

Bundesamt
für Bauwesen und
Raumordnung

Beschäftigungspotenziale des Tourismus in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer

Endbericht

März 2006

Projektbetreuung

Dr. Steffen Maretzke

Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung, Bonn

Volker Mattern

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, Berlin

Auftragnehmer

Dr. Holger Platz

Björn Gabler

Dr. Christine Lange-Krüger

Michael Krüger

Gunnar Platz

PLANCO Consulting GmbH, Essen/Schwerin

Inhalt

1. Fragestellung	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.	
1.1 Hintergrund		1
1.2 Thematische Abgrenzung		1
1.2.1 Ländliche Regionen		1
1.2.2 Wassertourismus		2
2. Tourismus in ländlichen Regionen der neuen Länder: Bisherige Entwicklung und wirtschaftliche Bedeutung		3
2.1 Touristische Nachfrage		3
2.1.1 Nachfrage aus dem Inland		4
2.1.2 Nachfrage aus dem Ausland		6
2.1.3 Gästeübernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit über acht Betten		7
2.1.4 Übernachtungen in kleinbetrieblichen Einrichtungen und Privatquartieren		8
2.1.5 Campingplätze		10
2.1.6 Tagesreisen (ohne Übernachtung)		11
2.1.7 Schlussfolgerungen		12
2.2 Einkommens- und Beschäftigungseffekte des Tourismus im Jahr 2004		13
2.2.1 Einkommenseffekte		13
2.2.1.1 Methodik		13
2.2.1.2 Umsätze aus Touristenausgaben		14
2.2.1.3 Einkommen aus direkten und indirekten Umsätzen		15
2.2.2 Beschäftigungseffekte		16
3. Szenarien 2020 für den Tourismus in Ländlichen Regionen der neuen Bundesländer unter dem Einfluss veränderter Rahmenbedingungen		18
3.1 Übersicht über die Szenarien		18
3.2 Szenarioannahmen		20
3.2.1 Bevölkerungsrückgang und Veränderungen der Altersstruktur: Szenario 1		20
3.2.2 Einkommen und Einkommensverwendung: Szenario 2		22
3.2.3 Entwicklung des Tourismus aus dem Ausland		27
3.3 Auswirkungen der Szenarioannahmen auf die touristische Nachfrage in den neuen Bundesländern		28
3.3.1 Szenario 1: Rückläufige Bevölkerungsentwicklung		28
3.3.2 Szenario 2: Überlagerung der Bevölkerungsentwicklung durch die Einkommensentwicklung		29
3.4 Übertragung der Szenarien auf die ländlichen Regionen der neuen Bundesländer		29
3.4.1 Tourismusvolumen		29
3.4.2 Beschäftigungseffekte des Tourismus 2020 im Szenario 2		31

4. Tourismus in ausgewählten Regionen unter besonderer Berücksichtigung des Wassertourismus und Potenziale für eine Erhöhung der Marktanteile	32
4.1 Auswahl und Abgrenzung der Beispielregionen	32
4.1.1 Kurzbeschreibung der Beispielregionen	33
4.1.1.1 Mecklenburgische Seenplatte	33
4.1.1.2 Ruppiner Land/Oberhavel	34
4.1.1.3 Mittelelbe	34
4.2 Profile, Nachfrageentwicklung, Stärken, Schwächen und Potenziale	35
4.2.1 Mecklenburgische Seenplatte	35
4.2.1.1 Profil und Zielgruppen	35
4.2.1.2 Standortfaktoren	35
4.2.1.2.1 Lage und Erreichbarkeit	35
4.2.1.2.2 Wirtschaft und Bevölkerung	36
4.2.1.3 Angebots- und Nachfrageentwicklung	36
4.2.1.3.1 Übernachtungstourismus	36
4.2.1.3.2 Tagestourismus	37
4.2.1.3.3 Camping	37
4.2.1.3.4 Herkunftsstruktur	38
4.2.1.4 Wassertourismus	38
4.2.1.4.1 Bootstourismus	38
4.2.1.4.2 Fahrgastschiffahrt	39
4.2.1.4.3 Maritime Großveranstaltungen	40
4.2.1.5 Stärken und Schwächen	40
4.2.1.5.1 Allgemeine touristische Stärken und Schwächen	40
4.2.1.5.2 Wassertouristische Stärken und Schwächen	40
4.2.2 Ruppiner Land/Oberhavel	41
4.2.2.1 Profil und Zielgruppen	41
4.2.2.2 Standortfaktoren	42
4.2.2.2.1 Lage und Erreichbarkeit	42
4.2.2.2.2 Wirtschaft und Bevölkerung	43
4.2.2.3 Angebots- und Nachfrageentwicklung	43
4.2.2.3.1 Übernachtungstourismus	43
4.2.2.3.2 Tagestourismus	44
4.2.2.3.3 Camping	44
4.2.2.3.4 Herkunftsstruktur	44
4.2.2.4 Wassertourismus	45
4.2.2.4.1 Bootstourismus	45
4.2.2.4.2 Fahrgastschiffahrt	46
4.2.2.5 Stärken und Schwächen	46
4.2.2.5.1 Allgemeine touristische Stärken und Schwächen	46
4.2.2.5.2 Wassertouristische Stärken und Schwächen	47
4.2.3 Mittelelbe	48
4.2.3.1 Profil und Zielgruppen	48
4.2.3.2 Standortfaktoren	49
4.2.3.2.1 Lage und Erreichbarkeit	49
4.2.3.2.2 Wirtschaft und Bevölkerung	49
4.2.3.3 Angebots- und Nachfrageentwicklung	50
4.2.3.3.1 Übernachtungstourismus einschl. Kleinbetriebe (Angebot und Nachfrage)	50
4.2.3.3.2 Tagestourismus	51
4.2.3.3.3 Camping	51
4.2.3.3.4 Herkunftsstruktur	51
4.2.3.4 Wassertourismus	52

4.2.3.4.1	Bootstourismus	52
4.2.3.4.2	Fahrgastschiffahrt	52
4.2.3.4.3	Kreuzfahrtschiffahrt	52
4.2.3.5	Stärken und Schwächen	52
4.2.3.5.1	Allgemeine touristische Stärken und Schwächen	52
4.2.3.5.2	Wassertouristische Stärken und Schwächen	53
4.3	Veränderung der Nachfragestruktur	54
4.3.1.1	Heutige Struktur des in Deutschland generierten Tourismus	55
4.3.1.2	Entwicklungstendenzen in den einzelnen Marktsegmenten	56
4.3.1.3	Struktur in den neuen Bundesländern 2004 und 2020 (Szenario 2)	57
4.4	Strategien zur Nutzung der Potenziale des (Wasser-)Tourismus	58
4.4.1	Hemmnisse	58
4.4.1.1	Bevölkerungsentwicklung	58
4.4.1.2	Qualifizierung der im Tourismus Beschäftigten	60
4.4.1.3	Kaufkraft und Arbeitslosigkeit der Bevölkerung	61
4.4.1.4	Kürze der Saison	61
4.4.1.5	Überforderte öffentliche Haushalte	62
4.4.1.6	Naturschutz	62
4.4.1.7	Sektorale Förderung und unterschiedliche Kompetenzen	62
4.4.1.8	Anpassungsbedürftige Organisationsstrukturen und Zuständigkeiten	63
4.4.2	Handlungsempfehlungen	63
4.4.2.1	Mecklenburgische Seenplatte	63
4.4.2.1.1	Tourismus allgemein	63
4.4.2.1.2	Wassertourismus	65
4.4.2.2	Ruppiner Land/Oberhavel	67
4.4.2.2.1	Tourismus allgemein	67
4.4.2.2.2	Wassertourismus	69
4.4.2.3	Mittelelbe	71
4.4.2.3.1	Tourismus allgemein	71
4.4.2.3.2	Wassertourismus	72
4.5	Aktivierungsszenarien 2020 für die Beispielregionen	74
4.5.1	Methodik	74
4.5.2	Marktsstruktur der Tourismusregionen	74
4.5.2.1	Mecklenburgische Seenplatte	74
4.5.2.2	Ruppiner Land/Oberhavel	74
4.5.2.3	Mittelelbe	75
4.5.3	Konsequenzen der allgemeinen Trends für die Beispielregionen	75
4.5.3.1	Mecklenburgische Seenplatte	76
4.5.3.1.1	Segmente mit Entwicklungspotenzialen	76
4.5.3.1.2	Segmente mit Entwicklungshemmnissen	77
4.5.3.2	Ruppiner Land/Oberhavel	78
4.5.3.2.1	Segmente mit Entwicklungspotenzialen	78
4.5.3.2.2	Segmente mit Entwicklungshemmnissen	79
4.5.3.3	Mittelelbe	80
4.5.3.3.1	Segmente mit Entwicklungspotenzial	80
4.5.3.3.2	Segmente mit Entwicklungshemmnissen	81
4.5.4	Umsetzung der Entwicklungstendenzen in quantitative Szenarien	82
4.5.4.1	Methodik	82
4.5.4.2	Ergebnisse	83
4.5.4.2.1	Mecklenburgische Seenplatte	83

4.5.4.2.2	Ruppiner Land/Oberhavel	84
4.5.4.2.3	Mittelelbe	85
4.6	Beschäftigungseffekte des Tourismus und speziell des Wassertourismus in den Beispielregionen	86
4.6.1	Methodik	86
4.6.2	Mecklenburgische Seenplatte	87
4.6.2.1	Allgemeiner Tourismus	87
4.6.2.1.1	Aktuelle Bedeutung	87
4.6.2.1.2	Aktivierungsszenario 2020	89
4.6.2.2	Wassertourismus	89
4.6.2.2.1	Aktuelle Bedeutung	89
4.6.2.2.2	Aktivierungsszenario 2020	91
4.6.3	Ruppiner Land/Oberhavel	92
1.1.1.1	Allgemeiner Tourismus	92
4.6.3.1.1	Aktuelle Bedeutung	92
4.6.3.1.2	Aktivierungsszenario 2020	93
4.6.3.2	Wassertourismus	93
4.6.3.2.1	Aktuelle Bedeutung	93
4.6.3.2.2	Aktivierungsszenario 2020	95
4.6.4	Mittelelbe	95
4.6.4.1	Allgemeiner Tourismus	95
4.6.4.1.1	Aktuelle Bedeutung	95
4.6.4.1.2	Aktivierungsszenario 2020	96
4.6.4.2	Wassertourismus	97
4.6.4.2.1	Aktuelle Bedeutung	97
4.6.4.2.2	Aktivierungsszenario 2020	98
5.	Aktivierungspotenziale in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer und Schlussfolgerungen	99
5.1	Aktivierungspotenziale	99
5.2	Schlussfolgerungen	102
5.3	Handlungsempfehlungen an den Bund zur Unterstützung des Wassertourismus	103
6.	Anlagen	104
6.1	Statistischer Anhang Tourismus	104
6.1.1	Bettenangebot	104
6.1.2	Übernachtungen	106
6.1.3	Aufenthaltsdauer	107
6.1.4	Bettenauslastung	108
6.1.5	Entwicklung in den Reisegebieten der neuen Länder	109
6.1.6	Bettenangebot des Beherbergungsgewerbes in Brandenburg – Kleinbetriebe und Betriebe mit mehr als acht Betten	111
6.1.7	Campingplätze: Angebot und Nachfrage	111
6.2	Wirtschaftliche Effekte des Tourismus	112
6.2.1	Bereinigung von Ausgaben um die enthaltene Mehrwertsteuer	112

6.2.2	Bruttoumsätze durch touristische Ausgaben	113
6.2.3	Beschäftigungseffekte durch den Tourismus in den neuen Bundesländern	114
6.3	Werte- und Präferenzenwandel bei den mittleren bzw. älteren Jahrgängen	115
6.4	Auswahl der Beispielregionen	118
6.5	Ergänzende Daten zu den Beispielregionen	120
6.5.1	Mecklenburgische Seenplatte	120
6.5.2	Ruppiner Land Oberhavel	121
6.5.3	Mittlere Elbe	122
6.6	Volumen des Wassertourismus in den Beispielregionen	123
6.6.1	Mecklenburgische Seenplatte	123
6.6.1.1	Kanu- und Paddeltourismus	123
6.6.1.2	Motor- und Segelboottourismus	125
6.6.1.2.1	Hausboot- und Chartertourismus	125
6.6.1.2.2	Segel- und Motorboottourismus auswärtiger Dauerlieger	126
6.6.1.2.3	Motorboottourismus von Wassersportlern, die mit dem eigenen oder gecharterten Boot in die Region anreisen	127
6.6.1.2.4	Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung auf eigenen Booten	128
6.6.1.2.5	Fahrgastschiffahrt	129
6.6.2	Ruppiner Land/Oberhavel	129
6.6.2.1	Kanu- und Paddeltourismus	130
6.6.2.2	Motor- und Segelboottourismus	130
6.6.2.2.1	Hausboot und Chartertourismus	130
6.6.2.2.2	Segel- und Motorboottourismus auswärtiger Dauerlieger	130
6.6.2.2.3	Motorboottourismus von Wassersportlern, die mit dem eignen oder gecharterten Boot in die Region anreisen	131
6.6.2.2.4	Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung auf eigenen Booten	131
6.6.2.3	Fahrgastschiffahrt	132
6.6.3	Mittelelbe	132
6.6.3.1	Motorboottourismus	132
6.6.3.1.1	Motorboottourismus von Wassersportlern, die mit dem eignen oder gecharterten Boot in die Region anreisen	132
6.6.3.1.2	Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung auf eigenen Booten	132
6.6.3.2	Fahrgastschiffahrt	132
6.6.3.3	Kreuzfahrtschiffahrt	133
6.7	Grundlagenschätzungen der aktuellen Ausgaben und Umsätze im Wassertourismus in den Beispielregionen	133
6.7.1	Mecklenburgische Seenplatte	133
6.7.2	Ruppiner Land/Oberhavel	137
6.7.3	Mittelelbe	139
6.8	Regionale Stärken und Schwächen im Tourismusmarkt	139
6.8.1	Mecklenburgische Seenplatte	139
6.8.1.1	Allgemeiner Tourismus – Stärken und Schwächen	139
6.8.1.2	Wassertouristische Stärken und Schwächen	142
6.8.2	Ruppiner Land/Oberhavel	147
6.8.2.1	Allgemeiner Tourismus Stärken und Schwächen	147
6.8.2.2	Wassertouristische Stärken und Schwächen	150

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Siedlungsstrukturelle Kreistypen nach Definition des BBR	2
Abbildung 2	Segmente des Wassertourismus	3
Abbildung 3	Statistisch erfasste Übernachtungen von Gästen aus dem Inland in Beherbergungsstätten und auf Campingplätzen Deutschlands 1992–2004	5
Abbildung 4	Veränderung der Übernachtungsintensität und des verfügbaren Einkommens in Deutschland 1994 bis 2003	6
Abbildung 5	Übernachtungen von Gästen in Beherbergungsstätten und auf Campingplätzen in Deutschland: Ausländer und Inländer 1992 bis 2004	7
Abbildung 6	Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in den alten bzw. neuen Bundesländern (einschl. Berlin 1995–2003) und in deren ländlichen Regionen	7
Abbildung 7	Anteil der ländlichen Räume am Übernachtungsaufkommen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in den Bundesländern 2003	8
Abbildung 8:	Bevölkerungsentwicklung in den alten und neuen Bundesländern 2004–2020 nach Altersgruppen	21
Abbildung 9	Zukünftige Trends der Einkommensentwicklung	26
Abbildung 10:	Wassertourismusregionen in Ostdeutschland	32
Abbildung 11:	Die Untersuchungsregionen im Überblick	33
Abbildung 12:	Einzugsbereich der Mecklenburgischen Seenplatte	35
Abbildung 13:	Gästeankünfte und -übernachtungen in der Mecklenburgischen Seenplatte (nur Betriebe mit über 8 Betten)	37
Abbildung 14:	Angebotene Gästebetten und Durchschnittsauslastung in der Mecklenburgischen Seenplatte	37
Abbildung 15:	Herkunftsregionen der Touristen in der Mecklenburgischen Seenplatte in %	38
Abbildung 16:	Einzugsbereich Ruppiner Land/Oberhavel	42
Abbildung 17:	Gästeankünfte und -übernachtungen im Ruppiner Land/Oberhavel	44
Abbildung 18:	Angebotene Gästebetten und Durchschnittsauslastung im Ruppiner Land/Overhavel	44
Abbildung 19:	Herkunftsstruktur der Touristen im Ruppiner Land/Oberhavel in %	45
Abbildung 20:	Einzugsbereich des Raumes Mittelelbe	49
Abbildung 21:	Gästeankünfte und -übernachtungen im Raum Mittelelbe (Betriebe mit mehr als 8 Betten)	50
Abbildung 22:	Angebotene Gästebetten und Durchschnittsauslastung im Raum Mittelelbe	51
Abbildung 23:	Herkunftsstruktur der Touristen an der Mittelelbe in %	51
Abbildung 24:	Bevölkerungsentwicklung in der Mecklenburgischen Seenplatte 1990–2004 und prognostiziert bis 2020	59
Abbildung 25:	Veränderung der Alterstruktur in der Mecklenburgischen Seenplatte zwischen 2002 und 2020	60
Abbildung 26	Angebotene Betten im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (> 8 Betten) in den Bundesländern 1995 und 2003	104
Abbildung 27	Vergleich der Entwicklung des Bettenangebots im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (> 8 Betten) 1995-2003 der alten und neuen Bundesländer; Index 1995=100	105
Abbildung 28	Entwicklung des Bettenangebots im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (> 8 Betten) in den neuen Bundesländern bzw. Berlin 1995-2003 – Index 1995=100	105
Abbildung 29	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) Deutschlands 1995 bis 2003 – gesamt und in ländlichen Regionen (Index 1995=100)	107
Abbildung 30	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländern 1995 bis 2004	107
Abbildung 31	Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in den neuen Bundesländern 1995 bis 2004	109
Abbildung 32	Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in Brandenburg nach Reisegebieten 1995 bis 2004 sowie Übernachtungen je 100 Einw. 2004	109
Abbildung 33	Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in Mecklenburg-Vorpommern nach Reisegebieten 1995 bis 2004 sowie Übernachtungen je 100 EW 2004	109

Abbildung 34	Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in Sachsen nach Reisegebieten 1995 bis 2004 sowie Übernachtungen je 100 EW 2004	110
Abbildung 35	Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in Sachsen-Anhalt nach Reisegebieten 1995 bis 2004 sowie Übernachtungen je 100 EW 2004	110
Abbildung 36	Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in Thüringen nach Reisegebieten 1995 bis 2004 sowie Übernachtungen je 100 EW 2004	110
Abbildung 37:	Siedlungsstrukturelle Kreistypen Ostdeutschlands vor dem Hintergrund des Gewässernetzes	119
Abbildung 38:	Untersuchungsraum Mecklenburger Seenplatte.	120
Abbildung 39:	Bevölkerungspotenzial im Einzugsbereich der Mecklenburgischen Seenplatte in Fahrminuten	120
Abbildung 40:	Untersuchungsraum Ruppiner Land/Oberhavel	121
Abbildung 41:	Bevölkerungspotenzial des Ruppiner Landes – Oberhavel in Fahrminuten	121
Abbildung 42:	Untersuchungsraum Mittlere Elbe	122
Abbildung 43:	Bevölkerungspotenzial des Raumes Mittelelbe in Fahrminuten	122
Abbildung 44:	Übernachtungen von Kanutouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte	123
Abbildung 45:	Verteilung der Tagesausgaben von Kanutouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte auf die Ausgabensegmente pro Person in %	133
Abbildung 46:	Tagesausgaben pro Person von Hausboottouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte nach Ausgabensegmenten in %	135

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Herkunftsstruktur der inländischen Übernachtungsgäste in den neuen Bundesländern und Berlin	3
Tabelle 2	Anteil ausländischer Gäste an den Übernachtungen in den neuen Bundesländern und Berlin im Jahr 2004	4
Tabelle 3	Entwicklung der Reiseintensität der deutschen Bevölkerung insgesamt und nach Altersgruppen	4
Tabelle 4	Inlandsanteil der Übernachtungsreisen*) in unterschiedlichen Tourismusstudien (1999–2004)	5
Tabelle 5	Reisezahl und Reisedauer der deutschen Bevölkerung nach 2000	5
Tabelle 6	Gästekünfte und -übernachtungen, Aufenthaltsdauer und Auslastung im gewerblichen (>8 Betten) und kleingewerblichen Beherbergungsgewerbe (< 9 Betten) in den Kreisen Brandenburgs 2004	9
Tabelle 7	Schätzung der Übernachtungszahl in kleingewerblichen Beherbergungseinrichtungen (< 9 Betten) in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004	9
Tabelle 8	Campingplatzübernachtungen in den ländlichen Räumen der neuen Bundesländer 2004 einschl. statistischer Dunkelziffer	10
Tabelle 9	Reisehäufigkeit bei Tagesreisen in Deutschland 2004	11
Tabelle 10	Volumen der Tagesreisen der Bevölkerung in Deutschland 2004 und Veränderung 1993–2004	11
Tabelle 11	Verteilung der Tagesausflüge nach Bundesländern	12
Tabelle 12	Geschätztes Tagesausflugaufkommen in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004	12
Tabelle 13	Wertschöpfungsquoten in den touristisch relevanten Ausgabearten 2004	13
Tabelle 14	Direkte Umsätze durch Touristenausgaben in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer nach Ländern 2004 (Mio. €)	14
Tabelle 15	Direkte Umsätze durch Touristenausgaben in den neuen Bundesländern nach Ausgabearten 2004 (Mio. €)	14
Tabelle 16	Bruttoumsätze durch Übernachtungs- und Tagesgäste in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004 nach Bundesländern und Ausgabearten in Mio. €	15
Tabelle 17	Direkte und indirekte Einkommenseffekte durch Touristenausgaben in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004 (in Mio. €)	16
Tabelle 18	Direkt und indirekt Beschäftigte in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer durch den Tourismus insgesamt im Jahre 2004	17

Tabelle 19	Übersicht über die Szenarien 2004–2020	19
Tabelle 20	In Deutschland generierter Tourismus 2004 (Reisetage)	20
Tabelle 21	Bevölkerungsvorausschätzung 2004–2020 in den alten bzw. neuen Bundesländern nach Altersgruppen	21
Tabelle 22	Reiseintensität der deutschen Bevölkerung nach Altersgruppen 2000–2004	21
Tabelle 23	Inlandsanteil bei Übernachtungsreisen nach verschiedenen Quellen	22
Tabelle 24	Einkommen je Einwohner, Armuts- und Wohlstandsanteile 2002 nach Altersgruppen	23
Tabelle 25	Reisezahl und -dauer der deutschen Bevölkerung 2000–2004	26
Tabelle 26	Veränderungsfaktoren 2004-2020 der Übernachtungsintensität im Zielgebiet neue Bundesländer/Berlin – Szenario 2	27
Tabelle 27	Entwicklung der Übernachtungen ausländischer Gäste in den neuen Bundesländern und Berlin 2004-2020 (in 1.000)	27
Tabelle 28	Szenario 1: Reisevolumen in den neuen Bundesländern 2004 bis 2020 unter dem Einfluss der demographischen Entwicklung bei konstantem Reiseverhalten	28
Tabelle 29	Szenario 2: Reisevolumen in den neuen Bundesländern 2004 bis 2020 bei Überlagerung des demographischen Szenarios (1) mit dem Szenario der ökonomischen Entwicklung	29
Tabelle 30	Tourismuskonsum in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004–2020 in den Szenarien 1 bzw. 2 (Demographieeffekte allein bzw. in Verbindung mit dem Wirtschaftsszenario)	30
Tabelle 31	Direkt und indirekt Beschäftigte durch den Tourismus in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer im Jahre 2020 Szenario 2	31
Tabelle 32	Zahl geschleuster Boote an ausgewählten Schleusen der Mecklenburgischen Seenplatte (1996 und 2004)	39
Tabelle 33:	Personenübernachtungen in Booten auf der Mecklenburgischen Seenplatte pro Jahr (2004)	39
Tabelle 34:	Touristische Stärken und Schwächen der Mecklenburgischen Seenplatte	40
Tabelle 35:	Wassertouristische Stärken und Schwächen der Mecklenburgischen Seenplatte	41
Tabelle 36:	Anzahl der geschleusten Boote an ausgewählten Schleusen	45
Tabelle 37:	Personenübernachtungen in Booten im Ruppiner Land/Oberhavel 2004	46
Tabelle 38:	Touristische Stärken und Schwächen im Ruppiner Land/Oberhavel	47
Tabelle 39:	Wassertouristische Stärken und Schwächen im Ruppiner Land/Oberhavel	47
Tabelle 40	Bootsübernachtungen und Tagesausflüge im Raum Mittelbe 2004	52
Tabelle 41:	Touristische Stärken und Schwächen im Raum Mittelbe	53
Tabelle 42:	Wassertouristische Stärken und Schwächen im Raum Mittelbe	54
Tabelle 43	Marktstruktur des in Deutschland generierten Tourismus im Inland 2004 (Mio. Reisetage)	56
Tabelle 44	Marktsegmente im Inlandstourismus der inländischen Bevölkerung	57
Tabelle 45	Verschiebungen in der Struktur der Tourismuskonsum in den neuen Bundesländern nach Marktsegmenten 2004–2020 (Reisetage in 1 000)	58
Tabelle 46:	Maßnahmen zur besseren Ausschöpfung allgemein-touristischer Potenziale der Mecklenburgischen Seenplatte	64
Tabelle 47:	Maßnahmen zur besseren Ausschöpfung wassertouristischer Potenziale in der Mecklenburgischen Seenplatte	66
Tabelle 48:	Maßnahmen zur besseren Ausschöpfung allgemein-touristischer Potenziale der Region Ruppiner Land/Oberhavel	68
Tabelle 49:	Maßnahmen zur besseren Potenzialausschöpfung des Wassertourismus im Ruppiner Land/Oberhavel	69
Tabelle 50:	Maßnahmen zur besseren Ausschöpfung der allgemein-touristischen Potenziale im Raum Mittelbe	71
Tabelle 51:	Maßnahmen zur besseren Ausschöpfung der wassertouristischen Potenziale im Raum Mittelbe	73
Tabelle 52:	Struktur des Tourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte 2004	74
Tabelle 53:	Marktstruktur des im Ruppiner Land/Oberhavel generierten Tourismus (in Reisetagen) 2004	75
Tabelle 54:	Marktstruktur des im Raum Mittelbe generierten Tourismus (in Reisetagen) 2004	75
Tabelle 55	Marktsegmentierung in den Beispielregionen unter Berücksichtigung der jeweiligen Dynamik bis 2020	83

Tabelle 56:	Aktivierungsszenario 2020 für das Reisevolumen in der Mecklenburgischen Seenplatte nach Marktsegmenten	84
Tabelle 57:	Aktivierungsszenario 2020 für das Reisevolumen im Ruppiner Land/Oberhavel nach Marktsegmenten	85
Tabelle 58:	Aktivierungsszenario 2020 für das Reisevolumen im Raum Mittelbe nach Marktsegmenten	86
Tabelle 59:	Reisevolumen in den Beispielregionen im Aktivierungsszenario 2020	87
Tabelle 60:	Bruttoumsätze durch Übernachtungs- und Tagesgäste in der Mecklenburgischen Seenplatte 2004 in Mio. € (ohne Wassertourismus)	87
Tabelle 61:	Direkte und indirekte Einkommenseffekte durch Touristenausgaben in der Mecklenburgischen Seenplatte 2004 in Mio. € (ohne Wassertourismus)	88
Tabelle 62:	Direkt und indirekt Beschäftigte in der Mecklenburgischen Seenplatte durch den Tourismus insgesamt 2004 (ohne Wassertourismus)	88
Tabelle 63:	Beschäftigungseffekte des Tourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte 2004 und im Aktivierungsszenario 2020 (ohne Wassertourismus)	89
Tabelle 64:	Bruttoumsätze aus Bootstouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte nach Ausgabenart und Wassertourismussegment pro Jahr (2004) in €	90
Tabelle 65:	Bruttoumsatz auf Fahrgastschiffen in der Mecklenburgischen Seenplatte pro Jahr (2004) in €	90
Tabelle 66:	Bruttoumsatz durch Gäste der Müritz-Sail 2004 in €	90
Tabelle 67:	Direkte und indirekte Einkommenseffekte durch Ausgaben von Wassertouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte 2004 nach Ausgabearten in Mio. €	91
Tabelle 68:	Direkt und indirekt Beschäftigte in der Mecklenburgischen Seenplatte durch den Wassertourismus insgesamt 2004	91
Tabelle 69:	Beschäftigungseffekte des Wassertourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte 2004 und im Aktivierungsszenario 2020	91
Tabelle 70:	Bruttoumsätze durch Übernachtungs- und Tagesgäste im Ruppiner Land/Oberhavel 2004 nach Ausgabearten in Mio. € (ohne Wassertourismus)	92
Tabelle 71:	Direkte und indirekte Einkommenseffekte durch Touristenausgaben im Ruppiner Land/Oberhavel 2004 nach Ausgabearten in Mio. € (ohne Wassertourismus)	92
Tabelle 72:	Direkt und indirekt Beschäftigte im Ruppiner Land/Oberhavel durch den Tourismus insgesamt 2004 (ohne Wassertourismus)	93
Tabelle 73:	Beschäftigungseffekte des Tourismus im Ruppiner Land/Oberhavel 2004 und im Aktivierungsszenario 2020 (ohne Wassertourismus)	93
Tabelle 74:	Bruttoumsätze durch Bootstouristen im Ruppiner Land/Oberhavel nach Ausgabenart und Wassertourismussegment pro Jahr (2004) in €	94
Tabelle 75:	Bruttoumsatz auf Fahrgastschiffen im Ruppiner Land/Oberhavel pro Jahr (2004) in €	94
Tabelle 76:	Direkte und indirekte Einkommenseffekte durch Ausgaben von Wassertouristen im Ruppiner Land/Oberhavel 2004 nach Ausgabearten in Mio. €	94
Tabelle 77:	Direkt und indirekt Beschäftigte im Ruppiner Land/Oberhavel durch den Wassertourismus insgesamt 2004	95
Tabelle 78:	Beschäftigungseffekte des Wassertourismus im Ruppiner Land/Oberhavel 2004 und im Aktivierungsszenario 2020	95
Tabelle 79:	Bruttoumsätze durch Übernachtungs- und Tagesgäste im Raum Mittelbe 2004 nach Ausgabearten in Mio. € (ohne Wassertourismus)	96
Tabelle 80:	Direkt und indirekt Beschäftigte im Raum Mittelbe durch den Tourismus insgesamt 2004 (ohne Wassertourismus)	96
Tabelle 81:	Beschäftigungseffekte des Tourismus im Raum Mittelbe 2004 und im Aktivierungsszenario 2020 (ohne Wassertourismus)	97
Tabelle 82:	Bruttoumsätze durch Bootstouristen im Raum Mittelbe nach Ausgabenart und Marktsegment 2004 in €	97
Tabelle 83:	Bruttoumsatz auf Fahrgastschiffen im Raum Mittelbe pro Jahr (2004) in €	97
Tabelle 84:	Bruttoumsatz durch den Landgang von Passagieren auf Kreuzfahrtschiffen im Raum Mittelbe pro Jahr (2004) in €	97
Tabelle 85:	Direkte und indirekte Einkommenseffekte durch Ausgaben von Wassertouristen im Raum Mittelbe 2004 nach Ausgabearten in Mio. €	98
Tabelle 86:	Direkt und indirekt Beschäftigte im Raum Mittelbe durch den Wassertourismus insgesamt 2004	98

Tabelle 87:	Beschäftigungseffekte des Wassertourismus im Raum Mittelelbe 2004 und im Aktivierungsszenario 2020	98
Tabelle 88:	Schwerpunktbereiche der Handlungsempfehlungen im Tourismus der Beispielregionen	99
Tabelle 89:	Schwerpunktbereiche der Handlungsempfehlungen im Wassertourismus der Beispielregionen	100
Tabelle 90	Veränderungsfaktoren 2004–2020 der Übernachtungsintensität im Zielgebiet neue Bundesländer – Aktivierungsszenario	101
Tabelle 91:	Tourismus in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004 und 2020 im Aktivierungsszenario	101
Tabelle 92:	Tourismusabhängige Beschäftigung in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004–2020 im Aktivierungsszenario	102
Tabelle 93	Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in den Bundesländern 1995 bis 2003 insgesamt und in ländlichen Regionen	106
Tabelle 94	Gästeankünfte im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in den Bundesländern 1995 bis 2003 insgesamt und in ländlichen Regionen	106
Tabelle 95	Auslastung im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) der Bundesländer 1995 bis 2003 (ausgewählte Jahre) – gesamt und in ländlichen Regionen	108
Tabelle 96	Bettenauslastung im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) der neuen Bundesländer 2003 nach zusammengefassten Betriebsformen – gesamt und in ländlichen Regionen	108
Tabelle 97	Zahl der Einrichtungen und angebotene Betten im gewerblichen (>8 Betten) und kleingewerblichen Beherbergungsgewerbe (< 9 Betten) in Brandenburg 1993–2004 (ausgewählte Jahre)	111
Tabelle 98	Campingplätze und Stellplatzkapazität in der amtlichen Beherbergungsstatistik nach Ländern 2002 bis 2004	111
Tabelle 99	Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer der Gäste auf Campingplätzen nach Bundesländern 2002 bis 2004	111
Tabelle 100	In der amtlichen Statistik erfasste Übernachtungen auf Campingplätzen in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004	112
Tabelle 101	Schätzung des Gesamtübernachtungsvolumens im Campingtourismus der Bundesländer 2003 nach Korrektur für nicht amtlich erfasste Übernachtungen	112
Tabelle 102	Durchschnittlicher MWSt-Satz nach betroffenen Branchen/Ausgabearten 2004	113
Tabelle 103	Direkt Beschäftigte in den neuen Bundesländern durch den Übernachtungstourismus	114
Tabelle 104	Direkt und indirekt Beschäftigte in den neuen Bundesländern durch den Übernachtungstourismus	114
Tabelle 105	Direkt Beschäftigte in den neuen Bundesländern durch den Tagestourismus	114
Tabelle 106	Direkt und indirekt Beschäftigte in den neuen Bundesländern durch den Tagestourismus	114
Tabelle 107	Direkt Beschäftigte in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer durch den Übernachtungstourismus	114
Tabelle 108	Direkt und indirekt Beschäftigte in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländern durch den Übernachtungstourismus	115
Tabelle 109	Direkt Beschäftigte in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer durch den Tagestourismus	115
Tabelle 110	Direkt und indirekt Beschäftigte in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländern durch den Tagestourismus	115
Tabelle 111:	Krise mit ländlicher Prägung in Ostdeutschland	118
Tabelle 112	Wassertouristische Regionen in Ostdeutschland und ihre wassertouristische Eignung	118
Tabelle 113:	Kanutouristisches Nachfragevolumen in der Mecklenburgischen Seenplatte im Jahr 2004	125
Tabelle 114:	Übernachtungen auf Haus- und anderen Charterbooten in der Mecklenburgischen Seenplatte	126
Tabelle 115:	Bootsübernachtungen auswärtiger Dauerlieger in der Mecklenburgischen Seenplatte	127
Tabelle 116:	Bootsübernachtungen von Boottouristen, die von außerhalb in die Mecklenburgische Seenplatte mit dem eigenen oder gecharterten Boot angereist sind	128
Tabelle 117:	Geschätzte Zahl der Tagesbootsausflüge der Bevölkerung in der Region Mecklenburgischen Seenplatte auf eigenen Booten	129
Tabelle 118:	Kanutouristisches Nachfragevolumen im Ruppiner Land/Oberhavel 2004:	130
Tabelle 119:	Bootsübernachtungen auf Haus- und anderen Charterbooten im Ruppiner Land/Oberhavel	130

Tabelle 120:	Bootsübernachtungen auswärtiger Dauerlieger im Ruppiner Land/Oberhavel	131
Tabelle 121:	Bootsübernachtungen von Boottouristen, die ins Ruppiner Land/Oberhavel mit dem eigenen oder gecharterten Boot angereist sind	131
Tabelle 122:	Geschätzte Zahl der Tagesbootsausflüge der Bevölkerung in der Region Ruppiner Land/Oberhavel auf eigenen Booten	131
Tabelle 123:	Bootsübernachtungen von Boottouristen, die in den Raum Mittelbe mit dem eigenen oder gecharterten Boot angereist sind	132
Tabelle 124:	Geschätzte Zahl der Tagesbootsausflüge der Bevölkerung in der Region Mittelbe auf eigenen Booten	132
Tabelle 125:	Bruttotagesausgaben von Kanutouristen pro Person	133
Tabelle 126:	Bruttoumsätze durch Kanutourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte nach Ausgabenart 2004 in €	134
Tabelle 127:	Bruttoumsätze aus dem Hausboottourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte nach Ausgabenart pro Jahr (2004) in €	135
Tabelle 128:	Ausgaben pro Tag und Person in Euro – auswärtige Dauerlieger	135
Tabelle 129:	Bruttoumsätze durch auswärtige Dauerlieger in der Mecklenburgischen Seenplatte nach Ausgabenart pro Jahr (2004) in €	136
Tabelle 130:	Ausgaben pro Tag und Person in Euro – Boottouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte die von außerhalb* mit dem eigenen oder gecharterten Boot angereist sind	136
Tabelle 131:	Bruttoumsätze durch Boottouristen die von außerhalb* mit dem eigenen oder gechartertem Boot in der Mecklenburgischen Seenplatte gereist sind pro Jahr (2004) in €	136
Tabelle 132:	Bruttoumsätze durch Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung in der Mecklenburgischen Seenplatte pro Jahr (2004) in €	136
Tabelle 133:	Bruttoumsatz auf Fahrgastschiffen in der Mecklenburgischen Seenplatte pro Jahr (2004)	137
Tabelle 134:	Bruttoumsatz durch Gäste der Müritz-Sail 2004 in €	137
Tabelle 135:	Bruttoumsätze durch Kanutouristen im Ruppiner Land/Oberhavel nach Ausgabenart pro Jahr (2004) in €	137
Tabelle 136:	Bruttoumsätze durch Hausboottouristen im Ruppiner Land/Oberhavel nach Ausgabenart pro Jahr (2004) in €	138
Tabelle 137:	Bruttoumsätze durch auswärtigen Dauerlieger im Ruppiner Land/Oberhavel nach Ausgabenart pro Jahr (2004) in €	138
Tabelle 138:	Bruttoumsätze durch Boottouristen, die in die Region Ruppiner Land/Oberhavel von außerhalb* mit dem eigenen oder gecharterten Boot angereist sind nach Ausgabenart pro Jahr (2004) in €	138
Tabelle 139:	Bruttoumsätze durch Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung im Ruppiner Land/Oberhavel pro Jahr (2004) in €	138
Tabelle 140:	Bruttoumsatz auf Fahrgastschiffen im Ruppiner Land pro Jahr (2004) in €	138
Tabelle 141:	Bruttoumsätze durch Boottouristen, die in die Region Mittelbe von außerhalb* mit dem eigenen oder gecharterten Boot angereist sind nach Ausgabenart pro Jahr (2004) in €	139
Tabelle 142:	Bruttoumsätze durch Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung im Raum Mittelbe pro Jahr (2004) in €	139
Tabelle 143:	Bruttoumsatz auf Fahrgastschiffen im Raum Mittelbe pro Jahr (2004) in €	139
Tabelle 144:	Bruttoumsatz durch Ausgaben bei Landgängen von Kreuzfahrtpassagieren im Raum Mittelbe pro Jahr (2004) in €	139
Tabelle 145:	Touristische Stärken und Schwächen der Mecklenburgischen Seenplatte	139
Tabelle 146:	Wassertouristische Stärken und Schwächen der Mecklenburgischen Seenplatte	142
Tabelle 147:	Touristische Stärken und Schwächen im Ruppiner Land/Oberhavel	147
Tabelle 148:	Wassertouristische Stärken und Schwächen im Ruppiner Land/Oberhavel	150

1. Fragestellung

1.1 Hintergrund

Große Teile der ländlichen Regionen der neuen Länder leiden unter einer anhaltenden Struktur- schwäche. Der Tourismus hat sich dort vielfach zu einem wichtigen Wachstumsbereich und Arbeitgeber entwickelt. Hierfür fehlen jedoch quantitative Schätzungen und Aussagen über die mögliche künftige Entwicklung. Besonders schwach ist die Kenntnis über die wirtschaftliche Bedeutung des Wassertourismus.

Das Projekt ermittelt die Beschäftigungseffekte des ländlichen Tourismus in den neuen Bundesländern unter besonderer Berücksichtigung des Wassertourismus. Es entwickelt Szenarien für die künftige Entwicklung des Tourismus und resultierender Beschäftigtenzahlen und diskutiert Strategien für die Nutzung dieser Potenziale. Der Bericht stützt sich auf vorliegende Studien und Erhebungen, ergänzt durch Recherchen in den Beispielregionen und Gespräche mit lokalen Akteuren. Vielfach bestehende Informationslücken wurden durch Schätzungen von PLANCO überbrückt.

Vorliegende Tourismusprognosen sind nicht hinreichend differenziert, um die besonderen Bedingungen der ländlichen Regionen Ostdeutschlands zu berücksichtigen. Die hier entwickelten Szenarien ersetzen nicht eine Prognose, für die eine wesentlich bessere Datenbasis Voraussetzung wäre.

Ländliche Regionen finden sich in Ballungsräumen wie in ländlichen Räumen. Städte als zentrale Orte ländlicher Regionen werden diesen ländlichen Regionen zugerechnet (Abgrenzung des BBR).

Beim Wassertourismus sind das Meer, Küstengewässer, Seen, Flüsse und Kanäle eine Grundvoraussetzung der Nachfrage. Gegenstand dieser Studie sind der Bootstourismus (mit Übernachtung auf dem eigenen oder gemieteten Boot), die Personenschifffahrt und maritime Großveranstaltungen. Segmente, bei denen das Wasser zwar wichtig ist, aber eher passiv erlebt wird (z. B. Radwandern entlang der Gewässer), werden dem übrigen Tourismus zugeordnet.

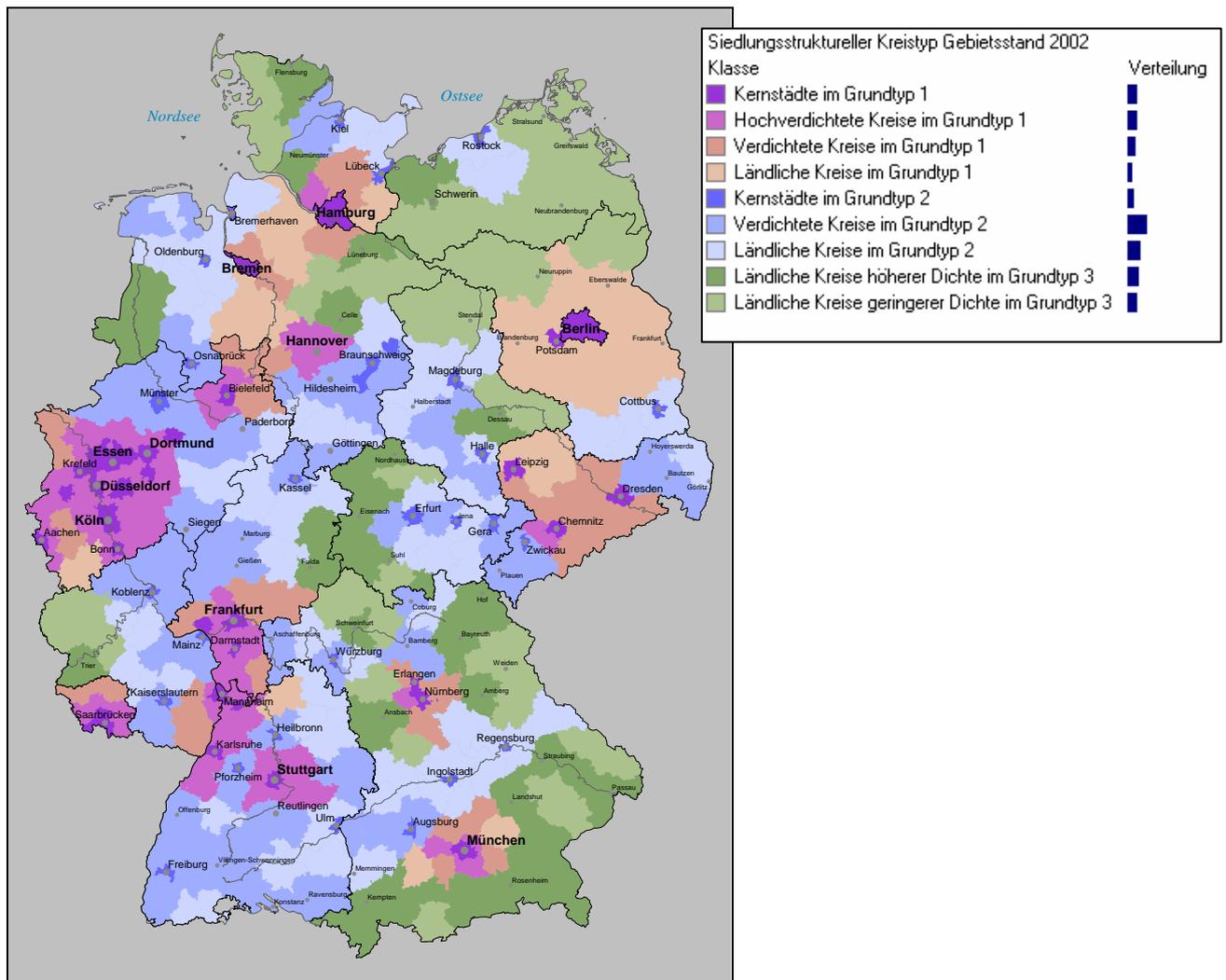
Da der Wassertourismus statistisch nicht erfasst wird, wurde dieser von PLANCO für drei ausgewählte Beispielregionen geschätzt: die Mecklenburgische Seenplatte, die Region Oberhavel/Ruppiner Land und die Mittelberregion. Für diese Regionen wurden unter Berücksichtigung ihrer Stärken und Schwächen die zukünftigen Entwicklungspotenziale und Strategien der Marktentwicklung näher beleuchtet und bei der Schätzung der Beschäftigungspotenziale berücksichtigt.

1.2 Thematische Abgrenzung

1.2.1 Ländliche Regionen

Die Abgrenzung ländlicher Regionen folgt der siedlungsstrukturellen Typisierung der Kreise und kreisfreien Städte durch das Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR). Diese Typisierung orientiert sich an der Bevölkerungsdichte und an großräumigen siedlungsstrukturellen Grundtypen: Agglomerationsräume, verstädterte Räume, ländliche Räume. Im Folgenden werden alle ländlich typisierten Kreise in Agglomerationsräumen (Grundtyp 1), in verstädterten Räumen (Grundtyp 2) und in ländlichen Räumen (Grundtyp 3) berücksichtigt. Somit werden Städte als zentrale Orte ländlicher Regionen diesem Regionstyp zugerechnet.

Die neuen Bundesländer werden deutlich stärker von ländlichen Siedlungsstrukturen geprägt als die westdeutschen Länder.

Abbildung 1 Siedlungsstrukturelle Kreistypen nach Definition des BBR

Quelle: BBR, INKAR 2004

1.2.2 Wassertourismus

Unter Wassertourismus werden allgemein die Tourismussegmente verstanden, für die das offene Meer, Küstengewässer, Seen, Flüsse und Kanäle eine Grundvoraussetzung touristischer Aktivitäten sind¹. Gegenstand dieser Studie ist der Wassertourismus im engeren Sinne (in Abbildung 2 die dunkelblau unterlegten Säulen: Wassersport und Schifffahrt), bei dem der Aufenthalt im oder auf dem Wasser Hauptmotiv der Reisenden ist.

Segmente, bei denen das Wasser zwar eine Rolle spielt, in seiner Bedeutung jedoch hinter anderen Reisemotiven oder Beschäftigungen zurücksteht (Wassertourismus im weiteren Sinne) oder das Wasser zwar wichtig ist, aber eher passiv erlebt wird (mit dem Wassertourismus verbundene Segmente), werden dem übrigen Tourismus zugeordnet. Lediglich die maritimen Großveranstaltungen werden aufgrund ihrer wichtigen Bedeutung als Beschäftigungsmotor in dieser Studie dem Wassersport im engeren Sinne zugeordnet.

¹ DWIF / BTE 2002

Als ein Segment des Sporttourismus (Marktanteil am Inlandstourismus ca. 14 %) konkurriert der Wassertourismus mit anderen sportlich motivierten Reisen (Wandertourismus, Wintersport, Fahrradtourismus u.a.).

Abbildung 2 Segmente des Wassertourismus



Quelle: DWIF/BTE 2002

Der Bootstourismus mit Übernachtung auf dem Boot wird vor allem von Familien sowie von mittleren und älteren Jahrgängen angenommen. Er bietet auch Reisenden mit über 65 Jahren eine attraktive Möglichkeit, ohne körperliche Herausforderung abwechslungsreiche Eindrücke zu gewinnen.

2. Tourismus in ländlichen Regionen der neuen Länder: Bisherige Entwicklung und wirtschaftliche Bedeutung

2.1 Touristische Nachfrage

Ein wesentlicher Teil der inländischen Gäste kommt aus den neuen Bundesländern selbst. Entsprechend stark ist die Abhängigkeit von der Nachfrageentwicklung aus Ostdeutschland:²

Tabelle 1 Herkunftsstruktur der inländischen Übernachtungsgäste in den neuen Bundesländern und Berlin

Zielgebiet	Quellgebiet	
	Neue Bundesländer und Berlin	Alte Bundesländer
11 Berlin	30 %	70 %
12 Brandenburg	64 %	36 %
13 Mecklenburg-Vorpommern	50 %	50 %
14 Sachsen	50 %	50 %
15 Sachsen-Anhalt	41 %	59 %
16 Thüringen	37 %	63 %

Quelle: verschiedene Reisendenbefragungen und eigene Schätzungen (PLANCO)

² Netzwerk Deutsches Küstenland: Daten + Fakten zum Tourismus in Mecklenburg Vorpommern, Nr. 1/2004 (Gästemfrage 2003); Landesweite Gästebefragung in Thüringen 2001/2002, Dokumentation zum 4. Thüringer Tourismustag am 28.10.2002, Erfurt 2003, S. 3; Gästebefragung Sachsen 2004/2005, Ergebnisbericht S. 7, empirica Markt- und Meinungsforschung 2005; Marktforschung Brandenburg 2003/2004, Kurzstudie des IfT Freizeit- und Tourismusberatung GmbH, Köln 2005 S. 18 f (Permanente Gästebefragung 2003/2004); Permanente Gästebefragung Sachsen-Anhalt 2001/2002, Endbericht Köln 2002, S. 122

Der Ausländeranteil liegt deutlich unter 10 %, ausgenommen die Großstadt Berlin.

Tabelle 2 Anteil ausländischer Gäste an den Übernachtungen in den neuen Bundesländern und Berlin im Jahr 2004

Bundesland	Beherbergungsgewerbe >8 Betten			Tourismuscamping		Gesamt
	Inland	Ausland	Gesamt	Inland	Ausland	
Anzahl Übernachtungen						
11 Berlin	8.979.863	4.191.809	13.171.672	55.705	33.016	88.721
12 Brandenburg	7.997.784	503.564	8.501.348	für Camping nicht nachgewiesen		
13 Mecklenburg-Vorpommern	20.825.542	525.027	21.350.569	2.943.771	100.436	3.044.207
14 Sachsen	13.709.104	1.034.922	14.744.026	Camping nicht nachgewiesen		
15 Sachsen-Anhalt	5.521.242	353.028	5.874.270	Camping in Angaben für das Beherbergungsgewerbe enthalten		
16 Thüringen	7.653.096	490.264	8.143.360	361.701	32.797	394.498
Ausländer-/ Inländeranteile in %						
11 Berlin	68,2 %	31,8 %	100,0 %	62,8 %	37,2 %	100,0 %
12 Brandenburg	94,1 %	5,9 %	100,0 %	94,1 %	5,9 %	100,0 %
13 Mecklenburg-Vorpommern	97,5 %	2,5 %	100,0 %	96,7 %	3,3 %	100,0 %
14 Sachsen	93,0 %	7,0 %	100,0 %	93,0 %	7,0 %	100,0 %
15 Sachsen-Anhalt	94,0 %	6,0 %	100,0 %			
16 Thüringen	94,0 %	6,0 %	100,0 %	91,7 %	8,3 %	100,0 %

Quelle: Einzelveröffentlichungen der Statistischen Landesämter

2.1.1 Nachfrage aus dem Inland

Reiseverhaltensbefragungen des Statistischen Bundesamtes³ zeigen einen negativen Trend der Reiseintensität⁴ (Anzahl jährlicher Urlaubsreisender [Dauer >4 Tage] je 100 Einwohner). Dies gilt für beide unterschiedenen Altersgruppen (15-65 J./> 65 J.). Die Reiseintensität der Älteren liegt spürbar unter derjenigen der Jüngeren und sank besonders stark.

Tabelle 3 Entwicklung der Reiseintensität der deutschen Bevölkerung insgesamt und nach Altersgruppen

	Entwicklung der Reiseintensität 2000-2004								
	2000			2002			2004		
	15-65 Jahre	>65 Jahre	zusammen	15-65 Jahre	>65 Jahre	zusammen	15-65 Jahre	>65 Jahre	zusammen
Bevölkerung (Mio.)	55,79	13,69	69,48	55,68	14,44	70,12	55,43	14,20	69,62
Zahl der Urlaubsreisenden* (Mio.)	45,70	7,8	53,5	39	7,6	46,4	38,7	6,1	44,8
Reiseintensität (%)	81,9	57,0	77,0	70,0	52,6	66,2	69,8	43,0	64,3
* über 15 Jahre; Übernachtungsreisen ab 4 Übernachtungen									
Angaben nach Altersgruppen teilweise mit Standardabweichung zwischen 10 und 20%!									

Quelle: destatis - Reiseverhaltensbefragungen

Nach abweichenden Angaben der Forschungsgemeinschaft Urlaub & Reisen F.U.R. und des Freizeit-Forschungsinstituts B.A.T. schwankt die Reiseintensität in den letzten 10 Jahren um ein etwa gleich bleibendes Niveau.⁵ Der Inlandsanteil der Reisen ging nach diesen Quellen in den neunziger Jahren leicht zurück (F.U.R.: von 34,9 % [1994] auf 29 % [1999]; B.A.T.: von 41 % [1994] auf 31 % [2000]).

³ Destatis, Statistische Jahrbücher 2005 Tab 15.11, 2004 Tab 14.18, 2002 Tab 11.16; Daten beziehen sich auf Reisende über 15 Jahre und werden erst seit 2000 erhoben

⁴ Geschichtete Zufallsstichprobe bei jeweils 2500 gereisten Personen in vier Wellen pro Jahr. Für einzelne Daten aus kleineren Teilgruppen müssen größere relative Standardabweichungen berücksichtigt werden.

⁵ F.U.R.-Reiseanalysen 2004 und 2005, B.A.T.: Freizeit-Forschungsinstitut Tourismusanalyse 2005, Hamburg 2005

Nach 2000 ist der Trend, auch aufgrund des sonnenverwöhnten Jahres 2003, nicht eindeutig. Bei Reisenden über 65 Jahre verringerte sich der deutlich höhere Inlandsanteil nach 2000 weiter.

Tabelle 4 Inlandsanteil der Übernachtungsreisen*) in unterschiedlichen Tourismusstudien (1999–2004)

Reisendengruppe Datenquelle	Inlandsanteile bei Übernachtungsreisen ab 4 Übernachtungen				
	1999	2000	2002	2003	2004
	in Prozent				
alle Reisenden					
F.U.R.	29,0		30,5	32,5	30,8
B.A.T.		31,0	33,0	38,0	34,4
destatis		32,3	30,8		31,0
Reisende >65 Jahre					
B.A.T.			55,0		48,0
destatis*		/47,4/	/43,4/		/41,0/
// hohe Standardabweichungen					

*) ab 4 Übernachtungen;

Quellen: F.U.R., B.A.T. Freizeitforschungsinstitut, destatis

Die Zahl der privaten Reisen (ohne Geschäftsreisen) nahm nach F.U.R. in den neunziger Jahren zu und entwickelte sich auch nach 2000 positiv. Nach destatis wuchs die Zahl der Inlandsreisen, während die der Auslandsreisen leicht zurück ging.

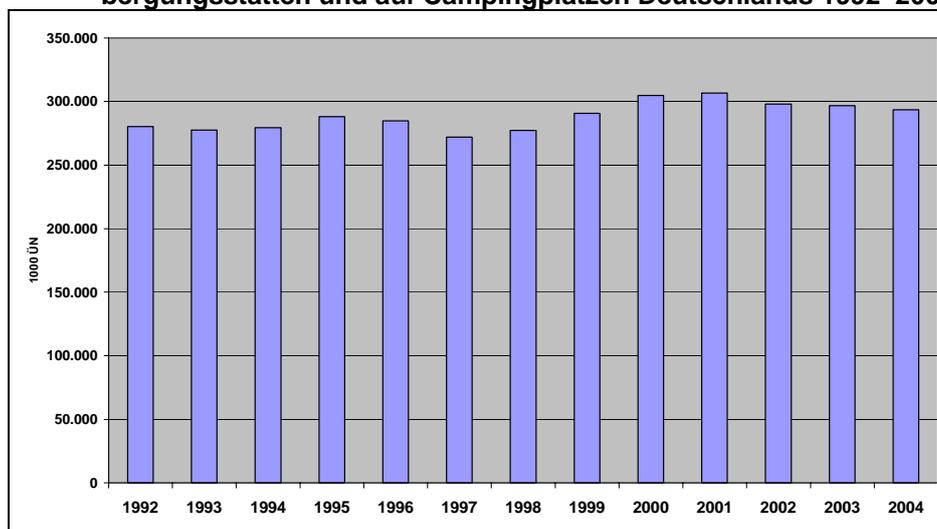
Tabelle 5 Reisezahl und Reisedauer der deutschen Bevölkerung nach 2000

	Jahr			Entwicklung 2004/2000
	2000	2002	2004	
Zahl der privaten Reisen (Mio.)	128,0	137,8	137,8	7,7%
dar. Inland	53,6	64,5	65,5	22,2%
dar. Ausland	74,4	73,3	72,3	-2,8%
Übernachtungen (Mio.)	1.295,5	1.266,4	1.197,5	-7,6%
dar. Inland	386,6	425,0	377,2	-2,4%
dar. Ausland	908,9	841,4	820,3	-9,7%
Übernachtungen/ Reise	10,1	9,2	8,7	-14,1%
dar. Inland	7,2	6,6	5,8	-20,2%
dar. Ausland	12,2	11,5	11,3	-7,1%

Quelle: destatis – Reiseverhaltensbefragungen

Die Zahl der Übernachtungen pro Reise fiel 2000-2004 um 14 %, pro Inlandsreise sogar um 20 %. Entsprechend deutlich ist der Rückgang der Übernachtungszahlen. Auch nach B.A.T. und F.U.R. verringerte sich die mittlere Dauer von Urlaubsreisen, die schon in den neunziger Jahren sank, nach 2000 weiter (von 9,6 Tagen in 2000 auf 8,6 Tage 2004) – im Inland schneller als bei Urlaubsreisen ins Ausland.

Abbildung 3 Statistisch erfasste Übernachtungen von Gästen aus dem Inland in Beherbergungsstätten und auf Campingplätzen Deutschlands 1992–2004



Quelle: destatis online (genesis)

Dazu passt, dass das Verhältnis von Kurzreisen zu Reisen ab 4 Übernachtungen sich zugunsten der Kurzreisen veränderte. Letztere nahmen innerhalb der 4 Jahre um über 50 % zu, ihr Anteil an allen Inlandsübernachtungen deutscher Touristen stieg von 11,3 % auf 15,1 %.

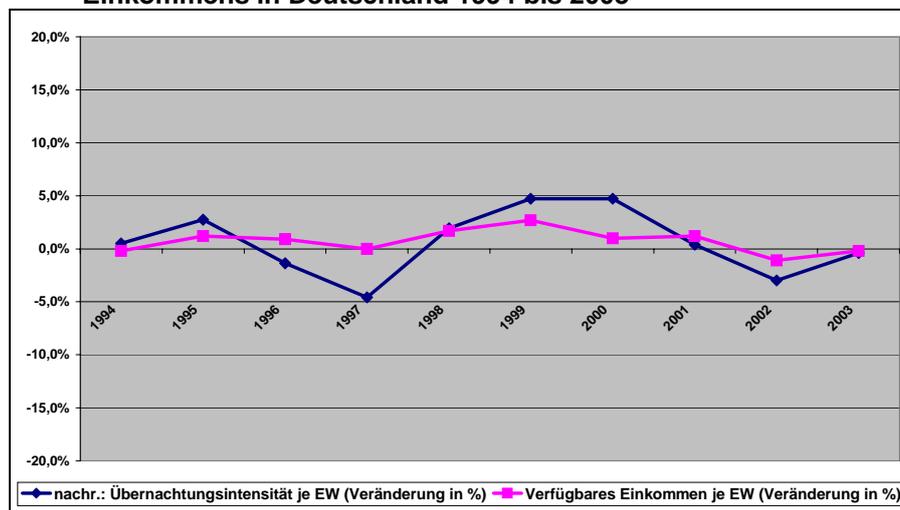
Diese Befragungsergebnisse spiegeln sich in der Entwicklung der Übernachtungszahlen in deutschen Beherbergungsbetrieben wider, soweit sie von der amtlichen Statistik erfasst werden (In- und Ausländer; nur Übernachtungen in Betrieben mit >8 Betten). Bei leichten Schwankungen gab es in den neunziger Jahren bis 2001 einen Zuwachs, danach gingen die Zahlen zurück und erreichten 2004 etwa den Wert von 1995.

Ein zusammenfassender Indikator für die touristische Nachfrage ist die Übernachtungsintensität:

$$\text{Übernachtungsintensität der deutschen Bevölkerung} = \frac{\text{Anzahl jährl. Übernachtungen in Deutschland}}{100 \text{ Einwohner in Deutschland}}$$

Es besteht ein deutlicher Zusammenhang zwischen der Übernachtungsintensität und der Entwicklung der verfügbaren Einkommen. Dabei sind die Ausschläge der touristischen Nachfrage höher als diejenigen der Einkommen - die Bevölkerung federt Einkommensschwankungen gerade in der touristischen Nachfrage überdurchschnittlich ab:

Abbildung 4 Veränderung der Übernachtungsintensität und des verfügbaren Einkommens in Deutschland 1994 bis 2003



Quelle: destatis online (genesis)

Fazit: Die Reisenden aus Deutschland – zahlenmäßig abnehmend - unternehmen mehr Reisen, bevorzugt im Inland, die aber deutlich kürzer werden. Die Zahl der von ihnen generierten Übernachtungen im Inland wuchs bis 2001 schwach, danach nahm sie ab. Es besteht ein deutlicher Zusammenhang zwischen der Übernachtungsintensität der inländischen Bevölkerung und der Einkommensentwicklung.

2.1.2 Nachfrage aus dem Ausland

Der sogenannte Incoming-Tourismus nahm in Deutschland in den letzten 10 Jahren um jahresdurchschnittlich 2,7 % zu. Allerdings betrug sein Anteil am Gesamtaufkommen aller Inlandsübernachtungen (>8 Betten plus Camping) auch 2004 erst 13,4 % (nach 11 % im Jahr 1994). Hauptquellmarkt (ca. 50 %) für Deutschland ist Europa, insb. Westeuropa.⁶

In den neuen Bundesländern hat der Incoming-Tourismus noch ein geringeres Gewicht als in den alten Bundesländern (Auslandsanteil in den neuen Ländern ohne Berlin 5 %). Allerdings wächst er

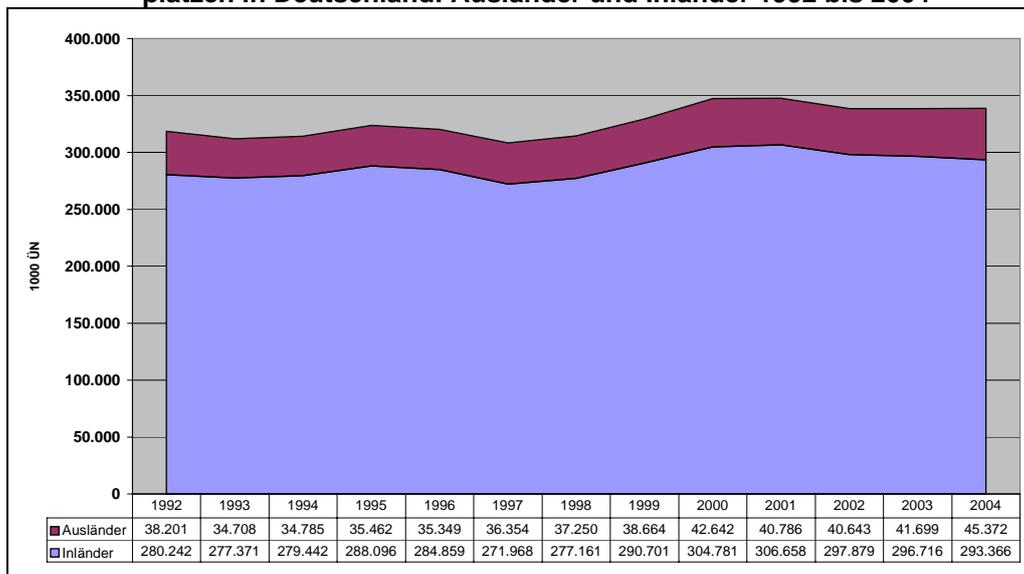
dort besonders deutlich (nach 2000 um jahresüberdurchschnittlich 3–5,5 %, noch stärker in Mecklenburg-Vorpommern mit 12 %).

2.1.3 Gästeübernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit über 8 Betten

Die statistische Erfassung des touristischen Angebots und der Nachfrage erfasst nur Betriebe mit über 8 Betten. In einem aktuellen Qualitätsbericht zur Beherbergungsstatistik schätzt das Statistische Bundesamt, dass gut 80 % aller Übernachtungen in Betrieben dieser Größenklasse stattfinden.

Weitere statistische Angaben zur Entwicklung des Bettenangebots, der Übernachtungszahlen und der Bettenauslastung finden sich im Anhang in Kap. 6.1.1.

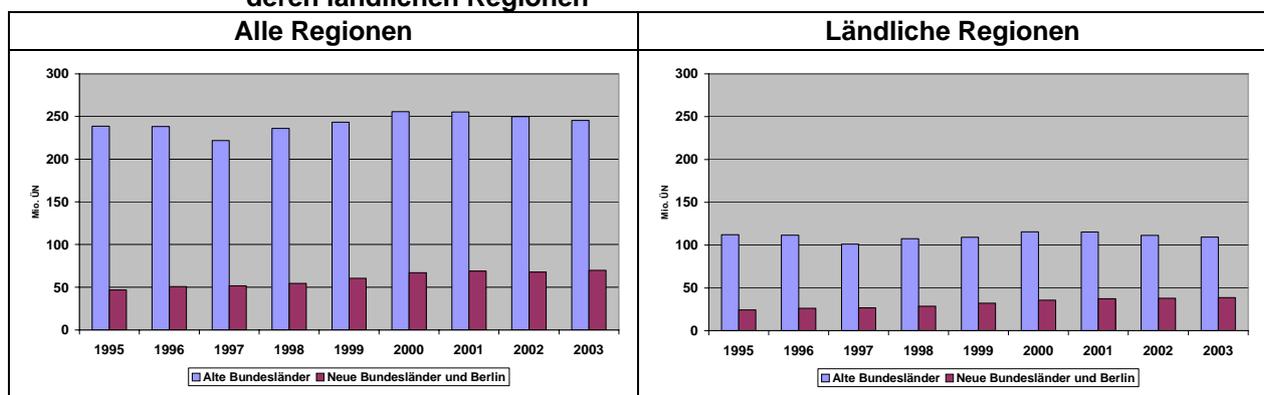
Abbildung 5 Übernachtungen von Gästen in Beherbergungsstätten und auf Campingplätzen in Deutschland: Ausländer und Inländer 1992 bis 2004



Quelle: destatis online (genesis)

1995 bis 2003 haben sich die Übernachtungszahlen in den alten Ländern nach einem Rückgang bis 1997 zunächst wieder erholt (Abbildung 6). Seit 2000 gehen die Übernachtungszahlen wieder zurück.

Abbildung 6 Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in den alten bzw. neuen Bundesländern (einschl. Berlin 1995–2003) und in deren ländlichen Regionen

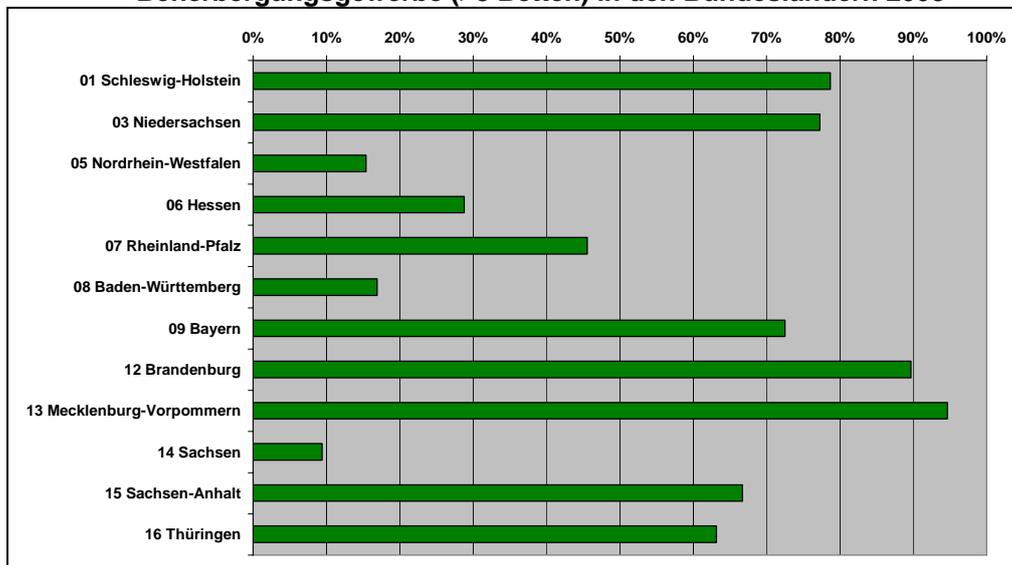


Quellen: destatis und eigene Berechnungen (PLANCO)

⁶ vgl. TA-Projekt, Zukunftstrends im Tourismus, Endbericht 2005, S. 71 ff.

In den neuen Bundesländern setzte sich der Aufwärtstrend noch bis 2003 fort (unterbrochen durch den flutbedingten Rückgang in 2002). Seither zeigt die Entwicklung jedoch auch dort nach unten. Dies gilt auch bei Beschränkung auf ländliche Räume. Die Bundesländer sind in sehr unterschiedlichem Maße durch ländliche Räume geprägt. Dies schlägt sich auch in dem Anteil der ländlichen Räume an den gewerblichen Übernachtungen nieder (Abbildung 7).

Abbildung 7 Anteil der ländlichen Räume am Übernachtungsaufkommen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in den Bundesländern 2003



Quellen: destatis und eigene Berechnungen (PLANCO)

Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg haben hier die höchsten Anteile am ländlichen Tourismus (um 90 %). Am unteren Rand der Skala findet sich Sachsen (unter 10 %). Die Bundesländer Thüringen und Sachsen-Anhalt sind mit über 60 % deutlich ländlich geprägt.

2.1.4 Übernachtungen in kleinbetrieblichen Einrichtungen und Privatquartieren

Die amtliche Beherbergungsstatistik erfasst nicht Betriebe mit bis zu 8 Gästebetten. Erhebungen zum Reiseverhalten sowie Angaben über Kleinbetriebsstätten in Bayern und Rheinland-Pfalz lassen darauf schließen, dass der Anteil der nicht erfassten Gästeübernachtungen in Kleinbetrieben unter 20 % aller Übernachtungen liegt.⁷ Aufgrund der i.a. längeren Aufenthaltsdauer in solchen Betrieben ist ihr Anteil an der Zahl der Gäste niedriger.⁸

Entsprechende Erhebungen werden in dreijährigem Abstand vom LDS Brandenburg durchgeführt. Dort lag der Anteil der Übernachtungen in kleingewerblichen Einrichtungen an allen gewerblichen Einrichtungen mit knapp 25 % (2004) höher als für den gesamtdeutschen Durchschnitt geschätzt. Bemerkenswert sind die großen regionalen Unterschiede zwischen den ländlichen Regionen (Tabelle 6).

⁷ Nicht enthalten sind hier Einrichtungen, die eigene Feriendomizile sind bzw. unentgeltlich von Freunden/Verwandten überlassen werden sowie Verwandten- und Bekanntenbesuche in deren Privatwohnungen, die ausschließlich Freizeitgestaltung darstellen.

⁸ Statistisches Bundesamt (destatis) Qualitätsbericht zur Monaterhebung im Tourismus, Wiesbaden Mai 2005; S. 5

Tabelle 6 **Gästeankünfte und -übernachtungen, Aufenthaltsdauer und Auslastung im gewerblichen (>8 Betten) und kleingewerblichen Beherbergungsgewerbe (< 9 Betten) in den Kreisen Brandenburg 2004**

Verwaltungsbezirk	Ankünfte in Einrichtungen mit...		Anteil Ankünfte in Einr. <9 Betten	Übernachtungen in Einrichtungen mit...		Anteil Übernachtungen in Einr. <9 Betten	Durchschnittliche Aufenthaltstage in Einrichtungen mit ...		Durchschnittliche Auslastung in Einrichtungen mit...	
	<9 Betten	>8 Betten		<9 Betten	>8 Betten		<9 Betten	>8 Betten	<9 Betten	>8 Betten
	Anzahl		Anzahl		Anzahl		Anzahl		Anteil	
12051 Brandenburg an der Havel, krsfr. Stadt	9.629	37.700	20,3%	36.119	88.874	28,9%	3,8	2,4	34,6%	24,6%
12052 Cottbus, krsfr. Stadt	2.958	116.692	2,5%	11.182	218.064	4,9%	3,8	1,9	34,9%	29,0%
12053 Frankfurt (Oder), krsfr. Stadt	3.483	51.071	6,4%	15.022	87.329	14,7%	4,3	1,7	38,6%	25,2%
12054 Potsdam, krsfr. Stadt	43.801	293.067	13,0%	197.420	671.524	22,7%	4,5	2,3	39,9%	37,8%
12060 Barnim, Landkreis	37.985	182.756	17,2%	157.970	740.347	17,6%	4,2	4,1	37,5%	31,9%
12061 Dahme-Spreewald, Landkreis	67.653	283.312	19,3%	287.108	748.464	27,7%	4,2	2,6	38,1%	28,6%
12062 Elbe-Elster, Landkreis	24.877	49.116	33,6%	85.707	196.160	30,4%	3,4	4,0	32,2%	26,2%
12063 Havelland, Landkreis	20.054	71.911	21,8%	85.542	175.616	32,8%	4,3	2,4	38,3%	20,5%
12064 Märkisch-Oderland, Landkreis	44.749	191.745	18,9%	186.154	675.482	21,6%	4,2	3,5	37,5%	33,8%
12065 Oberhavel, Landkreis	44.545	175.997	20,2%	191.782	365.156	34,4%	4,3	2,1	38,5%	26,1%
12066 Oberspreewald-Lausitz, Landkreis	65.278	130.638	33,3%	285.418	324.640	46,8%	4,4	2,5	39,0%	23,0%
12067 Oder-Spree, Landkreis	52.213	275.130	16,0%	223.175	871.411	20,4%	4,3	3,2	38,3%	27,7%
12068 Ostprignitz-Ruppin, Landkreis	50.197	200.049	20,1%	212.716	639.930	24,9%	4,2	3,2	38,0%	28,4%
12069 Potsdam-Mittelmark, Landkreis	49.759	311.295	13,8%	203.980	820.987	19,9%	4,1	2,6	37,1%	30,5%
12070 Prignitz, Landkreis	24.277	78.090	23,7%	99.561	254.077	28,2%	4,1	3,3	37,1%	31,4%
12071 Spree-Neiße, Landkreis	41.903	141.735	22,8%	167.036	406.509	29,1%	4,0	2,9	36,3%	29,8%
12072 Teltow-Fläming, Landkreis	26.117	248.654	9,5%	97.445	499.230	16,3%	3,7	2,0	34,4%	29,1%
12073 Uckermark, Landkreis	56.868	214.948	20,9%	247.516	717.548	25,6%	4,4	3,3	38,8%	32,6%
12 Brandenburg, Land	666.346	3.053.906	17,9%	2.790.853	8.501.348	24,7%	4,2	2,8	37,7%	29,5%

Quellen: LDS Brandenburg und eigene Berechnungen (PLANCO)

Eine flächendeckende Schätzung der Übernachtungen in kleinbetrieblichen Beherbergungsbetrieben (<9 Betten) für das Jahr 2002 liefert das Tourismusbarometer 2003⁹ für alle neuen Bundesländer. Diese Zahlen gingen in die folgenden Schätzungen von PLANCO für ländliche Regionen der neuen Bundesländer ein.¹⁰

Tabelle 7 **Schätzung der Übernachtungszahl in kleingewerblichen Beherbergungseinrichtungen (< 9 Betten) in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004**

Bundesland	Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungseinr. (>8 Betten)	Faktor: Übernachtungen in kleingewerblichen Beherbergungseinr. (< 9 Betten) pro gewerbliche Übernachtung	Übernachtungen in kleingewerblichen Beherbergungseinr. (<9 Betten)
12 Brandenburg	7.611.760	0,294	2.236.134
13 Mecklenburg-Vorpommern	20.162.514	0,201	4.050.625
14 Sachsen	1.357.113	0,269	365.294
15 Sachsen-Anhalt	3.696.430	0,296	1.095.073
16 Thüringen	5.095.161	0,252	1.282.561
Gesamtergebnis	37.922.978	0,238	9.029.687

Quellen: dwif, destatis und ergänzende Berechnungen von PLANCO

Im Durchschnitt kommt in den neuen Bundesländern zu dem statistisch erfassten Übernachtungsaufkommen von Betrieben mit über 8 Betten ein weiteres Aufkommen in Kleinbetrieben von knapp einem Viertel hinzu. Anders ausgedrückt: von der geschätzten Gesamtzahl von knapp 47 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben entfallen 19 % auf statistisch nicht erfasste Kleinbetriebe.

