

Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Reiseland Sachsen-Anhalt  
— Angebot und Nachfrage

Ausblick



## Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Reiseaufkommen weltweit stark gestiegen — auch in Sachsen-Anhalt

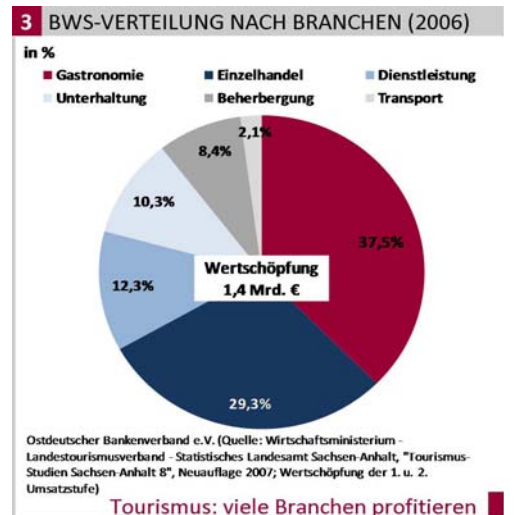
Die Deutschen sind für ihre Reiselust bekannt. Das eigene Land ist dabei ihr liebstes Reiseziel. Steigende Einkommen, zunehmende Lebenserwartung und Mobilität ließen das Reiseaufkommen wachsen. Gleichzeitig ist es in den letzten Jahrzehnten weltweit zu ähnlichen Entwicklungen gekommen. Von diesen Faktoren hat auch Sachsen-Anhalt profitiert. Der Fremdenverkehr erfuhr seit der Wiedervereinigung einen deutlichen Bedeutungszuwachs. Wurden 1992 noch 1,1 Mio. Besucher begrüßt, die hier 3,3 Mio. Nächte verbrachten, war das Land 2008 bereits Gastgeber für 2,6 Mio. Reisende. Sie verweilten durchschnittlich zweieinhalb Tage im Land, was ca. 6,7 Mio. Übernachtungen entspricht. Die Tourismusintensität (Übernachtungen pro 1.000 Einwohner) stieg damit von ca. 1.000 auf nicht ganz 2.800 (s. *Grafik 1*). Im Bundesländervergleich verharrt Sachsen-Anhalt mit diesem Wert auf dem 13. Platz. Nicht berücksichtigt sind hierin schätzungsweise 1,4 Mio. Übernachtungen in kleineren Unterkünften mit weniger als 9 Betten sowie der „Graue Beherbergungsmarkt“ (z.B. Schlafgelegenheiten bei Freunden und Bekannten oder in eigenen Ferienobjekten) in einer Größenordnung von ca. 13 Mill. Nächten jährlich. Von hoher Bedeutung sind ferner die nicht ganz 80 Millionen Tagesausflüge/-geschäftsausflüge im Jahr.

Tourismus heterogene und wichtige Querschnittsbranche in Sachsen-Anhalt

Die von den Reisenden verausgabten Mittel summierten sich 2006 auf insgesamt 2,8 Mrd. €



(s. *Grafik 2*). Den höchsten Anteil hierzu trugen die Tagestouristen bei, während aber der einzelne Übernachtungsgast im Schnitt deutlich mehr ausgab. Diese Umsätze des Fremdenverkehrs kamen einer Vielzahl von Wirtschaftszweigen zugute. Vorrangig profitierten das Beherbergungs- und Gastgewerbe sowie der Einzelhandel. Weitere Nutznießer waren z.B. der Kultur- und Sportbetrieb, das Verkehrswesen oder die Gesundheitswirtschaft. Die daraus resultierende originäre Bruttowertschöpfung belief sich auf etwa 900 Mill. € (zum Vergleich: Industrie 8,7 Mrd. €). Berücksichtigt man noch die Vorleistungen für die Tourismusbranche (z.B. Werbeprestationen, Zulieferung an Hotels), ist die wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs mit 1,4 Mrd. € jährlicher Wertschöpfung beachtlich (s. *Grafik 3*).



