im Jahr 2004 noch 50,4 % der Tagesreisen, die innerhalb des Bundeslandes unternommen wurden, so stieg dieser Anteil im Jahr 2013 auf 54,3 %. In absoluten Zahlen betrachtet zeigt sich sogar, dass das Volumen der Tagesreisen innerhalb Sachsen-Anhalts nur um 1,7 % zurückgegangen ist (von 36,2 Mio. auf 35,6 Mio.). Angesichts des erheblichen Bevölkerungsrückgangs ein sehr gutes Ergebnis.

Die Veränderungen der Bevölkerungszahl und -struktur sind nur ein, wenn auch wichtiger, Aspekt zur Erklärung der Veränderungen im Tagesreiseverhalten. Um auch zwischenzeitlich eingetretene individuell begründete Aspekte mit in die Gesamtbeurteilung aufnehmen zu können, wurde eine repräsentative telefonische Haushaltsbefragung in Sachsen-Anhalt durchgeführt. Hierzu wurden 500 zufällig ausgewählte Haushalte befragt. Die Ergebnisse im Überblick:

- Die Zahl der im Haushalt lebenden Personen hat sich reduziert. Tendenziell kleinere Haushalte produzieren aufgrund der geringeren Zahl der mitreisenden Personen weniger Tagesreisen. Die Zahl der im Haushalt lebenden Kinder ist zurückgegangen,

die Zahl der im Haushalt lebenden Personen im Ruhestand hingegen angestiegen.

- Die verfügbare Freizeit der Befragten hat sich sowohl werktags als auch am Wochenende leicht verringert. Bezüglich der räumlichen Verteilung der Freizeit deutet sich eine leichte Verlagerung in Richtung „zu Hause“ an.
- Das verfügbare Haushaltseinkommen in Sachsen-Anhalt ist in den letzten Jahren gestiegen, deutlich stärker aus Sicht der Befragten sind hingegen die Lebenshaltungskosten gestiegen.
- Unabhängig vom Freizeitverhalten üben auch die Anzahl sowie die Häufigkeit der Tagesgeschäftsreisen einen erheblichen Einfluss auf das Volumen der Tagesreisen aus. Über ein Viertel der Befragten (26,9 %) gaben an, dass die Zahl der von ihnen unternommenen Tagesgeschäftsreisen in den letzten Jahren geringer geworden ist. Demgegenüber unternahmen „nur“ 15 % der Befragten mehr Tagesgeschäftsreisen.
- Hieraus zeichnet sich ein Rückgang der insgesamt unternommenen Tagesgeschäftsreisen von Einwohnern Sachsen-Anhalts ab.

Um die festgestellten Volumenänderungen im Tagestourismus besser spezifizieren zu können, wurden die Einwohner zu generellen Verschiebungen im Bereich einzelner Motive befragt.

- Besuche von Verwandten / Bekannten und Freunden sind sowohl zu Hause / im Wohnumfeld als auch bei Ausflügen im Vergleich zu vor zehn Jahren zurückgegangen.
- Die Ausübung sportlicher Aktivitäten ist sowohl zu Hause / im Wohnumfeld als auch bei Ausflügen ungebrochen beliebt.

- Einkaufsfahrten und Shoppingaktivitäten haben sich in den vergangenen Jahren tendenziell in Richtung Wohnumfeld verlagert. Vor allem bei Tagesausflügen schlägt dies in rückläufigen Zahlen zu Buche und zwar über alle Altersklassen hinweg. Dass hier der zunehmende Online-Handel eine nicht zu vernachlässigende Rolle spielt, ist zu vermuten, kann aber aus den vorliegenden Zahlen nicht verifiziert werden.
- Im unmittelbaren Wohnumfeld scheint es, dass die Besuchshäufigkeit von Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen leicht zurückgegangen ist, während sich bei Ausflügen Rückgänge und Anstiege in etwa die Waage hielten.
- Korrespondierend mit einer älteren Bevölkerung hat offenbar die Zahl der Restaurantbesuche im Wohnumfeld Einbußen hinnehmen müssen. Als Motiv für Tagesausflüge erfreuen sich hingegen der Besuch bestimmter Lokale und das Essengehen unveränderter Beliebtheit, wenngleich es auch hier zu leichten Rückgängen kam.

Weitere zentrale Erkenntnisse:

- Die Attraktivität der Ausflugsziele im Land hat zugenommen, davon sind mehr als 80 % der Befragten überzeugt. Zumindest für die Anbieter von Freizeitinfrastruktur ist dieses Urteil der (potenziellen) Kunden als positives Signal zu sehen.
- Die Hoffnung, dass damit einhergehend auch die Zahl der Ausflüge zunehmen würde, bestätigte sich allerdings nicht.
- 4 von 5 Befragten gaben an, dass sich die Kosten für einen Tagesausflug in den letzten Jahren erhöht haben. Dies korrespondiert mit der Aussage

gestiegener Lebenshaltungskosten. Bei knapper werdenden Haushaltsbudgets leitet sich hieraus sicherlich keine gestiegene Neigung für Tagesreisen ab.

- Für jeden Vierten stellt auch die angestiegene Verkehrsbelastung einen Grund dar, auf Tagesreisen hin und wieder zu verzichten.
- Über die Hälfte geben an, mehr Zeit vor dem heimischen PC oder dem TV zu verbringen und damit weniger Zeit für Ausflüge zu haben.
- Auch das angestiegene Umweltbewusstsein hat dazu beigetragen, längere Ausflüge zugunsten von Freizeitaktivitäten im Wohnumfeld einzuschränken. Dies war die Meinung von über 53 % der Befragten.

Sowohl die objektiven Daten der amtlichen Bevölkerungsstatistik als auch die Ergebnisse der eigens durchgeführten Repräsentativbefragung bestätigen die Rückgänge bei der Zahl der Tagesreisen zu Zielen in Sachsen-Anhalt seit 2004. Tendenziell zeigt sich auch eine leichte Verschiebung der Aktivitätsräume in Richtung des Wohnumfeldes. Gestiegene Kosten, verstärktes Umweltbewusstsein und weniger freie Zeit sind hierfür als Ursachen zu benennen. Aus der Sicht der Freizeitanbieter muss dieses Ergebnis aber nicht zwangsläufig heißen, dass die Besucherzahlen insgesamt zurückgehen. Hier zeigen sich sicherlich erhebliche Unterschiede zwischen einzelnen Einrichtungen und Einrichtungstypen. Attraktive Programmgestaltungen, innovative Angebote und zielgruppengerechte



Kundenansprache auf allen verfügbaren Kommunikationskanälen sind Stellschrauben, an denen die Anbieter auch in Zukunft erfolgreich drehen können. Gegen eine rückläufige und älter werdende Bevölkerung in Sachsen-Anhalt, dem mit Abstand wichtigsten Quellmarkt im Tagestourismus für Angebote im Bundesland, sind seitens der Anbieter nur sehr bedingt erfolversprechende Maßnahmen möglich. Optimierungen der Servicequalität und konsequente Umsetzung des barrierefreien Zugangs sind jedoch Bereiche, denen nicht nur heute, sondern auch in Zukunft volle Aufmerksamkeit beizumessen ist.

Die **Besucherentwicklung der Freizeitwirtschaft** in Sachsen-Anhalt war in den letzten Jahren großen Schwankungen unterworfen. Viele Freizeiteinrichtungen strahlen eine hohe Attraktivität aus. Sie werden sowohl von Tagesgästen als auch von Übernachtungsgästen besucht. Insbesondere neue Freizeiteinrichtungen mit innovativen Einrichtungskonzepten oder modernisierte Einrichtungen können seit Jahren von steigenden Besucherzahlen berichten. Eine Sonderauswertung der am Sparkassen-Tourismusbarometer beteiligten Freizeit- und Kultureinrichtungen zeigt allerdings für die vergangenen zehn Jahre ein differenzierteres Bild im Hinblick auf die Besucherentwicklung. Grundsätzlich zeigt sich von 2004 bis 2014 ein Besucherplus in Höhe von 7,4 %. Für das Wachstum waren allerdings einige wenige Einrichtungen verantwortlich, die sich aufgrund von (Groß-)Investitionen großer Beliebtheit erfreuten. Ohne die Berücksichtigung dieser Sondereffekte hätte es leider insgesamt nicht für eine positive Bilanz gereicht. Insbesondere Ausflugsschiffe / Fähren, Museen / Ausstellungen und

Erlebnisbäder / Thermen verzeichneten hohe Besucherverluste. Auch dies passt zu der rückläufigen Zahl von Tagesreisen im Bundesland.

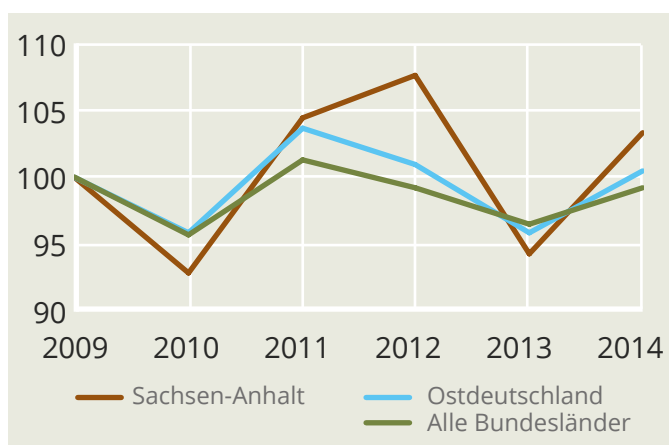
Auch in den letzten fünf Jahren zeigt sich bei der Besucherentwicklung in der Freizeitwirtschaft ein differenziertes Bild. Das schwächste Jahr war insgesamt 2010. Dieser Trend zeigte sich allerdings auch in anderen erfassten Bundesländern, denn die Freizeitwirtschaft litt in diesem Jahr unter den besonders widrigen Witterungsbedingungen. Starke Rückgänge waren auch 2013 zu verkräften. Hier waren es ebenfalls externe Faktoren (u. a. Hochwasserkatastrophe), die eine entscheidende Rolle bei der Besucherbilanz spielten.