⁹ erstellt vom dwif, Berlin im Auftrag des Ostdeutschen Sparkassen- und Giroverbandes

¹⁰ Ziel war es, auf der Ebene der neuen Bundesländer die vom dwif geschätzten Übernachtungsanteile in Beherbergungsbetrieben <9 Betten, die sich auf die ländlichen Gebiete beziehen, bei der Volumenermittlung zu berücksichtigen. Da Reisegebiete mehrere Kreise (oder Teilkreise) umfassen und in einem Reisegebiet sowohl ländliche, als auch nicht ländliche Regionen liegen können, wurden hierzu alle überwiegend nicht ländlichen Reisegebiete herausgenommen.

2.1.5 Campingplätze

Campingplätze werden mit ihrem Angebot, Gästeankünften und Gästeübernachtungen in der amtlichen Statistik erfasst. Tabelle 98 und Tabelle 99 in Anhang (Kap. 6.1.7) fassen dies auf Länderebene für die Jahre 2002 bis 2004 zusammen. Das erfasste Übernachtungsvolumen hatte im Jahr 2003 gegenüber 2002 mit 10 % sein höchstes Wachstum seit 1993. Im Jahr 2004 wurde dieser Zuwachs, der stark dem Jahrhundertsommer 2003 zuzuschreiben war, fast vollständig wieder abgegeben. Insgesamt blieben die Übernachtungszahlen von 1993 bis 2003 fast gleich. Überdurchschnittlich entwickelten sich Mecklenburg-Vorpommern, aber auch NRW und das Saarland. Nach Bayern, dem bedeutendsten Anbieter, hat sich Mecklenburg-Vorpommern auf den zweiten Platz vorgeschoben.¹¹

Die amtliche Beherbergungsstatistik erfasst die Campingbranche nur unvollständig:

- Kleinere Betriebe fallen durch das Erhebungsraaster, da sie nicht meldepflichtig sind.
- Die Meldepflicht ist nicht jedem Unternehmen/jedem Ort bekannt.
- Einzelne Anbieter melden zu geringe Zahlen mit dem Ziel der Verkürzung ihrer Steuerschuld.
- Einige Angebotsformen werden in der amtlichen Statistik nicht erfasst (z.B. Camping außerhalb von Campingplätzen, Stellplätze bei Hotels, Bauernhöfen etc.).

Vor diesem Hintergrund hat PLANCO umfangreiche Sonderauswertungen durchgeführt. Im Ergebnis standen Angebots- und Nachfragedaten für folgende die Segmente zur Verfügung:

- Touristcamper auf Campingplätzen
- Übernachtungen in Mietunterkünften auf Campingplätzen
- Dauercamper (nicht Gegenstand dieser Untersuchung)
- Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen (nicht räumlich zuzuordnen, nicht Gegenstand dieser Untersuchung).

Zusammengefasste Ergebnisse werden im Anhang (Kap. 6.1.7) wiedergegeben. Im nächsten Schritt wurden für die neuen Bundesländer die Gesamtzahlen auf ländliche Regionen heruntergerechnet. In Ermangelung detaillierter Daten werden die in Tabelle 100 ermittelten Faktoren verwendet.

Tabelle 8 Campingplatzübernachtungen in den ländlichen Räumen der neuen Bundesländer 2004 einschl. statistischer Dunkelziffer

Bundesland	Übernachtungen auf Campingplätzen in der amtlichen Statistik	Faktor zum Ausgleich der Dunkelziffer nach dwif	Gesamtgebiet: Übernachtungen von Touristcamping auf Campingplätzen (einschl. Mietunterkünften) nach Abschätzung dwif	Anteil der Übernachtungen auf Campingplätzen in ländlichen Regionen	Ländliche Regionen: Übernachtungen von Touristcamping auf Campingplätzen (einschl. Mietunterkünften) nach Abschätzung dwif
	1.000				1.000
12 Brandenburg	755 198	2,49	1.883.298	96,0%	1.807.967
13 Mecklenburg-Vorpommern	3 044 207	1,86	5.654.145	100,0%	5.654.145
14 Sachsen	488 846	2,61	1.274.543	15,0%	191.181
15 Sachsen-Anhalt	241 799	2,41	583.491	66,4%	387.438
16 Thüringen	394 498	1,42	560.903	51,0%	286.061
Gesamtergebnis	4.924.548		9.957.381		8.326.792

Quellen: dwif und ergänzende Schätzungen von PLANCO

Es ergeben sich für das Jahr 2004 insg. 8,3 Mio. Campingübernachtungen in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer. Mehr als 2/3 dieser Übernachtungen entfallen auf Mecklenburg-Vorpommern. Im Vergleich zu den in der amtlichen Statistik erfassten Zahlen sind die Zahlen nach dieser Schätzung mehr als doppelt so hoch.

¹¹ vgl.: Grundlagenuntersuchung: Wirtschaftsfaktor Campingtourismus in Deutschland, Hrsg. Deutscher Tourismus Verband (DTV); Bearbeitung dwif München 2004

2.1.6 Tagesreisen (ohne Übernachtung)

Nach dem Reisemotiv unterscheidet man Tagesausflüge und Tagesgeschäftsreisen. Als Tagesausflug wird jedes Verlassen des Wohnumfeldes bezeichnet, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das

- nicht als Fahrt zur Schule, zum Arbeitsplatz oder zur Berufsausübung vorgenommen wird,
- nicht als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs dient und
- nicht einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt (Vereinsaktivitäten im Nachbarort, Arztbesuche etc.).

Als Tagesgeschäftsreise zählen alle Ortsveränderungen zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben in eine andere Gemeinde als die des Arbeitsplatzes gezählt. Nicht hierzu gehören

- Fahrten zu ständig wechselnden Einsatzorten (Montage etc.),
- Dienstgänge innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde¹².

Die Tagesreiseintensität lag 2004 bei 86,6 %. Das heißt: 86,6 % aller Deutschen über 14 Jahren haben 2004 wenigstens eine Tagesreise unternommen. Im Durchschnitt unternimmt jeder Bürger (>14 J.) jährlich 41,5 Tagesreisen.

Tabelle 9 Reisehäufigkeit bei Tagesreisen in Deutschland 2004

Art der Reise	Durchschnittliche Zahl von Tagesreisen pro Kopf der Bevölkerung über 14 Jahre pro Jahr
Tagesausflüge	33,3
Tagesgeschäftsreisen	8,3
Tagesreisen insgesamt	41,5

Quelle: dwif

Die Tagesausflugshäufigkeit erreicht in Schleswig-Holstein 36,9 Reisen pro Kopf und Jahr, aber nur 22,9 in Sachsen-Anhalt.

In absoluten Zahlen lassen sich folgende Reisezahlen schätzen.

Tabelle 10 Volumen der Tagesreisen der Bevölkerung in Deutschland 2004 und Veränderung 1993–2004

Art der Reise	Anzahl der Reisen	Veränderung 2004 zu 1993 ¹³
Tagesausflüge	2.750 Mio.	+ 29 %
Tagesgeschäftsreisen	595 Mio.	+ 211 %
Tagesreisen insgesamt	3.345 Mio.	+ 44 %

Quelle: dwif

Damit ist das Volumen des Tagesreiseverkehrs – gemessen an der Anzahl der Reisen – annähernd zehnmal so groß wie das Aufkommen an Übernachtungen (340 Mio.), die die amtliche Statistik im Beherbergungsgewerbe für 2004 ausweist. Nicht enthalten sind Tagesreisen ausländischer Gäste nach Deutschland, die statistisch nicht erfasst werden.

Nur 4,7 % der Tagesausflugsreisen und 5,5 % der Tagesgeschäftsreisen führen ins Ausland. Mehr als 2/3 der Tagesausflüge haben Quell- und Zielort im selben Bundesland und fast jeder zweite Tagesausflug führt in eine Großstadt mit über 100.000 Einwohnern.

¹² Maschke, J. (dwif): Tagesreisen der Deutschen a.a.O. S. 13

¹³ Ein wichtiger Teil des Effekts begründet sich aus der verfeinerten Erhebungspraxis in 2004

Tabelle 11 Verteilung der Tagesausflüge nach Bundesländern

Bundesland (Ziel)	Tagesausflugsreisen 2004	
	Mio.	Anteil
01 Schleswig-Holstein	97,2	3,5%
02 Hamburg	75,8	2,8%
03 Niedersachsen	230,1	8,4%
04 Bremen	36,1	1,3%
05 Nordrhein-Westfalen	524,4	19,1%
06 Hessen	189,0	6,9%
07 Rheinland-Pfalz	163,3	5,9%
08 Baden-Württemberg	337,2	12,3%
09 Bayern	421,2	15,3%
10 Saarland	25,0	0,9%
11 Berlin	97,4	3,5%
12 Brandenburg	91,6	3,3%
13 Mecklenburg-Vorpommern	61,8	2,2%
14 Sachsen	131,1	4,8%
15 Sachsen-Anhalt	53,1	1,9%
16 Thüringen	61,7	2,2%
Ausland	130,0	4,7%
nicht zuordenbar	24,0	0,9%
Gesamtergebnis	2.750,0	100,0%

Quelle: dwif

Um die Tagesausflugsreisen in die ländlichen Räume der neuen Bundesländer zu ermitteln, waren Schätzungen notwendig, die PLANCO auf der Basis

- der in den amtlichen Statistiken flächendeckend auf Kreisbasis erfassten Übernachtungszahlen in ihrer Verteilung auf ländliche und nicht ländliche Regionen sowie
- der vom dwif erhobenen/geschätzten Tagesreiseaufkommenszahlen für die Reisegebiete der Bundesländer

vornahm. Die Ergebnisse je Bundesland zeigt Tabelle 12.

Tabelle 12 Geschätztes Tagesausflugsaufkommen in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004

Bundesland (Ziel)	Zahl der Tagesreisen insgesamt	Zahl der Tagesreisen ländlich	Tagesausflüge ländlich
	Mio.	Mio.	Mio.
12 Brandenburg	105,7	89,5	77,6
13 Mecklenburg-Vorpommern	71,5	66,5	57,5
14 Sachsen	155,4	14,1	11,9
15 Sachsen-Anhalt	63,4	43,0	36,1
16 Thüringen	74,8	40,7	33,6
Gesamtergebnis	470,8	253,8	216,5

Quellen: dwif und eigene Berechnungen und Schätzungen (PLANCO)

2.1.7 Schlussfolgerungen

Ohne die expandierenden Märkte in den neuen Bundesländern in den neunziger Jahren sowie nach der Jahrtausendwende wäre es kaum zu einer Expansion des deutschen Tourismusmarktes gekommen. Seit einigen Jahren zeichnet sich eine Abschwächung des Kapazitätsaufbaus in den neuen Bundesländern ab.

Parallel dazu schwenkte die Tourismusentwicklung in den neuen Ländern auf den gesamtdeutschen Trend ein. So sinkt inzwischen auch in den ostdeutschen Bundesländern die durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Beherbergungsgewerbe.

2.2 Einkommens- und Beschäftigungseffekte des Tourismus im Jahr 2004

2.2.1 Einkommenseffekte

2.2.1.1 Methodik

Zur Quantifizierung der ökonomischen Bedeutung des Tourismus in den ländlichen Räumen der neuen Bundesländer wird auf das bewährte Verfahren des dwif zurückgegriffen¹⁴. Ausgangspunkt sind in umfangreichen Erhebungen ermittelte Ausgaben¹⁵ der Reisenden nach Ausgabearten (Unterkunft [bei mehrtägigen Reisen], Verpflegung im Gastgewerbe, Einkauf, Freizeit/ Unterhaltung, lokaler Transport sowie sonstige Dienstleistungen). Hiermit werden die durch den Tourismus generierten Bruttoumsätze (einschl. MwSt.) berechnet. Hierzu werden die Ausgaben je Reisenden mit den entsprechenden Mengen multipliziert (Übernachtungen, Reisetage). Die länderspezifischen Ausgaben mussten von PLANCO für die ländlichen Regionen umgerechnet werden.

Zur Bestimmung von Einkommenseffekten werden die Bruttoumsätze um die enthaltene Mehrwertsteuer gekürzt. Dabei variiert der mittlere MwSt.-Satz je nach Ausgabeart und Branche (normaler, reduzierter oder MwSt.-freier Satz):¹⁶

- 0 % bei bestimmten Leistungen der öffentlichen Hand wie Museen, Theatern usw.
- 7 % bei den meisten Lebensmitteln, bei bestimmten Druckerzeugnissen (Bücher, Zeitungen), im öffentlichen Personennahverkehr
- 16 % bei der Mehrzahl der gewerblich verkauften Waren und Dienstleistungen.

Aus den so ermittelten Nettoumsätzen (ohne MwSt.) werden mit Hilfe durchschnittlicher Wertschöpfungsquoten die direkt entstehenden Einkommen, bestehend aus Löhnen, Gehältern und Gewinnen errechnet.

Diese Wertschöpfungsquoten stützen sich auf Kostenstrukturanalysen bestehender Betriebe. Sie unterscheiden sich je nach Branche erheblich¹⁷. Für die einzelnen Umsatzarten kommen Durchschnittswerte zum Ansatz, denn auch innerhalb der Sparten variieren die Quoten je nach Unternehmensausrichtung (Servicegrad/ Personalaufwand usw.).

Tabelle 13 Wertschöpfungsquoten in den touristisch relevanten Ausgabearten 2004

Ausgabeart/Branche	Wertschöpfungsquoten lt. Dwif 2004
Gastronomie	45,0%
Einkauf	18,5%
Freizeit/Unterhaltung	50,0%
Lokaler Transport	58,0%
Sonstige DL	55,0%

Quelle: dwif

¹⁴ Zeiner, M.; Harrer, B.; Scherr, S.; Bengsch, L.: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland; Auftraggeber: Bundesministerium für Wirtschaft und Wirtschaftsministerien aller Bundesländer Heft 49 der Schriftenreihe des dwif. München 2002 sowie Maschke, J. Tagesreisen der Deutschen – Grundlagenuntersuchung, Auftraggeber: Bundesministerium für Wirtschaft und Wirtschaftsministerien aller Bundesländer; Heft 50 der Schriftenreihe des dwif. München 2005

¹⁵ Es ist vor dem Hintergrund des stabilen Preisniveaus während der letzten Jahre vertretbar, die um die Jahrtausendwende erhobenen Ausgabenhöhen und -strukturen für die Übernachtungsgäste auch für 2004 zum Ansatz zu bringen. Komplizierte Um- und Hochrechnungen auf ein aktuelleres Preisniveau würden nur geringen Nutzen bringen. Zumal Veränderungen, die sich bei einer aktuelleren Erhebung auf Grund veränderter Verhaltensweisen der Konsumenten ergeben könnten, sicher einen stärkeren Einfluss hätten als der Preisniveaueffekt. Solche Erhebungen liegen jedoch aktuell nicht vor. Für Tagesreisende datiert die Erhebung aus 2004.

¹⁶ vgl. dazu den Anhang in Kap. 6.2.1

¹⁷ Das dwif hat dazu unterschiedliche Quellen herangezogen: Im Gastronomiebereich die Kostenstrukturanalysen und Betriebsvergleiche des DEHOGA; für den touristisch relevanten Einzelhandel Betriebsvergleiche des Instituts für Handelsforschung in Köln; für weitere Bereiche konnte auf die sektoralen Kostenstrukturerhebungen des Statistischen Bundesamtes zurückgegriffen werden; die Zuspitzung auf den Tourismus wird durch eigene Untersuchungen des dwif unterstützt.

Die touristischen Anbieter verwenden einen Teil ihrer Umsätze zur Finanzierung erforderlicher Vorleistungen (Einkäufe von anderen Unternehmen). Auch diese Einkäufe – hier als 2. Umsatzstufe bezeichnet – generieren Einkommen und Beschäftigung, z. B.:

- in der Landwirtschaft (direkte Belieferung von Gastronomie und Einzelhandel)
- im Handwerk (Bäcker, Metzger etc.)
- im produzierendes Gewerbe (Textilien, Küchengeräte etc.)
- bei privaten und öffentlichen Dienstleistern (Energie- und Wasserversorgung, Müllabfuhr, Werbeagenturen, Banken usw.).

Bei der Berechnung der Einkommenswirkungen dieser 2. Umsatzstufe konnte das dwif die Differenzierung nach Ausgabearten nicht aufrechterhalten. Es wird vielmehr mit einer durchschnittlichen Wertschöpfungsquote von 30 % gerechnet. Zulieferbetriebe haben ihren Standort häufig in einer anderen Region (anderes Bundesland, teilweise auch Ausland), so dass deren Einkommen nicht dem Reisezielland zufließen. Dennoch plädiert das dwif für deren Berücksichtigung mit dem Argument, dass sich interregionale Zu- und Abflüsse zumindest teilweise gegenseitig ausgleichen.

2.2.1.2 Umsätze aus Touristenausgaben

Die direkten Bruttoumsätze durch den Tourismus in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer werden für das Jahr 2004 auf insgesamt 8 Mrd. € geschätzt.

Den größten Anteil an diesen Umsätzen hat Mecklenburg-Vorpommern, gefolgt von Brandenburg und - mit einigem Abstand - Sachsen-Anhalt und Thüringen:

Tabelle 14 Direkte Umsätze durch Touristenausgaben in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer nach Ländern 2004 (Mio. €)

Bundesland	Mio. €
Brandenburg	2.165
Mecklenburg-Vorpommern	3.214
Sachsen	309
Sachsen-Anhalt	1.196
Thüringen	1.151
Summe	8.035

Quelle: dwif

Ein wesentlicher Anteil der Umsätze entsteht im Gastgewerbe (Unterkunft und Verpflegung) sowie im Einzelhandel.

Tabelle 15 Direkte Umsätze durch Touristenausgaben in den neuen Bundesländern nach Ausgabearten 2004 (Mio. €)

Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
1.196	2.829	2.470	602	135	802	8.035

Quelle: dwif

Eine differenzierte Übersicht über die Berechnungsergebnisse gibt Tabelle 16.

Tabelle 16 Bruttoumsätze durch Übernachtungs- und Tagesgäste in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004 nach Bundesländern und Ausgabarten in Mio. €

Bundesland	Übernachtungs- und Tagesgäste insgesamt						
	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Brandenburg	243	806	722	188	23	183	2165
Mecklenburg-Vorpommern	635	1142	819	209	67	343	3214
Sachsen	38	118	72	25	5	51	309
Sachsen-Anhalt	125	379	473	99	20	101	1196
Thüringen	155	384	383	81	22	125	1151
Summe	1196	2829	2470	602	135	802	8035
	Übernachtungsgäste insgesamt (Beherbergungsbetriebe und Campingplätze)						
Brandenburg	243	229	69	30	16	120	708
Mecklenburg-Vorpommern	635	601	174	87	55	298	1851
Sachsen	38	46	11	5	4	36	139
Sachsen-Anhalt	125	116	40	17	15	62	376
Thüringen	155	152	38	19	14	102	480
Summe	1196	1144	332	158	105	619	3554
	Tagesausflugsgäste						
Brandenburg	0	576	653	158	7	63	1.457
Mecklenburg-Vorpommern	0	541	646	122	11	45	1.364
Sachsen	0	72	61	20	0	15	169
Sachsen-Anhalt	0	264	432	82	5	38	820
Thüringen	0	233	346	62	7	23	671
Summe	0	1.685	2.138	444	30	183	4.481
	Beherbergungsbetriebe insgesamt						
Brandenburg	238	209	65	26	15	120	672
Mecklenburg-Vorpommern	586	550	148	73	45	289	1.691
Sachsen	37	44	10	4	3	36	133
Sachsen-Anhalt	124	111	38	16	13	62	365
Thüringen	154	149	37	19	14	101	475
Summe	1138	1063	298	138	90	608	3335
	Campingtourismus						
Brandenburg	5	21	5	3	1	0	36
Mecklenburg-Vorpommern	49	51	25	14	11	10	159
Sachsen	1	2	1	1	1	0	6
Sachsen-Anhalt	2	4	2	1	2	0	12
Thüringen	1	2	1	0	0	1	5
Thüringen	58	81	33	20	15	11	218

Quelle: PLANCO

2.2.1.3 Einkommen aus direkten und indirekten Umsätzen

Aus den Bruttoumsätzen errechnen sich nach Abzug der Mehrwertsteuer und Anwendung der genannten Wertschöpfungsquoten die direkten Einkommenseffekte. Weitere indirekte Einkommenseffekte („2. Stufe“) ergeben sich dadurch, dass die Beherbergungsbetriebe, der Einzelhandel usw. für die Befriedigung der Touristennachfrage ihrerseits Vorleistungen (Waren und Dienstleistungen) beziehen müssen, die ihrerseits Einkommen schaffen. Theoretisch ließe sich diese Kette immer weiter verlängern, weil die Vorleistungslieferanten ihrerseits Vorleistungen beziehen usw. Aufgrund der ständigen Verkleinerung dieser Effekte mit jeder weiteren Vorleistungsstufe und angesichts der geringen statistischen Sicherheit werden jedoch in den Berechnungen keine weiteren Stufen berücksichtigt.

Tabelle 17 Direkte und indirekte Einkommenseffekte durch Touristenausgaben in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004 (in Mio. €)

Bundesland	Übernachtungs- und Tagesgäste insgesamt				
	Direkte Einkommenseffekte (aus Touristenausgaben)	Indirekte Einkommenseffekte aus Vorleistungsbezügen der Ausgabenempfänger	Einkommenseffekte insgesamt	Volkseinkommen (geschätzt)	Beitrag des Tourismus zum Volkseinkommen in %
Brandenburg	702	352	1053	33.217	3,2%
Mecklenburg-Vorpommern	1110	503	1613	21.919	7,4%
Sachsen	108	47	154	56.856	0,3%
Sachsen-Anhalt	372	200	571	32.634	1,8%
Thüringen	372	185	557	30.871	1,8%
Summe	2663	1287	3950	175.496	2,3%
Bundesland	Übernachtungsgäste insgesamt				
Brandenburg	260	97	357		
Mecklenburg-Vorpommern	707	262	969		
Sachsen	52	18	71		
Sachsen-Anhalt	138	52	190		
Thüringen	180	64	244		
Summe	1338	493	1831		
Bundesland (ländlicher Anteil)	Tagesausflugsgäste				
Brandenburg	442	255	697		
Mecklenburg-Vorpommern	403	241	644		
Sachsen	55	28	84		
Sachsen-Anhalt	234	148	382		
Thüringen	192	121	313		
Summe	1.325	794	2119		

Quelle: PLANCO

Insgesamt ergeben sich für die neuen Bundesländer Einkommenswirkungen von ca. 4 Mrd. €. Die obige Tabelle unterstreicht dabei die große Bedeutung des Tagesausflugstourismus. In Mecklenburg-Vorpommern trägt der Tourismus demnach über 7 % zum Volkseinkommen bei, in Brandenburg immerhin noch über 3 %. In den anderen neuen Bundesländern ist die relative Bedeutung des ländlichen Tourismus geringer.

Eine entsprechende Aussage allein für die ländlichen Regionen der neuen Bundesländer ist wegen fehlender Daten zu den regionalen Volkseinkommen nicht möglich.

2.2.2 Beschäftigungseffekte

Mit Hilfe branchenspezifischer Umsätze¹⁸ pro Beschäftigten können die direkt mit den oben genannten Umsätzen verbundenen Beschäftigtenzahlen errechnet werden. Diese Zahlen bilden die Ausgangsgröße für die Ermittlung der *indirekt* vom Tourismus abhängigen Beschäftigten. Hierbei wurden drei Folgeeffekte berücksichtigt:

- Beschäftigung bei Lieferanten von Vorleistungen an die o. g. Sektoren als Empfänger touristischer Ausgaben;
- Beschäftigung bei Lieferanten von Investitionsgütern an die o. g. Sektoren als Empfänger touristischer Ausgaben;
- Beschäftigung bei Lieferanten von Konsumgütern und Konsumentendienstleistungen durch Ausgaben der direkt tourismusabhängigen Beschäftigten.

¹⁸ Diese Pro-Kopf-Umsätze liegen beim Statistischen Bundesamt für die Bereiche Beherbergungsgewerbe und Gastronomie in genauer Übereinstimmung vor. Für den lokalen Transport wird auf den Bereich „Straßenpersonenverkehr“ zurückgegriffen. Für die beiden anderen Ausgabenbereiche liegen keine detaillierten Werte vor, so dass auf Durchschnittswerte, die vom Statistischen Bundesamt im Rahmen ihrer Berichterstattung über den Querschnittsbereich Dienstleistungen (Dienstleistungen in Deutschland - Entwicklung und Ergebnisse 2003/2004, Wiesbaden 2004) zurück gegriffen wird.

Für diese Berechnung wird auf die Input-Output-Analyse zurückgegriffen. Vorzug der Input-Output-Analyse ist die Berücksichtigung *aller* indirekten Folgewirkungen über die gesamte Kette der Vorleistungsbeziehungen (Ursprungsumsatz – Vorleistungslieferung – Lieferung an Vorleistungslieferanten usw.). Insofern ist sie dem Ansatz bei der Berechnung der Einkommenswirkungen überlegen. Ein weiterer Vorzug ist, dass wirtschaftliche Wirkungen von Vorleistungslieferungen aus dem Ausland korrekterweise ausgeklammert werden.

Allerdings bestehen zwei Einschränkungen:

- Die einzig verfügbare Input-Output-Tabelle des Statistischen Bundesamtes gibt es nur für Deutschland insgesamt, nicht für einzelne Bundesländer oder gar kleinere Gebietseinheiten. Es gelten somit typische Inputstrukturen der erfassten Branchen.
- Die Branchendifferenzierung der Input-Output-Tabellen ist gröber als wünschenswert. Es müssen daher Strukturen der dort enthaltenen gröberen Branchengruppen verwendet werden.

Insgesamt wurden in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 128.450 direkt tourismusabhängig Beschäftigte berechnet (Jahr 2004). Hinzu kommen indirekte Beschäftigungseffekte:

- Empfänger touristischer Ausgaben (Gastgewerbe, Handel usw.) kaufen Vorleistungen bei anderen Betrieben ein. Hierdurch entstehende Arbeitsplätze wurden mit 31.189 ermittelt;
- Empfänger touristischer Ausgaben tätigen Investitionen. Bei den Lieferanten der Investitionsgüter entstehen weitere 108 Arbeitsplätze;
- Beschäftigte bei den Empfängern touristischer Ausgaben (direkt tourismusabhängige Beschäftigte) geben ihr Einkommen für Konsumzwecke aus. Hierdurch entstehende Arbeitsplätze wurden mit 65.275 berechnet.
- Insgesamt sind zu den 128.450 direkt tourismusabhängig Beschäftigten 96.572 indirekte Folgebeschäftigte hinzuzurechnen (Summe 225.022). Das bedeutet: zu jedem direkt tourismusabhängigen Beschäftigten kommen 0,75 Folgearbeitsplätze hinzu.

Tabelle 18 **Direkt und indirekt Beschäftigte in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer durch den Tourismus insgesamt im Jahre 2004**

Bundesland	Anzahl Beschäftigte 2004						
	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)							
Brandenburg	4.746	20.398	4.880	2.169	227	1.938	34.358
Mecklenburg-Vorpommern	12.381	28.907	5.536	2.421	668	3.621	53.534
Sachsen	740	2.997	486	291	45	536	5.095
Sachsen-Anhalt	2.445	9.599	3.194	1.143	198	1.061	17.640
Thüringen	3.031	9.727	2.591	940	217	1.317	17.823
Zwischensumme	23.343	71.628	16.687	6.964	1.355	8.473	128.450
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte							
bei Vorleistungslieferanten							31.189
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben							108
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten							65.275
Zwischensumme indirekt Beschäftigte							96.572
Summe direkt und indirekt Beschäftigte							225.022

Quelle: PLANCO

Bei der Interpretation dieser Zahlen ist zu beachten:

- Beschäftigungseffekte durch Vorleistungen, Investitionen und Konsumausgaben fließen zu einem wesentlichen Teil nicht den touristischen Regionen, nicht einmal dem jeweiligen Bundesland zu, sondern verteilen sich auf alle Bundesländer in Ost und West;

- Die Zahlen sind Rechenergebnisse auf Basis umfangreicher Schätzungen. Sie sind daher trotz scheinbarer Genauigkeit nur als Größenordnungen zu sehen;
- Eine Korrektur für Abflüsse in das Ausland ist nicht erforderlich. Diese wurden bei den Berechnungen bereits abgezogen.

Weiter differenzierte Berechnungsergebnisse finden sich in der Anlage (Kap. 6.2.3).

3. SZENARIEN 2020 FÜR DEN TOURISMUS IN LÄNDLICHEN REGIONEN DER NEUEN BUNDESLÄNDER UNTER DEM EINFLUSS VERÄNDERTER RAHMENBEDINGUNGEN

3.1 Übersicht über die Szenarien

Im Folgenden werden Szenarien für die Entwicklung der touristischen Nachfrage in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer unter dem Einfluss übergeordneter Rahmenbedingungen entwickelt. Diese werden später - mit regionalspezifischen Anpassungen - auf die drei Beispielregionen übertragen. Diese Szenarien zeigen mögliche Trends unter bestimmten Annahmen. Für eine fundierte Prognose bestehen erhebliche Datenlücken schon bezüglich der aktuellen Nachfragestruktur. Auch liegen keine geeigneten Rahmenprognosen vor, aus denen sich auf ländliche Regionen der neuen Bundesländer übertragbare Entwicklungen ableiten ließen. Hier besteht ein Empirie- und Forschungsbedarf, der um so dringlicher ist, als sich Veränderungen bisheriger Trends ankündigen.¹⁹

Zwei Faktoren beeinflussen die künftige touristische Nachfrageentwicklung in Deutschland, auf die einzelne Regionen oder Anbieter kaum Einfluss nehmen können:

- (1) die Bevölkerungsentwicklung;
- (2) die Entwicklung der verfügbaren Einkommen.

Innerhalb dieses Rahmens können die Anbieter (Unternehmen, Regionen, Bundesländer) versuchen, ihren Marktanteil zu erhöhen.

Für die Entwicklung 2004-2020 wurden drei aufeinander aufbauende Szenarien formuliert und in ihren Auswirkung auf die ländlichen Regionen allgemein sowie auf die Beispielregionen berechnet:

- Szenario 1: Einfluss der Bevölkerungsentwicklung in den Ländern/ Regionen (Gesamtzahl und Altersstruktur) auf die touristische Nachfrage bei unverändertem Reiseverhalten;
- Szenario 2: Einfluss sich verändernder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen auf das Reiseverhalten und damit die touristische Nachfrage, zusätzlich zu den demographischen Veränderungen aus Szenario 1;
- Aktivierungsszenario: Übernahme aller Veränderungen aus Szenario 2, zusätzlich Berücksichtigung der geschätzten Effekte einer Stärkung der interregionalen Wettbewerbsposition durch tourismusfördernde Maßnahmen.
- Dieses Aktivierungsszenario wird zunächst für die Beispielregionen entwickelt, da die Aktivierungsmaßnahmen und -potenziale hier eher abschätzbar sind als in größeren Gebieten;
 - Die Ergebnisse aus den Beispielregionen werden auf das Szenario 2 für die ländlichen Regionen der neuen Bundesländer übertragen.

Die folgende Tabelle fasst die wesentlichen Variablen zusammen, die in den Szenarien berücksichtigt werden. Die Szenarioannahmen im Einzelnen werden in den folgenden Abschnitten erläutert.

¹⁹ vgl. Versuche einer Vorausschau unter Berücksichtigung der demographischen Veränderungen durch Haehling, Ch., Struktur- und Verhaltensänderungen im touristischen Markt, Berlin 2004. und F.U.R. Urlaubsreisetrends bis 2015.

Tabelle 19 Übersicht über die Szenarien 2004-2020

Regionaler Bezug	Variable	Szenario 1	Szenario 2	Aktivierungsszenario
Neue Bundesländer ▪ insgesamt ▪ ländliche Regionen	Unterschiedene Marktsegmente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Übernachtungstourismus aus dem Inland (Beherbergungsbetriebe & Campingplätze) ▪ Übernachtungstourismus aus dem Ausland ▪ Tagestourismus 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wie Szenario 1 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wie Szenario 1
	Bevölkerungsentwicklung 2004-2020	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamtbevölkerung je Bundesland (insgesamt und ländliche Regionen allein) ▪ Alterszusammensetzung der Bevölkerung ▪ Ziel(bundes)landspezifische Herkunftsstruktur der Gäste nach ABL/ NBL, differenziert nach Übernachtungs- und Tagestourismus 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wie Szenario 1 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wie Szenario 1
	Wirtschaftliche Entwicklung 2004-2020	Konstanz der Faktoren auf dem Niveau von 2004: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reiseintensität ▪ Inlandsanteil an den Reisen ▪ Dauer der Inlandsreise vgl. Kap. 3.2.1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reiseintensität in den Herkunftsregionen ABL und NBL ▪ Inlandsanteil an den Reisen (einheitl. Veränderungsfaktor für ABL und NBL, ausg. Altersgruppe >65 in ABL) ▪ Dauer d. Inlandsreisen (einheitl. Veränderungsfaktor für ABL und NBL) vgl. Kap. 3.2.2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wie Szenario 2
	Entwicklung reg. Marktanteile	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine Veränderung der Marktanteile 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine Veränderung der Marktanteile 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marktanteilsverbesserung analog zu den Ergebnissen für die Beispielregionen vgl. Kap. 5.1
Beispielregionen: ▪ Mecklenburgische Seenplatte ▪ Ruppiner Land/Oberhavel ▪ Mittelberegion vgl. Kap. 4	Marktsegmente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Übernachtungstourismus in Beherbergungseinrichtungen und auf Campingplätzen ▪ Tagestourismus ▪ Wassertourismus (Hausboote, Kanus, Passagierschifffahrt, maritime Events) ▪ weitere Segmentierung nach Reismotiven (Ausruh-, Bade-, Kur-, Sport-, Städte-, Kultur-, Bildungs-, Eventtourismus) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wie Szenario 1 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wie Szenario 1
	Bevölkerungsentwicklung 2004-2020	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamtbevölkerung je Bundesland (insgesamt und ländliche Regionen allein) ▪ Alterszusammensetzung der Bevölkerung ▪ Ziel(bundes)landspezifische Herkunftsstruktur der Gäste nach ABL/ NBL, differenziert nach Übernachtungs- und Tagestourismus ▪ Bevölkerungsentwicklung im Einzugsbereich des Tagestourismus 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wie Szenario 1 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wie Szenario 1
	Wirtschaftliche Entwicklung 2004-2020	Konstanz der Faktoren auf dem Niveau von 2004: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reiseintensität ▪ Inlandsanteil an den Reisen ▪ Dauer der Inlandsreisen 	Gleiche Veränderungsfaktoren gegenüber 2004 wie für die NBL insgesamt: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reiseintensität in den Herkunftsregionen ABL und NBL ▪ Inlandsanteil an den Reisen ▪ Dauer der Inlandsreisen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wie Szenario 2
	Veränderte Reisepräferenzen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine Veränderung der Präferenzstrukturen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine Veränderung der Präferenzstrukturen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterschiedliche Entwicklungsdynamik nach Hauptreismotiven
	Entwicklung reg. Marktanteile 2004-2020	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine Veränderung der Marktanteile 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine Veränderung der Marktanteile 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veränderung der Marktanteile durch: ▪ gebietsspezif. Segmentstruktur der Gästezahlen ▪ Angebotsverbesserungen

Anmerkung: fett markiert sind Aspekte, die in den Beispielregionen gegenüber den Szenarien für die neuen Bundesländer bzw. deren ländliche Regionen insgesamt betrachtet werden

3.2 Szenarioannahmen

Die umfangreiche Literatur zu den beherrschenden Trends im Tourismus zeigt eine Vielfalt sich teilweise überschneidender Determinanten. Demnach wird sich der Tourismus in den kommenden Jahren nach Volumen und Zusammensetzung stark ändern. In der Literatur genannte Trends müssen zum Teil hinsichtlich ihrer langfristigen Wirkung hinterfragt werden. So ist die These von der starken Kaufkraft der wachsenden Gruppe der Älteren kurzfristig zutreffend, langfristig jedoch aufgrund stagnierender Rentenniveaus einzuschränken. Auch die These einer sinkenden Sparquote, die dem Tourismus zugute komme, muss angesichts der zwingender werdenden privaten Altersvorsorge infrage gestellt werden.

Der statistisch nicht erfasste Wassertourismus wird nur für die Beispielregionen geschätzt. In den Szenarien für die neuen Bundesländer bzw. deren ländliche Regionen insgesamt ist er nicht enthalten.

Reisende aus Deutschland generieren ca. 4 Milliarden Reisetage, von denen 3/4 innerhalb Deutschlands verbracht werden. Hier sind Reisetage bei Übernachtungen in privaten (nicht vermieteten) Unterkünften enthalten. Hinzuzurechnen sind mindestens 39 Millionen Übernachtungen von Kindern (ohne private Unterkünfte).²⁰ Das Tourismusvolumen im Inland wird durch die ausländischen Gäste ergänzt (57 Mio. Übernachtungen).

Tabelle 20 In Deutschland generierter Tourismus 2004 (Reisetage)

	Reisetage		
	Mio	darunter Inland	
		Mio	Anteil
Reisen ab 4 Übernachtungen	1.198	320	26,7
Kurzreisen 1-3 Übernachtungen	69	57	82,6
Tagesausflüge	2.750	2.620	95,3
Marktvolumen (1)	4.017	2.997	
Übernachtungen der Kinder		39	
Marktvolumen (2)		3.036	

Quellen: destatis: Statistisches Jahrbuch 2004;
Tagesreisen der Deutschen, dwif, München 2005

Tagesausflüge tragen zum Marktvolumen mehr als zwei Drittel bei.²¹ Kurzreisen (mit Übernachtung) haben laut Reisebefragungen 2004 gegenüber 2002 zugenommen, fallen aber weiterhin anteilig noch wenig ins Gewicht.

3.2.1 Bevölkerungsrückgang und Veränderungen der Altersstruktur: Szenario 1

Für die touristische Nachfrage in den neuen Bundesländern ist die Bevölkerungsentwicklung innerhalb dieser Region wesentlich, da viele Gäste von dort kommen (je nach Bundesland zwischen 37 und 64 % der Übernachtungen und zwischen 76 bis über 90 % der Tagesausflüge).²²

Nach neueren Schätzungen wird für die neuen Bundesländer ein deutlicher Bevölkerungsrückgang erwartet²³. Gravierend wird sich die Altersstruktur der Bevölkerung verändern.

²⁰ Ermittelt als Differenz von Angaben der Reiseverhaltensbefragung 2004 (>15 Jahre) und der Daten zu den Gästeübernachtungen im Inland < und > 8 Betten

²¹ Die amtliche Statistik konzentriert sich ausschließlich auf die Erfassung der Übernachtungsreisen in Beherbergungsstätten. Die sonstigen Übernachtungen in privaten nicht gemieteten Unterkünften machen laut Reisebefragung des Statistischen Bundesamtes ca. 93 Mio Übernachtungen im Inland aus. Tagesausflüge werden nicht erfasst.

²² Siehe Länderspezifische Erhebungen zu den Gästestrukturen bei Übernachtungsgästen zwischen 2001 und 2004 sowie Maschke, J.: Tagesreisen der Deutschen, München 2005

²³ Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Bevölkerung Deutschlands bis 2050 – Ergebnisse der 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung, Presseexemplar, Wiesbaden Juni 2003

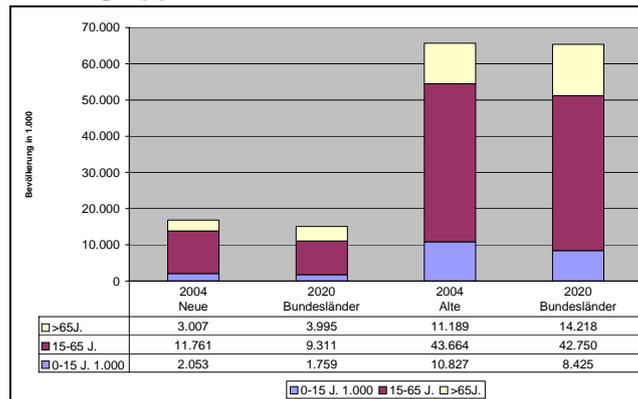
Statistisches Bundesamt – destatis: Bevölkerung Deutschlands von 2002 bis 2050, 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung, CD-ROM – Ergebnistabellen, Wiesbaden 2003

Sonderauswertung durch das Statistische Bundesamt unterschieden nach Alten Bundesländern und Neuen Bundesländern (einschl. Berlin), Oktober 2005

Tabelle 21 Bevölkerungsvorausschätzung 2004-2020 in den alten bzw. neuen Bundesländern nach Altersgruppen

Gebiet		Altersgruppe			Bevölkerung insgesamt
		0-15 J.	15-65 J.	>65J.	
		1.000			
Neue Bundesländer	2004	2.053	11.761	3.007	16.821
	2020	1.759	9.311	3.995	15.064
	Änderung %	-14	-21	33	-10
Alte Bundesländer	2004	10.827	43.664	11.189	65.680
	2020	8.425	42.750	14.218	65.393
	Änderung %	-22	-2	27	0

Quelle: destatis; 10. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung (Variante 4)

Abbildung 8: Bevölkerungsentwicklung in den alten und neuen Bundesländern 2004-2020 nach Altersgruppen

Quelle: destatis, 10. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung (2003), Variante 4

Danach werden in den neuen Bundesländern 2020 etwa 2,3 Millionen Menschen im erwerbsfähigen Alter weniger leben als 2004. Hingegen wächst die Zahl der Älteren (>65 J.) um fast eine Million.²⁴ In der kleiner werdenden Gruppe der Personen zwischen 15 und 65 Jahren nimmt die Zahl der 50 bis unter 65-Jährigen noch zu. Hingegen sinkt die Gruppe der unter 40-Jährigen.

Diese Verschiebungen wirken sich auf die touristische Nachfrage aus, da die ältere Bevölkerung eine geringere Reiseintensität sowohl bei Übernachtungsreisen als auch bei Tagesausflügen aufweist.

Tabelle 22 Reiseintensität der deutschen Bevölkerung nach Altersgruppen 2000-2004

	Entwicklung der Reiseintensität 2000-2004								
	2000			2002			2004		
	15-65 Jahre	>65 Jahre	zusammen	15-65 Jahre	>65 Jahre	zusammen	15-65 Jahre	>65 Jahre	zusammen
Bevölkerung (Mio.)	55,79	13,69	69,48	55,68	14,44	70,12	55,43	14,20	69,62
Zahl der Urlaubsreisenden* (Mio.)	45,70	7,8	53,5	39	7,6	46,4	38,7	6,1	44,8
Reiseintensität (%)	81,9	57,0	77,0	70,0	52,6	66,2	69,8	43,0	64,3

* über 15 Jahre; Übernachtungsreisen ab 4 Übernachtungen
Angaben nach Altersgruppen teilweise mit Standardabweichung zwischen 10 und 20%!

Quelle: destatis - Reiseverhaltensbefragungen

Somit ergeben sich aus den erwarteten Veränderungen der Altersstruktur folgende Konsequenzen für die Nachfrageentwicklung:

- *negative Wirkung:*

Die wachsende Gruppe der über 65-Jährigen reist weniger als die jüngere Bevölkerung. Für das Jahr 2004 schätzt das Statistische Bundesamt die Reiseintensität (Zahl der Urlaubsreisenden je Einwohner) bei den >65-Jährigen auf 43 %, für die 15-65-Jährigen aber auf 70 %. Beide Zahlen sind zwischen 2000 und 2004 deutlich gefallen (von im Mittel 77 % auf 64 %), vgl. Tabelle 22.

²⁴ siehe unter anderem auch: Demographische Effekte sind nicht mehr zu bremsen, IAB-Kurzbericht, Ausgabe Nr. 11/26.7.2005

- *positive Wirkung:*
Die - wachsende - ältere Bevölkerung reist häufiger nach inländischen Zielen als die unter 65-Jährigen: im Jahr 2004 nach verschiedenen Schätzungen zu 40-50 % gegenüber 30-35 % bei den unter 65-Jährigen - vgl. die folgende Tabelle:

Tabelle 23 Inlandsanteil bei Übernachtungsreisen nach verschiedenen Quellen

Reisendengruppe Datenquelle	Inlandsanteile bei Übernachtungsreisen ab 4 Übernachtungen				
	1999	2000	2002	2003	2004
	in Prozent				
alle Reisenden					
F.U.R.	29,0		30,5	32,5	30,8
B.A.T.		31,0	33,0	38,0	34,4
destatis		32,3	30,8		31,0
Reisende >65 Jahre					
B.A.T.			55,0		48,0
destatis*		/47,4/	/43,4/		/41,0/

Quellen: F.U.R., B.A.T. Freizeitforschungsinstitut, destatis

3.2.2 Einkommen und Einkommensverwendung: Szenario 2

Ein zusammenfassender Indikator für die touristische Nachfrage (ohne Tagestourismus) ist die Übernachtungsintensität. In der Entwicklung der Übernachtungsintensität spiegeln sich Veränderungen der Reiseintensität (Reisende/Einwohner), des Inlandsanteils an den Reisen (Inlandsreisen/Reisender) und der mittleren Reisedauer (Inlandsübernachtungen/Inlandsreisen) wider.

Übernachtungsintensität = Übernachtungen im Zielgebiet/ 100 Einwohner im Herkunftsgebiet

$$\frac{\text{Inlandsübernachtungen}}{\text{Einwohner}} = \frac{\text{Reisende}}{\text{Einwohner}} \times \frac{\text{Inlandsreisen}}{\text{Reisender}} \times \frac{\text{Inlandsübernachtungen}}{\text{Inlandsreisen}}$$

$$= \text{Reiseintensität} \times \text{Inlandsanteil} \times \text{Reisedauer}$$

An diesen Einflussfaktoren orientieren sich die Szenarien.

Für die Entwicklung des Inlandstourismus ist die Reisedauer wesentlich. Während Urlaubsreisen (ab 4 Übernachtungen) nur zu 27 % im Inland stattfinden, sind es bei Tagesausflügen 95 %, bei Kurzreisen 83 %.

In Abbildung 4 wurde der enge Zusammenhang zwischen der Entwicklung der Übernachtungsintensität und der verfügbaren Einkommen gezeigt.²⁵ Die zukünftige Entwicklung der touristischen Ausgabenspielräume wird von mehreren Trends belastet:

- Steigerung der Ölpreise/Energiekosten
- Anhaltender internationaler Standortwettbewerb mit hohem Druck auf die Löhne
- Abnehmende Ausgabenspielräume in öffentlichen Haushalten (Entlastung der Unternehmen auf Grund des Standortwettbewerbs, Haushaltskonsolidierung)
- Doppelbelastung der Erwerbstätigen durch Beiträge zur Altersvorsorge.

Diese Tendenzen zeigten sich bereits in den letzten Jahren:

- Nach 2001 entwickelte sich das real verfügbare Einkommen negativ oder nur schwach positiv (2002: -1,1 %, 2003: -0,2 %, 2004: +0,8 %) ²⁶, wobei die Veränderungen bei den Arbeitnehmer-einkommen gegenüber den Unternehmereinkommen noch ungünstiger ausfielen.
- Der Anteil privater Konsumausgaben verringerte sich von 2000-2004 von 91,8 % auf 90,7 %.
- Die Sparquote erhöhte sich im gleichen Zeitraum von 9,2 auf 10,5 %.

²⁵ Bei der Studie des B.A.T. Freizeitforschungsinstituts „Tourismusanalyse 2005“ gaben beispielsweise knapp 60% aller Befragten mit einem Haushaltsnettoeinkommen über 2500 Euro an, eine Urlaubsreise in 2005 zu planen, hingegen nur 26,5% mit einem Haushaltsnettoeinkommen unter 1500 Euro. Die Studie des dwif zu den Tagesreisen ergibt eine kontinuierliche Erhöhung der Tagesreiseintensität mit dem Einkommen (Tagesreisen der Deutschen Schriftenreihe des dwif Nr. 50/2005, S. 23)

²⁶ Verteilung der Einkommen 1999-2003, Studie im Auftrag des BMGS, Frankfurt 2004

- Es erhöhten sich die Ausgabenanteile für Wohnung, Wasser, Strom, Gas und Gesundheit von 27,3 % (2000) auf 28,7 % (2004).
- Hingegen sanken die Ausgaben für Beherbergung und Gaststätten von 5,7 auf 5,2 %. Sie wiesen absolut gegenüber allen anderen Ausgabenpositionen den größten Rückgang auf.²⁷

Folgen:

- anhaltend geringer Zuwachs bei den verfügbaren Einkommen, insbesondere bei Arbeitnehmerhaushalten und Transferbeziehern mit Phasen der Stagnation oder gar des Rückgangs.²⁸
- sinkender Anteil privater Konsumausgaben an den verfügbaren Einkommen durch eine wachsende Altersvorsorge, Privatisierung öffentlicher Leistungen (Gesundheit, Pflege, Bildung usw.) sowie wachsende Ausgaben für Verkehr und Energieversorgung.
- Weitere Polarisierung der Einkommen, wobei eine wachsende Gruppe mit real stagnierenden und sinkenden verfügbaren Einkommen rechnen muss (untere Lohngruppen, Branchen mit geringer Exportorientierung, Rentner), wovon die neuen Bundesländer besonders betroffen sein werden.

Es besteht ein deutlicher Zusammenhang zwischen der Übernachtungsintensität und der Entwicklung der verfügbaren Einkommen. Dabei sind die Ausschläge der touristischen Nachfrage höher als diejenigen der Einkommen - die Bevölkerung federt Einkommensschwankungen gerade in der touristischen Nachfrage überdurchschnittlich ab:

Reiseverhaltensbefragungen bestätigen die zu erwartenden Reaktionen im Tourismus:

- Verkürzung der Reisedauer
- Wendung zu preiswerteren Urlaubszielen (ostdeutsche Regionen vor Nordsee oder Bayern), Anbietern (Billigflieger) und Urlaubsformen.
- weniger Reisen (keine 2./3. Reise)
- kürzere Reisewege (Inland vor Ausland, nahegelegene Ziele).

Tabelle 24 Einkommen je Einwohner, Armuts- und Wohlstandsanteile 2002 nach Altersgruppen

Einkommen je Einwohner			
Alter	Deutschland	NBL Männer	NBL Frauen
40-<55	1.615 €		
55-<70	1.536 €		1.134 €
70-<85	1.345 €	1.158 €	1.013 €

Anteil Einkommensarmut		
Alter	ABL	NBL
40-<55	6%	14%
55-<70	7%	10%
70-<85	6%	11%

Anteil Wohlhabender		
Alter	ABL	NBL
40-<55	11%	4%
55-<70	10%	3%
70-<85	5%	0%

Bezug: bedarfsgewichtete Äquivalenzeinkommen nach der neuen OECD-Skala, Einkommensarmut: weniger als 50 % des bedarfsgewichteten Äquivalenzeinkommens; Wohlhabende: doppeltes bedarfsgewichtetes Äquivalenzeinkommen
 Quelle: Alterssurvey des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Berlin 2005 (Datenerhebung 2002)

Die Betroffenheit der Altersgruppen durch die genannten Belastungen ist in Ost und West unterschiedlich. Am stärksten belastet sind die Erwerbsfähigen in den neuen Bundesländern, gefolgt von den dortigen Ruheständlern, gefolgt von den Erwerbsfähigen in den alten Bundesländern. Am wenigsten belastet erscheinen die Senioren in den alten Bundesländern.

²⁷ Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung: Jahresgutachten 2005/2006, Berlin 2005, Anhangtabellen 29* und 30*, S. 63*, 64*

²⁸ Die Verknappung von Erwerbsfähigen in den neuen Bundesländern insbesondere nach 2010 führt nicht nachhaltig zu einem Anstieg der Einkommen, sondern verschlechtert die Standortattraktivität

Die Einkommen nach Altersgruppen²⁹ (vgl. Alterssurvey³⁰) verdeutlichen den Abfall der Einkommen mit wachsendem Alter:

Die Armut nahm in den neuen Bundesländern seit 1996 nach dem Alterssurvey spürbar zu. Neben der anhaltend hohen Altersarbeitslosigkeit ist auch die geringe Verfügbarkeit angesparten Vermögens zu berücksichtigen. Der hohe Anteil von Einkommensarmut bei den 40-55-Jährigen in den neuen Bundesländern weist auf einen Trend anhaltender Altersarmut hin. In den neuen Bundesländern entstehen größere Bevölkerungsgruppen, für die jährliche Urlaubsreisen die Ausnahme bilden. Es ist damit zu rechnen, dass sich das Verhältnis der Alterseinkommen zum durchschnittlichen Einkommen langfristig verschlechtert.³¹

In einigen Publikationen³² wird die Zunahme der Zahl der Älteren als Chance für den Tourismus gedeutet. Als ein Argument dienen die wachsenden Erbschaften bzw. das angesparte Vermögen dieser Altersgruppe. Allerdings sind die verfügbaren Vermögen (ohne selbst genutzte Immobilien) in den neuen Bundesländern noch längst nicht auf dem Niveau Westdeutschlands, so dass der hierdurch ermöglichte zusätzliche Ausgabenspielraum begrenzt ist. Auch konzentrieren sich die höheren liquiden Vermögenswerte noch auf einen geringen Bevölkerungsteil, der ohnehin eine hohe Reisehäufigkeit aufweist.

Ein weiteres Argument für erwartete touristische Marktchancen ist eine höhere Konsumquote der über 65-Jährigen. Dabei wird vernachlässigt, dass bei verringertem Einkommen die Aufrechterhaltung des bisherigen Konsumverhaltens einen höheren Anteil der Konsumausgaben am Gesamteinkommen nach sich zieht. Eine gestiegene Konsumfreudigkeit ist damit nicht verbunden.³³

Nach einer Studie des IWH Halle zu den Folgen des demographischen Wandels für das Land Sachsen³⁴ müsste die jährliche Produktivitätssteigerung in den neuen Bundesländern um einen halben Prozentpunkt über der in den alten Bundesländern liegen, um den Pro-Kopf-Einkommensabstand zu Westdeutschland nicht größer werden zu lassen. Das lässt einen wachsenden Einkommensrückstand vermuten.

Es kann unter Berücksichtigung dieser Entwicklungen insgesamt nicht davon ausgegangen werden, dass die touristische Nachfrage in den neuen Bundesländern ihr Niveau halten wird.³⁵

Die umfangreiche Literatur zu Veränderungen im Reiseverhalten³⁶ nennt insb. folgende Determinanten, deren prognostische Umsetzung freilich schwierig bleibt:

²⁹ bedarfsgewichtete Nettoäquivalenzeinkommen: es wird die Haushaltsgröße berücksichtigt

³⁰ Alterssurvey des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Berlin 2005 (Datenerhebung 2002); dieser Alterssurvey wurde im Auftrag des BMFSFJ vom Deutschen Zentrum für Altersfragen (DZA) durchgeführt.

³¹ Ragnitz, Joachim: Demographischer Wandel in Sachsen – Teilbereich „Staatliche Handlungsfähigkeit/finanzielle Ressourcen“ – Teil III: „Implikationen für die Wirtschaftsförderung und den Infrastrukturaufbau“, Gutachten des IWH Halle i.A. der Sächsischen Staatskanzlei, Halle 2004.; Ragnitz geht in seiner Simulationsrechnung für 2020 für das Bundesland Sachsen von einem Rentenniveau von 55% des durchschnittlichen Nettoeinkommens aus.

³² z. B. Forschungsgemeinschaft für Urlaub und Reisen (F.U.R.) Urlaubsreisetrends 2015, Hamburg, Kiel 2004., oder auch Roland Berger, Tourismustrends und Auswirkungen auf Österreich, Wien 2004 u.a.

³³ Petermann, Thomas / Revermann, Christoph / Scherz, Constanze: TA-Projekt Zukunftstrends im Tourismus, TAB Büro für Technikfolgenabschätzung beim Deutschen Bundestag Arbeitsbericht 101, Mai 2005.

³⁴ Ragnitz, J., Demographischer Wandel in Sachsen, a.a.O.

³⁵ Gegenläufige Argumentationen erscheinen wenig stichhaltig. Dass Urlaubsreisen als „fast unverzichtbar erscheinen“ und „Einsparungen bei Reisen vergleichsweise schwer fallen“ („Zukunftstrends im Tourismus, TA-Projekt, Arbeitsbericht Nr. 101, 2005, S. 45) ist sicher richtig. Das trifft auf andere Ausgabenbereiche aber ebenfalls zu. Es ändert auch nichts an sinkenden Spielräumen für den privaten Konsum.

³⁶ Folgende Quellen sind hierbei u.a. von Bedeutung: Petermann, Thomas / Revermann, Christoph / Scherz, Constanze: TA-Projekt Zukunftstrends im Tourismus, TAB Büro für Technikfolgenabschätzung beim Deutschen Bundestag Arbeitsbericht 101, Mai 2005; Prof. Dr. von Haehling, Christoph u.a.: Struktur- und Verhaltensveränderungen im touristischen Markt; eine Untersuchung im Auftrag der Willy-Scharnow-Stiftung für Touristik, Berlin 2003; Horst W. Opaschowski: Tourismusanalyse 2005 mit Grundlagenforschung, B-A-T Freizeitforschungsinstitut GmbH, Hamburg 2005; Walder, Bibiana / Prof. Dr. Weiermair, Klaus (Zentrum für Tourismus und Dienstleistungswirtschaft - Universität Innsbruck): Innovationen und die Rolle von Markttrends im Tourismus Vortrag bei ITB 2004 Hochschulforum „Market Trends and Innovations“ Berlin 2004; Bieger, Thomas / Laesser, Christian: Tourismustrends – Eine aktuelle Bestandesaufnahme; Jahrbuch der Schweizerischen Touris-

- Wachsende Souveränität, Bildung und Mobilitätsbereitschaft
- Individualisierung von Interessen und Bedürfnissen/ Entsolidarisierung/ Singleleben
- Identitätsverlust, gefühlte Authentizitätsverluste als Folge einer Medien- und Informationsüberflutung
- Suche nach „losen, unverbindlichen“ Gemeinschaften, Gruppen, Szenen
- Verlängerung der jungen, gesundheitlich fitten Lebensphase, höheres Gesundheitsbewusstsein
- Wieder zunehmende Unsicherheitsgefühle und Suche nach Bewältigungsstrategien
- Wachsender Wert von Genuss, Muße, Bequemlichkeit, Wellness
- Wachsendes Bedürfnis nach Bildung und Kultur bis ins Alter
- Verringerte Bindung an die Erwerbsarbeit.

Diese Trends haben je nach Altersgruppe unterschiedliche Konsequenzen, vgl. dazu auch den Anhang Kap. 6.3:

- wachsende Multioptionalität bei der Urlaubs- und Freizeitform, bei Älteren stärker als bei Jüngeren, wo bereits eine große Vielfalt erreicht ist; Folge: Teilung eines nicht wachsenden Tourismusvolumens auf immer mehr Marktsegmente, Neustrukturierungen
- weitere Polarisierung von Ansprüchen bei wachsender Zielgruppendifferenzierung
- mehr Nachfrage nach Urlaubsformen, die einen Ausgleich zu den „Zumutungen“ der Gesellschaft bieten (vor allem mittlere Jahrgänge bis 65 Jahre)
- mehr Nachfrage nach Urlaubsformen, die helfen, den Anforderungen der Gesellschaft besser zu entsprechen (besonders jüngere und mittlere Jahrgänge)
- mehr Nachfrage nach Urlaubsformen, die Raum schaffen zur Selbstfindung, Besinnung und Ruhe (mittlere und ältere Jahrgänge)
- mehr Nachfrage nach Urlaubsformen mit spezifischen Inhalten, die die Selbstentfaltung von Fähigkeiten und Interessen aus Vergnügen fördern (mittlere und ältere Jahrgänge- starke Ausdifferenzierung bei begrenzter Größenordnung der Nachfrage).

Zunehmend werden Reiseentscheidungen durch ökologische Faktoren beeinflusst. In den Bergen nimmt die Schneesicherheit ab, so dass jeder Winterurlaub zu einem Risiko wird. Strände sind zeitweise verschmutzt und verhindern den Badeurlaub. Unwetter und Überschwemmungen können zu bestimmten Jahreszeiten Camping, Kanuurlaub, Angeln usw. unmöglich machen. Kranke Waldgebiete oder verbrannte Bestände mindern die Attraktivität der Landschaft und halten Urlauber fern.

Die gewachsene Multioptionalität der Reiseziele drückt sich auch darin aus, dass Reisende vor keiner Weltregion zurückscheuen. Dabei genießen sie Landschaften und beobachten Kulturen, um für sich einen Gewinn an Erfahrung und Genuss zu erzielen. Die Kulturen, auf die sie treffen, stehen im Gegensatz zur Kultur der Wohlstandsgesellschaften. In den letzten Jahren wurden Probleme in anderen Weltregionen stärker als Ergebnis der Politik der Wohlstandsgesellschaften gesehen, so dass sie sich in Hass und Terror auch gegen Reisende aus den entsprechenden Ländern entladen.

Jedoch führen diese Unwägbarkeiten nur begrenzt dazu, den Reisenden vorsichtiger zu machen. Es ist vielmehr eine Gewöhnung an ein höheres Risiko zu beobachten. Nur in geringem Maße ändern Reisende ihre Urlaubspläne.³⁷ Gewinner ist nicht unbedingt das Inland, was unter anderem an den Wetterschwankungen liegt. Der bei stärkerem finanziellem Druck sowie verkürzter Reisedauer steigende empfundene Wert jedes Reisetages vermindert die Bereitschaft, Schlechtwettertage in Kauf zu nehmen. Das wird vor allem die Zielgruppe der unter 65-Jährigen betreffen.

muswirtschaft 2002/03, IDT-HSG; Roland Berger – Strategy Consultants: Tourismus-Trends und Auswirkungen auf Österreich Pressemitteilung Wien, 27. Juli 2004

³⁷ vgl. z. B. die Befragung nach der Flutkatastrophe an der Elbe und Nebenflüssen; Tourismusanalyse 2005

Das folgende Schaubild zeigt zusammenfassend die Faktoren für die zukünftige Entwicklung der Einkommen der verschiedenen Bevölkerungsgruppen.

Abbildung 9 Zukünftige Trends der Einkommensentwicklung

Allgemeine Trends:	
<ul style="list-style-type: none"> • Geringes Wachstum der verfügbaren Einkommen • wachsende Anteile von Ausgaben für Gesundheit, Bildung, Energie an privaten Konsumausgaben • Privatisierung sozialer Risiken, wachsende private Altersvorsorge 	
15 bis 65-Jährig	über 65-Jährig
<ul style="list-style-type: none"> • Wachsende Altersvorsorge/ Erhöhung der Sparquote • Verringerung staatlicher Transferleistungen für Erwerbslose • Erhöhung des Anteils der Geringverdiener • keine wesentlich steigende Erwerbsbeteiligung 	<ul style="list-style-type: none"> • Bei gegenwärtig noch ca. 80 % des gewichteten Nettoäquivalenzeinkommens (neue OECD-Skala: geringe Bedarfsgewichte zusätzlicher Haushaltsmitglieder) – spürbar sinkendes Niveau der individuellen Renten im Vergleich zum Durchschnittseinkommen
Neue Bundesländer:	Neue Bundesländer:
<ul style="list-style-type: none"> • Rückgang der Erwerbstätigkeit mit der Folge mittelfristig sinkender verfügbarer Einkommen • Verschlechterung des Verhältnisses zwischen Einkommen erwirtschaftender und von Transferleistungen abhängiger Bevölkerung; • Erhöhung des Anteils von Personen mit geringen verfügbaren Einkommen • Polarisierung: Erhöhung der Einkommen gut positionierter Erwerbstätiger 	<ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung des Anteils von Beziehern sehr niedriger Renten

Quelle: PLANCO

Im Szenario 2 werden auf der Grundlage der beschriebenen Zusammenhänge folgende Annahmen getroffen:

- In den alten Bundesländern gibt es anfangs noch eine leicht wachsende Reiseintensität der Bevölkerung unter 65 Jahre -
Faktor für die Übernachtungsintensität in den neuen Bundesländern (Altersgruppen <15 Jahre, 15-65 Jahre) =1,05.

Tabelle 25 Reisezahl und -dauer der deutschen Bevölkerung 2000-2004

	Jahr			Entwicklung 2004/2000
	2000	2002	2004	
Zahl der privaten Reisen (Mio.)	128,0	137,8	137,8	7,7%
dar. Inland	53,6	64,5	65,5	22,2%
dar. Ausland	74,4	73,3	72,3	-2,8%
Übernachtungen (Mio.)	1.295,5	1.266,4	1.197,5	-7,6%
dar. Inland	386,6	425,0	377,2	-2,4%
dar. Ausland	908,9	841,4	820,3	-9,7%
Übernachtungen/ Reise	10,1	9,2	8,7	-14,1%
dar. Inland	7,2	6,6	5,8	-20,2%
dar. Ausland	12,2	11,5	11,3	-7,1%

Quelle: destatis - Reiseverhaltensbefragungen

- Der Kostendruck führt zu einem höheren Inlandsanteil der Reisenden aus den ABL, an dem die neuen Bundesländer partizipieren:
Faktor für die Übernachtungsintensität in den NBL (Altersgruppen <15 Jahre, 15-65 Jahre) =1,03.
- Der Kostendruck führt ferner zu einer Verringerung der Reisedauer der Reisenden aus den alten Bundesländern:
Faktor für die Übernachtungsintensität in den NBL (Altersgruppen <15 Jahre, 15-65 Jahre) =0,97.
- Die im Jahr 2020 über 65-Jährigen der alten Bundesländer werden in diesem Szenario weiterhin zu einer wachsenden Reiseintensität tendieren, dem die ökonomischen Verhältnisse aber Grenzen setzen. Innerhalb der Gruppe wird es eine entsprechende verstärkte Polarisierung geben. Dem Trend zur Verringerung des Inlandsanteils der Reisen dieser Gruppe wirkt der Kostendruck

entgegen. Insgesamt wird ein Ausgleich der gegenläufigen Einflussfaktoren angenommen:

Faktor für die Übernachtungsintensität in den neuen Bundesländern (Altersgr. >65 Jahre) = 1.

- In den neuen Bundesländern wird die Zahl der Erwerbstätigen weiter sinken.³⁸ Bevölkerungsrückgang, Arbeitslosigkeit, sinkende Binnennachfrage in den NBL mit erneutem Arbeitsplatzabbau erzeugen einen Kreislauf mit der Folge sinkender Reiseintensität in allen Altersgruppen. In diesem Szenario wird ein leichter Rückgang angenommen:
 - *Verringerung der Reiseintensität = 0,95,*
 - *Verkürzung der Reisedauer: = 0,97;*
 - *Erhöhung des Inlandsanteils der Reisen zugunsten der NBL: 1,03.*³⁹
- Übernachtungsreisen werden teilweise durch Tagesausflüge ersetzt. In den NBL erhöhen sich die Tagesausflüge um die eingesparten Reisetage bei Übernachtungsreisen. In den ABL wird ein Zuwachs von Tagesausflügen in die NBL um insgesamt 5 % angenommen.

Das Zusammenwirken der beschriebenen Veränderungsfaktoren bezüglich der Übernachtungsintensität zeigt die folgende Tabelle:

Tabelle 26 **Veränderungsfaktoren 2004-2020 der Übernachtungsintensität im Zielgebiet neue Bundesländer/ Berlin - Szenario 2**

Entwicklung der		Herkunftsgebiet Neue Bundesländer und Berlin		Herkunftsgebiet Alte Bundesländer	
		alle Altersgruppen		< 15 bis 65 J.	>65 J.
Reiseintensität	1	0,95		1,05	
Inlandsanteil (NBL)	2	1,03		1,03	0,98
Reisedauer	3	0,97		0,97	
Ergebnis: Übernachtungsintensität	4 = 1 * 2 * 3	0,949		1,049	1,00

Quelle: Eigene Annahmen (PLANCO)

3.2.3 Entwicklung des Tourismus aus dem Ausland

Für Deutschland wird von der WTO⁴⁰ unter Annahme, dass keine weitere Abschwächung des Wirtschaftswachstums erfolgt, für den Zeitraum von 1995 bis 2020 eine jahresdurchschnittliche Wachstumsrate der Gästeankünfte aus dem Ausland von 1,2 % prognostiziert. Die Prognosen für Europa fallen etwas günstiger aus, wobei es vor allem auch die neuen Beitrittsländer der EU sind, die auf Grund des noch mangelnden Bekanntheitsgrads ein höheres Wachstumspotenzial aufweisen. Sie sind somit auch für die neuen Bundesländer als „Hauptkonkurrent“ zu betrachten.

Tabelle 27 **Entwicklung der Übernachtungen ausländischer Gäste in den neuen Bundesländern und Berlin 2004-2020 (in 1.000)**

Zielgebiet	2004	2020
neue Bundesländer	4.110	6.595
Berlin	4.257	6.830
neue Bundesländer und Berlin	8.366	13.425
Index	100	160

Quelle: Eigene Schätzungen (PLANCO)

Die Szenarien 2020 gehen von einem Wachstum der Gästezahlen aus dem Ausland in den neuen Bundesländern um jährlich 3 % aus.

³⁸ Vergleiche die möglicherweise noch zu optimistische Prognose in IAB Kurzbericht, a.a.O.. Der neuere Kurzbericht Nr. 19/2005 gibt ein pessimistisches Bild über die mögliche zukünftige Entwicklung.

³⁹ Die Reiseintensität in den NBL ist laut einer Studie von Touristik & Caravanik International Leipzig zwischen 2002 und 2004 von 74% über 73% auf 71% gesunken. Das ist in 3 Jahren ein Minus von ca. 4%.

⁴⁰ Nach Petermann, Thomas / Revermann, Christoph / Scherz, Constanze: TA-Projekt Zukunftstrends im Tourismus, a.a.O. S. 87.

In Berlin kann der Incoming-Tourismus auch bei schwacher Entwicklung des Inlandstourismus zu einer weiter wachsenden Tourismusnachfrage führen. In den Flächenländern ist die Bedeutung des Auslandstourismus weitaus geringer (deutlich unter 10 %), entsprechend geringer ist der Einfluss eines expandierenden Ausländertourismus.

3.3 Auswirkungen der Szenarioannahmen auf die touristische Nachfrage in den neuen Bundesländern

3.3.1 Szenario 1: Rückläufige Bevölkerungsentwicklung

Der Bevölkerungsrückgang sowie die veränderte Altersstruktur wirken sich regional unterschiedlich aus, da die jeweilige Herkunftsstruktur (neue/ alte Bundesländer) voneinander abweicht.⁴¹ Die Übernachtungszahlen inländischer Gäste in den neuen Bundesländern sinken bis 2020 um 3 % (Berlin, Sachsen-Anhalt) bis knapp 7 % (Brandenburg) (Mittelwert -4,7 %).

Da Tagesausflüge zu über 90 % und mehr aus den neuen Bundesländern selbst generiert werden, müssen aufgrund der Bevölkerungsabnahme Rückgänge zwischen 5,6 % (Berlin) und 16 % (Sachsen-Anhalt) erwartet werden (Mittelwert -10,7 %). Auf Grund des hohen Anteils der besonders rückläufigen Tagesausflüge sinkt die touristische Gesamtnachfrage aus dem Inland bis 2020 um knapp 10 %. Die noch positive Entwicklung der Tagesausflüge/Einwohner kann den negativen demographischen Effekt nur leicht abmildern. Ihre Zahl verringert sich um 9,6 %.

Tabelle 28 Szenario 1: Reisevolumen in den neuen Bundesländern 2004 bis 2020 unter dem Einfluss der demographischen Entwicklung bei konstantem Reiseverhalten

Bundesland	Szenario 1								
	2004			2020			Veränderung 2020 zu 2004		
	Inlandgäste- übernachten- gen	Tagesaus- flüge	Reisetage	Inlandgäste- übernachten- gen	Tagesaus- flüge	Reisetage	Inlandgäste- übernachten- gen	Tagesaus- flüge	Reisetage
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1000	%	%	%
Inlandsgäste									
Berlin	9.089	97.400	106.489	8.825	91.948	100.773	-2,9	-5,6	-5,4
Brandenburg	12.119	91.557	103.676	11.316	84.747	96.063	-6,6	-7,4	-7,3
Mecklenburg-Vorpommern	30.336	61.800	92.136	28.791	54.862	83.653	-5,1	-11,2	-9,2
Sachsen	18.584	131.100	149.684	17.637	112.871	130.508	-5,1	-13,9	-12,8
Sachsen-Anhalt	7.359	53.100	60.459	7.149	44.596	51.745	-2,9	-16,0	-14,4
Thüringen	10.094	61.700	71.794	9.723	54.701	64.424	-3,7	-11,3	-10,3
Summe	87.581	496.657	584.238	83.441	443.725	527.166	-4,7	-10,7	-9,8
<15 Jahre	11.465	68.892	80.357	9.363	60.906	70.269	-18,3	-11,6	-12,6
15-65 Jahre	60.772	374.181	434.953	54.138	312.200	366.338	-10,9	-16,6	-15,8
> 65 Jahre	15.342	53.584	68.926	19.941	70.397	90.338	30,0	31,4	31,1
Auslandsgäste									
Neue Bundesländer			4.110			6.595			60,0%
Berlin			4.257			6.830			60,0%
Summe			8.366			13.425			60,0%
Gäste insgesamt			592.604			540.591			-8,8%

Quelle: Eigene Annahmen und Berechnungen (PLANCO)

Der Auslandstourismus kann trotz seines vergleichsweise hohen Wachstums die schrumpfenden Effekte im Inlandstourismus nicht kompensieren.

Große Unterschiede bestehen zwischen den Altersgruppen. Die Zahl der Reisetage aus der Gruppe der 15-65-Jährigen sinkt um 15,8 %, diejenige der <15-Jährigen um 12,6 %. Die Reisetage der Altersgruppe über 65 erhöhen sich hingegen um 31,1 %.

⁴¹ vgl. Tabelle 1

3.3.2 Szenario 2: Überlagerung der Bevölkerungsentwicklung durch die Einkommensentwicklung

Die zusätzliche Berücksichtigung ökonomischer Rahmenbedingungen mildert die negative Wirkung der demographischen Effekte nur wenig (um einen %-Punkt für den gesamten Zeitraum 2004-2020). Der Rückgang der Reisetage aus dem Inland beträgt knapp 9 %.

Die touristische Nachfrage in den NBL nach Übernachtungsreisen aus den Herkunftsgebieten der NBL und Berlin wird stärker zurückgehen als im Szenario 1, hingegen aus den ABL um gut 4 % zunehmen. Angesichts der Struktur der Gäste sinken trotzdem die Reisetage aus Übernachtungen bis 2020 um 5 %.

Die noch positive Entwicklung der Tagesausflüge/Einwohner kann den negativen demographischen Effekt nur leicht abmildern. Ihre Zahl verringert sich um 9,6 %.

Die Zahl der Reisetage aus der Gruppe der 15-65-Jährigen sinkt um 14,9 %, nur wenig geringer als im Szenario 1 (-15,8 %). Das lässt sich vor allem aus der Entwicklung in den neuen Bundesländern erklären. Der positive Struktureffekt der Gruppe gutsituierter 50-65-jähriger Reisender ist zu schwach, um diese Entwicklung zu kompensieren.

Die Reisetage, die durch die Altersgruppe der über 65-Jährigen generiert werden, erhöhen sich im Szenario 2 um über 35 %. Auf Grund der begrenzten Größe dieser Altersgruppe und sich ausgleichender Effekte beim Übernachtungsvolumen können sie die negative Entwicklung der touristischen Nachfrage nicht aufhalten.

Durch einen Rückgang der touristischen Inlandsnachfrage am meisten betroffen ist in diesem Szenario das Land Sachsen-Anhalt (-13,5 %), gefolgt von Sachsen (-12,2 %). Am wenigsten betroffen sind Berlin (-4,3 %) und Brandenburg (-6,8 %). Allerdings hat Brandenburg den größten Rückgang bei den Übernachtungsreisen zu tragen (-8,2 %), also in dem für die Beschäftigung wichtigeren Sektor.

