

Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Reiseland Mecklenburg-Vorpommern — Angebot und Nachfrage

Ausblick



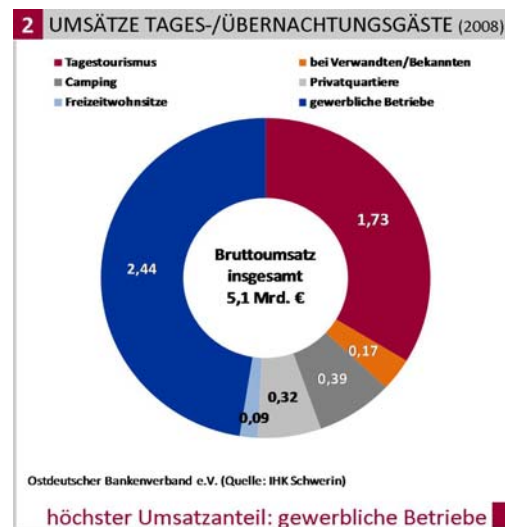
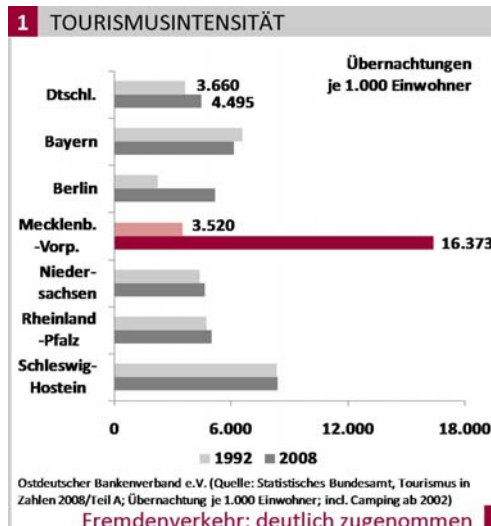
Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Reiseaufkommen weltweit stark gestiegen — auch in Mecklenburg-Vorpommern

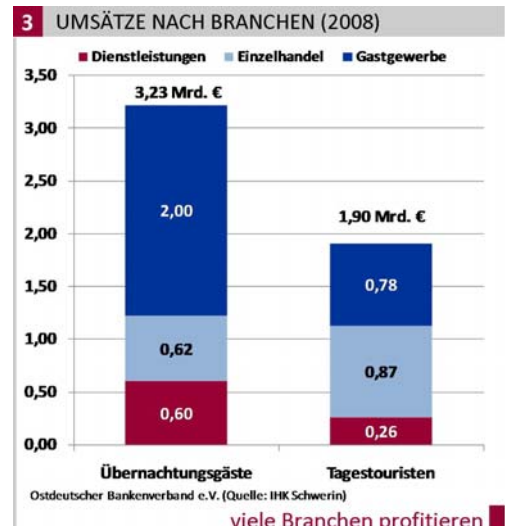
Die Deutschen sind für ihre Reiselust bekannt. Besonders gerne reisen sie dabei innerhalb des eigenen Landes. Steigende Einkommen, zunehmende Lebenserwartung und Mobilität ließen das Reiseaufkommen wachsen. Gleichzeitig ist es in den letzten Jahrzehnten weltweit zu ähnlichen Entwicklungen gekommen. Von diesen Faktoren hat auch Mecklenburg-Vorpommern profitiert. Bei bereits guter Ausgangslage erfuhr der Fremdenverkehr seit der Wiedervereinigung nochmals einen enormen Bedeutungsschub. Wurden 1992 ca. 2,7 Mio. Besucher begrüßt, die hier 9,4 Mio. Nächte verbrachten, war das Land 2009 bereits Gastgeber für 6,9 Mio. Reisende. Im Schnitt verweilen sie etwas über vier Tage im Land, was ca. 28,4 Mio. Übernachtungen entspricht. Die Tourismusintensität (Übernachtungen pro 1.000 Einwohner) stieg merklich von ca. 3.500 auf ca. 16.400 (s. *Grafik 1*). Im Vergleich der 6 Länder mit den höchsten Werten führt Mecklenburg-Vorpommern bereits seit 1999 mit zunehmendem Abstand. Nicht berücksichtigt sind hierin schätzungsweise 4,5 Mio. Übernachtungen in kleineren Unterkünften mit weniger als 9 Betten sowie z.B. Schlafgelegenheiten bei Freunden und Bekannten oder in eigenen Ferienobjekten. Von hoher Bedeutung sind ferner um die 70 Millionen Tagesausflüge/-geschäftsreisen im Jahr.