Auf Tiefpunkte wie 2010 und 2013 folgten jeweils außerordentlich dynamische Jahre. Günstige Witterungsbedingungen, aber vor allem auch herausragende Sonderausstellungen zählten hier zu den wichtigsten Einflussgrößen. So war die hohe Dynamik im bisherigen Rekordjahr vor allem kulturellen Einrichtungen wie Museen, Ausstellungen und Kirchen zu verdanken. Besonderheiten wie die Landesausstellung „Otto der Große und das Römische Reich. Kaisertum von der Antike zum Mittelalter“ oder die Sonderausstellungen „Otto der Große“ und „Dutch Design - Huis van Oranje“ erwiesen sich als wahre Besuchermagneten.

2014 sorgte u. a. die Sonderausstellung „Glanzlichter. Meisterwerke zeitgenössischer Glasmalerei im Naumburger Dom“ für deutliche Impulse bei der Besucherentwicklung. Angesichts großer Ausstellungen und Jubiläen (z. B. Reformationsjubiläum) stehen gerade in Sachsen-Anhalt die Chancen gut, das hohe Besucherniveau nochmals zu steigern. >> Abb. 19

Abb. 19: Besucherentwicklung in der Freizeitwirtschaft 2009-2014 (Index 2009=100)



Quelle: dwif 2015, Daten: Sparkassen-Tourismusbarometer, Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft Hamburg und Rheinland-Pfalz

6.5 Grauer Beherbergungsmarkt und Camping-tourismus

Über die von der amtlichen Statistik ausgewiesenen Beherbergungsbetriebe mit zehn und mehr Betten (gewerbliche Betriebe) hinaus, gibt es noch weitere Unterkunftsmöglichkeiten für Gäste. Zu diesem sog. Grauen Beherbergungsmarkt zählen Übernachtungen

- in Privatquartieren mit neun oder weniger Betten
- bei Verwandten-/Bekanntem (VFR)²⁰
- in Freizeitwohnsitzen
- auf Dauercampingstellplätzen und
- in Reisemobilen.

Die vollständige Erfassung dieses Marktes ist schwierig und nur über Primärerhebungen möglich. Für Sachsen-Anhalt ist davon auszugehen, dass rund 1,97 Mio. Übernachtungen in Privatquartieren und Freizeitwohnsitzen stattfinden. Weitere 12,5 Mio. Übernachtungen werden von Verwandten-/Bekanntebesuchern getätigt. Zuzüglich zu den rund 317.000 Übernachtungen auf statistisch erfassten Campingplätzen kommen noch rund 1,2 Mio. Übernachtungen auf Dauercampingstellplätzen, von Reisemobilisten und auf nicht von der amtlichen Statistik erfassten Campingplätzen hinzu. Laut Schätzungen des Verbands der Camping- und Freizeitwirtschaft Sachsen-Anhalt e.V. (VCS-A) entfallen davon 200.000 Übernachtungen auf Reisemobilisten auf Parkplätzen und Wohnmobilstellplätzen.

²⁰ VRF = visiting friends and relatives

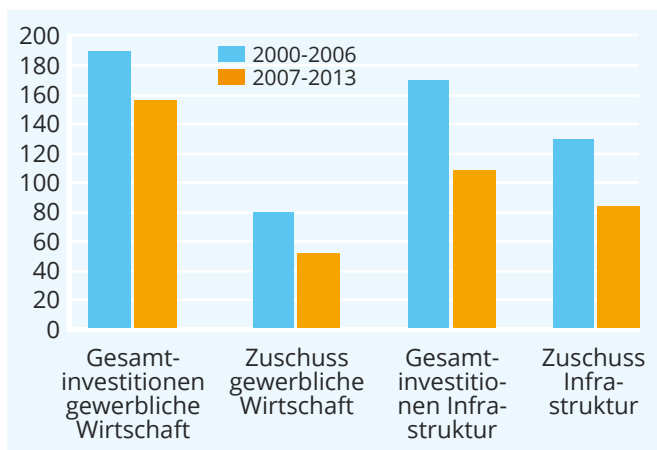
7. Förderung und Investitionen im Tourismus

Kommunen und Betriebe greifen bei der Finanzierung ihrer Infrastruktur bzw. der Instandhaltung oder Modernisierung ihres Betriebes häufig auf Fördermittel zurück.²¹ Für den Tourismus gibt es unterschiedliche Förderprogramme der Europäischen Union, des Bundes und der Länder, die nicht ausschließlich auf den Tourismus zielen, für diesen aber dennoch relevant sein können. Für eine klare Abgrenzung werden im Folgenden nur Fördermittel betrachtet, die vom Wirtschaftsministerium nach der GRW-Richtlinie²² angewandt wurden.

In der Förderperiode EFRE IV (2007-2013) lösten 51,4 Mio. Euro Fördermittel für die **gewerbliche Tourismuswirtschaft** in Sachsen-Anhalt Investitionen in Höhe von 157,7 Mio. Euro aus. Das touristische Schwergewicht Harz und Harzvorland liegt hierbei deutlich vorn. Mit 24 geförderten Projekten und Zuschüssen von 35,1 Mio. Euro entfallen

allein 68 % der Fördersumme auf dieses Reisegebiet. >> Abb. 21

Abb. 20: Investitionen und Zuschüsse²⁴ im Tourismus in Sachsen-Anhalt Förderperioden EFRE III und EFRE IV in Mio. €



Quelle: dwif 2015, Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft, Daten: Investitionsbank Sachsen-Anhalt

Im Bereich der **touristischen Infrastruktur** wurden zwischen 2007 und 2013 84,5 Mio. Euro gefördert, was

Tab. 6: Tourismusförderung nach GRW-Richtlinie und Investitionen in den Reisegebieten 2007-2013 (Stand 31.12.2014)²³

Reisegebiet	Gesamtinvestitionen Infrastruktur in €	Förderung Infrastruktur in €	Anteil Förderung in %	Gesamtinvestitionen gewerbliche Wirtschaft in €	Förderung gewerbliche Wirtschaft in €	Anteil Förderung in %
Harz und Harzvorland	42.561.760	32.497.262	76	92.974.125	35.136.826	38
Anhalt-Wittenberg	25.483.731	21.115.684	83	12.320.555	3.464.213	28
Halle, Saale-Unstrut	22.113.633	17.203.028	78	7.511.487	2.919.992	39
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	11.131.192	7.991.069	72	11.872.268	3.813.423	32
Altmark	6.940.244	5.714.788	82	33.030.592	6.101.574	18
Sachsen-Anhalt gesamt	108.230.560	84.521.831	78	157.709.027	51.436.028	33

Quelle: Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt 2015, Daten: Investitionsbank Sachsen-Anhalt

²¹ Vgl. OSV-Tourismusbarometer 2015

²² GRW: (Bund-Länder-)Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“

²³ Die Daten können von anderen Quellen aufgrund von unterschiedlichen Stichtagen abweichen.