Tabelle 29 Szenario 2: Reisevolumen in den neuen Bundesländern 2004 bis 2020 bei Überlagerung des demographischen Szenarios (1) mit dem Szenario der ökonomischen Entwicklung

Bundesland	Szenario 2								
	2004			2020			Veränderung 2020 zu 2004		
	Inlandgäste- übernach- tungen	Tagesaus- flüge	Reisetage	Inlandgäste- übernach- tungen	Tagesaus- flüge	Reisetage	Inlandgäste- übernach- tungen	Tagesaus- flüge	Reisetage
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1000	%	%	%
Berlin	9.089	97.400	106.489	8.945	92.978	101.923	-1,6	-4,5	-4,3
Brandenburg	12.119	91.557	103.676	11.129	85.490	96.619	-8,2	-6,6	-6,8
Mecklenburg-Vorpommern	30.336	61.800	92.136	28.680	56.056	84.736	-5,5	-9,3	-8,0
Sachsen	18.584	131.100	149.684	17.570	113.855	131.425	-5,5	-13,2	-12,2
Sachsen-Anhalt	7.359	53.100	60.459	7.084	45.206	52.290	-3,7	-14,9	-13,5
Thüringen	10.094	61.700	71.794	9.796	55.516	65.312	-3,0	-10,0	-9,0
Neue Bundesländer u. BE	87.581	496.657	584.238	83.204	449.100	532.304	-5,0	-9,6	-8,9
< 15 Jahre	11.465	68.892	80.357	9.343	61.615	70.958	-18,5	-10,6	-11,7
15-65 Jahre	60.772	374.181	434.953	54.436	315.761	370.197	-10,4	-15,6	-14,9
> 65 Jahre	15.342	53.584	68.926	19.424	71.492	90.916	26,6	33,4	31,9
Auslandsgäste									
Neue Bundesländer			4.110			6.595			60,0%
Berlin			4.257			6.830			60,0%
Summe			8.366			13.425			60,0%
Gäste insgesamt			592.604			545.729			-7,9%

Quelle: Eigene Annahmen und Berechnungen (PLANCO)

3.4 Übertragung der Szenarien auf die ländlichen Regionen der neuen Bundesländer

3.4.1 Tourismusvolumen

Da für die ländlichen Regionen der neuen Bundesländer keine Informationen über spezifische Marktstrukturen vorliegen, mussten die auf Länderebene ermittelten Trends linear übernommen werden. Die folgende Tabelle zeigt das Ergebnis für die Szenarien 1 (Demographieeffekt; Status quo bei den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen) bzw. 2 (Demographie und verbesserte ökonomische Rahmen-

bedingungen, jedoch bei zunehmender Belastung der Haushaltsausgaben durch Alters- und Gesundheitsvorsorge sowie Energie).

Tabelle 30 Tourismusnachfrage in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004-2020 in den Szenarien 1 bzw. 2 (Demographieeffekte allein bzw. in Verbindung mit dem Wirtschaftsszenario)

Bundesland (Reiseziel)	2004			2020 Szenario 1			2020 Szenario 2		
	Über- nachtun- gen	Tages- ausflü- ge	Reisetage insge- samt	Über- nachtun- gen	Tages- ausflü- ge	Reisetage insge- samt	Über- nachtun- gen	Tages- ausflü- ge	Reisetage insge- samt
in 1.000									
Inlandsgäste									
Berlin	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Brandenburg	10.965	77.561	88.526	10.238	71.744	81.982	10.069	72.388	82.457
Mecklenburg- Vorpommern	29.085	57.462	86.547	27.605	51.026	78.631	27.497	52.118	79.615
Sachsen	1.779	11.861	13.640	1.689	10.212	11.901	1.682	10.301	11.983
Sachsen-Anhalt	4.868	36.054	40.922	4.667	30.249	34.917	4.686	30.694	35.380
Thüringen	6.256	33.601	39.857	6.026	29.804	35.830	6.072	30.233	36.305
Summe	52.954	216.539	269.493	50.225	193.036	243.261	50.007	195.734	245.740
Auslandsgäste									
Berlin	0		0	0		0	0		0
Brandenburg	687		687	1.103		1.103	1.103		1.103
Mecklenb.-Vorpommern	746		746	1.197		1.197	1.197		1.197
Sachsen	134		134	215		215	215		215
Sachsen-Anhalt	311		311	499		499	499		499
Thüringen	399		399	641		641	641		641
Summe	2.277		2.277	3.654		3.654	3.654		3.654
Gäste insgesamt									
Berlin	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Brandenburg	11.652	77.561	89.213	11.341	71.744	83.085	11.172	72.388	83.560
Mecklenb.-Vorpommern	29.831	57.462	87.293	28.802	51.026	79.828	28.694	52.118	80.812
Sachsen	1.913	11.861	13.774	1.904	10.212	12.116	1.897	10.301	12.198
Sachsen-Anhalt	5.179	36.054	41.233	5.166	30.249	35.415	5.185	30.694	35.879
Thüringen	6.655	33.601	40.256	6.667	29.804	36.471	6.713	30.233	36.946
Summe	55.231	216.539	271.770	53.880	193.036	246.916	53.661	195.734	249.395
Veränderung gegenüber 2004 in %									
Berlin									
Brandenburg				-2,7	-7,5	-6,9	-4,1	-6,7	-6,3
Mecklenb.-Vorpommern				-3,5	-11,2	-8,6	-3,8	-9,3	-7,4
Sachsen				-0,5	-13,9	-12,0	-0,8	-13,2	-11,4
Sachsen-Anhalt				-0,2	-16,1	-14,1	0,1	-14,9	-13,0
Thüringen				0,2	-11,3	-9,4	0,9	-10,0	-8,2
Gesamt				-2,4	-10,9	-9,1	-2,8	-9,6	-8,2

Quelle: PLANCO (eigene Annahmen und Berechnungen)

Die touristische Nachfrage wird in den ländlichen Regionen im Szenario 2 von rund 272 Mio. Reisetagen 2004 als Folge der angenommenen demographischen und ökonomischen Entwicklung um 8,2 % auf 249 Mio. zurückgehen. Im Szenario 1 ist der Rückgang mit -9,1 % noch etwas höher. Jedoch werden die veränderten ökonomischen Rahmenbedingungen auch hier nur zu einer leichten Abschwächung des demographisch bedingt negativen Trends führen.

Der Rückgang ist bei den Tagesreisenden (im Szenario 2) mit -9,6 % deutlich stärker als im Übernachtungstourismus (-2,8 %). Dieser Unterschied ist im Wesentlichen demographisch bedingt: Während im Übernachtungstourismus der Trend durch Gäste aus Westdeutschland und aus dem Ausland gemildert wird, wird der Tagestourismus ungebremst vom Einwohnerrückgang der (ostdeutschen) Herkunftsregionen getroffen.

Die dargestellten Szenarien berücksichtigen die Einflüsse aus übergeordneten Trends - insb. Bevölkerungs- und Wirtschaftsentwicklung. Wie die neuen Bundesländer insgesamt können auch deren ländliche Regionen versuchen, sich von den übergeordneten Trends zu lösen, indem sie durch Angebotsverbesserungen und wirksames Marketing anderen Zielregionen (Westdeutschland, Ausland) Marktanteile abnehmen.

3.4.2 Beschäftigungseffekte des Tourismus 2020 im Szenario 2

Auf der Grundlage der dargestellten Mengenentwicklung des Tourismus in den neuen Ländern gesamt und speziell in deren ländlichen Regionen lassen sich die Einkommens- und Beschäftigungseffekte für das Jahr 2020 berechnen. Bei der Ermittlung der Beschäftigungseffekte wird davon ausgegangen, dass mögliche zukünftige (nominale und reale) Einkommensveränderungen je Beschäftigten proportional zu Produktivitätsänderungen erfolgen werden. Somit kann mit konstanten Einkommen und Produktivitäten je Beschäftigten gerechnet werden, da sich sinkende Beschäftigtenzahlen je Mio. € Lohnsumme mit steigender Produktivität (Wertschöpfung je Beschäftigten) kompensieren.

Als Konsequenz muss beachtet werden, dass die errechneten Einkommenseffekte in ihrer absoluten Höhe für Pro-Kopf-Einkommen und Produktivitäten des Ausgangsjahres 2004 gelten, nicht für entsprechende Verhältniszahlen des Jahres 2020.

Tabelle 31 Direkt und indirekt Beschäftigte durch den Tourismus in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer im Jahre 2020 Szenario 2

Bundesland	Anzahl Beschäftigte 2004						
	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)							
Brandenburg	4.552	19.187	4.566	2.033	216	1.841	32.394
Mecklenburg-Vorpommern	11.911	27.058	5.086	2.251	638	3.457	50.401
Sachsen	745	2.765	432	260	45	518	4.766
Sachsen-Anhalt	2.408	8.563	2.756	1.000	189	992	15.907
Thüringen	3.058	9.172	2.359	870	210	1.302	16.971
Zwischensumme	22.674	66.744	15.200	6.415	1.297	8.110	120.440
Vergleichszahlen 2004 ⁴²	23.343	71.628	16.687	6.964	1.355	8.473	128.450
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte							
bei Vorleistungslieferanten							29.235
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben							102
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten							61.205
Zwischensumme indirekt Beschäftigte							90.541
Summe direkt und indirekt Beschäftigte							210.981
Vergleichszahl 2004							225.022

Die Zahl der tourismusabhängigen Arbeitsplätze geht im Szenario 2 in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer um ca. 6 % zurück.

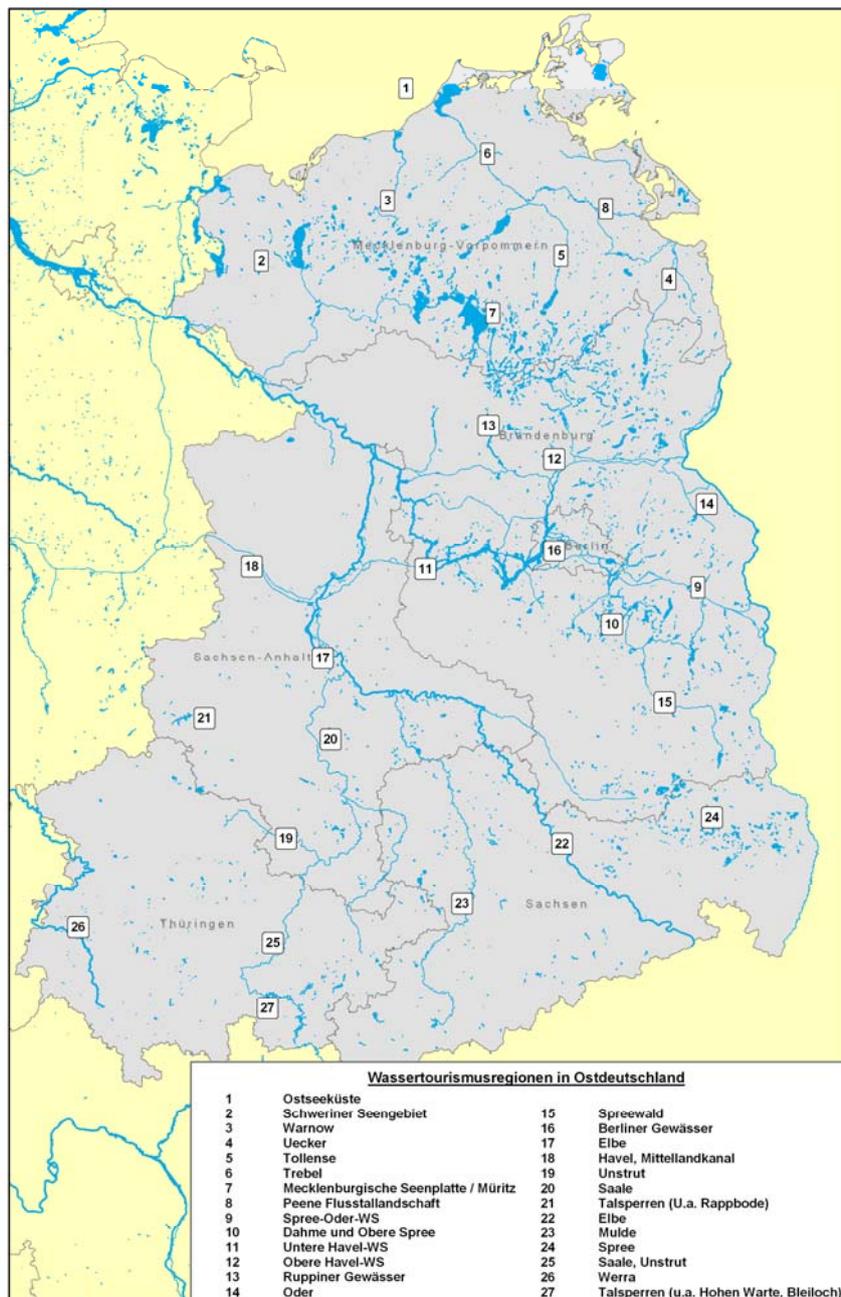
⁴² vgl. Tabelle 18

4. TOURISMUS IN AUSGEWÄHLTEN REGIONEN UNTER BESONDERER BERÜCKSICHTIGUNG DES WASSERTOURISMUS UND POTENZIALE FÜR EINE ERHÖHUNG DER MARKTANTEILE

4.1 Auswahl und Abgrenzung der Beispielregionen

Drei Beispielregionen wurden für die Konkretisierung der allgemeinen touristischen Trends und hieraus zu ziehender Konsequenzen ausgewählt. Für diese Regionen wurden die Schlussfolgerungen aus den Rahmenentwicklungen (Szenario 2) unter Berücksichtigung jeweiliger Stärken, Schwächen und Handlungsmöglichkeiten („Aktivierungsszenario“) modifiziert. Ausgangspunkt sind die im Folgenden gezeigten Wassertourismusregionen in den neuen Bundesländern:

Abbildung 10: Wassertourismusregionen in Ostdeutschland

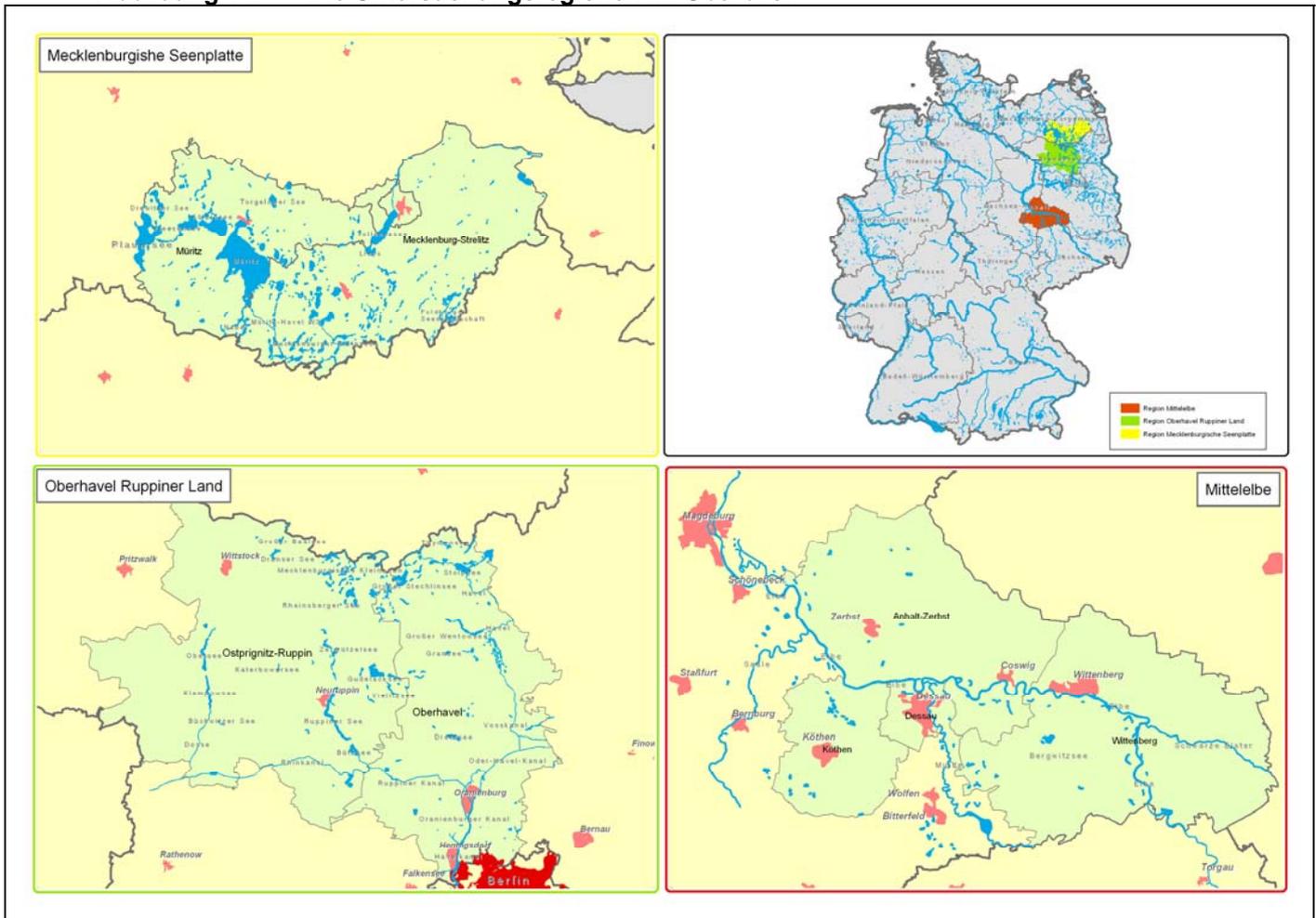


Quelle: eigene Zusammenstellung (PLANCO)

Ausgewählt wurden 3 Regionen, in denen der Wassertourismus schon oder angestrebt eine besondere Rolle spielt:

1. Mecklenburgische Seenplatte
2. Havelgewässer
3. Elbe und weitere Fließgewässer Sachsen- Anhalts (Blaues Band).

Abbildung 11: Die Untersuchungsregionen im Überblick



Quelle: PLANCO (eigene Grafik)

4.1.1 Kurzbeschreibung der Beispielregionen

4.1.1.1 Mecklenburgische Seenplatte

Die Mecklenburgische Seenplatte gehört zu den reizvollsten Wassertourismusgebieten in Europa. Sie besitzt über 2.000 Seen, hat tiefe Wälder und Moore und eine überaus artenreiche Fauna mit vielen seltenen Tierarten. Sie erstreckt sich vom Schweriner Seengebiet im Westen des Bundeslandes Mecklenburg-Vorpommern bis zur Uckermärkischen Seenplatte im Nordosten Brandenburgs über nahezu 200 km Luftlinie, überdeckt mit Stand- und Fließgewässern. Eingeschlossen sind neben den Sternberger, Goldberger und Krakower Seen vor allem die Mecklenburger Großseen einschl. Plauer See und der Müritz sowie die mecklenburgische Kleinseeplatte. Große Teile des Reviers sind über die Bundeswasserstraßen Müritz-Elde und Müritz-Havel verbunden. Der Wassertourist kann so von Berlin bis Hamburg reisen.

Die Mecklenburgische Seenplatte ist für nahezu alle wassertouristischen Nutzungen geeignet - auch für den windbetriebenen Sport (Surfen, Segeln), der in Binnenwasserrevieren häufig nur eingeschränkt möglich ist.

Aufgrund der großen Ausdehnung der Mecklenburgischen Seenplatte wird der Untersuchungsraum auf die Kreise Müritz und Mecklenburg-Strelitz begrenzt, die den größten und wichtigsten Teil des Wassersportreviers ausmachen. Dieses Gebiet schließt neben den Kernregionen der Mecklenburgischen Seenplatte (Großseen und Kleinseeplatte) auch die Gebiete Tollensesee, Penzliner Seengebiet und die Feldberger Seenlandschaft ein.

4.1.1.2 Ruppiner Land/Oberhavel

Auch das umfangreiche Gewässersystem der Havel ist ein europaweit einzigartiges Wassersportrevier. Auf 356 km hat die Havel ein Gefälle von nur 40m. Flusseen unterbrechen immer wieder ihren Fließcharakter. Die Havel entspringt in der Mecklenburgischen Seenplatte nahe der Müritz. Sie verläuft zuerst in südlicher (bis Potsdam), dann in westlicher (bis Stadt Brandenburg) und schließlich in nordwestlicher Richtung (bis Havelberg). Die direkte Entfernung von der Quelle bis zur Mündung beträgt nur 69 km. Bezogen auf den Wassertourismus kann die Havel in drei Reviere unterteilt werden.

1. Obere Havel-Wasserstraße/ Ruppiner Land zwischen Mecklenburger Seenplatte und Oranienburg
2. Potsdamer Havelseengebiet
3. Untere Havelwasserstraße zwischen Potsdam, Brandenburg und Havelberg.

Im Rahmen dieser Untersuchung erfolgt eine weitere Eingrenzung auf das besonders ländlich geprägte Ruppiner Land/Oberhavel.

Das Ruppiner Land mit der Rheinsberger, Fürstenberger, Kyritzer und Ruppiner Seenkette, dem Rhinluch und den Havelgewässern ist das wasserreichste Gebiet Brandenburgs mit über 170 Seen. Zusammen mit der angrenzenden Mecklenburgischen Seenplatte ist es eines der schönsten Bootsreviere Europas, dessen Labyrinth von über 2.000 km Wasserwegen dem motorbetriebenen Bootssport ebenso wie den Kanu- und Paddeltourismus attraktive Möglichkeiten bieten.

Administrativ umfasst das Gebiet die brandenburgischen Kreise Oberhavel und Ostprignitz-Ruppin, die dem Regionalen Planungsverband Prignitz-Oberhavel angehören und durch den Tourismusverband Ruppiner Land e.V. vermarktet werden.

4.1.1.3 Mittelelbe

Sachsen-Anhalt ist von zahlreichen Flüssen mit unterschiedlichen wassertouristischen Möglichkeiten durchzogen. Sie werden gemeinsam über die landesweite Initiative Blaues Band vermarktet. Der längste und wassertouristisch bedeutendste Fluss ist die Elbe vom südlichen Kreis Wittenberg nordwärts über die Städte Dessau, Schönebeck, Magdeburg und Tangermünde bis Havelberg. Die Elbe lässt sich für nahezu alle muskel- und motorbetriebenen Boote nutzen. Landschaftsprägend ist eine Vielzahl von Altwässern und Flutrinnen, Auwiesen und Auewäldern. Im Gegensatz zu den meisten anderen großen Strömen in Europa ist die Elbe nahezu unverbaut. Die Auen sind Rückzugsgebiet für zahlreiche seltene Tier- und Pflanzenarten.

Neben dem Mittelland- und dem Elbe-Havel-Kanal bieten sich weitere Flüsse für wassertouristische Nutzungen an, vor allem die Saale, die Bode und die Unstrut mit dem Weinanbaugebiet des Burgenlandkreises. Letztere eignet sich vor allem für den Kanu- und Paddeltourismus.

Diese Untersuchung konzentriert sich auf das Gebiet der Mittelelbe zwischen Schönebeck und Wittenberg. In diesem Raum ist die touristische Infrastruktur für wassertouristische Nutzungen (einschl.

Flusskreuzschifffahrt) am besten entwickelt. Administrativ entspricht das Untersuchungsgebiet im Wesentlichen den Kreisen Wittenberg, Anhalt-Zerbst, Köthen sowie der kreisfreien Stadt Dessau.

4.2 Profile, Nachfrageentwicklung, Stärken, Schwächen und Potenziale

4.2.1 Mecklenburgische Seenplatte

4.2.1.1 Profil und Zielgruppen

Das touristische Profil der Mecklenburgischen Seenplatte ist durch den Naturtourismus geprägt: Rad- und Wassertourismus sind die dominierenden Segmente. Ferner spielen der Wander- und Kulturtourismus sowie Wellness und Kururlaube eine Rolle. Der typische Besucher der Mecklenburgischen Seenplatte reist in Begleitung mit dem Partner. Familienreisen mit Kindern spielen hingegen eine untergeordnete Rolle. Die Altersgruppen 40 - 60 Jahre sind stärker vertreten als jüngere Touristen.

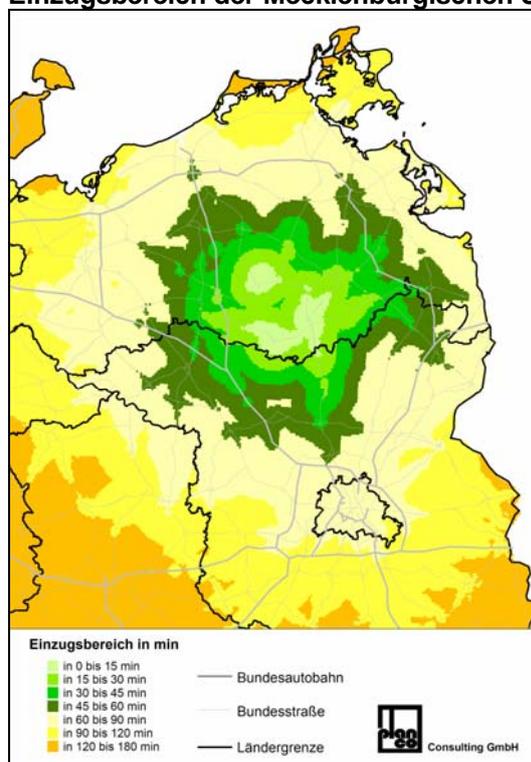
Ein verbindendes Element der verschiedenen Segmente ist der Wasserreichtum. Die Mehrzahl der Touristen besucht die Mecklenburgische Seenplatte wegen des Wassers, auch wenn sie sich während des Urlaubs nicht aktiv mit dem Wasser beschäftigen. Der Wander- und der Radtourismus spielen sich überwiegend am Wasser ab, und gerade diese Kombination ist häufig der Auslöser für einen Besuch. Vom Wassertourismus gehen folglich Synergieeffekte auf alle anderen Tourismussegmente aus.

4.2.1.2 Standortfaktoren

4.2.1.2.1 Lage und Erreichbarkeit

Die überregionale Anbindung der Region war lange ein Hemmnisfaktor. Vor allem infolge des Ausbaus der A20 ist die Region heute jedoch gut an das überregionale Straßennetz angeschlossen. Für die Anfahrt stehen die Autobahnen A 20, A 24 / A 19 sowie die Bundesstraßen 98, 104, 108, 192, 194, 197, 198 zur Verfügung.

Abbildung 12: Einzugsbereich der Mecklenburgischen Seenplatte



Quelle: PLANCO

Mit Fertigstellung bereits geplanter Infrastrukturprojekte (Ausbau der B 96, Umgehungsstraßen und Zubringer, z. B. Wittstock - Mirow) wird sich die überregionale Erreichbarkeit weiter verbessern. Trotzdem bleibt die Region schwerer erreichbar als andere, zentraler gelegene Destinationen.

Nachteiliger als die periphere Lage sind die Probleme der (inner)regionalen Erreichbarkeit. Hauptursachen hierfür sind die geringe Bevölkerungsdichte von 57 Einw./km² (in weiten Teilen sogar unter 25 Einw./km²) sowie die Siedlungsstruktur (51 % aller Siedlungen haben unter 50 Einwohner). Während der touristischen Hauptsaison sind die Bundesstraßen der Region häufig überlastet, zumal die einheimische Bevölkerung wegen der wenigen zentralen Arbeitsorte stark zum Pendeln gezwungen ist. Das ÖPNV-Angebot ist stark eingeschränkt und kaum auf die touristische Bedienung ausgerichtet.

Aufgrund der schwierigen innerregionalen Erreichbarkeit ist die Ausdehnung des Einzugsbereiches für Tagesgäste (max. 60 Min. Fahrzeit) kleiner als anderswo. Die dicht besiedelte Quellregion Berlin-Potsdam liegt außerhalb dieser Zeitzone. Das Bevölkerungspotenzial für Tagesbesucher der Mecklenburgischen Seenplatte erreichte 2004 nur ca. 760.000 Einwohner. (siehe auch Abbildung 39 im Anhang).

4.2.1.2.2 Wirtschaft und Bevölkerung

Die Bevölkerung sank in der Mecklenburgischen Seenplatte 1990-2004 von 160.473 auf 152.769 (-7.704 bzw. -5 %).⁴³ Die natürliche Bevölkerungsentwicklung wie die Wanderungsbilanz waren negativ. Wie anderswo wandern gerade die jüngeren, gut ausgebildeten Bevölkerungsteile ab. Die Wirtschaft der Region ist strukturschwach. Über 60 % der Erwerbstätigen arbeiten in den Bereichen öffentliche und private Dienstleistungen, Handel, Verkehr und Gastgewerbe. Auch die Landwirtschaft spielt eine relativ bedeutende Rolle (7 %). Der Anteil des produzierenden Sektors ist mit 25 % relativ niedrig.

Ein geringes Angebot an Arbeitsplätzen führt zu einem hohen Auspendlervolumen, Abwanderung und Arbeitslosigkeit (im Jahresdurchschnitt 2004 zwischen 21,7 % [Müritz] und 24,3 % [Mecklenburg-Strelitz]). Damit gehört die Mecklenburgische Seenplatte deutschlandweit zu den Regionen mit der höchsten Arbeitslosigkeit. Niedrigere Löhne als hier gibt es in Deutschland nur in wenigen anderen Regionen. Es fehlen technologieorientierte und kapitalkräftige Unternehmen. Ein schwaches Nachfragepotenzial und die periphere Lage schwächen die Chancen für eine wirtschaftsstrukturelle Stärkung.

4.2.1.3 Angebots- und Nachfrageentwicklung

4.2.1.3.1 Übernachtungstourismus

Die Zahl der Gästeübernachtungen bzw. -ankünfte in Betrieben mit über 8 Betten erhöhte sich in der Mecklenburgischen Seenplatte in den 90er und frühen 2000er Jahren deutlich.

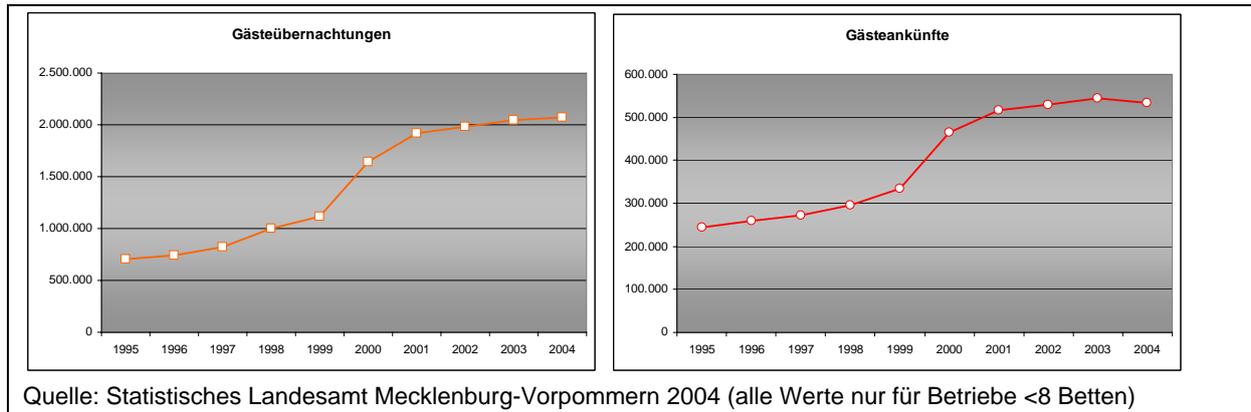
Aufgrund der gestiegenen Verweildauer (1995: 2,9; 2004: 3,9 Tage) war die Zunahme bei den Übernachtungen höher als bei den Gästeankünften. Nach dem Höhepunkt in 2003 sind die Gästeankünfte allerdings rückläufig, seit 2005 voraussichtlich auch die Übernachtungszahlen.⁴⁴

Zu den Übernachtungen im statistisch nicht erfassten Kleingewerbe (Betriebe mit bis 8 Betten) liegen widersprüchliche Aussagen vor. Der Regionale Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte schätzt, dass in Kleinbetrieben noch einmal ebenso viele Übernachtungen erfolgen wie in Betrieben mit mehr als 8 Betten. Das Tourismusbarometer Ost nennt dagegen für 2002 eine Quote von nur 27 % (Übernachtungen in Kleinbetrieben in % der Übernachtungen Betrieben >8 Betten).⁴⁵ Im Folgenden wird eine Quote von 35 % angenommen.

⁴³ Statistisches Landesamt (StaLA) M-V, 2004

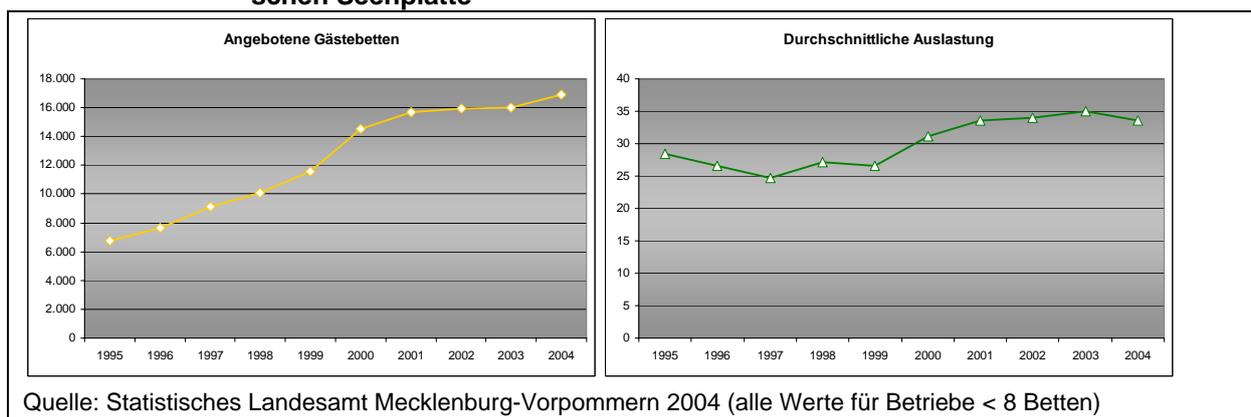
⁴⁴ vorläufige Vorausschätzungen durch den Regionalen Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.

⁴⁵ Ostdeutscher Sparkassen- und Giroverband, 2003 (Hrsg.)

Abbildung 13: Gästeankünfte und -übernachtungen in der Mecklenburgischen Seenplatte (nur Betriebe mit über 8 Betten)

Damit läge die Übernachtungszahl im Jahr 2004 bei insg. 2,8 Mio. Übernachtungen (amtl. Statistik/ nur Betriebe mit >8 Betten: 2.074.639).

Das Angebot an Gästebetten hat sich gegenüber 1995 deutlich erhöht, jedoch schwächer als die Zahl der Übernachtungen. Die damit verbundene Steigerung der Auslastung hat sich allerdings 2004 aufgrund rückläufiger Übernachtungszahlen umgekehrt.

Abbildung 14: Angebotene Gästebetten und Durchschnittsauslastung in der Mecklenburgischen Seenplatte

4.2.1.3.2 Tagestourismus

Der Tagesausflugsverkehr wird von der amtlichen Statistik nicht erfasst. Tatsächlich leistet er einen bedeutenden Betrag zur regionalen Beschäftigung. Für die Aufkommensschätzung wird auf die vom Ostdeutschen Sparkassen- und Giroverband herausgegebene Quelle „Tagesreisen der Deutschen“ zurückgegriffen⁴⁶. Es wird geschätzt, dass pro Gästeübernachtung (in Beherbergungsbetrieben >8 Betten) 3,9 Tagesreisen in die Mecklenburgische Seenplatte gehen. Für 2004 entspricht dies 6,9 Mio. Tagesausflügen.

4.2.1.3.3 Camping

Auf 56 erfassten Campingplätzen mit knapp 3.000 Stellplätzen für Urlaubscamping wurden 2004 über 600.000 Gästeübernachtungen erfasst.⁴⁷ Unter Berücksichtigung einer anzunehmenden Dunkelziffer

⁴⁶ 2005

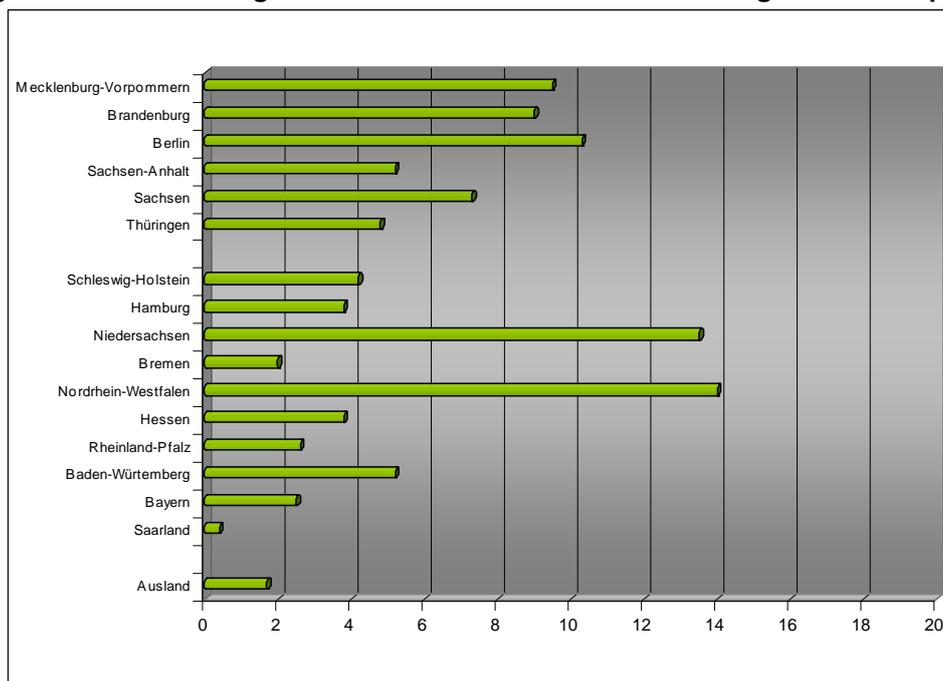
⁴⁷ StaLa M-V, 2004

(der Faktor wird für Mecklenburg-Vorpommern auf 1,86 geschätzt)⁴⁸, kann von tatsächlich 1,136 Mio. Campingübernachtungen ausgegangen werden.

4.2.1.3.4 Herkunftsstruktur

Etwa 60 % der Übernachtungstouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte kommen aus den alten Bundesländern. Die bevölkerungsreichen Länder Nordrhein Westfalen und Niedersachsen spielen hier die größte Rolle. Aus den neuen Bundesländern dominieren vor allem Touristen aus Brandenburg und Berlin. Mit knapp 10 % aller Touristen spielt auch das eigene Bundesland Mecklenburg-Vorpommern eine wesentliche Rolle.⁴⁹ Sehr gering ist der Anteil der ausländischen Gäste mit durchschnittlich nur ca.2 %.

Abbildung 15: Herkunftsregionen der Touristen in der Mecklenburgischen Seenplatte in %



Quelle: Gästebefragung des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern e.V., Sommer 2003

4.2.1.4 Wassertourismus

Im Folgenden werden drei Teilbereiche des Wassertourismus unterschieden: der Bootstourismus, die Fahrgastschiffahrt und maritime Großveranstaltung (soweit zutreffend).

4.2.1.4.1 Bootstourismus

Die Region bietet zahlreiche touristisch nutzbare Häfen. Im Kreis Müritz wurden 90 Häfen mit ca. 3500 Liegeplätzen ermittelt, von denen ca. 1.400 Plätze auch Gastbooten zur Verfügung stehen.⁵⁰ Für den Landkreis Mecklenburg-Strelitz gibt es keine verlässlichen Zahlen. Die Zahl der Bootsliegeplätze wird hier auf bis zu 1.400 geschätzt.⁵¹ Die Zahl der geschleusten Sportboote hat sich im Zeitraum 1996-2004 deutlich erhöht:

⁴⁸ Deutscher Tourismusverband 2004 (Hrsg.)

⁴⁹ alle Angaben aus dem Gespräch mit dem Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte

⁵⁰ Ufernutzungskonzeption Landkreis Müritz, (noch unveröffentlicht)

⁵¹ Schätzungen PLANCO, auf Basis von Vergleichen zwischen Ufernutzungskonzeption Landkreis Müritz und dem Standortkonzept für Wasserportanlagen Binnengewässern Mecklenburg-Vorpommern, Ministerium für Bau, Landesentwicklung und

Tabelle 32 Zahl geschleuster Boote an ausgewählten Schleusen der Mecklenburgischen Seenplatte (1996 und 2004)

	Plau	Diemitz	Mierow	Wesenberg	Straasen	Liebnitz	Voßwinkel
1996	1.573	30.204	17.017	13.738*	24.181	6.995	9.675
2004	7.740	39.757	24.029	26.551	30.529	7.646	13.963
Zunahme	+6.167	+9.553	+7.012	+12.813	+6.348	+650	+4.288

Quelle: WSA Eberswalde und Lauenburg, 1996-2005; * Jahr 1995

Zahlen zur wassertouristischen Nachfrage gibt es für die Region Mecklenburgische Seenplatte kaum. Sie mussten von PLANCO auf Basis vorliegender regionaler Studien und unter Mitwirkung der Experten geschätzt werden (vgl. dazu 6.6).

Tabelle 33: Personenübernachtungen in Booten auf der Mecklenburgischen Seenplatte pro Jahr (2004)

Segment	Übernachtungen/ Tagesausflüge
Hausboote / Motorboote / Segelboote	
Hausboote in der Region gechartert*	195.075
Mit dem eigenen oder gechartertem Boot in die Region gereist**	53.372
Überregionale Dauerlieger	5.750
Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung mit eigenen Booten	379.615
Kanus	
Tagestouren im eigenen Boot	8.121
Tagestouren im gemieteten Boot	9.926
Mehrtagestouren eigenes Boot	81.214
Mehrtagestouren im gemieteten Boot	99.261
SUMME	832.334

* einschl. Hausboote, die in der Nachbarregion Ruppiner Land gemietet wurden aber in der Mecklenburgischen Seenplatte Teile Ihres Urlaubs (geschätzt 3 Tage) verbringen; ** außer gecharterte Boote aus dem Ruppiner Land/Oberhavel
Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

Insgesamt wird der Bootstourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte auf jährlich 832.719 Übernachtungen geschätzt. Hinzu kommen Tagesausflüge auf Booten. Den größten Anteil an den Übernachtungen auf Booten machen Haus- und Charterboottouristen aus (44,8 %). Bedeutend ist auch der Kanutourismus, vor allem, wenn mehrtägige Wasserwandertouren in der Region unternommen werden. Touristen, die mit dem eigenen Boot in die Mecklenburgische Seenplatte kommen, spielen ebenfalls eine wichtige Rolle.

Die lokale Bevölkerung trägt wesentlich zum Wassertourismus in der Region bei. Die Zahl an Boots- liegeplätzen von einheimischen Dauerliegern wird in der Region auf 3.300 geschätzt. Bei einem durchschnittlichen Nutzungsgrad von 50 Tagen im Jahr ergeben sich jährlich etwa 380.000 Tagesausflüge der lokalen Bevölkerung auf dem Wasser.⁵²

4.2.1.4.2 Fahrgastschiffahrt

Die Fahrgastschiffahrt hat in der Mecklenburgischen Seenplatte traditionell große Bedeutung. Das jährliche Passagieraufkommen wird auf 150.000 geschätzt.

⁵² Umwelt (Hrsg.), 1997
PLANCO, eigene Befragung 2002 Darßer Ort

4.2.1.4.3 Maritime Großveranstaltungen

In der Mecklenburgischen Seenplatte findet alljährlich im Mai die Müritz-Sail statt. Nach der Hansesail ist sie die zweitgrößte maritime Großveranstaltung in Mecklenburg-Vorpommern. Die geschätzte Besucherzahl belief sich in den letzten Jahren auf 60.000.⁵³

4.2.1.5 Stärken und Schwächen

4.2.1.5.1 Allgemeine touristische Stärken und Schwächen

Im Folgenden dargestellte Aussagen zu Stärken und Schwächen stützen sich wesentlich auf Gespräche mit regionalen Akteuren und ergänzende Literaturlauswertungen. Es wurden auftragsgemäß keine eigenen empirischen Erhebungen zur Überprüfung dieser Feststellungen durchgeführt. Festgestellte Schwächen bedeuten nicht, dass die jeweilige Region gegenüber den maßgeblichen konkurrierenden Regionen besonders schlecht positioniert ist. Sie besagen vielmehr, dass in diesen Bereichen Verbesserungsmöglichkeiten bestehen, die dabei helfen können, die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber Konkurrenzregionen weiter zu verbessern.

Wichtigste Stärken der Region sind der überregionale Bekanntheitsgrad, die unberührte Natur und Landschaft, der Gewässerreichtum sowie die moderne touristische Infrastruktur. Schwächen bestehen nach örtlicher Einschätzung noch bei der Qualität sowie dem Preis-Leistungs-Verhältnis der touristischen Dienstleistungen und vor allem bei den touristischen Wegenetzen für den Rad-, Wander- und Reittourismus. Zu Details vgl. Kap. 6.8.1.

Tabelle 34: Touristische Stärken und Schwächen der Mecklenburgischen Seenplatte

Touristische Stärken	Touristische Schwächen / Hemmnisse
Vielfältiges Naturraumpotenzial	Kürze der Saison
Müritz-Nationalpark und weitere Schutzgebiete	Mangelnde Schlechtwetterangebote
Gewässerreichtum – Wassertourismus	In bestimmten Segmenten noch mangelnde touristische Infrastruktur/ Versorgung Radwegenetz, Reitwegenetz, Wanderwegenetz, hochqualitative Gastronomie
Störungsarme und unverbaute Landschaftsräume	Mangel an zielgruppenspezifischen und bedarfsorientierten Angeboten
Moderne touristische Infrastruktur	Preis-Leistungs-Verhältnis
Attraktive Übernachtungsmöglichkeiten – keine Bettenburgen	Mangelnde Versorgung auf dem Land
Campingtourismus	Wenig Shoppingangebote und Möglichkeiten zum Stadtbummel
Radtourismus	Mangel bei der Bündelung und Vermarktung Regionaler Produkte
Land Fleesensee – touristisches Großprojekt	Qualität and Vielfalt der Gastronomie
Eiszeitlich geprägtes Landschaftsbild	Mangelnder Service und mangelnde Individualität der Anbieter
Schlösser und Herrenhäuser	Incoming Tourismus
Attraktive Innenstädte und staatlich anerkannte Erholungsorte (Klink, Feldberg, Röbel, Waren)	

Quelle: eigene Zusammenstellung PLANCO unter Mithilfe der Experten vor Ort

4.2.1.5.2 Wassertouristische Stärken und Schwächen

Die Stärken und Schwächen im wassertouristischen Angebot der Mecklenburgischen Seenplatte sind in der folgenden Übersicht zusammengefasst. Viele bereits genannte Sachverhalte betreffen auch den Wassertourismus, werden hier aber nicht wiederholt. Trotz beachtlicher Modernisierung in den vergangenen Jahren gefährden Kapazitätsengpässe und Servicemängel teilweise die weitere Entwicklung. Nähere Erläuterungen enthält Kap. 6.8.1.2 im Anhang.

⁵³ Knippenberg, 2004, S. 69, unveröffentlichte Diplomarbeit, bestätigt durch Regionaler Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte

Tabelle 35: Wassertouristische Stärken und Schwächen der Mecklenburgischen Seenplatte

Wassertouristische Stärken	Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse
Qualitätsfaktor Gewässer	
Abwechslungsreiches, langes und in weiten Teilen vernetztes Gewässersystem	Schleusen – Gewässerhindernisse bei hoher Frequentierung
Wenig Berufsschiffahrt	In Teilräumen hohes Konfliktpotenzial zwischen verschiedenen wassertouristischen Nutzergruppen wegen hoher Nutzungsintensität – Überfüllung
Hohe Eignung für verschiedene Bootstypen	
Müritz – größter deutscher Binnensee	
Qualitätsfaktor Basisinfrastruktur	
Moderne wassertouristische Infrastruktur	Zu geringe Kapazitäten an einigen hochattraktiven Standorten
Hohe Netzdichte – viele Anlegemöglichkeiten in kurzen Entfernungen	Anleger und Warteplätze (u.a. Engpässen und Schleusen)
Qualitätsfaktor Touristische Angebote und Serviceleistungen	
Hohe wassertouristische Anbietervielfalt	Mangelnde Dienstleistungsmotivität (an Schleusen)
Geführte Touren und Fahrgastschiffahrt	Mangel an zielgruppenspezifischen Angeboten.
Führerscheinfreiheit durch Charterbescheinigung	Mangelhafte Ausstattung sowie verbesserungswürdiger Service in den Häfen
Ausstattung in neuen Häfen und Wasserwanderrastplätzen	Angelschein bzw. Fischereischein als Voraussetzung zum Angeln
Hohe Campingplatzdichte	Kaum Möglichkeiten für Einwegfahrten für Charterboote
Qualitätsfaktor Landgang - Anrainergemeinden	
Anrainergemeinden - Zentrumsnahe Häfen	Geringe Zahl attraktiver Anrainergemeinden
Müritz-Sail	Kaum Kombinationsangebote zwischen Wassertourismus und landseitigen Angeboten
Qualitätsfaktor Landgang – Natur und Landschaft	
Natur und Landschaft	Teilweise verbaute Uferzonen
Schutzgebiete als imagebildender Faktor	Konflikte mit dem Naturschutz
Gute Anbindung der Gewässer an Rad- und Wanderwege	
Qualitätsfaktor Informationen vor Ort	
Wasserseitiges Leitsystem „Gelbe Welle“	Mangelhafte wasserseitige touristische Beschilderung
Qualitätsfaktor Standortübergreifende touristische Information	
Attraktive informative Druckerzeugnisse – Ihr Lotse	Außenmarketing

Quelle: eigene Zusammenstellung PLANCO unter Mithilfe der Experten vor Ort

4.2.2 Ruppiner Land/Oberhavel

4.2.2.1 Profil und Zielgruppen

Das touristische Profil des Ruppiner Landes - Oberhavel ähnelt dem der Mecklenburgischen Seenplatte. Ein erheblicher Teil der Touristen unternimmt Boots- oder Kanutouren mit dem eigenen bzw. geliehenen Boot oder erkundet die Region mit dem Fahrrad. Auch hier ist der Wasserreichtum der wichtigste Auslöser für den Besuch, auch wenn viele Touristen nicht Wassersportler im engeren Sinne sind.

Der Übernachtungstourismus ist ein wichtiges Standbein der Region. Von großer Bedeutung ist jedoch der Tagesreiseverkehr (vor allem Wochenendausflüge der Berliner Bevölkerung). Zwar steht auch bei dieser Zielgruppe die Erholung im Vordergrund. Jedoch sind sportliche Aktivitäten wie Bootstouren, Radfahren oder Wandern sowie der Besuch von kulturellen Einrichtungen und Sehenswürdigkeiten ebenso prägend, ebenso wie das im Berliner Umland traditionell bedeutende Segment der Kurs- und Bildungsreisen.

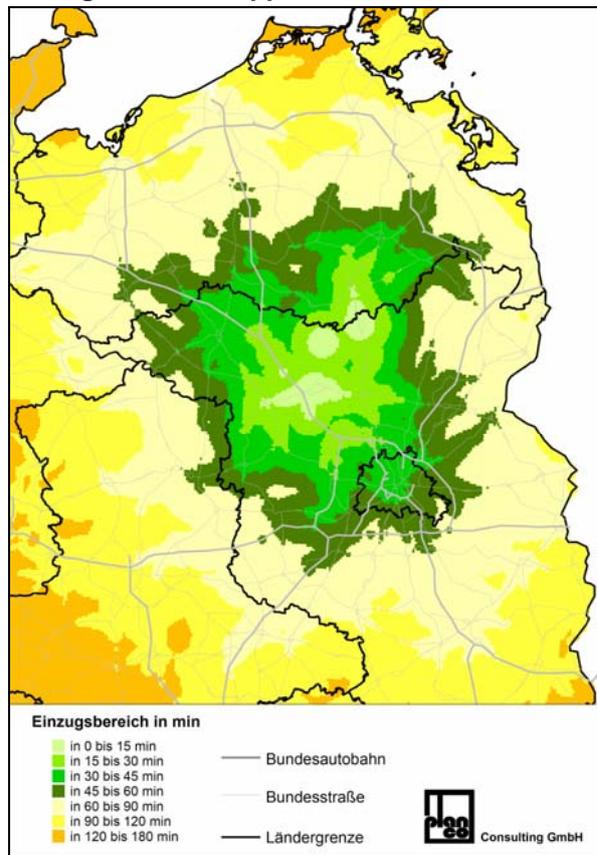
Unter den Besuchern überwiegen die Altersgruppen 36-50 Jahre (41 %) sowie die 51-65 Jährigen (36,5 %). Der überwiegende Teil der Touristen reist zusammen mit einem Partner an (59 %). Familien mit Kindern (10 %) liegen deutlich hinter den Alleinreisenden (30 %).⁵⁴

4.2.2.2 Standortfaktoren

4.2.2.2.1 Lage und Erreichbarkeit

Die überregionale Erreichbarkeit der Region Ruppiner Land/Oberhavel ist gut. Die Region ist über zwei Autobahnen (A 24, A 10 Berliner Ring) an das überregionale Verkehrsnetz angebunden. Die südlichen Regionen liegen im Tageseinzugsbereich Berlins. Teilweise sind sie sogar per S-Bahn aus Berlin erreichbar (Oranienburg). Allerdings ist die Region für den größten Teil der Bundesbürger nur über eine mehrstündige Fahrt erreichbar.

Abbildung 16: Einzugsbereich Ruppiner Land/Oberhavel



Quelle: PLANCO, eigene Bearbeitung

Ähnlich wie bei der Mecklenburgischen Seenplatte ist die (inner-)regionale Erreichbarkeit das größere Hemmnis. Die landschaftlich und wassertouristisch attraktivsten Regionen der nördlichen Oberhavel liegen nicht mehr vollständig im Einzugsbereich der Hauptstadt. Die Region wird lediglich von zwei Bundesstraßen durchquert, von denen nur die B96 Verkehre aus und in Richtung Berlin bedient. Da diese 2-spurige Straße mit vielen Ortsdurchfahrten sowohl den touristischen als auch den Pendelverkehr bündelt, sind die Reisezeiten häufig ungünstig. Ein 3- bis 4-spuriger Ausbau großer Abschnitte der Bundesstraße 96 ist zwar als vordringlicher Bedarf im Bundesverkehrswegeplan genannt. Die Umsetzung ist jedoch nicht geklärt.

⁵⁴ Gästebefragung 2002, Hrsg.: Tourismusverband Ruppiner Land e.V.

Abbildung 16 zeigt die Erreichbarkeit von 3 touristisch repräsentativen Orten in der Region (Rheinsberg, Fürstenberg, Neuruppin). Durch die Mitberücksichtigung der sehr gut angebundenen Stadt Neuruppin wird die schlechtere Erreichbarkeit der nördlichen Räume zwar etwas zu positiv dargestellt. Jedoch erschließt das Ruppiner Land/Oberhavel im Vergleich zur Mecklenburgischen Seenplatte mit ca. 7 Mio. Einwohnern ein deutlich größeres Bevölkerungspotenzial in der 60-Minuten-Isochrone, vgl. auch Abbildung 41).

4.2.2.2 Wirtschaft und Bevölkerung

Im Gegensatz zur Mecklenburgischen Seenplatte wurden anhaltend negative Geburtenraten lange durch Wanderungsgewinne aus Berlin ausgeglichen, so dass die Bevölkerung bis 2003 wuchs (insb. im südlichen Ausläufer der Region am Berliner Stadtrand). Laut Prognose wird sich die Bevölkerung in der Region allerdings bis Jahr 2020 von heute 307.443 auf ca. 294.044 reduzieren (Land Brandenburg, 2002).

Die Region ist hinsichtlich ihrer Wirtschaft räumlich sehr unterschiedlich strukturiert. Drei Viertel der Bevölkerung leben im industriell geprägten südlichen Teil Oberhavel, der Umlandsregion Berlins: Hennigsdorf, Velten und Kremmen. Das industrielle Zentrum des Nordens ist Zehdenick, Verwaltungszentren sind Neuruppin und Oranienburg. Die nördliche Region mit den Gemeinden Gransee und Fürstenberg, Rheinsberg wird im Gegensatz dazu durch Landwirtschaft und Tourismus geprägt. Trotz der Nähe zur Berlin ist die Arbeitsmarktsituation in der Gesamtregion problematisch. Die Arbeitslosenquoten liegen um 20 %, bei einem deutlichen Nord-Süd-Gefälle.

4.2.2.3 Angebots- und Nachfrageentwicklung

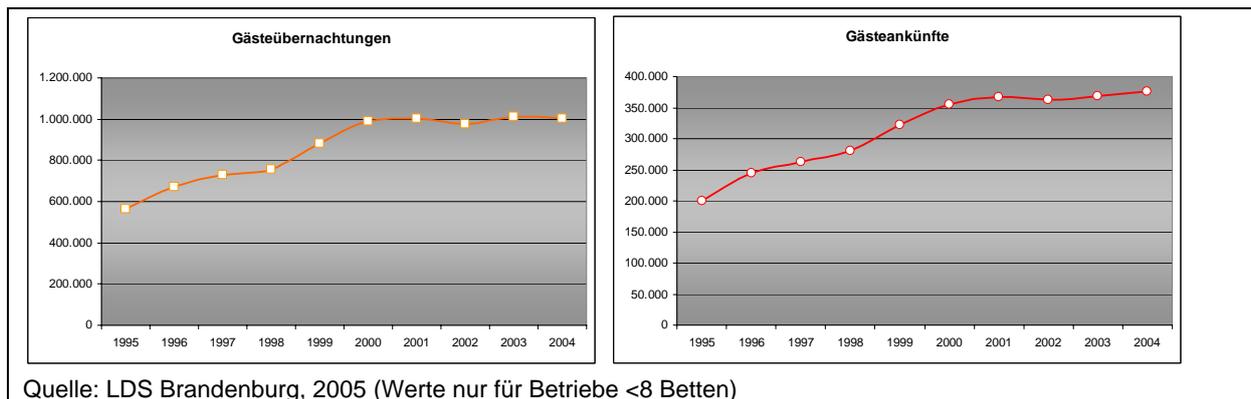
Analog der Darstellung für die ländlichen Räume der neuen Bundesländer insgesamt wird im Folgenden unterschieden zwischen dem Übernachtungstourismus (ohne Camping), dem Tages- und dem Campingtourismus.

4.2.2.3.1 Übernachtungstourismus

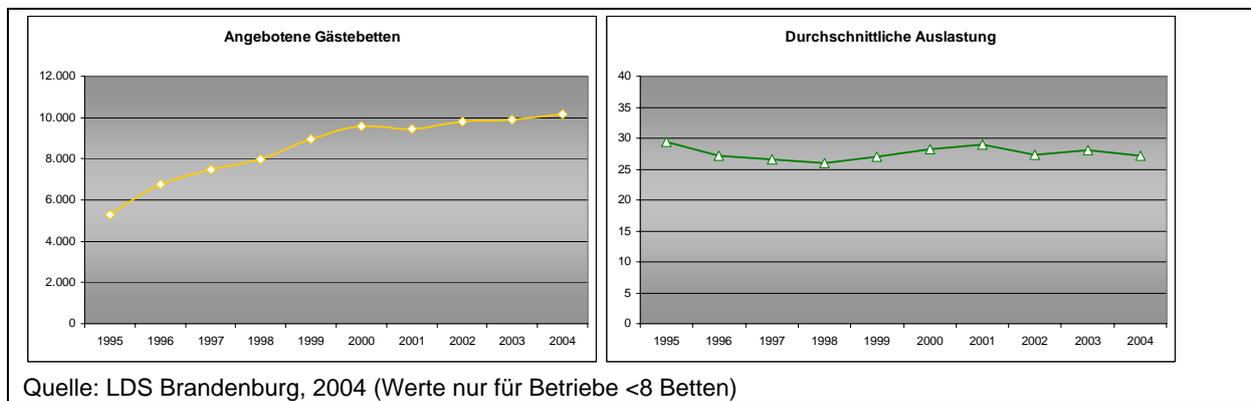
Gästeübernachtungen und Gästeankünfte stiegen bis 2001 deutlich, liegen allerdings erheblich unter denjenigen der Mecklenburgischen Seenplatte. Nach 2001 schwenkte der Trend auf gleich bleibendes Niveau ein. Die durchschnittliche Verweildauer der Touristen lag im gesamten Zeitraum kaum verändert bei 2,7 bis 2,8 Tagen - anders als in der Mecklenburgischen Seenplatte, wo sie gleichzeitig deutlich von 2,9 auf 3,9 stieg.

Für das Land Brandenburg wurde 2004 zusätzlich zu den Beherbergungsbetrieben >8 Betten auch eine Reihe statistischer Kennziffern für kleinbetriebliche touristische Unternehmen sowie Privatquartiere erhoben, so dass hierzu relativ verlässliche Zahlen zur Verfügung stehen. Die Quote der Übernachtungen Kleinbetrieben in Relation zu Betrieben mit über 8 Betten wurde für den Landkreis Oberhavel auf 53 % geschätzt, für den Landkreis Ostprignitz-Ruppin hingegen auf nur 33 %. Insgesamt ergeben sich im Jahr 2004 für die Region Ruppiner Land/Oberhavel 403.998 Gästeübernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit weniger als 9 Betten.⁵⁵

⁵⁵ alle Zahlen im Abschnitt: LDS Brandenburg, 2004

Abbildung 17: Gästeankünfte und -übernachtungen im Ruppiner Land/Oberhavel

Das Angebot an Gästebetten stieg seit 1995 parallel zur Übernachtungszahl. Nach 2000 war die Angebotszunahme nur noch gering. Insgesamt hat sich die Bettenauslastung kaum verändert.

Abbildung 18: Angebotene Gästebetten und Durchschnittsauslastung im Ruppiner Land - Overhavel

4.2.2.3.2 Tagestourismus

Im Ruppiner Land/Oberhavel spielt der Tagesausflugsverkehr eine deutlich wichtigere Rolle als in der Mecklenburgischen Seenplatte. Er ist in erster Linie durch Wochenendfahrten der Berliner Bevölkerung ins Umland geprägt und liegt bei jährlich ca. 7,5 Mio. Ausflügen.⁵⁶

4.2.2.3.3 Camping

Im Ruppiner Land/Oberhavel wurden 2004 auf 31 Campingplätzen 1.409 Stellplätze angeboten, auf denen laut Statistik 97.552 Übernachtungen stattfanden.⁵⁷ Unter Berücksichtigung einer Dunkelziffer kann von tatsächlich ca. 243.000 Campingübernachtungen ausgegangen werden.⁵⁸

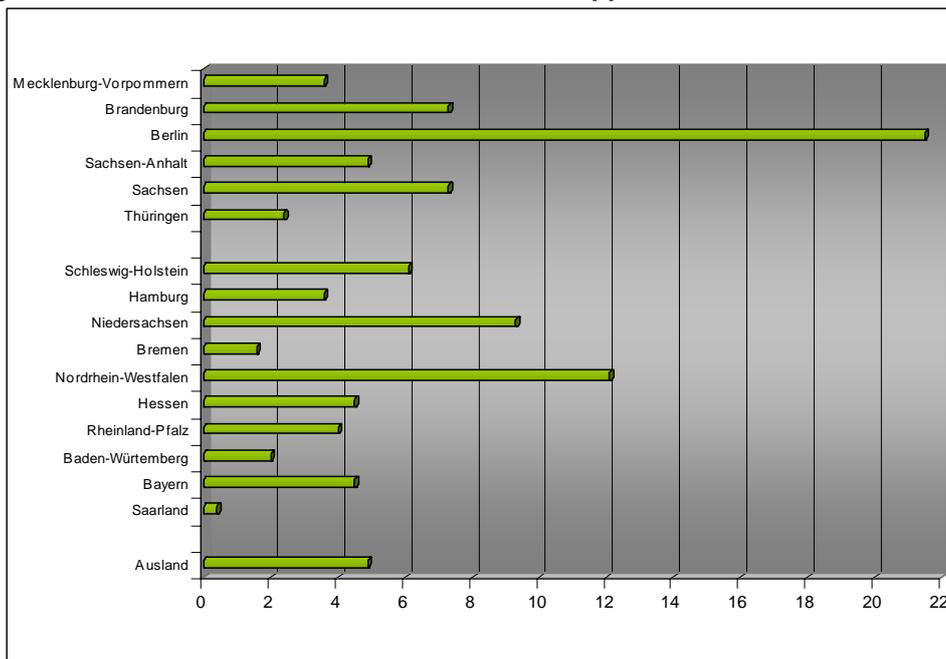
4.2.2.3.4 Herkunftsstruktur

Überragend ist die Herkunftsregion Berlin mit 21,5 % der Besucher. Die neuen Bundesländer kommen zusammen auf 47 % der Gäste. Weitere wichtige Quellregionen in den alten Bundesländern sind Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein. Der Anteil der ausländischen Gäste ist im Ruppiner Land deutlich höher als in der mecklenburgischen Nachbarregion (knapp 5 %).

⁵⁶ Ostdeutscher Sparkassen- und Giroverband, 2005 (Hrsg.)

⁵⁷ LDS Brandenburg, 2005

⁵⁸ Deutscher Tourismusverband, 2005 (Hrsg.)

Abbildung 19: Herkunftsstruktur der Touristen im Ruppiner Land/Oberhavel in %

Quelle: Tourismusmarketing GmbH Brandenburg GmbH, 2001/02, Hrsg. Tourismusverband Ruppiner Land e.V.

4.2.2.4 Wassertourismus

4.2.2.4.1 Bootstourismus

Die Region Ruppiner Land/Oberhavel kann wassertouristisch in drei Teilreviere unterteilt werden:

1. Wasserwege der Kleinseenplatte zwischen Rheinsberg und Fürstenberg bis Lychen
2. Wasserwege von Liebenwalde über Zehdenick bis Fürstenberg einschl. Templiner Bereich (Obere Havel Wasserstraße)
3. Wasserwege von Liebenwalde über die Oder Havel Wasserstraße nach Oranienburg in die Ruppiner Gewässer nach Neuruppin und Lindow.

Auch in dieser Region hat sich die wassertouristische Nutzung in den letzten Jahren deutlich verstärkt, wie die Schleusenstatistiken zeigen:

Tabelle 36: Anzahl der geschleusten Boote an ausgewählten Schleusen

	Zehdenick	Wolfsbruch	Himmelpfort	Fürstenberg	Altfriesack	Marienthal
1996	7.193	24.552	9.149	17.768	3.683	3.414
2004	8.715	32.246	21.412	21.286	3.460*	2.391
Zunahme	1.522	7.649	12.263	3.518	-223	-1.023

Quelle: WSA Eberswalde & Landesumweltamt Brandenburg, 2005, *Zahl Altfriesack 2002

Stark zugenommen (z.T. verdoppelt) hat die Zahl der Schleusungen in den nördlichen Revierabschnitten der Rheinsberger und Fürstenberger Gewässer. Demgegenüber melden die Ruppiner Gewässer einen Rückgang (Fähre Altfriesack). Dies bestätigt das starke Nord-Süd-Gefälle.

Für die Schätzung der touristischen Nachfragevolumina wurde ähnlich vorgegangen wie für die Mecklenburgische Seenplatte (vgl. dazu im Einzelnen 6.6).

Tabelle 37: Personenübernachtungen in Booten im Ruppiner Land/Oberhavel 2004

Segment	Übernachtungen / Tageausflüge
Hausboote	
Charter- und Hausboote aus der Region*	99.450
Mit eigenem oder gechartertem Boot in die Region gereist **	36.358
Überregionale Dauerlieger	8.625
Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung mit eigenen Booten	230.000
Kanus	
Tagestouren im eigenen Boot	2.733
Tagestouren im gemieteten Boot	3.340
Mehrtagestouren eigenes Boot	27.327
Mehrtagestouren im gemieteten Boot	33.399
SUMME	441.232

* einschl. Hausboote, die in der Nachbarregion Mecklenburgischen Seenplatte gemietet wurden aber im Ruppiner Land Teile Ihres Urlaubs (geschätzt 2 Tage) verbringen

** außer gecharterte Boote aus der Mecklenburgischen Seenplatte

Quelle: PLANCO , eigene Berechnungen

Mit 441.232 Bootsübernachtungen ist das Volumen im Ruppiner Land/Oberhavel deutlich geringer als in der Mecklenburgischen Seenplatte, mit Blick auf andere Wassertourismusregionen im Binnenland Deutschlands aber dennoch beachtlich.

Der Charter- und Hausboottourismus ist auch im Ruppiner Land bedeutend. Jährlich werden rund 100.000 Bootsübernachtungen auf ca. 200 Charterbooten geschätzt. Übernachtungen auf Kanureisen (ca. 60.100) liegen zwar hinter den Hausbootübernachtungen, sind aber ein deutlicher Indikator für die hohe kanutouristische Eignung des Reviers. Bootsübernachtungen durch überregionale Dauerlieger sind infolge der Nähe zu Berlin etwas zahlreicher als in der mecklenburgischen Nachbarregion. Stärkere Bedeutung haben Touristen, die mit dem Boot auf dem Wasserwege von außerhalb in die Region reisen.

Ein wichtiges wassertouristisches Segment sind auch im Ruppiner Land die Tagesausflüge der lokalen Bevölkerung auf Booten in der Region. Bei einer geschätzten Zahl von etwa 2.000 Dauerliegeplätzen kann von jährlich ca. 230.000 Tagesausflügen ausgegangen werden.

4.2.2.4.2 Fahrgastschiffahrt

Für die Fahrgastschiffahrt im Ruppiner Land/Oberhavel wurde ein jährliches Passagieraufkommen von rund 90.000 Passagieren geschätzt.

4.2.2.5 Stärken und Schwächen

4.2.2.5.1 Allgemeine touristische Stärken und Schwächen

Im Folgenden dargestellte Aussagen zu Stärken und Schwächen stützen sich wesentlich auf Gespräche mit regionalen Akteuren und ergänzende Literaturlauswertungen. Es wurden auftragsgemäß keine eigenen empirischen Erhebungen zur Überprüfung dieser Feststellungen durchgeführt. Festgestellte Schwächen bedeuten nicht, dass die jeweilige Region gegenüber den maßgeblichen konkurrierenden Regionen besonders schlecht positioniert ist. Sie besagen vielmehr, dass in diesen Bereichen Verbesserungsmöglichkeiten bestehen, die dabei helfen können, die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber Konkurrenzregionen weiter zu verbessern.

Auch in dieser Region sind der Gewässerreichtum sowie das hohe Naturraumpotenzial die bedeutendsten Stärken. Auch die attraktiven Übernachtungsmöglichkeiten sind ein großes Plus.

Der noch zum Teil mangelhafte Ausbau der touristischen Rad, Wander- und Reitwege sowie die verbesserungswürdige Servicequalität neben dem ausbaufähigen überregionalen Bekanntheitsgrad die

wesentlichen Schwächen des Ruppiner Landes - Oberhavel. Nähere Erläuterungen gibt Kapitel **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** im Anhang.

Tabelle 38: Touristische Stärken und Schwächen im Ruppiner Land/Oberhavel

Touristische Stärken	Touristische Schwächen / Hemmnisse
Naturraumpotenzial	Überregionaler Bekanntheitsgrad
Radtourismus – Radfernweg Berlin Kopenhagen	Kürze der Saison
Gewässerreichtum - Wassertourismus	Stellenweise noch mangelhafte touristische Infrastruktur: u.a. Radwegenetz + Reitwege + Reitwegenetz + Marinas+ Anlegestellen
Attraktive und moderne Übernachtungsmöglichkeiten	Preis-Leistungs-Verhältnis (v.a. Gastronomie)
Wandertourismus - Wanderweg E 10	Mangel an zielgruppenspezifischen und saisonverlängernden Angeboten
Barrierefreier Tourismus	Auslandstourismus
Deutsche Tonstraße und Tonstichlandschaften - Ziegeleipark Mildenberg	Mangelnde Versorgung auf dem Land
Naturparke und andere Schutzgebiete	Mangelnde gastronomische Qualität und Vielfalt
Attraktive Residenz- und Ausflugsstädte	Mangel bei der Bündelung und Vermarktung Regionaler Produkten
Staatlich anerkannte Erholungsorte Rheinsberg, Lindow, Kleinzerlang, Neuglobsow und Himmelpfort	Mangelnder Service und mangelnde Individualität der Anbieter
Schlösser, Herrenhäuser und Gutshöfe	Unterhaltungs- und Schlechtwetterangebote

Quelle: eigene Zusammenstellung PLANCO unter Mithilfe der Experten vor Ort

4.2.2.5.2 Wassertouristische Stärken und Schwächen

Neben vielen Parallelen zur benachbarten Mecklenburgische Seenplatte bestehen hinsichtlich der wassertouristischen Infrastruktur noch markante Unterschiede zwischen den beiden Regionen. Während die Mecklenburgische Seenplatte die Lücken im Hafennetz seit Beginn der 1990er Jahre durch zahlreiche Maßnahmen weitestgehend geschlossen hat, fehlt es in verschiedenen Revierabschnitten des Ruppiner Landes - Oberhavel noch häufig an der wassertouristischen Basisinfrastruktur für eine positive Entwicklung.

Tabelle 39: Wassertouristische Stärken und Schwächen im Ruppiner Land/Oberhavel

Wassertouristische Stärken	Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse
Qualitätsfaktor Gewässer	
Abwechslungsreiches, langes, in weiten Teilen, vernetztes Gewässersystem	Nord-Südgefälle in der wassertouristischen Attraktivität und Nachfrage
Überregionale Erreichbarkeit über den Wasserweg - Nähe zu Berliner Gewässern	Schleusen – Gewässerhindernisse bei hoher Frequentierung
Hohe Eignung für verschiedene Bootstypen	In Teilräumen hohes Konfliktpotenzial zwischen verschiedenen wassertouristischen Nutzergruppen aufgrund hoher Nutzungsdichte – Überfüllung
Geringe Berufsschiffahrt (nur in Teilbereichen)	Befahrbarkeitsbeschränkung Berufsschiffahrt - Bereich Havel Oder Wasserstraße
	Befahrbarkeitsbeschränkungen aus Naturschutzgründen
Qualitätsfaktor Basisinfrastruktur	
Stellenweise moderne wassertouristische Infrastruktur	Insgesamt zu geringe Kapazitäten und zu wenige Anlegemöglichkeiten für alle Bootstypen (v.a. in den südlichen Gewässern)
Gute Netzdichte in den nördlichen Gewässern (Rheinsberg bis Lychen)	Geringe Zahl Anleger und Warteplätze (u.a. an Engpässen und Schleusen)

Wassertouristische Stärken	Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse
Qualitätsfaktor Touristische Angebote und Serviceleistungen	
Hohe wassertouristische Anbietervielfalt in den nördlichen Gewässern	Mangelnde Dienstleistungsmentalität (v.a. an Schleusen)
Fahrgastschiffahrt	Mangel an zielgruppenspezifischen Angeboten
Führerscheinfreiheit durch Charterbescheinigung	Charterbescheinigung nicht flächendeckend nutzbar - kaum Möglichkeiten für Einwegfahrten
Ausstattung in neuen Häfen und Wasserwanderrastplätzen	Mangelhafte Ausstattung sowie verbesserungswürdiger Service in Häfen
	Angelschein bzw. Fischereischein als Voraussetzung zum Angeln
Qualitätsfaktor Landgang Anrainergemeinden	
Anrainergemeinden – Stärken (große Potenziale)	Anrainergemeinden – Schwächen (Potenziale noch nicht genügend ausgenutzt)
	Wenig Kombinationsangebote zwischen Wassertourismus und anderen landseitigen Angeboten
Qualitätsfaktor Landgang Natur und Landschaft	
Hochattraktive Natur und Landschaft	Teilweise verbaute Uferzonen
Gute Lage bzw. Anbindung der Gewässer an Rad- und Wanderwege	
Qualitätsfaktor Touristische Informationen vor Ort	
Wasserseitiges Leitsystem „Gelbe Welle“	Mangelhafte wasserseitige touristische Beschilderung
Qualitätsfaktor Standortübergreifende Informationen	
Attraktive informative Druckerzeugnisse	Außenmarketing

Quelle: eigene Zusammenstellung PLANCO unter Mithilfe der Experten vor Ort; Nähere Erläuterungen im Anhangkapitel 6.8.2.2.

4.2.3 Mittelbe

4.2.3.1 Profil und Zielgruppen

Im Gegensatz zu den beiden zuvor beschriebenen Regionen ist die Mittelbe als Reisegebiet eher durch die kultur- und erlebnisorientierten Segmente Städtetourismus, Kulturtourismus und den Thementourismus geprägt. Im sportlich ausgerichteten Tourismus steht das Radwandern im Vordergrund. Die in jüngster Zeit mit Hochdruck entwickelte wassertouristische Infrastruktur (Anleger und Liegeplätze, Leitsystem, etc.) hat dazu geführt, dass sich entlang des untersuchten Elbabschnitts wassertouristische Aktivitäten wie Kanufahren, Motorbootfahren sowie Passagierschiffahrt entwickelt haben. Quantitativ ist dies Segment noch klein und trotz der augenblicklich dynamischen Entwicklung wird dieser Wassertourismus die Grundausrichtung der Region nicht grundlegend verändern. Von größerer Bedeutung ist die generelle Anziehungskraft wassernaher unberührter Natur (Elbauen) sowie die direkt anschließenden „fließend“ eingebundenen Kulturlandschaften und Parks (Wörlitzer Gartenreich). Hiervon profitieren alle Aktivitäten „am Wasser“, wie das Radfahren, das Wandern.

Neben den UNESCO-Stätten des Weltkulturerbes und der Straße der Romanik bildet das „Blaue Band“ der Elbe seit 2004 eine der Säulen des regionalen Marketing. Im Jahr 2006 werden „Gartenträume“ das Konzept als dritte Säule abrunden.

Das überall wichtige Segment des Ausruh- und Naturtourismus ist auch hier bestimmend, insb. im Übernachtungstourismus, der an der Mittelbe allerdings von geringerer Bedeutung ist als in den anderen beiden Regionen. Im Segment Ausruhen und Genießen gibt es eine Vielzahl von Aktivitätsprofilen in der Region. Der vergleichsweise dichter bevölkerte Einzugsbereich führt auch zu einer höheren Bedeutung des Tagesausflugstourismus. Bei den Übernachtungsreisen dominieren der Kurzurlaub sowie die Wochenendaufenthalte (Fast 2/3 aller Übernachtungsreisen)⁵⁹ Für den Haupturlaub ist die Region von untergeordneter Bedeutung - die Mittelbe gehört nicht zu den traditionellen Urlaubsregionen wie die Ostsee, der Schwarzwald oder in Sachsen-Anhalt der Harz.