Tourismus: heterogene, wichtige Querschnittsbranche

Die durch die Gäste im Land verausgabten Mittel beliefen sich 2008 auf insgesamt 5,1 Mrd. €



(brutto). Fast die Hälfte davon entfiel auf Touristen, die in gewerblichen Unterkünften übernachteten. Danach folgen mit ca. einem Drittel der Ausgaben die Tagesreisenden (s. *Grafik 2*). Von den Umsätzen profitierten eine Vielzahl von Wirtschaftszweigen, vorrangig das Beherbergungs- und Gastgewerbe sowie der Einzelhandel. Weiterer Nutznießer war der Dienstleistungsbereich, z.B. über den Kultur- und Sportbetrieb oder das Verkehrswesen (s. *Grafik 3*). Das daraus resultierende Einkommen (Löhne/Gehälter, Gewinne) belief sich auf über 1,6 Mrd. €. Es sind sogar ca. 2,5 Mrd. €, wenn man noch die Vorleistungen für die Reisebranche (z.B. Werbung, Zulieferung an Hotels) berücksichtigt. Damit trägt der Tourismus mit ca. 10% erheblich zum Primäreinkommen in Mecklenburg-Vorpommern bei.



Reiseland Mecklenburg-Vorpommern — Angebot und Nachfrage

Mecklenburg-Vorpommern bietet als Ostseeanrainer und mit seinen Binnenseen ein vielfältiges Angebot für Erholungssuchende (s. *Grafik 4*). Imageprägend sind vor allem die landschaftlichen Reize des Landes sowie die vielfältigen Bademöglichkeiten. Klassische Reisezeiten im Nordosten der Republik sind entsprechend die Sommermonate rund um die Hauptferienzeit, mit Spitzenwerten in den Monaten Juli und August. Als ergänzende Bausteine locken darüber hinaus bedeutende Kulturstätten, wie z.B. die UNESCO-Weltkulturerbestätten der Altstädte von Stralsund und Wismar oder die Landeshauptstadt Schwerin, sowie Angebote zur aktiven Betätigung (z.B. Wassersport, Radtourismus) Gäste ins Land. Für Kurgäste und Gesundheitsurlauber stehen u.a. Angebote in acht Heil- bzw. Seeheilbädern und vier Luftkurorten bereit.

Nach Mecklenburg-Vorpommern zieht es vorrangig Gäste aus dem Inland, die 2009 auf einen Anteil von etwa 96% kamen. Darunter waren — neben den Einheimischen — Reisende aus den ostdeutschen Bundesländern sowie Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen besonders stark vertreten. Bei den Tagesausflügen dominieren die Einwohner des Landes, gefolgt von Gästen aus den Nachbarregionen sowie den Großstädten Berlin und Hamburg. Seit 1992 hat das Land zwar auch mehr ausländische Besucher anziehen können, liegt aber den-

noch im gesamtdeutschen Vergleich deutlich zurück (4% ggü. 18% der Reisenden). Mehr als jeder neunte der ausländischen Gäste kommt dabei aus Europa. Besonders zahlreich sind hierunter Schweden, Dänen, Niederländer und Schweizer.

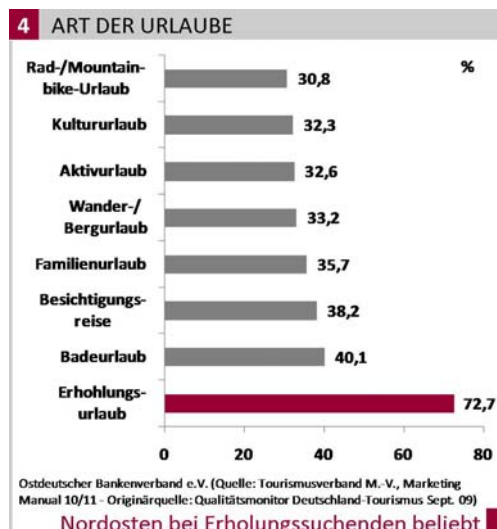
Die Reisenden konnten im letzten Jahr ihre Unterkunft aus ca. 176.000 Betten in mehr als 2.700 Beherbergungsbetrieben wählen. Bis Ende der 90er Jahre vollzog sich ein intensiver Ausbau der Kapazitäten, mit Ausnahme von 2003 wurden aber auch in den folgenden Jahren neue Schlafgelegenheiten geschaffen. Deren Auslastung lag ab 2002 – bei einer schwankenden Entwicklung – durchweg über dem gesamtdeutschen Wert. Zuletzt (2008) lag die durchschnittliche Auslastungsquote bei 39,8% (s. *Grafik 5*). Der Nordosten verfügt zudem mit ca. 25.000 Stellplätzen über das dritthöchste Camping-Angebot unter den Bundesländern.