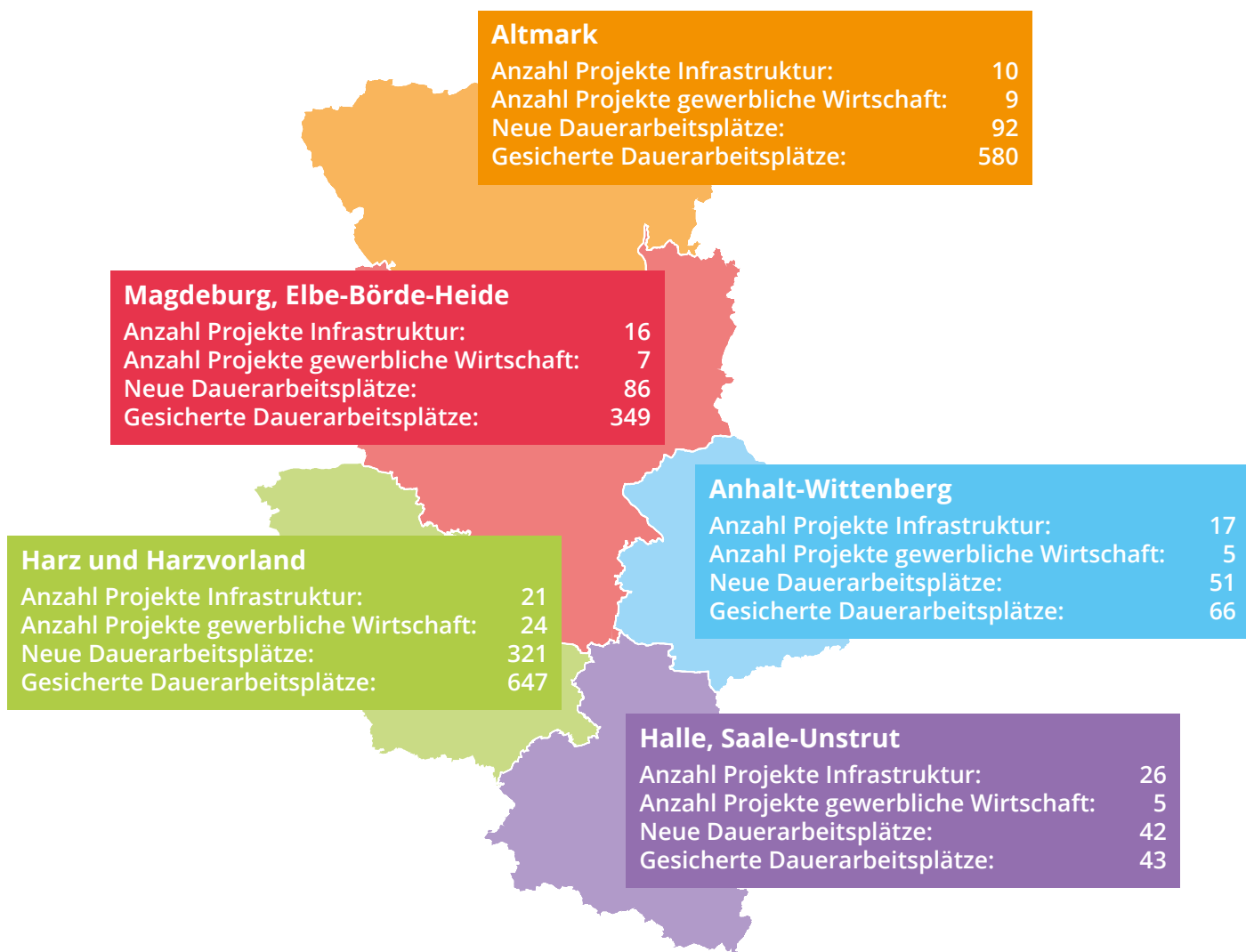
²⁴ Nach GRW-Richtlinie

Investitionen in Höhe von 108 Mio. Euro auslöste. Der Großteil entfällt auch hier auf den Harz (39 %), wengleich weniger deutlich als im Bereich der gewerblichen Tourismusförderung. Auch in Anhalt-Wittenberg und Halle, Saale-Unstrut wurden viele Maßnahmen im Bereich der touristischen Infrastruktur gefördert. >> Tab. 6

Vergleicht man die Förderperiode EFRE IV (2007-2013) mit der Förderperiode EFRE III (2000-2006), so wird deutlich, dass die Gesamtinvestitionen und die

Förderung deutlich zurückgegangen sind. Verantwortlich hierfür sind insbesondere die stark gesunkenen Investitionen in der Region Anhalt-Wittenberg, die in den Vorjahren auch als Resultat der Hochwasserereignisse des Jahres 2002 einen hohen Investitionsbedarf hatte. In der Altmark stiegen hingegen die Gesamtinvestitionen in der Förderperiode EFRE IV (2007-2013) im Bereich der gewerblichen Wirtschaft deutlich an, wengleich der Anteil der Förderung bei lediglich 18 % liegt. >> Abb. 20

Abb. 21: Anzahl der geförderten Projekte²⁵ und der entstandenen und gesicherten Dauerarbeitsplätze in den Reisegebieten 2007-2013 (Stand 31.12.2014)



Quelle: dwif 2015, Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt 2015, Daten: Investitionsbank Sachsen-Anhalt

²⁵ Nach GRW-Richtlinie

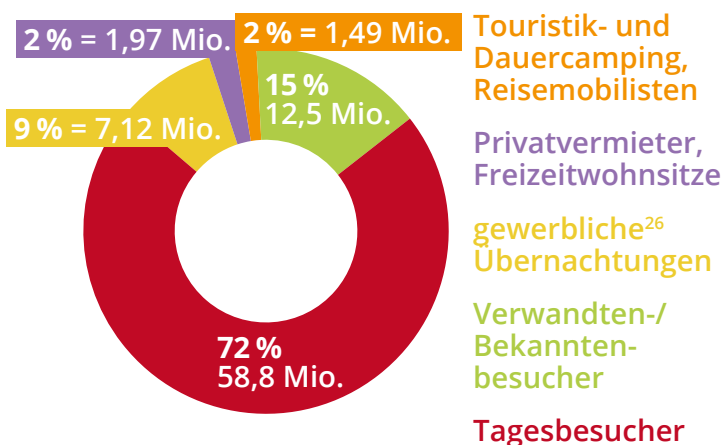
8. Wirtschaftsfaktor Tourismus

8.1 Einführung

Tourismus ist nicht nur die Zusammenfassung diverser Reiseaktivitäten, also nicht nur Urlaub und Ausflug sowie Kur und Geschäftsreise, sondern auch ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Das Besondere am Tourismus ist, dass er sich nicht als einzelne Branche fassen lässt, sondern in vielen Bereichen der Wirtschaft seine Wirkung entfaltet – eine typische Querschnittsbranche! Eine weitere Besonderheit ist, dass sich die wirtschaftliche Bedeutung mit vertretbarem Aufwand nur über die Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen ermitteln lässt, denn die Anbieter (Gastronomen, Einzelhändler und viele andere Profiteure) sind nur in Ausnahmefällen in der Lage, ihre Kunden in Touristen und Nichttouristen zu unterteilen und dementsprechende Auskünfte erteilen zu können. Der hier eingeschlagene Weg der Berechnung basiert auf der Grundformel

Gesamtzahl der touristischen Aufenthaltstage x durchschnittliche Ausgaben der Touristen pro Kopf und Tag = Gesamtumsatz aus dem Tourismus

Abb. 22: Verteilung der Aufenthaltstage im Sachsen-Anhalt-Tourismus 2014



Quelle: dwif 2015

Das Volumen der touristischen Nachfrage in Sachsen-Anhalt wurde bereits in Kap. 6 dargestellt. Insgesamt rund 23,08 Mio. Übernachtungen in Betrieben und bei Verwandten und Bekannten sowie rund 58,8 Mio. Tagesreisen stehen für 2014 zu Buche. >> Abb. 22

8.2 Gästerausgaben am Aufenthaltsort – Ein Mehrwert für Städte und Regionen

Aus vielen Befragungen lässt sich ableiten, dass gerade während des Urlaubes oder bei der Ausübung von Freizeitaktivitäten nur selten gespart wird. Die nachfolgend dargestellten Ausgaben der Gäste pro Kopf und Tag während ihres Aufenthaltes in Sachsen-Anhalt geben nur eine absolute Mindestgröße an.

Definition: Ausgaben vor Ort

Erfasst werden alle Ausgaben der Touristen während ihres Aufenthaltes in den Zielgebieten. Neben der Ausgabenhöhe ist auch die strukturelle Verteilung nach profitierenden Branchen von Bedeutung (Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleistungen), da sich je nach Wirtschaftszweig die Umsatz(Mehrwert)-steuersätze und Wertschöpfungsquoten unterscheiden.

In den zusammengetragenen Daten nicht enthalten sind beispielsweise:

- Fahrtkosten für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet
- Ausgaben der Touristen für die Reisevor- und -nachbereitung
- Tagesreisen aus Quellgebieten im Ausland
- Einkommenseffekte durch Outgoing-Reisen der Bevölkerung (z. B. Taxi zum Flughafen, gesamter Reisepreis)
- Freizeitverhalten im Wohnumfeld

Die Ausgaben der verschiedenen Nachfragesegmente unterscheiden sich nicht nur in ihrer absoluten Höhe, sondern vor allem auch in der strukturellen Zusammensetzung. Grundlagenforschungen des dwif konnten beispielsweise signifikante Zusammenhänge zwischen der von Übernachtungsgästen gewählten Unterkunftsform und der Höhe und Struktur der Tagesausgaben nachweisen. Auch innerhalb der Gruppe der Hotelgäste zeigen sich je nach Preis- und/oder Qualitätskategorie signifikante Unterschiede im Ausgabeverhalten der Gäste und das nicht nur hinsichtlich der reinen Unterkunfts-kosten.

Bandbreite der Ausgaben pro Kopf und Tag in Sachsen-Anhalt

Im Durchschnitt werden in Sachsen-Anhalt von Touristen pro Kopf und Tag rund 32,70 Euro ausgegeben. Bei der Berechnung dieses Wertes wurde eine segmentspezifische Gewichtung (z. B. Differenzierung nach Beherbergungsbetriebstypen oder Tagesreisemotiven) durchgeführt. Die Höhe der Ausgaben variiert je nach Gästetyp von 0 Euro bei manchen Tagesausflüglern, die „nur“ einen Bummel machen, bis hin zu weit über 250 Euro pro Kopf und Tag, wenn Übernachtungsgäste anspruchsvolle Beherbergungsbetriebe frequentieren, gehobene Lokale besuchen, Kulturveranstaltungen genießen und ausgiebig einkaufen gehen.

Auf Grund der hohen Bedeutung der Tagesgäste und den niedrigeren Ausgaben pro Kopf dieser Zielgruppe, ist der Durchschnittswert von 32,70 Euro über alle Marktsegmente zu erklären.

Für Besucher von Verwandten/Bekannt-ten (VFR), die in deren Privatwohnungen nächtigen, liegen im Gegensatz zu

den anderen Nachfragegruppierungen keine originären Angaben zum Ausgabeverhalten vor. Aus zahlreichen Untersuchungen des dwif auf Orts- und Regions-ebene, lässt sich jedoch ableiten, dass deren Ausgabeverhalten am ehesten mit dem von Tagesausflüglern vergleichbar ist. Transferleistungen der Gäste an die Gastgeber bleiben hierbei unberück-sichtigt. Dieser, den Grundsätzen kauf-männischer Vorsicht folgende Ansatz wird auch für die hier durchzuführende Untersuchung gewählt.