⁵⁹ Permanente Gästebefragung Sachsen-Anhalt 2001/2002 im Auftrag der Landesmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt, Köln 2002

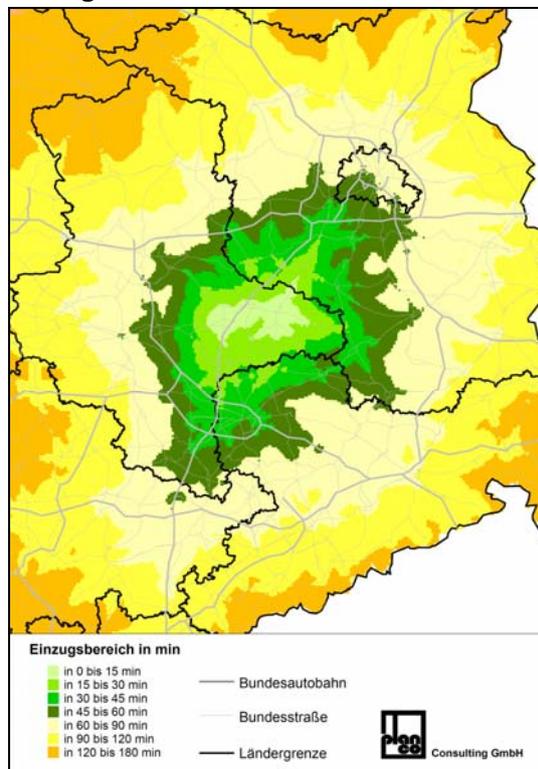
Zentrale Zielgruppen sind Stadt- und Kulturinteressierte sowie Radtouristen. Unter den Besuchern dominiert die mittlere Altersgruppe der 36-65-Jährigen (56,6 %). Ein Drittel der Besucher ist jünger und 11 % sind älter. 57 % der befragten Gäste reisen in Begleitung. Von diesen in Begleitung reisenden Personen waren 33 % mit ihrem Partner, 14 % mit Freunden und Bekannten sowie 7 % mit Kindern unterwegs. Der hohe Anteil von Alleinreisenden deutet auf die starke Themenorientierung der Reisenden hin.

4.2.3.2 Standortfaktoren

4.2.3.2.1 Lage und Erreichbarkeit

Die Region Mittelbe hat im Vergleich zu den beiden anderen Beispielregionen den Vorzug einer deutlich zentraleren Lage im Bundesgebiet. Über die BAB A9 (Berlin –Leipzig), die das Gebiet durchschneidet sowie die A14, die im Südwesten am Gebiet vorbeiführt, ist die Region gut überregional angebunden. Die günstige Erreichbarkeit aus dem Berliner Raum über die A9 führt dazu, dass die südwestlichen Bezirke Berlins in den Tagesgästeinzugsbereich der Mittelbe fallen.

Abbildung 20: Einzugsbereich des Raumes Mittelbe



Quelle: PLANCO

Im 30-Minuteneinzugsbereich weist die „ländliche“ Region Mittelbe rd. 470.000 Einwohner, im 60-Minuteneinzugsbereich beachtliche 4,35 Mio. Einwohner auf. Das Gebiet Mittelbe ist relativ kompakt, so dass Unterschiede in der Erreichbarkeit einzelner Teile der Region unbedeutend sind. Abbildung 20 zeigt die touristische Erreichbarkeit der beiden zentralen Orte Dessau und Wittenberg. Die Abbildung verdeutlicht die „Ostlastigkeit“ des Gebietes in Richtung Sachsen und Berlin aufgrund der günstigen Erschließung über die A9.

4.2.3.2.2 Wirtschaft und Bevölkerung

Die Mittelbe bildet den nördlichen Rand der mitteldeutschen Industrieregion Leipzig-Halle-Dessau, die in den 1920er Jahren zu den modernsten Industrieregionen Europas zählte. Dessau, Köthen und die Lutherstadt Wittenberg waren wichtige Industriezentren. Nach der deutschen Wiedervereinigung

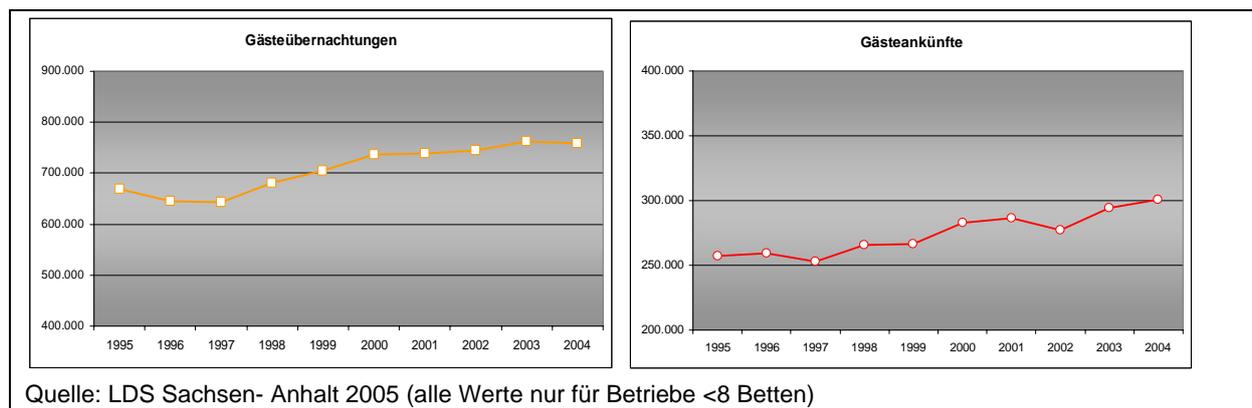
standen viele traditionelle Industriestandorte in der Region vor vergleichbaren Aufgaben: Beseitigung ökologischer Altlasten, Modernisierung der wirtschaftsnahen- und Verkehrsinfrastruktur, Abbruch von alten Industrieanlagen und Vorbereitung altindustrieller Standorte für neue gewerbliche Ansiedlungen. In den vergangenen fünfzehn Jahren haben sich neue Strukturen entwickelt, die teilweise auf den vorhandenen Potenzialen aufbauten, teilweise aber auch neue erschlossen. Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes sind vorrangig in den Wirtschaftszweigen Metall, Chemie, Glas, Keramik und Ernährung entstanden, haben allerdings geringen Niederschlag auf dem Arbeitsmarkt gefunden. Die Arbeitslosenquote lag im November 2005 weiter über 18 % (Arbeitsagenturbezirke Dessau und Wittenberg). Unterstrichen wird die Schwierigkeit des Strukturwandels durch die demographische Entwicklung mit geringen Geburtenraten und hoher Abwanderung. So sank die Bevölkerung 1995-2004 in der Region Mittelelbe von 384.000 auf 340.000. Für 2020 wird ein weiterer Rückgang auf 275.000 Einwohner erwartet.

4.2.3.3 Angebots- und Nachfrageentwicklung

4.2.3.3.1 Übernachtungstourismus einschl. Kleinbetriebe (Angebot und Nachfrage)

Das regionale Wachstum des Tourismus im Zeitraum 1995-2004 war deutlich schwächer als in den beiden anderen Beispielregionen. Auch die Übernachtungsintensität (je 100 Einwohner) ist niedrig (223 gegenüber 1.356 in der Mecklenburgischen Seenplatte und 327 in der Region Oberhavel/Ruppiner Land.)

Abbildung 21: Gästeankünfte und -übernachtungen im Raum Mittelelbe (Betriebe mit mehr als 8 Betten)

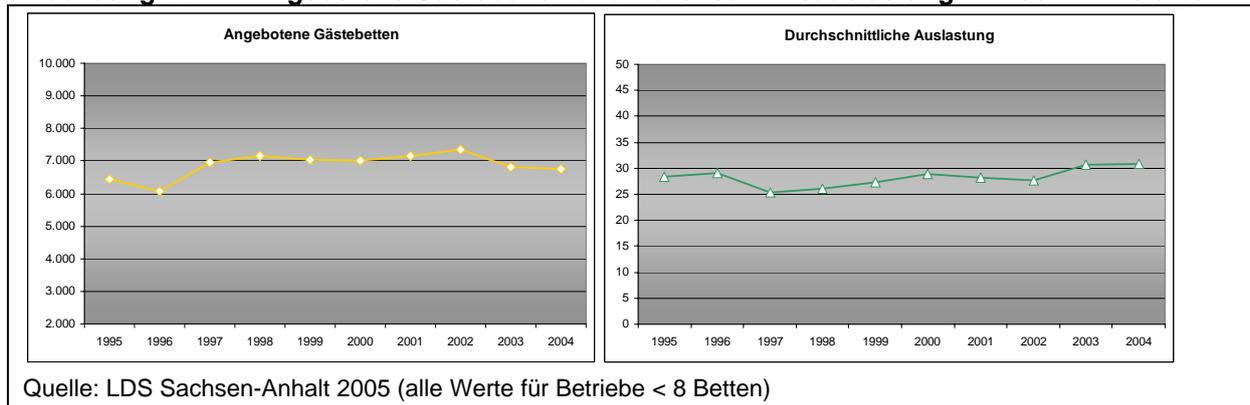


Die durchschnittliche Verweildauer der Touristen in der Region betrug im Jahr 2004 2,5 Tage - etwas weniger als im langjährigen Durchschnitt.

Zum Umfang der Übernachtungen im Kleingewerbe (Betriebe mit weniger als 9 Betten) liegen nur Schätzungen aufgrund von Befragungen des dwif vor.⁶⁰ Danach finden in Kleinbetrieben, bezogen auf die Übernachtungen in Betrieben mit mehr als 8 Betten, zusätzlich 28,6 % Übernachtungen statt. Dies entspricht für 2004 etwa 217.000 Übernachtungen. Insgesamt ergeben sich im Jahr 2004 für die Tourismusregion Mittelelbe knapp 1 Mio. Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben (ohne Camping).

Bis 2004 ist das Bettenangebot deutlich zurückgegangen, während sich die Übernachtungszahlen leicht erhöhten. Insgesamt hat sich dadurch die Bettenauslastung in den letzten Jahren – wenn auch auf niedrigem Niveau - verbessert.

⁶⁰ dwif: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, a.a.O.

Abbildung 22: Angebotene Gästebetten und Durchschnittsauslastung im Raum Mittelelbe

4.2.3.3.2 Tagestourismus

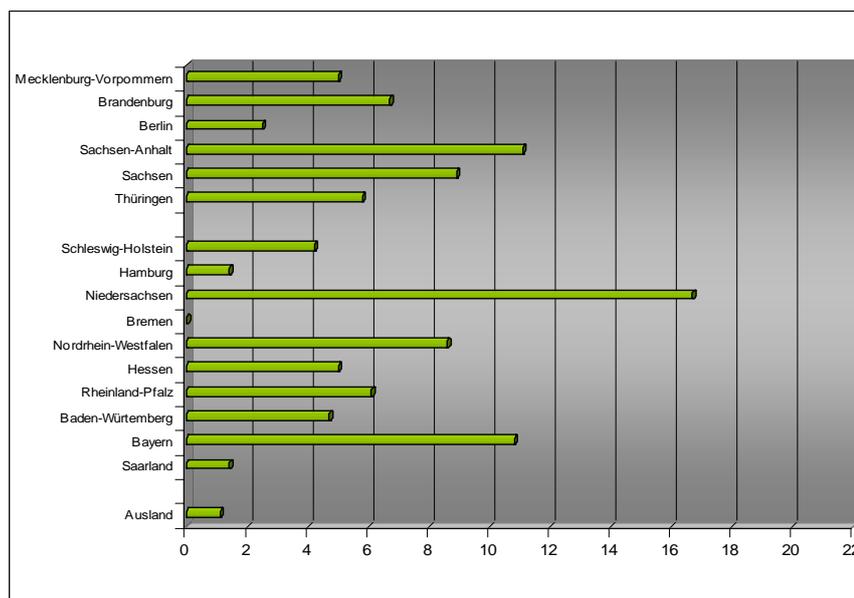
An der Mittelelbe spielt der Tagesausflugsverkehr eine wichtigere Rolle als in den beiden anderen Beispielregionen. Absolut erreicht das Tagesausflugsaufkommen mit rd. 7,6 Mio. Ausflügen fast den Wert der brandenburgischen Region Ruppiner Land/Oberhavel.⁶¹

4.2.3.3.3 Camping

An der Mittelelbe wurden im Jahr 2004 auf 7 in der amtlichen Statistik erfassten Campingplätzen 336 Stellplätze angeboten, auf denen 29.730 Übernachtungen registriert wurden.⁶² Unter Berücksichtigung der anzunehmenden Dunkelziffer für Campingübernachtungen im Land Sachsen-Anhalt (2,41)⁶³ kann für die Mittelelberegion im Jahr 2004 von ca. 67.000 Campingübernachtungen ausgegangen werden.

4.2.3.3.4 Herkunftsstruktur

Eine wichtige Herkunftsregion ist das Nachbarland Niedersachsen (16,7 % der Besucher).

Abbildung 23: Herkunftsstruktur der Touristen an der Mittelelbe in %

Quelle:
Permanente
Gästabefragung
Sachsen-Anhalt
2001/ 2002,
Landesmarke-
tingesellschaft
Sachsen-Anhalt,
Köln 2002

⁶¹ Ostdeutscher Sparkassen- und Giroverband, 2005 (Hrsg.)

⁶² LDS Sachsen-Anhalt, 2005

⁶³ Deutscher Tourismusverband, 2005 (Hrsg.)

Die neuen Bundesländer kommen zusammen auf 40 % der Gäste. Weitere wichtige Quellregionen in den alten Bundesländern sind Bayern und Nordrhein-Westfalen. Der Anteil der ausländischen Gäste war im Jahr 2002 Land mit 1,1 % deutlich niedriger als im ostdeutschen Schnitt, hat sich inzwischen aber mit 6 % angeglichen.

4.2.3.4 Wassertourismus

Der Wassertourismus in der Mittelelbe steht noch in den Kinderschuhen. Trotz der Schaffung neuer Anleger sowie bei der überregionalen Vermarktung über das Blaue Band sind die Zahlen der Bootsübernachtungen in der Region nicht mit denen der beiden anderen Beispielregionen vergleichbar. Wesentliche Gründe (vgl. auch Kap. 4.2.3.5.2 im Anhang) sind die schwierigere Befahrbarkeit der Elbe (Berufsverkehr, Strömung, wechselnde Wasserstände) und als Folge die Führerscheinplicht, die Netzgüte und der geringe Bekanntheitsgrad, verglichen etwa mit der Mecklenburgischen Seenplatte.

Insb. für Kanuten ist das Gewässer aufgrund der Strömungen und Berufsschifffahrt zu gefährlich. Übernachtungen durch Kanutouristen finden daher so gut wie nicht statt. Von einer Quantifizierung der wenigen Bootsverleihe für Kanutagesausflüge wird aufgrund der äußerst geringen Mengen abgesehen.

4.2.3.4.1 Bootstourismus

Beim Bootstourismus können lediglich Übernachtungszahlen von Bootstouristen geschätzt werden, die von außerhalb in der Region auf dem Wasserweg anreisen. Auswärtige Dauerlieger wurden in den Häfen nicht registriert. Charteranbieter gibt es keine. Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung wurden bei der Schätzung berücksichtigt.

Nach Schätzungen von PLANCO erfolgen im Raum Mittelelbe jährlich ca. 4.200 Bootsübernachtungen durch anreisende Bootstouristen sowie 16.400 Tagesausflüge durch lokale Bootseigner.

Tabelle 40 Bootsübernachtungen und Tagesausflüge im Raum Mittelelbe 2004

	Anzahl
Bootsübernachtungen pro Jahr	4.238
Tagesausflüge (gerundet)	16.400
SUMME	20.638

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

4.2.3.4.2 Fahrgastschifffahrt

Im Raum Mittelelbe werden jährlich knapp 15.000 Passagiere auf Fahrgastschiffen geschätzt.

4.2.3.4.3 Kreuzfahrtschifffahrt

An den Anlegestellen in der Mittelelbe legen Elbekreuzfahrtschiffe an. Es wird geschätzt, dass jährlich 5.000 Reisende ihr Schiff zu Landgängen in der Region verlassen.

4.2.3.5 Stärken und Schwächen

4.2.3.5.1 Allgemeine touristische Stärken und Schwächen

Im Folgenden dargestellte Aussagen zu Stärken und Schwächen stützen sich wesentlich auf Gespräche mit regionalen Akteuren und ergänzende Literaturlauswertungen. Es wurden auftragsgemäß keine eigenen empirischen Erhebungen zur Überprüfung dieser Feststellungen durchgeführt. Festgestellte Schwächen bedeuten nicht, dass die jeweilige Region gegenüber den maßgeblichen konkurrierenden Regionen besonders schlecht positioniert ist. Sie besagen vielmehr, dass in diesen Bereichen Ver-

besserungsmöglichkeiten bestehen, die dabei helfen können, die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber Konkurrenzregionen weiter zu verbessern.

Bedeutende Stärken sind die hohe Dichte an kulturellen Stätten sowie die attraktive Flusslandschaft der Elbe in direkter Verbindung mit den Anlagen des Dessau-Wörlitzer Gartenreichs. Auch die differenzierten Übernachtungsmöglichkeiten sind ein Plus im überregionalen Vergleich ebenso wie das Highlight im Aktivurlaubsbereich – der Elberadweg.

Die Attraktivität der weithin guten Basisinfrastruktur wird gemindert durch die lückenhafte ergänzende Infrastruktur (Gastronomie etc.) sowie die noch verbesserungswürdige Servicequalität. Die wesentlichen Hemmnisse sind jedoch der mangelnde Bekanntheitsgrad sowie das fehlende Image der Region. Die Mittelelbe verzeichnet einen gravierenden Konkurrenznachteil auch deshalb, weil sie keine traditionelle Reiseregion war und bis heute ist.

Tabelle 41: Touristische Stärken und Schwächen im Raum Mittelelbe

Touristische Stärken	Touristische Schwächen / Hemmnisse
Vielfältiges Kulturerbe - Einzigartige Dichte von Unesco-Welterbestätten <ul style="list-style-type: none"> • Luthergedenkstätten in Wittenberg • Bauhaus und Meisterhäuser in Dessau • Gartenreich Dessau-Wörlitz Zusätzlich: <ul style="list-style-type: none"> • Schloss und Bachgedenkstätte in Köthen • Industriegeschichte der Region (Flugzeugbau in Dessau) 	Geringer Bekanntheitsgrad als Tourismusregion Im Deutschland-Tourismus nur untergeordnete Rolle Geringe durchschnittliche Aufenthaltsdauer
Hochwertige Naturraumpotenziale entlang der Elbe (hohe Anteile unverbauter Flusslandschaften) - Biosphärenreservat Elbe– Bereich Mittelelbe	Regionales Image Vielfalt der Einzelmerkmale erschwert Imagebildung
Radtourismus: Elberadweg Hamburg-Dresden-Prag – bekanntester Fernradwanderweg Deutschlands (gleichzeitig Europawanderweg R2) Europaradwanderweg R1 (Frankreich-Polen) durchschneidet die Region (Köthen, Aken, Dessau/gartenreich, Oranienbaum, Wittenberg)	Noch Lücken in der Radwegbeschilderung insbesondere auch hinsichtlich Angeboten entlang/neben den Routen
Wassertourismus (Details folgende Tabelle) Im Rahmen der landesweit entwickelten Markensäule „Blau- es Band“ wurde Basisinfrastruktur geschaffen	Preiswerte Unterkünfte entlang der Radwanderwege in Spitzenzeiten Mangelware
Wandertourismus Regionale Konzentration auf das Wörlitzer Gartenreich	Die bisher beschränkte Nachfrage behindert Schaffung von ergänzenden Angeboten. (Gastronomie, Dienstleistungen wie Fahrrad-, Kanuverleih und -service)
In den touristischen Schwerpunkten vielfältig ausdifferenziertes Beherbergungswesen (Pension bis 4 Sterne-Hotel)	Servicequalität teilweise noch verbesserungswürdig
Sachsen-Anhalt niederschlagsärmstes Bundesland	Kürze der Saison insbesondere im Aktivurlaubssegment (Rad-, Wander-, Wassertourismus) – Anmerkung: Insbesondere die Radwandersaison hat sich in jüngerer Zeit jedoch verlängert.
Effektiv konzipierte und zwischen Landesebene (Landesmarketinggesellschaft) und Region (Tourismusverband) abgestimmte Marketingstrategie Vielfalt an abgestimmten buchbaren Pauschalangeboten	

Quelle: eigene Zusammenstellung PLANCO unter Mithilfe der Experten vor Ort

4.2.3.5.2 Wassertouristische Stärken und Schwächen

Im Zuge der Umsetzung des Entwicklungskonzepts zum „Blauen Band“⁶⁴ wurde die Schaffung einer wassertouristischen Basisinfrastruktur bis 2004 weitgehend abgeschlossen. Wesentliche Hemmnisse

⁶⁴ Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt: Handbuch Blaues Band in Sachsen-Anhalt; Tourismus-Studien Sachsen-Anhalt 5, Magdeburg 2001

liegen im Gewässer selbst. Die Elbe stellt vergleichsweise hohe nautische Anforderungen, starke Schwankungen des Wasserstandes schränken die Nutzbarkeit ebenso ein wie die Berufsschifffahrt sowie der Fährverkehr.

Tabelle 42: Wassertouristische Stärken und Schwächen im Raum Mittelelbe

Wassertouristische Stärken	Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse
Qualitätsfaktor Gewässer	
Abwechslungsreiches Flussrevier mit weitgehend wenig oder unverbauten Uferbereichen	„Das Problem ist das Gewässer selbst“: Teilweise starke Strömung; starke Schwankungen des Wasserstandes mit zeitweisen Einschränkungen der Schiffbarkeit
Interessantes Revier für erfahrene Skipper und Paddler/Kanuten	Das Revier ist relativ unbekannt
Grundsätzliche Vernetzung mit den Revieren im übrigen Sachsen-Anhalt, in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern	Trotz der theoretischen Anbindung in der Regel „Sackgasse“ (Notwendigkeit zurück zu fahren oder zu trailern)
Keine „Überfüllung“ – auch nicht während der Hauptsaison	Einschränkungen durch die Berufsschifffahrt Das Passieren der Gierfähren erfordert fahrerisches Geschick
	„Skipper haben Angst vor der Elbe“
	Hausboottourismus von nautischen Laien auf der Mittelelbe nicht möglich
Qualitätsfaktor Basisinfrastruktur	
Netz von Infrastruktureinrichtungen: Stege, Rastplätze, Anleger mit Serviceeinrichtungen wie Toiletten, Duschen (Abstand 20 km) weitgehend fertig	Noch mangelhafte Anbindungen zum benachbarten Bundesland Sachsen
Keine Schleusen	
Qualitätsfaktor Touristische Angebote und Serviceleistungen	
Ausstattung der neuen Anlagen	Mangel an zielgruppenorientierten Angeboten für Wasserwanderer
Fahrgastschifffahrt	Keine Führerscheinfreiheit über Charterbescheinigung insb. wegen der mangelnden Eignung des Reviers
Qualitätsfaktor Landgang Anrainergemeinden	
Attraktive städte- u. kulturtouristische Anrainergemeinden	Wenig spezifische Angebote für die wassertouristische Zielgruppe
Angebotsverknüpfung von regionaler und überregionaler Flussschifffahrt mit den interessanten Standorten entlang des Reviers (Dessau und Wittenberg)	Wassertouristen (bisher) wenig relevant für den Gesamtmarkt in der Region
Qualitätsfaktor Landgang Natur und Landschaft	
Unberührte flussnahe Auenlandschaften in direkter Nachbarschaft zum Gartenreich Dessau-Wörlitz	
Gute Vernetzung mit landseitiger Erholungsinfrastruktur (insbes. Radwegenetz)	
Qualitätsfaktor Touristische Informationen vor Ort	
Flächendeckende wasserstraßenseitige Beschilderung gem. europäischem Standard „PIANC“; umfangreiche Verweise auf landseitige Angebote (Sehenswürdigkeiten, Versorgung, Gastronomie) – insgesamt mehr als 160 Schilderstandorte	
Qualitätsfaktor standortübergreifende Informationen	
Informations- und Angebotsbündelung in einem jährlich aktualisierten Katalog für das „Blaue Band“ Teilrevierbeschreibungen mit Informationen zur Infrastruktur, Tourentipps zu Wasser und an Land; Pauschalangebote	
Ein aktueller Yachtführer für die gesamte Elbe steht kurz vor der Veröffentlichung (Verantwortung für die Reviere in Sachsen-Anhalt beim Projektträger „Blaues Band“)	

Quelle: eigene Zusammenstellung PLANCO unter Mithilfe der Experten vor Ort

4.3 Veränderung der Nachfragestruktur

Regionale Marketingstrategien müssen sich an den jeweiligen Stärken und Schwächen einerseits, an den Entwicklungspotenzialen verschiedener Marktsegmente andererseits orientieren. Um den Bezug

zwischen beiden Aspekten herzustellen, wurden von PLANCO die segmentspezifischen Wachstumspotenziale geschätzt. Hierzu war es auch erforderlich, die aktuelle Segmentstruktur zu schätzen. Da für beide Schätzungen keine empirischen Daten vorliegen, können die Ergebnisse nur grobe Anhaltspunkte liefern. Sie helfen jedoch, die strategischen Optionen zu beleuchten.

4.3.1.1 Heutige Struktur des in Deutschland generierten Tourismus

Es werden 8 Marktsegmente unterschieden, die das jeweils vorrangige Reisemotiv beschreiben:

- (1) Ausruhtourismus/Naturtourismus
- (2) Bade-/Strandtourismus
- (3) Kurlaub, Wellness
- (4) Sportaktivität als Hauptreisemotiv
- (5) Städtetourismus (auch Kultur, Bildung)
- (6) Kulturtourismus (außerhalb Städtetourismus)
- (7) Bildungs-/Kurstourismus
- (8) Thementourismus/Sehenswürdigkeiten/Events

In der Realität verbinden sich vielfach mehrere Reisemotive miteinander, so dass die Marktsegmentierung entsprechende Ungenauigkeiten aufweist.

Das Ergebnis der PLANCO-Schätzung für das inländische Reisevolumen nach Reisemotiven zeigt Tabelle 43. Der Wassertourismus ist in dieser Übersicht nicht enthalten, da er von den allgemeinen Statistiken nicht erfasst wird.

Der Ausruh- und Naturtourismus zeichnet sich dadurch aus, dass neben der Muße eine Reihe Aktivitäten stattfindet, die mit einem Ortswechsel verbunden sein und anderen Marktsegmenten zugeordnet werden können. Dieses größte Segment umfasst 42 % aller Reisetage, bei einem großen Anteil an den Urlaubsreisen (36 %) und an den Tagesausflügen (Besuch bei Freunden, Verwandten, Fahrt ins Blaue, Essen gehen u.ä.) (44 %). Welche Rolle die Reisedauer spielt, wird bei einem Vergleich der Marktsegmente Städtetourismus, Sporturlaub, Bade- und Strandurlaub und Thementourismus/ Sehenswürdigkeiten/ Events deutlich. Bade- und Strandurlaub macht den zweitgrößten Anteil an den Urlaubsreisen aus (ca. 31 %).

Bedeutenden Umfang hat auch der Sporttourismus, insbesondere Wanderurlaub und Wintersport. Daneben beanspruchen Fahrrad, Motorrad, trockener Trendsport wie Tennis, Golf, Klettern, Squash, Segelfliegerei, Drachengleiten u.a., die Wassersportarten mit Kanu, Motorboot, Segeln, Surfen, Rafting, Kanufahren weitere Anteile an diesem Segment.

Der Kulturtourismus (Museen, Ausstellungen, Kulturveranstaltungen) umfasst, wo er nicht im Städtetourismus, im Thementourismus oder in Urlaubsreisen enthalten ist, fast 6 % des Inlandstourismus. Der Kurs- und Bildungstourismus ist ein kleines Segment, das sich vor allem auf kürzere Übernachtungsreisen (ein- bis zweiwöchige Kurse, Wochenenden) konzentriert. Tagesausflüge werden hier nicht besonders erfasst. Der Kurlaub oder Wellness-Tourismus hat einen relativ geringen Anteil von knapp 3 % am Inlandstourismus.

Tabelle 43 Marktstruktur des in Deutschland generierten Tourismus im Inland 2004 (Mio. Reisetage)

Reisesegment	Merkmal	Mio. Reisetage und Anteile nach Reisedauer in %				Segmentstruktur in %			
		Urlaubsreisen	Kurzreisen	Tagesreisen	Summe	Urlaubsreisen	Kurzreisen	Tagesreisen	Summe
Ausruh-/ Naturtourismus*	Mio. Reisetage	116,3	2,3	1140	1258,6	36 %	4 %	44 %	42 %
	Anteile in %	9,2	0,2	90,6	100				
Bade-/Strandtourismus	Mio. Reisetage	100,8	2,9	145	248,7	32 %	5 %	6 %	8 %
	Anteile in %	40,5	1,2	58,3	100				
Kurlaub, Wellness	Mio. Reisetage	23,6	2,9	55	81,5	7 %	5 %	2 %	3 %
	Anteile in %	29,0	3,6	67,5	100				
Sport als Hauptreisemotiv	Mio. Reisetage	52	11,4	360	423,4	16 %	20 %	14 %	14 %
	Anteile in %	12,3	2,7	85,0	100				
Städtetourismus (auch Kultur, Bildung)	Mio. Reisetage	6,4	33,1	440	479,5	2 %	58 %	17 %	16 %
	Anteile in %	1,3	6,9	91,8	100				
Kulturtourismus (ohne Städtetourismus)	Mio. Reisetage		1,1	170	171,1	0 %	2 %	6 %	6 %
	Anteile in %	0,0	0,6	99,4	100				
Bildungs-/Kurstourismus**	Mio. Reisetage	9,6	1,1	20	30,7	3 %	2 %	1 %	1 %
	Anteile in %	31,3	3,6	65,1	100				
Thementourismus/ Sehenswürdigkeiten/ Events***	Mio. Reisetage	11,4	2,3	290	303,7	4 %	4 %	11 %	10 %
	Anteile in %	3,8	0,8	95,5	100				
Summe	Mio. Reisetage	320	57	2620	2.997	100 %	100 %	100 %	100 %
	Anteile in %	10,7	1,9	87,4	100				

* Beherbergung ungleich Wohnung, z. B. auch Hausboot, Schifffahrt, incl. Besuche bei Freunden, Verwandten; bei Tagesausflügen: Besuche, Fahrt ins Blaue, teilweise Essen gehen, ; ** incl. Freizeitparks, Erlebniswelten, Spaßbäder; *** Tagesausflüge, Struktur auf Basis der ermittelten Hauptanlässe, in: Tagesreisen der Deutschen, München 2005

Quelle: eigene Schätzungen (PLANCO)

In ländlichen Regionen sind vor allem folgende Segmente von Bedeutung:

- Ausruhtourismus (Erholung pur, Natur, mit verschiedenen Aktivitäten)
- Bade-/Strandtourismus (incl. an Binnenseen und -flüssen)
- Sporttourismus mit Wandern, Fahrradtouren, Wassersport an der Spitze, auch Trendsportarten
- Thementourismus/ Eventtourismus
- Untergeordnet: Wellness, Kulturtourismus, Bildungs-, Kurstourismus, Städtetourismus als integratives Element einer Übernachtungsreise (Ausruhtourismus, Badetourismus).

4.3.1.2 Entwicklungstendenzen in den einzelnen Marktsegmenten

Die folgende Übersicht stellt eine Segmentierung nach dem vorrangigen Reisemotiv vor. Diese ist wegen Überschneidungen nicht immer konsequent durchzuhalten - so lässt sich der Städtetourismus nicht nur einem Hauptreisemotiv zuordnen, ist aber dennoch für die Szenarioformulierung hilfreich.

Marktsegmente mit hohem Anteil der Altersgruppen unter 65 Jahre - z. B. Sport- und Bildungstourismus - werden Anteile verlieren, insbesondere bei Übernachtungsreisen. Segmente mit hohem Anteil der Altersgruppe über 65 Jahre - insb. der Ausruhtourismus und (schwächer) der Bade- und Strandtourismus, beide mit hohen Anteilen des Übernachtungstourismus - werden gewinnen, zumal diese Urlaubsformen den Bedürfnistrends entgegen kommen. Der Städtetourismus wird überdurchschnittlich zunehmen. Weitere Verschiebungen wird es innerhalb der Marktsegmente geben - z. B. weniger Sprachreisen, mehr Malkurse oder weniger Kanu, mehr Golf usw.

Tabelle 44 Marktsegmente im Inlandtourismus der inländischen Bevölkerung

Tourismusart: Hauptreiseanlass	Reisedauer: Struktur	Hauptziel- gruppe	Bevorzugte Reisegebiete	Überschnei- dung/ andere Motive	Nachfrage- trend aus dem Inland
Ausruh-/ Naturtourismus	Urlaubsreise (Kurzurlaub)	Familien, 40+, 65+	Seen- und Berglandschaften Inland/ Ausland	Wandern, Kultur, Baden, Events, Thementourismus, Natur pur	Stabile Nachfrage, Verschiebung zugun- sten Älterer und zug. preiswerter Reisege- biete im Inland
darunter. Schifffahrt, Bootscharter Kreuzfahrt	Urlaubsreise (Kurzurlaub)	50+, 65+	Hoher Auslands- anteil		Stabile bis leicht wachsende Nachfrage, gestützt durch demographischen Wandel, gebremst durch ökonomische Grenzen
Bade-/Strandtourismus	Urlaubsreise (Kurzurlaub, Tagesaus- flug)	Alle Altersgrup- pen, Familien	Meeresstrände weltweit, Seen weltweit und Inland	Ausruhtourismus, Sport, Kultur, Event	Wachsend, mehr Inland
Städtetourismus	Tagesausflug, Kurzurlaub	Paare, Singles, auch Ältere	Hoher Inlandsan- teil	Kultur, Bildung,	Wachsend
Gesundheitstourismus, Wellness	Urlaubsreise, Kurzurlaub (Tagesausflug)	Singles, Paare, 50+, 65+	Sehr international, kaum regionsspe- zifisch	Sport, Kultur, Ausruhtourismus	Wachsend durch demogr. Wandel, gebremst durch ökon. Einflüsse
Sporttourismus Wandern	Tagesausflug, Kurzurlaub, Urlaubsreise	Paare, 50+, 65+ Gruppen	hoher Inlandsan- teil	Ausruhtourismus, Kultur, Themen, Events,	Demographisch unterstützter Trend
Fahrrad/Motorrad	Tagesausflug, Kurzurlaub, Urlaubsreise	Singles, Gruppen	Konzentration auf bekannte Regio- nen, wachsend international	Natur, Camping, Events,	kleine stabile Nachfrage (gegenläufige Effekte Demographie und Bedürfnis)
Trendsportarten wie Golf, Tennis, Klettern	Tagesausflug, Kurzurlaub, Urlaubsreise	Singles, junge Paare, Gruppen	Konzentration auf bekannte Regio- nen (angebotsori- entiert), bei Urlaubsreisen auch viel Ausland	Events	Stark wechselnde Nachfrage, wellenarti- ges Auf und Ab
Wassersport	Tagesausflug, Kurzurlaub, Urlaubsreise	Singles, junge Paare, Gruppen, beschränkt auch Ältere	Konzentration auf bekannte Regio- nen, Inland, nur teilweise Ausland	Events, Natur, Camping	Zunächst noch wachsende Nachfrage, später stagnierend (Demographie)
Wintersport	Kurzurlaub, Urlaubsreise, Tagesausflug	Single, Paare bis 50 Jahre vorran- gig	Bayern, Schwarz- wald, Ausland	Events, Kultur	Inland verliert zugunsten des Auslands (sinkende Schneesicherheit), demogra- phisch gestützt
Kulturtourismus	Tagesausflug, Kurzreise	Mittlere bis ältere Jahrgänge	Vor allem Städte, In- und Ausland	Events	Wachsend, starke Konkurrenz anderer Segmente
Bildungs-/ Kurtourismus (Sprache, Bildhauerkunst, Malerei, Kochen u.ä.)	Kurzreise, Urlaubsreise	Singles, Frauen, alle Altersgrup- pen, gut gebildet	Ländliche Räume, Städte, In- und Ausland	Erholung, Natur, Kultur	Stabile bis leicht wachsende Nachfrage
Thementourismus (Wein, Geschichte, Industrie, Schlösser, Gärten usw.)	Kurzreise, Urlaubsreise	Paare, Familien, auch 65+	Spezielle Regio- nen, stark ange- botsbestimmt, auch Ausland	Erholung, Bildung, Kultur, Events	Kleine, aber stabile Nachfrage, regional wachsend, insbes. Inland
Freizeitpark, Erlebniswelten	Tagesausflug, Kurzreise	Junge Paare, junge Singles, Familien	Inland und Ausland, ange- botsbestimmt		Verkürzung der Reisedauer und Anfahr- wege, demographisch und ökonomisch bedingte Nachfrageschwächung nach 2010
Eventtourismus	Tagesausflug, Kurzreise	Mittlere Jahrgän- ge, aber auch andere Alters- gruppen	Vor allem Inland, angebotsbestimmt		Lebt vom ständigen Relaunching, noch wachsend, später aber gebremst
Ferntourismus/Exotik	Urlaubsreise	Junge und mittlere Jahrgänge	Ausland		stark gebremst durch ökon. und demogra- phische Einflüsse

Urlaubsreise= Reise ab 5 Tagen; Quelle: PLANCO

4.3.1.3 Struktur in den neuen Bundesländern 2004 und 2020 (Szenario 2)

Im Folgenden werden die beschriebenen qualitativen Trends für die neuen Bundesländer umgesetzt. Hierzu waren wiederum schon für die Ausgangszahlen Schätzungen 2004 erforderlich, was den Szenariocharakter unterstreicht. Die Schätzungen erfolgten unter Rückgriff auf Tabelle 43. Differenziertere Marktanalysen können zu - auch deutlich - abweichenden Ist-Zahlen und Zukunftserwartungen führen.

Tabelle 45 Verschiebungen in der Struktur der Tourismusnachfrage in den neuen Bundesländern nach Marktsegmenten 2004-2020 (Reisetage in 1.000)

Marktsegmente - vorrangiges Reisemotiv	Übernachtungstage in 1.000		Tagesreisen in 1.000		Summe Übernachtungs- und Tagesreisen	
	2004	2020 Szen.2	2004	2020 Szen.2	2004	2020 Szen.2
Besuchertage						
Ausruh-/ Naturtourismus	27.586	27.353	216.121	197.610	243.707	224.963
Bade-/Strandtourismus	24.118	22.919	27.489	24.701	51.607	47.620
Kurlaub, Wellness	6.159	5.524	10.427	8.982	16.586	14.506
Sport als Hauptreisemotiv	14.725	11.946	68.249	53.894	82.973	65.840
Städtetourismus	9.118	10.307	83.415	80.840	92.533	91.148
Kulturtourismus (außerhalb Städtetourismus)	254	285	32.229	31.438	32.482	31.722
Bildungs-/Kurstourismus	2.487	1.930	3.792	2.246	6.278	4.176
Thementourismus/ Sehenswürdigkeiten/Events	3.182	2.927	54.978	49.402	58.160	52.329
Marktvolumen insgesamt	87.627	83.191	496.700	449.113	584.327	532.304
Anteile der Marktsegmente						
Ausruh-/ Naturtourismus	31 %	33 %	44 %	44 %	42 %	42 %
Bade-/Strandtourismus	28 %	28 %	6 %	6 %	9 %	9 %
Kurlaub, Wellness	7 %	7 %	2 %	2 %	3 %	3 %
Sport als Hauptreisemotiv	17 %	14 %	14 %	12 %	14 %	12 %
Städtetourismus	10 %	12 %	17 %	18 %	16 %	17 %
Kulturtourismus (außerhalb Städtetourismus)	0 %	0 %	6 %	7 %	6 %	6 %
Bildungs-/Kurstourismus	3 %	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Thementourismus/ Sehenswürdigkeiten/Events	4 %	4 %	11 %	11 %	10 %	10 %
Marktvolumen insgesamt	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Veränderungsfaktoren 2004-2020						
Ausruh-/ Naturtourismus		0,992		0,914		0,923
Bade-/Strandtourismus		0,950		0,899		0,923
Kurlaub, Wellness		0,897		0,861		0,875
Sport als Hauptreisemotiv		0,811		0,790		0,794
Städtetourismus		1,130		0,969		0,985
Kulturtourismus (außerhalb Städtetourismus)		1,122		0,975		0,977
Bildungs-/Kurstourismus		0,776		0,592		0,665
Thementourismus/ Sehenswürdigkeiten/Events		0,920		0,899		0,900
Marktvolumen insgesamt		0,949		0,904		0,911

Quelle: Eigene Schätzungen (PLANCO)

Die Veränderungsfaktoren im unteren Tabellenteil zeigen, dass sich aufgrund der Rahmenbedingungen von Szenario 2 die Gesamtnachfrage in den neuen Bundesländern vermindern wird. Innerhalb dieses Trends bestehen jedoch Unterschiede zwischen den Marktsegmenten. Stärker als der Gesamt-tourismus werden sich der Städte- und der Kulturtourismus entwickeln. Eine durchschnittliche Entwicklung wird für den Ausruh-/ Naturtourismus, den Bade-/ Strandtourismus und den Thementourismus (Sehenswürdigkeiten, Events) erwartet. Unterdurchschnittlich werden sich entsprechend die anderen Segmente entwickeln: Kurlaub, Sport- und Bildungstourismus.

4.4 Strategien zur Nutzung der Potenziale des (Wasser-) Tourismus

4.4.1 Hemmnisse

Die im Folgenden beschriebenen wesentlichen Hemmnisse zur Ausschöpfung der identifizierten Potenziale sind das Ergebnis der Expertengespräche in den Regionen. Sie sind für die Regionen zusammengefasst, da sie überwiegend in allen drei Beispielregionen gleichermaßen festgestellt werden konnten.

4.4.1.1 Bevölkerungsentwicklung

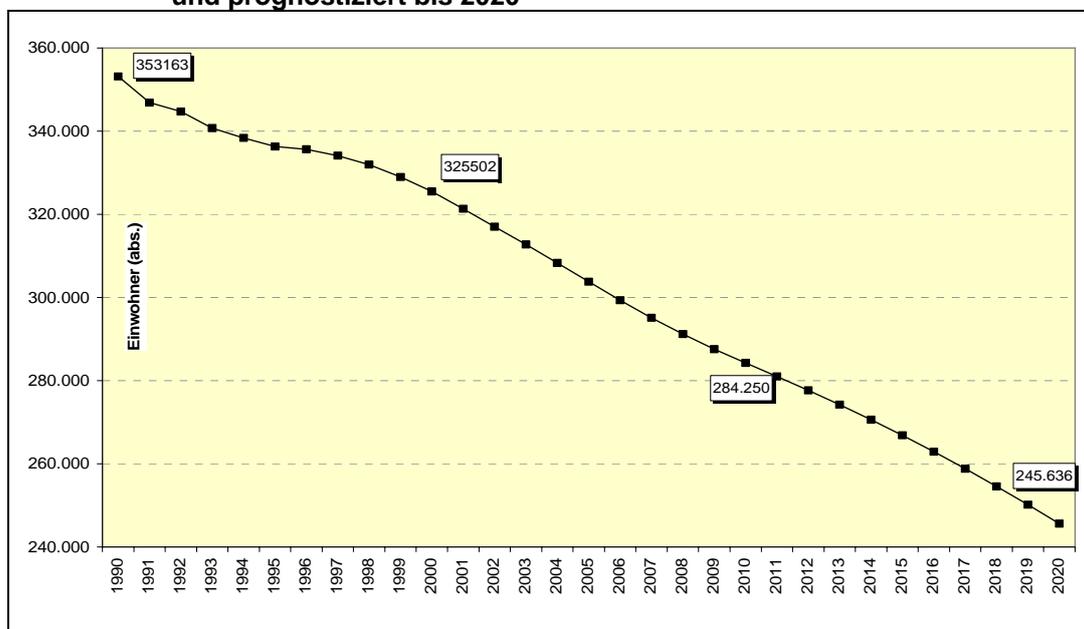
Das wohl schwerwiegendste Hemmnis für die Entwicklung des ländlichen Tourismus ist die negative Bevölkerungsentwicklung. Sie trifft für alle drei Beispielregionen sowie für die ländlichen Räume Ostdeutschlands insgesamt zu, wenn sie auch regional differiert. Exemplarisch ist die Mecklenburgische Seenplatte. Hier wird sich die negative Bevölkerungsentwicklung der Nachwendezeit fortsetzen. Zwar

ordnet sich die Mecklenburgische Seenplatte in den allgemein für viele andere Regionen und auch für die Bundesrepublik insgesamt prognostizierten Trend der Bevölkerungsabnahme und Überalterung ein. Jedoch werden die Einwohnerverluste hier und in vielen anderen ländlichen Regionen Ostdeutschlands über dem bundesdeutschen Durchschnitt liegen.

Mit dem Bevölkerungsverlust einher geht die Verschiebung der Altersstruktur zu Gunsten der alten und zu Lasten der jungen Bevölkerungsgruppen. Waren 1993 noch 16,7 % der Einwohner in der Mecklenburgischen Seenplatte über 60 Jahre alt, betrug dieser Anteil 2001 bereits 23,3 %. Im Jahr 2020 werden es 36,4 % sein.

Die Abnahme der Bevölkerung wird von einer qualitativen Komponente flankiert, die besonders schwerwiegende Folgen verursacht. So wandern schwerpunktmäßig nicht nur junge, sondern vor allem gut ausgebildete Menschen ab, die der Region aufgrund der wenigen hochwertigen Ausbildungsmöglichkeiten, der niedrigen Löhne sowie des mangelnden kulturellen Angebotes den Rücken kehren. Gerade Frauen im fertilen Alter wandern vermehrt ab, wodurch die Geburtenraten noch weiter sinken.

Abbildung 24: Bevölkerungsentwicklung in der Mecklenburgischen Seenplatte 1990-2004 und prognostiziert bis 2020



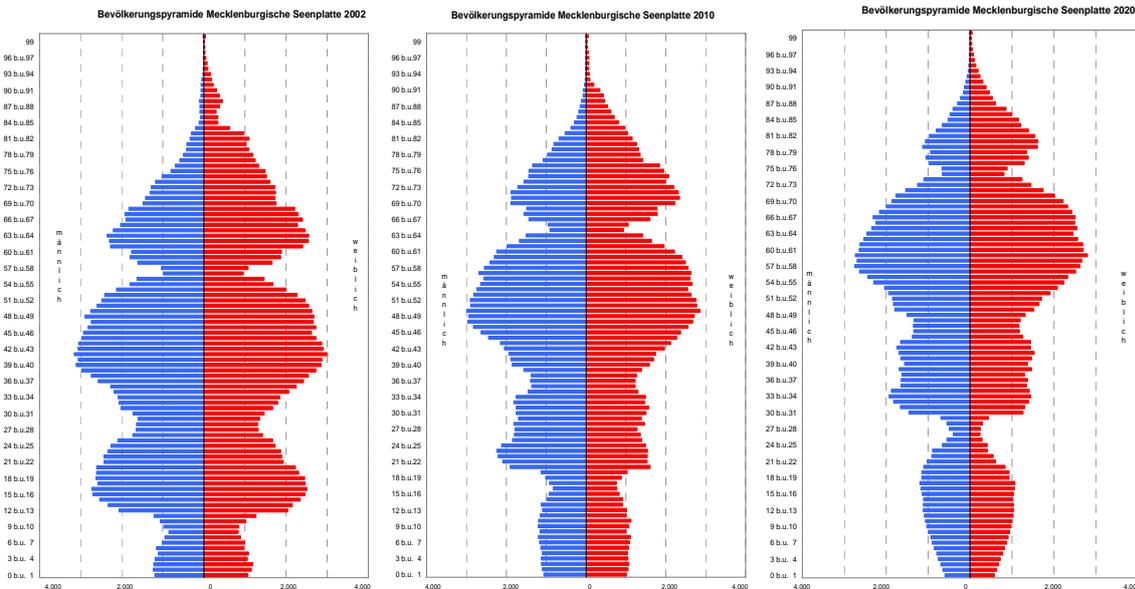
Quelle: Regionaler Planungsverband Mecklenburgische Seenplatte 1994,
(hier: Kreis Demmin und Stadt Neubrandenburg mit enthalten)

Für den Tourismus haben diese Trends weitreichende Folgen:

1. Mit einem Rückgang der Einwohnerzahlen in einer Tourismusregion verringert sich bei gleich bleibender verkehrsinfrastruktureller Erreichbarkeit das Tagesgästepotenzial. Gerade in nachfrage-schwachen Zeiten (Nebensaison) tragen Tagesgäste aus der Region in erheblichem Maße zur Grundauslastung von touristischen Einrichtungen bei.
2. Die Abwanderung von jungen, gut ausgebildeten Bevölkerungsgruppen hat direkten negativen Einfluss auf das Angebot an qualifizierten Tourismusbeschäftigten aus der Region.
3. Mit dem Rückgang der Bevölkerung ziehen sich Dienstleistungsunternehmen aus der Fläche zurück. Ein qualitativ hochwertiger Tourismus auf dem Land (Wandern, Radfahren) ist auf dieser Basis schwerer umsetzbar, da auch die Qualität der Versorgung der Touristen in der Fläche eingeschränkt ist. Die Vielfalt in der Angebotspalette des Einzelhandels wird ebenfalls eingeschränkt.

- In ländlichen schwach strukturierten Abwanderungsräumen sinkt die Kaufkraft der Bevölkerung. Waren und Dienstleistungen (u.a. Gastronomie) des höheren und hochwertigen Bedarfs werden auch in den zentralen Orten nicht mehr im üblichen Maße angeboten. Gerade dieses Angebotssegment wird aber sowohl von Touristen als auch von höher qualifizierten Beschäftigten im Tourismugewerbe nachgefragt.

Abbildung 25: Veränderung der Alterstruktur in der Mecklenburgischen Seenplatte zwischen 2002 und 2020



Quelle: Reg. Planungsverband Mecklenburgische Seenplatte 2004, Kreisprognose 2020 (unveröffentlicht) (hier: Kreis Demmin und Stadt Neubrandenburg mit enthalten)

- Das touristische Image einer Region wird beeinträchtigt.
- Die Unverhältnismäßigkeiten in der Alterstruktur haben zur Folge, dass sich das kulturelle Angebot in der Region an der Nachfrage der überdimensional vertretenen, in diesem Fall älteren, Bevölkerungsschichten orientiert. Gerade in den von Naturtourismus geprägten Räumen ist das kulturelle Angebot als Alternative etwa bei schlechtem Wetter wichtig. Touristischen Zielgruppen (Jugend, junge Paare, Singles sowie Familien mit Kindern) sowie wiederum den im Tourismusbereich Beschäftigten kann langfristig kein adäquates ihren Ansprüchen entsprechendes Angebot zur Verfügung gestellt werden.
- Bevölkerungszahlen werden häufig als Kenngröße für Geldzuweisungen und finanzielle Umlagen genommen. Auch für den Tourismussektor trifft dies zu. Als ein Beispiel können die Tourismusverbände herangezogen werden. Diese u.a. für das Marketing der regionalen Tourismusbetriebe verantwortlichen Institutionen erhalten einen großen Teil ihrer Beiträge über die Kreisumlage. Die Höhe der Kreisumlage orientiert sich an den Einwohnerzahlen. Mit dem Rückgang der Bevölkerung geht die Reduzierung der zur Verfügung stehenden Gelder für die Tourismusverbände in ländlichen Tourismusregionen einher. Gerade im Tourismus wirkt sich dies kontraproduktiv aus, wo schwach besiedelte Räume häufig mit hoch attraktiven Tourismusdestinationen zusammenfallen.

4.4.1.2 Qualifizierung der im Tourismus Beschäftigten

In allen Beispielregionen ist die mangelnde Serviceorientierung der im Tourismus Beschäftigten sowie der Unternehmen bemängelt worden. Das Angebot an Beschäftigten mit hohem Qualifikationsniveau ist rückläufig, was vor allem auf die unterdurchschnittlichen Arbeits-, Einkommens- und Lebensbedin-

gungen in den ländlichen Regionen Ostdeutschlands zurückzuführen ist. Die positive Entwicklung vieler regionaler Tourismusunternehmen geht nicht mit einer Verbesserung der Lohnentwicklung einher. Auch in hochattraktiven ostdeutschen, ländlichen Tourismusregionen zahlen die Tourismusunternehmen deutlich schlechter als in westdeutschen Gebieten sowie in Städten. Eine hohe Fluktuation der im Tourismus Beschäftigten ist eine der Folgen. Dies wirkt sich negativ auf die Servicequalität aus.

Das mangelnde Qualifikationsniveau der Beschäftigten vor Ort kann infolge der Abwanderung von jungen und / oder gut ausgebildeten Bevölkerungsgruppen kaum durch das endogene Arbeitskräftepotenzial verbessert werden. Gleichzeitig verläuft die Rekrutierung von qualifiziertem Personal infolge der oben aufgeführten harten und weichen Standortnachteile ländlicher Regionen Ostdeutschlands unbefriedigend. Ausbildungseinrichtungen für qualifiziertes Tourismuspersoneel könnten diesem Trend entgegen wirken. Diese sind in den ländlichen Tourismusregionen Ostdeutschlands kaum vorhanden.

Es trifft andererseits zu, dass gut ausgebildete Fachkräfte aus dem Tourismussektor der ländlichen Regionen in den neuen Bundesländer in andere Regionen abwandern, weil ihnen in der Heimatregion keine adäquaten Arbeitsplätze und Lebensbedingungen geboten werden. Dies ändert aber nichts an der Notwendigkeit weiter verstärkter Aus- und Fortbildung, wollen sich die Regionen im zunehmenden Wettbewerb weiter behaupten und verbessern.

Weitere Folgen der Qualifizierungsdefizite des Tourismuspersonals sind geringe Eigeninitiative, mangelnde Kreativität (etwa bei der Erstellung besonderer Angebote) und als Folge der mangelhaften Managementkenntnisse eine erhöhte Zahl an Insolvenzen.⁶⁵ Auch mangelnde Flexibilität und Mobilität sowie eine hohe Abbrecherquote bei Auszubildenden können als Folgen aufgeführt werden.

4.4.1.3 Kaufkraft und Arbeitslosigkeit der Bevölkerung

Ein weiteres Hemmnis ist die geringe Kaufkraft der vor Ort lebenden Bevölkerung, die für den Tourismus spürbar negative Effekte hat. So wird das gastgewerbliche Angebot in der Region weniger stark durch die Bevölkerung im Tageausflugseinzugsgebiet nachgefragt als in anderen Regionen. Die Ausgaben der Tagesgäste sind in den alten Bundesländern und vor allem in den städtischen Räumen deutlich höher als in den ostdeutschen ländlichen Regionen.⁶⁶

Das Angebot an höher- und hochwertiger Versorgung (Einzelhandel) und Dienstleistung (z. B. Gastronomie) ist in den ländlichen Tourismusregionen Ostdeutschlands schwach entwickelt. Hochwertige Angebote werden jedoch gerade von Touristen gern angenommen. Touristische Unternehmen der ländlichen ostdeutschen Regionen, die sich auf ein Angebot im höheren Preissegment spezialisieren, haben häufig das Problem, dass die touristische Saison zu kurz ist, um ganzjährig wirtschaftlich tragfähig zu arbeiten. Gerade in nachfrageschwachen Zeiten ist es notwendig, die Kaufkraft der lokalen Bevölkerung zu binden, was hier kaum gelingt.

4.4.1.4 Kürze der Saison

Immer wieder wird die Kürze der Saison von den Experten vor Ort als wesentliches Hemmnis für die Ausschöpfung weiterer Beschäftigungspotenziale im Tourismus aufgeführt. Alle Beispielregionen, und auch die meisten anderen wassertouristisch attraktiven Räume Ostdeutschlands sind stark auf die Hauptsaison ausgerichtet. Für die Beschäftigung hat dies u.a. zur Folge, dass viele Unternehmen ihr Personal nicht ganzjährig, sondern nur während der Hauptsaison einstellen. Auch dies erhöht die Fluktuation der Beschäftigten im Gastgewerbe, was häufig qualitative Einbußen nach sich zieht.

⁶⁵ Kann aus Datenschutzgründen statistisch nicht nachgewiesen werden. Alle Expertengespräche

⁶⁶ Vgl.: Ostdeutscher Sparkassen – und Giroverband (Hrsg.), 2005

4.4.1.5 Überforderte öffentliche Haushalte

Die Kommunen in den ländlichen Regionen Ostdeutschlands haben aufgrund der chronischen Finanznot bei gleichzeitig schrumpfender Bevölkerung kaum noch eigene Mittel für den weiteren Ausbau der touristischen Infrastruktur und können Förderungen höherer Instanzen (Bund, EU) häufig nicht in Anspruch nehmen, da sie entweder nicht in Vorleistung gehen und / oder den Co-Finanzierungsanteil nicht aufbringen können. Auch an solchen Stellen, wo die Infrastruktur bereits ausgebaut ist, wird auf lange Sicht das Geld zur Qualitätssicherung knapp sein bzw. fehlen. Gleiches gilt, wie bereits erwähnt, für die regionalen Tourismusverbände.

4.4.1.6 Naturschutz

Das Naturraumpotenzial ist die wesentliche Grundlage für die touristische Entwicklung vieler ländlicher Tourismusregionen Ostdeutschlands. Der Naturschutz hat daher zu Recht einen sehr hohen auch gesetzlich verankerten Stellenwert. Zwei wesentliche Hemmnisse sind jedoch in diesem Zusammenhang in Bezug auf die Ausschöpfung weiterer Beschäftigungspotenziale aufzuführen.

- (1) Um die Tourismusregionen nach der Wende deutschlandweit konkurrenzfähig zu machen, war und ist eine Anpassung der touristischen Infrastruktur unumgänglich. Im Zuge von Planungen neuer oder zu erweiternder touristischer Infrastrukturprojekte nimmt der Naturschutz häufig aufgrund komplizierter Prüfungsverfahren und wenig transparenter Anforderungen einen, was die zeitliche und finanzielle Dimension betrifft, hohen Zeit- und Kostenanteil ein. Besonders kleinere Gemeinden können die aufwendigen Planungen daher häufig nicht mehr realisieren.
- (2) Die starke touristische Nachfrage vor allem in ländlichen und landschaftlich attraktiven und sensiblen Regionen kann in Einzelfällen bei ungesteuerter Nutzung zu nachhaltigen Schäden in Natur und Landschaft führen. So besteht vor allem im Bereich von Schutzgebieten die Gefahr, dass zunehmende Touristenzahlen für den Naturschutz und die Bestandsicherung kontraproduktiv werden. Auf der anderen Seite sind die regionalen Tourismusunternehmen auf hohe Besucherzahlen angewiesen. Nutzungsrestriktionen oder Sperrungen von touristisch attraktiven Naturräumen haben zur Folge, dass die Entwicklung der regionalen Tourismuswirtschaft ländlicher Räume eingeschränkt wird. Gerade in ländlichen Räumen kann dies zu schwerwiegenden Folgen führen, weil der Tourismus hier ein wesentlicher Arbeitgeber ist.

4.4.1.7 Sektorale Förderung und unterschiedliche Kompetenzen

Die finanzielle Förderung des Tourismus hat in allen untersuchten Regionen einen entscheidenden Beitrag zur touristischen Entwicklung geleistet. Die Infrastrukturförderung und die Unterstützung von Existenzgründungen in der Tourismusbranche haben dazu beigetragen, dass die ländlichen Tourismusregionen Ostdeutschlands zu attraktiven und konkurrenzfähigen Reisezielen wurden. Die Fortführung dieser Unterstützung bleibt notwendig, muss sich aber den sich verändernden Bedingungen anpassen.

Für Tourismusregionen, die sich erfolgreich am Markt etablieren konnten, gewinnen die Qualitätssicherung und die Unterstützung von Schlüsselstandorten mit Leuchtturmfunktion Bedeutung. Neben die Förderung von Existenzgründungen tritt die Unterstützung bereits etablierter Unternehmen bei der Ausbildung von touristischem Personal, bei der Produktinnovation und bei der Qualitätssicherung, um so einen Beitrag zur regionalen Beschäftigungssicherung zu leisten.

Nachteilig sind die zersplitterten Zuständigkeiten in der Tourismusförderung sowie deren sektorale Ausrichtung (Jugendtourismus – Kultusministerium; Reittourismus, Entwicklung regionaler Produkte - Landwirtschaftsministerium; touristische Infrastruktur – Wirtschaftsministerium; Existenzgründungen im Tourismusgewerbe - Wirtschafts- und Arbeitsministerium). Wenn es darum geht, innovative Pro-

dukte zu entwickeln bzw. touristische Infrastruktur auszubauen, die neben dem Tourismus auch zur Belebung anderer Segmente beitragen, ist die auf Sektoren und Ressorts ausgerichtete Förderung zu unflexibel, sind die bürokratischen Hürden bei der Fördermittelakquisition zu groß.

4.4.1.8 Anpassungsbedürftige Organisationsstrukturen und Zuständigkeiten

Tourismusregionen und wassertouristische Reviere orientieren sich nicht an administrativen Grenzen. Die hier untersuchten Beispielregionen sind durch verschiedene administrative Grenzen durchtrennt bzw. an ihren Rändern abgeschnitten. Die Planungshoheit beim Bau touristischer Infrastruktur liegt überwiegend bei der untersten Ebene – den Gemeinden. Sie ist dort in der Regel nicht (tourismus-) regionalstrategisch ausgerichtet. Dies gilt in vielen Fällen auch für die nächsthöheren Ebenen der Ämter und Kreise. Übergeordnete, regional ausgerichtete Zusammenschlüsse und Kooperationen sind häufig zu schwach, da sie nicht genügend an regionalpolitische Entscheidungsebenen angedockt sind. Kleinräumliches und sektorales Denken und Planen sind nicht selten die Folge.

Darüber hinaus befindet sich die öffentliche Verwaltung in vielen ländlichen Regionen Ostdeutschlands in einer anhaltenden Umstrukturierung. Anstehende gemeindliche und kreisliche Gebietsreformen (nicht in Brandenburg) lähmen die Abstimmung über Verwaltungsgrenzen und Sektoren hinweg. In der gegenwärtigen Phase, wo Veränderungen der inhaltlichen und strategischen Ausrichtung der ländlichen Tourismusentwicklung besonders wichtig werden, sind die bestehenden Organisationsstrukturen ein ernstes Hemmnis. Die erkennbaren Folgen sind z. B.: unzureichende Vernetzung touristischer Radwege; überdimensionierte, dem Standort und dem Bedarf nicht entsprechende touristische Infrastrukturen (Häfen, Hotels), auf administrative Gebiete statt auf Tourismusregionen zugeschnittenes Marketing.

4.4.2 Handlungsempfehlungen

Angesichts des erwarteten Rückgangs der Reiseintensität der inländischen Bevölkerung wird sich der Wettbewerb der Tourismusregionen um Urlauber verschärfen. Daher wird es noch mehr darauf ankommen, dass die Reisegebiete sich überregional profilieren und von der Konkurrenz abheben. Im Folgenden werden Maßnahmen und Strategien für die Beispielregionen beschrieben, die zu einer stärkeren Ausschöpfung der touristischen Potenziale ländlicher Regionen allgemein sowie speziell im Wassertourismus beitragen können.

4.4.2.1 Mecklenburgische Seenplatte

Die Mecklenburgische Seenplatte verfügt noch nicht über ein regionales Tourismuskonzept. Die Handlungsempfehlungen sind jedoch vielfach das Ergebnis aus den Expertengesprächen vor Ort.⁶⁷ Sie schließen auch solche Maßnahmen ein, die sich bereits in der Umsetzung befinden.

4.4.2.1.1 Tourismus allgemein

Vorgeschlagene Maßnahmen beziehen sich auf folgende Schwerpunkte:

- (1) Fokussierung von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie -einrichtungen auf die Tourismusbranche
- (2) Weitere Verbesserung der über- und innerregionalen Erreichbarkeit
- (3) Qualitätssicherung - Verbesserung der Dienstleistungsqualität
- (4) Ausbau der Tourismusinfrastruktur für den Wasser-, Wander- und Radtourismus
- (5) Schaffung neuer Ausflugsziele und deren Einbindung in die Wegenetze
- (6) Zielgruppenspezifische Angebote im Wasser-, Rad- und Wandertourismus

⁶⁷ Hierbei wurde u.a. auf Empfehlungen aus dem Regionalen Entwicklungskonzept Mecklenburgische Seenplatte zurückge-

- (7) Markenbildung, Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen, Imageförderung
- (8) Erarbeitung eines regionalen Tourismuskonzeptes für die Seenplatte
- (9) Verstärkung des Außenmarketings
- (10) Binnenmarketing, Stärkung der Identifikation mit der Region
- (11) Effizientere Förderung.

Die Maßnahmen werden in der folgenden Übersicht dargestellt.

Tabelle 46: Maßnahmen zur besseren Ausschöpfung allgemein-touristischer Potenziale der Mecklenburgischen Seenplatte

Maßnahmen, Strategien für den Tourismus in der Mecklenburgische Seenplatte	Zeithorizont
<p>(1) Fokussierung von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie -einrichtungen in der Region auf die Tourismusbranche</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stärkere Unterstützung von Unternehmen im Tourismussektor bei der Ausbildung und anschließenden Übernahme von Fachkräften • Etablierung weiterer Einrichtungen für die berufliche und akademische (HS Neubrandenburg) Erstausbildung sowie Fort- und Weiterbildung im Tourismussektor in der Region • Verbesserung der Lebensbedingungen für junge Menschen in der Region • Förderung von Qualifizierungsmaßnahmen der touristischen Leistungsträger mit besonderem Fokus auf das Unternehmensmanagement • Ausweitung der Beschäftigungsförderung auf bestehende qualitätsorientierte Unternehmen in der Region, die einen wichtigen Beitrag zur regionalen Tourismusentwicklung leisten (zusätzlich zur Förderung von Neugründungen) 	mittelfristig
<p>(2) Weitere Verbesserung der über- und innerregionalen Erreichbarkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausbau der B96 zur besseren Anbindung der Region an Berlin • Verbesserung der Straßenanbindung in Richtung A 19 / Kreuz Wittstock • Verbesserung der Schienenanbindung (Reisezeitverkürzung) in Richtung Berlin sowie Hamburg • Förderungen von Ideen zur Lenkung des Tourismusverkehrs in der Region (Vorbild: Müritznationalparkticket – Ausweitung auf andere regionale Highlights – Feldberger Seenlandschaft, Tollensesee) 	mittelfristig
<p>(3) Qualitätssicherung - Verbesserung der Dienstleistungsqualität</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung von Angebot und Service bestehender touristischer Einrichtungen auf der Basis eines Qualitätsmanagements • Förderung des Qualitätswettbewerbs zwischen touristischen Unternehmen der Region (insb. im Gastronomiebereich), Vergabe von Auszeichnungen (z. B. „Kulinarisches Highlight der Region“) • Sicherung der Qualität durch Zertifizierungsmaßnahmen • Angebot bedarfsgerechter Seminare für Leistungsträger, von Qualifizierungsmaßnahmen und Weiterbildungsprogrammen; Motivation der im Tourismus Beschäftigten zur Nutzung solcher Angebote 	kurzfristig
<p>(4) Bedarfsorientierter Ausbau der Tourismusinfrastruktur für den Wasser-, Wander- und Radtourismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weiterer Ausbau des überregional verknüpften Rad-, Wander- und Reitwegenetzes, das die touristischen Highlights sowie weitere attraktive Ziele in der Region miteinander verbindet • Vermehrte zielgruppenspezifische Übernachtungsangebote für den Fahrrad- und Wassertourismus 	mittel- - kurzfristig
<p>(5) Schaffung neuer Ausflugsziele und deren Einbindung in die Wegenetze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verstärkte touristische Nutzung der Schlösser und Gutshäuser in der Region und deren thematische sowie räumliche Verknüpfung • Ausbau von Museen zu Erlebnisstätten • Stärkere Einbeziehung des attraktiven natürlichen touristischen Hinterlandes der Region - bessere Erschließung kultureller, gastronomischer sowie landschaftlicher Geheimtipps • Umsetzung der Idee der Regionalen Welcome-Center zur Besucherlenkung • Dorferneuerung und Ortsbildgestaltung 	mittel- - kurzfristig
<p>(6) Zielgruppenspezifische Angebote im Wasser-, Rad- und Wandertourismus mit besonderem Fokus auf die Zielgruppe 50+</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vergrößerung der Angebotspalette im Wasser-, Rad und Wandertourismus mit Fokus auf ältere Zielgruppen • Verknüpfung der verschiedenen Marktsegmente durch attraktive Dienstleistungsangebote (Vorbild: „Paddel + Pedal“ oder Nationalparkticket) • Durchführung segmentbezogener Events bzw. Saisonauftakt oder -abschlussveranstaltungen 	kurzfristig
<p>(7) Markenbildung, Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen, Imageförderung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zusammenarbeit bei der Produktgestaltung mit anderen Branchen (z. B. Landwirtschaft); Verbes- 	kurzfristig

griffen (Hrsg.: Planungsverband Mecklenburgische Seenplatte, 2000)

Maßnahmen, Strategien für den Tourismus in der Mecklenburgische Seenplatte	Zeithorizont
serung der Vermarktung regionaler Produkte, Erstellung eines regionalen Produktkorbes <ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung der Vermarktung und des Images der Region im Rahmen der Regionalen Design-Initiative Mecklenburgische Seenplatte • Verbesserung des Kundenservice und Schaffung von Schlechtwetterangeboten, u.a. durch den Aufbau eines Netzwerkes Regionaler Welcome-Center 	
(8) Erarbeitung eines Regionalen Tourismuskonzeptes für die Seenplatte <ul style="list-style-type: none"> • Ortsübergreifende Entwicklung von Leitlinien und Umsetzungsstrategien zur zukünftigen touristischen Entwicklung • Verbesserung von Marktbeobachtung und -monitoring vor allem in den Hauptsegmenten (Wasser- und Radtourismus) 	kurzfristig
(9) Verstärkung des Außenmarketings <ul style="list-style-type: none"> • Vergrößerung des Etats für das Marketing der Region • Erschließung neuer Märkte im Incoming-Tourismus (Besucher aus dem Ausland) • Definition und Kommunikation von saisonverlängernden Maßnahmen • Regionsübergreifendes Marketing in Tourismussegmenten, deren Qualität sich infolge Vernetzung von Regionen deutlich verbessert (Wasser-, Wander-, Reit- und Radtourismus) zusammen mit Mecklenburgischer Schweiz und Ruppiner Land 	kurzfristig
(10) Binnenmarketing, verstärkte Identifikation mit der Region <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation der Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus in der Region (mit Hilfe lokaler Medien) • Verbesserung der Gastfreundlichkeit der einheimischen Bevölkerung • Stärkung der Identifikation der Bevölkerung sowie der im Tourismus Beschäftigten mit der Region – Vermittlung regionaler Kenntnisse bei den touristischen Anbietern • Ausweitung der Qualifizierung und Zertifizierung von Qualitäts-Coaches (Initiative des Landes) insbesondere für die Leitungsebene der touristischen Anbieter. Die Qualitäts-Coaches entwickeln z. B. Servicekonzepte für (ihre) gastronomischen oder Beherbergungsbetriebe, die dann nach bundeseinheitlichen Kriterien zertifiziert werden. 	kurzfristig
(11) Effizientere Förderung <ul style="list-style-type: none"> • Etablierung alternativer Wege für eine verbesserte finanzielle Unterstützung der Regionalen Tourismusverbände – Abschaffung von einwohnerzahlbezogenen Grenzwerten bei der Mittelverteilung für den Tourismus in ländlichen Regionen • Verbesserung der ressortübergreifenden Abstimmung im Zuge der touristischen Planung und Förderung – Abschaffung des „Kompetenzwirrwarrs“ im Rahmen der Tourismusförderung • Zusammenlegung der Tourismusverbände Mecklenburgische Seenplatte e.V. und Mecklenburgische Schweiz e.V. zu einer größeren und wettbewerbsfähigeren Tourismusregion 	mittelfristig

Quelle: PLANCO, eigene Zusammenstellung unter Mithilfe der Experten vor Ort

4.4.2.1.2 Wassertourismus

Vorgeschlagene Maßnahmen beziehen sich auf folgende Schwerpunkte:

- (1) Abbau von Engpässen und Attraktivitätssteigerung von Schleusen
- (2) Weiterer zielgruppengerechter Ausbau und Verbesserung der wassertouristischen Infrastruktur
- (3) Verbesserung der wassertouristischen Dienstleistungsqualität
- (4) Konfliktvermeidung zwischen den verschiedenen wassertouristischen Nutzergruppen
- (5) Unternehmensansiedlung im Bereich Bootsbau, -reparatur sowie -instandhaltung (vor allem für Hausboote)
- (6) Fortführung und (nach Möglichkeit) räumliche Ausweitung der Charterbescheinigung
- (7) Bewahrung der Gewässerbefahrbarkeit in Abstimmung mit den Naturschutzbehörden
- (8) Besucherlenkung und -information – Verknüpfung von Wasser und Land
- (9) Entwicklung innovativer zielgruppenspezifischer Qualitätsprodukte
- (10) Marktforschung und -entwicklungsplanung im Wassertourismus
- (11) Vernetzung der wassertouristischen Leistungsträger in der Region
- (12) Überregional vernetztes Marketing
- (13) Events

Die vorgeschlagenen Maßnahmen werden in der folgenden Übersicht dargestellt.

Tabelle 47: Maßnahmen zur besseren Ausschöpfung wassertouristischer Potenziale in der Mecklenburgischen Seenplatte

Maßnahmen für den Wassertourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte	Zeithorizont
<p>(1) Abbau von Engpässen und Attraktivitätssteigerung von Schleusen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausbau der Schleusenkapazitäten an Schlüsselstandorten mit nachgewiesenen positivem Nutzen-Kosten-Verhältnis • Bau von Kanurutschen an Schleusen, die in der Hauptsaison stark durch muskelbetriebene Boote frequentiert werden • Abstimmung mit den Wasser- und Schifffahrtsämtern über die Möglichkeit der Nutzung von Schleusen für touristische Dienstleistungseinrichtungen (Kiosk, Cafe, Eisbar, etc.) • Abschaffung von unbemannten vollautomatischen Schleusen während der Hauptsaison • Verlängerung der Öffnungszeiten der Schleusen während der Hauptsaison und an Wochenenden sowie an typischen Charterbootwechsellagen (Freitag und Sonnabend) • Einrichtung eines Informationssystems entlang der Wasserwege, das die Touristen über zu erwartende Wartezeiten an den Schleusen informiert 	kurzfristig
<p>(2) Weiterer zielgruppengerechter Ausbau und Verbesserung der wassertouristischen Infrastruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weitere Verbesserung der technischen, sanitären, gastronomischen und sonstigen Versorgung in den Häfen • Kapazitätserweiterung für Motor-, Charter- und Hausboote an Netzlücken sowie Standorten mit hohem Bedarf (vornehmlich landseitig besonders attraktive Orte) • Vermeidung von Überkapazitäten an weniger nachgefragten Standorten - Voraussetzung: permanente Marktbeobachtung • Bau von Warteplätzen an stark frequentierten Schleusen • Ausbau von Kanuwander-Rastplätzen • Erweiterung des Netzes von Ein- und Ausstiegsstellen für Kanutouristen 	kurz - mittelfristig
<p>(3) Verbesserung der wassertouristischen Dienstleistungsqualität</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualifizierung und Professionalisierung der wassertouristischen Leistungsträger (Hafenmeister, Marinabetreiber, Kanuverleiher, Schleusenwärter etc.) • Fortführung der Zertifizierung der wassertouristischen Infrastruktur („Gelbe Welle“, „Blaue Sterne“) • Einführung weiterer überregional anerkannter Standards, Qualitäts- und Umweltsiegel („Viabono“) 	kurz - mittelfristig
<p>(4) Konfliktvermeidung zwischen den wassertouristischen Nutzergruppen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erhaltung und Überwachung von Revierabschnitten, die ausschließlich von muskelbetriebenen Booten genutzt werden dürfen (verstärkter Einsatz der Wasserschutzpolizei) • Ausweisung von Schwerpunkträumen für den motorisierten Bootstourismus bzw. für Kanu- und Segeltourismus • Evaluierung bestehender Befahrensbeschränkungen – eventuell Ausweitung der Reviere für den muskelbetriebenen Bootssport durch den Abbau von Befahrensbeschränkungen • Vergrößerung und investive Verbesserung von Kanurevieren unter Berücksichtigung des Erhalts des Naturraumpotenzials • Besucherlenkung in der Hauptsaison mit Ziel einer besseren Bootsverteilung im Revier (z. B. durch zeitliche und regionale Zonierungen oder mit Hilfe von Beschilderungen sowie aktuellen Informationen zur Nutzerdichte im Raum) 	kurz - mittelfristig
<p>(5) Unternehmensansiedlung im Bereich Bootsbau, -reparatur sowie -instandhaltung (vor allem für Hausboote)</p>	mittelfristig
<p>(6) Fortführung und (nach Möglichkeit) räumliche Ausweitung der Charterbescheinigung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung zusätzlicher Möglichkeiten für Einwegfahrten im Charterbereich – Bootspool verschiedener Charteranbieter • Abschaffung der zeitlichen Begrenzung der Charterbescheinigung • Zusammenarbeit der Mecklenburgischen Seenplatte mit der Wassertourismusinitiative Nordbrandenburg zur Vergrößerung der (führerscheinfreien) Hausbootreviere 	kurzfristig
<p>(7) Bewahrung der Gewässerbefahrbarkeit in Abstimmung mit den Naturschutzbehörden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vermeidung weiterer Befahrensbeschränkungen • Sensibilisierung der Wassertouristen für den Erhalt des natürlichen Potenzials der Region durch Informationsbroschüren und Beschilderungen • Konfliktvermeidung durch verstärkten Einsatz der Wasserschutzpolizei 	kurzfristig
<p>(8) Besucherlenkung und -information – Verknüpfung von Wasser und Land</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung eines ufernahen Besucherlenkungs- und Informationssystems (landseitige Infotafeln mit touristischen sowie infrastrukturellen und nautischen Informationen), Einbindung in landseitige Leit- 	mittelfristig

Maßnahmen für den Wassertourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte	Zeithorizont
systeme <ul style="list-style-type: none"> • Nutzung der Häfen und Anlegstellen als Verkaufsplattformen für regionale Produkte sowie für die Vermittlung von Tourismusinformationen 	
(9) Entwicklung innovativer zielgruppenspezifischer Qualitätsprodukte <ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung des Preis-Leistungs-Verhältnisses bei wassertouristischen Angeboten – Erstellung von Billig- oder Pauschalangeboten im Charterbereich • Einführung eines touristischen Angelscheins nach dem Vorbild der Charterbescheinigung für Sportboote • Kombiangebote zur Verbindung des Wassertourismus mit landseitigen Aktivitäten (Vorbild: Müritz-Nationalparkticket oder Paddel + Pedal) • Weitere Komplettserviceangebote im Wassertourismus (z. B. Kanuklassenfahrten, Erlebnistouren, Firmenausflüge, Thementouren) 	kurzfristig
(10) Marktforschung und -entwicklungsplanung im Wassertourismus <ul style="list-style-type: none"> • Systematische Bestandserhebungen und -aktualisierungen des wassertouristischen Angebots • Motivbefragungen von Boottouristen • Erstellung eines wassertouristischen Entwicklungskonzeptes für die Mecklenburgische Seenplatte in Abstimmung mit benachbarten Binnenrevieren • Erarbeitung einer regionalen Ufernutzungskonzeption nach dem Vorbild des Landkreises Müritz 	kurzfristig
(11) Vernetzung der wassertouristischen Leistungsträger in der Region <ul style="list-style-type: none"> • Einrichtung einer Arbeitsgruppe „Wassertourismus“ in der Region, bestehend aus wassertouristischen Leistungsanbietern, Vereinen, Verbänden, Kommunen sowie der Verwaltung mit Vertretern aus den Nachbarrevieren Nordbrandenburgs sowie Mecklenburg-Vorpommerns 	kurzfristig
(12) Überregional vernetztes Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Verstärkung der überregionalen und internationalen Positionierung der Mecklenburgischen Seenplatte zusammen mit den Nachbarrevieren in Nordrandenburg und Berlin als ein führendes europäisches Wassertourismusrevier • Fortführung und Ausweitung der Marketingmaßnahmen in Zusammenarbeit mit den Nachbarrevieren der Mecklenburgischen Seenplatte in Mecklenburg-Vorpommern sowie Nordbrandenburg (Vorbild: „Ihr Lotse“) • Gemeinsamer Internetauftritt für den Wassertourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte, den nordbrandenburgischen Wassertourismusregionen (Ruppiner Land/Oberhavel/ Uckermark/ Barnimer Land) und Berlin 	kurzfristig
(13) Events <ul style="list-style-type: none"> • Ausbau der Müritz-Sail zu einem überregional bedeutenden Wassertourismus-Event 	kurzfristig

Quelle: PLANCO, eigene Zusammenstellung unter Mithilfe der Experten vor Ort

4.4.2.2 Ruppiner Land/Oberhavel

Wie für die Mecklenburgische Seenplatte wurden die folgenden Empfehlungen für das Ruppiner Land überwiegend im Dialog mit Experten aus der Region zusammengestellt. Sie greifen insoweit auch bereits laufende Maßnahmen auf, ergänzen diese aber punktuell. Auf ein regionales touristisches Entwicklungskonzept konnte nicht zurückgegriffen werden.