## Sachsen-Anhalt als Reiseland — Angebot und Nachfrage

Sachsen-Anhalt verfügt über eine bedeutende Kulturlandschaft, was auch die Deklaration zahlreicher Baudenkmäler bzw. –ensembles als UNESCO-Weltkulturerbe unterstreicht. Für eine Reise in das Land sind daher vor allem die Sehenswürdigkeiten ausschlaggebend, oftmals in Verbindung mit den landschaftlichen Reizen einzelner Regionen. Speziell die Stätten, von denen die Reformation ausging, sind imageprägende Marksteine für die Vermarktung Sachsen-Anhalts. Daneben bestehen touristische Schwerpunktthemen, wie z.B. die „Straße der Romanik“ oder „Gartenträume“ mit dem Ausgangspunkt Wörlitzer Park, die entsprechend vermarktet und in das Gesamtland umfassende Kampagnen einbezogen werden. Für Erholungssuchende bieten z.B. die Reitwege in der Altmark oder Wanderrouten im Harz zusätzlich aktive Betätigungsfelder. Kurgästen und Wellnessurlaubern stehen u.a. Angebote aus zehn Heilbädern und Kurorten zur Verfügung.

Das Inland ist klar die Hauptquelle für den Tourismus Sachsen-Anhalts (s. *Grafik 4*). Etwa 93% der Übernachtungen 2008 buchten deutsche Gäste. Diese kamen — neben den Einheimischen — vor allem aus angrenzenden sowie den bevölkerungsreichen Bundesländern. Bei den Tagesausflügen dominieren die Einwohner des Landes, gefolgt von Gästen aus den Nachbarregionen. Seit 1992 hat das Land zwar auch mehr ausländische Besucher anziehen können,

liegt aber dennoch im gesamtdeutschen Vergleich deutlich zurück (8% ggü. 19% der Reisenden). Etwa 8 von 10 ausländischen Touristen kamen zuletzt aus Europa. Besonders stark vertreten sind die Niederländer, gefolgt von den Dänen. Regional fallen noch schwedische Kurzurlauber im südlichen Sachsen-Anhalt ins Gewicht. Bei den außereuropäischen Herkunftsgeländern sind vor allem die USA bedeutend woher ca. 5% der Auslandsgäste stammten.

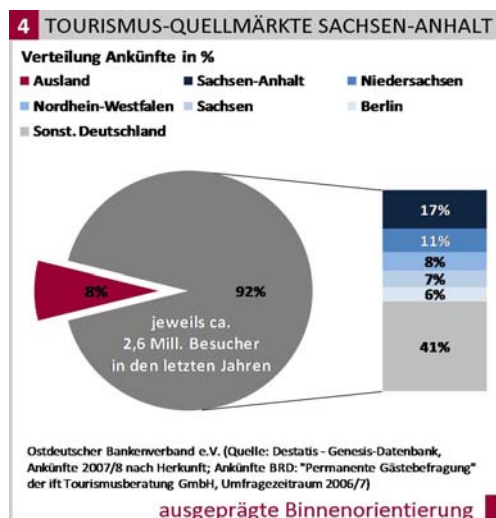
Die Reisenden konnten im letzten Jahr ihre Unterkunft aus ca. 54.000 Betten in nicht ganz 1.100 Beherbergungsbetrieben wählen. Aufgebaut wurden diese Kapazitäten vor allem bis Mitte der 90er Jahre. Nach unregelmäßiger Entwicklung wurden seit 2006 wieder durchgängig neue Schlafgelegenheiten geschaffen. Dennoch entwickelte sich die Auslastung positiv, auch wenn die Werte weiterhin signifikant hinter dem gesamtdeutschen Mittel zurückbleiben. Aktuell (2008) beträgt die durchschnittliche Auslastungsquote gut 33% (s. *Grafik 5*).