Bei den Übernachtungsgästen in ge-werblichen Beherbergungsstätten er-geben sich durchschnittliche Ausgaben in Höhe von 112,60 Euro pro Kopf und Tag. Dieser Wert unterliegt starken Schwankungen zwischen den einzelnen Betriebsarten:

- Bei den Hotelgästen reicht die Bandbreite der gesamten Tagesausgaben von rund 66 Euro bei Übernachtung in einfacheren Quartieren bis zu fast 276 Euro bei der Frequentierung von Spitzenbetrieben.
- In den Gasthöfen und Pensionen werden im Durchschnitt rund 106,40 Euro ausgegeben.
- Übernachtungsgäste in Privatquar-tieren und Freizeitwohnsitzen geben im Durchschnitt rund 68,90 Euro pro Kopf und Tag für Unterkunft, Verpfle-gung, Einkäufe und die Inanspruch-nahme sonstiger Dienstleistungen während des Aufenthaltes aus.
- Besucher von Verwandten/Bekann-ten (VFR) werden mit Tagesausgaben in Höhe von 23,80 Euro in Ansatz gebracht.
- Tagesbesucher gehen mit 23,80 Euro Ausgaben pro Kopf und Tag in die weiteren Berechnungen ein.

8.3 Touristische Umsätze – häufig unterschätzter Wirtschaftsfaktor

Mit den zusammengetragenen Rahmendaten wurden folgende Bruttoumsätze durch Touristen in Sachsen-Anhalt für das Jahr 2014 quantifiziert:

Abb. 23: Der touristische Gesamtmarkt in Sachsen-Anhalt 2014²⁷

Segment	Aufenthaltsstage	x	Ø-Tagesausgaben	=	Bruttoumsatz
 Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten*	1,49 Mio.	x	28,60 €	=	42,7 Mio. €
 Privatvermieter (< 10 Betten) sowie Freizeitwohnsitze**	1,97 Mio.	x	68,90 €	=	135,4 Mio. €
 Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping)**	7,12 Mio.	x	112,60 €	=	801,5 Mio. €
 Verwandten-/ Bekanntenbesuch (VFR)***	12,5 Mio.	x	23,80 €	=	297,5 Mio. €
 Tagesreisen	58,8 Mio.	x	23,80 €	=	1.398,5 Mio. €
Gesamt	81,88 Mio.				2.675,6 Mio. €

Quelle: dwif 2015

* Eigene Berechnungen des dwif u. a. auf Basis: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) (Hrsg.): Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010, Berlin 2010 sowie Angaben des Tourismusverbandes Sachsen-Anhalt e.V., dwif, München 2015

** Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale) 2015; Auskünfte und Statistiken des Tourismusverbandes Sachsen-Anhalt e.V. sowie eigene Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2015

*** Berechnung auf Basis des Wirtschaftsfaktors für Sachsen-Anhalt 2011 unter Berücksichtigung der aktuellen Haushaltszahlen, dwif München 2015

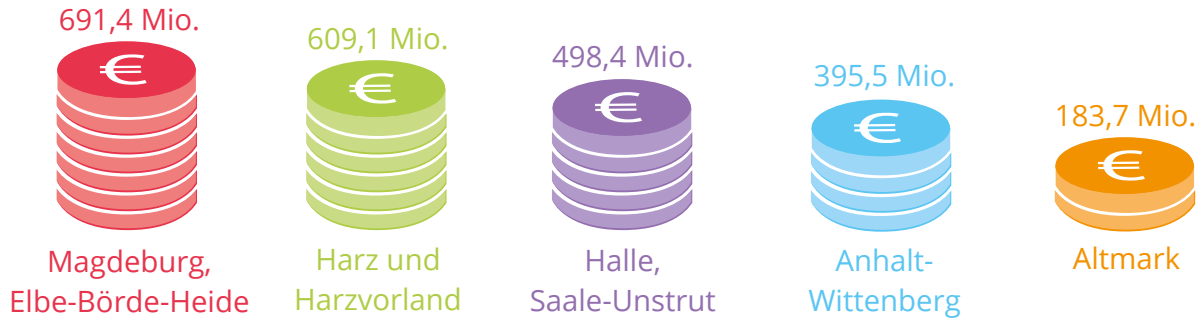
In Abb. 23 sind nur die direkten Ausgaben der Touristen aufgelistet. Es handelt sich hierbei um die erste Umsatzstufe. Nach Abzug der Umsatz-(Mehrwert)steuer in Höhe von 310,4 Mio. Euro ergibt sich ein Nettoumsatz von 2.365,2 Mio. Euro. Bei dieser Berechnung sind unterschiedliche Umsatz-(Mehrwert)steuersätze zu berücksichtigen. Für das Erhebungsjahr 2014 wurde als normaler Steuersatz 19 % angesetzt, der ermäßigte Steuersatz liegt bei 7 % (z. B. Lebensmittel, Beherbergungsleistungen). Produkte und Leistungen einiger Anbieter

(z. B. Jugendherbergen, Privatvermieter, Theater) sind von der Steuer befreit.

Für Sachsen-Anhalt konnten touristische Bruttoumsätze von 2.675,6 Mio. Euro ermittelt werden. Für die Reisegebiete wurden aufgrund fehlender Datenbasis die Umsätze nur ohne Übernachtungen bei Verwandten, Freunden, Bekannten (VFR) dargestellt. Hierbei zeigt sich, dass knapp 30 % der Umsätze auf Magdeburg, Elbe-Börde-Heide entfallen. Weitere rund 26 % der Umsätze kommen aus dem Harz und Harzvorland. >> Abb. 24

²⁷ Alle nicht mit einem Sternchen gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif und sind gerundete Werte

Abb. 24: Bruttoumsätze in den Reisegebieten in Sachsen-Anhalt²⁸

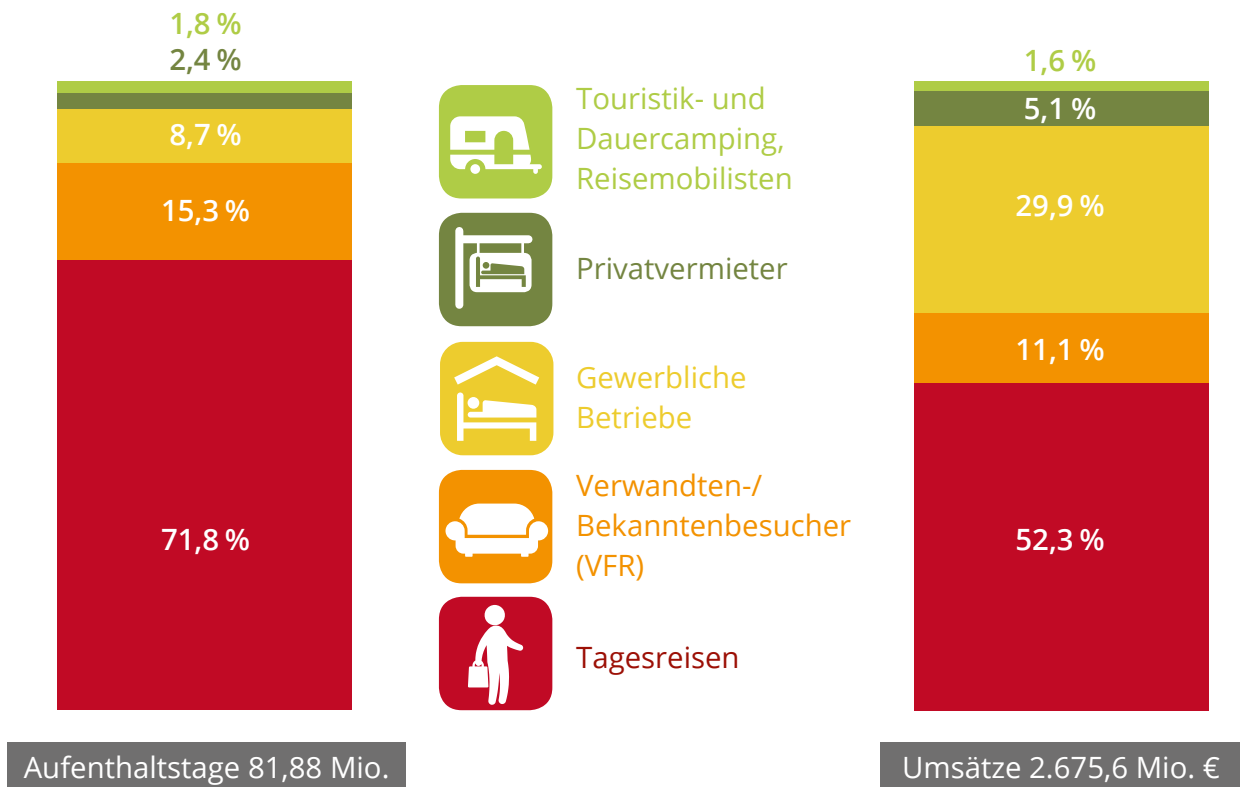


Quelle: dwif 2015

Aufenthaltsstage und Bruttoumsätze im Vergleich

Die Umsatzwirkungen der einzelnen Marktsegmente gestalten sich in Sachsen-Anhalt sehr unterschiedlich.

Abb. 25: Verteilung der touristischen Aufenthaltsstage und ihre Umsatzwirkungen in Sachsen-Anhalt



Quelle: dwif 2015

Abb. 25 unterstreicht die Dominanz des Tagestourismus bei den touristischen Aufenthaltsstagen. Eine wichtige Erkenntnis liefert auch die Betrachtung der Umsatzwirkungen, denn auch dort sind die Hälfte der Umsätze dem Tages-

tourismus gutzuschreiben. Die große Bedeutung des Übernachtungstourismus bleibt jedoch unbestritten, denn knapp 30 % der Aufenthaltsstage sorgen für rund die Hälfte (47,5 %) der touristischen Umsätze – eindrucksvoll!