4.4.2.2.1 Tourismus allgemein

Vorgeschlagene Maßnahmen beziehen sich auf folgende Schwerpunkte:

- (1) Stärkere Ausrichtung auf den Berliner Quellmarkt von Tagesreisenden
- (2) Verbesserung der touristischen Aus- und Weiterbildung
- (3) Weitere Verbesserung der Erreichbarkeit
- (4) Verlängerung der Verweildauer der Touristen sowie zur Verlängerung der Saison
- (5) Verstärktes Außenmarketing – Erhöhung des Bekanntheitsgrades
- (6) Weiterer Ausbau von regionalen Themenrouten
- (7) Binnenmarketing - Verbesserung des Tourismusbewusstseins in der Region
- (8) Verbesserung der Dienstleistungsqualität

- (9) Weiterer Ausbau der Tourismusinfrastruktur bei Erhalt des natürlichen und kulturellen Potenzials insb. für den Wasser-, Wander- und Rad- sowie Reittourismus
- (10) Zielgruppenspezifische Angebote für den Wasser-, Rad-, Wander- sowie Kulturtourismus
- (11) Effizientere Förderung

Die vorgeschlagenen Maßnahmen sind in der folgenden Übersicht dargestellt.

Tabelle 48: Maßnahmen zur besseren Ausschöpfung allgemein-touristischer Potenziale der Region Ruppiner Land/Oberhavel

Allgemein-touristische Maßnahmen in der Region Ruppiner Land/Oberhavel	Zeithorizont
<p>(1) Stärkere Ausrichtung auf den Berliner Quellmarkt von Tagesreisenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verstärkung von auf Berlin gerichteten Marketingaktionen • Schaffung einer größeren Zahl an Ausflugszielen im Berliner Tageseinzugsbereich • Stärkere Einbeziehung des attraktiven natürlichen touristischen Hinterlandes der Region - Bessere Erschließung kultureller, gastronomischer sowie landschaftlicher Geheimtipps 	kurzfristig
<p>(2) Verbesserung der touristischen Aus- und Weiterbildung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stärkere Unterstützung von Unternehmen im Tourismussektor bei der Ausbildung und anschließenden Übernahme von Fachkräften • Qualifizierungsmaßnahmen der touristischen Leistungsanbieter mit Schwerpunkt im Unternehmensmanagement • Verbesserung der Lebensbedingungen für junge Menschen in der Region • Ausweitung der Beschäftigungsförderung auf bestehende qualitätsorientierte Unternehmen in der Region • Etablierung von regionalen Ausbildungseinrichtungen im Tourismussektor 	mittel- langfristig
<p>(3) Weitere Verbesserung der Erreichbarkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausbau der B96 zur Verbesserung der Anbindung an Berlin • Förderungen von Alternativen und Ideen zur Lenkung des Tourismusverkehrs in der Region 	kurzfristig
<p>(4) Verlängerung der Verweildauer der Touristen sowie zur Verlängerung der Saison</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verstärkung der Angebote für saisonunabhängige ältere Reisende 	kurzfristig
<p>(5) Verstärktes Außenmarketing – Erhöhung des Bekanntheitsgrades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vergrößerung des Etats für das regionale Marketing • Gemeinsames Marketing mit den Nachbarregionen vor allem bezogen auf den vernetzten Tourismus (Wasser-, Wander- und Radtourismus) in erster Linie in den Gebieten: Uckermark, Barnimer Land, Prignitz und Mecklenburgische Seenplatte • Verstärkung der Markenbildung und überregionalen Profilierung - Kommunikation bestehender Alleinstellungsmerkmale • Erschließung neuer Märkte für den Incoming Tourismus aus dem Ausland 	kurzfristig
<p>(6) Weiterer Ausbau von regionalen Themenrouten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barrierefreier Tourismus, Tonstraße, Regionaler Produktkorb 	kurzfristig
<p>(7) Binnenmarketing - Verbesserung des Tourismusbewusstseins in der Region</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation der Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus in der Region (durch lokale Medien) • Verbesserung der Lebensbedingungen für junge Menschen in der Region • Verbesserung der Gastfreundlichkeit der einheimischen Bevölkerung • Stärkung der Identifikation der Bevölkerung sowie der im Tourismus Beschäftigten mit der Region – Vermittlung regionaler Kenntnisse von touristischen Anbietern 	mittelfristig
<p>(8) Verbesserung der Dienstleistungsqualität</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualitätsmanagement zur Verbesserung von Angebot und Service bestehender touristischer Einrichtungen • Qualitätssicherung durch Zertifizierungsmaßnahmen • Fortsetzung von Maßnahmen zur Förderung des qualitativen Wettbewerbs zwischen den touristischen Unternehmen der Region (Vorbild: Kulinarisches Ruppiner Seenland) • Verbesserung des Angebots von Seminaren für Leistungsanbieter, von Qualifizierungsmaßnahmen und Weiterbildungsprogrammen 	kurz- mittelfristig
<p>(9) Weiterer Ausbau der Tourismusinfrastruktur bei Erhalt des natürlichen und kulturellen Potenzials insb. für den Wasser-, Wander- und Rad- und Reittourismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weiterer Ausbau eines überregional verknüpften Rad-, Wander- und Reitwegenetzes, das die touristischen Highlights sowie weitere attraktive Ziele im touristischen Hinterland der Region miteinander verbindet • Ausbau des Übernachtungsangebots im Hauptsegmenten Rad- und Wassertourismus 	kurzfristig
<p>(10) Zielgruppenspezifische Angebote für den Wasser-, Rad-, Wander- sowie Kulturtourismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vergrößerung der Angebotspalette im Wasser-, Fahrrad und Wandertourismus, insb. für die Zielgruppe 50+ • Verknüpfung der Marktsegmente durch Dienstleistungsangebote (Vorbild: „Paddel + Pedal“) 	kurzfristig

Allgemein-touristische Maßnahmen in der Region Ruppiner Land/Oberhavel	Zeithorizont
(11) Effizientere Förderung <ul style="list-style-type: none"> • Etablierung alternativer Wege für eine verbesserte finanzielle Unterstützung der Regionalen Tourismusverbände – Abschaffung von einwohnerzahlbezogenen Grenzwerten bei der Mittelverteilung für den Tourismus in ländlichen Regionen • Verbesserung der ressortübergreifenden Abstimmung im Zuge der touristischen Planung und Förderung – Abschaffung des „Kompetenzwirrwarrs“ im Rahmen der Tourismusförderung • Förderung von Unternehmen mit besonders wichtiger Bedeutung für die regionale Beschäftigung in der Tourismusbranche (zusätzlich zu Existenzgründungen) 	mittelfristig

Quelle: PLANCO, eigene Zusammenstellung unter Mithilfe der Experten vor Ort

4.4.2.2 Wassertourismus

Vorgeschlagene Maßnahmen beziehen sich auf folgende Schwerpunkte:

- (1) Vernetzung vorhandener Wassersportreviere für den Hausboottourismus, Umsetzung der Vorschläge der Wassertourismusinitiative Nordbrandenburg
- (2) Ausbau des Kanutourismus
- (3) Verbesserungen an den Schleusen
- (4) Zielgruppenorientierter Ausbau der wassertouristischen Infrastruktur
- (5) Verbesserung der Dienstleistungsqualität
- (6) Konfliktvermeidung zwischen den verschiedenen wassertouristischen Nutzergruppen
- (7) Unternehmensansiedlung im Bereich Bootsbau, -reparatur sowie -instandhaltung (vor allem im Hausbootbereich)
- (8) Bewahrung der Gewässerbefahrbarkeit in Abstimmung mit den Naturschutzbehörden
- (9) Aufwertung des Ortsbildes von Städten und Gemeinden mit attraktiver Lage am Wasser
- (10) Besucherlenkung – Verknüpfung von Wasser und Land
- (11) Zielgruppenspezifische innovative Produktentwicklung
- (12) Marktforschung und -entwicklung
- (13) Binnenmarketing - Vernetzung der wassertouristischen Leistungsanbieter
- (14) Bundeslandübergreifendes Marketing

Die vorgeschlagenen Maßnahmen sind in der folgenden Übersicht dargestellt.

Tabelle 49: Maßnahmen zur besseren Potenzialausschöpfung des Wassertourismus im Ruppiner Land/Oberhavel

Wassertouristische Maßnahmen in der Region Ruppiner Land/Oberhavel	Zeithorizont
(1) Vernetzung vorhandener Wassersportreviere für den Hausboottourismus, Umsetzung der Vorschläge der Wassertourismusinitiative Nordbrandenburg <ul style="list-style-type: none"> • Räumlichen Ausweitung der Charterbescheinigung auf die südlichen Revierabschnitte (Ruppiner Gewässer, Barnimer Gewässer) • Schaffung leistungsfähiger Infrastruktur auf dem Wasser an Netzlücken und besonders stark nachgefragten Standorten • Angebot zusätzlicher Möglichkeiten für Einwegfahrten im Charterbereich • Einrichtung eines Bootspools mehrerer Charteranbieter 	kurzfristig
(2) Ausbau des Kanutourismus <ul style="list-style-type: none"> • Ausbau des Netzes von Kanuwander-Rastplätzen vornehmlich in Kombination mit landseitigen Camping- oder Biwakplätzen • Erweiterung des Netzes von Ein- und Ausstiegsstellen für Kanutouristen • Bau von Kanurutschen an Schleusen, die in der Hauptsaison besonders stark frequentiert werden • Bewahrung sowie Ausbau der Reviere zur ausschließlichen Nutzung durch den muskelbetriebenen Bootssport (nach Möglichkeit ohne Einschränkung für andere Bootstypen) 	kurzfristig
(3) Verbesserungen an den Schleusen <ul style="list-style-type: none"> • Ausbau der Schleusenkapazitäten bei Nachweis eines ausreichenden Nutzen-Kosten-Verhältnisses • Abstimmung mit den Wasser- und Schifffahrtsämtern über die Möglichkeit der Nutzung von Schleusen als touristische Dienstleistungseinrichtungen (Kiosk, Cafe, Eisbar, etc.) • Abschaffung von unbemannten vollautomatischen Schleusen während der Hauptsaison 	kurzfristig

Wassertouristische Maßnahmen in der Region Ruppiner Land/Oberhavel	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> • Verlängerung der Öffnungszeiten der Schleusen während der Hauptsaison und an Wochenende sowie an typischen Charterbootwechsellagen (Freitag und Sonnabend) • Einrichtung eines Informationssystems entlang der Wasserwege, das Touristen über Wartezeiten an den Schleusen informiert 	
<p>(4) Zielgruppenorientierter Ausbau der wassertouristischen Infrastruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bau weiterer Anlegestellen für Motor-, Charter- und Hausboote an Netzlücken sowie Standorten mit hohem Bedarf (vornehmlich landseitig besonders attraktive Orte) • Verbesserung der Ausstattung der Häfen mit technischer, sanitärer, gastronomischer und sonstiger Versorgung • Einrichtung von Warteplätzen an besonders stark frequentierten Schleusen 	kurzfristig
<p>(5) Verbesserung der Dienstleistungsqualität</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualifizierung und Professionalisierung der wassertouristischen Leistungsträger (Hafenmeister, Marinabetreiber, Kanuverleiher, Schleusenwärter etc.) • Fortführung der Zertifizierung wassertouristischer Infrastruktur („Gelbe Welle“, „Blaue Sterne“) • Einführung weiterer überregional anerkannter Standards, Qualitäts- und Umweltsiegel („Viabono“) 	kurz - mittelfristig
<p>(6) Konfliktvermeidung zwischen den verschiedenen wassertouristischen Nutzergruppen (in Zusammenarbeit mit der Mecklenburgischen Seenplatte)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erhaltung und Überwachung der Revierabschnitte, die ausschließlich von muskelbetriebenen Booten genutzt werden dürfen (verstärkter Einsatz der Wasserschutzpolizei) • Ausweisung von Schwerpunkträumen für den motorisierten Boots-, Kanu- und Segeltourismus • Ausweitung der Reviere für den muskelbetriebenen Bootssport durch den Abbau von Befahrensbeschränkungen (Rheinsberger Rhin) • Vergrößerung von Kanurevieren unter Erhalt des Naturraumpotenzials • Besucherlenkung in der Hauptsaison mit Ziel einer besseren Bootsverteilung im Revier (z. B. durch zeitliche oder regionale Zonierung von Nutzungsräumen oder mit Hilfe von Beschilderungen sowie aktuellen Informationen zur Nutzerdichte im Raum) 	kurz - mittelfristig
<p>(7) Unternehmensansiedlung im Bereich Bootsbau, -reparatur sowie -instandhaltung (vor allem im Hausbootbereich)</p>	kurzfristig - mittelfristig
<p>(8) Bewahrung der Gewässerbefahrbarkeit in Abstimmung mit den Naturschutzbehörden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vermeidung weiterer Befahrensbeschränkungen vor allem für den Kanusport • Sensibilisierung der Wassertouristen für den Erhalt des natürlichen Potenzials der Region durch Informationsbroschüren und Beschilderungen • Konfliktvermeidung durch verstärkten Einsatz der Wasserschutzpolizei 	kurzfristig
<p>(9) Aufwertung des Ortsbildes von Städten und Gemeinden mit attraktiver Lage am Wasser</p>	mittelfristig
<p>(10) Besucherlenkung – Verknüpfung von Wasser und Land</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung eines ufernahen Besucherlenkungs- und Informationssystems (landseitige Infotafeln mit touristischen sowie infrastrukturellen und nautischen Informationen) bei Einbindung in landseitige Leitsysteme • Nutzung der Häfen und Anlegestellen als Verkaufsplattformen für regionale Produkte sowie zur Vermittlung von Tourismusinformationen 	mittelfristig
<p>(11) Zielgruppenspezifische innovative Produktentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung des Preis-Leistungsverhältnisses wassertouristischer Angebote – Erstellung von Billig- oder Pauschalangeboten insb. im Charterbereich • Einführung eines touristischen Angelscheins ähnlich der Charterbescheinigung für Sportboote • Kombiangebote des Wassertourismus´ mit anderen landseitigen Aktivitäten (Vorbild: Paddel + Pedal) • Komplettserviceangebote im Wassertourismus (z. B. Kanuklassenfahrten, Erlebnistouren, Firmenausflüge, Thementouren) 	kurzfristig
<p>(12) Marktforschung und -entwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Systematische Bestandserhebungen und -aktualisierungen des wassertouristischen Angebots • Motivbefragungen von Bootstouristen • Erstellung eines wassertouristischen Entwicklungskonzeptes für die Region • Erarbeitung einer regionalen Ufernutzungskonzeption 	kurzfristig
<p>(13) Binnenmarketing - Vernetzung der wassertouristischen Leistungsanbieter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gewinn weiterer Partner für die Wassertourismusinitiative Nordbrandenburg • Arbeitsgruppe „Wassertourismus“ nach dem Vorbild der Workshops der IHK Potsdam, unter Einbeziehung der wassertouristischen Leistungsanbieter, Vereine, Verbände, Kommunen sowie von Vertretern aus den Nachbarrevieren Berlin und der Mecklenburgischen Seenplatte 	kurzfristig

Wassertouristische Maßnahmen in der Region Ruppiner Land/Oberhavel	Zeithorizont
<p>(14) Bundeslandübergreifendes Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überregionale und internationale Positionierung des Ruppiner Landes-Oberhavel zusammen mit den Nachbarrevieren in Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Berlin als ein führendes europäisches Wassertourismusrevier • Fortführung und Ausweitung der begonnenen Marketingmaßnahmen in Zusammenarbeit mit den Nachbarrevieren in der Mecklenburg-Vorpommern und Berlin (Vorbild: „Ihr Lotse“) • Gemeinsamer Internetauftritt der wassertouristischen Region zusammen mit der Mecklenburgischen Seenplatte, Uckermark sowie Berlin • Verstärktes internationales Marketing 	kurzfristig

Quelle: PLANCO, eigene Zusammenstellung unter Mithilfe der Experten vor Ort

4.4.2.3 Mittelelbe

Ähnlich wie in den beiden anderen Regionen wurden die folgenden Maßnahmen und Strategien für die Mittelelbe überwiegend durch Gespräche mit Experten aus der Region entwickelt und schließen dabei auch erfolgversprechende schon laufende Maßnahmen ein. Auch konnte auf eine Arbeitsgrundlage für das Marketing des Fremdenverkehrsverbandes Anhalt-Wittenberg e.V. aus dem Jahr 2000/2001 zurückgegriffen werden.

4.4.2.3.1 Tourismus allgemein

Vorgeschlagene Maßnahmen beziehen sich auf folgende Schwerpunkte:

- (1) Imagepflege, Erhöhung des Bekanntheitsgrades
- (2) Weiterentwicklung regionaler Reiseangebote
- (3) Förderung von Maßnahmen zur Verlängerung der Verweildauer der Touristen sowie zur Verlängerung der Saison
- (4) Verbesserung der touristischen Servicequalität
- (5) Verstärktes Binnenmarketing zur Verbesserung des Tourismusbewusstseins in der Region
- (6) Weitere Verbesserung der verkehrlichen Erreichbarkeit
- (7) Ausbau der Tourismusinfrastruktur insbesondere für den Aktivurlaub Rad- und Wandertourismus

Die vorgeschlagenen Maßnahmen sind in der folgenden Übersicht dargestellt.

Tabelle 50: Maßnahmen zur besseren Ausschöpfung der allgemein-touristischen Potenziale im Raum Mittelelbe

Maßnahmen zur besseren Ausschöpfung der allgemein-touristischen Potenziale im Raum Mittelelbe	Zeithorizont
<p>(1) Imagepflege, Erhöhung des Bekanntheitsgrades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fortsetzung der Öffentlichkeits- und Medienarbeit mit verstärkter Ansprache in den Regionen Berlin, Niedersachsen und Sachsen-Anhalt selbst • Verstärkte Teilnahme an Messen und ähnlichen Veranstaltungen gemeinsam mit der Landesmarketinggesellschaft (LMG) • Nachhaltiges Durchsetzen der Themen der Region in der Außenwerbung der LMG (Broschüren, Internet) • Verstärkt einheitliches Auftreten der Verbandsmitglieder aus der Region nach außen. • Bündelung von Werbemaßnahmen zu einer Verbundwerbung der Anbieter der Region 	kurz - mittelfristig

Maßnahmen zur besseren Ausschöpfung der allgemein-touristischen Potenziale im Raum Mittelelbe	Zeithorizont
<p>(2) Weiterentwicklung regionaler Reiseangebote</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intensivierung der bewährten Pauschalangebote, die die Bekanntheit der Region erhöhen und einen Eindruck vermitteln, wie ein Aufenthalt in der Region strukturiert sein kann; dabei ist es zweitrangig, ob der Besucher tatsächlich ein Pauschalarrangement bucht oder durch solche Angebote angeregt wird, eine selbst organisierte Reise in die Region zu machen. • Konzentration des Marketing auf die Themengruppen der Region: Unesco-Welterbe, Luthers Land, Gartenreich sowie Radwandern auf dem Elberadweg und Wassertourismus mit dem Ziel, „Marken“ zu schaffen, die jenseits des Images des Landes Sachsen-Anhalt wahrgenommen werden. • Fortgesetzte Unterstützung des Tourismusverbandes bei der Entwicklung touristischer Produkte (Das Spektrum reicht dabei von einer thematischen Stadtführung in Dessau bis zu begleiteten Paddeltouren auf der Elbe). • Besonderes Augenmerk bei der Produktentwicklung auf Gäste aus dem Ausland (einschl. fremdsprachliche Führungen) • Zielgruppenspezifische touristische Angebote insb. für die Altersgruppe 50+ • Segmentbezogene Events bzw. Saisonauftakt- oder -abschlussveranstaltungen 	kurzfristig
<p>(3) Förderung von Maßnahmen zur Verlängerung der Verweildauer der Touristen sowie zur Verlängerung der Saison</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verstärkung der Angebote für saison-unabhängige ältere Reisende 	kurz - mittelfristig
<p>(4) Verbesserung der touristische Servicequalität</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schulung des touristischen Personals in Freundlichkeit, Sachkunde und Betreuungskompetenz 	kurzfristig
<p>(5) Verstärktes Binnenmarketing zur Verbesserung des Tourismusbewusstseins in der Region</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation der Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus in der Region (mit Hilfe lokaler Medien) • Verbesserung der Gastfreundlichkeit der einheimischen Bevölkerung • Stärkung der Identifikation der Bevölkerung sowie der im Tourismus Beschäftigten mit der Region – Vermittlung regionaler Kenntnisse bei den touristischen Anbietern • Ausweitung der Qualifizierung und Zertifizierung von Qualitäts-Coaches (Initiative des Landes) insbesondere für die Leitungsebene der touristischen Anbieter. Die Qualitäts-Coaches entwickeln z. B. Servicekonzepte für (ihre) gastronomischen oder Beherbergungsbetriebe, die dann nach bundeseinheitlichen Kriterien zertifiziert werden. 	kurz - mittelfristig
<p>(6) Weitere Verbesserung der verkehrlichen Erreichbarkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schließung von Infrastrukturlücken, die besonders den Freizeitverkehr behindern. • Aufbau neuer oder Kommunikation bestehender Angebote im öffentlichen Personen(nah-)verkehr 	kurz - mittelfristig
<p>(7) Ausbau der Tourismusinfrastruktur insbesondere für den Aktivurlaub Rad- und Wandertourismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weiterer Ausbau eines mit den überregionalen Routen verknüpften regionalen Rad- und Wanderetzes, das die touristischen Highlights sowie weitere attraktive Ziele im touristischen Hinterland der Region miteinander vernetzt. • Ausbau eines zielgruppenspezifischen Übernachtungsangebotes in den Hauptsegmenten mit regionalem Bezug (Lage am Wasser bzw. entlang der touristischen Hauptwege) 	kurz - mittelfristig

4.4.2.3.2 Wassertourismus

Vorgeschlagene Maßnahmen beziehen sich auf folgende Schwerpunkte:

- (1) Ausbau der wassertouristischen Infrastruktur an Netzlücken
- (2) Verbesserung der Dienstleistungsqualität
- (3) Bewahrung der Gewässerbefahrbarkeit in Abstimmung mit den Naturschutzbehörden
- (4) Verbesserte Besucherlenkung und -information – Verknüpfung von Wasser und Land
- (5) Zielgruppenspezifische innovative Qualitätsprodukte für den Wassertourismus
- (6) Marktforschung im Wassertourismussektor
- (7) Wassertouristisches Binnenmarketing
- (8) Bundeslandübergreifendes Marketing.

Tabelle 51: Maßnahmen zur besseren Ausschöpfung der wassertouristischen Potenziale im Raum Mittelelbe

(1)	Ausbau der wassertouristischen Infrastruktur an Netzlücken und landseitig attraktiven Standorten für den Bootstourismus <ul style="list-style-type: none"> • Bau weiterer Anlegestellen für Motor-, Charter- und Hausboote an Netzlücken sowie Standorten mit hohem Bedarf (vornehmlich landseitig besonders attraktive Orte) • Verbesserung der Ausstattung der Häfen mit technischer, sanitärer, gastronomischer und sonstiger Versorgung • Einrichtung von Warteplätzen an stark frequentierten Schleusen 	kurzfristig
(2)	Verbesserung der Dienstleistungsqualität <ul style="list-style-type: none"> • Qualifizierung und Professionalisierung der wassertouristischen Leistungsträger (Hafenmeister, Marinabetreiber, Kanuverleiher etc.) • Einführung weiterer überregional anerkannter Standards, Qualitäts- und Umweltsiegel („Viabono“) 	kurz - mittelfristig
(3)	Bewahrung der Gewässerbefahrbarkeit in Abstimmung mit den Naturschutzbehörden <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisierung der Wassertouristen für den Erhalt des natürlichen Potenzials der Region durch Informationsbroschüren und Beschilderungen 	kurzfristig
(4)	Verbesserte Besucherlenkung und -information – Verknüpfung von Wasser und Land <ul style="list-style-type: none"> • Einführung eines landseitig ufernahen Besucherlenkungs- und Informationssystems (landseitige Info tafeln mit touristischen sowie infrastrukturellen und nautischen Informationen) bei gleichzeitiger Einbindung in das wasserseitige Leitsystem nach PIANC-Standard. • Nutzung der Häfen und Anlegestellen als Verkaufsplattformen für regionale Produkte sowie zur Vermittlung von Tourismusinformationen 	mittelfristig
(5)	Zielgruppenspezifische innovative Qualitätsprodukte für den Wassertourismus <ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung des Preis-Leistungsverhältnisses wassertouristischer Angebote – Erstellung von Billig- oder Pauschalangeboten. • Einführung eines touristischen Angelscheins • Förderung von Kombiangeboten des Wassertourismus mit anderen landseitigen Aktivitäten • Förderung von Komplettserviceangeboten im Wassertourismus (z. B. Kanuklassenfahrten, Erlebnis-touren, Firmenausflüge, Thementouren) 	kurzfristig
(6)	Marktforschung im Wassertourismussektor <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau eines statistischen Berichtssystems zur Erfassung des wassertouristischen Aufkommens (Hafen, Anlegerstatistiken, kontinuierliche Abfrage von Verleihzahlen bei Kanuverleihern, Erfassung der Gäste in der Passagierschiffahrt) • Einbindung des Wassertourismus in der nächsten Runde der kontinuierlichen Gästebefragung. 	kurzfristig
(7)	Wassertouristisches Binnenmarketing - Netzbildung der wassertouristischen Leistungsträger in der Region <ul style="list-style-type: none"> • Etablierung einer Arbeitsgruppe „Wassertourismus“ in der Region nach dem Vorbild der Workshops der IHK Potsdam bestehend aus wassertouristischen Leistungsanbietern, Vereinen, Verbänden, Kommunen sowie der Verwaltung mit Vertretern aus den Nachbarrevieren. 	kurzfristig
(8)	Bundeslandübergreifendes Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Fortführung der Marketingmaßnahmen der Markensäule „Blaues Band“ über Druckmedien (Katalog und Yachtführer) in Zusammenarbeit mit den Nachbarrevieren • Verstärktes internationales Marketing 	kurzfristig

Quelle: PLANCO, eigene Zusammenstellung unter Mithilfe der Experten vor Ort

4.5 Aktivierungsszenarien 2020 für die Beispielregionen

4.5.1 Methodik

Für alle drei Beispielregionen wird im Folgenden ein Entwicklungsszenario der zukünftigen touristischen Nachfrage dargestellt. Grundlage sind die im Kapitel 3 beschriebenen allgemeinen Tourismustrends für das Szenario 2. Diese Trends werden unter Berücksichtigung der jeweiligen regionalen Angebotsprofile, der regionalen Marktstruktur sowie unter der Annahme weiterer wettbewerbsstärkender Maßnahmen entsprechend den Handlungsempfehlungen in Kap. 4.4 und daraus folgender Marktanteilsverbesserungen modifiziert. Für die Szenarioformulierung erforderliche Daten, die auf Ebene der Beispielregionen nicht verfügbar waren, wurden von PLANCO geschätzt.

4.5.2 Marktstruktur der Tourismusregionen

4.5.2.1 Mecklenburgische Seenplatte

Die erste von PLANCO vorzunehmende Schätzung bezieht sich auf die Struktur des Tourismus nach Reisemotiven und Reisedauer. Hierbei wurden soweit wie möglich Erkenntnisse aus den Expertengesprächen sowie Befragungen in den Regionen einbezogen. Es bleiben jedoch Schätzungen, die für Zwecke der Szenarioentwicklung erforderlich waren. Im Gegensatz zu den Darstellungen im Kapitel 3 wird der Wassertourismus nun als separates Segment dargestellt, das mit einem Anteil von ca. 10 % an allen Urlaubs- und Tagesreisen in der Mecklenburgischen Seenplatte eine hohe Bedeutung erhält.

Tabelle 52: Struktur des Tourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte 2004

Vorrangiges Reisemotiv	% Urlaub	% Tagesausflüge	Urlaubsreisen (Mio. Übernachtungen)	Tagesausflüge in Mio. Tagen	Summe (Mio. Tage)
Ausruh- und Naturtourismus	49 %	40 %	2,05	2,80	4,85
Bade- und Strandtourismus	2 %	6 %	0,08	0,42	0,50
Kururlaub, Wellness	3 %	2 %	0,13	0,14	0,27
Sportaktivität als Hauptreisemotiv (ohne Wassertourismus im engeren Sinne)	22 %	20 %	0,92	1,40	2,32
Städtetourismus	1 %	2 %	0,05	0,14	0,19
Kulturtourismus (außerhalb Städtetourismus)	5 %	6 %	0,21	0,42	0,63
Bildungs- und Kurtourismus	2 %	8 %	0,08	0,59	0,67
Thementourismus, Sehenswürdigkeiten, Events	5 %	7 %	0,23	0,49	0,72
Wassertourismus	10 %	9 %	0,43	0,60	1,03
SUMME	100 %	100 %	4,19	6,99	11,18

Quelle: eigene Schätzung von PLANCO

4.5.2.2 Ruppiner Land/Oberhavel

Der Vergleich zur Mecklenburgischen Seenplatte zeigt eine ähnliche Marktstruktur im Ruppiner Land mit Schwerpunkten bei den Ausruh- und Naturtouristen sowie beim Sporttourismus. Lediglich der Tagestourismus hat aufgrund der Berlinnähe eine etwas andere Ausprägung. Auch hier stellt der Wassertourismus ein zentrales Element dar.

Tabelle 53: Markstruktur des im Ruppiner Land/Oberhavel generierten Tourismus (in Reisetagen) 2004

Vorrangiges Reisemotiv	% Urlaub	% Tagesausflüge	Urlaubsreisen (Mio. Übernachtungen)	Tagesausflüge in Mio. Tagen	Summe (Mio. Tage)
Ausruh- und Naturtourismus	49 %	42 %	0,87	3,26	4,13
Bade- und Strandtourismus	1 %	6 %	0,02	0,43	0,44
Kururlaub, Wellness	3 %	2 %	0,05	0,16	0,21
Sportaktivität als Hauptreisemotiv (ohne Wassertourismus im engeren Sinne)	20 %	20 %	0,36	1,58	1,94
Städtetourismus	1 %	2 %	0,02	0,16	0,17
Kulturtourismus (außerhalb Städtetourismus)	5 %	6 %	0,09	0,47	0,55
Bildungs- und Kurtourismus	4 %	12 %	0,07	0,93	1,00
Thementourismus, Sehenswürdigkeiten, Events	6 %	6 %	0,11	0,47	0,57
Wassertourismus	11 %	4 %	0,21	0,32	0,53
SUMME	100 %	100 %	1,80	7,75	9,55

Quelle: eigene Schätzung von PLANCO

4.5.2.3 Mittelelbe

Im Vergleich zu den beiden anderen Beispielregionen ist die Marktstruktur des im Raum Mittelelbe generierten Tourismus stärker durch den Städte- sowie Kulturtourismus geprägt. Der Wassertourismus hat hingegen noch eine sehr untergeordnete Bedeutung.

Tabelle 54: Markstruktur des im Raum Mittelelbe generierten Tourismus (in Reisetagen) 2004

Vorrangiges Reisemotiv	% Urlaub	% Tagesausflüge	Urlaubsreisen (Mio. Übernachtungen)	Tagesausflüge in Mio. Tagen	Summe Mio. Tage
Ausruh- und Naturtourismus	40 %	26 %	0,41	1,93	2,34
Bade- und Strandtourismus	1 %	2 %	0,01	0,15	0,16
Kururlaub, Wellness	3 %	1 %	0,03	0,08	0,11
Sportaktivität als Hauptreisemotiv (ohne Wassertourismus im engeren Sinne)	20 %	20 %	0,21	1,51	1,72
Städtetourismus	16 %	23 %	0,17	1,74	1,91
Kulturtourismus (außerhalb Städtetourismus)	7 %	10 %	0,07	0,76	0,83
Bildungs- und Kurtourismus	5 %	8 %	0,05	0,61	0,66
Thementourismus, Sehenswürdigkeiten, Events	8 %	10 %	0,08	0,76	0,84
Wassertourismus	0,4 %	0,5 %	0,00	0,04	0,04
SUMME	100 %	100 %	1,04	7,57	8,61

Quelle: eigene Schätzung PLANCO

4.5.3 Konsequenzen der allgemeinen Trends für die Beispielregionen

Ausgehend von den in Kapitel 3 beschriebenen Tourismustrends werden im Folgenden deren Auswirkungen in den Beispielregionen diskutiert. Ziel ist es, einzuschätzen, welche touristischen Bereiche mit rückläufigen, welche mit expansiven Tendenzen zu rechnen haben. Berücksichtigt werden hierbei auch absehbare Verbesserungen der regionalen Angebotsprofile. Die Formulierung von Szenarien, bei denen Annahmen darüber getroffen werden, welche Determinanten sich wie stark durchsetzen, erfolgt im anschließenden Kapitel 4.6.

4.5.3.1 Mecklenburgische Seenplatte

Die allgemein negativen demographischen und ökonomischen Determinanten lassen eine Reduzierung der Reiseintensität generell und vor allem einen Rückgang des Tagesgästausflugverkehrs in der Region erwarten. Die stärkere Hinwendung der Nachfrage zum Ausruh- und Naturtourismus dürfte jedoch eher als Chance zu sehen sein.

4.5.3.1.1 Segmente mit Entwicklungspotenzialen

Für folgende Segmente werden Entwicklungspotenziale erwartet:

1. Ausruh- und Naturtourismus
2. Fahrrad- und Wandertourismus
3. Wassertourismus
4. Wellness

Die Alterstruktur der Deutschen wird sich zu Lasten der jungen und zu Gunsten der älteren Bevölkerungsschichten verändern. In Bezug auf das touristische Angebotsprofil werden Marktsegmente die besten Chancen haben, die die ältere Klientel ansprechen. Gerade der in der Mecklenburgischen Seenplatte stark prädestinierte Ausruh- und Naturtourismus, der durch ein gutes Wellnessangebot abgerundet wird, hat dabei Chancen. Als Hauptgrund für den Besuch der Mecklenburgischen Seenplatte werden erlebbare Ruhe und unberührte Natur angegeben. Auch der Aktivurlaub in der Natur ist eines der Hauptmotive, das hier gut befriedigt wird. Das Angebotsprofil des Rad-, Wasser, und Wandertourismus⁶⁸ in der Mecklenburgischen Seenplatte ist zudem durch Aktivitäten geprägt, die weniger sportliche Höchstleistungen (geringe Reliefenergie), körperliche Risiken, lauten Trubel und Spielspaß bedeuten und daher gerade von der Nachfrage älterer Bevölkerungsgruppen geprägt sind. Auch mit Blick auf den Stand der Infrastruktur im Fahrrad- und Wandersegment zeigen sich weitere Potenziale. Vor dem Hintergrund eines weiter ausgebauten Fahrrad- und Wanderwegnetzes ist die Nachfrage noch steigerungsfähig.

Auch der Bekanntheitsgrad der Mecklenburgischen Seenplatte lässt positive Trends erwarten. So kommt es zunehmend darauf an, den überregionalen, vor allem westdeutschen Quellmarkt anzusprechen. Hierbei werden vor allem solche Regionen Vorteile haben, die aufgrund ihres Images sowie ihrer überregionalen Bekanntheit bereits heute besonders aus den alten Bundesländern nachgefragt werden. Die Mecklenburgische Seenplatte verfügt schon seit längerem über diesen enormen Wettbewerbsvorteil. Sie gehört zu den bekanntesten Reisezielen der neuen Bundesländer, vergleichbar mit dem Thüringer Wald oder dem Erzgebirge.⁶⁸ 60 % der Gäste kommen bereits heute aus den alten Bundesländern. Überregional bekannte Alleinstellungsmerkmale, wie die Müritz als größter deutscher Binnensee sowie der dazugehörige Nationalpark und die unvergleichliche Gewässerdichte (Land der 1.000 Seen) werden im Ausruh- und Naturtourismus sowie Rad-, Wasser und Wandertourismus eine übergeordnete Rolle spielen.

Der Wassertourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte wird ein Wachstumssegment bleiben. Trotz des hohen erreichten Niveaus und der erheblichen Nachfragesteigerung in den letzten 15 Jahren können zukünftig weitere moderate Steigerungen erreicht werden. Hierfür gibt es mehrere Gründe: Trotz der guten Entwicklung in den letzten Jahren hat die Region weiterhin Nachholbedarf bei der Vielfalt der wassertouristischen Angebotspalette, der Dienstleistungsqualität in den Häfen und an den Schleusen sowie bei der Vermarktung nach innen und außen (vgl. hierzu Kapitel 4.2.1.5.2). Auch außerhalb der Saisonspitzenzeiten kann die Nachfrage noch gesteigert werden. Der Abbau dieser Schwächen wird neue Potenziale erschließen und die Attraktivität des Reviers festigen. Dies gilt vor

⁶⁸ Project M Research GmbH, 2003

allem für den Hausboot- aber auch für den Kanutourismus. Die Mecklenburgische Seenplatte ist als Binnenrevier deutschlandweit wassertouristisch fast konkurrenzlos. Das Naturraumpotenzial, die Reviergröße und Vernetzung oder die Nutzungseignung für verschiedene Bootstypen sind nur die wichtigsten Argumente, die auch zukünftig Wassertouristen aus allen Regionen Deutschlands und darüber hinaus anziehen werden. Angesichts sinkender Urlaubszahlen und eines forcierten Wettbewerbs zwischen den Regionen wird auch beim Wassertourismus die Außendarstellung an Bedeutung gewinnen. Die natürlichen und infrastrukturell geschaffenen Voraussetzungen der Mecklenburgischen Seenplatte bieten jedoch gute Argumente für ein verbessertes Marketing. Auch in Bezug auf den Faktor Reisezeitverkürzung schließt der Wassertourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte überwiegend positiv ab. Sowohl beim Charter- als auch beim Kanutourismus übersteigen die durchschnittlichen Verweilzeiten der Touristen bereits heute selten die 1 Woche-Grenze. Wochenendausflüge oder Kurztrips sind nicht nur bei Kanuten sondern auch bei der Zielgruppe des auswärtigen Dauerliegers ohnehin üblich.

In geringerem Umfang kann auch der Kulturtourismus von der Dichte an Schlössern und Herrenhäusern in der Mecklenburgischen Seenplatte profitieren. Auch dieses Segment wird gerade von der wachsenden Zahl älterer Bürger nachgefragt.

Abschließend bleibt anzumerken, dass das gegenwärtige Angebotsprofil der Region vor dem Hintergrund einer erwarteten höheren Multioptionalität und Polarisierung von Ansprüchen mit wachsender Zielgruppendifferenzierung noch zu wenig zielgruppenspezifisch und breit gefächert ist. Um künftigen Ansprüchen gerecht zu werden, muss gerade in den Segmenten mit Entwicklungspotenzial die Angebotsvielfalt sowie Dienstleistungsqualität weiter gesteigert werden.

4.5.3.1.2 Segmente mit Entwicklungshemmnissen

Der Tagesgästaufschwungverkehr wird sich in der Mecklenburgischen Seenplatte als Folge der Bevölkerungsentwicklung der Region selbst sowie in ihrem näheren Einzugsbereich verringern. Eine Verbesserung der überregionalen Erreichbarkeit durch Verkehrsinfrastrukturmaßnahmen innerhalb der Region sowie auf den Zufahrtswegen in die Region (Ausbau B96, weitere Umgehungsstraßen, Autobahnzubringer Mirow-Wittstock) wird den Tagesgästeinzugsbereich erweitern. Dies wird den Nachfrage Rückgang jedoch nur reduzieren, nicht aufhalten. Hauptursache ist die erwartete negative Bevölkerungsentwicklung im Tagesbesuchereinzugsbereich. Bevölkerungsreiche Regionen wie der Berliner und Potsdamer Raum werden auch in Zukunft aufgrund der geographischen Entfernung nur in geringem Umfang zum Tagesbesuchereinzugsbereich der Mecklenburgischen Seenplatte zu rechnen sein. Ein weiterer Faktor für das abnehmende Tagesausflugsvolumen ist die im Szenario 2 erwartete schwache Einkommensentwicklung in der Region.

Keines der Hauptsegmente der Region (Rad-, Wasser-, bzw. Natur- und Ausruhtourismus) ist besonders für Tagestouristen jungen und mittleren Alters prädestiniert. Das regionale Angebot tendiert eher zum Urlaubs- bzw. Mehrtagesstourismus. Gewinnersegmente wie der Städte- und Kulturtourismus spielen dennoch nur eine untergeordnete Rolle. Rückgänge werden in kleineren Teilbereichen wie bei Schwimmbädern oder ähnlichen Einrichtungen erwartet. Aber auch beim Kanutourismus muss in der kleinen Zielgruppe der Tagesausflügler mit Defiziten gerechnet werden. Bei der Fahrgastschiffahrt, die einen nicht unwesentlichen Anteil ihrer Nachfrage durch Tagesausflügler deckt, wird es darauf ankommen, inwieweit es die Anbieter schaffen, die Rückgänge durch spezielle Angebote für die Zielgruppe 50+ auszugleichen.

Der Übernachtungstourismus ist seit 2 Jahren rückläufig. Bisher wurde dies häufig mit Schlechtwetter begründet. Die sich abzeichnenden Sättigungstendenzen sind aber auch darauf zurückzuführen, dass der Bonus „Neugierde“ oder „Kennenlernen“ weitgehend aufgebraucht ist. Mit Blick auf das gegenwärtige Angebotsprofil der Region fällt jedoch kein Bereich ins Auge, der aufgrund der erwarteten sozio-

demographischen Entwicklung überdurchschnittlich negativ betroffen ist. Das Profil der Region ist weder eindimensional auf von jüngeren Bevölkerungsschichten nachgefragte Trendsportarten ausgerichtet, noch auf rückläufige spezifische Familienangebote, Freizeitparks oder Erlebniswelten.

Die steigende Sensibilität der Urlauber, die sich vor allem in einer niedrigeren Akzeptanzschwelle bezüglich schlechtem Wetters oder Qualitätsmängeln im Service äußert, könnte für die Mecklenburgische Seenplatte aufgrund der starken Ausrichtung auf den Naturtourismus (sehr wetterabhängig – wenige Schlechtwetterangebote als Ausgleich) sowie bei gleich bleibendem Standard der gastronomischen und weiteren touristischen Dienstleistungseinrichtungen jedoch negative Folgen haben.

Ein gravierendes Risiko für die touristische Entwicklung der Mecklenburgischen Seenplatte ergibt sich durch den geplanten Luft- und Bodenschießplatz Wittstock in der Kyritzer Ruppiner Heide („Bombodrom“). Der Schießplatz liegt in unmittelbarer Nachbarschaft zu den hochattraktiven und touristisch bedeutenden Räumen der Mecklenburgischen Kleinseenplatte. Er würde nicht nur die Ruhe der Einwohner empfindlich stören. Er gefährdet auch eine wesentliche Beschäftigungsquelle - den Tourismus. Dies gilt auch für das Ruppiner Land. Die folgenden Berechnungen gehen nicht von einer Realisierung dieses Vorhabens aus.

4.5.3.2 Ruppiner Land/Oberhavel

Die touristischen Nachfragetrends werden für das Ruppiner Land/Oberhavel ähnliche Konsequenzen haben wie für die Mecklenburgische Seenplatte. Dies kann auf die geographische Nähe beider Regionen und die ähnlichen Angebotsprofile zurückgeführt werden. Dennoch bestehen Unterschiede.

4.5.3.2.1 Segmente mit Entwicklungspotenzialen

Drei Segmente können dem Ruppiner Land/Oberhavel künftig positive Impulse verleihen:

1. der Tagesausflugsverkehr (v.a. aus Berlin)
2. der Wassertourismus
3. die Segmente Rad-, Wander- und Reittourismus

Der Tagesausflugsverkehr bleibt der wohl wichtigste Motor für die regionale Tourismuswirtschaft. Nur wenige ländliche Regionen Ostdeutschlands werden auf einen so bevölkerungsstarken Quellmarkt zurückgreifen können wie die Destinationen im Umland von Berlin. Zudem wird die demographische Entwicklung im Berliner Raum verglichen mit anderen ostdeutschen Regionen noch am stabilsten verlaufen. Mit der Verbesserung der inner- sowie überregionalen Erreichbarkeit infolge des fortschreitenden Ausbaus wichtiger Verkehrsstrassen (u.a. B 96) ist eine räumliche Ausweitung des Tagesgästeinzugsbereiches zu erwarten, das die negativen Auswirkungen des demographischen Trends in Grenzen halten könnte.

Positive Entwicklungen infolge eines weiterhin stabilen Tagesausflugstourismus dürften vor allem die Segmente Wassertourismus, Kurs- und Bildungstourismus sowie in geringerem Umfang der Ausruhparks und Naturtourismus nehmen. Die anderen Segmente verhalten sich stabil oder gehen nur sehr moderat zurück. Mit Zuwächsen ist auch bei den kulturellen Einrichtungen und Sehenswürdigkeiten als klassische Ausflugsziele zu rechnen. Das kulturelle Potenzial des Ruppiner Landes - Oberhavel ist zwar geringer als das anderer Regionen (Mittelelbe). Es eignet sich aber für Themenangebote verschiedenster Ausprägung (Deutsche Tonstraße, Märkische Fischstraße, Schlösser und Herrenhäuser), die für den Tagesausflugstourismus vor allem älterer Zielgruppen von zunehmendem Interesse sein werden. Dabei hängen Erfolg oder Misserfolg wiederum davon ab, wie integrativ Urlaubsangebote den Bedürfnissen dieser Zielgruppe angepasst werden (z. B. auch Sicherung eines bequemen Transports).

Die besten Chancen beim Urlaubstourismus sind für diejenigen Marktsegmente zu erwarten, die den Interessen der älteren Zielgruppe entgegen kommen. Darüber hinaus dürften gerade auch bei der erwerbstätigen Bevölkerungsschicht solche Urlaubsformen gefragt sein, die helfen, den steigenden Anforderungen der Gesellschaft besser gerecht zu werden: Ausruhtourismus.

Das Angebotsprofil des Ruppiner Landes - Oberhavel ist bei den Inlandsreisen auf den Sporttourismus mit hohem Ausruh- und Naturpotenzial fokussiert. Fahrradfahren, Wasserwandern und Wandern sind Urlaubsformen, die überdurchschnittlich durch Ruhe und Erholung in der Natur geprägt sind, ohne körperliche Höchstleistungen vorauszusetzen. Auch für das Ruppiner Land lässt sich daher bei weiter verbesserter und überregional noch stärker vernetzter Fahrrad-, Wander- und Wasserinfrastruktur ein erhöhtes Nachfragepotenzial erschließen.

Für den *Wassertourismus* des Ruppiner Landes - Oberhavel sind die gleichen positiven Impulse herauszustellen wie für die Mecklenburgische Seenplatte. Da der Hausboottourismus in Zukunft tendenziell stärker nachgefragt werden wird, hat das Gebiet Ruppiner Land/Oberhavel gute Entwicklungspotenziale. In diesem Zusammenhang wird es auf Folgendes ankommen:

1. Verbesserung der wasserseitigen Infrastruktur, insb. stärkere touristische Erschließung der südlichen Gewässer;
2. Ausweitung der Charterbescheinigung;
3. Zusammenarbeit in der Vermarktung mit den Nachbarrevieren Berlin und vor allem der Mecklenburgischen Seenplatte.

Gerade für den letztgenannten Sachverhalt muss daran erinnert werden, dass die Mecklenburgische Seenplatte in der Regel das primäre Urlaubsziel von Boottouristen in der Region ist. Aufgrund der wassertouristischen Vernetzung macht ein nicht unerheblicher Anteil der Wassertouristen jedoch auf ihrem Bootstörn auch Abstecher ins Ruppiner Land/Oberhavel. Somit wird der nordbrandenburgische Tourismusraum in stärkerem Maße von der wassertouristischen Entwicklung seines Nachbarreviers Mecklenburgische Seenplatte abhängen als umgekehrt.

4.5.3.2.2 Segmente mit Entwicklungshemmnissen

Aufgrund seiner Nähe zu Berlin werden die Wirkungen einer künftig reduzierten Tagesausflugsintensität im Ruppiner Land/Oberhavel anders ausfallen als in der mecklenburgischen Nachbartourismusrregion. Mit 7,5 Tagesausflügen pro Übernachtung hat der Tagesausflugsverkehr im Ruppiner Land/Oberhavel eine viel größere Relevanz.⁶⁹ Auch im Tagesbesuchereinzugsbereich des Ruppiner Landes wird sich die Bevölkerung in den nächsten Jahren verringern. Ein reduzierter Tagesausflugsverkehr ist jedoch nicht nur hierauf zurückzuführen. Die anhaltend strukturschwache wirtschaftliche Situation im Untersuchungsraum dürfte weitaus stärkeren Einfluss auf die Tagesausflugsintensität ausüben. Hiervon wird auch die Stadt Berlin nicht ausgenommen sein, deren aktuelle Arbeitslosenquote die von Brandenburg übersteigt.⁷⁰

Unterschiede zwischen dem Ruppiner Land und der Mecklenburgischen Seenplatte sind auch für den Urlaubstourismus zu erwarten. Dieser dürfte trotz der ähnlichen Marktstruktur der beiden Vergleichsregionen im Ruppiner Land etwas schlechter verlaufen. Dies ist vor allem auf den geringen Bekanntheitsgrad und die „ungünstige“ Herkunftsstruktur zurückzuführen. Vor dem Hintergrund eines nachlassenden Reiseaufkommens kommt es für die ostdeutschen Tourismusräume darauf an, kaufkräftige Besucher aus den wirtschaftsstarken Regionen der alten Bundesländer zu gewinnen. Hierfür sind jedoch eher Reiseziele prädestiniert, die über einen überregional hohen Bekanntheitsgrad verfügen.

⁶⁹ Ostdeutscher Sparkassen- und Giroverband, 2005

⁷⁰ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, September 2005: Berlin, 18,6 %, Brandenburg 16,9 %

Für die Region Ruppiner Land/Oberhavel ist dies ein Schwachpunkt, der nur schwer abzubauen ist. Folgerichtig bezieht die Region heute fast 50 % ihrer Gäste aus den neuen Bundesländern und hier vor allem aus Berlin. Die Ausgangssituation des Ruppiner Landes – Oberhavel ist insofern deutlich schlechter als bei anderen ostdeutschen, überregional bekannteren Regionen.

Abgesehen vom Wassertourismus dürfte es zudem schwierig werden, Alleinstellungsmerkmale für das Ruppiner Land zu definieren und überregional zu kommunizieren. Im Urlaubs- bzw. Mehrtagestourismus werden die Tourismustrends für das Ruppiner Land/Oberhavel daher negativer wirken als in anderen Tourismusregionen. Lediglich die zentralere Lage könnte dem etwas entgegen wirken.⁷¹ Peripherer und schlechter erreichbar als die meisten anderen deutschen Regionen bleibt das Ruppiner Land trotzdem.

Hinsichtlich des Angebotsprofils des Ruppiner Landes - Oberhavel sind ähnliche Schlussfolgerungen zu ziehen wie für die Mecklenburgische Seenplatte. Klassische Segmente, die Tagesausflügler ansprechen, wie Freizeitparks, Erlebniswelten oder ähnliches sind trotz der suburbanen Lage im Angebot des Untersuchungsraumes wenig vertreten. Typische Beispiele sind Schlösser (Oranienburg, Rheinsberg), Museen bzw. Gedenkstätten (Konzentrationslager Sachsenhausen und Ravensbrück) oder Attraktionen wie der Ziegpark Mildenberg. Insgesamt ist der Entwicklungsstand des Umlands der Berliner Hauptstadt für den Tagesausflugsverkehr nicht mit dem anderer Großstadträume vergleichbar. Typische „Gewinnersegmente“ wie der Städtetourismus oder das weiterhin an Bedeutung zunehmende Segment des Kulturtourismus sind im Angebotsprofil der Region nur schwach vertreten.

Ansonsten wird die allgemein gebremste Reiseintensität auf alle Angebotssegmente des Ruppiner Landes wirken, auch wenn dort kein typisches „Verlierersegment“ (Trendsportarten, Freizeitparks, Erlebniswelten, spezifische Familienangebote, Bade- und Strandtourismus) angeboten wird. Die zunehmende Sensibilität der Kunden im Hinblick auf Witterung und Betreuung bei allgemein gesteigerter Multioptionalität kann negative Konsequenzen haben. Dies gilt natürlich umso weniger, je mehr die Dienstleistungs- und Angebotsqualität sowie Kundenzufriedenheit verbessert werden.

Die im Zusammenhang mit der Mecklenburgischen Seenplatte dargestellten Risiken für den Tourismus (Kap. 4.5.3.1.2) durch den geplanten Luft- und Bodenschießplatz Wittstock in der Kyritzer Ruppiner Heide („Bombodrom“) gelten auch für das Gebiet Ruppiner Land/ Oberhavel.

4.5.3.3 Mittelelbe

Wegen der deutlich unterschiedlichen Marktstruktur im Tourismusgebiet Mittelelbe werden die Entwicklungsperspektiven für die Teilmärkte anders aussehen als in den beiden anderen Beispielregionen.

4.5.3.3.1 Segmente mit Entwicklungspotenzial

Entwicklungspotenzial bedeutet dabei für die Region, dass Auswirkungen der deutschlandweiten Tourismustrends zu relativen Verschiebungen in der Struktur des Tourismusmarktes führen werden. Aus der Analyse der Region ergeben sich Bereiche, in denen Impulse für den regionalen Tourismusmarkt erkennbar sind:

- der Städte-, Kultur- und Thementourismus
- der Fahrrad- und in geringerem Umfang der Wandertourismus
- der Wassertourismus

⁷¹ Im 2h Einzugsbereich des Ruppiner Landes – Oberhavel wohnen ca. 13 Mio. Menschen das der Mecklenburgischen Seenplatte erreicht nur 8,9 Mio.

Der Städte-, Kultur- und Thementourismus wird für die Tourismusregion Mittelelbe an Bedeutung gewinnen. Eine zentrale Zielgruppe dieses Segments ist die zahlenmäßig wachsende Generation 50+. Die in diese Altersgruppe hinein wachsenden Jahrgänge sind reiseerfahrener als frühere Generationen und damit auch offen für Reiseziele, die nicht auf den obersten Plätzen der mitteleuropäischen Städte- und Kulturreisedestinationen stehen wie Berlin, London, Paris, Budapest oder Prag. In interessierten Kreisen der Bevölkerung wird die Bekanntheit der Region insbesondere im weiten Feld der Kultur (über Bach, Luther bis hin zum Gartenreich Dessau/Wörlitz) zunehmen und zu einer Stabilisierung der Besucherzahlen beitragen.

Kultur- und Städtereiseangebote sind heute selten auf Familien mit Kindern zugeschnitten. Wenn dem sich abzeichnenden Trend zu Städte- und Kulturreisen von Familien – eine zunehmende Nachfrage wird an den Top-Destinationen vermehrt festgestellt – durch gezielte Angebote Rechnung getragen wird, kann auch dieses Nachfragesegment – trotz demographischer Schrumpfung der Zielgruppe – zur Stärkung der Region beitragen.

Im Radtourismus ist es der Region und den entlang der Elbe angrenzenden Regionen gelungen, durch die Erneuerung des Elberadweges ein Alleinstellungsmerkmal zu schaffen. Der Elberadweg erfreut sich wachsender Beliebtheit und gilt bereits als einer der bekanntesten Radfernwanderwege Deutschlands. Durch das geschickte Marketing im Zuge der Entwicklung der „Markensäule Blaues Band“ kann es gelingen, die Region als Radwanderziel zu profilieren, das neben dem attraktiven Weg auch Zwischenstopps hoher Attraktivität bietet (von den Luthergedenkstätten, das Bauhaus in Dessau bis hin zum Wörlitzer Gartenreich). An Spitzenwochenenden kommt es heute schon zu Überlastungen (insbesondere im Gastronomie und Beherbergungsgewerbe). Das zu beobachtende Ausweichen auf geringer frequentierte Wochen oder Tage (auch in der Vor- und Nachsaison) belegt die Attraktivität des Angebots und trägt zur Saisonverlängerung bei. Neben dem Fahrradfahren ist auch das Wandern eine sportliche Betätigung, die zwar durchaus der Hauptzweck einer Reise sein kann, dabei aber keine Höchstleistungen von den Aktiven erfordert. Damit harmonisieren diese Aktivitäten gut mit den Bedürfnissen der aktiven Teile der Generation 50+. Die Mittelelbe ist allerdings keine typische Wanderregion, wenn man einmal von den weitläufigen Parkanlagen des Gartenreiches absieht.

Der wassertouristische Teil der Markensäule „Blaues Band“ verfügt seit 2004 über eine ausgebaute Basisinfrastruktur einschließlich eines wasserseitigen Wegweisersystems. Die kurze Zeit seit dem Start der aktiven Vermarktung erlaubt es noch nicht, Erfahrungen auszuwerten. Paddelaktivitäten, Motorbootbewegungen sowie die Ausflugsschiffahrt nehmen zu, aber von einer sehr niedrigen Ausgangsbasis. Hausbootcharter findet auf der Mittelelbe nicht statt. Es wird auch nicht erwartet, dass sich hier ein bemerkenswerter Markt entwickelt, denn die für den Erfolg dieses Segments sehr wichtige De-facto-Führerscheinfreiheit über den Charterschein (wie in Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg) ist auf der Elbe wegen der Eigenart des Gewässers nicht umsetzbar. Begünstigt durch den Bedeutungsgewinn integrierter Angebote (organisierte Paddeltouren, Abholung der Paddler von stromabwärts gelegenen Ausstiegsstellen etc.) wird sich der Paddeltourismus günstig entwickeln.

Die als Zielgruppe herausgehobene Generation 50+ verfügt häufig über ein größeres Zeitbudget, ist aber auch nicht nur an kurzen Ausflügen in die Nachbarschaft interessiert. Damit wird für Reisende aus entfernteren Quellregionen, die nicht das „Fahrerlebnis“ in den Vordergrund stellen wollen, die Mehrtagesreise als Kurzurlaub attraktiv. Dies wird durch ein vielfältiges Unterkunftsangebot unterstützt. Auf diese Weise kann der Übernachtungstourismus die negativen Auswirkungen der Demographie auf den Tagestourismus abmildern.

4.5.3.3.2 Segmente mit Entwicklungshemmnissen

Die Mittelelbe ist auch im Selbstverständnis der regionalen Akteure kein klassisches Land für den Ausruh-, Natur- oder Badetourismus. Natürlich führt die Alterung der Gesellschaft zu einer Nachfrage

nach touristischen Angeboten, die weniger „hochaktive“ Betätigungen in den Mittelpunkt stellt. Das heißt aber nicht, dass nicht das Radfahren, Wandern oder Paddeln zum Hauptzweck der Reise werden. Für den vorwiegend auf Ausruhen zielenden Urlauber gibt es andere Regionen, die dafür eine nachhaltig höhere Attraktivität aufweisen. Auch Städte- und Kulturtourismus wird sich immer mehr zum Hauptanliegen von kürzeren Übernachtungsreisen entwickeln, ein Trend der zu einer innerregionalen Anteilsverschiebung zuungunsten des passiven Urlaubs führt.

Tagesreisen haben an der Mittel- und Oberelbe eine vergleichsweise hohe Bedeutung. Der starke Rückgang der Bevölkerung im Tagesausflugseinzugsbereich, der im wesentlichen in den neuen Ländern liegt und nur in geringem Umfang vom etwas günstigeren Trend in Berlin und seinem engeren Verflechtungsbereich profitiert, gepaart mit den unterdurchschnittlichen wirtschaftlichen Aussichten, schwächt diesen Teilmarkt nachhaltig. Insgesamt wird es auch nicht durch Stärkung der o.a. Teilmärkte (Städte- und Kulturtourismus, Radwandern, Wassertourismus) gelingen, Perspektiven wie in den anderen beiden Beispielregionen zu eröffnen.

Hinsichtlich des Wassertourismus gehen die lokalen Akteure davon aus, dass Marktanteile nur über Verdrängung anderer Zielgebiete erkämpft werden können. In dieser Situation sind die Hemmnisse des Reviers Mittel- und Oberelbe nachhaltig marktbegrenzend. Die Konzeption des „Blauen Bandes“ setzt deshalb auch ausdrücklich auf Aktivitäten am Wasser und die Verbindung von unberührter Natur, Kulturlandschaft in den Parkanlagen des Gartenreiches sowie die Zeugnisse von Kunst und Kultur in den Städten der Region.

4.5.4 Umsetzung der Entwicklungstendenzen in quantitative Szenarien

4.5.4.1 Methodik

Die Entwicklungsszenarien für die Beispielregionen ordnen sich den ermittelten generellen Trends für alle ländlichen Räume Ostdeutschlands unter. Jedoch konnten auf Basis der touristischen Angebotsprofile in den Beispielregionen Entwicklungspotenziale identifiziert werden, die bei zielgerichteten Angebotsverbesserungen eine positive Lösung von den übergeordneten Trends erlauben.

Im Kap. 4.3.1.3 wurde dargestellt, wie sich die Struktur der Tourismusnachfrage, differenziert nach dem Reisemotiv, bis 2020 verändern könnte. Die Marktsegmentierung bezieht sich dabei auf das *vorrangige* Reisemotiv. Unschärfen sind unvermeidbar, da Touristen vielfach verschiedene Motive miteinander verbinden - Ausruhen mit Wellness, Sport mit Naturerlebnis usw. Dennoch hilft die Segmentierung, die Konsequenzen unterschiedlicher Schwerpunkte im Tourismus der jeweiligen Regionen und regionale Stärken und Schwächen für die touristische Dynamik einzuschätzen.

In Tabelle 45 wurden die erwarteten Veränderungsfaktoren für das Reisevolumen nach unterschiedlichen Reisemotiven gezeigt:

- *Überdurchschnittlich* dürften sich folgende Segmente entwickeln: Ausruhtourismus, Städtetourismus, Kulturtourismus, Wassertourismus.
- *Durchschnittliche* Entwicklungsdynamik wird für folgende Segmente angenommen: Badetourismus, Kurlaub, Wellness, Thementourismus. Wellness wird zum Begleitelement der Mehrzahl der anderen Segmente und gewinnt insofern weiter an Bedeutung, auch wenn Wellness als primäres Reisemotiv weniger gewinnen wird.
- Ein *unterdurchschnittliches* Wachstum wird vor allem vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung für den Sport- und den Bildungstourismus erwartet.

Dieser Charakterisierung wurden für die Beispielregionen die jeweiligen Gästeswerpunkte und regionale Entwicklungschancen gegenüber gestellt.

- In der Mecklenburgischen Seenplatte liegen die touristischen Schwerpunkte beim Ausruh-, Sport- (Wandern, Radfahren), im Wellness- und dem Wassertourismus und damit in durchaus dynamischen Segmenten. In diesen Bereichen bestehen besondere regionale Entwicklungschancen.
- Im Ruppiner Land/ Oberhavel sind die Schwerpunkte und die Segmente mit besonderen Entwicklungschancen ähnlich.
- In der Mittelelbe-Region ist die Struktur etwas anders. Schwerpunkte liegen wiederum im Ausruh- und sportlich orientierten Tourismus (aber weniger im Wassertourismus). Hinzu kommen der Städte- und der Kulturtourismus. Besondere regionale Entwicklungspotenziale werden im Sport-, Städte-, Kulturtourismus gesehen, begrenzt auch im Kurlaub.

Unter Berücksichtigung der regionalen Stärken und unter der Annahme der Realisierung der empfohlenen Maßnahmen wurden für jede Region in den Stärkensegmenten „Aktivierungsfaktoren“ geschätzt, um die die regionale Tourismusedwicklung von derjenigen nach Tabelle 45 abweichen könnte.

Die folgende Übersicht zeigt die jeweilige Segmentcharakterisierung. Aus ihr ist nicht zu folgern, dass nicht mit einem Pluszeichen versehene Marktsegmente für regionale Marketingkonzepte keine Aufmerksamkeit verdienen. Das Gegenteil ist zutreffend:

- Da sich häufig verschiedene Reisemotive bei der Reisezielentscheidung überlagern, ist letztlich die Qualität und Vielfalt des Gesamtangebots entscheidend.
- Auch Marktsegmente mit geringerer Dynamik sind vielfach wichtig, wenn die für die Wirtschaftlichkeit und Beschäftigungsstabilität entscheidende Streckung der Reisesaison erreicht werden soll. So ist beispielsweise der „Sporttourismus“, zu dem der Fuß- und Radwandertourismus zählt, ein wichtiges Standbein der Beispielregionen und wird dies auch bleiben.

Tabelle 55 Marktsegmentierung in den Beispielregionen unter Berücksichtigung der jeweiligen Dynamik bis 2020

Segmente	Dynamik relativ zur gesamten Tourismusentwicklung	Mecklenburgische Seenplatte		Ruppiner Land/ Oberhavel		Mittelelbe	
		Schwerpunkte	Segmente mit einem positiven Aktivierungsfaktor	Schwerpunkte	Segmente mit einem positiven Aktivierungsfaktor	Schwerpunkte	Segmente mit einem positiven Aktivierungsfaktor
Ausruh- und Naturtourismus *)	+	+	+	+	+	+	
Bade- und Strandtourismus	0						
Kururlaub, Wellness	0	+	+				
Sportaktivität als Hauptreisemotiv (ohne Wassertourismus im engeren Sinne)	-	+	+	+	+	+	+
Städtetourismus	+					+	+
Kulturtourismus (außerhalb Städtetourismus)	+					+	+
Bildungs- und Kurtourismus	-				+		
Thementourismus, Sehenswürdigkeiten, Events	0					+	
Wassertourismus	+	+	+	+	+		

*) Diesem Segment werden alle Urlaubsreisenden zugerechnet, deren vorrangiges Reisemotiv nicht unter eines der nachfolgend genannten fällt.

4.5.4.2 Ergebnisse

4.5.4.2.1 Mecklenburgische Seenplatte

Folgende regionalspezifische Annahmen wurden getroffen:

- Die Bevölkerung im Tagesgästeinzugsgebiet der Mecklenburgischen Seenplatte sinkt um 13 %⁷²

⁷² LDS Brandenburg 2004, Destatis 2003, StaLA MV 2004

- Die Tagesreisendenzahl wird sich daher deutlicher verringern (-8 %)
- Bei Tagesausflügen verlieren alle Segmente
- Bei Urlaubsreisen gewinnen der Wasser-, Ausruh- und Sporttourismus (insb. der Fahrradtourismus kann als Ergebnis einer verbesserten Infra- und Angebotsstruktur gewinnen)
- Auch Wellness ist ein Gewinnersegment in der Mecklenburgischen Seenplatte
- Alle anderen Segmente entwickeln sich entsprechend der übergeordneten Trends.

Im Ergebnis dieser Szenarioannahmen wird sich das Reisevolumen bei den Inlandsreisen sowie Tagesausflügen in die Mecklenburgische Seenplatte bis 2020 um 2,5 % verringern.

Dabei wird der Übernachtungstourismus um 6,9 % zunehmen, der Tagestourismus hingegen um 8,0 % sinken.

Bei verbesserter Angebotsstruktur und Dienstleistungsqualität werden sich die Urlaubsreisen in den Segmenten Ausruh-, Wasser-, Fahrrad-, Wander- und Reittourismus erhöhen. Auch der Wellnessbereich kann mit Zuwächsen bei Urlaubsreisen rechnen. Kultur- und Städtetourismus wachsen bei den Inlandsübernachtungen entsprechend der übergeordneten Trends.

Tabelle 56: Aktivierungsszenario 2020 für das Reisevolumen in der Mecklenburgischen Seenplatte nach Marktsegmenten

Marktsegmente	2004			2020			Veränderung 2004 - 2020		
	Inlands-gäste-übernachtungen	Tagesausflüge	Reisetage	Inlands-gäste-übernachtungen	Tagesausflüge	Reisetage	Inlands-gäste-übernachtungen	Tagesausflüge	Reisetage
	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	%	%	%
Ausruh-/ Naturtourismus	2,05	2,80	4,85	2,21	2,61	4,83	7,7	-6,6	-0,5
Bade-/ Strandtourismus	0,08	0,42	0,50	0,08	0,41	0,49	0,6	-2,7	-2,1
Kururlaub, Wellness	0,13	0,14	0,27	0,13	0,13	0,26	6,2	-8,5	-1,6
Sport als Hauptreisemotiv (ohne Wassertourismus)	0,92	1,40	2,32	0,99	1,22	2,22	7,7	-12,4	-4,4
Städtetourismus	0,05	0,14	0,19	0,06	0,13	0,19	11,8	-6,6	-1,7
Kulturtourismus (außerhalb Städtetourismus)	0,21	0,42	0,63	0,23	0,39	0,63	11,8	-6,6	-0,5
Bildungs-/ Kurtourismus	0,08	0,59	0,67	0,07	0,52	0,59	-12,6	-12,4	-12,4
Thementourismus, Events	0,23	0,49	0,72	0,22	0,43	0,65	-3,5	-12,4	-9,6
Wassertourismus	0,43	0,60	1,03	0,47	0,59	1,07	8,7	-0,7	3,2
SUMME Inlandsgäste	4,19	6,99	11,18	4,48	6,44	10,92	6,9	-8,0	-2,5
Auslandsgäste	0,07			0,11			+60		
Gäste gesamt	11,26			11,03			-2		

Quelle: PLANCO (eigene Schätzungen bzw. Berechnungen)

4.5.4.2.2 Ruppiner Land/Oberhavel

Folgende regionalspezifische Annahmen wurden für die Entwicklung bis 2020 getroffen:

- Die Bevölkerung im Tagesgästeinzugsgebiet des Ruppiner Landes - Oberhavel sinkt um 2 %.⁷³
- Das Tagesreisevolumen geht daher im Vergleich zu den anderen Beispielregionen sowie zu den NBL leicht zurück.
- Der Kultur-, Städte- und Wassertourismus werden bei Tagesausflügen leicht zunehmen.
- Der Wassertourismus wird sich im Vergleich zu allen anderen Segmenten am besten entwickeln, da hier die größten Potenziale, aber auch ein erhöhter Nachholbedarf bestehen.
- Abgesehen vom Wassertourismus wird der Urlaubstourismus vor allem aufgrund der geringen überregionalen Bekanntheit der Region in den nächsten Jahren zurückgehen. Im Sporttourismus,

⁷³ LDS Brandenburg 2004, Destatis 2003, StaLa M-V 2004, StaLa Berlin 2003

d.h. insbesondere dem Fahrrad-, Wander- und Reittourismus dürfte sich die Situation allerdings aufgrund einer verbesserten Angebotsstruktur noch ausbauen lassen.

Das Reisevolumen der inländischen Bevölkerung wird 2004-2020 geringfügig (um 0,4 %) zunehmen. Damit sind die erwarteten Rückgänge der touristischen Nachfrage im Ruppiner Land deutlich schwächer als in den anderen Beispielregionen oder im Durchschnitt ländlicher Regionen Ostdeutschlands. Dies ist vor allem auf den nur wenig nachlassenden Tagesausflugstourismus im Berliner Umland zurückzuführen.

Der Wassertourismus ist das Segment mit den größten Wachstumspotenzialen.

Tabelle 57: Aktivierungsszenario 2020 für das Reisevolumen im Ruppiner Land/ Oberhavel nach Marktsegmenten

Marktsegmente	2004			2020			Veränderung 2004 – 2020		
	Inlands-gäste-übernachten-ungen	Tages-ausflüge	Reisetage	Inlands-gäste-übernachten-ungen	Tages-ausflüge	Reisetage	Inlands-gäste-übernachten-ungen	Tages-ausflüge	Reisetage
	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	%	%	%
Ausruh- und Naturtourismus	0,87	3,26	4,13	0,87	3,24	4,11	-0,3	-0,5	-0,4
Bade- / Strandtourismus	0,02	0,43	0,44	0,02	0,42	0,44	-5,3	-1,6	-1,7
Kururlaub, Wellness	0,05	0,16	0,21	0,05	0,15	0,20	-10,3	-4,8	-6,2
Sport als Hauptreisemotiv (ohne Wassertourismus)	0,36	1,58	1,94	0,39	1,47	1,85	7,7	-7,0	-4,3
Städtetourismus	0,02	0,16	0,17	0,02	0,16	0,18	12,7	6,1	6,8
Kulturtourismus (außerhalb Städtetourismus)	0,09	0,47	0,55	0,10	0,50	0,60	11,7	7,2	7,9
Bildungs-/ Kurtourismus	0,07	0,93	1,00	0,07	0,97	1,04	-3,3	3,9	3,4
Thementourismus, Events	0,11	0,47	0,57	0,10	0,46	0,55	-10,3	-1,6	-3,2
Wassertourismus	0,21	0,32	0,53	0,25	0,37	0,62	19,6	14,9	16,7
SUMME Inlandsgäste	1,80	7,75	9,55	1,86	7,73	9,59	3,2	-0,3	0,4
Auslandsgäste			0,09			0,14			60 %
Gäste gesamt			9,6			9,73			+0,95 %

Quelle: PLANCO (eigene Schätzungen bzw. Berechnungen)

4.5.4.2.3 Mittelelbe

Folgende Annahmen wurden getroffen:

- Die Bevölkerung im Tagesgästeinzugsgebiet des Raumes Mittelelbe sinkt bis 2020 um 11 %⁷⁴.
- Der Tagestourismus wird damit deutlich zurückgehen. Er dürfte sich auch wegen der anhaltend schwierigen ökonomischen Situation nicht verbessern.
- Der Wassertourismus wird deutlich steigen, im überregionalen Vergleich jedoch auf niedrigem Niveau verbleiben.
- Beim Urlaubs- sowie Tagestourismus gewinnen der Kultur- und Städtetourismus.
- Stabil dürfte sich der Fahrradtourismus bei den Urlaubsreisen entwickeln
- Alle anderen Segmente ordnen sich den deutschlandweiten negativen Trends unter.

Das gesamte inländische Reisevolumen (Übernachtungsreisen sowie Tagesausflüge aus dem Inland) wird sich im Raum Mittelelbe bis 2020 um insgesamt 4,9 % verringern.

Die Reduzierung des Nachfragevolumens insgesamt ist in erster Linie auf die deutlich nachlassende Tagesreiseintensität zurückzuführen. Der Übernachtungstourismus wird noch leicht zunehmen.

Bei insgesamt negativer Entwicklung des Reisevolumens werden sich der Städte-, Kultur-, sowie Wassertourismus überdurchschnittlich entwickeln.

⁷⁴ LDS Brandenburg 2004, Destatis 2003, StaLA Sachsen-Anhalt, 2004, StaLa Sachsen 2004 (Berlin wurde nicht ins Tagesgästeinzugsgebiet gezählt, könnte jedoch infolge einer verbesserten verkehrlichen Erreichbarkeit zumindest in Teilabschnitten zukünftig dazugehören. Der Rückgang im Tagestourismus würde auf dieser Basis moderater ausfallen.