Die regionale Entwicklung des Tourismus verlief stark differenziert. Die Rangfolge der Reise- regionen hat sich dabei in der ersten Dekade des 20. Jahrhunderts nicht verändert. Mit einem Anteil von gut 40% der Übernachtungen ist das Gebiet „Harz und Harzland“ das mit Abstand wichtigste Reiseziel in Sachsen-Anhalt. Hier ist gleichzeitig der höchste Zuwachs seit

Gästeherkunft: ausgeprägte Binnenorientierung

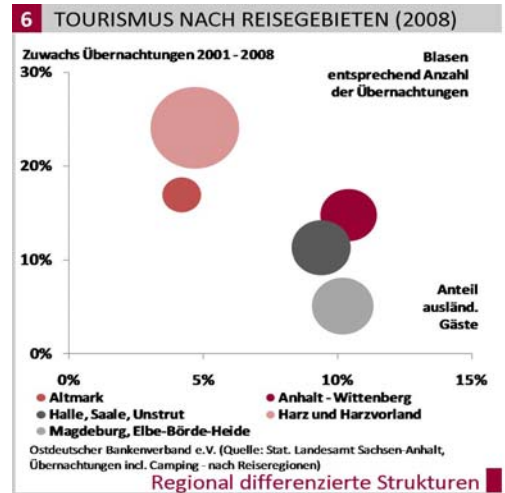
Auslastungsquote entwickelt sich positiv

Differenzierte Entwicklung in den einzelnen Regionen



## Der Harz — die wichtigste Reiseregion im Land

2001 zu verzeichnen. Nach Anzahl der Übernachtungen folgt der mittlere Landesteil, der die Landeshauptstadt einbezieht. Diese dürfte aufgrund ihrer Wirtschaftskraft, der Verwaltungsfunktionen sowie der Einkaufsstätten auch für Tagesreisende besonders attraktiv sein. Dies trifft gleichfalls auf Halle zu, das auch mit einem vielfältigen Kulturangebot punkten kann. Ausländische Gäste besuchten vor allem das südliche sowie zentrale Sachsen-Anhalt. Die wenigsten Übernachtungen entfielen auf die Altmark, wenngleich die Region beim Wachstum an zweiter Stelle liegt (s. Grafik 6).



## Ausblick

### Sachsen-Anhalt als Reiseziel attraktiv — langfristig weiterhin Wachstum

Sachsen-Anhalt wird zumeist nicht zu den klassischen Reisezielen gezählt. Dabei ist es für Besucher zunehmend attraktiv, was gestiegene Gästezahlen aus In- und Ausland belegen. Im Zuge dieser Entwicklung hat sich der Tourismus als ein wichtiger Wirtschaftsfaktor etabliert. Die künftige Positionsbestimmung des Tourismus wird letztlich vor allem von der Wirtschaftsentwicklung in den Quellmärkten und damit den Zukunftsaussichten des einzelnen Gastes beeinflusst werden. Kurzfristig bleibt abzuwarten, wie sich die aktuelle Krise — vor allem in Deutschland — weiter auswirken wird. Verläuft die bisherige Entwicklung auch weitgehend stabil, ist nicht auszuschließen, dass Belastungen erst zeitverzögert spürbar werden.

### Stetiger Wandel der Nachfrage — Alleinstellungsmerkmale aktiv vermarkten

Dennoch wird der Tourismus in der langfristigen Betrachtung weiter wachsen, auch wenn die einzelnen Regionen davon unterschiedlich profitieren werden. Gleichzeitig wandelt sich die Nachfrage unaufhaltsam weiter. Spontane Reiseentscheidungen, kürzere Aufenthaltszeiten und steigende Preissensibilität bleiben wichtige Trends. Hinzu kommen übergreifende Themen, wie z.B. steigende Energiekosten und der Klimawandel. Neue Herausforderungen für die Reisebranche ergeben sich auch aus der fortschreitenden Alterung der Gesellschaft und damit der Reisenden. Bei alledem werden sich die Reisemärkte aufgrund der zunehmenden

Individualisierung der Lebensstile weiter ausdifferenzieren.

In Sachsen-Anhalt definieren auch künftig Kulturtourismus sowie aktiver Erholungsurlaub die wichtigsten touristischen Standbeine. In einer Steigerung des Bekanntheitsgrades des Landes ist dabei noch Potenzial verborgen. Höhere Wachstumsreserven dürften hier vor allem bei den ausländischen Besuchern liegen. Eine stärkere Vermarktung, vor allem im europäischen Ausland, ist also weiterhin notwendig. Darüber hinaus müssen trotz weitgehender Aufteilung auch die inländischen Märkte 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