²⁸ Ohne Bruttoumsätze aus der Übernachtung von Verwandten, Freunden, Bekannten (VFR)

8.4 Profitierende Branchen – Eine weit verzweigte Umwegrentabilität

Wenn von den Profiteuren des Tourismus die Rede ist, dann steht fast immer das Gastgewerbe allein im Mittelpunkt – eigentlich zu Unrecht!

Die im Zuge von Gästebefragungen gewonnenen Erkenntnisse über das Ausgabeverhalten erlauben eine detaillierte Zuordnung der touristischen Umsätze auf einzelne Branchen. Grundsätzlich ist zwischen drei übergeordneten Wirtschaftszweigen zu unterscheiden:

Gastgewerbe:

Hierzu zählen sowohl die Ausgaben für die Unterkunft (inkl. Frühstück, Halb- oder Vollpension) als auch für die Verpflegung in der Gastronomie (z. B. Restaurant-/ Cafésbesuch).

Einzelhandel:

Hierunter fallen nicht nur Lebensmitteleinkäufe, sondern vor allem Einkäufe sonstiger Waren.

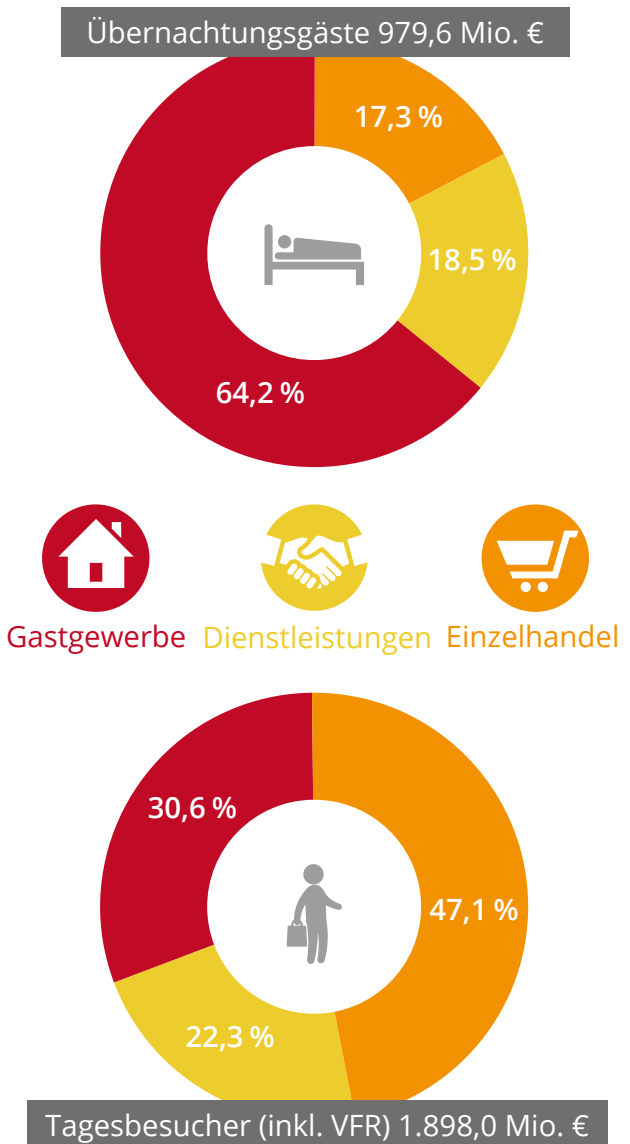
Dienstleistungen:

Hier sind Ausgaben für Unterhaltung/ Freizeit/Sport (z. B. Eintrittspreise für kulturelle Veranstaltungen, Museen, Erlebnisbäder, Sportveranstaltungen, Nutzungsgebühren), für lokale Transportmittel (z. B. ÖPNV, Taxi) sowie sonstige Dienstleistungen (z. B. Parkgebühren, Kosten für Dienstleistungen aller Art) zu nennen.

Das Ausgabeverhalten der Tages- und Übernachtungsgäste unterscheidet sich nicht nur in der Höhe, sondern auch in der Struktur. Der Übernachtungsgast gibt das meiste Geld im Gastgewerbe aus. Bei den Tagesgästen ist der Einzel-

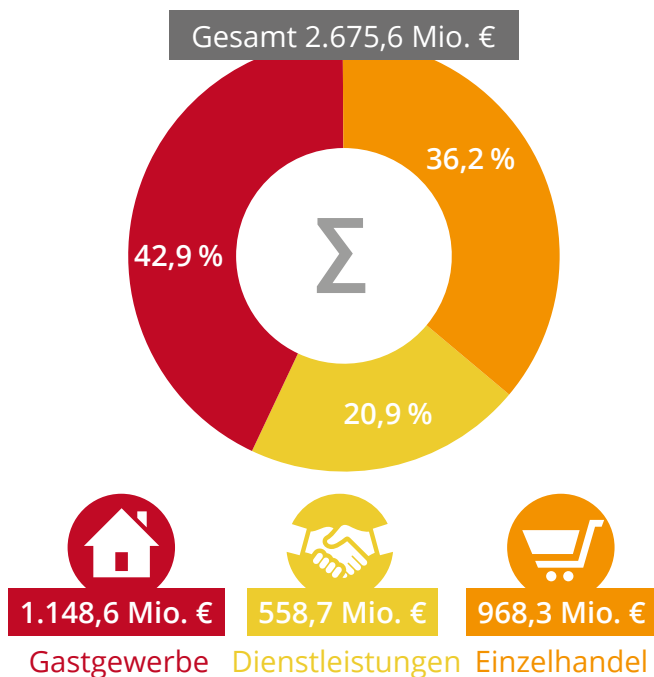
handel eindeutig als Hauptprofiteur zu identifizieren. >> Abb. 26

Abb. 26: Verteilung der Umsätze nach Branchen (Übernachtungsgäste versus Tagesreisen) in Sachsen-Anhalt



Von den Touristen profitieren also nicht nur die Beherbergungsbetriebe. Insgesamt ergibt sich folgendes Spektrum der vom Tourismus in Sachsen-Anhalt Profitierenden. >> Abb. 27

Abb. 27: Die vom Tourismus in Sachsen-Anhalt profitierenden Branchen



Quelle: dwif 2015

- Etwas mehr als ein Drittel der Umsätze (36,2 %) ergeben sich durch die Ausgaben im Einzelhandel.
- Die hohe Bedeutung des Gastgewerbes (Beherbergung und Gastronomie) drückt sich in einem Anteil von 42,9 % der Umsätze aus. Hierin sind auch die Verpflegungsarrangements der Übernachtungsgäste enthalten (z. B. Frühstück). Etwas mehr als ein Viertel der gesamten Umsätze entfällt dabei allein auf die Gastronomiebetriebe. Rund 17 % der gesamten touristischen Umsätze entfallen auf die Unterkunft.
- Der Umsatzanteil für sonstige Dienstleistungsbereiche (wie z. B. Eintrittsgebühren, Parkgebühren, Besuch von Museen, Veranstaltungen, Freizeiteinrichtungen etc.) und den lokalen Transport liegt insgesamt bei etwa 21 %.

8.5 Wertschöpfung – Einkommen bleibt in den Regionen

Unter dem Begriff „Wertschöpfung“ oder „Einkommen“ versteht man im Sinne dieser Untersuchung die

- Löhne und Gehälter der in den touristisch relevanten Betrieben beschäftigten Personen und
- Gewinne der Unternehmer.

Definition: Wertschöpfungsquoten

Wertschöpfung ist die Addition der Personalkosten (Löhne und Gehälter der Beschäftigten) und des Gewinnes der Unternehmer. Die Wertschöpfungsquote drückt den Anteil der Wertschöpfung in Relation zum Nettoumsatz aus, also den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen wird.

Neben den direkten Ausgaben der Touristen müssen die für die Aufrechterhaltung der Leistungsbereitschaft notwendigen Vorleistungslieferungen einbezogen werden. Eine Differenzierung zwischen der ersten und der zweiten Umsatzstufe soll die vielfältigen Verflechtungen verdeutlichen.

1. Umsatzstufe

Hierbei werden nur die ökonomischen Effekte durch die unmittelbaren Ausgaben der Touristen in Sachsen-Anhalt erfasst. Diese direkten Wirkungen spiegeln sich im Nettoumsatz in Höhe von 2.365,2 Mio. Euro wider. Die Wertschöpfungsquote benennt den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Einkommen wird. Den Strukturen in Sachsen-Anhalt entsprechend ergibt sich ein Anteil von 32,4 %. Basis für die Berechnung der Wertschöpfungsquoten sind branchenspezifische Betriebsvergleiche, die die Kostenstrukturen der Unternehmen

verdeutlichen. Die Vergleichswerte zwischen den einzelnen Branchen beginnen bei etwa 10 % im Lebensmitteleinzelhandel und reichen zum Teil bis zu weit über 70 % bei einer Tourist-Information. Die Verknüpfung der Wertschöpfungsquote mit dem Nettoumsatz ergibt das direkte Einkommen aus der Tourismuswirtschaft in Höhe von 765,5 Mio. Euro.