Tabelle 58: Aktivierungsszenario 2020 für das Reisevolumen im Raum Mittelelbe nach Marktsegmenten

Marktsegmente	2004			2020			Veränderung 2004 - 2020		
	Inlands- gäste- übernach- tungen	Tages- ausflüge	Reisetage	Inlands- gäste- übernach- tungen	Tages- ausflüge	Reisetage	Inlands- gäste- übernach- tungen	Tages- ausflüge	Reisetage
	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	%	%	%
Ausruh- und Naturtourismus	0,41	1,93	2,34	0,40	1,76	2,16	-2,3	-9,1	-7,9
Bade-/ Strandtourismus	0,01	0,15	0,16	0,01	0,14	0,15	-6,2	-10,1	-9,9
Kururlaub, Wellness	0,03	0,08	0,11	0,03	0,07	0,09	-9,2	-14,1	-12,7
Sport als Hauptreisemotiv (ohne Wassertourismus)	0,21	1,51	1,72	0,21	1,36	1,57	0,7	-10,1	-8,8
Städtetourismus	0,17	1,74	1,91	0,20	1,83	2,02	17,4	4,9	6,0
Kulturtourismus (außerhalb Städtetourismus)	0,07	0,76	0,83	0,09	0,79	0,88	18,4	4,9	6,1
Bildungs-/ Kurstourismus	0,05	0,61	0,66	0,04	0,39	0,43	-21,1	-36,1	-34,9
Thementourismus, Events	0,08	0,76	0,84	0,08	0,71	0,79	-6,2	-6,1	-6,1
Wassertourismus	0,00	0,04	0,04	0,01	0,11	0,12	196,1	199,6	199,2
SUMME Inlandsgäste	1,04	7,57	8,61	1,07	7,14	8,21	2,2	-5,6	-4,9
Auslandsgäste			0,07			0,11			60 %
Gäste gesamt			8,68			8,32			-4,2 %

Quelle: PLANCO (eigene Schätzungen bzw. Berechnungen)

4.6 Beschäftigungseffekte des Tourismus und speziell des Wassertourismus in den Beispielregionen

4.6.1 Methodik

Die Schätzung der Beschäftigungseffekte folgt getrennt für den allgemeinen Tourismus bzw. den Wassertourismus. Der Ablauf ist dabei ähnlich:

- Ausgegangen wird von den in vorangehenden Abschnitten geschätzten „Mengengerüsten“ (Anzahl Touristen/ Übernachtungen bzw. Anzahl Bootsübernachtungen).
- Aufgrund typischer Ausgaben (pro Übernachtung/ pro Tag) in wichtigen Ausgabekategorien (Hotel, Verpflegung usw.) werden die Gesamtausgaben der Besucher in den Zielregionen berechnet.
- Diese Ausgaben schaffen regional nur teilweise Wertschöpfung bzw. Einkommen, da in ihnen die MWSt enthalten ist und von den Leistungserbringern zu tragende Kosten für empfangene Vorleistungen (z. B. Warenlieferungen an Restaurants) abzuziehen sind. Entsprechende Quoten werden in Ansatz gebracht.
- Allerdings stammt ein Teil der bezogenen Vorleistungen aus der jeweiligen Region und ist insofern auch regional einkommenswirksam.
- Aus den so ermittelten regionalen Wertschöpfungssummen wird mit Hilfe der Input-Output-Analyse die Zahl der hiermit verbundenen Beschäftigten ermittelt. Hierbei wird es durchaus in der Regel so sein, dass betroffene Beschäftigte auch andere Zielgruppen bedienen. Berechnet wird also der Teil der Beschäftigung, der allein auf den Tourismus entfällt, umgerechnet in Vollzeit Arbeitsplätze. Die Input-Output-Analyse bezieht ihre Stärke aus der Berücksichtigung aller indirekten Folgewirkungen (Ursprungumsatz - Vorleistungslieferung - Lieferung an Vorleistungslieferanten usw.). Hierbei sind allerdings drei Probleme zu beachten:
 - Die zugrunde liegende Input-Output-Tabelle des Statistischen Bundesamtes gibt es nur für Deutschland insgesamt, nicht für einzelne Bundesländer oder gar kleinere Gebietseinheiten. Es gelten somit typische Inputstrukturen der erfassten Branchen.
 - Die Branchendifferenzierung der Input-Output-Tabellen ist grob. Es müssen daher Strukturen der dort enthaltenen Branchengruppen verwendet werden.
 - Die Input-Output-Tabellen berücksichtigen zwar den Teil der Vorleistungen, der durch Einfuhren gedeckt und somit nicht beschäftigungswirksam ist. Nicht ermittelbar sind jedoch interre-

gionale Einfuhrstrukturen (d.h. die Anteile der regional bezogenen Vorleistungen, die zwar aus Deutschland bezogen werden, nicht aber aus der eigenen Region.

Die folgende Tabelle fasst die Ergebnisse der Aktivierungsszenarien für die Beispielregionen zusammen, auf denen die Berechnung der Beschäftigungseffekte aufbaut.

Tabelle 59: Reisevolumen in den Beispielregionen im Aktivierungsszenario 2020

Region	2004			2020			Veränderung 2004 - 2020 in %		
	Übernach- tungen	Tages- ausflüge	Reisetage	Übernach- tungen	Tages- ausflüge	Reisetage	Übernach- tungen	Tages- ausflüge	Reisetage
	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	Mio.	%	%	%
Mecklenburgische Seenplatte									
Inlandsgäste	4,19	6,99	11,18	4,48	6,44	10,92	+6,9	-8,0	-2,5
Auslandsgäste			0,07			0,11		+60 %	
Gäste gesamt			11,26			11,03		-2 %	
Ruppiner Land/ Oberhavel									
Inlandsgäste	1,80	7,75	9,55	1,86	7,73	9,59	+3,2	-0,3	0,4
Auslandsgäste			0,09			0,14		+60 %	
Gäste gesamt			9,6			9,73		+0,95 %	
Mittelbe									
Inlandsgäste	1,04	7,57	8,61	1,07	7,14	8,21	+2,2	-5,6	-4,9
Auslandsgäste			0,07			0,11		+60 %	
Gäste gesamt			8,68			8,32		-4,2 %	
Zum Vergleich: Ländliche Regionen insgesamt im Szenario 2 (ohne Aktivierungsmaßnahmen)							-2,8	-9,6	-8,2

Quelle: PLANCO eigene Schätzungen bzw. Berechnungen

Anmerkung: Obige Zahlen schließen den Wassertourismus ein

Deutlich zeigt sich die positive Abweichung in den Beispielregionen von den übergeordneten Trends ohne Aktivierungsmaßnahmen (letzte Zeile in der obigen Tabelle).

4.6.2 Mecklenburgische Seenplatte

4.6.2.1 Allgemeiner Tourismus

4.6.2.1.1 Aktuelle Bedeutung

Umsätze: Übernachtungs- und Tagesausflugstourismus generierten 2004 in der Mecklenburgischen Seenplatte durch ihre Ausgaben ein Umsatzvolumen von 387 Mio. €. Der Verpflegungssektor profitiert am stärksten von den Ausgaben der Touristen. Die geringsten Effekte entstehen im lokalen Transportbereich. Zwar ist der Übernachtungstourismus die wichtigste Umsatzquelle, dennoch unterstreicht die untere Übersicht die große Bedeutung des Tagesausflugsverkehrs.

Tabelle 60: Bruttoumsätze durch Übernachtungs- und Tagesgäste in der Mecklenburgischen Seenplatte 2004 in Mio. € (ohne Wassertourismus)

Tourismusregion	Übernachtungs- und Tagesgäste insgesamt						
	Unterkunft	Gastge- werbe	Einkauf	Freizeit/ Unterhal- tung	lokaler Transport	sonstige Dienstleis- tungen	Summe
Mecklenburgische Seenplatte	77	128	104	25	6	47	387
	Tagesgäste insgesamt						
	0	60	76	13	1	6	156
	Übernachtungsgäste insgesamt						
	77	68	28	11	5	41	231
	Beherbergungsbetriebe >8 Betten						
	57	47	20	7	2	38	171
	Beherbergungsbetriebe <9 Betten						
	12	12	3	2	1	2	32
Campingtourismus							
9	9	4	2	2	2	28	

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

Tabelle 61: Direkte und indirekte Einkommenseffekte durch Touristenausgaben in der Mecklenburgischen Seenplatte 2004 in Mio. € (ohne Wassertourismus)

Tourismusregion	Übernachtungs- und Tagesgäste insgesamt				Einkommen insgesamt
	Touristische Leistungsanbieter (1. Stufe)		Lieferanten von Vorleistungen an touristische Leistungsanbieter (2. Stufe)		
	Umsätze aus touristischen Ausgaben	Einkommen bei touristischen Leistungsanbietern	Folgeumsätze bei Vorleistungslieferanten	Einkommen bei Vorleistungslieferanten ^{*/}	
Mecklenburgische Seenplatte	341	135	206	62	197
	Tagesgäste insgesamt				
	138	46	93	28	74
	Übernachtungsgäste insgesamt				
	202	89	113	34	123

^{*/} bei einer Wertschöpfungsquote von 30 % in allen Regionen; Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

Einkommen: Die durch den Tourismus induzierten Einkommenseffekte insgesamt erreichen 2004 in der Mecklenburgischen Seenplatte einen Gesamtwert von 197 Mio. €.

Beschäftigung: Die Input-Output-Analyse ermittelte für die Mecklenburgische Seenplatte 6.305 direkt tourismusabhängige Beschäftigte (Jahr 2004). Die zusätzlichen indirekten Beschäftigungseffekte, die zu einem wesentlichen Teil außerhalb der Region entstehen, belaufen sich auf 4.736 Beschäftigte.

Tabelle 62: Direkt und indirekt Beschäftigte in der Mecklenburgischen Seenplatte durch den Tourismus insgesamt 2004 (ohne Wassertourismus)

Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit / Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME	Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte in der Region insg. *)	Anteil an den Beschäftigten insgesamt
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)								
1.511	3.250	700	287	60	498	6.305	37.709	16,7 %
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte								
bei Vorleistungslieferanten						1.527		
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben						5		
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten						3.204		
Zwischensumme indirekt Beschäftigte						4.736	37.709	12,6 %
Summe direkt und indirekt Beschäftigte						11.041	37.079	29,3 %

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen, *30.06.2004 Kreise MST und MÜR (StaLa M-V 2005)

Setzt man die tourismusinduzierten Beschäftigten in Beziehung zu der Gesamtzahl sozialversicherungspflichtig Beschäftigter der Region, so kommt man auf beachtliche 16,7 %. Dieser deutlich über den Werten der anderen beiden Beispielregionen liegende Anteil unterstreicht die überragende Bedeutung des Tourismus als Beschäftigungsquelle in der Region. Allerdings ist zu beachten:

1. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gibt nur einen Teil der Erwerbstätigen in der Region wieder (nicht erfasst: Selbstständige, geringfügig Beschäftigte, mithelfende Familienangehörige);
2. Bei Einbeziehung der vorleistungs- und konsuminduzierten Beschäftigung ergibt sich sogar ein Anteilswert von 29,3 %. Dieser Wert ist jedoch für die Region nicht tatsächlich wirksam, da erhebliche Teile dieser Effekte in anderen Regionen anfallen, aus denen Vorleistungen geliefert und in denen Konsumausgaben in der eigenen Region Beschäftigter getätigt werden.

4.6.2.1.2 Aktivierungsszenario 2020

Auf Grundlage der Szenarien für die Tourismusentwicklung in der Mecklenburgischen Seenplatte lassen sich die Einkommens- und Beschäftigungseffekte für das Jahr 2020 ermitteln. Das Ergebnis der Einkommensberechnung ist im Anhang wiedergegeben. Die Einkommen wurden in Preisen (und Lohnniveaus) von 2004 ermittelt. Die direkte Beschäftigung nimmt trotz eines erwarteten Rückgangs im Tourismusvolumen geringfügig von 6.305 auf 6.440 zu. Hauptgrund hierfür sind die erwarteten Zuwächse im Übernachtungstourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte. Die in diesem Segment getätigten durchschnittlichen Ausgaben pro Tag liegen deutlich höher als beim Tagestourismus. Daher führt ein zunehmender Übernachtungstourismus in dieser Region zu höherer Beschäftigung, obwohl das Gesamtvolumen infolge des deutlich gebremsten Tagesausflugsverkehr zurückgeht.

Tabelle 63: Beschäftigungseffekte des Tourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte 2004 und im Aktivierungsszenario 2020 (ohne Wassertourismus)

2020							2004
Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit / Unterhaltung	Lokaler Transport	sonst. Dienstleistung	SUMME	SUMME
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)							
1.629	3.263	673	284	64	526	6.440	6.305
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte							
bei Vorleistungslieferanten						1.558	1.527
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben						6	5
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten						3.273	3.204
Zwischensumme indirekt Beschäftigte						4.837	4.736
Summe direkt und indirekt Beschäftigte						11.276	11.041

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

4.6.2.2 Wassertourismus

4.6.2.2.1 Aktuelle Bedeutung

Umsätze: Grundlage der Berechnung ist wiederum das im Kap. 4.2.1.4 berechnete Mengengerüst, aus dem sich die entsprechenden Ausgaben ableiten lassen. Für den Bootstourismus in der Mecklenburgische Seenplatte wird das Ausgabevolumen auf 40 Mio. € geschätzt.

Tabelle 64: Bruttoumsätze aus Bootstouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte nach Ausgabenart und Wassertourismussegment pro Jahr (2004) in €

Segment	Boots- über- nachtun- gen	Umsätze						SUMME
		Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/ Unterhal- tung	Lokaler Transport	sonstige Dienstlei- stung	
Hausboote	195.075	520.200	2.926.125	2.926.125	585.225	0	13.685.000	20.642.675
Mit eigenem Boot angereist	53.372	278.460	800.573	800.573	160.115	0	106.743	2.146.463
Überregionale Dauerlieger	5.750	30.000	86.250	86.250	17.250	0	150.000	369.750
Kanu Tagestour eigenes Boot	8.121	0	80.564	75.529	17.623	0	0	173.717
Kanu Tagestour gemietetes Boot	9.926	0	98.467	92.313	21.540	0	99.261	311.582
Kanu Urlaub eigenes Boot	81.214	812.140	805.642	755.290	176.234	0	0	2.549.306
Kanu Urlaub gemietetes Boot	99.261	992.615	984.674	923.132	215.397	0	992.615	4.108.433
Tagesausflüge lokale Bevölke- rung	379.615	0	3.568.381	4.517.419	797.192	37.962	379.615	9.300.568
SUMME Boots- tourismus	832.334	2.633.415	9.350.677	10.176.630	1.990.576	37.962	15.413.234	39.602.493

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

Hinzu kommen Umsätze auf Fahrgastschiffen von ca. 5,4 Mio. €

Tabelle 65: Bruttoumsatz auf Fahrgastschiffen in der Mecklenburgischen Seenplatte pro Jahr (2004) in €

Passagiere	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstlei- stung	SUMME
151.598	0	1.425.025	1.804.021	318.357	15.160	1.819.181	5.381.743

Quelle: PLANCO, eigene Berechnung

Bei einer Besucherzahl der alljährlich im Mai stattfindenden Müritz-Sail von ca. 60.000 Gästen⁷⁵ und durchschnittlichen Ausgaben von 24,50 € pro Person generiert diese Veranstaltung nochmals 1,5 Mio. € Umsatz.

Tabelle 66: Bruttoumsatz durch Gäste der Müritz-Sail 2004 in €

Gäste Müritz-Sail geschätzt	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Frei- zeit/Unterhal- tung	Lokaler Transport	sonstige Dienstlei- stung	SUMME
60.000	0	564.000	71400.	126.000	6.000	60.000	1.470.000

Quelle: PLANCO, eigene Berechnung und Knippenberg 2004

Die Umsätze aus dem Wassertourismus generieren ein jährliches Einkommen von 24 Mio. €

⁷⁵ Knippenberg, 2004, S. 69, unveröffentlichte Diplomarbeit, bestätigt durch Regionaler Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte

Tabelle 67: Direkte und indirekte Einkommenseffekte durch Ausgaben von Wassertouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte 2004 nach Ausgabearten in Mio. €

Tourismusregion	Übernachtungs- und Tagesgäste insgesamt				Einkommen insgesamt
	Touristische Leistungsanbieter (1. Stufe)		Lieferanten von Vorleistungen an touristische Leistungsanbieter (2. Stufe)		
	Umsätze aus touristischen Ausgaben	Einkommen bei touristischen Leistungsanbietern	Folgeumsätze bei Vorleistungslieferanten	Einkommen bei Vorleistungslieferanten /*/	
Mecklenburgische Seenplatte	41	17	24	7	24
	Tagesgäste insgesamt				
	15	5	10	3	8
	Übernachtungsgäste insgesamt				
	26	12	14	4	16

/*/ bei einer Wertschöpfungsquote von 30 % in allen Regionen

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

Hieraus entsteht eine regionale direkte Beschäftigung von 636. Dies entspricht 1,7 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den Kreisen Müritz und Mecklenburg-Strelitz (alle Zahlen: Jahr 2004). Hinzu kommen 472 indirekt tourismusabhängige Beschäftigte, die allerdings vornehmlich in anderen Regionen ihren Arbeitsplatz finden.

Tabelle 68: Direkt und indirekt Beschäftigte in der Mecklenburgischen Seenplatte durch den Wassertourismus insgesamt 2004

Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME	SV Beschäftigte 2004*	Anteil an den SV Beschäftigten
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)								
51	287	86	28	1	183	636	37.709	1,7 %
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte								
bei Vorleistungslieferanten						148		
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben						1		
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten						323		
Zwischensumme indirekt Beschäftigte						472	37.709	1,3 %
Summe direkt und indirekt Beschäftigte						1.108	37.079	2,9 %

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen, *30.06.2004 Kreise MST und MÜR (StaLa M-V 2005)

4.6.2.2 Aktivierungsszenario 2020

Die Beschäftigungseffekte im Aktivierungsszenario 2020 wurden auf der Basis der Nachfrageentwicklung nach Tabelle 56 (Zeile „Wassertourismus“), der damit verbundenen Ausgaben und der durch diese Ausgaben indirekt entstehenden Effekte ermittelt. Bei einer weiteren Bedeutungssteigerung des Wassertourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte kann bis 2020 von einer leichten Zunahme der Beschäftigung (um 36 direkt und 27 indirekt tourismusabhängig Beschäftigte) ausgegangen werden.

Tabelle 69: Beschäftigungseffekte des Wassertourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte 2004 und im Aktivierungsszenario 2020

2020							2004
Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME	SUMME
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)							
56	300	89	29	1	198	672	636

Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte		
bei Vorleistungslieferanten	156	148
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben	1	1
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten	342	323
Zwischensumme indirekt Beschäftigte	499	472
Summe direkt und indirekt Beschäftigte	1.172	1.108

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

4.6.3 Ruppiner Land/Oberhavel

4.6.3.1 Allgemeiner Tourismus

4.6.3.1.1 Aktuelle Bedeutung

Umsätze: Übernachtungs- und Tagesausflugstourismus generierten 2004 im nordbrandenburgischen Tourismusraum Ruppiner Land/Oberhavel ein Umsatzvolumen von zusammen 229 Mio. €. Infolge der großen Bedeutung des Tagesausflugsverkehrs, profitiert der Einkaufssektor im Ruppiner Land stärker von den Umsätzen als der Verpflegungsbereich.

Tabelle 70: Bruttoumsätze durch Übernachtungs- und Tagesgäste im Ruppiner Land/Oberhavel 2004 nach Ausgabearten in Mio. € (ohne Wassertourismus)

Tourismusregion	Übernachtungs- und Tagesgäste insgesamt						
	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Ruppiner Land/Oberhavel	34	70	91	13	3	18	229
	Tagesgäste insgesamt						
	0	42	79	10	1	7	139
	Übernachtungsgäste insgesamt						
	34	29	11	3	2	11	90
	Beherbergungsbetriebe >8 Betten						
	27	20	9	2	1	10	69
	Beherbergungsbetriebe <9 Betten						
	6	6	2	1	1	1	17
	Campingtourismus						
1	2	0	0	0	0	4	

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

Einkommen: Die durch den Tourismus induzierten Einkommenseffekte belaufen sich für das Jahr 2004 im Ruppiner Land/Oberhavel auf 111 Mio. €.

Tabelle 71: Direkte und indirekte Einkommenseffekte durch Touristenausgaben im Ruppiner Land/Oberhavel 2004 nach Ausgabearten in Mio. € (ohne Wassertourismus)

Tourismusregion	Übernachtungs- und Tagesgäste insgesamt				
	Direkte Umsätze 1. Stufe	Einkommen 1. Stufe	Indirekte Umsätze 2. Stufe	Einkommen 2. Stufe */	Einkommen insgesamt
Ruppiner Land/Oberhavel	202	72	130	39	111
	Tagesgäste insgesamt				
	123	38	85	26	63

	Übernachtungsgäste insgesamt				
	79	34	45	13	47

/*/ bei einer Wertschöpfungsquote von 30 % in allen Regionen; Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

Über die Input-Output Analyse wurden 3.422 direkt Beschäftigte im Tourismus ermittelt. Weitere 2.576 Beschäftigte kommen in anderen nicht direkt tourismusabhängigen Branchen hinzu. Bezogen auf die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der beiden Kreise Ostprignitz-Ruppin und Oberhavel entspricht dies einem Anteil von 4,4 % direkten Tourismusbeschäftigten. Im Vergleich zur Mecklenburgischen Seenplatte (16,7 %) ist die Bedeutung des Tourismus als regionale Beschäftigungsquelle deutlich geringer.

Tabelle 72: Direkt und indirekt Beschäftigte im Ruppiner Land/Oberhavel durch den Tourismus insgesamt 2004 (ohne Wassertourismus)

Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit / Unterhaltung	Lokaler Transport	sonst. Dienstleistung	SUMME	SV Beschäftigte 2004*	Anteil an den SV Beschäftigten
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)								
663	1.779	613	147	33	188	3.422	77.336	4,4 %
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte								
bei Vorleistungslieferanten						835		
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben						3		
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten						1.739		
Zwischensumme indirekt Beschäftigte						2.576	77.336	3,3 %
Summe direkt und indirekt Beschäftigte						5.998	77.336	7,8 %

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen, *30.06.2004 Kreise OHV und OPR (LDS Brandenburg 2005)

4.6.3.1.2 Aktivierungsszenario 2020

Beschäftigung: Die Zahl der direkt tourismusabhängigen Beschäftigten wird sich bis 2020 im Szenario von 296 auf 354 vergrößern:

Tabelle 73: Beschäftigungseffekte des Tourismus im Ruppiner Land/ Oberhavel 2004 und im Aktivierungsszenario 2020 (ohne Wassertourismus)

2020							2004
Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit / Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME	SUMME
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)							
703	1.820	616	149	34	195	3.516	3.422
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte							
bei Vorleistungslieferanten						858	835
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben						3	3
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten						1.787	1.739
Zwischensumme indirekt Beschäftigte						2.647	2.576
Summe direkt und indirekt Beschäftigte						6.162	5.998

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

4.6.3.2 Wassertourismus

4.6.3.2.1 Aktuelle Bedeutung

Umsätze aus dem Bootstourismus: Für das Ruppiner Land/Oberhavel wird das Ausgabenvolumen durch Bootstouristen (einschl. Tagesausflügen der einheimischen Bevölkerung auf dem Wasser) im Jahr 2004 auf 20 Mio. € geschätzt:

Tabelle 74: Bruttoumsätze durch Bootstouristen im Ruppiner Land/Oberhavel nach Ausgabenart und Wassertourismussegment pro Jahr (2004) in €

	Bootsübernachtungen	Umsätze						
		Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME
Hausboote	99.450	265.200	1.491.750	1.491.750	298.350	0	7.820.000	11.367.050
Mit eigenem Boot angereist	36.358	189.693	545.369	545.369	109.074	0	72.716	1.462.220
Überregionale Dauerlieger	8.625	45.000	129.375	129.375	25.875	0	225.000	554.625
Kanu Tagestour eigenes Boot	2.733	0	27.108	25.414	5.930	0	0	58.452
Kanu Tagestour gemietetes Boot	3.340	0	33.132	31.061	7.248	0	33.399	104.841
Kanu Urlaub eigenes Boot	27.327	273.268	271.081	254.139	59.299	0	0	857.787
Kanu Urlaub gemietetes Boot	33.399	333.994	331.322	310.614	72.477	0	333.994	1.382.400
Tagesausflüge lokale Bevölkerung	230.000	0	1.288.000	2.461.000	299.000	46.000	207.000	4.301.000
SUMME	441.232	1.107.155	4.117.137	5.248.722	877.252	46.000	8.692.109	20.088.374

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Hinzu kommen aus der Fahrgastschiffahrt bei einem geschätzten jährlichen Aufkommen von 90.000 Passagieren Ausgaben von ca. 2,7 Mio €.

Tabelle 75: Bruttoumsatz auf Fahrgastschiffen im Ruppiner Land/Oberhavel pro Jahr (2004) in €

Passagiere	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	Lokaler Transport	sonst. Dienstleistung	SUMME
90.284	0	505.593	966.043	117.370	18.057	1.083.413	2.690.475

Quelle: PLANCO, eigene Berechnung

Dem entsprechen Einkommen in Höhe von jährlich 12 Mio. €.

Tabelle 76: Direkte und indirekte Einkommenseffekte durch Ausgaben von Wassertouristen im Ruppiner Land/Oberhavel 2004 nach Ausgabearten in Mio. €

Tourismusregion	Übernachtungs- und Tagesgäste insgesamt				
	Direkte Umsätze 1. Stufe	Einkommen 1. Stufe	Indirekte Umsätze 2. Stufe	Einkommen 2. Stufe /*/	Einkommen insgesamt
Ruppiner Land/Oberhavel	20	8	12	3	12
	Tagesgäste insgesamt				
	6	2	4	1	3
	Übernachtungsgäste insgesamt				
	14	6	7	2	8

/*/ bei einer Wertschöpfungsquote von 30 % in allen Regionen

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

Hieraus lassen sich schließlich 296 direkt tourismusabhängige Beschäftigte berechnen - 0,4 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kreise Oberhavel und Ostprignitz-Ruppin.

Tabelle 77: Direkt und indirekt Beschäftigte im Ruppiner Land/Oberhavel durch den Wassertourismus insgesamt 2004

Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME	SV Beschäftigte 2004*	Anteil an den SV Beschäftigten
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)								
22	117	42	12	1	103	296	77.336	0,4 %
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte								
bei Vorleistungslieferanten						68		
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben						1		
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten						150		
Zwischensumme indirekt Beschäftigte						219	77.336	0,3 %
Summe direkt und indirekt Beschäftigte						515	77.336	0,7 %

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen, *30.06.2004 Kreise OHV und OPR (LDS Brandenburg 2005)

4.6.3.2.2 Aktivierungsszenario 2020

Beschäftigung: Die Zahl der direkt wassertourismusabhängig Beschäftigten wird infolge der prognostizierten Bedeutungssteigerungen bis 2020 von 296 auf 354 zunehmen:

Tabelle 78: Beschäftigungseffekte des Wassertourismus im Ruppiner Land/Oberhavel 2004 und im Aktivierungsszenario 2020

2020							2004
Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit / Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME	SUMME
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)							
26	139	49	14	1	125	354	296
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte							
bei Vorleistungslieferanten						81	68
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben						1	1
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten						180	150
Zwischensumme indirekt Beschäftigte						262	219
Summe direkt und indirekt Beschäftigte						616	515

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

4.6.4 Mittelbe

4.6.4.1 Allgemeiner Tourismus

4.6.4.1.1 Aktuelle Bedeutung

Umsätze: Von geschätzten 245 Mio. € Umsatz im Jahr 2004 durch touristische Ausgaben im Raum Mittelbe werden allein 58 % durch Ausgaben der jährlich 7,5 Mio. Tagesausflügler generiert:

Tabelle 79: Bruttoumsätze durch Übernachtungs- und Tagesgäste im Raum Mittelbe 2004 nach Ausgabearten in Mio. € (ohne Wassertourismus)

Tourismusregion	Übernachtungs- und Tagesgäste insgesamt						
	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Mittelbe	26	95	91	18	4	20	254
	Tagesgäste insgesamt						
	0	72	83	16	2	6	178
	Übernachtungsgäste insgesamt						
	26	23	8	3	3	14	76
	Beherbergungsbetriebe >8 Betten						
	22	19	7	2	2	13	64
	Beherbergungsbetriebe <9 Betten						
	4	3	1	1	1	0	10
Campingtourismus							
0	1	0	0	0	0	2	

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

Diesen Umsätzen entsprechen 3.983 direkt sowie weitere 2.998 indirekt tourismusabhängige Beschäftigte. Dies entspricht 4 % der direkt im Tourismus Tätigen an allen SV-Beschäftigten der Kreise Köthen, Anhalt-Zerbst, Wittenberg sowie der kreisfreien Stadt Dessau. Die Mittelbe erreicht somit gleiche Größenordnungen wie das Ruppiner Land/ Oberhavel.

Tabelle 80: Direkt und indirekt Beschäftigte im Raum Mittelbe durch den Tourismus insgesamt 2004 (ohne Wassertourismus)

Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit / Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME	SV Beschäftigte 2004*	Anteil an den SV Beschäftigten
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)								
504	2.399	617	214	43	207	3.983	98.630	4,0 %
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte								
bei Vorleistungslieferanten						971		
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben						3		
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten						2.024		
Zwischensumme indirekt Beschäftigte						2.998	98.630	3,0 %
Summe direkt und indirekt Beschäftigte						6.980	98.630	7,1 %

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen, *30.06.2004 Kreise DE, AZE, KÖT, WB (LDS Sachsen-Anhalt 2005)

4.6.4.1.2 Aktivierungsszenario 2020

Trotz eines leichten Zuwachses bei den Übernachtungen geht das durch Tourismusumsätze induzierte Einkommen bis 2020 in der Mittelbe deutlich auf 112 Mio. € (um 10 %) zurück. Hauptgrund für diese Entwicklung ist der starke Rückgang der Tagesausflüge. In diesem Zusammenhang muss noch einmal darauf hingewiesen werden, dass die Defizite bei den Tagesausflügen in der Mittelbe moderater ausfallen könnten, wenn es zukünftig besser gelingt, die Berliner Bevölkerung zu mehr Tagesausflügen in die Region zu locken. Im Szenario ist eine solche Annahme nicht berücksichtigt worden.

Der Rückgang der Einkommenseffekte zieht einen Abbau von 69 direkt und 52 indirekt tourismusabhängig Beschäftigten nach sich.

Tabelle 81: Beschäftigungseffekte des Tourismus im Raum Mittelbe 2004 und im Aktivierungsszenario 2020 (ohne Wassertourismus)

2020							2004
Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME	SUMME
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)							
534	2.331	589	205	43	211	3.914	3.983
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte							
bei Vorleistungslieferanten						954	971
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben						3	3
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten						1.989	2.024
Zwischensumme indirekt Beschäftigte						2.946	2.998
Summe direkt und indirekt Beschäftigte						6.860	6.980

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

4.6.4.2 Wassertourismus

4.6.4.2.1 Aktuelle Bedeutung

Umsätze Boottourismus: Mit dem eigenen Boot angereiste Wassertouristen und einheimische Wassertouristen generieren im Raum Mittelbe einen jährlichen Bruttoumsatz von etwas über ½ Mio. €

Tabelle 82: Bruttoumsätze durch Boottouristen im Raum Mittelbe nach Ausgabenart und Marktsegment 2004 in €

	Bootsübernachtungen	Umsätze						SUMME
		Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
Mit eigenem Boot angereist	16.388	0	155.681	180.263	34.414	3.278	13.110	386.745
Tagesausflüge lokale Bevölker.	4.238	22.111	63.570	63.570	12.714	0	8.476	170.441
SUMME	20.626	22.111	219.251	243.833	47.128	3.278	21.586	557.186

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Hinzu kommt bei einem geschätzten jährlichen Aufkommen von 15.000 Passagieren auf Fahrgastschiffen ein Ausgabevolumen von etwa gleicher Höhe.

Tabelle 83: Bruttoumsatz auf Fahrgastschiffen im Raum Mittelbe pro Jahr (2004) in €

Passagiere	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME
14.566	0	138.381	160.230	30.589	2.913	174.797	506.911

Quelle: PLANCO, eigene Berechnung

Kreuzschiffahrt: Schließlich entstehen in der Region durch Kreuzfahrtpassagiere generierte Umsätze bei Landgängen von ca. 118.000 € (2004).

Tabelle 84: Bruttoumsatz durch den Landgang von Passagieren auf Kreuzfahrtschiffen im Raum Mittelbe pro Jahr (2004) in €

Passagiere geschätzt	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME
5.000	0	47.500	55.000	10.500	1.000	4.000	118.000

Quelle: PLANCO, eigene Berechnung

Einkommen: Hieraus lassen sich auf der ersten Stufe (unmittelbare Touristenausgaben) 0,4 Mio € Einkommen errechnen, bei Vorleistungslieferanten weitere 0,2 Mio. €

Tabelle 85: Direkte und indirekte Einkommenseffekte durch Ausgaben von Wassertouristen im Raum Mittelelbe 2004 nach Ausgabearten in Mio. €

Tourismusregion	Übernachtungs- und Tagesgäste insgesamt				
	Direkte Umsätze 1. Stufe	Einkommen 1. Stufe	Indirekte Umsätze 2. Stufe	Einkommen 2. Stufe /*/	Einkommen insgesamt
Mittelelbe	1,0	0,4	0,7	0,2	0,6
	Tagesgäste insgesamt				
	0,9	0,3	0,6	0,2	0,5
	Übernachtungsgäste insgesamt				
	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1

/*/ bei einer Wertschöpfungsquote von 30 % in allen Regionen; Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

Boottourismus, Fahrgastschiffahrt und Kreuzfahrttourismus generieren zusammen an der Mittelelbe ein jährliches Einkommen in Höhe von 600.000 €. Dies entspricht 17 direkt und 13 indirekt tourismusabhängig Beschäftigten.

Tabelle 86: Direkt und indirekt Beschäftigte im Raum Mittelelbe durch den Wassertourismus insgesamt 2004

Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME	SV Beschäftigte 2004*	Anteil an den SV Beschäftigten
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)								
0	10	3	1	0	2	17	98.630	0,02 %
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte								
bei Vorleistungslieferanten						4		
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben						0		
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten						9		
Zwischensumme indirekt Beschäftigte						13	98.630	0,001 %
Summe direkt und indirekt Beschäftigte						30	98.630	0,03 %

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen, *30.06.2004 Kreise DE, AZE, KÖT, WB (LDS Sachsen-Anhalt 2005)

4.6.4.2 Aktivierungsszenario 2020

Gemäß Szenario wird sich die direkt tourismusabhängige Beschäftigtenzahl im Wassertourismus in der Region bis 2020 von 17 auf 51 erhöhen:

Tabelle 87: Beschäftigungseffekte des Wassertourismus im Raum Mittelelbe 2004 und im Aktivierungsszenario 2020

2020							2004
Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME	SUMME
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)							
1	31	9	3	0	6	51	17
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte							
bei Vorleistungslieferanten						12	4
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben						0	0
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten						26	9
Zwischensumme indirekt Beschäftigte						38	13
Summe direkt und indirekt Beschäftigte						89	30

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

5. AKTIVIERUNGSPOTENZIALE IN DEN LÄNDLICHEN REGIONEN DER NEUEN BUNDESLÄNDER UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

5.1 Aktivierungspotenziale

Die vorgestellten Schätzungen für die Beispielregionen zeigen, dass bei erfolgreicher Angebotsprofilierung und Marktpräsentation der negative Trend durchbrochen werden kann, der sich aus den ungünstigen Rahmenbedingungen (insb. Bevölkerungsentwicklung) ergibt. Dies gilt insbesondere für den Übernachtungstourismus, in dem ein leichtes Plus erreichbar erscheint.

In Tabelle 59 wurden die Veränderungen des Tourismusvolumens 2004-2020 in den Beispielregionen (Aktivierungsszenario) denjenigen der ländlichen Regionen (Szenario 2) gegenübergestellt. Die deutlich günstigere Entwicklung im Aktivierungsszenario basiert nicht nur auf den unterstellten Aktivierungsmaßnahmen, sondern auch auf - positiv wie negativ wirkenden - regionalen Besonderheiten (z. B. Bevölkerungsentwicklung im jeweiligen Tagesgästeinzugsbereich).

Nach Herausrechnung dieser regionalen Besonderheiten verbleibt ein bereinigter „Aktivierungseffekt“ von im Mittel rund +10 % im Übernachtungstourismus sowie von +8 % im Tagestourismus. Voraussetzung des Aktivierungseffektes ist die Realisierung wesentlicher Teile der regionalspezifisch ermittelten Handlungsempfehlungen, die sich auf die folgenden Bereiche bezogen:

Tabelle 88: Schwerpunktbereiche der Handlungsempfehlungen im Tourismus der Beispielregionen

Mecklenburgische Seenplatte	Ruppiner Land/ Oberhavel	Mittelelbe
Allgemeiner Tourismus		
<ul style="list-style-type: none"> ● Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie -einrichtungen auf die Tourismusbranche ● Weitere Verbesserung der über- und innerregionalen Erreichbarkeit ● Verbesserung der Dienstleistungsqualität ● Ausbau der Tourismusinfrastruktur für den Wasser-, Wander- und Radtourismus ● Schaffung neuer Ausflugsziele und deren Einbindung in die Wegenetze ● Zielgruppenspezifische Angebote im Wasser-, Rad- und Wandertourismus ● Markenbildung, Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen, Imageförderung ● Erarbeitung eines Regionalen Tourismuskonzeptes für die Seenplatte ● Verstärkung des Außenmarketings ● Binnenmarketing, Stärkung der Identifikation mit der Region ● Effizientere Förderung. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Stärkere Ausrichtung auf den Berliner Quellmarkt von Tagesreisenden ● Verbesserung der touristischen Aus- und Weiterbildung ● Weitere Verbesserung der Erreichbarkeit ● Verlängerung der Verweildauer der Touristen sowie zur Verlängerung der Saison ● Verstärktes Außenmarketing ● Weiterer Ausbau von regionalen Themenrouten ● Verbesserung des Tourismusbewusstseins in der Region ● Verbesserung der Dienstleistungsqualität ● Weiterer Ausbau der Tourismusinfrastruktur bei Erhalt des natürlichen und kulturellen Potenzials insb. für den Wasser-, Wander- und Rad- und Reittourismus ● Zielgruppenspezifische Angebotes für den Wasser-, Rad-, Wander- sowie Kulturtourismus 	<ul style="list-style-type: none"> ● Imagepflege, Erhöhung des Bekanntheitsgrades ● Weiterentwicklung regionaler Reiseangebote ● Förderung von Maßnahmen zur Verlängerung der Verweildauer der Touristen sowie zur Verlängerung der Saison ● Verbesserung der touristische Servicequalität ● Verstärktes Binnenmarketing zur Verbesserung des Tourismusbewusstseins in der Region ● Weitere Verbesserung der verkehrlichen Erreichbarkeit ● Ausbau der Tourismusinfrastruktur insbesondere für den Aktivurlaub Rad- und Wandertourismus

Tabelle 89: Schwerpunktbereiche der Handlungsempfehlungen im Wassertourismus der Beispielregionen

Wassertourismus		
<ul style="list-style-type: none"> ● Abbau von Engpässen und Attraktivitätssteigerung von Schleusen ● Weiterer zielgruppengerechter Ausbau und Verbesserung der wassertouristischen Infrastruktur ● Verbesserung der wassertouristischen Dienstleistungsqualität ● Konfliktvermeidung zwischen den verschiedenen wassertouristischen Nutzergruppen ● Unternehmensansiedlung im Bereich Bootsbau, -reparatur sowie -instandhaltung (vor allem für Hausboote) ● Fortführung und (nach Möglichkeit) räumliche Ausweitung der Charterbescheinigung ● Bewahrung der Gewässerbefahrbarkeit in Abstimmung mit den Naturschutzbehörden ● Besucherlenkung und -information – Verknüpfung von Wasser und Land ● Entwicklung innovativer zielgruppenspezifischer Qualitätsprodukte ● Marktforschung und -entwicklungsplanung im Wassertourismus ● Vernetzung der wassertouristischen Leistungsträger in der Region ● Überregional vernetztes Marketing ● Events 	<ul style="list-style-type: none"> ● Vernetzung vorhandener Wassersportreviere für den Hausboottourismus, Umsetzung der Vorschläge der Wassertourismusinitiative Nordbrandenburg ● Ausbau des Kanutourismus ● Verbesserungen an den Schleusen ● Zielgruppenorientierter Ausbau der wassertouristischen Infrastruktur ● Verbesserung der Dienstleistungsqualität ● Konfliktvermeidung zwischen den verschiedenen wassertouristischen Nutzergruppen ● Unternehmensansiedlung im Bereich Bootsbau, -reparatur sowie -instandhaltung (vor allem im Hausbootbereich) ● Bewahrung der Gewässerbefahrbarkeit in Abstimmung mit den Naturschutzbehörden ● Aufwertung des Ortsbildes von Städten und Gemeinden mit attraktiver Lage am Wasser ● Besucherlenkung – Verknüpfung von Wasser und Land ● Zielgruppenspezifische innovative Produktentwicklung ● Marktforschung und -entwicklung ● Binnenmarketing - Vernetzung der wassertouristischen Leistungsanbieter ● Bundeslandübergreifendes Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ausbau der wassertouristischen Infrastruktur an Netzlücken ● Verbesserung der Dienstleistungsqualität ● Bewahrung der Gewässerbefahrbarkeit in Abstimmung mit den Naturschutzbehörden ● Verbesserte Besucherlenkung und -information – Verknüpfung von Wasser und Land ● Zielgruppenspezifische innovative Qualitätsprodukte für den Wassertourismus ● Marktforschung im Wassertourismussektor ● Wassertouristisches Binnenmarketing ● Bundeslandübergreifendes Marketing.

Bei einer Übertragung des „Aktivierungseffektes“ auf die Gesamtheit der ländlichen Regionen ist Folgendes zu beachten:

- Der Aktivierungsspielraum und die ihn begründenden Maßnahmen sind von den jeweiligen regionalen Stärken und Schwächen abhängig. Die Maßnahmen werden von Region zu Region unterschiedlich sein.
- Der Spielraum für Marktanteilssteigerungen einer einzelnen Region ist größer als derjenige eines weiteren Gebietes: Das Volumen des Konkurrenzmarktes, von dem Anteile abgeworben werden sollen, ist umso geringer, je größer die betrachtete „Aktivierungsregion“ ist.

Bei der Übertragung der Regionalergebnisse auf die ländlichen Regionen der neuen Bundesländer insgesamt muss der Wassertourismus wiederum ausgeklammert werden, da die erforderlichen Ausgangszahlen des heutigen Wassertourismus nur für die Beispielregionen geschätzt werden konnten.

Das Ergebnis der Übertragung des Aktivierungsfaktors auf die ländlichen Regionen der neuen Bundesländer variiert entsprechend der jeweiligen Marktaufteilung auf Übernachtungs- bzw. Tagestourismus (unterschiedlicher gewogener Mittelwert aus +10 % für den Übernachtungstourismus und 8 % für den Tagestourismus).

Dementsprechend ergeben sich die folgenden Veränderungsfaktoren für die auf die Zielregion bezogene Übernachtungsintensität der Herkunftsregionen:

Tabelle 90 **Veränderungsfaktoren 2004-2020 der Übernachtungsintensität im Zielgebiet neue Bundesländer - Aktivierungsszenario**

Entwicklung der		Herkunftsgebiet Neue Bundesländer und Berlin		Herkunftsgebiet Alte Bundesländer	
		alle Altersgruppen		< 15 bis 65 J.	>65 J.
Reiseintensität	1	0,95		1,05	
Inlandsanteil (NBL)	2	1,03		1,03	0,98
Reisedauer	3	0,97		0,97	
Ergebnis: Übernachtungsintensität im Szenario 2	$4 = 1 * 2 * 3$	0,949		1,049	1,00
Aktivierungsfaktoren für den Übernachtungs- und Tagestourismus	5	1,0843 (je nach Zusammensetzung von Übernachtungs- und Tagestourismus zwischen 1,08 und 1,1)			
Übernachtungsintensität in den betrachteten Regionen mit erfolgreicher Marktstärkung (Aktivierung), bezogen auf die jeweilige Herkunftsregion	$6 = 4 * 5$	1,029		1,137	1,0843

Quelle: Eigene Annahmen (PLANCO)

In der Summe kann es unter den genannten Voraussetzungen gelingen, den durch die Rahmenbedingungen entstehenden leichten Rückgang des Übernachtungstourismus in einen leichten Zuwachs zu verwandeln. Beim Tagestourismus kann diese Richtungsumkehr für Brandenburg erreicht werden. In den übrigen Bundesländern kann es immerhin gelingen, den deutlichen Rückgang im Szenario 2 wesentlich abzuschwächen:

Tabelle 91: **Tourismus in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004 und 2020 im Aktivierungsszenario**

Bundesland	2004			2020					
	Übernachtungen	Tagesausflüge	Reisetage insgesamt	ohne angebotsbedingte Marktanteilszunahme = Szenario 2			mit angebotsbedingter Marktanteilszunahme = Aktivierungsszenario		
				Übernachtungen	Tagesausflüge	Reisetage insgesamt	Übernachtungen	Tagesausflüge	Reisetage insgesamt
Tourismusbilanz (in 1.000)									
Brandenburg	11.652	77.561	89.213	11.172	72.388	83.560	12.290	78.179	90.468
Mecklenburg-Vorpommern	29.831	57.462	87.293	28.694	52.118	80.812	31.563	56.287	87.851
Sachsen	1.913	11.861	13.774	1.897	10.301	12.198	2.087	11.125	13.212
Sachsen-Anhalt	5.179	36.054	41.233	5.185	30.694	35.879	5.703	33.150	38.853
Thüringen	6.655	33.601	40.256	6.713	30.233	36.946	7.384	32.652	40.036
Summe	55.231	216.539	271.770	53.661	195.734	249.395	59.027	211.393	270.420
Veränderung gegenüber 2004 in %									
Brandenburg				-4,1	-6,7	-6,3	+5,5 %	+0,8 %	+1,4 %
Mecklenburg-Vorpommern				-3,8	-9,3	-7,4	+5,8 %	-2,0 %	+0,6 %
Sachsen				-0,8	-13,2	-11,4	+9,1 %	-6,2 %	-4,1 %
Sachsen-Anhalt				+0,1	-14,9	-13,0	+10,1 %	-8,1 %	-5,8 %
Thüringen				+0,9	-10,0	-8,2	+11,0 %	-2,8 %	-0,5 %
Summe				-2,8	-9,6	-8,2	+6,9 %	-2,4 %	-0,5 %
Faktoren mit/ ohne Aktivierung							1,10	1,08	1,0843

Quelle: Planco

Dies spiegelt sich auch in der Beschäftigungsentwicklung wider. Greifen die Aktivierungsmaßnahmen auch für die Gesamtheit der ländlichen Regionen der neuen Bundesländer, gelingt es also, auf breiter Front Marktanteile gegenüber anderen Regionen (alte Bundesländer, Ausland) zu gewinnen, so kehrt sich der im Szenario 2 ermittelte Beschäftigungsrückgang im und durch den Tourismus in einen schwachen Zuwachs um: von heute (2004) 225.000 auf 229.000 (gegenüber 211.000 im Szenario 2).

Tabelle 92: Tourismusabhängige Beschäftigung in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004-2020 im Aktivierungsszenario

Beschäftigte	2004	2020 Szenario 2 unveränd. Wett- bewerbsposition gegenüber an- deren Regionen	2020 Aktivierungs- szenario = Szenario 2 + Wettbewerbs- stärkung	Aktivie- rungseffekt in % *)
Direkt tourismusabhängige Beschäftigte (bei Empfängern touristischer Ausgaben)				
Brandenburg	34.358	32.394	35.110	+ 8,4 %
Mecklenburg-Vorpommern	53.534	50.401	54.941	+ 9,0 %
Sachsen	5.095	4.766	5.170	+ 8,5 %
Sachsen-Anhalt	17.640	15.907	17.247	+ 8,4 %
Thüringen	17.823	16.971	18.419	+ 8,5 %
Zwischensumme	128.450	120.440	130.886	+ 8,7 %
Indirekt tourismusabhängige Beschäftigte				
bei Vorleistungslieferanten	31.189	29.235	31.769	+ 8,7 %
bei Lieferanten von Investitionsgütern an die Empfänger touristischer Ausgaben	108	102	110	
durch Konsumausgaben der direkt tourismusabhängig Beschäftigten	65.275	61.205	66.513	
Zwischensumme indirekt Beschäftigte	96.572	90.541	98.393	
Summe direkt und indirekt Beschäftigte	225.022	210.981	229.279	

*) Abweichung Aktivierungsszenario/ Szenario 2 in %; Quelle: PLANCO

5.2 Schlussfolgerungen

Die Aufgabe der touristischen Anbieter und Regionen in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer wird schwieriger. Der Nachholprozess ist weitgehend abgeschlossen, der Modernisierungsvorsprung gegenüber den alten Bundesländern nimmt nicht mehr zu, kann sogar teilweise (bei nachziehenden Investitionen in den alten Bundesländern) wieder abnehmen, die allgemeinen demographischen und ökonomischen Rahmenbedingungen begrenzen das sektorale Wachstumspotenzial und schwächen die wirtschaftliche Basis für weitere Modernisierungen.

Die Tourismusentwicklung der hier beispielhaft untersuchten ländlichen Regionen wird, bei allen bestehenden Unterschieden - insb. zwischen der Mecklenburgischen Seenplatte und dem Ruppiner Land/ Oberhavel einerseits, der Elberegion andererseits - von den übergeordneten Entwicklungen (Bevölkerung, Einkommen) in ähnlicher Weise beeinflusst. Diese Einflüsse forcieren den Beschäftigungsabbau des Tourismussektors eher, als dass sie zu mehr Beschäftigung führen.

Der Auslandstourismus ist eines der Segmente, in denen deutlich überdurchschnittliche Wachstumsraten erreichbar erscheinen. Dennoch kann dieses relativ kleine Segment aufgrund seines geringen Aufkommensanteils Entwicklungen des Inlandstourismus nicht wesentlich kompensieren. Maßgeblich für die insgesamt schwache Entwicklung ist der Tagestourismus. Dieses Segment hat einerseits erhebliche Bedeutung für die - hier allerdings sehr weit gefasste - touristische Beschäftigung. Es wird andererseits besonders stark von den Bevölkerungsrückgängen in den neuen Bundesländern getroffen. Im Übernachtungstourismus werden die Rückgänge deutlich schwächer sein, weil sich in diesem Segment die (noch) weniger ungünstige Bevölkerungsentwicklung in den alten Bundesländern stabilisierend auswirkt.

Das Aktivierungsszenario zeigt jedoch (zunächst für die Beispielregionen und in der Übertragung auf die ländlichen Regionen der neuen Bundesländer insgesamt), dass sich bei weiterer Profilierung der Regionen und Unternehmen Steigerungen der touristisch bedingten Beschäftigung trotz widriger Rahmenbedingungen erreichen lassen. Die relative Bedeutung des Tourismus als Arbeitgeber für die abnehmende Bevölkerung wird damit zunehmen. Dies gilt auch für die Erhaltung regionaler Dienstleistungsangebote: Während eine abnehmende lokale Bevölkerung die Nachfragebasis für Dienstleistungen zunehmend schwächt, kann der Tourismus einen zumindest teilweisen Ausgleich schaffen. Hier von profitiert dann auch die lokale Bevölkerung.

Der Wassertourismus ist einer der Wachstumssektoren im Fremdenverkehr. Seine wirtschaftliche Bedeutung spiegeln die obigen Zahlen nur unzulänglich wider. Für einen wesentlichen Teil der Besucher in allen drei Regionen (insb. Rad- und Fußwanderer) übt die Beobachtung des lebendigen Wassertourismus einen hohen Reiz aus. Auch die durch den Wassertourismus entstehenden Angebote (Gastronomie, Einzelhandel u.a.) in den Bootshäfen sind für viele Besucher ein Anziehungspunkt.

Die beschriebenen Szenarien - für die neuen Länder insgesamt wie für die Beispielregionen - vermitteln eine Orientierung. Sie basieren in vielen Aspekten auf Annahmen, für die eine ausreichende empirische Basis fehlt. Abweichende Entwicklungsszenarien sind denkbar. Die Grundrichtung der Szenarien dürfte jedoch mit den beschriebenen Annahmen zutreffend beschrieben sein.

5.3 Handlungsempfehlungen an den Bund zur Unterstützung des Wassertourismus

Der Bund als Eigentümer und Betreiber der Bundeswasserstraßen kann und sollte die Entwicklung des Wassertourismus unter Beachtung regional- und volkswirtschaftlicher Kriterien unterstützen. Von besonderer Bedeutung sind in diesem Zusammenhang folgende Maßnahmen:

1. *Keine Erhöhung der von privaten oder kommunalen Bootshafenbetreibern zu zahlenden Wasserpacht.*

Angesichts der engen Margen im Hafetrieb droht eine Pachterhöhung manchem Bootshafen die wirtschaftliche Basis zu entziehen.

2. *Alternative Lösungen für einen kundenfreundlichen Schleusenbetrieb*

An einem Großteil der touristisch interessanten Bundesnebenwasserstraßen findet keine oder fast keine Frachtschiffahrt mehr statt. Hier ist eine weitere Anpassung des Schleusenbetriebs an die Bedürfnisse der Touristen erforderlich. Nach dem altersbedingten Ausscheiden des von der Wasser- und Schifffahrtsverwaltung gestellten Schleusenpersonals sollten die Schleusen in der Hochsaison nicht nur automatisiert betrieben werden. Vielmehr sollte z. B. interessierten Landkreisen oder Gemeinden erlaubt werden, Schleusenpersonal selbst einzusetzen (Arbeitslose, Schüler, Studenten, Rentner). Beispiele aus Frankreich mit einem weit verzweigten Netz von reinen Freizeitwasserstraßen zeigen, dass auch so ein sicherer Schleusenbetrieb möglich ist. Diesen Personen sollte es auch ermöglicht werden, neben dem Schleusenbetrieb durch Dienstleistungen wie Kioskbetrieb, Informationsvermittlung für Restaurants, Museen etc., Verkauf selbst gezogenen Gemüses u.ä. ein Zusatzeinkommen zu erzielen. Damit würde zugleich die Wartezeit von Booten in der Hochsaison als weniger störend empfunden.

Dies könnte in Pilotprojekten an ausgewählten Schleusen getestet werden. Dafür müssen bestehende rechtliche Hürden gelockert werden.

3. *Ausbau bzw. Erneuerung von Schleusen*

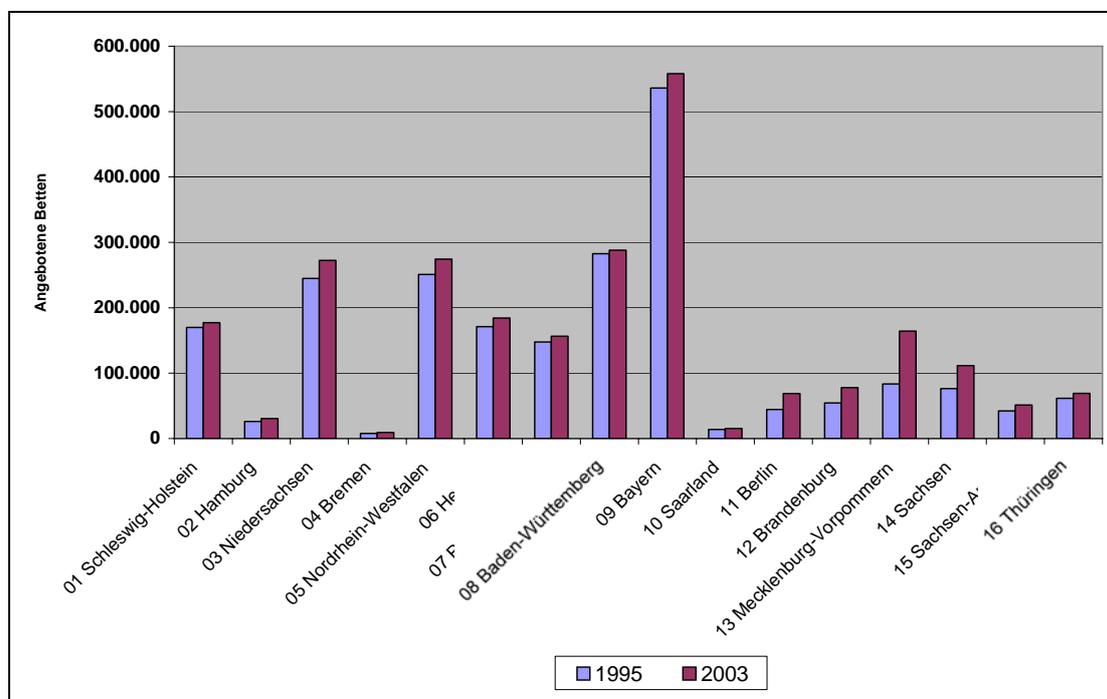
Für den Ausbau bzw. die Erneuerung von „Nebenwasserstraßen“ hat der Bund ein gesamtwirtschaftliches Bewertungsverfahren entwickelt (PLANCO, 1999). Seit der Erarbeitung dieses Verfahrens haben sich maßgebliche Grundwerte für die Nutzenbewertung verändert. Eine Aktualisierung unter Berücksichtigung der neueren Entwicklungen und Erkenntnisse ist anzustreben. Es ist dann Aufgabe der interessierten Bundesländer oder Regionen, für einzelne Ausbau- oder Erneuerungsprojekte den Nachweis der regional- und volkswirtschaftlichen Rentabilität zu führen.

6. ANLAGEN

6.1 Statistischer Anhang Tourismus

6.1.1 Bettenangebot

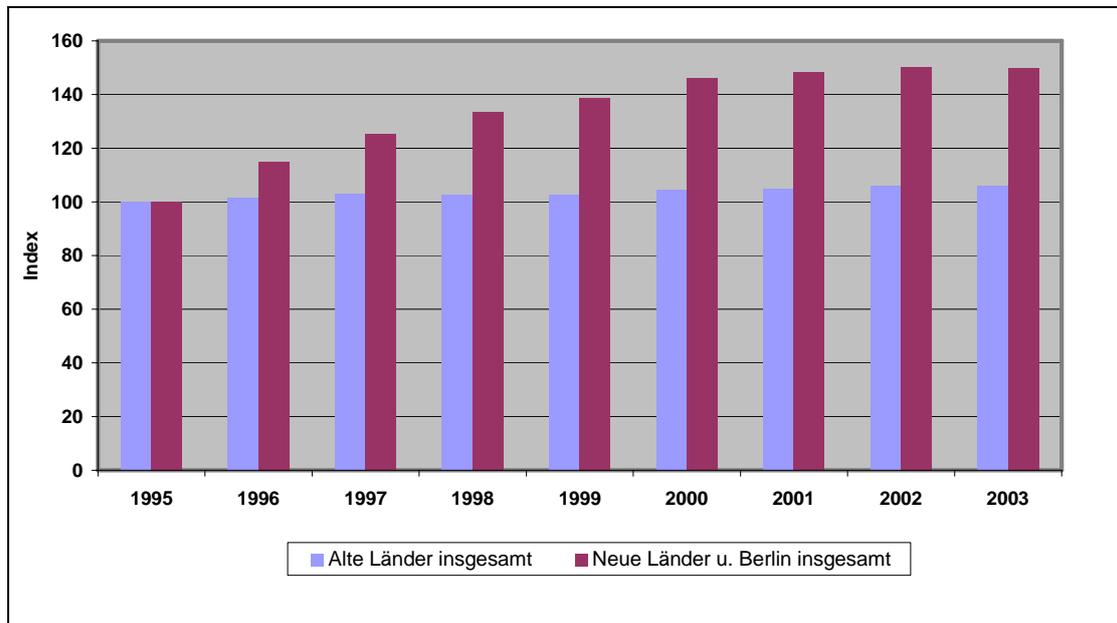
Abbildung 26 Angebotene Betten im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (> 8 Betten) in den Bundesländern 1995 und 2003 76



Quelle: destatis

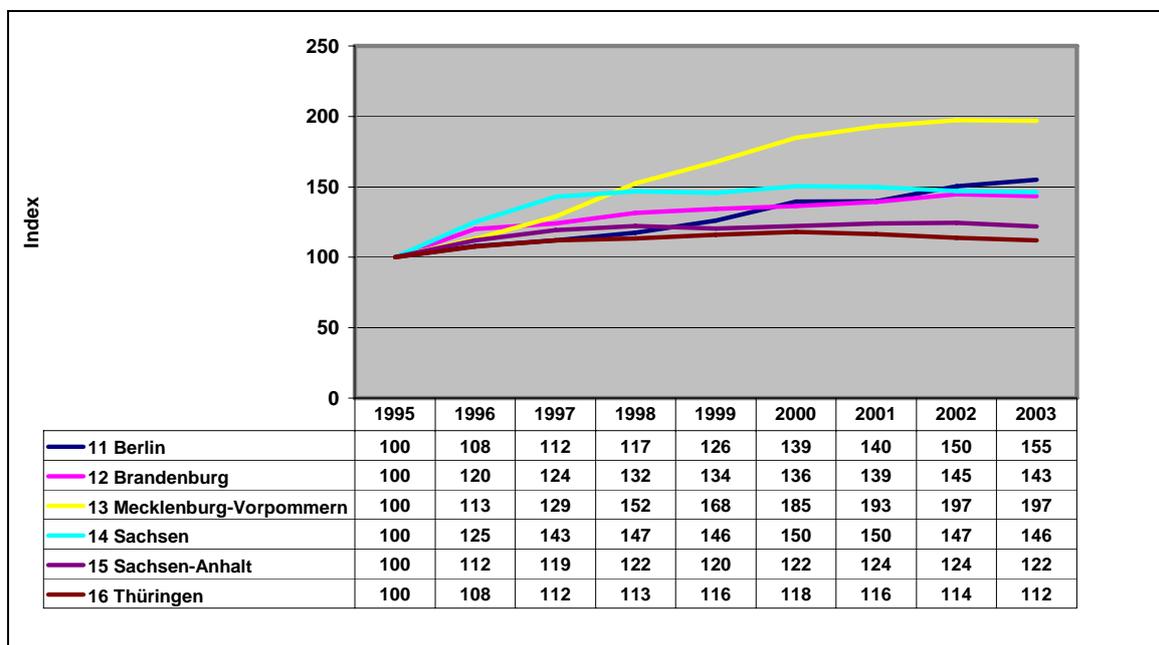
⁷⁶ Nur gut die Hälfte aller Reisen von Europäern nach Deutschland sind Urlaubsreisen und wiederum mehr als die Hälfte dieser Urlaubsreisen sind Städtereisen und Rundreisen. Ländliche Regionen mit Gewässern haben Chancen, an der touristischen Nachfrage im Segment Urlaubsreisen- Landurlaub/ Urlaub am Meer, am See - aus den Benelux-Ländern, aus der Schweiz und Österreich, sowie aus Tschechien, Ungarn und Polen zu partizipieren.

Abbildung 27 Vergleich der Entwicklung des Bettenangebots im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (> 8 Betten) 1995-2003 der alten und neuen Bundesländer; Index 1995=100



Quelle: destatis

Abbildung 28 Entwicklung des Bettenangebots im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (> 8 Betten) in den neuen Bundesländern bzw. Berlin 1995-2003 – Index 1995=100



Quelle: destatis

6.1.2 Übernachtungen

Tabelle 93 Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in den Bundesländern 1995 bis 2003 insgesamt und in ländlichen Regionen

Bundesland	Gästeübernachtungen in Mio.														
	1995			1998			2000			2002			2003		
	alle Regionen	ländliche Regionen	Anteil ländl. Regionen	alle Regionen	ländliche Regionen	Anteil ländl. Regionen	alle Regionen	ländliche Regionen	Anteil ländl. Regionen	alle Regionen	ländliche Regionen	Anteil ländl. Regionen	alle Regionen	ländliche Regionen	Anteil ländl. Regionen
01 Schleswig-Holstein	21,99	17,37	79,0%	20,48	16,25	79,3%	20,86	16,41	78,6%	20,53	16,12	78,5%	20,67	16,26	78,7%
02 Hamburg	4,16	0,00	0,0%	4,51	0,00	0,0%	4,84	0,00	0,0%	5,08	0,00	0,0%	5,41	0,00	0,0%
03 Niedersachsen	32,90	15,77	47,9%	32,30	16,04	49,7%	35,45	16,85	47,5%	32,97	16,50	50,0%	32,34	15,97	49,4%
04 Bremen	1,06	0,00	0,0%	1,15	0,00	0,0%	1,32	0,00	0,0%	1,26	0,00	0,0%	1,28	0,00	0,0%
05 Nordrhein-Westfalen	35,97	5,84	16,2%	34,74	5,39	15,5%	36,64	5,57	15,2%	36,34	5,50	15,1%	35,50	5,46	15,4%
06 Hessen	26,32	8,66	32,9%	22,87	6,65	29,1%	25,66	7,30	28,4%	24,62	7,03	28,6%	23,83	6,86	28,8%
07 Rheinland-Pfalz	2,39	0,00	0,0%	13,05	6,05	46,3%	15,57	8,51	54,6%	17,99	8,12	45,1%	17,94	8,17	45,6%
08 Baden-Württemberg	38,92	7,59	19,5%	36,37	6,39	17,6%	39,23	6,88	17,5%	38,19	6,53	17,1%	37,07	6,26	16,9%
09 Bayern	72,85	56,90	78,1%	68,56	50,86	74,2%	74,04	53,92	72,8%	70,76	51,67	73,0%	69,33	50,27	72,5%
10 Saarland	2,09	0,00	0,0%	2,06	0,00	0,0%	2,14	0,00	0,0%	2,09	0,00	0,0%	2,07	0,00	0,0%
11 Berlin	7,53	0,00	0,0%	8,27	0,00	0,0%	11,41	0,00	0,0%	11,02	0,00	0,0%	11,33	0,00	0,0%
12 Brandenburg	6,54	6,07	92,7%	7,34	6,72	91,5%	8,39	7,61	90,8%	8,50	7,75	91,2%	8,45	7,58	89,7%
13 Mecklenburg-Vorpommern	9,94	9,21	92,7%	13,28	12,41	93,5%	18,25	17,21	94,3%	21,01	19,95	95,0%	22,14	20,95	94,6%
14 Sachsen	10,14	1,01	10,0%	12,80	1,14	8,9%	14,57	1,33	9,1%	13,51	1,31	9,7%	14,24	1,34	9,4%
15 Sachsen-Anhalt	5,01	3,17	63,3%	5,12	3,41	66,5%	5,44	3,68	67,7%	5,36	3,58	66,8%	5,41	3,61	66,7%
16 Thüringen	7,58	4,90	64,7%	7,74	4,98	64,3%	8,94	5,75	64,4%	8,29	5,31	64,1%	8,17	5,16	63,2%
Gesamtergebnis	285,40	136,50	47,8%	290,66	136,29	46,9%	322,77	151,03	46,8%	317,51	149,37	47,0%	315,17	147,89	46,9%

Quellen: destatis und eigene Berechnungen

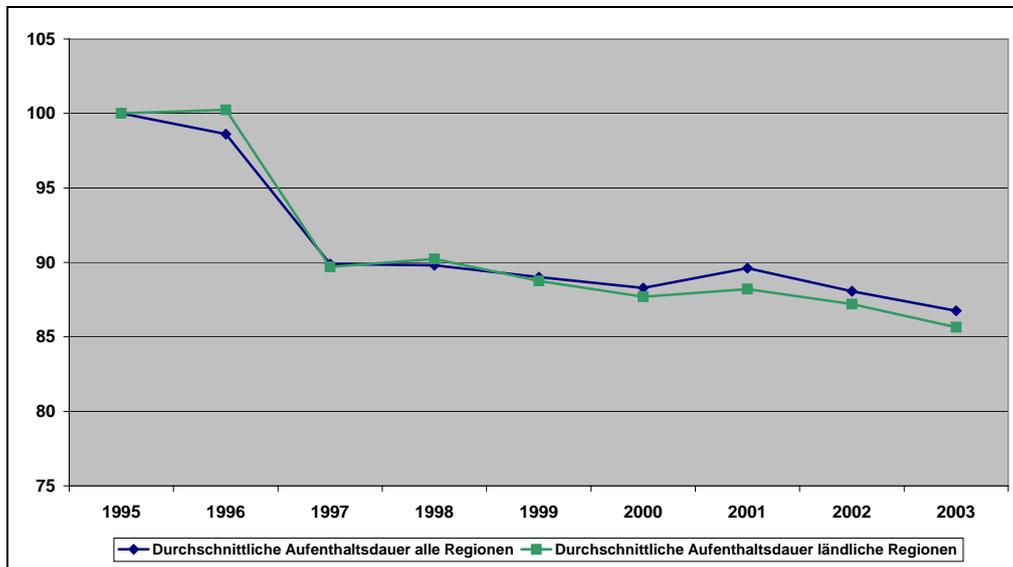
Tabelle 94 Gästeankünfte im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in den Bundesländern 1995 bis 2003 insgesamt und in ländlichen Regionen

Bundesland	Gästeankünfte in Mio.														
	1995			1998			2000			2002			2003		
	alle Regionen	ländliche Regionen	Anteil ländl. Regionen	alle Regionen	ländliche Regionen	Anteil ländl. Regionen	alle Regionen	ländliche Regionen	Anteil ländl. Regionen	alle Regionen	ländliche Regionen	Anteil ländl. Regionen	alle Regionen	ländliche Regionen	Anteil ländl. Regionen
01 Schleswig-Holstein	4,00	2,58	64,7%	4,10	2,63	64,2%	4,34	2,80	64,4%	4,32	2,81	65,1%	4,51	2,93	64,9%
02 Hamburg	2,27	0,00	0,0%	2,52	0,00	0,0%	2,64	0,00	0,0%	2,72	0,00	0,0%	2,96	0,00	0,0%
03 Niedersachsen	8,48	3,70	43,6%	8,99	3,99	44,4%	10,57	4,33	41,0%	9,53	4,27	44,8%	9,54	4,25	44,6%
04 Bremen	0,56	0,00	0,0%	0,60	0,00	0,0%	0,72	0,00	0,0%	0,70	0,00	0,0%	0,71	0,00	0,0%
05 Nordrhein-Westfalen	12,14	1,23	10,1%	13,49	1,26	9,4%	14,36	1,34	9,3%	14,37	1,35	9,4%	14,26	1,36	9,5%
06 Hessen	8,23	1,87	22,7%	8,75	1,83	20,9%	9,79	1,97	20,1%	9,58	1,93	20,1%	9,38	1,92	20,4%
07 Rheinland-Pfalz	0,67	0,25	36,6%	4,14	1,65	39,8%	5,19	2,53	48,8%	6,15	2,47	40,2%	6,18	2,52	40,7%
08 Baden-Württemberg	11,55	1,57	13,6%	12,37	1,57	12,7%	13,40	1,72	12,8%	13,26	1,71	12,9%	13,10	1,71	13,0%
09 Bayern	19,29	11,30	58,6%	20,49	11,61	56,7%	22,80	12,88	56,5%	22,08	12,50	56,6%	21,89	12,32	56,3%
10 Saarland	0,56	0,00	0,0%	0,60	0,00	0,0%	0,64	0,00	0,0%	0,65	0,00	0,0%	0,66	0,00	0,0%
11 Berlin	3,17	0,00	0,0%	3,60	0,00	0,0%	5,01	0,00	0,0%	4,75	0,00	0,0%	4,95	0,00	0,0%
12 Brandenburg	2,14	1,90	88,8%	2,49	2,20	88,4%	2,96	2,59	87,6%	2,94	2,59	88,2%	2,96	2,57	87,0%
13 Mecklenburg-Vorpommern	2,69	2,40	89,3%	3,32	2,97	89,5%	4,26	3,84	90,1%	4,75	4,33	91,2%	5,15	4,67	90,8%
14 Sachsen	3,44	0,30	8,7%	4,54	0,33	7,2%	5,14	0,40	7,9%	4,78	0,39	8,2%	5,13	0,41	7,9%
15 Sachsen-Anhalt	1,81	1,18	65,2%	2,06	1,32	64,2%	2,17	1,40	64,6%	2,11	1,35	64,1%	2,14	1,38	64,3%
16 Thüringen	2,51	1,43	57,0%	2,63	1,51	57,3%	2,99	1,68	56,2%	2,79	1,57	56,1%	2,79	1,56	55,8%
Gesamt	83,50	29,71	35,6%	94,70	32,87	34,7%	106,98	37,48	35,0%	105,48	37,28	35,3%	106,30	37,58	35,4%

Quellen: destatis und eigene Berechnungen (PLANCO)

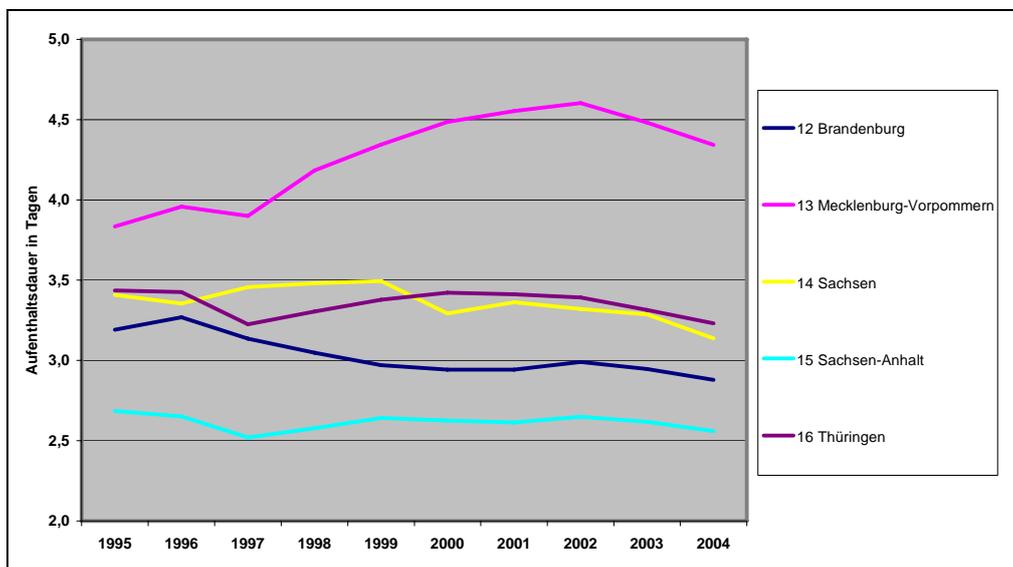
6.1.3 Aufenthaltsdauer

Abbildung 29 Durchschnittliche Aufenthaltsdauer im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) Deutschlands 1995 bis 2003 – gesamt und in ländlichen Regionen (Index 1995=100)



Quellen: destatis und eigene Berechnungen (PLANCO)

Abbildung 30 Durchschnittliche Aufenthaltsdauer im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländern 1995 bis 2004



Quellen: destatis und eigene Berechnungen (PLANCO)

6.1.4 Bettenauslastung

Tabelle 95 Auslastung im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) der Bundesländer 1995 bis 2003 (ausgewählte Jahre) – gesamt und in ländlichen Regionen

Bundesland	Auslastung der Beherbergungskapazitäten									
	1995		1998		2000		2002		2003	
	alle Regionen	ländliche Regionen	alle Regionen	ländliche Regionen	alle Regionen	ländliche Regionen	alle Regionen	ländliche Regionen	alle Regionen	ländliche Regionen
01 Schleswig-Holstein	36,0%	34,6%	32,1%	31,1%	32,2%	31,6%	32,4%	31,1%	32,4%	31,3%
02 Hamburg	44,2%		46,3%		47,7%		47,5%		49,2%	
03 Niedersachsen	37,3%	36,9%	34,0%	34,2%	34,3%	35,8%	34,2%	34,9%	33,0%	33,7%
04 Bremen	37,9%		38,1%		41,8%		39,8%		38,7%	
05 Nordrhein-Westfalen	39,8%	40,6%	37,5%	37,5%	38,3%	39,8%	36,8%	38,4%	35,9%	38,8%
06 Hessen	42,7%	44,5%	36,5%	34,2%	38,1%	37,5%	38,0%	36,5%	35,9%	34,5%
07 Rheinland-Pfalz	4,5%	0,0%	27,4%	30,6%	29,1%	34,6%	32,1%	32,9%	31,9%	32,9%
08 Baden-Württemberg	38,3%	40,1%	34,7%	33,2%	36,0%	35,6%	36,3%	35,0%	35,7%	34,2%
09 Bayern	37,7%	38,1%	34,4%	33,2%	35,6%	35,1%	35,1%	33,9%	34,5%	33,3%
10 Saarland	41,6%		40,5%		39,1%		37,9%		37,7%	
11 Berlin	47,2%		44,1%		47,1%		45,9%		45,8%	
12 Brandenburg	33,5%	33,3%	28,5%	28,3%	29,9%	31,1%	30,0%	29,7%	30,1%	29,6%
13 Mecklenburg-Vorpommern	33,1%	32,7%	29,0%	28,8%	31,0%	32,7%	35,4%	35,3%	37,4%	37,2%
14 Sachsen	36,9%	32,3%	31,8%	28,4%	33,6%	29,3%	33,4%	30,1%	35,5%	31,8%
15 Sachsen-Anhalt	33,0%	31,7%	27,6%	27,5%	29,5%	29,5%	28,4%	28,2%	29,2%	29,1%
16 Thüringen	34,1%	34,2%	30,7%	31,1%	33,6%	34,0%	32,7%	32,5%	32,8%	32,6%
Gesamtergebnis	35,8%	34,8%	33,9%	32,1%	35,1%	34,2%	35,2%	33,6%	34,9%	33,5%

Quellen: destatis und eigene Berechnungen (PLANCO)

Tabelle 96 Bettenauslastung im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) der neuen Bundesländer 2003 nach zusammengefassten Betriebsformen – gesamt und in ländlichen Regionen⁷⁷

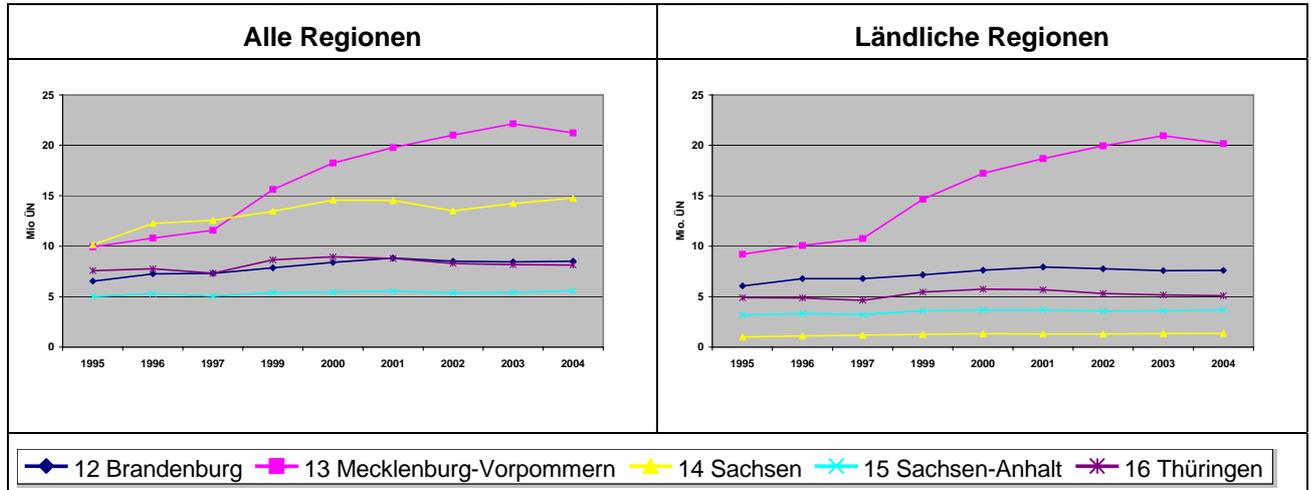
Land / Betriebsart	Bettenauslastung 2003	
	Alle Regionen	Ländliche Regionen
12 Brandenburg		
1 Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen	20,3%	20,8%
2 Erholungs, Schulungsheime, Ferienhäuser, Jugendherbergen u.ä.	16,8%	17,8%
3 Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen	81,0%	
4 Insgesamt	30,1%	29,6%
13 Mecklenburg-Vorpommern		
1 Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen	40,5%	39,5%
2 Erholungs, Schulungsheime, Ferienhäuser, Jugendherbergen u.ä.	29,9%	30,1%
3 Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen	76,9%	76,9%
4 Insgesamt	37,4%	37,2%
14 Sachsen		
1 Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen	32,2%	24,8%
2 Erholungs, Schulungsheime, Ferienhäuser, Jugendherbergen u.ä.	30,0%	16,1%
3 Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen	76,6%	91,5%
4 Insgesamt	35,5%	31,8%
15 Sachsen-Anhalt		
1 Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen	26,4%	25,9%
2 Erholungs, Schulungsheime, Ferienhäuser, Jugendherbergen u.ä.	24,6%	22,1%
3 Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen	75,0%	
4 Insgesamt	29,2%	29,1%
16 Thüringen		
1 Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen	30,0%	28,4%
2 Erholungs, Schulungsheime, Ferienhäuser, Jugendherbergen u.ä.	23,3%	22,7%
3 Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen	73,7%	77,2%
4 Insgesamt	32,8%	32,6%

Quellen: destatis und eigene Berechnungen (PLANCO)

⁷⁷ Für Brandenburg und Sachsen-Anhalt konnten für die Betriebsform „Vorsorge- und Reha-Einrichtungen“ keine Zahlen aus der Datenbank der Kreisdaten entnommen werden. Insgesamt beziehen sich die Auslastungszahlen auf die auf Kreisbasis nachgewiesenen Einrichtungen, was die Aussagekraft tlw. einschränkt.