Die regionale Entwicklung des Tourismus verlief stark differenziert. Nach Übernachtungen führen die Küstengebiete die Rangfolge der Reiseregionen an, wo die Gäste im Schnitt auch am längsten verweilen. Besonders beliebt sind die Inseln Rügen/Hiddensee und Usedom sowie die Halbinsel Fischland-Darß-Zingst, die 2009 (Zahlen bis November) zusammen fast die Hälfte der Übernachtungen auf sich vereinten. Anschließend folgt die Mecklenburgische Schweiz

Gästekunft: ausgeprägte Binnenorientierung

Auslastung über deutschem Durchschnitt, trotz deutlichem Kapazitätswachstum

Regional differenzierte Entwicklung



Ostseestrände wichtigste Reiseziele im Nordosten

und Seenplatte, bekannt vor allem durch die Müritz. Westmecklenburg incl. der Landeshauptstadt ist die kleinste Reiseregion, wenn gleich hier der höchste Zuwachs zu verzeichnen ist. Der Anstieg dürfte stark durch die Bundesgartenschau getrieben sein, die im letzten Jahr in Schwerin ausgerichtet wurde (s. Grafik 6). Tagesreisen wurden ebenfalls vor allem in die Küstengebiete unternommen, die neben Rostock weitere Oberzentren einschließen. Diese dürften aufgrund ihrer zentralen Kultur- und Verwaltungsfunktionen sowie der Einkaufsstätten für Ausflüge besonders attraktiv sein.

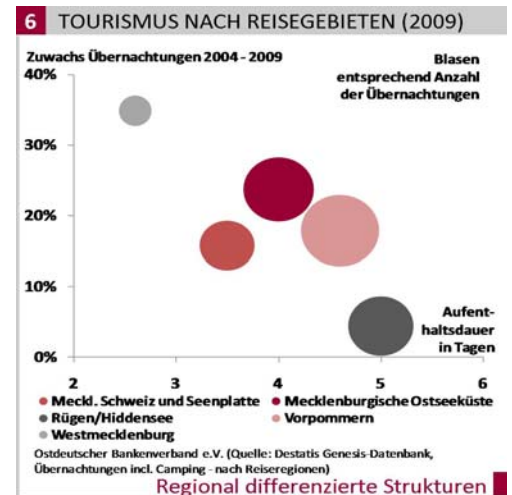
Ausblick

Mecklenburg-Vorpommern attraktives Reiseziel — langfristig weiterhin Wachstum

Mecklenburg-Vorpommern ist ein klassisches Reiseziel im Inlandstourismus. Das Land konnte dabei seine Position in den letzten Jahren bedeutend ausbauen. Im Zuge dieser Entwicklung hat der Tourismus seine Stellung als wichtiger Wirtschaftsfaktor weiter verfestigt. Die künftige Positionsbestimmung wird vor allem von der Wirtschaftsentwicklung in den Herkunftsgebieten der Reisenden und damit den Zukunftsaussichten des einzelnen Gastes beeinflusst. Das zurückliegende Jahr brachte zwar wieder neue Übernachtungsrekorde. Dennoch ist die schwächere gesamtwirtschaftliche Entwicklung weiterhin ein Unsicherheitsfaktor. Ist doch nicht auszuschließen, dass Belastungen erst zeitverzögert spürbar werden.

Stetiger Wandel der Nachfrage — Alleinstellungsmerkmale aktiv vermarkten

Langfristig dürfte der Tourismus weiterhin wachsen, auch wenn es schwer wird, die bisherigen Zahlen immer wieder zu übertreffen. Schwerpunkt des Reiseverkehrs im Norden bleibt das Thema „Erholungsurlaub rund um das Wasser“. Zugleich werden die Regionen hiervon auch künftig sehr unterschiedlich profitieren. Gleichzeitig wandelt sich die Nachfrage unaufhaltsam weiter. Spontanere Reiseentscheidungen, kürzere Aufenthaltszeiten und steigende Preissensibilität bleiben wichtige Trends. Hinzu kommen Herausforderungen, aber auch Chancen aus übergreifenden Themen wie z.B. steigenden Energiekosten und



dem Klimawandel. Veränderungen für die Reisebranche bringt auch die fortschreitende Alterung der Gesellschaft und damit der Reisenden mit sich. Bei alledem werden sich die Reisemärkte aufgrund der zunehmenden Individualisierung der Lebensstile weiter ausdifferenzieren.

Höhere Wachstumsreserven dürften noch bei den ausländischen Besuchern liegen. Eine Vermarktung im europäischen Ausland ist damit weiterhin notwendig. Darüber hinaus müssen - trotz weitgehender Aufteilung der Marktanteile - die inländischen Kunden intensiv gepflegt werden, da für die bisherigen Zielgruppen andere Urlaubsorte zunehmend attraktiver werden. Im Wettbewerb mit gleichartigen Tourismuszielen erlangen dabei die Qualitätsstandards eine immer größere Bedeutung. Um sich im schärfer werdenden Wettbewerb zu behaupten, müssen die Anbieter daher weiter ihre Alleinstellungsmerkmale intensiv vermarkten, sich spezialisieren, neue und innovative Angebote unterbreiten sowie verstärkt auf Qualität setzen.

IMPRESSUM

Ostdeutscher Bankenverband e.V.
Berliner Str. 44 — 10713 Berlin

Tel.: 030/8877788-0 — Fax: 030/8877788-8
Email: info@ostbv.de — Internet: www.ostbv.de

Bildquelle: Carniel/vsl/mediacolors
Verantwortlich: Klaus Wagner-Wieduwilt