Das **direkte Einkommen** in Höhe von 765,5 Mio. Euro resultiert aus den Ausgaben der Besucher in Sachsen-Anhalt und wird u.a. durch

- Bezahlung der Hotelrechnung oder Verköstigung,
- Einkäufe beim Bäcker, Fleischer und im Lebensmitteleinzelhandel bzw. für Zwischenmahlzeiten,
- Erwerb regionalspezifischer Produkte, Souvenirs oder sonstiger Waren,
- Einkaufen,
- Kauf von Eintrittskarten für Theaterbesuche, Ausstellungen oder Sportveranstaltungen,
- Fahrscheine für den öffentlichen Personennahverkehr, Taxifahrten, etc. und
- die Nutzung spezieller Dienstleistungsangebote (z. B. Stadtführungen) bewirkt.

2. Umsatzstufe

Nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Nettoumsatz verbleibt ein Restbetrag in Höhe von 1.599,7 Mio. Euro. Diese Summe wird von den direkten Profiteuren für die Lieferung von Vorleistungen bzw. für die Inanspruchnahme von Dienstleistungen wieder ausgegeben. Im Rahmen dieser zweiten Umsatzstufe ist von einer Wertschöpfungsquote von etwa 30 % auszugehen. Dies bedeutet, dass rund 479,9 Mio. Euro an Löhnen, Gehältern und

Gewinnen bei den Vorleistungslieferanten anfallen.

Das **indirekte Einkommen** in Höhe von 479,9 Mio. Euro resultiert aus den Vorleistungen für die touristische Leistungserstellung und wird durch

- Zulieferungen (z. B. Lieferung des Fleischers an das Hotel; Frühstücksbrötchen, Brot, Kuchen und Torten für die Gäste vom Bäcker; Stromlieferung des Energieerzeugers; Werbeprospektgestaltung durch die Agentur; Jahresabschluss durch den Steuerberater),
- Investitionen für den Bau und zur Substanzerhaltung (z.B. Hotelneubau; Handwerkerarbeiten zur Renovierung wie zum Beispiel Bodenleger, Dachdecker, Elektroinstallateure, Fensterbauer, Gebäudereiniger, Maler, Sanitär- und Heizungstechniker, Schornsteinfeger, Schreiner, Tischler, Textilreiniger, Zimmerer) und
- die Bereitstellung weiterer Dienstleistungen wie z. B. Kreditwesen und Versicherungen bewirkt.

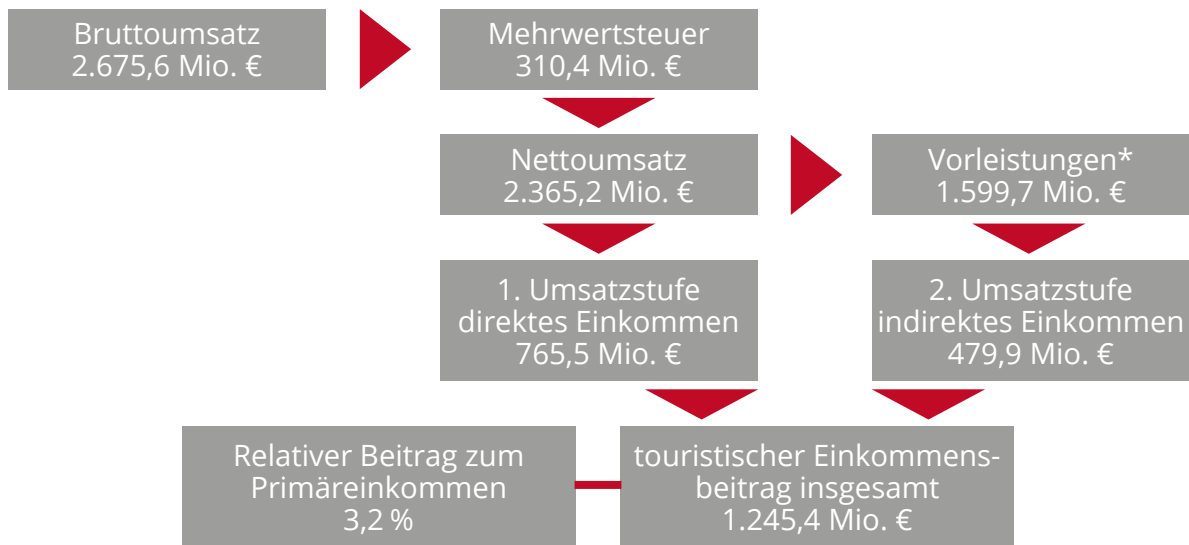
Wirkungskette der 1. und 2.

Umsatzstufe

Im Rahmen der ersten und zweiten Umsatzstufe werden 1.245,4 Mio. Euro in Sachsen-Anhalt einkommenswirksam. Auf die erste Umsatzstufe entfallen rund 61,5 %, auf die zweite Umsatzstufe 38,5 %.



Abb. 28: Die touristische Einkommenswirkung in Sachsen-Anhalt



Quelle: dwif 2015, * Woher die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe bezogen werden (z. B. Anteil für Sachsen-Anhalt, angrenzende Bundesländer, sonstiges Deutschland, Ausland), kann ohne detaillierte Erhebungen nicht ermittelt werden.

8.6 Einkommenseffekte – Tourismus lohnt sich

Ein realistisches touristisch bedingtes Einkommensäquivalent für Sachsen-Anhalt lässt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages in Höhe von 1.245,4 Mio. Euro durch das durchschnittliche Volkseinkommen pro Kopf in Höhe von 17.304 Euro in Sachsen-Anhalt ermitteln. Aus dieser Berechnung resultiert ein Äquivalent von 72.000 Personen, die rein rechnerisch ihren Lebensunterhalt, gemessen an einem durchschnittlichen Primäreinkommen pro Kopf, durch den Tourismus bestreiten können. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass beim Primäreinkommen pro Kopf auch zu versorgende Haushaltsmitglieder (Hausfrau/-mann, Kinder, etc.) als Bezugsgröße berücksichtigt werden.

Bei der Darstellung der touristisch abhängigen Arbeitsmarkteffekte ist

überdies zu berücksichtigen, dass viele Beschäftigte in Tourismusbetrieben

- nur anteilig vom Tourismus leben,
- einer Teilzeit- und Saisontätigkeit nachgehen,
- nur im Nebenerwerb beschäftigt sind und
- ein eher unterdurchschnittliches Einkommen beziehen.

Definition: Einkommensäquivalent

Das so genannte Einkommensäquivalent ergibt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages (insgesamt) durch das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf im Untersuchungsgebiet.

Im Einzelhandel oder in der Gastronomie werden auch Einheimische bedient, nur selten lassen sich die Beschäftigten eines Unternehmens daher zu 100 % der Tourismusbranche zurechnen. Die exakte Zahl der anteilig und/oder vollständig Beschäftigten im Tourismus ist jedenfalls nicht bekannt, liegt aber ver-

mutlich deutlich über dem weiter oben dargestellten Einkommensäquivalent.

8.7 Steuereffekte – Tourismus füllt die Landeskasse

Die Steuerrelevanz des Tourismus beschränkt sich nicht nur auf die Umsatz(Mehrwert)steuer, die zunächst der Bundeskasse zukommt. Auch die anteilige Lohn- und Einkommensteuer, die die im Tourismus beschäftigten Personen zu entrichten haben, muss berücksichtigt werden. Allein aus Mehrwertsteuer und Einkommensteuer ergibt sich ein Steueraufkommen aus dem Tourismus in Sachsen-Anhalt in Höhe von 253,3 Mio. Euro. Dieser Betrag fließt zunächst dem Fiskus zu! Jedoch profitiert das Land Sachsen-Anhalt über den Länderfinanzausgleich davon in erheblichem Maße. Studien des dwif belegen, dass darüber hinaus auch die Kommunen im Land von diesem, auf den Tourismus zurückzuführenden Steueraufkommen profitieren. Berechnungen des dwif im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers haben gezeigt, dass diese Steuereinnahmen der Kommunen in einer Größenordnung zwischen einem und mehr als 3 % der dort erzielten touristischen Nettoumsätze liegen.