6.1.5 Entwicklung in den Reisegebieten der neuen Länder

Abbildung 31 Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in den neuen Bundesländern 1995 bis 2004



Quellen: destatis und eigene Berechnungen (PLANCO)

Abbildung 32 Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in Brandenburg nach Reisegebieten 1995 bis 2004 sowie Übernachtungen je 100 Einw. 2004

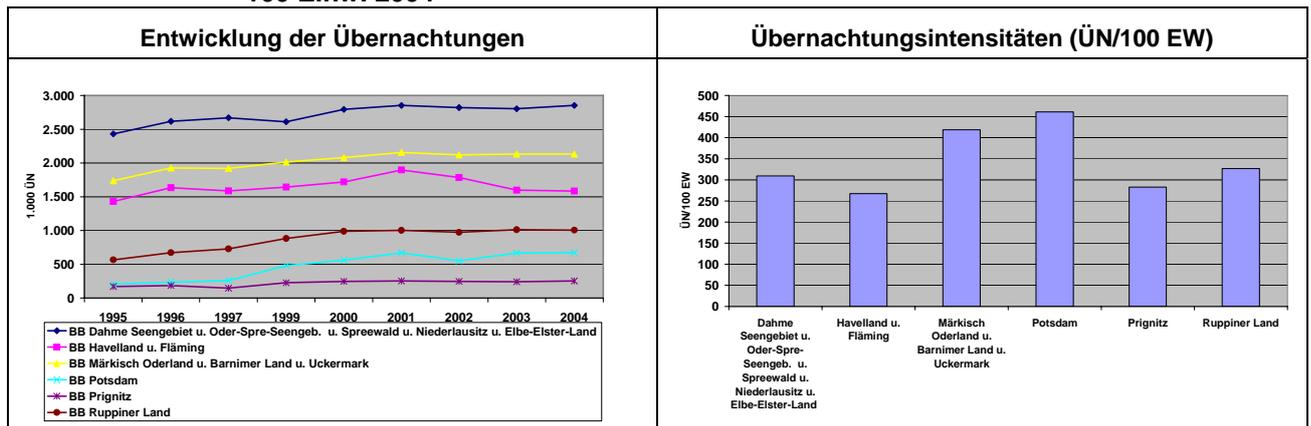


Abbildung 33 Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in Mecklenburg-Vorpommern nach Reisegebieten 1995 bis 2004 sowie Übernachtungen je 100 EW 2004

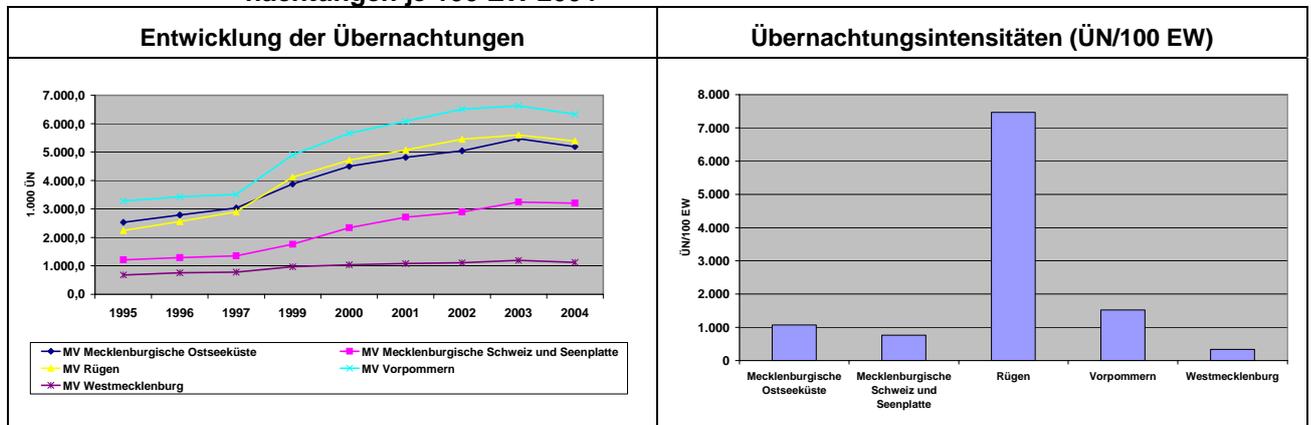
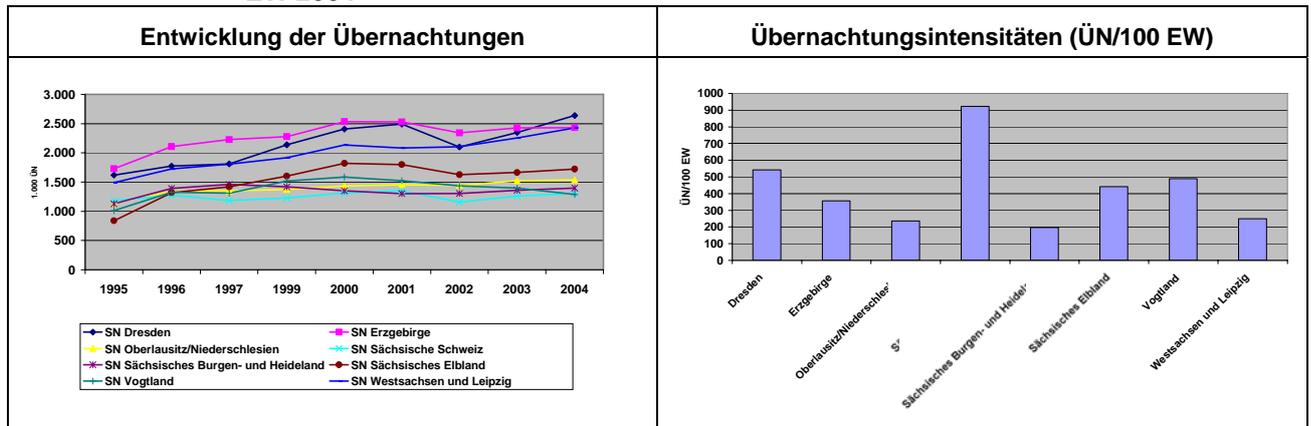
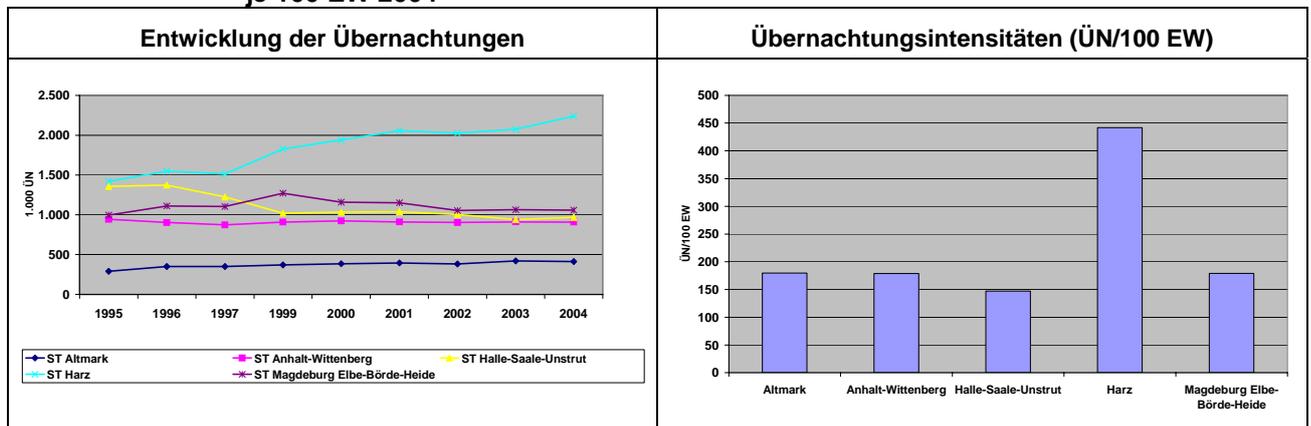


Abbildung 34 Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in Sachsen nach Reisegebieten 1995 bis 2004 sowie Übernachtungen je 100 EW 2004



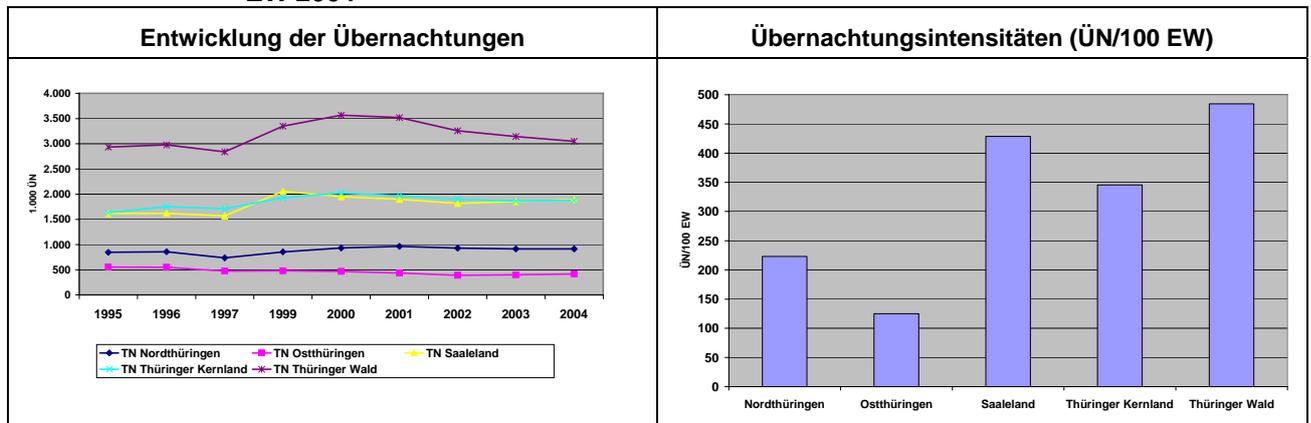
Quellen: destatis und eigene Berechnungen (PLANCO)

Abbildung 35 Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in Sachsen-Anhalt nach Reisegebieten 1995 bis 2004 sowie Übernachtungen je 100 EW 2004



Quellen: destatis und eigene Berechnungen (PLANCO)

Abbildung 36 Gästeübernachtungen im gewerblichen Beherbergungsgewerbe (>8 Betten) in Thüringen nach Reisegebieten 1995 bis 2004 sowie Übernachtungen je 100 EW 2004



Quellen: destatis und eigene Berechnungen (PLANCO)

6.1.6 Bettenangebot des Beherbergungsgewerbes in Brandenburg - Kleinbetriebe und Betriebe mit mehr als 8 Betten

Tabelle 97 Zahl der Einrichtungen und angebotene Betten im gewerblichen (>8 Betten) und kleingewerblichen Beherbergungsgewerbe (< 9 Betten) in Brandenburg 1993 bis 2004 (ausgewählte Jahre)

Angebotene Gästebetten	Beherbergungskapazitäten in Brandenburg							
	1993		1998		2001		2004	
	Anzahl am 31.07.	Anteil	Anzahl am 31.07.	Anteil	Anzahl am 31.07.	Anteil	Anzahl am 31.07.	Anteil
in Beherbergungseinrichtungen insgesamt	46.944	100,0%	89.167	100,0%	94.482	100,0%	98.845	100,0%
davon in								
Einrichtungen ab 9 Betten	32.656	69,6%	71.510	80,2%	75.680	80,1%	78.290	79,2%
Einrichtungen unter 9 Betten	14.288	30,4%	17.657	19,8%	18.802	19,9%	20.555	20,8%

Quelle: LDS Brandenburg

6.1.7 Campingplätze: Angebot und Nachfrage

Tabelle 98 Campingplätze und Stellplatzkapazität in der amtlichen Beherbergungsstatistik nach Ländern 2002 bis 2004

Land	Campingplätze und Stellplatzkapazität								
	Dezember 2002			Dezember 2003			Dezember 2004		
	Campingplätze		Stellplätze für Urlaubs-camping 2)	Campingplätze		Stellplätze für Urlaubs-camping 2)	Campingplätze		Stellplätze für Urlaubs-camping 2)
	insgesamt 1)	darunter mit Urlaubs-camping		insgesamt 1)	darunter mit Urlaubs-camping		insgesamt 1)	darunter mit Urlaubs-camping	
Anzahl			Anzahl			Anzahl			
01 Schleswig-Holstein	273	229	16 706	271	271	17 360	273	273	17 594
02 Hamburg	.	.	.	3	.	.	3	.	.
03 Niedersachsen	401	399	26 084	397	397	26 864	391	391	26 284
04 Bremen	.	.	.	1	.	.	1	.	.
05 Nordrhein-Westfalen	169	169	11 014	198	198	13 711	201	201	13 580
06 Hessen	173	173	13 675	174	174	13 421	174	174	13 460
07 Rheinland-Pfalz	247	246	19 286	248	248	19 539	255	255	19 973
08 Baden-Württemberg	297	261	22 406	296	261	22 302	305	272	21 247
09 Bayern	398	397	34 741	407	407	36 601	412	412	35 655
10 Saarland	38	36	1 717	30	30	1 578	28	28	1 320
11 Berlin	3	3	580	4	4	610	3	3	580
12 Brandenburg	173	173	10 875	177	177	10 844	177	177	11 323
13 Mecklenburg-Vorpommern	169	166	24 200	166	166	24 090	171	171	23 293
14 Sachsen	99	99	6 927	97	97	6 958	99	99	7 081
15 Sachsen-Anhalt	63	63	4 814	63	63	4 943	64	64	5 232
16 Thüringen	55	52	4 257	55	52	4 136	56	53	4 082
Bundesgebiet insgesamt	2 563	2 471	197 745	2 587	2 549	203 280	2 613	2 577	201 027

1) Ergebnisse der Kapazitätserhebung einschl. Zu- und Abgänge.- 2) Ergebnisse der Kapazitätserhebung bzw. maximales Stellplatzangebot in den zurückliegenden 13 Monaten (einschl. lfd. Monat).

Quelle: destatis

Tabelle 99 Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer der Gäste auf Campingplätzen nach Bundesländern 2002 bis 2004

Land	Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer auf Campingplätzen								
	2002			2003			2004		
	Ankünfte	Übernachtungen	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer 1)	Ankünfte	Übernachtungen	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer 1)	Ankünfte	Übernachtungen	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer 1)
	Anzahl	Anzahl	Tage	Anzahl	Anzahl	Tage	Anzahl	Anzahl	Tage
01 Schleswig-Holstein	436.005	2.316.849	5,3	506.537	2.608.403	5,1	431 618	2 220 139	5,1
02 Hamburg
03 Niedersachsen	654.517	2.912.300	4,4	744.732	3.134.188	4,2	681 510	2 985 238	4,4
04 Bremen
05 Nordrhein-Westfalen	302.540	957.670	3,2	328.325	1.107.505	3,4	388 192	1 168 049	3,0
06 Hessen	308.377	975.577	3,2	352.972	1.088.507	3,1	316 055	942 975	3,0
07 Rheinland-Pfalz	509.117	1.854.223	3,6	556.399	1.942.925	3,5	558 819	1 933 982	3,5
08 Baden-Württemberg	709.198	2.641.152	3,7	774.644	2.849.487	3,7	715 003	2 697 272	3,8
09 Bayern	1.043.795	4.093.097	3,9	1.165.735	4.655.049	4,0	1 090 112	4 295 834	3,9
10 Saarland	42.252	118.591	2,8	44.416	125.286	2,8	29 932	87 388	2,9
11 Berlin	39.028	119.019	3,0	31.581	95.931	3,0	28 245	88 721	3,1
12 Brandenburg	245.033	697.909	2,8	296.685	836.160	2,8	266 900	755 198	2,8
13 Mecklenburg-Vorpommern	912.374	3.476.550	3,8	1.043.053	3.809.899	3,7	764 013	3 044 207	4,0
14 Sachsen	137.232	389.763	2,8	163.417	460.217	2,8	170 806	488 846	2,9
15 Sachsen-Anhalt	80.973	220.024	2,7	98.171	259.829	2,6	92 579	241 799	2,6
16 Thüringen	110.731	309.795	2,8	154.560	416.369	2,7	140 520	394 498	2,8
Bundesgebiet	5.573.577	21.185.927	3,8	6.289.209	23.460.251	3,7	5 700 439	21 411 343	3,8

1) Rechnerischer Wert Übernachtungen/Ankünfte.

Quelle: destatis

Der Anteil der ländlichen Regionen ist in diesem Übernachtungssegment nur durch aufwändige Recherchen in den einzelnen Landesämtern und teilweise auch im veröffentlichten Material nur näherungsweise zu ermitteln. Deshalb wurde sich hier darauf beschränkt, die Anteile der Übernachtungen im Touristikcamping in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer zu ermitteln.

Tabelle 100 In der amtlichen Statistik erfasste Übernachtungen auf Campingplätzen in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004

Bundesland	Übernachtungen auf Campingplätzen	Anteil der Übernachtungen auf Campingplätzen in ländlichen Regionen	Übernachtungen auf Campingplätzen in ländlichen Räumen
12 Brandenburg	755 198	96,0%	724.990
13 Mecklenburg-Vorpommern	3 044 207	100,0%	3.044.207
14 Sachsen	488 846	15,0%	73.327
15 Sachsen-Anhalt	241 799	66,4%	160.555
16 Thüringen	394 498	51,0%	201.194
Gesamtergebnis	4.924.548	85,4%	4.204.272

Quellen: Statistische Landesämter und eigene Abschätzungen (PLANCO)

Tabelle 101 Schätzung des Gesamtübernachtungsvolumens im Campingtourismus der Bundesländer 2003 nach Korrektur für nicht amtlich erfasste Übernachtungen

Bundesland	Übernachtungen auf Campingplätzen in der amtlichen Statistik	Übernachtungen von Touristikcamping auf Campingplätzen nach Abschätzung dwif	Übernachtungen in Mietunterkünften auf Campingplätzen nach Abschätzung dwif	Faktor $\frac{[(2)+(3)]}{(1)}$
	(1)	(2)	(3)	(4)
	1.000	1.000	1.000	
01 Schleswig-Holstein	2.608,4	4.292,7	494,4	1,84
02 Hamburg	-	64,5	-	-
03 Niedersachsen	3.134,2	5.859,1	774,2	2,12
04 Bremen	-	22,4	4,8	-
05 Nordrhein-Westfalen	1.107,5	2.029,7	419,9	2,21
06 Hessen	1.088,5	1.467,4	395,4	1,71
07 Rheinland-Pfalz	1.942,9	3.249,4	336,4	1,85
08 Baden-Württemberg	2.849,5	4.633,2	237,7	1,71
09 Bayern	4.655,0	7.091,1	273,9	1,58
10 Saarland	125,3	232,0	7,6	1,91
11 Berlin	95,9	163,5	24,5	1,96
12 Brandenburg	836,2	1.682,6	402,6	2,49
13 Mecklenburg-Vorpommern	3.809,9	6.702,0	374,3	1,86
14 Sachsen	460,2	960,5	239,4	2,61
15 Sachsen-Anhalt	259,8	548,0	79,0	2,41
16 Thüringen	416,4	476,1	115,9	1,42
Bundesgebiet	23.460,3	39.474,2	4180,0	1,86

Quellen: destatis, dwif und eigene Abschätzungen (PLANCO)

6.2 Wirtschaftliche Effekte des Tourismus

6.2.1 Bereinigung von Ausgaben um die enthaltene Mehrwertsteuer

- Im Gastgewerbe, das zum Großteil mit 16 % belegt ist, kommt bei bestimmten Leistungsarten wie dem so genannten „Verkauf über die Straße“ (wichtig im Fastfood-Bereich) der ermäßigte Satz von 7 % zur Anwendung.
- Im Einzelhandel werden Lebensmittel mit 7 % besteuert, übrige Waren mit 16 %.
- Lokale Verkehrsleistungen werden von öffentlichen Verkehrsbetrieben (7 %) und von privaten Unternehmen erbracht (meist 16 %, aber Taxis im Nahverkehr 7 %).

- Eintritte zu öffentlichen Museen oder Theatern sind mit 7 % belastet, während private Angebote (Fitnessstudios, Kinos etc.) dem vollen Satz unterworfen sind.

Dementsprechend hat das dwif folgende Durchschnittssätze geschätzt.

Tabelle 102 Durchschnittlicher MWSt-Satz nach betroffenen Branchen/Ausgabearten 2004

Ausgabeart/Branche	durchschnittl. MWSt-Satz lt. Dwif 2004
Gastronomie	15,0%
Einkauf	12,8%
Freizeit/Unterhaltung	5,0%
Lokaler Transport	10,0%
Sonstige DL	15,0%

Quelle: dwif

6.2.2 Bruttoumsätze durch touristische Ausgaben

Bruttoumsätze durch Übernachtungs- und Tagesgäste in ländlichen Regionen der neuen Bundesländer 2004 nach Bundesländern und Ausgabearten in Mio. €

Übernachtungs- und Tagesgäste insgesamt							
Bundesland	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Brandenburg	229	792	718	186	22	176	2123
Mecklenburg-Vorpommern	619	1127	815	207	65	335	3168
Sachsen	35	115	71	25	4	48	299
Sachsen-Anhalt	118	372	470	98	19	97	1174
Thüringen	146	375	381	80	21	119	1122
Summe	1146	2781	2456	595	130	775	7885
Übernachtungsgäste insgesamt (Beherbergungsbetriebe und Campingplätze)							
Bundesland	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Brandenburg	229	216	65	28	15	113	666
Mecklenburg-Vorpommern	619	586	169	85	54	291	1804
Sachsen	35	43	10	4	4	33	130
Sachsen-Anhalt	118	109	38	16	14	59	354
Thüringen	146	142	35	18	13	96	451
Summe	1146	1096	318	151	100	592	3404
Tagesausflugsgäste							
Bundesland (ländlicher Anteil)	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Brandenburg	0	576	653	158	7	63	1.457
Mecklenburg-Vorpommern	0	541	646	122	11	45	1.364
Sachsen	0	72	61	20	0	15	169
Sachsen-Anhalt	0	264	432	82	5	38	820
Thüringen	0	233	346	62	7	23	671
Summe	0	1.685	2.138	444	30	183	4.481
Beherbergungsbetriebe insgesamt							
Bundesland	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Brandenburg	224	196	61	25	14	113	632
Mecklenburg-Vorpommern	572	537	145	71	44	282	1.650
Sachsen	34	41	9	3	3	33	124
Sachsen-Anhalt	116	104	36	15	13	58	343
Thüringen	145	140	35	18	13	95	446
Summe	1091	1019	285	132	86	581	3194
Campingtourismus							
Bundesland	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Brandenburg	5	20	4	3	1	0	34
Mecklenburg-Vorpommern	47	49	25	14	10	9	154
Sachsen	1	2	1	1	1	0	6
Sachsen-Anhalt	2	4	2	1	2	0	11
Thüringen	1	2	1	0	0	1	5
Thüringen	56	77	32	19	14	11	209

Quelle: PLANCO

6.2.3 Beschäftigungseffekte durch den Tourismus in den neuen Bundesländern

Tabelle 103 Direkt Beschäftigte in den neuen Bundesländern durch den Übernachtungstourismus

Bundesland	Beschäftigte 2004						
	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Brandenburg	5.584	6.563	549	385	180	1.349	14.610
Mecklenburg-Vorpommern	13.033	15.938	1.251	1.058	573	3.362	35.215
Sachsen	10.631	12.129	1.458	739	483	2.765	28.205
Sachsen-Anhalt	3.797	4.459	410	297	225	982	10.169
Thüringen	5.107	6.178	460	370	235	1.685	14.034
Summe	38.151	45.266	4.130	2.849	1.695	10.143	102.234

Quelle: PLANCO (eigene Berechnungen)

Tabelle 104 Direkt + indirekt Beschäftigte in den neuen Bundesländern durch den Übernachtungstourismus

Wirtschaftsbereich	Direkt Beschäftigte	Vorl. Bes	Inv. Bes	Konsum Bes.	Indirekt Bes. gesamt	Bes. gesamt
Handel, Gastgewerbe und Verkehr	89.242	21.976	19	45.351	67.345	156.587
Öffentliche und private Dienstleister	12.992	2.675	68	6.602	9.346	22.337
Gesamt	102.234	24.651	87	51.953	76.691	178.924
Anteile	57%	14%	0%	29%	43%	100%

Quelle: PLANCO (eigene Berechnungen)

Tabelle 105 Direkt Beschäftigte in den neuen Bundesländern durch den Tagestourismus

Bundesland	Beschäftigte 2004						
	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Brandenburg	0	17.856	5.756	2.331	92	774	26.809
Mecklenburg-Vorpommern	0	14.863	4.593	1.501	124	522	21.604
Sachsen	0	26.220	11.250	3.184	264	3.461	44.379
Sachsen-Anhalt	0	10.217	3.947	1.290	107	729	16.289
Thüringen	0	11.871	4.961	1.356	186	456	18.831
Summe	0	81.028	30.506	9.662	773	5.942	127.912

Quelle: PLANCO (eigene Berechnungen)

Tabelle 106 Direkt + indirekt Beschäftigte in den neuen Bundesländern durch den Tagestourismus

Wirtschaftsbereich	Direkt Beschäftigte	Vorl. Bes	Inv. Bes	Konsum Bes.	Indirekt Bes. gesamt	Bes. gesamt
Handel, Gastgewerbe und Verkehr	112.307	27.860	31	57.072	84.963	197.270
Öffentliche und private Dienstleister	15.605	3.379	82	7.930	11.391	26.996
Gesamt	127.912	31.239	113	65.002	96.355	224.266
Anteile	57%	14%	0%	29%	43%	100%

Quelle: PLANCO (eigene Berechnungen)

Tabelle 107 Direkt Beschäftigte in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer durch den Übernachtungstourismus

Bundesland	Beschäftigte 2004						
	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Brandenburg	4.746	5.810	467	341	159	1.271	12.795
Mecklenburg-Vorpommern	12.381	15.219	1.175	1.009	558	3.149	33.492
Sachsen	740	1.169	71	54	42	379	2.456
Sachsen-Anhalt	2.445	2.927	273	199	152	659	6.656
Thüringen	3.031	3.839	254	223	143	1.076	8.565
Summe	23.343	28.964	2.241	1.827	1.054	6.535	63.963

Quelle: PLANCO (eigene Berechnungen)

Tabelle 108 Direkt + indirekt Beschäftigte in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländern durch den Übernachtungstourismus

Wirtschaftsbereich	Direkt Beschäftigte	Vorl. Bes	Inv. Bes	Konsum Bes.	Indirekt Bes. gesamt	Bes. gesamt
Handel, Gastgewerbe und Verkehr	55.602	13.688	11	28.255	41.955	97.557
Öffentliche und private Dienstleister	8.362	1.721	44	4.249	6.015	14.377
Gesamt	63.963	15.410	55	32.505	47.970	111.934
Anteile	57%	14%	0%	29%	43%	100%

Quelle: PLANCO (eigene Berechnungen)

Tabelle 109 Direkt Beschäftigte in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländer durch den Tagestourismus

Bundesland	Beschäftigte 2004						
	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/ Unterhaltung	lokaler Transport	sonstige Dienstleistungen	Summe
Brandenburg	0	14.588	4.413	1.828	67	666	21.562
Mecklenburg-Vorpommern	0	13.688	4.362	1.411	111	472	20.044
Sachsen	0	1.827	415	237	3	156	2.639
Sachsen-Anhalt	0	6.672	2.921	944	46	403	10.985
Thüringen	0	5.889	2.337	718	74	241	9.258
Summe	0	42.664	14.447	5.137	301	1.938	64.487

Quelle: PLANCO (eigene Berechnungen)

Tabelle 110 Direkt + indirekt Beschäftigte in den ländlichen Regionen der neuen Bundesländern durch den Tagestourismus

Wirtschaftsbereich	Direkt Beschäftigte	Vorl. Bes	Inv. Bes	Konsum Bes.	Indirekt Bes. gesamt	Bes. gesamt
Handel, Gastgewerbe und Verkehr	57.412	14.226	15	29.176	43.417	100.830
Öffentliche und private Dienstleister	7.075	1.552	37	3.595	5.184	12.259
Gesamt	64.487	15.778	53	32.771	48.602	113.089
Anteile	57%	14%	0%	29%	43%	100%

Quelle: PLANCO (eigene Berechnungen)

6.3 Werte- und Präferenzenwandel bei den mittleren bzw. älteren Jahrgängen

Die Gruppe der 15 bis unter 65-jährigen:

Diese Gruppe, die zu ca. 60 % erwerbstätig ist, wird durch den Druck der Gesellschaft auf Erwerbsbeteiligung, auf Anpassung von Bildung, Fähigkeiten und Einstellung auf die Bedürfnisse des Arbeitsmarktes geprägt. Die Entsolidarisierung wird zur Voraussetzung der Selbstbehauptung im Konkurrenzkampf um die Arbeitsplätze. Die damit einhergehende Individualisierung ist nicht nur ein Ausdruck wachsender Selbstbestimmung und Souveränität, sondern wird zur Reaktion auf den gesellschaftlichen Druck: es geht auch um die ungestörte Absicherung der eigenen Verwertungsbedingungen. Ein von sich gleichförmig wiederholender Arbeit geprägter Alltag mit wieder zunehmender Arbeitsintensität erzeugt Bedürfnisse nach alternativen Eindrücken, nach einem stärkeren Lebensgefühl, es wächst für den Erwerbstätigen die Rolle von Freizeit und Urlaub als Möglichkeit des Ausweichens und Gegensteuerns. Dazu trägt die Medienwelt bei, die Sehnsüchte nach Authentizität und Selbstbesinnung weckt. Der Erwerbstätige muss die begrenzte und voraussichtlich wieder abnehmende Freizeit so effektiv wie möglich nutzen. Bedürfnisse wie Erholung, Abbau von Stress, Gesunderhaltung, Flucht vor Reizüberflutung oder auch die Sehnsucht nach starken und ungewohnten Eindrücken (fremde Kulturen und Landschaften, ungewohnte Aufenthaltsbereiche wie Boot, Berghütte, Luxushotel, leichte Risiken wie Segeltörn, Bergklettern, Wellenreiten usw.) sowie mangels Zeit vernachlässigte Bedürfnisse (Bildhauerkurse in der Toskana u.ä.) sollen befriedigt werden. Zeiteffizienz wird wichtiger. Der Reisende greift auf ein großes Reservoir von Optionen zurück und wählt wahlweise gut überlegt, wahlweise spontan und ad hoc. Dabei ist er bereit, entweder äußerst preisbewusst oder durchaus luxuriös zu handeln, die Ressentiments hinsichtlich des Status nehmen ab. Alle Gruppen, Singles,

Paare und sogar Familien sind häufiger bereit, in losen Wahlgruppen zu reisen, wobei sie ein Gleichgewicht zwischen eigener Gestaltungsmöglichkeit und Gruppenvorteilen suchen. Der Erwerbstätige ist außerdem eher bereit, Teile seines Urlaubs für die Bildung einzusetzen, wenn es seine Chancen am Arbeitsmarkt verbessert.

Der Erwerbstätige nutzt zunehmend alle Medienangebote für Information und Organisation seiner Freizeit. So gaben 2003 12 % und 2004 15 % befragter Reisender an, das Internet zur Organisation des Urlaubs zu nutzen.

Die gewachsene „Multioptionalität“, die gerade von den jungen und mittleren Jahrgängen ausgeht, und die grundsätzlich durch die wachsende Vielfalt die Nachfrage in einzelnen Marktsegmenten verringert, ist die Hauptdeterminante aus dem Bereich von Wertewandel und Lebensweise für die Tourismuskonsumnachfrage. Sie macht den Nachfrager unberechenbarer. Selbst eine dünnere Geldbörse hindert ihn nicht, drei Tage in einem Luxushotel zu verleben. Er könnte sich für alle möglichen Angebote entscheiden. Es kristallisiert sich lediglich heraus, dass in Zukunft der Erholungsurlaub, der Sonnen- und Strandurlaub wieder ein größeres Gewicht erhalten wird, als Ausgleich von Stress und Reizüberflutung.

Die Vielfalt der nachgefragten Marktsegmente ist groß und wächst, einzelne Segmente auch in modeähnlichen Schwankungen (etwas ist kurze Zeit „hip“ und gewinnt, aber nur bis zu einer bestimmten Grenze). Dadurch gelingt es keinem Marktsegment, nachhaltig größere Marktanteile zu gewinnen. Das entspricht dem modernen und souveränen Bürger, der für die verschiedensten Dinge offen ist. Festlegungen auf bestimmte Trends können eine unzulässige Einengung des Blickwinkels bedeuten. Die aktuellen Präferenzen werden bei unterschiedlichen Befragungen deutlich. Je ausdifferenzierter die möglichen Antworten über die Urlaubsformen, desto breiter die Streuung, desto kleiner der echte Marktanteil.

40 % der Personen im erwerbsfähigen Alter sind nicht erwerbstätig. Sie sind nicht arbeitende Familienmitglieder, Personen in Bildungsmaßnahmen aller Art oder arbeitslos. Für Arbeitslose ist es nicht nur ihre sich verschlechternde Einkommenssituation, sondern auch ein wachsender Druck und eine wachsende Kontrolle der Gesellschaft, die Urlaubsreisen verhindern.

Für junge Menschen haben Reisen einen vergleichsweise hohen Stellenwert, unabhängig davon, ob sie sich in Bildungsmaßnahmen befinden oder nicht. Hier spiegelt sich das erreichte Wohlstanddenken wider, das es zu einer Selbstverständlichkeit macht, dass Reisen ein Stück Lebensqualität bedeutet. Es spiegelt auch die Akzeptanz von Genuss und Muße, die Aufgeschlossenheit, Selbständigkeit und Neugierde junger Menschen wider. Sie sind diejenigen, die am ehesten ad-hoc-Entscheidungen für Reisen fällen. Sie sind bereit, die preiswertesten Reiseangebote zu wählen und auf Komfort zu verzichten. Finanzielle Restriktionen gelten nicht als Grund, sich gegen größere Reisen zu entscheiden oder Destinationen in kurzer Entfernung zu wählen, notfalls wird auf Reisen gejobbt. Gern verbinden sie ihre Reisewünsche mit einem Bildungsanspruch (Sprachreisen, Sommerakademien) oder mit Praktika (Mitarbeit in Nationalparks weltweit, Entwicklungshilfe). Junge Menschen suchen im Reisen ihre Lebenserfahrungen zu bereichern, wobei sie Genuss und Muße selbstverständlich integrieren. Es sind vor allem die ganz jungen Menschen (unter 15 Jahre, 15 bis 18 Jahre), die Reiseerfahrungen (als „Einstieg“) bevorzugt im Inland suchen (Gruppenreisen).

Die Gruppe der über 65-Jährigen

Die über 65-Jährigen werden in ihrem Wertekanon stärker den veränderten Prägungen entsprechen, die sie während ihrer letzten Erwerbsphase erfuhren. Das heißt, Individualisierung, Entsolidarisierung, Angst vor Identitätsverlust, Authentizitätssuche, die widerstreitende Beziehung zur Medienüberflutung waren Teil ihres Lebens. Ihre Generation ist stärker als je zuvor gereist. Dabei stehen sich zwei gegenläufige Trends gegenüber: entweder wurde in vorangegangener Zeit so viel gereist, dass eine Art

Reisemüdigkeit (man hat schon „alles“ gesehen) entsteht, die bei gesundheitlichen Problemen und finanziellen Einschränkungen die Reisehäufigkeit stark reduziert bzw. auf bequeme Angebote in kurzer Entfernung beschränkt, oder es entsteht ein Nachholbedarf bzw. ein neuer Schub an Reisefreudigkeit. Der soll zum einen das ausgleichen, was in dieser Lebensphase öfter als Mangel empfunden wird: eine nachlassende Leistungskraft und Fitness, zu wenig Kommunikationsmöglichkeiten und ein eingeschränkter Erlebnisraum im Alltag. Zum anderen soll er den bisher vernachlässigten Interessen dienen: Hobbys aller Art, Bildungsinteressen, Kulturerlebnisse, teilweise auch Selbstfindung und Besinnung. Beschränkungen entstehen aus den objektiven Bedingungen heraus, das sind die finanziellen Spielräume und die gesundheitliche Verfassung. Gerade bei dieser Altersgruppe wird deutlich, dass die gewachsene Multioptionalität zum Tragen kommt, wobei sich die Präferenzen gegenüber den Jüngeren unterscheiden. Was in dieser Zielgruppe stärker wirksam wird, ist die Zunahme der Optionen durch eine zunehmende Informationskompetenz (z. B. Auffindung von Informationen über Urlaubskurse für Hobbys, Ausstellungstermine in London usw.) und durch die gefühlte Verjüngung der Älteren (70-Jährige besteigen den Kilimandscharo). Damit verlieren gerade bei Älteren einzelne Marktsegmente zugunsten einer größeren Vielfalt. Andererseits gewinnen Marktsegmente, weil zu den Jüngeren die Älteren als Zielgruppe hinzukommen.

Die anderen Präferenzen der Älteren ergeben sich aus den Einschränkungen bzw. veränderten Bedürfnissen des Alters (Wandern statt hyperaktive Sportarten, Hausboot anstatt Kanu, Naturnähe und Ruhe anstatt volle Strände, Kur im Urlaub [„Kurlaub“] anstatt Beauty-Wellness). Sie sind dabei weniger bereit, auf Komfort zu verzichten. Bequemlichkeit wird wichtiger (kurze Reiseentfernung, gesicherte und gute Versorgung usw.). Bewährtes wird wichtiger, je älter sie sind. Sicherheit wird wichtiger, Alter fördert das Gefühl von Schutzlosigkeit. Die über 65-Jährigen kompensieren ein reduziertes Kommunikationsnetzwerk durch ihr Ausscheiden aus dem Erwerbsleben gern durch Gruppenbildung zwecks Freizeitverwendung und Reisen, allerdings nur, wenn keine Abstriche an Bequemlichkeit, Rücksicht und freier Entscheidung über die Gestaltungsmöglichkeiten gemacht werden müssen.

Zu unterscheiden ist zwischen denjenigen mit finanziellen Spielräumen und höherer Bildung und denen, die stark rechnen müssen und aus einfacheren Milieus kommen. Letztere orientieren sich mehr auf Gruppenreisen, auf Pauschalreisen, durchorganisierte Programmreisen und kostengünstige bequeme Verkehrsmittel (Bus). Die ersteren sind stärker individualisiert, nutzen mehr das Flugzeug oder den PKW und werden neben den Jüngeren stärker als Selbstorganisierer von Reisen – auch über das Internet – in Erscheinung treten. Diese Gruppe legt besonders viel Wert auf Komfort, gutes Essen, schönes Ambiente usw. Sie nutzt allerdings das Spektrum im Beherbergungsgewerbe stärker aus (z.B. Agrotourismus, Ferienhäuser usw.), obwohl alle älteren Zielgruppen Hotels, aber auch Gasthöfe als Unterkunft bevorzugen.

6.4 Auswahl der Beispielregionen

Die Auswahl beschränkte sich auf ländliche Regionen der neuen Bundesländer:

Tabelle 111: Kreise mit ländlicher Prägung in Ostdeutschland

Mecklenburg-Vorpommern	Brandenburg	Sachsen-Anhalt	Sachsen	Thüringen
<ul style="list-style-type: none"> • Bad Doberan • Güstrow • Ludwigslust • Neubrandenburg • Nordwestmecklenburg • Parchim • Uecker-Randow • Ostvorpommern • Nordvorpommern • Rügen • Mecklenburg-Strelitz • Müritz • Demmin • Schwerin • Greifswald • Stralsund • Wismar 	<ul style="list-style-type: none"> • Oder-Spree • Dahme-Spreewald • Teltow-Fläming • Potsdam-Mittelmark • Havelland • Oberhavel • Ostprignitz-Ruppin • Prignitz • Uckermark • Barnim • Brandenburg • Frankfurt 	<ul style="list-style-type: none"> • Altmarkkreis-Salzwedel • Stendal • Jerichower Land • Ohrekreis • Bördekreis • Wernigerode • Halberstadt • Saalekreis • Köthen • Bernburg • Bitterfeld • Dessau • Wittenberg • Anhalt-Zerbst • Sangerhausen • Elbe-Elster 	<ul style="list-style-type: none"> • Niederschlesischer Oberlausitzkreis • Görlitz • Torgau • Oschatz • Muldentalkreis • Delitzsch 	<ul style="list-style-type: none"> • Saale-Orla Kreis • Saalfeld Rudolfstadt • Holzlandkreis • Burgenlandkreis • Sömmerda • Ilm-Kreis • Sonneberg • Hildburghausen • Schmalkalden Meiningen • Wartburgkreis • Unstrut-Hanich Kreis • Kyffhäuserkreis • Eichsfeld • Nordhausen • Suhl

Quelle: eigene Zusammenstellung auf Basis der Kreistypisierung INKAR; BBR 2004

Diese Regionen wurden für die Auswahl mit dem Gewässernetz überlagert:

Tabelle 112 Wassertouristische Regionen in Ostdeutschland und ihre wassertouristische Eignung

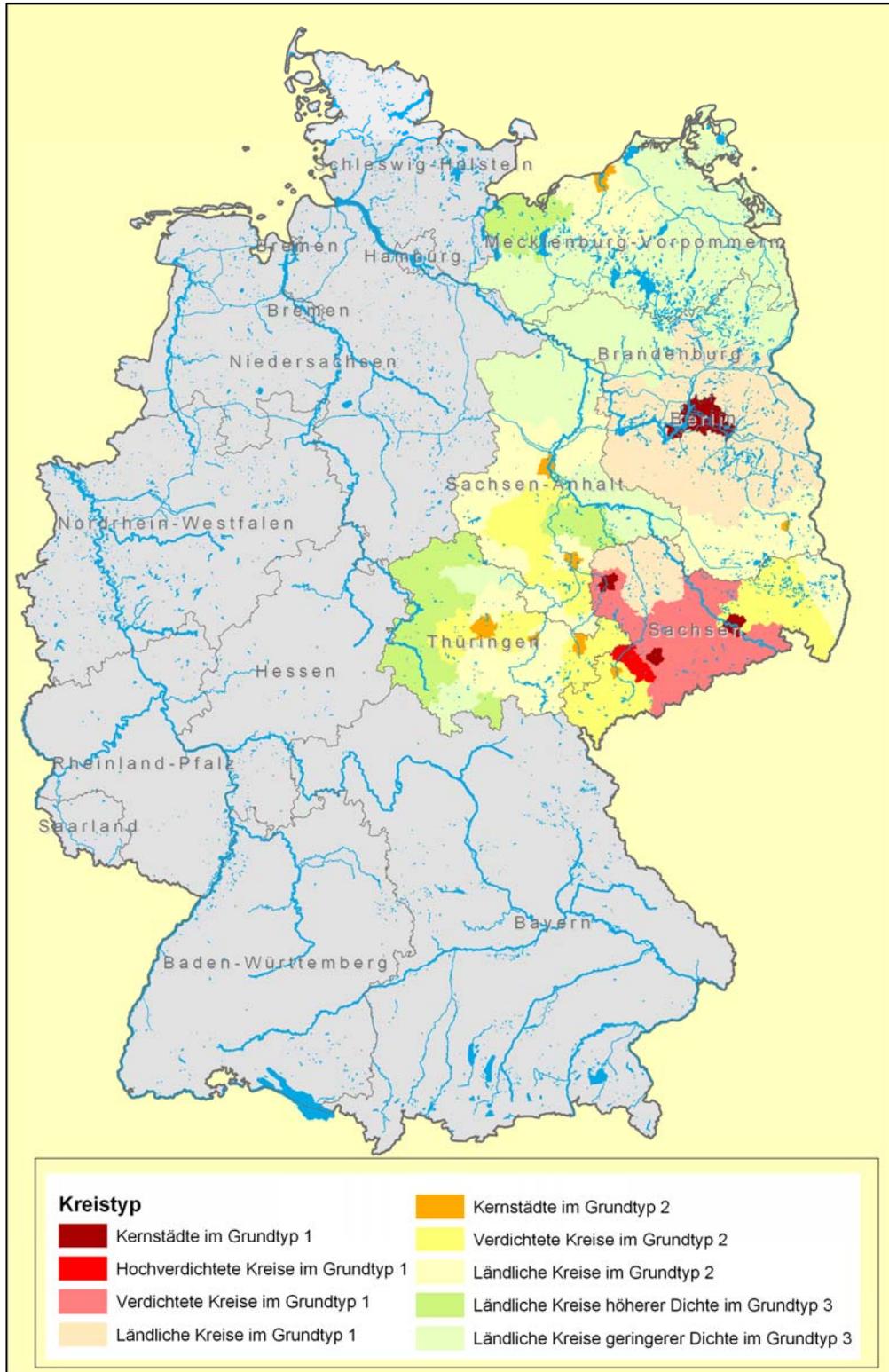
Bundesland	Nr. in der Abbildung	Revier	Wassertouristische besonders geeignet für:
Mecklenburg-Vorpommern	1	Ostseeküste	Segeln, Motorboot, Surfen, Hochseekreuzfahrt, Fahrgastschiffahrt, Angeln, (außerdem: Hansesail)
	2	Schweriner Seengebiet	Segeln, Motorboot, Angeln, Fahrgastschiffahrt
	3	Warnow	Kanu, Paddeln
	4/5/6	Uecker, Tollense Trebel	Kanu, Paddeln
	7	Mecklenburgische Seenplatte / Müritz	Kanu, Paddeln, Motorboot, Segeln, Surfen, Fahrgastschiffahrt, Angeln, Wasserski (außerdem: Müritzsail)
	8	Peene Flusstalandschaft	Motorboot, Kanu, Paddeln
Brandenburg	9	Spree-Oder-WS	Motorboot, Flusskreuzfahrt
	10	Dahme und Obere Spree	Motorboot, Kanu, Paddeln,
	11/12	Untere und Obere Havel-WS	Motorboot, Kanu, Paddeln, Flusskreuzfahrt, Wasserski (Unter Havel)
	13	Ruppiner Gewässer	Motorboot, Kanu, Paddeln, Angeln
	14	Oder	Motorboot, Flusskreuzfahrt
Berlin	15	Spreewald	Traditionsschiffahrt, Kanu
	16	Berliner Gewässer	Motorboot, Segeln, Fahrgastschiffahrt
Sachsen-Anhalt	17	Elbe	Motorboot, Flusskreuzfahrt
	18	Havel, Mittellandkanal	Motorboot, Flusskreuzfahrt
	19	Unstrut	Kanu, Paddeln
	20	Saale	Kanu, Paddeln, Motorboot, Traditionsschiffahrt
	21	Talsperren (u.a. Rappbode)	Kanu, Paddeln
Sachsen	22	Elbe	Motorboot, Flusskreuzfahrt
	23	Mulde	Kanu, Paddeln
	24	Spree und Lausitzer Seenkette	Kanu, Paddeln
Thüringen	25	Saale, Unstrut	Kanu, Paddeln, Traditionsschiffahrt
	26	Werra	Kanu, Paddeln
	27	Talsperren (u.a. Bleiloch)	Paddeln, Kanu

Quelle: eigene Zusammenstellung (Anmerkung: Berlin ist der Vollständigkeit halber mit aufgeführt worden)

Für die Untersuchung wurden hieraus 3 Reviere ausgewählt und dabei z.T. weiter räumlich eingegrenzt:

1. Mecklenburgische Seenplatte
2. Havelgewässer
3. Elbe und weitere Fließgewässer Sachsen- Anhalts (Blaues Band).

Abbildung 37: Siedlungsstrukturelle Kreistypen Ostdeutschlands vor dem Hintergrund des Gewässernetzes



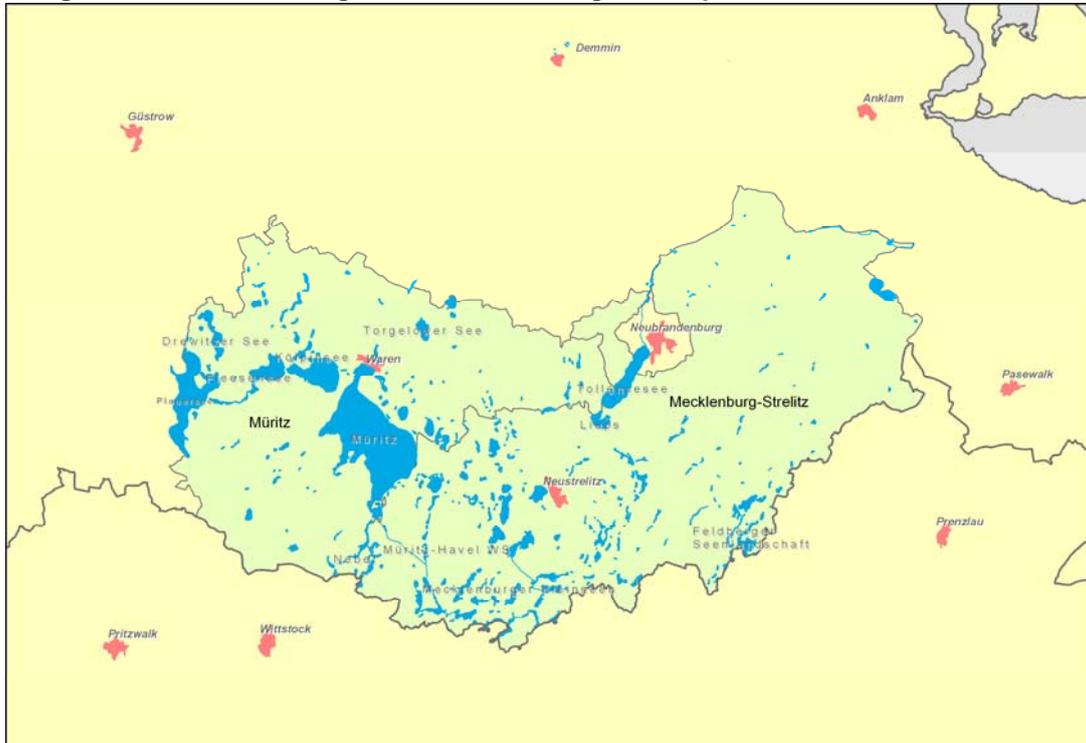
Quelle: BBR, INKAR 2004, eigene Grafik

In den neuen Bundesländern können 27 wassertouristische Regionen unterschieden werden, deren Angebotsprofile die folgende Übersicht zeigt:

6.5 Ergänzende Daten zu den Beispielregionen

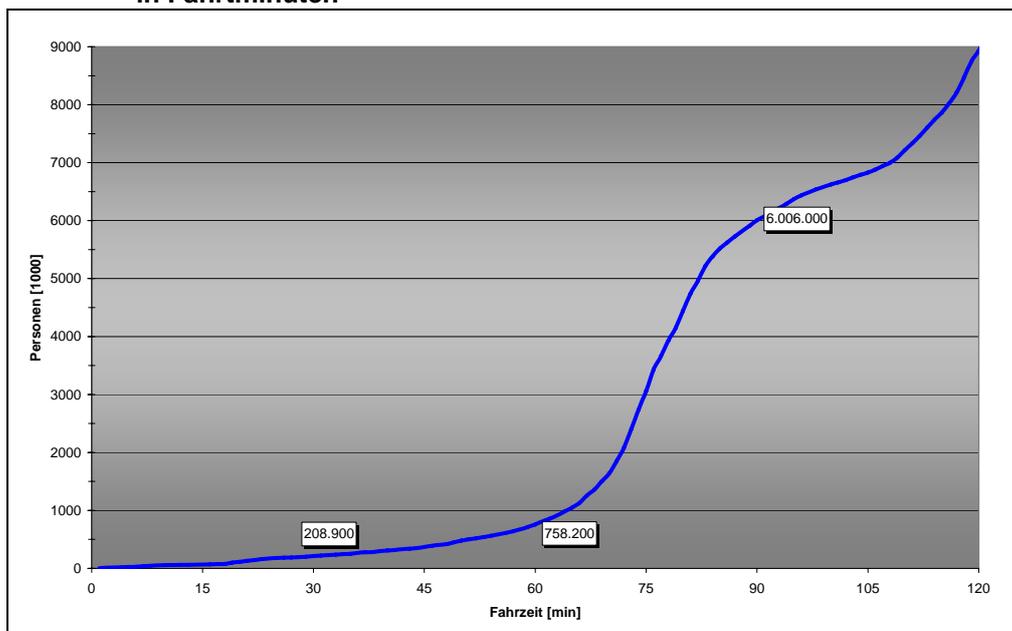
6.5.1 Mecklenburgische Seenplatte

Abbildung 38: Untersuchungsraum Mecklenburger Seenplatte.



Quelle: eigene Grafik

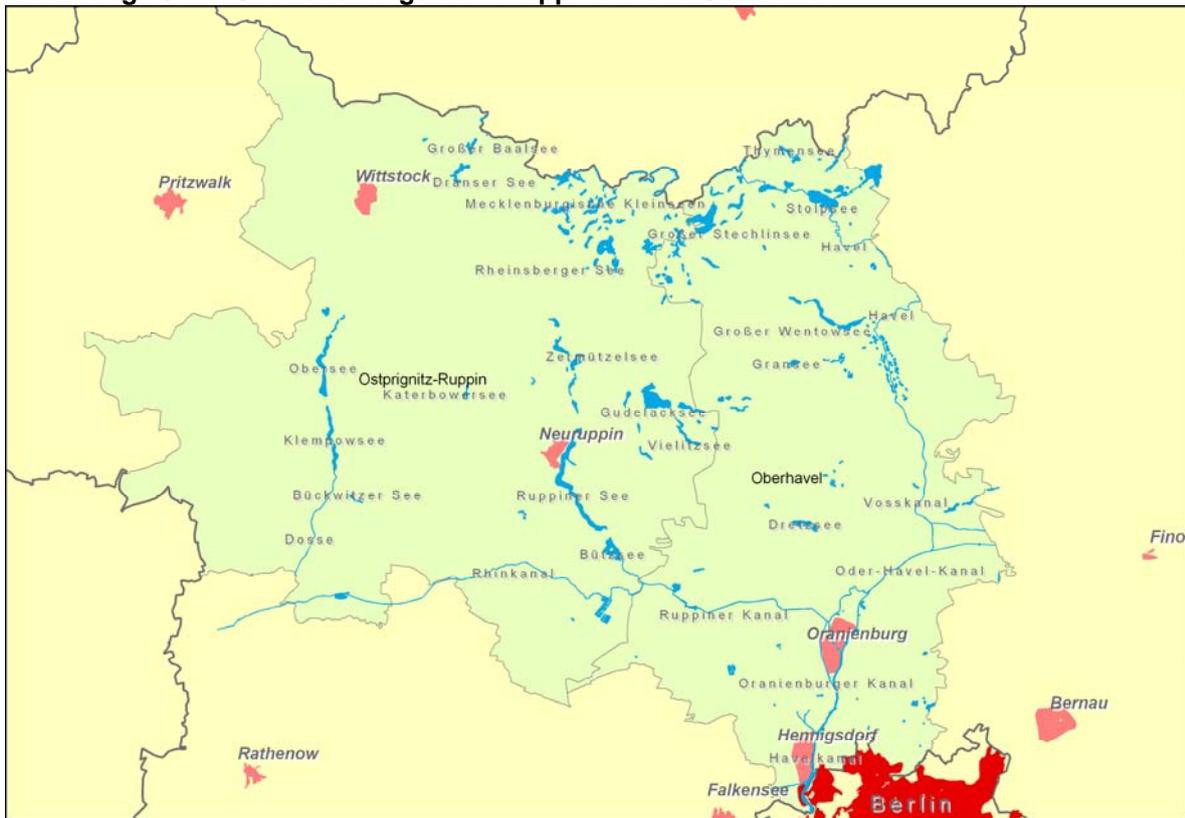
Abbildung 39: Bevölkerungspotenzial im Einzugsbereich der Mecklenburgischen Seenplatte in Fahrtminuten



Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

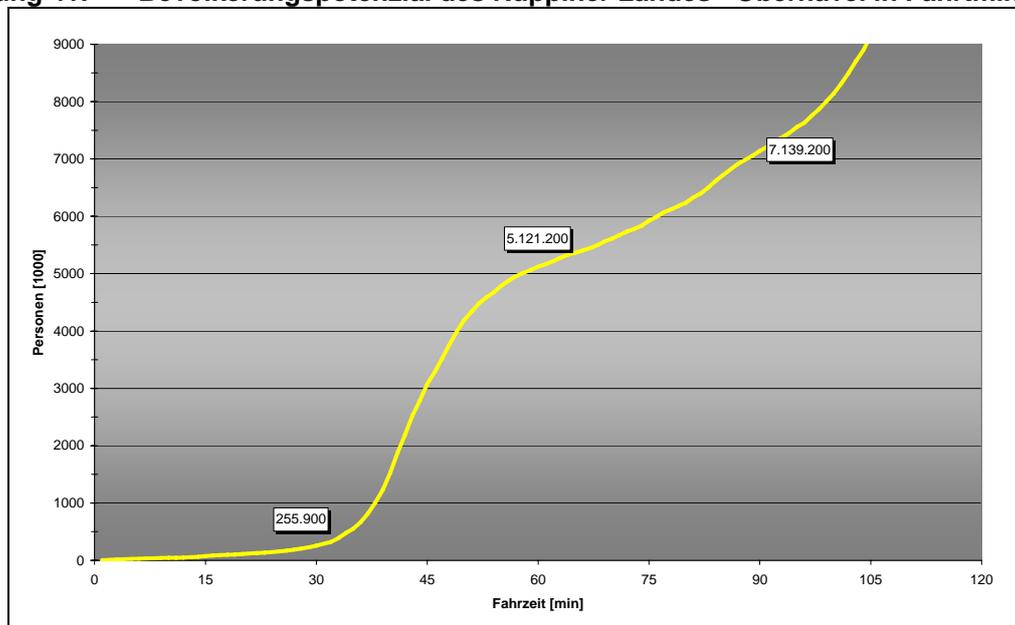
6.5.2 Ruppiner Land Oberhavel

Abbildung 40: Untersuchungsraum Ruppiner Land Oberhavel



Quelle: eigene Grafik

Abbildung 41: Bevölkerungspotenzial des Ruppiner Landes - Oberhavel in Fahrtminuten



Quelle: PLANCO, eigene Bearbeitung

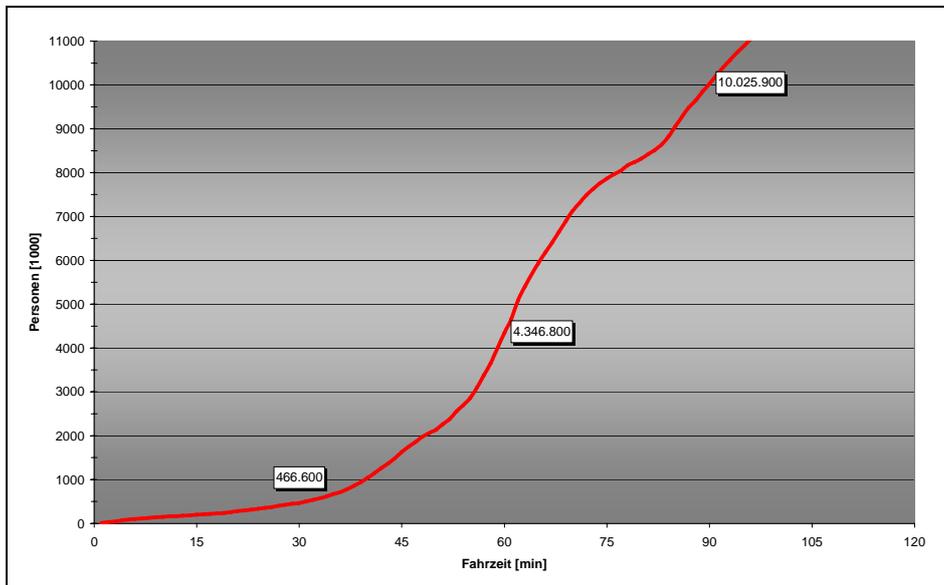
6.5.3 Mittlere Elbe

Abbildung 42: Untersuchungsraum Mittlere Elbe



Quelle: eigene Grafik

Abbildung 43: Bevölkerungspotenzial des Raumes Mittelelbe in Fahrtminuten



Quelle: PLANCO, eigene Bearbeitung

6.6 Volumen des Wassertourismus in den Beispielregionen

6.6.1 Mecklenburgische Seenplatte

6.6.1.1 Kanu- und Paddeltourismus

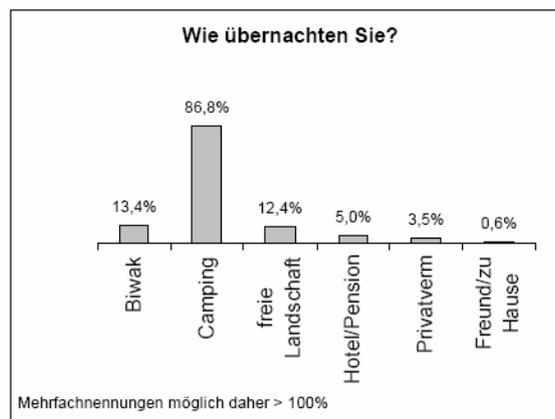
Kanu- und Paddeltourismus wird in der Untersuchungsregion vor allem in der Kleinseenplatte betrieben. Die Mecklenburgischen Oberseen eignen sich aufgrund ihrer sehr großen Wasserflächen deutlich weniger zum Wasserwandern im muskelbetriebenen Boot. Die Kleinseenplatte liegt in der Untersuchungsregion Mecklenburg-Vorpommerns vollständig im Kreis Mecklenburg-Strelitz. Auf dieser Basis lässt sich der Untersuchungsraum zunächst auf nur eine administrative Ebene herunterbrechen.

Da es sich bei der Kleinseenplatte um ein weit verzweigtes Netz aus kleinen Seen und Flüssen handelt, welches über verschiedene Wege durchquert werden kann, ist die Ermittlung der Zahl an Kanutouristen über die Methode der Zählung nicht möglich. Zwar sind stellenweise Zählstellen (im Müritz-Nationalpark) eingerichtet worden. Diese geben aber keinen Anhaltspunkt für die genaue Bezifferung der Kanutouristen, da Sie lediglich per Lichtschranke die Anzahl der Boote an einer bestimmten Stelle im Revier zählen, weiträumige Bereiche jedoch nicht berücksichtigen. Darüber hinaus lässt sich durch diese Methode weder die Zahl des Bootsbesatzes ermitteln, noch erhält man Auskünfte darüber, ob es sich um Eintages- oder Mehrtagestouristen handelt. Auch Doppelzählungen lassen sich nicht vermeiden.

Schleusenstatistiken bergen die gleichen Nachteile. Alle Schleusen ermitteln zwar die Zahl der Sportboote nach Richtung und Jahreszeit. Sie unterscheiden jedoch in der Regel nicht zwischen muskel- und motorbetriebenen Booten, beziffern keinen Bootsbesatz und berücksichtigen keine Doppelzählungen. Gerade Tagestouristen, die mit einem geliehenen Boot unterwegs sind, durchqueren auf ihrer Route entweder gar keine Schleuse, oder sie passieren eine Schleuse mindestens zweimal (auf Hin- und Rückweg). Dies sind die Gründe warum Schleusenstatistiken und Lichtschranken nicht dazu benutzt werden, Größenordnungen von Bootstouristen zu beziffern. Stattdessen verzerren sie das Bild und lassen keine Quantifizierungen sondern höchstens nur Näherungswerte zu.

Die Zahl der Kanu- und Paddeltouristen muss folglich durch andere Methoden ermittelt werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt liefern regionale Befragungen sowie deutschlandweite Studien zum Kanutourismus. Daraus geht hervor, dass Kanu- und Paddeltouristen zu über 80 % auf Campingplätzen übernachten:

Abbildung 44: Übernachtungen von Kanutouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte



Quelle: IUGR, 2005

Die Bedeutung des Campingplatzes als prädestinierte Übernachtungsform für Kanu- und Paddeltouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte wird dadurch unterstrichen, dass fast alle Campingplätze des Kreises Mecklenburg-Strelitz Wasserzugang haben. Basierend auf einer telefonischen Befragung der Campingplätze der Mecklenburgischen Kleinseenplatte schätzen die Betreiber, dass, ca. 20 % der

Übernachtungen pro Jahr, durch Kanutouristen generierte werden. Im Kreis Müritz liegt der Übernachtungsanteil demgegenüber bei <5 %.⁷⁸

Aus der offiziellen Statistik können die Übernachtungszahlen auf Campingplätzen für die administrative Ebene der Kreise entnommen werden. Demnach lässt sich für die Mecklenburgische Seenplatte auf der Basis der amtlichen Statistik eine Schätzung der Übernachtungszahlen an Kanuten und Paddlern vornehmen. Diese bedarf jedoch einer wichtigen Modifizierung. Es wurde bereits darauf eingegangen, dass die amtliche Beherbergungsstatistik in der Campingbranche lediglich als gute Datengrundlage dient. Allerdings ist ebenso bekannt, dass dort nicht die gesamte Campingnachfrage abgebildet wird. Die vom Deutschen Tourismusverband im Jahre 2004 veröffentlichten Studie: „Wirtschaftsfaktor- Campingtourismus in Deutschland“ ermittelt für Mecklenburg-Vorpommern eine Quote von 1,86 realen Übernachtungen pro Campingübernachtung der amtlichen Statistik. Dieser Faktor wird auch bei der Ermittlung der Kanutouristen auf Campingplätzen der Mecklenburgischen Seenplatte verwendet.

Weiterhin ist es wichtig, die Aufenthaltsdauer von Kanutouristen zu ermitteln. Deutschlandweit wird davon ausgegangen, dass Kanutourismus mehrheitlich Tagestourismus ist. Gemäß der aktuellen deutschen Studie des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (Hrsg.), wird davon ausgegangen, dass pro Übernachtungstour 4,5 Tagestouren durchgeführt werden.⁷⁹ Für die Mecklenburgische Seenplatte ist dieser Faktor nicht zu bestätigen. Befragungen in der Region zufolge sind deutlich unter 10 % der Kanuwanderer auf Tagetouren unterwegs. Ca. 90 % der Wasserwanderer in muskelbetriebenen Booten befinden sich auf Mehrtagestouren.⁸⁰ Da diese Befragungen jedoch zumeist an Feiertagen, oder Wochenenden durchgeführt wurden, musste das Verhältnis dem deutschlandweiten Trend etwas angeglichen werden. Im Rahmen dieses Gutachtens wird daher davon ausgegangen, dass ca. 30 % aller Kanufahrten in der Region Tagesreisen sind. Durchschnittlich kann davon ausgegangen werden, dass eine Mehrtagestour in der Mecklenburgischen Seenplatte aus 3 Übernachtungen besteht.

Kanutouristen sind zumeist in der Gruppe unterwegs. Dies ist auch für die Mecklenburgische Seenplatte zu registrieren. Bei einem durchschnittlichen Bootsbesatz von 2 Personen reisen über 85 % der Paddler in Gruppen von mehr als zwei Personen. Paare sind etwa zu 12 % unterwegs.

Von Bedeutung, auch in Bezug auf die Ermittlung von Beschäftigungseffekten, ist schließlich die Frage nach dem Bootseigentum. Auch in diesem Zusammenhang ordnet sich die Mecklenburgische Seenplatte nicht ganz dem deutschlandweit registrierten Verhältnis unter. So konnte herausgefunden werden, dass ca. 55 % der Paddler und Kanuten im Untersuchungsraum mit geliehenen Booten unterwegs sind, während deutschlandweit fast exakt dieser Anteil für eigene Boote nachgewiesen wurde.⁸¹

Das kanutouristische Nachfragevolumen in der Mecklenburgischen Seenplatte ist der folgenden Übersicht zu entnehmen.

⁷⁸ Befragung wurde durch PLANCO im September 2005 durchgeführt)

⁷⁹ Lorenz Tourismusberatung, 2005

⁸⁰ IUGR, 2005 S.7

⁸¹ Lorenz Tourismusberatung, 2005

Tabelle 113: Kanutouristisches Nachfragevolumen in der Mecklenburgischen Seenplatte im Jahr 2004

Erläuterung	Anzahl
Zahl der Kanubootsübernachtungen auf Mehrtagesfahrten im eigenen Boot	81.214
Zahl der Kanubootsübernachtungen auf Mehrtagesfahrten im geliehenem Boot	99.261
Zahl der Kanutagestouristen mit eigenem Boot	8.121
Zahl der Kanutagestouristen mit geliehenem Boot	9.926
SUMME der Bootsübernachtungen und Tagesfahrten durch Kanutouristen	198.523

Quelle: PLANCO, eigene Berechnungen

An einem Spitzentag in der Hauptsaison (Wochenende/ gutes Wetter) sind etwa 3.600 Kanuboote in der Region Mecklenburgische Seenplatte in den Kreisen Mecklenburg-Strelitz und Müritz unterwegs. In den Hauptsommermonaten Juli und August entspricht dies ca. 73.600 Kanutagen in der Region.

6.6.1.2 Motor- und Segelbootstourismus

Für die folgenden Schätzungen wird dieses Marktsegment wie folgt unterteilt:

1. Hausboots- und Charterbootstourismus: Touristen, die von überregional anreisen und sich für eine bestimmte Zeit ein Boot chartern.
2. Segel- und Motorbootstourismus von nichteinheimischen Wassersportlern, die ihren Dauerliegeplatz in der Mecklenburgischen Seenplatte haben.
3. Motorbootstourismus von Wassersportlern, die auf dem Wasserweg mit dem eigenen oder gecharterten Boot von außerhalb in die Region anreisen.
4. Motorbootstourismus von Wassersportlern, die auf dem Landweg anreisen und ihr Boot per Kran, Trailer oder Slip in der Region zu Wasser lassen.

Über die letztgenannte Gruppe gibt es keine Anhaltspunkte. Da das Revier auch überregional auf verschiedenen Wasserwegen per Boot angefahren werden kann, dürfte das Ausmaß dieser Gruppe jedoch sehr gering sein. Sie wird im Folgenden nicht berücksichtigt.

6.6.1.2.1 Hausboot- und Chartertourismus

Dieses wassertouristische Segment hat in der Mecklenburgischen Seenplatte neben dem Kanutourismus die größte Bedeutung. Vielen überregionalen Wassertouristen ist die Anfahrt mit dem eigenen Boot über die Kanäle und Wasserwege zu lang. Sie fahren stattdessen in die Region und mieten sich vor Ort ein Hausboot, um ihren Urlaub auf den Gewässern der Mecklenburgischen Seenplatte zu verbringen. Hausbootstourismus ist in der Mecklenburgischen Seenplatte seit 2001 auch ohne Bootsführerschein per Charterbescheinigung möglich. Bei der Anreise mit dem eigenen Boot aus überregionalen Revieren müssen demgegenüber führerscheinpflichtige Wasserwege durchquert werden.

Allein in der bei Touristen beliebten Broschüre „Ihr Lotse“, die u.a. vom Regionalen Tourismusverbandes Mecklenburgische Seenplatte herausgegeben wird, inserieren mehr als 35 Motorboot-Vercharterer innerhalb und entlang der Zufahrtswasserwege in die Mecklenburgische Seenplatte.

Zum Bootsbestand der Unternehmen sind jedoch keine statistischen Angaben erhältlich. Ein alternativer Ausgangspunkt wäre die Zählung der Liegeplätze von Charterbooten. Für die Seeküste Mecklenburg-Vorpommerns liegen derartige Daten vor, nicht jedoch für die Mecklenburgische Seenplatte.

Die folgenden Schätzungen von PLANCO stützen sich u.a. auf zahlreiche Gespräche mit Charterbootsunternehmen der Region (Angaben zum eigenen Bootsbestand sowie Schätzungen des Gesamtangebotes an Charterbooten in der Region) und auf ergänzende Internetrecherchen. Danach

kann der Bestand an Charterbooten in der gesamten Mecklenburgischen Seenplatte einschließlich des Nordbrandenburger Reviers auf etwa 550 Boote beziffert werden. Davon entfallen etwa 350 Boote auf die Mecklenburgischen Gewässer der Oberseen, Kleinseenplatte sowie der Müritz-Elde Wasserstraße und ca. 200 Boote auf das Nachbarrevier Ruppiner Land Oberhavel.

Die Charterunternehmen geben an, die Boote im Schnitt 20 Wochen im Jahr zu vermieten.⁸² Dies setzt eine Vollauslastung nicht nur in den beiden Sommermonaten sowie in der Vor- und Nachsaison zwischen Mai- Juni sowie im September voraus. Auch im Vergleich mit Angaben aus anderen Revieren erscheint diese Vermietungsdauer zu hoch angesetzt. Im Folgenden wird mit einer Vermietungsdauer von 17 Wochen gerechnet.

Geht man von im Mittel 4,5 Personen je Boot aus, so kann die Zahl der jährlichen Personenübernachtungen auf Haus- und anderer Charterbooten in der Seenplatte auf gut 195.000 geschätzt werden.

Tabelle 114: Übernachtungen auf Haus- und anderen Charterbooten in der Mecklenburgischen Seenplatte

Kennziffer	Anzahl
Angebot an Charterbooten in der Region	350
Bootstage je Charterboot p.a. (17 Wochen + 7 Tage)	119
Bootstage von Charterbooten aus der Mecklenburgischen Seenplatte insgesamt	41.650
Zuzüglich Bootstage von Charterbooten aus dem Nachbarrevier Ruppiner Land/Oberhavel	13.600
Abzüglich Bootstage von Charterbooten aus der Mecklenburgischen Seenplatte im Nachbarrevier Ruppiner Land/Oberhavel	11.900
Bootstage in der Mecklenburgischen Seenplatte insgesamt	43.350
Personen pro Boot	4,5
Summe der Personenübernachtungen	195.075

Quelle: eigene Berechnungen (PLANCO)

6.6.1.2.2 Segel- und Motorboottourismus auswärtiger Dauerlieger

Wassertouristen, die aus anderen Regionen in der Mecklenburgischen Seenplatte einen Dauerliegeplatz für ihr Boot mieten, stellen eine wichtige Einkommensquelle in der Wassertourismusbranche dar. Die Einnahmen aus dem Betrieb von Sportboothäfen hängen maßgeblich von der Anzahl der fest vermieteten Dauerliegeplätze ab. In der Mecklenburgischen Seenplatte ist weder die Zahl der angebotenen Dauerliegeplätze bekannt, noch diejenige der tatsächlich vermieteten. Somit waren auch hier umfassende Schätzungen erforderlich, die sich wesentlich auf Gespräche mit Experten vor Ort stützen.