Allgemeine Hinweise zu den Steuereffekten

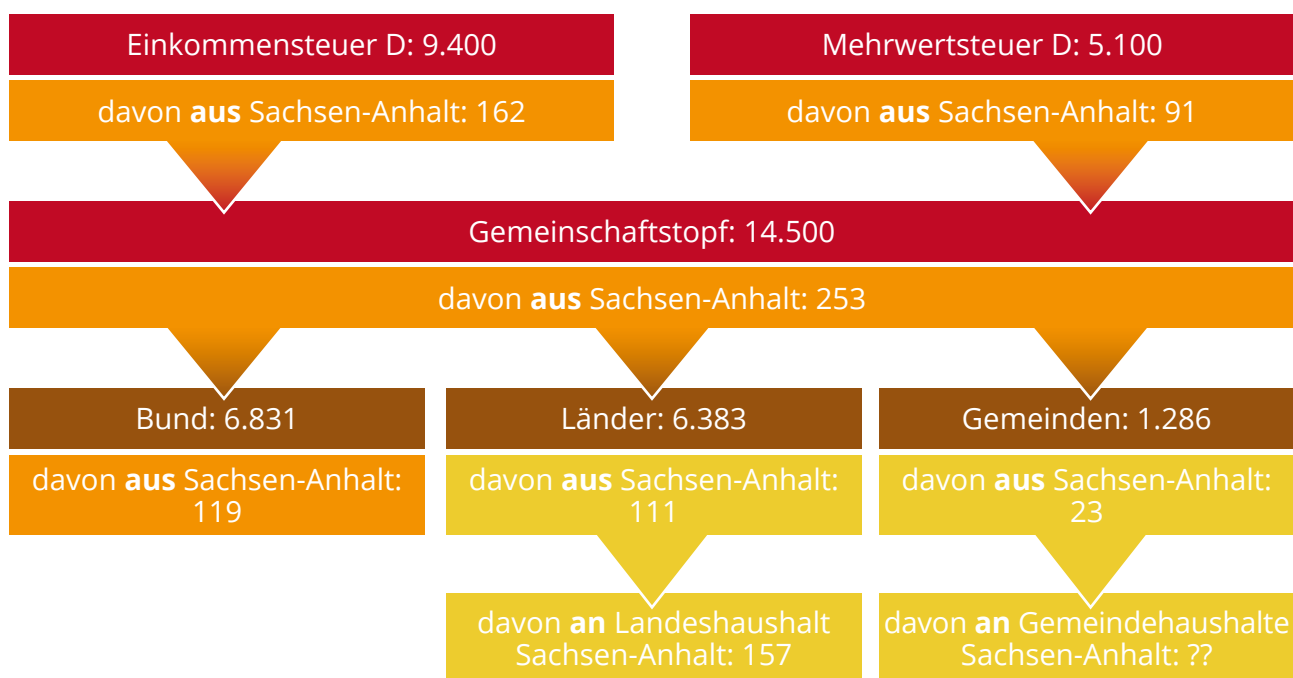
Das aus dem Tourismus in Sachsen-Anhalt resultierende Steueraufkommen für Bund, Land + Kommunen setzt sich in erster Linie aus Gemeinschaftssteuern zusammen. Dieses Steueraufkommen besteht hauptsächlich aus Mehrwertsteuer (abzüglich der enthaltenen Vorsteuer, die die Unternehmen in Sachsen-Anhalt für ihre Vorleistungsbezüge bereits entrichtet haben und diese nun

als Gegenposition in Abzug bringen) und Einkommensteuer. In nicht unerheblichem Umfang entstehen durch den Tourismus auch Grund- und Gewerbesteuererinnahmen, die den Kommunen in Sachsen-Anhalt unmittelbar zufließen und bis auf die Gewerbesteuerumlage auch dort verbleiben. Ohne aufwändige Primärerhebungen lässt sich das touristisch bedingte Volumen dieser beiden Steuerarten jedoch nicht quantifizieren.

Erfahrungen des dwif unter anderem aus den Sparkassen-Tourismusbarometer-Untersuchungen zeigen jedoch, dass die Einnahmen der Kommunen aus dem Tourismus in Form von Steuern und Gebühren die tourismusspezifischen Ausgaben der Kommunen in der Regel deutlich übersteigen, der Tourismus somit als einträgliches Geschäftsfeld für die Kommunen anzusehen ist und die Aufrechterhaltung der „Freiwilligen Leistung Tourismus“ mehr als gerechtfertigt erscheint. Dezierte Einzelberechnungen der kommunalen Einnahmen und Ausgaben wurden für ausgewählte Modellorte im Sparkassen Tourismusbarometer 2011 (Ostdeutschland) und 2013 (Westfalen-Lippe) durchgeführt.

Die dem Bundesland Sachsen-Anhalt zufließenden touristisch bedingten Steuereinnahmen lassen sich nur überschlägig und unter Zuhilfenahme bundesweiter Relationen darstellen. Abb. 29 verdeutlicht, dass dem Land Sachsen-Anhalt allein aus dem Gemeinschaftssteuertopf (Mehrwert- und Einkommensteuer) und den dorthin fließenden touristisch bedingten Steuereinnahmen aus ganz Deutschland, Einnahmen in Höhe von rund 157 Mio. Euro zufließen. Den Regularien des vertikalen Finanzausgleichs folgend, ist eine unmittelbare Gegenüberstellung des aus Sachsen-Anhalt

Abb. 29: Steuerliche Effekte aus tourismusbezogener Einkommen- und Mehrwertsteuer: Deutschland und Sachsen-Anhalt 2014 in Mio. EUR



Quelle: dwif 2015

stammenden, touristisch bedingten Steueraufkommens (253,3 Mio. Euro) mit den auf das Land Sachsen-Anhalt entfallenden touristisch bedingten Steuereinnahmen aus diesen beiden Steuerarten nicht zulässig, da ursächliche Verknüpfungen nicht gegeben sind. Das Land Sachsen-Anhalt profitiert vom deutschlandweiten Steueraufkommen aus dem Tourismus und ebenso profi-

tieren der Bund und alle Bundesländer von tourismusbedingten Steueraufkommen in Sachsen-Anhalt.

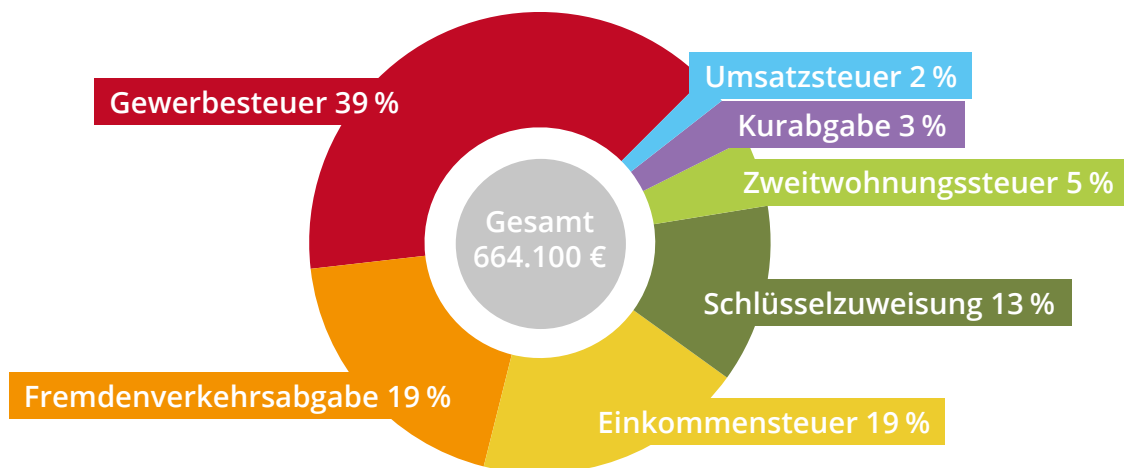
Ein Beispiel, wie die steuerlichen Effekte des Tourismus auf kommunaler Ebene aussehen, liefert Thale. Die einzelnen Werte wurden für Thale originär berechnet und sind nicht auf andere Kommunen übertragbar. >>Tab. 7 und Abb. 30

Tab. 7: Touristische Steuereffekte für Thale 2010

	Thale
Touristisch bedingtes „Netto“Steueraufkommen (insgesamt)	5.585.000 €
Anteil des gesamten Steueraufkommens an den touristischen Bruttoumsätzen	12,3 %
Touristisch bedingte Steuereinnahmen der Kommune (inkl. Kurabgabe und Fremdenverkehrsbeitrag)	664.100 €
Anteil der kommunalen Steuereinnahmen an der Haushaltssumme	5,7 %
Anteil der kommunalen Steuereinnahmen an den touristischen Bruttoumsätzen	1,5 %

Quelle: Ostdeutscher Sparkassenverband 2011

Abb. 30: Tourismusbedingte kommunale Steuereinnahmen inkl. Kur- und Fremdenverkehrsabgabe in Thale 2010



Quelle: Ostdeutscher Sparkassenverband 2011

8.8 Bedeutung des Tourismus im Vergleich 2014 zu 2006

Eine Untersuchung des Wirtschaftsfaktors Tourismus in Sachsen-Anhalt fand 2014 bereits zum vierten Mal nach 2001, 2006 und 2010 statt.

Die Unterschiede zum Jahr 2006 erklären sich wie folgt:

- Die im Vergleich zu 2006 niedrigeren Umsätze resultieren insbesondere aus den niedrigeren Zahlen beim Tagestourismus. Diese hängen insbesondere mit dem Bevölkerungsrückgang im Betrachtungszeitraum zusammen. Darüber hinaus ist auch die Tagesreiseintensität, d. h. die Anzahl der Tagesreisen pro Kopf und Jahr in Deutschland insgesamt, zurückgegangen.>> vgl. Kap. 6.4
- Die Ausgaben der Verwandten- und Bekanntenbesucher wurden im Gegensatz zu früheren Untersuchungen in Ermangelung von neuen Originalwerten nach dem Vorsichtsprinzip mit den durchschnittlichen Tagesausgaben von Tagesbesuchern (23,80 Euro) in Ansatz gebracht. Ver-

wandten- und Bekanntenbesucher haben ähnlich wie Tagesbesucher in der Regel keine Kosten für die Übernachtung, geben aber dennoch Geld für die Gastronomie, den Einzelhandel und Dienstleistungen im Bereich Freizeit und Unterhaltung aus.



Tab. 8: Wirtschaftsfaktor Tourismus 2014 ggü. 2006

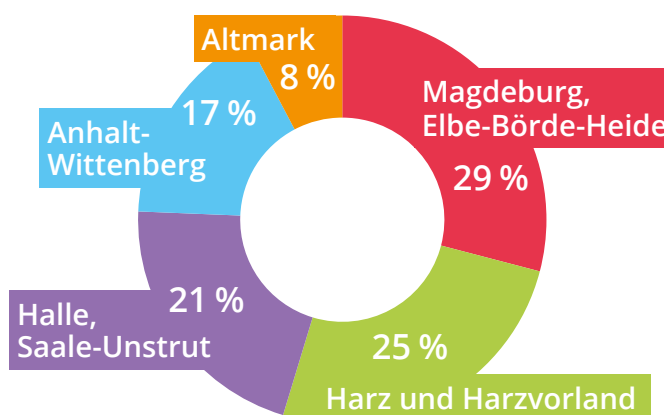
	2014	2006
Übernachtungstourismus	23,08 Mio. Aufenthaltstage	23,1 Mio. Aufenthaltstage
davon: statistisch erfasst	7,4 Mio. Aufenthaltstage	6,4 Mio. Aufenthaltstage
Tagestourismus	58,8 Mio. Aufenthaltstage	75,3 Mio. Aufenthaltstage
Bruttoumsatz	2.675,6 Mio. €	2.780,0 Mio. €
Nettoumsatz	2.365,2 Mio. €	2.460,0 Mio. €
Direkte Einkommenswirkungen aus dem Tourismus (1. Umsatzstufe)	765,5 Mio. €	900,3 Mio. €
Indirekte Einkommenswirkungen aus dem Tourismus (2. Umsatzstufe)	479,9 Mio. €	469,7 Mio. €
Absoluter touristischer Beitrag zum Primär-/Volkseinkommen insgesamt	1.245,4 Mio. €	1.370,0 Mio. €
Relativer touristischer Beitrag zum Primär-/Volkseinkommen	3,2 %	k.A.
Einkommensäquivalent	72.000 Personen	k.A.
Steueraufkommen aus dem Tourismus	253,3 Mio. €	k.A.

Quelle: dwif 2015 und Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft Sachsen-Anhalt 2011

8.9 Wirtschaftsfaktor Tourismus im Vergleich der Regionen

Im Rahmen der Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt wurde dessen Bedeutung auch für die fünf Tourismusregionen des Landes erarbeitet. Im Folgenden sind die wesentlichen Ergebnisse der Studie für die einzelnen Regionen gegenübergestellt. >> Tab. 9 und Abb. 31


Abb. 31: Verteilung der Bruttoumsätze auf die Reisegebiete²⁹



Quelle: dwif 2015

²⁹ Ohne Bruttoumsätze aus der Übernachtung von Verwandten, Freunden, Bekannten (VFR)





Tab. 9: Wirtschaftsfaktor Tourismus in den Tourismusregionen Sachsen-Anhalts³⁰



Kennziffer aus der Berechnung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus	Altmark	Anhalt-Wittenberg
Absolute Werte		
Einwohner	201.783	379.882
Übernachtungen in Betrieben (ohne VFR)	0,94 Mio.	1,47 Mio.
Tagesreisen	5,0 Mio.	11,5 Mio.
Ausgaben pro Kopf (Übernachtungsgast ohne VFR)	83,50 €	92,90 €
Ausgaben pro Kopf (Tagesgast)	21,00 €	22,50 €
Touristischer Bruttoumsatz (insgesamt)	183,7 Mio. €	395,5 Mio. €
Touristischer Einkommensbeitrag	86,9 Mio. €	184,5 Mio. €
Einkommensäquivalent	4.950 Personen	10.930 Personen
Steueraufkommen	17,3 Mio. €	36,8 Mio. €
Relative Werte		
Übernachtungen je Einwohner (ohne VFR)	4,7	3,9
Empfangene Tagesreisen je Einwohner	24,8	30,3
Empfangene Tagesreisen pro Tag	13.699	31.507
Touristischer Bruttoumsatz pro Kopf	910 €	1.041 €
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	2,5 %	2,9 %

Quelle: dwif 2015

³⁰ Reisegebiete ohne Umsätze von Verwandten-/Bekanntebesuchern (VFR) aufgrund fehlender Datenbasis, daher ergibt die Addition der einzelnen Reisegebiete an einigen Stellen nicht das Landesergebnis; Einwohnerstand 31.12.2013, zum Zeitpunkt der Berechnung lag das Ergebnis des Jahres 2014 noch nicht vor.

 Halle, Saale-Unstrut	 Harz und Harzvorland	 Magdeburg, Elbe- Börde-Heide	 Sachsen-Anhalt
604.211	364.289	694.412	2.244.577
1,78 Mio.	4,1 Mio.	2,28 Mio.	10,58 Mio.
13,0 Mio.	11,8 Mio.	17,5 Mio.	58,8 Mio.
108,70 €	83,70 €	99,70 €	92,60 €
23,50 €	22,50 €	26,50 €	23,80 €
498,4 Mio. €	609,1 Mio. €	691,4 Mio. €	2.675,6 Mio. €
232,1 Mio. €	291,6 Mio. €	319,1 Mio. €	1.245,4 Mio. €
13.520 Personen	17.640 Personen	17.730 Personen	72.000 Personen
47,1 Mio. €	59,2 Mio. €	65,0 Mio. €	253,3 Mio. €
2,9	11,3	3,3	4,7
21,5	32,4	25,2	26,2
35.616	32.329	47.945	161.096
825 €	1.672 €	996 €	1.192 €
2,2 %	4,8 %	2,6 %	3,2 %

8.10 Wirtschaftsfaktor Tourismus - Berechnungsschema

Bei der Berechnung des ökonomischen Stellenwertes des Tourismus in Sachsen-Anhalt wurde folgender Weg beschritten:

Abb. 32: Berechnungsschema Wirtschaftsfaktor Tourismus

1. Schritt: Ermittlung der Bruttoumsätze (inkl. MwSt.)
 $\text{Nachfrageumfang} \times \text{Tagesausgaben} = \text{Bruttoumsatz}$

2. Schritt: Ermittlung der Nettoumsätze (ohne MwSt.)
 $\text{Bruttoumsatz} - \text{Umsatz(Mehrwert)steuer} = \text{Nettoumsatz}$

3. Schritt: Ermittlung der Einkommenswirkungen 1. Umsatzstufe (EW1)
 $\text{Nettoumsatz} \times \text{Wertschöpfungsquote} = \text{EW1}$

4. Schritt: Ermittlung der Einkommenswirkungen 2. Umsatzstufe (EW2)
 $(\text{Nettoumsatz} - \text{EW1}) \times \text{Wertschöpfungsquote} = \text{EW2}$

5. Schritt: Ermittlung des touristischen Einkommensbeitrages
 $\text{EW1} + \text{EW2} = \text{Einkommen aus dem Tourismus}$

Quelle: dwif 2015

Hinweis:

Alle Daten wurden nach Segmenten aufgeteilt, individuell berechnet und entsprechend der spezifischen Situation in Sachsen-Anhalt gewichtet!

Quellenverzeichnis

BMWI-Projekt Arbeitsmarkt- und Fachkräfteanalyse Tourismus: Fachkräfte für den Tourismus – Fit für die Zukunft. Maßnahmen für Ihren Unternehmenserfolg! Dresden, 2014.

BMWI-Projekt Arbeitsmarkt- und Fachkräfteanalyse Tourismus: Projektbericht Arbeitsmarkt- und Fachkräfteanalyse Tourismus. Dresden, 2014.

Bundesagentur für Arbeit – Regionaldirektion Sachsen-Anhalt-Thüringen (Hrsg.): Fachkräftestudie bis 2020 Sachsen-Anhalt. Halle, 2015.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) (Hrsg.): Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010. Berlin, 2010.

dwif e. V. (Hrsg.): Hotelbetriebsvergleich. in: dwif-Sonderreihe, Nr. 79. München, 2013.

dwif e. V. (Hrsg.): Tagesreisen der Deutschen. in: dwif-Schriftenreihe, Heft 55. München, 2013.

dwif e. V. (Hrsg.): Ausgaben der Übernachtungsgäste. in: dwif-Schriftenreihe, Heft 53. München, 2010.

FeWo-direkt: Der Ferienhausmarkt in Deutschland – Volumen und ökonomische Bedeutung. Frankfurt/Main, 2015.

GfK Travel & Logistics, Prof. Dr. Bernd Eisenstein [Hrsg.]: GfK/IMT Destination-Monitor Deutschland 2014. Nürnberg / Lübeck, 2015.

Landestourismusverband Sachsen e. V. (Hrsg.): Spiegel der Kundenzufriedenheit. Dresden, 2014.

Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt (Hrsg.): Demografie-Allianz Sachsen-Anhalt. Auf dem Weg zu einer starken Partnerschaft. Magdeburg, 2011.

Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt (Hrsg.): Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt. Magdeburg, 2011.

Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt (Hrsg.): Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2020. Magdeburg, 2013.

Ostdeutscher Sparkassenverband (Hrsg.): Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland, Jahresberichte 2011-2015. Berlin, 2011-2015.

Darüber hinaus wurden diverse Statistiken der Bundesagentur für Arbeit, der IHKn Halle-Dessau und Magdeburg, des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt und des Statistischen Bundesamtes genutzt.

Impressum

Herausgeber:	Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt
Träger:	Tourismusverband Sachsen-Anhalt e. V.
Projektleitung:	Tourismusverband Sachsen-Anhalt e. V.
Konzeption, Text:	dwif-Consulting GmbH München, Berlin
Projektpartner:	IHK Halle-Dessau, IHK Magdeburg, Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt
Layout und Satz:	DIZEO - Agentur für Unternehmenskommunikation, Potsdam
Bildnachweise	
Umschlagfoto:	Tourismusverband Sachsen-Anhalt e. V.
Seite 12:	iStock.com/monkeybusinessimages
Seite 15:	oberes Foto: Hotel „Weißer Hirsch“, Wernigerode unteres Foto: © Dorint Charlottenhof Halle (Saale)
Seite 27:	iStock.com/dolgachov
Seite 28:	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbh/ Boris Breuer im Auftrag intention
Seite 38:	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbh/ Hufnagl, Tim
Seite 42:	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbh/ Frank Boxlerr