Für die Schätzung der Dauerliegeplätze in der Mecklenburgischen Seenplatte standen zwei Grundlagematerialien mit unterschiedlicher Aktualität und räumlichem Bezug zur Verfügung:

- Standortkonzept für Wassersportanlagen an Binnengewässern Mecklenburg-Vorpommern⁸³
- Ufernutzungskonzeption Landkreis Müritz⁸⁴.

Das letztgenannte Gutachten enthält für einen Teilraum der Mecklenburgischen Seenplatte aktuelle Zahlen über das Angebot an Dauerliegeplätzen. Für die übrigen Teilräume erfolgten Hochrechnungen auf Basis des Gutachtens aus 1997.

⁸² Telefonat mit Kuhnle-Tours, September 2005

⁸³ Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Umwelt M-V, 1997 (Bearbeitung: PLANCO Consulting GmbH)

⁸⁴ noch unveröffentlicht, Veröff. vorr. 2006 durch Kreis Müritz

Demnach beläuft sich die Zahl der Dauerliegeplätze in der Mecklenburgischen Seenplatte auf ca. 3.400.

Schwieriger gestaltet sich die Schätzung des Anteils an überregionalen Dauerliegern. In Küstenrevieren liegt der Anteil überregionaler Dauerlieger an allen Dauerliegeplätzen bei etwa 40 %. Gespräche vor Ort mit Hafенbetreibern und Revierkundigen ergaben für die Mecklenburgische Seenplatte deutlich geringe Anteile. So ist die Zahl der privat geführten Häfen, die hauptsächlich für Dauerlieger infrage kommen, in der Untersuchungsregion nur gering. Überwiegend werden die Häfen durch einheimische Vereine sowie Kommunen und Campingplätze betrieben, die vorwiegend von Einheimischen genutzt werden. Auswärtige Dauerlieger, die vor allem aus bevölkerungsreichen Räumen wie Berlin oder Leipzig-Halle kommen, legen ihr Boot eher in Reviere, die sich grundlegend von denen vor der eigenen Haustür unterscheiden, also z. B. Reviere an der Seeküste. Schließlich ist die Seenplatte aus dem Berliner Raum gut per Boot zu erreichen, ein Besuch der Region setzt daher nicht unbedingt die Verlagerung des Dauerliegeplatzes voraus.

Der Anteil der auswärtigen Dauerlieger an allen Dauerliegern in der Mecklenburgischen Seenplatte wird demnach auf unter 5 % geschätzt (absolut etwa 100 überregionale Dauerlieger).

Für die Nutzungsintensität von Dauerliegern gibt es einige empirische Hinweise.⁸⁵ Sie ist in Küstenrevieren etwas geringer als bei Binnengewässern. Im Schnitt verbringen auswärtige Dauerlieger etwa 25 Tage im Jahr auf ihrem Boot. Bei einem durchschnittlichen Bootsbesatz von 2,3 Personen kommt die Mecklenburgische Seenplatte auf ca. 5.750 Bootsübernachtungen durch auswärtige Dauerlieger.

Tabelle 115: Bootsübernachtungen auswärtiger Dauerlieger in der Mecklenburgischen Seenplatte

Liegeplätze	100
Tage auf dem Boot pro Jahr	25
Gäste pro Boot	2,3
Summe Bootsübernachtungen	5.750

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

6.6.1.2.3 Motorboottourismus von Wassersportlern, die mit dem eigenen oder gecharterten Boot in die Region anreisen

Bootstouristen reisen mit dem eigenen oder gecharterten Boot über die Müritz-Elde-Wasserstraße aus westlicher Richtung sowie über die Oberhavel aus südlicher Richtung in die Mecklenburgische Seenplatte.

Basis der folgenden Schätzungen sind die Schleusenstatistiken der Wasser- und Schifffahrtsämter. Hierzu wurden richtungsspezifische Statistiken der jeweiligen Eingangsschleusen der Region aus südlicher sowie westlicher Richtung ausgewertet und der Anteil der muskelbetriebenen Boote herausgerechnet.

Eingangsschleusen für die Mecklenburgische Seenplatte sind die Schleusen Plau sowie Zehdenick. Da sich die letztgenannte Schleuse bereits im brandenburgischen Abschnitt des Untersuchungsraumes Ruppiner Land/Oberhavel befindet, wurden die geschätzten Bootsübernachtungen abgezogen, die noch im brandenburgischen Bereich der Mecklenburgischen Seenplatte erfolgen. Das gleiche Verfahren wurde für die umgekehrte Richtung angewandt. Bei dieser Berechnung wurde davon ausgegangen, dass der Wassertourist, der mit dem eigenen Boot anreist, die Mecklenburgische Seenplat-

⁸⁵ vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Umwelt Mecklenburg-Vorpommern, Standortkonzept für Bootshäfen an der Ostseeküste von Mecklenburg-Vorpommern, 2004 (Bearbeitung: PLANCO Consulting GmbH)

te als Gesamtrevier besucht und daher sowohl Tage im kleineren brandenburgischen sowie im größeren mecklenburgischen Teilrevier verbringt.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Region überschreitet i.d.R. eine Woche nicht.

Das Ergebnis der Schätzungen zeigt die folgende Tabelle.

Tabelle 116: Bootsübernachtungen von Bootstouristen, die von außerhalb in die Mecklenburgische Seenplatte mit dem eigenen oder gecharterten Boot angereist sind

Mit dem eigenen Boot auf dem Wasser angereiste Verkehre	Anzahl
Bootsschleusungen eingehender Sportboote*	6.500
Abzüglich Kanuboote	975
verbleibende Boote mit Übernachtungen in der Region	5.525
darunter: Charterboote (ohne Charterboote aus dem Ruppiner Land) **)	20 %
Übernachtungstage pro Boot in der Region	3-4
Personen pro eigenes Boot (80 %)	2,3
Personen pro Charterboot (20 %)	4,5
Personenübernachtungen	53.372

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

*Schleusen Plau und Zehdenick 2004;

** für Einreisende aus Richtung Berlin 3, für Einreisende aus Richtung Westen 4; Einreisende aus dem Nachbarrevier Ruppiner Land/Oberhavel sind bereits in Tabelle 114 berücksichtigt

6.6.1.2.4 Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung auf eigenen Booten

Die Ermittlung von Beschäftigungseffekten, die durch Tagesausflüge der Bevölkerung im Tagesgästeinzugsbereich der Region generiert werden, ist wesentlicher Bestandteil dieser Untersuchung. Auch Boatsausflüge, die zumeist an Wochenenden, mit dem eigenen Boot unternommen werden, spielen in diesem Zusammenhang eine wesentliche Rolle. So werden im Zuge dieser Ausflüge ebenso Ausgaben getätigt, wie bei Tagesreisen anderer Segmente.

Für die Region der Mecklenburgischen Seenplatte ist von einem sehr hohen Boatsausflugaufkommen durch die lokale Bevölkerung auszugehen. Das Wassersportrevier verfügt über zahlreiche Marinas und Vereinshäfen, die eine geschätzte Zahl an Dauerliegeplätzen einheimischer Bootseigner von rund 3300 Liegeplätzen umfasst.⁸⁶ Befragungen zufolge verbringen Skipper ca. 50 Tage pro Jahr auf ihrem Boot.⁸⁷ Bei einem durchschnittlichen Bootsbesatz von 2,3 Personen, lässt sich ein jährliches Tagesausflugaufkommen auf Booten durch die lokale Bevölkerung von rund 380.000 Tagesausflügen ermitteln. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Zahl der Bootstagesausflüge durch die lokale Bevölkerung in der Realität noch höher, da nur boote erfasst sind, die sich in Steganlagen befinden. Ein nicht unerheblicher Anteil an Booten liegt jedoch außerhalb von Steganlagen an Ufern, Schilfgürteln, etc.

⁸⁶ geschätzt durch PLANCO auf Basis der Ufernutzungskonzeption LK Müritz (noch unveröffentlicht) sowie des Standortkonzept für Wassersportanlagen an Binnengewässern Mecklenburg-Vorpommern, 1997 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Umwelt Mecklenburg-Vorpommern (Hrsg.)

⁸⁷ PLANCO eigene Befragung

Tabelle 117: Geschätzte Zahl der Tagesbootsausflüge der Bevölkerung in der Region Mecklenburgischen Seenplatte auf eigenen Booten

	Anzahl
Dauerliegeplätze Einheimischer Bootseigner	3.300
Tagesausflüge pro Jahr (im Durchschnitt)	50
Bootsbesatz	2,3
Tagesausflüge (gerundet)	380.000

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

6.6.1.2.5 Fahrgastschifffahrt

Die zahlreichen Tourenmöglichkeiten über die Seen und Flüsse der Mecklenburgischen Seenplatte bieten auch für Fahrgastschifffahrt einen großen Anreiz. Wer nicht mit dem geliehen oder eigenen Boot die Wasserwelt erkundet, kann dies auf den zahlreichen Fahrgastschifffahrtstouren tun. Mit etwa 10 in der Region ansässigen Fahrgastschifffahrtsunternehmen ist die Anbietervielfalt beachtlich.⁸⁸ Zur Quantifizierung des Passagierolumens kann nicht auf Zahlen der Fahrgastschifffahrtsunternehmen zurückgegriffen. Aus diesem Grund waren auch in diesem Segment Schätzungen erforderlich.

Erster Anhaltspunkt sind Gästebefragungen in der Region. Auf die Frage, welchen Aktivitäten die Urlauber nachgehen, wenn Sie sich in der Region aufhalten, erwähnen ca. 5 % aller Befragten, dass sie während ihres Urlaubs mindestens einmal eine Fahrgastschifffahrt auf den Mecklenburger Klein- und Großseen unternehmen.⁸⁹ Die Saison der Fahrgastschifffahrt geht in der Regel von April/ Mai – September/ Oktober und wird neben dem Fahrplanverkehr durch zahlreiche Sonderfahrten in und außerhalb der Saison ergänzt. Erfahrungswerten zufolge, variiert die Auslastung zwischen den einzelnen Saisonphasen und Wochentagen sehr stark. PLANCO hat auf der Basis von Fahrplanrecherchen sowie Gesprächen mit Reedereien in der Untersuchungsregion und darüber hinaus Erfahrungswerte bei Fahrtenzahlen pro Tag, Woche und Schiff in Abhängigkeit des jeweiligen Saisonzeitpunktes sowie Wochentages unterschiedliche Auslastungsgrade angesetzt und auf diese Weise ein jährliches Aufkommen in der Region von rund 151.598 ermittelt. Zur Einfachheit der Zuordnung wurden Fahrgastschifffahrtsreisen als Tagesausflüge, unabhängig davon ob sie von Urlaubern oder lediglich Tagesreisenden vorgenommen werden.

6.6.2 Ruppiner Land/Oberhavel

Für die Ermittlung der durch Wassertouristen generierten Ausgabevolumina sowie Beschäftigungseffekte in der Region Ruppiner Land/Oberhavel sind die gleichen methodischen Herangehensweisen benutzt worden wie bei der Mecklenburgischen Seenplatte. Hauptgrund dafür war die ähnliche Struktur der beiden Reviere sowie deren gegenseitige Vernetzung. Die Eingangswerte für die Berechnungen wurden lediglich den regionalen Verhältnisse entsprechend angepasst.

⁸⁸ <www.mv-maritim.de> und <www.fahrgastschifffahrt-mecklenburgische-seenplatte.de>

⁸⁹ animare projektmanagement tourismus, 2003

6.6.2.1 Kanu- und Paddeltourismus

Tabelle 118: Kanutouristisches Nachfragevolumen im Ruppiner Land/Oberhavel 2004:

Erläuterung	Anzahl
Zahl der Kanubootsübernachtungen auf Mehrtagesfahrten im eigenen Boot	27.327
Zahl der Kanubootsübernachtungen auf Mehrtagesfahrten im geliehenem Boot	33.399
Zahl der Kanutagestouristen mit eigenem Boot	2.733
Zahl der Kanutagestouristen mit geliehenem Boot	3.340
SUMME der Bootsübernachtungen und Tagesfahrten durch Kanutouristen	66.799

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

6.6.2.2 Motor- und Segelbootstourismus

6.6.2.2.1 Hausboot und Chartertourismus

Tabelle 119: Bootsübernachtungen auf Haus- und anderen Charterbooten im Ruppiner Land/Oberhavel

Kennziffer	Anzahl
Angebot an Charterbooten	200
Bootstage bei einer durchschnittlichen Auslastung von 17/a	23.800
Zuzüglich Anteil an Bootsübernachtungen von Charterbooten aus der Mecklenburgischen Seenplatte	11.900
Abzüglich Anteil an Bootsübernachtungen in der Mecklenburgischen Seenplatte	13.600
Personen pro Boot	4,5
Summe der Bootsübernachtungen	99.450

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

6.6.2.2.2 Segel- und Motorbootstourismus auswärtiger Dauerlieger

Die Quantifizierung des Segel- und Motorbootstourismus auswärtiger Dauerlieger war im Ruppiner Land/Oberhavel besonders schwierig. Für dieses Revier lagen weder Statistiken zu Liegeplätzen vor, noch konnte auf anderweitige Untersuchungen oder Schätzungen zurückgegriffen werden. Aus diesem Grund hat PLANCO eine eigene Recherche der Hafenstruktural durchgeführt. Auf dieser Basis wird die Zahl der an auswärtige Dauerlieger vergebenen Plätze mit rund 150 Booten etwas höher angesetzt als in der Mecklenburgischen Seenplatte. Einerseits wird angenommen, dass die Nähe zum Quellmarkt Berlin im Ruppiner Land eine etwas größere Nachfrage bewirkt. Darüber hinaus gibt es im Untersuchungsraum private Hafenanlagen, wie v.a. das Rheinsberger Hafendorf aber auch die Marinas Wolfsbruch oder Zehdenick, die u.a. insbesondere die Zielgruppe der auswärtigen Dauerlieger ansprechen.

Auf dieser Basis wird geschätzt, dass ca. 8.600 Bootsübernachtungen in der Region pro Jahr durch auswärtige Dauerlieger getätigt werden, die ein Ausgabevolumen von rund 554.625 € induzieren.

Tabelle 120: Bootsübernachtungen auswärtiger Dauerlieger im Ruppiner Land/Oberhavel

Liegeplätze auswärtiger Dauerlieger geschätzt	150
Tage auf dem Boot	25
Gäste pro Boot	2,3
Summe Bootsübernachtungen	8.625

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

6.6.2.2.3 Motorboottourismus von Wassersportlern, die mit dem eigenen oder gecharterten Boot in die Region anreisen

Die Zahl der mit dem eigenen oder gecharterten Boot von außerhalb angereisten Touristen wird in ihrer Höhe ähnlich der für die Mecklenburgische Seenplatte angesetzt, wobei hier noch ein sehr kleiner Anteil an Bootstouristen berücksichtigt wird, die in Gewässern in Richtung Neuruppin fahren. Bei allen anderen Booten wird auch hier wieder davon ausgegangen, dass der Bootstourist auf seinem Törn durch die Seenplatte einen etwas größeren Anteil der Bootsübernachtungen im mecklenburgischen Teilrevier tätigt als im nordbrandenburgischen Bereich.

Tabelle 121: Bootsübernachtungen von Bootstouristen, die ins Ruppiner Land/Oberhavel mit dem eigenen oder gecharterten Boot angereist sind

Mit dem eigenen Boot auf dem Wasser angereiste Verkehre	Anzahl
Bootsschleusungen eingehender Sportboote*	6.700
Abzüglich Kanu-Boote	5.695
Anteil Charterboote (ohne Charterboote aus der Mecklenburgischen Seenplatte) **)	20 %
Übernachtungstage pro Boot in der Region	2-3
Personen pro Boot	2,3
Personen pro Charterboot	5
Bootsübernachtungen	36.358

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen (*Schleusen Plau, Zehdenick 2004, Hohenbruch 2002)

*Schleusen Plau und Zehdenick 2004;

** für Einreisende aus Richtung Berlin 3, für Einreisende aus Richtung Westen 2; Einreisende aus dem Nachbarrevier Mecklenburgische Seenplatte sind bereits in Tabelle 119 berücksichtigt

6.6.2.2.4 Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung auf eigenen Booten

Tabelle 122: Geschätzte Zahl der Tagesbootsausflüge der Bevölkerung in der Region Ruppiner Land/Oberhavel auf eigenen Booten

	Anzahl
Dauerliegeplätze Einheimischer Bootseigner	2.000
Tagesausflüge pro Jahr (im Durchschnitt)	50
Bootsbesatz	2,3
Tagesausflüge (gerundet)	230.000

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

6.6.2.3 Fahrgastschifffahrt

Es wurde die gleiche Methodik angewandt wie in der Mecklenburgischen Seenplatte. Auf dieser Basis kann für die Gewässer des Ruppiner Landes - Oberhavel ein Passagieraufkommen von jährlich ca. 90.284 Passagieren ermittelt werden.

6.6.3 Mittelelbe

6.6.3.1 Motorbootstourismus

6.6.3.1.1 Motorbootstourismus von Wassersportlern, die mit dem eigenen oder gecharterten Boot in die Region anreisen

Auch für den Bereich Mittelelbe lagen dem Gutachter keine genauen Angaben zu hinsichtlich Bootsübernachtungen durch Gäste oder Dauerlieger in der Region vor. Auch hier wurden auf Basis der Gästeplatzzahlen in der Region Schätzungen vorgenommen. Aufgrund der noch relativ geringen überregionalen Bekanntheit und Bedeutung der Region als Wassertourismusrevier wurden bei den insgesamt 10 Anlegern, die über Gästeplätze verfügen nur sehr vorsichtige Auslastungen von jährlich 10 % angenommen. Auf dieser Basis ist davon auszugehen, jährlich ca. 4.200 Bootsübernachtungen in der Region Mittelelbe stattfinden.

Tabelle 123 Bootsübernachtungen von Bootstouristen, die in den Raum Mittelelbe mit dem eigenen oder gecharterten Boot angereist sind

Liegeplätze gesamt	94
Saisontage	196
geschätzte Auslastung pro Jahr	10 %
Zahl der Boote	1.842
Boote Pro Tag	9,4
Gäste pro Tag bei durchschnittlichem Bootsbesatz von 2,3 Personen	22
Bootsübernachtungen pro Jahr	4.238

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Auswärtige Dauerlieger konnten in der Mittelelbe nicht registriert werden. Auch der Chartertourismus ist nicht entwickelt. Es gibt keinen Vercharterer in der Region.

6.6.3.1.2 Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung auf eigenen Booten

Tabelle 124: Geschätzte Zahl der Tagesbootsausflüge der Bevölkerung in der Region Mittelelbe auf eigenen Booten

	Anzahl
Dauerliegeplätze Einheimischer Bootseigner	140
Tagesausflüge pro Jahr (im Durchschnitt)	50
Bootsbesatz (in Personen)	2,3
Tagesausflüge (gerundet)	16.400

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

6.6.3.2 Fahrgastschifffahrt

Es wurde die gleiche Methodik angewandt wie in den beiden anderen Beispielregionen. Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass im Raum Mittelelbe jährlich ca. 14.566 Passagiere auf Fahrgastschiffen befördert werden.

6.6.3.3 Kreuzfahrtschiffahrt

An den Anlegestellen in der Mittelelbe legen jährlich einige Elbekreuzfahrtschiffe an. Die Größenordnung der Passagiere, die zu Landgängen die Schiffe verlassen, um den Raum Mittelelbe zu besichtigen, liegt Schätzungen zufolge bei ca. 5.000 Personen im Jahr.

6.7 Grundlagenschätzungen der aktuellen Ausgaben und Umsätze im Wassertourismus in den Beispielregionen

6.7.1 Mecklenburgische Seenplatte

Kanu- und Paddeltourismus

Die in verschiedenen Gutachten ermittelten durchschnittlichen Tagesausgaben von Kanutouristen betragen zwischen 20 € und 30 €

Tabelle 125: Bruttotagesausgaben von Kanutouristen pro Person

Gutachten / Befragung	Durchschnittlich ermittelte Ausgaben von Kanutouristen
Die Zukunft des Kanutourismus in Deutschland – Chancen und Risiken (Hrsg.: DKV & BMWA, 2005)	31,54 € (ohne Bootsmiete)
Entwicklungschancen des maritimen Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern, (Hrsg: WM M-V, 2000)	20 € (ohne Bootsmiete)*
Wassertouristenbefragung im Ruppiner Land** (Tourismusverband Ruppiner Land, 2004)	21,08 € (ohne Bootsmiete)

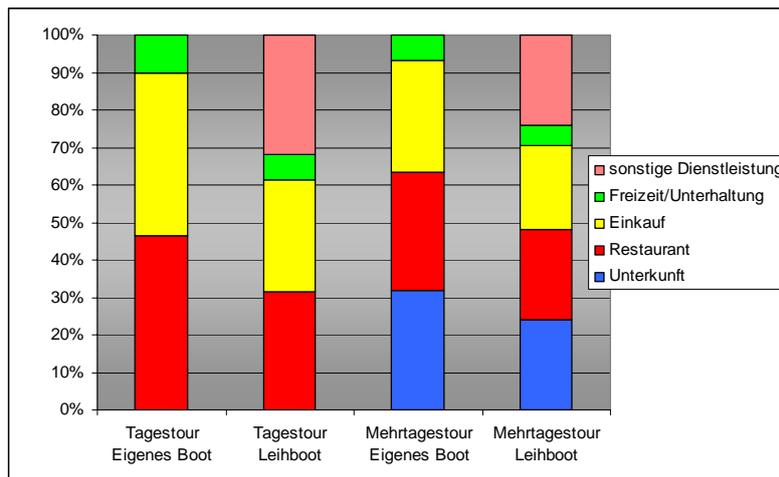
*hier wurden alle Wassertouristen insgesamt summiert (darunter aber großer Anteil an Kanutouristen)

** Befragung v.a. in den Regionen an der Grenze zum Bundesland M-V – daher auch für MV repräsentativ

Es wird im Folgenden von durchschnittlich 21€ pro Tag ausgegangen. Hinzu kommt die durchschnittliche Bootsmiete von ca. 20 € pro Tag.

Für die Mecklenburgische Seenplatte kann von folgender Ausgabestruktur der Kanutouristen ausgegangen werden:

Abbildung 45: Verteilung der Tagesausgaben von Kanutouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte auf die Ausgabensegmente pro Person in %



Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Unter Berücksichtigung der Aufenthaltsdauer sowie des verwendeten Bootstyp ist das Umsatzvolumen nach Segmenten auf Basis der ermittelten Kanutouristenzahlen und deren durchschnittliche Ausgaben zu quantifizieren:

Tabelle 126: Bruttoumsätze durch Kanutourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte nach Ausgabenart 2004 in €

Übernachtungs- und Bootstyp	Bootsübernachtungen	Umsätze						SUMME
		Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	lokaler Transport	sonst. Dienstl.	
Kanu Tagestour eigenes Boot	8.121	0	80.564	75.529	17.623	0	0	173.717
Kanu Tagestour gemietetes Boot	9.926	0	98.467	92.313	21.540	0	99.261	311.582
Kanu Urlaub eigenes Boot	81.214	812.140	805.642	755.290	176.234	0	0	2.549.306
Kanu Urlaub gemietetes Boot	99.261	992.615	984.674	923.132	215.397	0	992.615	4.108.433

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Die Summe des jährlichen Bruttoumsatzes durch Kanutouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte beläuft sich auf schätzungsweise 7,1 Mio. €.

Hausboot- und Chartertourismus

Die größte wassertouristische Bedeutung in der Mecklenburgischen Seenplatte neben dem Kanutourismus hat der Hausboot- und Chartertourismus.

Aussagen der Anbieter zufolge werden Charterboote im Schnitt ca. 20 Wochen im Jahr vermietet.⁹⁰ Dies setzt jedoch eine 100 % Auslastung sowohl in den beiden Sommermonaten als auch in der Vor- und Nachsaison zwischen Mai- Juni sowie im September voraus. Im Vergleich zu anderen Revieren vor allem an der Seeküste erscheint diese Vermietungsdauer zu hoch angesetzt. Dort geht man generell davon aus, dass ca. 13 Wochen im Jahr ein Charterboot vermietet ist. Im vorliegenden Gutachten wird mit einer Vermietungsdauer von 17 Wochen gerechnet.

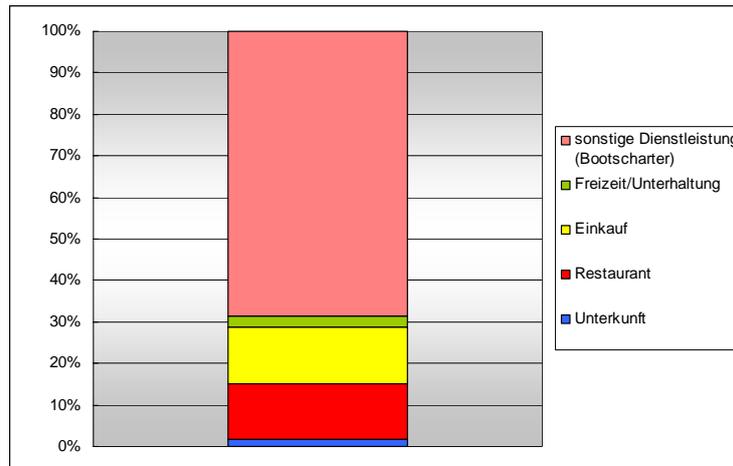
Die geschätzte Zahl der Bootsübernachtungen auf Haus- und anderer Charterbooten in der Seenplatte beträgt ca. 195.000. Bei dieser Berechnung ist von einer durchschnittlichen Personenzahl von 4,5 Personen pro Boot ausgegangen worden. Ein Teil der Ausgaben wurde abgezogen, weil er nicht innerhalb des Reviers, sondern im brandenburgischen Nachbarrevier Ruppiner Land/Oberhavel getätigt wird. Gleiches gilt in umgekehrter Richtung. Das heißt, Boote die in Brandenburg gechartert wurden, aber etliche Übernachtungen in der Region verbringen, wurden addiert.

Für den Haus- und Charterbootstourismus gibt es verschiedene Studien und Befragungen zum Ausgabeverhalten. Einer Befragung in den brandenburgischen Revierabschnitten der Mecklenburgischen Seenplatte zufolge geben Hausboottouristen im Vergleich zu Kanuten und Paddlern durchschnittlich etwas mehr Geld (32,55€) für die Verpflegung im Restaurant sowie den weiteren Einkauf in der Region aus.⁹¹ Dieser Wert wird durch eine weitere Befragung im Bereich der Mecklenburgischen Großseen aus dem Jahr 2004 in etwa bestätigt 36,89€⁹² Während Kanutouristen sehr stark auf die Eigenversorgung zurückgreifen, gehen Motorboottouristen deutlich häufiger ins Restaurant. Andererseits übernachten Hausboottouristen in der Regel auf dem Boot. Folglich fällt ein geringerer Teil der Ausgaben für die Übernachtung an (nur Liegeplatzgebühren). Der deutlich größte Anteil der Ausgaben des Hausboottouristen wird jedoch für die Chartergebühr sowie das Benzin verwendet.

⁹⁰ Telefonat mit Kuhnle-Tours, September 2005

⁹¹ Tourismusverband Ruppiner Land, 2004, veröffentlicht im Internet <http://ruralwaters.ruppinerland.net/>

⁹² Knippenberg, 2004, unveröffentlichte Diplomarbeit

Abbildung 46: Tagesausgaben pro Person von Hausboottouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte nach Ausgabensegmenten in %

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Die Preise für die Chartergebühr der Hausboote variieren sehr stark nach Bootsgröße und Saisonzeitpunkt. Die größten Boote, auf denen bis zu 12 Personen Platz finden, kosten in der Hauptsaison zwischen 3.400 und 4.000€ pro Woche. Kleinere max. 6-Personenboote kosten demgegenüber in der Hauptsaison lediglich zwischen 1.200 und 1.500 €⁹³. In der Nebensaison gehen die Preise dann noch mal deutlich nach unten. Als Durchschnittswert wird im Rahmen dieser Untersuchung ein Preis von 2.300 € pro Woche angesetzt.

Die durchschnittlichen Tagesausgaben von Hausboottouristen pro Person und Tag belaufen sich folglich auf schätzungsweise 35€ ohne bzw. 109€ inkl. aller Chartergebühren und sonstiger Ausgaben.

Unter Berücksichtigung der Aufenthaltsdauer, des durchschnittlichen Personenbesatzes pro Boot und der durchschnittlichen Tagesausgaben pro Hausboottourist kann das Bruttoumsatzvolumen nach Segmenten auf Basis der ermittelten Bootsübernachtungen in der Mecklenburgischen Seenplatte wie folgt beziffert werden:

Tabelle 127: Bruttoumsätze aus dem Hausboottourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte nach Ausgabenart pro Jahr (2004) in €

Bootsübernachtungen	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
195.075	520.200	2.926.125	2.926.125	585.225	0	13.685.000	20.642.675

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Segel- und Motorboottourismus auswärtiger Dauerlieger

Für die Ausgaben auswärtiger Dauerlieger von Segel- und Motorbooten ergibt sich folgendes Bild:

Tabelle 128: Ausgaben pro Tag und Person in Euro – auswärtige Dauerlieger

Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME
5,22	15,00	15,00	3,00	0	26,09	64,30

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

⁹³ Angaben aus www.kuhnle-tours.de

Tabelle 129: Bruttoumsätze durch auswärtige Dauerlieger in der Mecklenburgischen Seenplatte nach Ausgabenart pro Jahr (2004) in €

Bootsübernachtungen	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
5.750	30.000	86.250	86.250	17.250	0	150.000	369.750

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Motorboottourismus von Wassersportlern, die von außerhalb mit dem eigenen oder gecharterten Boot anreisen

Einen bedeutenden wirtschaftlichen Einfluss haben Bootstouristen, die mit dem eigenen oder gecharterten Boot über die Wasserwege der Müritz-Elde-Wasserstraße aus westlicher Richtung sowie über die Oberhavel aus südlicher Richtung in die Mecklenburgische Seenplatte anreisen. Hinsichtlich der Umsätze ergibt sich für diese Gruppe bei durchschnittlichen Tagesausgaben von 40€ pro Tag und Person einschließlich Liegegebühren folgendes Bild:

Tabelle 130: Ausgaben pro Tag und Person in Euro – Bootstouristen in der Mecklenburgischen Seenplatte die von außerhalb* mit dem eigenen oder gecharterten Boot angereist sind

Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	SUMME
5,22	15,00	15,00	3,00	0,00	2,00	40,22

*außer Ruppiner Land Oberhavel

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Tabelle 131: Bruttoumsätze durch Bootstouristen die von außerhalb* mit dem eigenen oder gechartertem Boot in der Mecklenburgischen Seenplatte gereist sind pro Jahr (2004) in €

Bootsübernachtungen	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
53.372	278.460	800.573	800.573	160.115	0	106.743	2.146.463

*außer Ruppiner Land Oberhavel

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung auf eigenen Booten

In Ermangelung einer besseren Datenlage wurden für die Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung auf eigenen Booten, die gleichen Standardwerte für Ausgaben pro Tag und Person verwendet, wie für alle anderen Tageausflugstouristen mit dem Ziel Mecklenburgischen Seenplatte.

Tabelle 132: Bruttoumsätze durch Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung in der Mecklenburgischen Seenplatte pro Jahr (2004) in €

Tagesausflüge	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
379.615	0	3.568.381	4.517.419	797.192	37.962	379.615	9.300.568

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Fahrgastschiffahrt

Bei einem durchschnittlichen Fahrtpreis von ca. 10 € pro Person zuzüglich der Ausgaben, die von einem durchschnittlichen Tagestourist in der Mecklenburgischen Seenplatte generiert werden beträgt das Ausgabevolumen bei insgesamt 150.000 Fahrgastschiffpassagieren ca. 5,38 Mio. € pro Jahr.

Tabelle 133: Bruttoumsatz auf Fahrgastschiffen in der Mecklenburgischen Seenplatte pro Jahr (2004)

Passagiere geschätzt	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
151.598	0	1.425.025	1.804.021	318.357	15.160	1.819.181	5.381.743

Quelle: PLANCO, eigene Berechnung

Maritime Events

Die Besucherzahl der alljährlich im Monat Mai stattfindenden Müritz-Sail wurde auf 60.000 Gäste geschätzt.⁹⁴ Ausgehend von durchschnittlichen Ausgaben von ca. 24,50 € pro Person (entspricht den Ausgaben von Tagesgästen in der Mecklenburgischen Seenplatte) generiert die Müritz-Sail nochmals 1,47 Mio. € Umsatz

Tabelle 134: Bruttoumsatz durch Gäste der Müritz-Sail 2004 in €

Gäste Müritz-Sail	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
60.000	0	564.000	714.000	126.000	6.000	60.000	1.470.000

Quelle: PLANCO, eigene Berechnung und Krippenberg 2004

6.7.2 Ruppiner Land/Oberhavel

Hinsichtlich der Ausgabenstruktur kann vorab gesagt werden, dass zwischen den beiden Untersuchungsregionen Mecklenburgische Seenplatte und Ruppiner Land/Oberhavel keine Unterschiede festgestellt wurden. Die durchschnittlichen Tagesausgaben von Wassertouristen der Mecklenburgische Seenplatte (vgl. Kapitel 6.7.1) wurden daher auch für die Region Ruppiner Land/Oberhavel übernommen. Ausgenommen sind Tagesausflüge auf Booten durch die lokale Bevölkerung. Hier wurden die für das Ruppiner Land/Oberhavel bekannten Beträge angesetzt. Unterschiedliche Ausprägungen sind weiterhin bei den Zu- bzw. Abflüssen aus bzw. in die jeweilige Nachbarregion berücksichtigt worden. Aufgrund der gleichen methodischen Herangehensweisen werden im Folgenden nur die Ergebnisse präsentiert.

Kanu- und Paddeltourismus

Tabelle 135: Bruttoumsätze durch Kanutouristen im Ruppiner Land/Oberhavel nach Ausgabenart pro Jahr (2004) in €

Übernachtungs- und Bootstyp	Bootsübernachtungen	Umsätze						SUMME
		Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	lokaler Transport	sonst. Dienstl.	
Kanu Tagestour eigenes Boot	2.733	0	27.108	25.414	5.930	0	0	58.452
Kanu Tagestour gemietetes Boot	3.340	0	33.132	31.061	7.248	0	33.399	104.841
Kanu Urlaub eigenes Boot	27.327	273.268	271.081	254.139	59.299	0	0	857.787
Kanu Urlaub gemietetes Boot	33.399	333.994	331.322	310.614	72.477	0	333.994	1.382.400

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

⁹⁴ Krippenberg, 2004, S. 69, unveröffentlichte Diplomarbeit, bestätigt durch Regionaler Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte

Hausboot- und Chartersporttourismus:**Tabelle 136: Bruttoumsätze durch Hausboottouristen im Ruppiner Land/Oberhavel nach Ausgabenart pro Jahr (2004) in €**

Bootsübernachtungen	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
99.450	265.200	1.491.750	1.491.750	298.350	0	7.820.000	11.367.050

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Segel- und Motorboottourismus auswärtiger Dauerlieger**Tabelle 137: Bruttoumsätze durch auswärtigen Dauerlieger im Ruppiner Land/Oberhavel nach Ausgabenart pro Jahr (2004) in €**

Bootsübernachtungen	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
8.625	45.000	129.375	129.375	25.875	0	225.000	554.625

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Motorboottourismus von Wassersportlern, die von außerhalb mit dem eigenen oder gecharterten Boot anreisen**Tabelle 138: Bruttoumsätze durch Boottouristen, die in die Region Ruppiner Land/Oberhavel von außerhalb* mit dem eigenen oder gecharterten Boot angereist sind nach Ausgabenart pro Jahr (2004) in €**

Bootsübernachtungen	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
36.358	189.693	545.369	545.369	109.074	0	72.716	1.462.220

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

*außer Mecklenburgische Seenplatte

Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung auf eigenen Booten

In Ermangelung einer besseren Datenlage wurden für die Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung auf eigenen Booten, die gleichen Standardwerte für Ausgaben pro Tag und Person verwendet, wie für alle anderen Tageausflugtouristen mit dem Ziel Ruppiner Land/Oberhavel.

Tabelle 139: Bruttoumsätze durch Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung im Ruppiner Land/Oberhavel pro Jahr (2004) in €

Tagesausflüge	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
230.000	0	1.288.000	2.461.000	299.000	46.000	207.000	4.301.000

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Fahrgastschiffahrt**Tabelle 140: Bruttoumsatz auf Fahrgastschiffen im Ruppiner Land pro Jahr (2004) in €**

Passagiere geschätzt	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
90.284	0	505.593	966.043	117.370	18.057	1.083.413	2.690.475

Quelle: PLANCO, eigene Berechnung

6.7.3 Mittelelbe

Motorboottourismus von Wassersportlern, die von außerhalb mit dem eigenen oder gecharterten Boot anreisen

Tabelle 141: Bruttoumsätze durch Boottouristen, die in die Region Mittelelbe von außerhalb* mit dem eigenen oder gecharterten Boot angereist sind nach Ausgabentyp pro Jahr (2004) in €

Bootsübernachtungen	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
4.238	22.111	63.570	63.570	12.714	0	8.476	170.441

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

*außer Mecklenburgische Seenplatte

Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung auf eigenen Booten

In Ermangelung einer besseren Datenlage wurden für die Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung auf eigenen Booten, die gleichen Standardwerte für Ausgaben pro Tag und Person verwendet, wie für alle anderen Tageausflugstouristen mit dem Ziel Mittelelbe.

Tabelle 142: Bruttoumsätze durch Tagesbootsausflüge der lokalen Bevölkerung im Raum Mittelelbe pro Jahr (2004) in €

Tagesausflüge	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
16.388	0	155.681	180.263	34.414	3.278	13.110	386.745

Quelle PLANCO, eigene Berechnungen

Fahrgastschiffahrt

Tabelle 143: Bruttoumsatz auf Fahrgastschiffen im Raum Mittelelbe pro Jahr (2004) in €

Passagiere geschätzt	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
14.566	0	138.381	160.230	30.589	2.913	174.797	506.911

Quelle: PLANCO, eigene Berechnung

Kreuzfahrtschiffahrt

Tabelle 144: Bruttoumsatz durch Ausgaben bei Landgängen von Kreuzfahrtpassagieren im Raum Mittelelbe pro Jahr (2004) in €

Landgänge von Passagieren	Umsätze in €						SUMME
	Unterkunft	Restaurant	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	sonstige Dienstleistung	
5.000	0	47.500	55.000	10.500	1.000	4.000	118.000

Quelle: PLANCO, eigene Berechnung

6.8 Regionale Stärken und Schwächen im Tourismusmarkt

6.8.1 Mecklenburgische Seenplatte

6.8.1.1 Allgemeiner Tourismus - Stärken und Schwächen

Tabelle 145: Touristische Stärken und Schwächen der Mecklenburgischen Seenplatte

<u>Touristische Stärken</u>	<u>Touristische Schwächen / Hemmnisse</u>
<u>Vielfältiges Naturraumpotenzial</u>	<u>Kürze der Saison</u>
Die Mecklenburgische Seenplatte verfügt über ein	Ein wesentliches Hemmnis des Tourismus der Meck-

<u>Touristische Stärken</u>	<u>Touristische Schwächen / Hemmnisse</u>
hohes und vor allem vielfältiges Naturraumpotenzial, welches die Region über seine Grenzen hinaus bekannt macht und Hauptmotivation für den Besuch der Region ist. Dies sind im Detail u.a. die abwechslungsreichen Landschaften, die unberührte Natur, die saubere Luft, die Vielfalt von Flora und Fauna, erlebbare Ruhe sowie der Wasserreichtum.	lenburgischen Seenplatte ist die starke Orientierung auf die Sommerhauptsaison. Obwohl sich viele touristische Angebote (vor allem Radfahren) insbesondere zur Frühlings- und Herbstzeit nutzen lassen, liegt der Fokus der Besucher stark auf den Sommermonaten.
<u>Müritz-Nationalpark und weitere Schutzgebiete</u> 44 % der Fläche der Planungsregion Mecklenburgische Seenplatte sind unter Schutz gestellt. Darunter befinden sich Großschutzgebiete wie v.a. der Müritz-Nationalpark oder weitere Naturparke mit überregionalem Bekanntheitsgrad, die von großer touristischer Relevanz sind. Gerade die Artenvielfalt lockt viele Wanderer und Tierbeobachter in die Region.	<u>Mangelnde Schlechtwetterangebote</u> Die touristischen Angebote der Region sind noch zu eindimensional auf den Natur- und Aktivurlaub (Radfahren, Wasserwandern, Wandern) ausgerichtet. Folglich ist die Region sehr stark vom Wetter abhängig. Alternative Freizeit- und Unterhaltungsangebote, die auch bei schlechtem Wetter genutzt werden können fehlen noch an vielen Orten.
<u>Gewässerreichtum – Wassertourismus</u> Prägendes Element des Tourismusraumes sind die zahllosen miteinander vernetzten Stand- und Fließgewässer, die ein einmaliges breit gefächertes Angebot für die Erholungsnutzung im, am und auf dem Wasser bieten. Zudem lädt die vorzügliche Wasserqualität zum Baden ein.	<u>In bestimmten Segmente noch mangelnde touristische Infrastruktur/ Versorgung</u> Die Qualität aber auch teilweise Quantität der touristischen Infrastruktur hat trotz der starken Verbesserungen in den letzten Jahren stellenweise noch immer Nachholbedarf. Exemplarisch seien folgende Segmente aufgeführt: Radwegenetz, Reitwegenetz, Wanderwegenetz, hochqualitative Gastronomie
<u>Störungsarme und unverbaute Landschaftsräume</u> Die Mecklenburgische Seenplatte zeichnet sich durch einen relativ hohen Waldbestand sowie eine geringe Zerschneidung und Zersiedelung der Landschaft aus. Alle Formen des natur- und landschaftsgebundenen Tourismus, wie Fahrradfahren, Wandern oder Reiten finden hierin ihre ideale Basis.	<u>Mangel an zielgruppenspezifischen und bedarfsorientierten Angeboten</u> Bedarfs- und zielgruppenorientierte Angebote sowie attraktive Kombinationsmöglichkeiten verschiedener touristischer Segmenten sind in der Mecklenburgischen Seenplatte noch zu schwach ausgeprägt. Attraktive Angebote für vor allem Familien-, Senioren, Jugendliche oder auch Mobilitätseingeschränkte sind bisher gar nicht oder nur in Ansätzen vorhanden.
<u>Moderne Touristische Infrastruktur</u> Die Touristische Infrastruktur wurde in den letzten Jahren sehr stark verbessert. Investitionen flossen in den Bau von Hotels, Beherbergungen und Gastronomie aber auch Häfen, Radwege oder anderen touristisch relevanten Einrichtungen. Dem Gast wird ein breites Spektrum an moderner touristischer Infrastruktur geboten.	<u>Preis-Leistungs-Verhältnis</u> Gelegentlich wird auch das Preis-Leistungs-Verhältnis vieler touristischer Angebote bemängelt. Dies gilt z.T. auch für die Mecklenburgische Seenplatte. Stellenweise entsprechen die Ausstattung von Unterkünften sowie die Qualität des gastronomischen Angebots nicht immer dem Preisniveau.
<u>Attraktive Übernachtungsmöglichkeiten – keine Bettenburgen</u> Trotz des massiven Nachholbedarfs wurde die touristische Infrastruktur nachfrageorientiert und im Einklang mit dem Landschaftsbild umzusetzen. Landestypische imageprägende Gebäude mit modernster Ausstattung sind heute herausragende Attraktionsfaktoren. Bettenburgen, die andernorts heute abstoßend wirken, sind in der Regel nicht vorzufinden.	<u>Mangelnde Versorgung auf dem Land</u> Mit dem Rückgang der Bevölkerung ziehen sich auch in stärkerem Maße die Dienstleistungs- und Versorgungsunternehmen aus der Fläche zurück. Diese konzentrieren sich überwiegend auf die zentralen Orte. Ein qualitativ hochwertiger Tourismus auf dem Land (Wandern, Radfahren,...) ist auf dieser Basis schwieriger umsetzbar.
<u>Campingtourismus</u> In den über 50 Campingplätzen in der Region, die in	<u>Wenig Shoppingangebote und Möglichkeiten zum Stadtbummel</u>

<u>Touristische Stärken</u>	<u>Touristische Schwächen / Hemmnisse</u>
<p>ihrer Ausstattung von exquisit bis naturbelassen reichen, finden Campingtouristen ideale Voraussetzungen. Zudem liegen alle Campingplätze in Wassernähe, so dass der Campingurlaub ohne weiteres mit wassertouristischen Aktivitäten sowie Baden und Sonnen kombiniert werden kann.</p>	<p>Die Shoppingangebote und die Möglichkeit zum Stadtbummel sind zu gering und erfüllen häufig nicht die Erwartungen. Dies gilt nicht nur für den Hochpreissektor. Auch im Mittelpreissegment gibt es in den Städten der Mecklenburgischen Seenplatte große Reserven.</p>
<p><u>Radtourismus</u></p> <p>Aufgrund der idealen natürlichen Voraussetzungen ist der Radtourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte das wichtigste Tourismussegment. In der Broschüre des Regionalen Tourismusverbandes Mecklenburgische Seenplatte („Pedalritter“, 2005) werden über 15 regionale Radrundrouten sowie überregional bedeutende Radfernwege angeboten, auf denen sich fast jeder Winkel der Region mit dem Rad entdecken lässt. Hervorzuheben ist darüber hinaus, dass fast alle Touren entlang von Wasserläufen und Seen verlaufen. Die überregional bedeutendsten Strecken, die die Seenplatte durchqueren sind die Radwege Berlin-Kopenhagen sowie Lüneburg - Usedom.</p>	<p><u>Mangel an Regionalen Produkte</u></p> <p>Die Landwirtschaft in der Region ist vor allem aufgrund ihrer großflächigen und EU-gerechten Strukturen zu schwach auf den lokalen Absatzmarkt und insbesondere kaum auf die regionale Tourismusbranche ausgerichtet. Typische regionale Produkte, deren Nachfrage bei Touristen immer stärker wächst, werden noch zu wenig angeboten und vertrieben.</p>
<p><u>Land Fleesensee</u></p> <p>Als ein positives Beispiel für touristische Großprojekte ist das im Jahr 2000 eröffnete Land Fleesensee zu nennen. Die attraktiven Angebote sowie die ansprechende architektonische Umsetzung werden durch stabile Besucherzahlen und eine hohe Auslastungsquote honoriert. Darüber hinaus ist der überregionale sowie internationale Bekanntheitsgrad der Region deutlich gestiegen.</p>	<p><u>Qualität and Vielfalt der Gastronomie</u></p> <p>Einer der größten Kritikpunkte nicht nur des touristischen Angebotes der Mecklenburgischen Seenplatte sondern Ostdeutschlands insgesamt ist häufig die mangelhafte bzw. dem Preis nicht entsprechende Qualität der Gastronomie. Nicht selten wird vor allem auch der Service und die Kundenfreundlichkeit kritisiert. Darüber hinaus fehlt es häufig an der gastronomischen Vielfalt.</p>
<p><u>Eiszeitlich geprägtes Landschaftsbild</u></p> <p>Das durch die Weichseleiszeit geprägte Landschaftsbild der als Geopark Mecklenburgische Eiszeitlandschaft national zertifizierten Region wird mehr und mehr zu einem bedeutenden touristischen Alleinstellungsmerkmal der Seenplatte. Gerade der gute Erhaltungszustand der Naturformen hat Modellcharakter. Selten lassen sich glaziale erdgeschichtliche Prozesse per Rad oder auf einer Wanderung so gut entdecken und nachvollziehen wie auf der Eiszeitroute durch die Mecklenburgische Seenplatte sowie die Mecklenburgische Schweiz.</p>	<p><u>Mangelnder Service und mangelnde Individualität</u></p> <p>Die noch nicht genügend ausgeprägte Dienstleistungs- und Servicementalität der touristischen Anbieter in der Region hat zur Folge, dass der Aufbau eines Stammkundenpools noch sehr zögerlich verläuft. Auch dies ist vor allem auf die mangelnde Qualifizierung des Tourismuspersonals zurückzuführen. Vor allem wird die Individualität der Anbieter bemängelt. Touristen verbinden Urlaubserlebnisse sehr häufig mit Personen. Sie fahren nicht einfach nur in die Seenplatte, sondern sie fahren in die Seenplatte und übernachten „wie immer bei Person X“ oder „leihen sich wie üblich ihr Kanu bei Person Y aus“. Diese häufig auf Personen bezogene sehr psychologische Komponente der Wahrnehmung einer Region als Tourist wird nicht selten vernachlässigt, ist aber ebenso ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal wie spezielle Angebote und Sehenswürdigkeiten.</p>
<p><u>Schlösser und Herrenhäuser</u></p> <p>Die Region verfügt über eine hohe Dichte an Schlössern und Herrenhäusern, die mittlerweile in sehr vielen Fällen saniert wurden und heute als Hotels oder Museen touristisch genutzt werden. Diese siedlungsstrukturelle Besonderheit ist über die Regionsgrenze hinaus bekannt und trägt zu einem ansprechenden</p>	<p><u>Auslandstourismus</u></p> <p>Die Region ist noch nicht zufriedenstellend auf den internationalen Tourismusmarkt ausgerichtet. Dies drückt sich unter anderem in einem Mangel an mehrsprachiger Beschriftung und Werbematerial sowie in ungenügenden Fremdsprachenkenntnissen der Tourismusanbieter aus. Gerade mit den Niederlanden,</p>

<u>Touristische Stärken</u>	<u>Touristische Schwächen / Hemmnisse</u>
Kulturtourismus bei.	Skandinavien, Polen sowie den baltischen Staaten ließen sich potentielle Quellgebiete für die Mecklenburgische Seenplatte verstärkt erschließen.
<u>Attraktive Innenstädte und staatlich anerkannte Erholungsorte</u> In den letzten Jahren sind viele Zentren in den Städten der Seenplatte regionaltypisch saniert und revitalisiert worden. Für einen stark ländlich strukturierten Raum ist daher das attraktive Erscheinungsbild vieler Ortschaften als Stärke zu werten. Darüber hinaus verfügt die Region mit den Luftkurort Waren und Plau am See sowie den staatlich anerkannten Erholungsorten Klink, Feldberg, und Röbel über 5 bundesweit zertifizierte Destinationen.	

Quelle: eigene Zusammenstellung PLANCO unter Mithilfe der Experten vor Ort

6.8.1.2 Wassertouristische Stärken und Schwächen

Tabelle 146: Wassertouristische Stärken und Schwächen der Mecklenburgischen Seenplatte

<u>Wassertouristische Stärken</u>	<u>Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse</u>
<u>Qualitätsfaktor Gewässer</u>	
<u>Abwechslungsreiches, langes, in weiten Teilen, vernetztes Gewässersystem</u> Das Wassersportrevier ist durch seine zahlreichen, überwiegend untereinander vernetzten, Stand- und Fließgewässer gekennzeichnet, die sich für abwechslungsreiche Mehrtagestörns anbieten. Besonders hervorzuheben ist dabei die Größe und Länge des Netzes.	<u>Schleusen – Gewässerhindernisse</u> Die Gewässer der Mecklenburgischen Seenplatte im Bereich der Kreise Müritz und Mecklenburg-Strelitz werden durch insgesamt 10 Schleusen oder Wehre geregelt. Im Allgemeinen werden Schleusen von Wassertouristen nicht als Behinderung angesehen, da sich ein Stopp an der Schleuse auch als willkommene Möglichkeit zur Rast anbietet. Aufgrund des starken Bootsbesatzes in den Monaten während der touristischen Hauptsaison verursachen Schleusen insbesondere an netzzentralen Stellen jedoch häufig lange Wartezeiten und Staus. Durchschnittliche Wartezeiten von 90 Minuten und Spitzenwartezeiten von über 5 Stunden machen Schleusen zu Engpässen, die die Gesamtqualität des Wassertourismusreviers nachhaltig einschränken.
<u>Wenig Berufsschiffahrt</u> Trotz der Ausweisung als Bundeswasserstraße (Müritz-Elde sowie Müritz-Havel) ist die Berufsschiffahrt in diesem Raum sehr schwach ausgeprägt. Die typischen Nutzungskonflikte zwischen gewerblicher und touristischer Schifffahrt wie sie häufig in anderen Bundesgewässern auftreten, kommen in der Mecklenburgischen Seenplatte nicht vor.	<u>In Teilräumen hohes Konfliktpotenzial zwischen verschiedenen wassertouristischen Nutzergruppen wegen hoher Nutzungsintensität – Überfüllung</u> Die hohe Nutzungseignung der Mecklenburgischen Seenplatte für unterschiedlichste Bootstypen hat auch einen negativen Effekt. In den Monaten der Hauptsaison müssen sich muskel-, motor- aber auch windbetriebene Boote kleinräumige Gewässerabschnitt teilen. Insbesondere in den Kanälen oder an den Schleusen kommt es aufgrund der hohen Nutzungsintensität daher nicht selten zu Konflikten. In der Regel sind es die Kanutouristen, die sowohl die Lärm- und Geruchsbelästigung als auch den von Motorboten induzierten Wellenschlag als störend empfinden.
<u>Hohe Eignung für verschiedene Bootstypen</u> Aufgrund der sehr vielfältigen Gewässerstruktur ist	

<u>Wassertouristische Stärken</u>	<u>Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse</u>
das Revier für nahezu alle touristischen Bootstypen geeignet. Während sich die Mecklenburger Oberseen, insbesondere fürs Segeln, Surfen aber auch Motorbootfahren eignen, ist die Kleinseenplatte und deren Flussverbindungen vor allem auf die muskelbetriebenen Boote sowie Hausboote prädestiniert.	
<u>Müritz – größter deutscher Binnensee</u> Die Müritz ist der größte deutsche Binnensee. Aufgrund seiner zentralen Lage in der Seenplatte, der Eignung für nahezu alle Wassersportarten sowie diverser attraktiver Uferbereiche und Anrainerstädte ist die Müritz das Highlight der Mecklenburgischen Seenplatte.	
<u>Qualitätsfaktor Basisinfrastruktur</u>	
<u>Moderne wassertouristische Infrastruktur</u> In kaum einer anderen binnenländischen ostdeutschen Wassertourismusregion ist in den letzten Jahren stärker in den Aus- bzw. Neubau der wassertouristischen Infrastruktur investiert worden als in der Mecklenburgischen Seenplatte. Dabei sind zahlreiche moderne und gut ausgestattete Wasserwanderrastplätze, Häfen und Kanuanlegestellen entstanden.	<u>Zu geringe Kapazitäten an einigen hochattraktiven Standorten</u> Besonders die hochattraktiven Standorte Waren und Röbel verzeichnen in den Sommermonaten hohe Bootsübernachtungszahlen. Die Liegeplatzkapazitäten reichen gerade in der Hauptsaison häufig nicht aus. Hier besteht zum Teil noch Nachholbedarf, wohingegen in weiten Teilen des Reviers ausreichend Kapazitäten zur Verfügung stehen.
<u>Hohe Netzdichte – viele Anlegemöglichkeiten in kurzen Entfernungen</u> Die Mecklenburgische Seenplatte zeichnet sich durch eine hohe Netzdichte aus. Das Revier weist kaum Netzlücken auf (wenn dann häufig aus Naturschutzaspekten).	<u>Anleger und Warteplätze (u.a. Engpässen und Schleusen)</u> In Schleusenbereichen oder sehr stark überfüllten Kanälen fehlt es häufig noch an offiziell ausgewiesenen Wartebereichen. Auch die Zahl der Anlegestellen für Kanus ist noch ausbaufähig
<u>Qualitätsfaktor Touristische Angebote und Serviceleistungen</u>	
<u>Hohe wassertouristische Anbietervielfalt</u> Entsprechend der hohen wassertouristischen Attraktivität der Region ist auch die Vielfalt der wassertouristischen Angebote und Serviceleistungen im Revier beträchtlich. Die etlichen Kanuverleihe, Bootvercharterer, Surf- oder Segelschulen machen dem Bootstouristen die Suche einfach.	<u>Mangelnde Dienstleistungsmentalität (an Schleusen)</u> Schleusen stellen nicht nur einen Engpass im Hinblick auf das reibungslose Wasserwandern dar, sie sind auch gesetzlich nicht für anderweitige v.a. touristische Nutzungen ausgelegt. Anders als in anderen Ländern dürfen im Schleusenbereich keine weiteren touristischen Dienstleistungen (Imbiss, etc.) angeboten werden. Auch zu Beschilderungszwecken steht kein Raum zur Verfügung. Negativ sind zudem die unflexiblen Öffnungszeiten. Darüber hinaus sind Schleusen häufig unbemannt, d.h. völlig automatisiert, obwohl die Abwicklung einer Schleusung mit gut gepackten Booten besser durch den Schleusenwärter als durch den Wasserwanderer selbst zu realisieren ist.

<u>Wassertouristische Stärken</u>	<u>Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse</u>
<p><u>Geführte Touren und Fahrgastschiffahrt</u></p> <p>Die Fahrgastschiffahrt ist in der Mecklenburgischen Seenplatte ein traditionell wichtiger touristischer Anbieter. Ca. 10 Fahrgastschiffahrtsunternehmen decken an über 25 Anlegestellen nahezu das gesamte Revier ab. Absolutes Angebotshighlight ist das Nationalparkticket, mit dem sich die Region sowohl per Schiff als auch Bus unter Mitnahmemöglichkeit des Fahrrads entdecken lässt.</p>	<p><u>Mangel an zielgruppenspezifischen Angeboten</u></p> <p>Zielgruppenspezifische Angebote, wie geführte Touren, Kindersegeln oder Kanuausflüge für bestimmte Gruppen sind leider noch die Seltenheit im Revier. Anbieter, die sich auf solche Kombiangebote spezialisiert haben, sprechen von einer hohen Nachfrage (Kanubasis Mirow) bei gleichzeitig geringer Konkurrenz in der Region.</p>
<p><u>Führerscheinfreiheit durch Charterbescheinigung</u></p> <p>Weite Teile der Mecklenburgischen Seenplatte können seit dem Jahr 2001 auch bootsführerscheinfrei, d.h. mit dem so genannten Charterbescheinigung befahren werden. Außer dem PKW-Führerschein einer 3-stündigen Einweisung durch den Vercharterer und der Beachtung einiger Restriktionen (Nachtsfahrverbot, Geschwindigkeitsbegrenzung,...) sind keine weiteren Voraussetzungen dafür notwendig. Die „freien“ Reviere bieten für ein- bis zweiwöchige Touren genügend Möglichkeiten.</p>	<p><u>Mangelhafte Ausstattung sowie verbesserungswürdiger Service in den Häfen</u></p> <p>Trotz der stark verbesserten Ausstattung der Wasserwanderrastplätze besteht noch weiterhin Nachholbedarf vor allem hinsichtlich der Qualität sowie Quantität der Ausstattung. Dies gilt vor allem für die noch unsanierten alten Anleger. Auch viele Sanitäreinrichtungen bedürfen noch einer Modernisierung bzw. Angebotsvergrößerung während der Saison. Überhaupt ist die Serviceorientierung der Häfen noch deutlich ausbaufähig. Besonders die mangelhafte Dienstleistungsmentalität und Kundenfreundlichkeit stehen häufig in der Kritik.</p>
<p><u>Ausstattung in neuen Häfen und Wasserwanderrastplätzen</u></p> <p>Zusammen mit dem Hafenneu- und -ausbau wurde auch die Ausstattung der Häfen und Anlegestellen auf den neusten Stand gebracht. Viele Häfen bieten einen Rundumservice bei der sanitären, technischen sowie sonstigen Ausstattung. Slipanlagen und Bootskräne gewährleisten das Zu- und Abwasserlassen bzw. Herausziehen der Boote an vielen Punkten im Revier.</p>	<p><u>Angelschein – Notwendigkeit</u></p> <p>Die Einführung einer zeitlich und / oder örtlich befristeten Befreiung von der Fischerei- bzw. Angelscheinpflicht analog dem Vorbild der Charterbescheinigung ist in der Mecklenburgischen Seenplatte noch nicht durchgesetzt worden. Nicht nur auf der Nachfrageseite sondern auch für das Angelgewerbe sind mit einer Einführung einer Angelscheinbefreiung positive Effekte zu erwarten.</p>
<p><u>Hohe Campingplatzdichte</u></p> <p>Vor allem der muskelbetriebene Bootssport steht häufig in direktem Zusammenhang mit dem Campingtourismus. Kanuwanderer nutzen üblicherweise das Zelt als Übernachtungsmöglichkeit auf ihren mehrtägigen Törns. Nicht umsonst verfügen etliche Campingplätze im Revier über eigene Stege. Die hohe Dichte an Campingplätzen in Ufernähe ist daher auch eine gute Stellvertretergröße für ein gutes wassertouristisches Angebot im Revier.</p>	<p><u>Kaum Möglichkeiten für Einwegfahrten für Charterboote</u></p> <p>Einwegfahrten mit Charterbooten mit oder ohne Charterbescheinigung sind bisher noch zu selten möglich, da es noch nicht genügend Charterbasen der gleichen Anbieter innerhalb des Reviers gibt. Als Hauptgrund ist zu nennen, dass die Mecklenburgische Seenplatte überregional ohne Bootsführerschein noch nicht erreichbar ist. Für viele Anbieter ist das Revier für den Betrieb mehrerer Charterbasen zu klein. Auch Bootspools, bei denen Hausboote unterschiedlicher Charterunternehmen angenommen bzw. ausgeliehen werden können, existieren bisher noch nicht.</p>

<u>Wassertouristische Stärken</u>	<u>Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse</u>
<u>Qualitätsfaktor Landgang - Anrainergemeinden</u>	
<p><u>Anrainergemeinden - Zentrumsnahe Häfen</u></p> <p>Die attraktiv am Wasser gelegenen Städte Waren, Malchow, Mirow und Röbel sind beliebte Anlaufpunkte von Bootsgästen. Vor allem zentrumsnahe Häfen, die sich in das landseitige städtebauliche Ensemble gut einpassen, werden besonders gern angelaufen.</p>	<p><u>Geringe Zahl attraktiver Anrainergemeinden</u></p> <p>Die Zahl der attraktiven städtisch geprägten Hafenstandorte ist aufgrund der sehr geringen Bevölkerungsdichte ziemlich klein. Trotz einiger Ausnahmen spiegelt sich die hohe wasserseitige Attraktivität nur in geringem Maße auf der Uferseite wieder. Während sich ruhige und idyllische Anlegemöglichkeiten in der Natur zuhauf anbieten, fehlen in weiten Gewässerabschnitten landseitige Attraktionen. Darüber hinaus muss bei einigen Orten trotz ihrer guten Lage eine mangelhafte Ausrichtung aufs Wasser festgestellt werden.</p>
<p><u>Müritz-Sail</u></p> <p>Die wichtigste maritime Großveranstaltung der Mecklenburgischen Seenplatte ist die Müritz-Sail. Im Veranstaltungskalender der Stadt Waren hat sich die Segelregatta, die alljährlich im Mai stattfindet, zum touristischen Höhepunkt entwickelt. Ein umfangreiches Begleitprogramm macht die Müritz-Sail auch für Nichtsegler attraktiv.</p>	<p><u>Kaum Kombinationsangebote zwischen Wassertourismus und landseitigen Angeboten</u></p> <p>Obwohl die infrastrukturellen Voraussetzungen überwiegend gut sind, gibt es kaum attraktive Kombinationsangebote, bei denen wassertouristische Aktivitäten mit landseitigen Tourismussegmenten verbunden werden. Gerade vor dem Hintergrund, dass Wasserwandern und Radfahren die wichtigsten Aktivitäten der Touristen in der Mecklenburgischen Seenplatte sind, drängen sich hier spezielle touristische Kombinationsprodukte geradezu auf.</p>
<u>Qualitätsfaktor Landgang – Natur und Landschaft</u>	
<p><u>Natur und Landschaft</u></p> <p>Die naturbelassenen Uferbereiche, die intakte Umwelt, die gute Badewasserqualität und die vielen abwechslungsreichen Uferzonen machen den Landgang in der Natur zum Highlight eines jeden Bootstörns.</p>	<p><u>Teilweise verbaute Uferzonen</u></p> <p>Aufgrund des hohen Bestandes an alten, vor allem zur DDR-Zeit gebauten, Bootshäusern und -schuppen sowie einigen Konversionsflächen mit militärischen Gebäuden gibt es einigenorts verbaute Uferzonen, die den Gesamteindruck hin und wieder trüben.</p>
<p><u>Schutzgebiete als imagebildender Faktor</u></p> <p>Die vielen Schutzgebiete in der Region fördern das touristische und wassertouristische Image. Auch im Hinblick auf den Wassertourismus sind sie ein wichtiger Marketingvorteil gegenüber anderen Regionen. Kanufahren oder Segeln im Naturschutzgebiet ist andernorts selten offiziell möglich.</p>	<p><u>Konflikte mit dem Naturschutz</u></p> <p>Aufgrund der hochsensiblen Uferzonen kommt es stellenweise zu Konflikten mit dem Naturschutz. Gerade mit zunehmendem Bootsbesatz wird immer häufiger die Frage der Aufnahmefähigkeit der Gewässer gestellt.</p>
<p><u>Gute Anbindung der Gewässer an Rad- und Wanderwege</u></p> <p>Die große Anzahl uferbegleitender Rad- und Wanderwege ist auch für Wassertouristen und deren Anbieter attraktiv. Kombinationen zwischen dem Wassertourismus und anderen Segmenten wie bspw. dem Rad- oder Wandertourismus sind potentiell an vielen Stellen möglich.</p>	

<u>Wassertouristische Stärken</u>	<u>Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse</u>
<u>Qualitätsfaktor Informationen vor Ort</u>	
<p><u>Wasserseitiges Leitsystem „Gelbe Welle“</u></p> <p>Die Mecklenburgische Seenplatte war eines der ersten Reviere, in denen das zukünftig bundesweit einheitliche Hafenklassifizierungssystem „Gelbe Welle“ umgesetzt wurde. An den Mecklenburgischen Großseen sowie an der Kleinseenplatte sind derzeit 12 Häfen mit der „Gelben Welle“ zertifiziert. Diese steht u.a. für einen hohen Ausstattungsstandard hinsichtlich Sanitär- und Umweltaspekten sowie für eine gute Touristeninformation durch einheitliche Beschilderung.</p>	<p><u>Mangelhafte wasserseitige touristische Beschilderung</u></p> <p>Die Beschilderung der Wasserseite ist sowohl entlang der Strecken vor allem aber in den Häfen und Anlegestellen größtenteils noch unzureichend. Zu selten wird der Tourist auf weitere Anlegemöglichkeiten oder besondere landseitige Attraktionen hingewiesen. Auch Versorgungsmöglichkeiten werden auf dem Wasser kaum empfohlen. Hier steckt noch großes Potenzial. Zudem ist die Einbindung in landseitige Beschilderungssysteme noch verbesserungswürdig.</p>
<u>Qualitätsfaktor Standortübergreifende touristische Information</u>	
<p><u>Attraktive informative Druckerzeugnisse – Ihr Lotse</u></p> <p>Für den Bereich Marketing durch Printprodukte ist die Broschüre „Ihr Lotse – Mecklenburgische Seenplatte und Flusslandschaften“ als besonders positiv hervorzuheben. Darin werden sehr anschaulich revierübergreifende wassertouristische Informationen für die gesamte Seenplatte und deren Nachbarregionen dargestellt. Neben Informationen zu angebotenen touristischen Dienstleistungen sowie Häfen und weitere Anlegemöglichkeiten sind der Broschüre Törnorschläge sowie Tipps für den Landgang zu entnehmen.</p>	<p><u>Außenmarketing</u></p> <p>Abgesehen von den guten Printprodukten ist die wassertouristische Vermarktung des Gesamtreviers Mecklenburgische Seenplatte in vielen Bereichen noch ungenügend. Dies gilt ganz besonders für das Internet, in dem eine visuell ansprechende und vollständige, auf den Wassertourismus spezialisierte Internetseite der Region bisher noch gänzlich fehlt. Zu nennen sind weiterhin:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fehlende englischsprachige Materialien und schwache Erschließung ausländischer Nachfragepotenziale • Mangelhafte Einbindung des Wassertourismus in landseitige Tourismusangebote <p>Bewerbung der Vor- und Nachsaison.</p>

Quelle: eigene Zusammenstellung PLANCO unter Mithilfe der Experten vor Ort

6.8.2 Ruppiner Land/Oberhavel

6.8.2.1 Allgemeiner Tourismus Stärken und Schwächen

Tabelle 147: Touristische Stärken und Schwächen im Ruppiner Land/Oberhavel

Touristische Stärken	Touristische Schwächen / Hemmnisse
<p><u>Naturraumpotenzial</u></p> <p>Die Tourismusregion Ruppiner Land/Oberhavel verfügt über ein hohes und abwechslungsreiches Naturraumpotenzial, das zu großen Teilen weichseleiszeitlich geprägt wurde. Die störungsarme Landschaftsentwicklung hat ein Mosaik aus Mooren, Fließgewässern, Kleinstseen, sowie großen Klarwasserseen geschaffen, welches in weitgehend unzerschnittenen Waldgebieten mit einer zum Teil noch reichen Artenvielfalt eingebettet ist. In dieser landschaftlich attraktiven und schwach besiedelten Region finden alle Formen des naturverträglichen Naturtourismus (Wasswandern, Radfahren, Reiten, Wandern) ihre ideale Grundlage.</p>	<p><u>Bekanntheitsgrad</u></p> <p>Auch wenn das Ruppiner Land ein expandierender Tourismusraum ist, so gibt es noch Defizite im Bekanntheitsgrad der Region. Viele Touristen besuchen den Raum unbewusst auf ihrer Reise durch die Mecklenburgische Seenplatte. Häufig wird der Raum von den Touristen auch lediglich in einem größeren regionalen Kontext gesehen. Sie besuchen nicht das Ruppiner Land sondern Brandenburg oder das Berliner Umland. Gerade für gezielte Marketingaktivitäten sowie eine verbesserte Imageförderung ist diese regionalspezifische Unbekanntheit nachteilig.</p>
<p><u>Radtourismus – Radfernweg Berlin Kopenhagen</u></p> <p>Die einzigartigen Natur- und Kulturlandschaften des Ruppiner Landes lassen sich perfekt mit dem Rad erkunden. Das Relief der Region stellt unterschiedliche, jedoch nie zu hohe Anforderungen, so dass alle Altersgruppen Möglichkeiten zum Radwandern finden. Auf vielen gut ausgebauten und überregional vernetzten Radwegen lässt sich nahezu die gesamte Tourismusregion erschließen. Die wichtigste und überregional bedeutendste Strecke ist der Radweg Berlin-Kopenhagen, der den gesamten Kreis Oberhavel in Nord-Südrichtung durchzieht (weite Teile entlang der Oberhavel) und zahlreiche attraktive Orte verbindet.</p>	<p><u>Kürze der Saison</u></p> <p>Ebenso wie in der Mecklenburgischen Seenplatte stellt auch im Ruppiner Land die Kürze der Saison das größte Hemmnis für eine noch stärkere Tourismusentwicklung dar. Saisonverlängernde Maßnahmen versuchen die Besucherzeiten in die Vor- und Nachsaison hinein auszudehnen, insbesondere weil sich der naturbezogene Aktivurlaub auch im Frühjahr oder Herbst gut ausführen lässt. Dennoch liegt der Schwerpunkt der Tourismusübernachtungen auch im Ruppiner Land noch deutlich in den Sommermonaten.</p>
<p><u>Gewässerreichtum - Wassertourismus</u></p> <p>Mit über 170 Seen ist das Wassersportrevier Ruppiner Land/Oberhavel die wasserreichste Region des Bundeslandes Brandenburg. Angebunden über die Müitz-Elde-Wasserstraße im Norden sowie die Obere Havel-Wasserstraße aus südlicher Richtung kann das Revier aus allen Nachbarrevieren einschließlich Berliner Gewässer, der Ostsee, der Elbe sowie der Oder per Boot angefahren werden. Die zahlreichen glasklaren Seen laden zudem zum Badetourismus ein. Ganz besonders geeignet sind der Stechlinsee, der Gudelacksee sowie der Ruppiner See.</p>	<p><u>Stellenweise mangelhafte touristische Infrastruktur</u></p> <p>Die touristische Infrastruktur ist in fast allen Tourismussegmenten trotz der deutlichen Verbesserungen in den letzten Jahren weiterhin ausbaufähig. Sowohl quantitativ vor allem aber qualitativ ist dies für fast alle Regionen, vor allem aber solchen, mit bisher noch geringer Nachfrageintensität festzustellen. Auch bzw. gerade in den Schwerpunktsegmenten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Radwege (v.a. Qualität), • Reitwege + Reitwegnetz, • Anlegestellen (Quantität und Qualität), • Wanderwege (Quantität und Qualität) sowie • Gesundheits- und Wellnesseinrichtungen <p>sind immer noch große Defizite auszumachen.</p>

Touristische Stärken	Touristische Schwächen / Hemmnisse
<p><u>Attraktive und moderne Übernachtungsmöglichkeiten</u> Ähnlich wie in der Mecklenburgischen Seenplatte ist auch im Ruppiner Land die touristische Infrastruktur in den letzten Jahren stark ausgebaut und aufgewertet worden. Attraktive und vielfältige Übernachtungsmöglichkeiten sowie eine gute touristische Infrastruktur für den Naturtourismus machen das Ruppiner Land zu einer deutschlandweit konkurrenzfähigen Tourismusregion.</p>	<p><u>Preis-Leistungs-Verhältnis (v.a. Gastronomie)</u> Auch im Ruppiner Land stimmen Preis und Leistung vor allem bei der gastronomischen Versorgung noch nicht immer überein. Touristen schauen immer stärker auf den Preis, was die Bedeutung eines ausgewogenen Preis-Leistungs-Verhältnisses zunehmend verstärkt.</p>
<p><u>Wandertourismus Wanderweg E 10</u> Auch dem Wandertourismus kann ein hohes Potenzial im Ruppiner Land zugesprochen werden. Zahlreiche Wanderwege sowie vor allem der Europäische Fernwanderweg 10, der von Rügen über den Böhmerwald und die Alpen bis nach Norditalien verläuft, durchqueren den Tourismusraum. Der Ruppiner Land Rundwanderweg (Teil davon sind E 10) erschließt weite Teile der Region und verläuft entlang attraktiver Destinationen. Dennoch ist gerade bei der Wanderinfrastruktur ähnlich wie beim Reittourismus noch großen Nachholbedarf festzustellen.</p>	<p><u>Mangel an zielgruppenspezifischen und saisonverlängernden Angeboten</u> Abgesehen von den schon vorbildlich entwickelten barrierefreien Angeboten ist noch immer ein Mangel an zielgruppenspezifischen, saisonverlängernden oder wetterunabhängigen Angeboten zu verzeichnen. So werden noch zu selten die verschiedenen Tourismussegmente über attraktive Kombiangebote miteinander verknüpft. Auch im altersgruppenspezifischen Bereich ist bisher keine Angebotsvielfalt festzustellen. Da gerade Kombinationsangebote Defizite wie Schlechtwetter oder Saisonkürze ausgleichen, steckt hierin noch ein großes Potenzial.</p>
<p><u>Barrierefreier Tourismus</u> Das Ruppiner Land ist Modellregion für den barrierefreien Tourismus und bietet zahlreiche Übernachtungsmöglichkeiten sowie Aktivitäten für alle Menschen. Die Palette an barrierefreien Erholungsmöglichkeiten reicht von Hotels (Haus Rheinsberg, Landhaus Seebeck) über Gutshöfe (Gnevikow), Campingplätze (Am Rottstieffliess) bis hin zu zahlreichen Aktivitäten (Fahrgastschiffahrt, geführte Touren durch den Naturpark Stechlin-Ruppiner Land, Ziegeleipark Mildenberg,...) die von Menschen mit Behinderung problemlos genossen werden können.</p>	<p><u>Auslandstourismus</u> In der Ausrichtung auf den ausländischen Quellmarkt, der mit Schwerpunkten vor allem in Polen, den Niederlanden aber auch in Skandinavien und den baltischen Staaten identifiziert werden kann, sind noch große Defizite festzustellen. Auch im Ruppiner Land sind insbesondere der geringe Anteil mehrsprachiger Beschriftungen und Werbematerialien sowie vor allem die ungenügenden Fremdsprachenkenntnisse der Tourismusanbieter für dieses Manko verantwortlich zu machen.</p>
<p><u>Deutsche Tonstraße und Tonstichlandschaften - Ziegeleipark Mildenberg</u> Ein besonderes Highlight der Region sind die Tonstichlandschaften. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts war Ton als Werkstoff und Keramik eines der bedeutendsten Rohstoffe Nordbrandenburgs. Entlang der 250 km langen Tonstraße, die sich durch den gesamten Kreis Oberhavel zieht, kann der Besucher die Zeugnisse dieser Epoche (Ziegeleien, Kachelöfen, Tonstichlandschaften,...) kennen lernen und darüber hinaus so attraktive Städte wie Rheinsberg, Zehdenick oder Fürstenberg entdecken. Das größte Highlight der Tonstraße ist der Ziegeleipark Mildenberg.</p>	<p><u>Mangelnde Versorgung auf dem Land</u> Die Qualität des aktiven Landurlaubs wird in zunehmendem Maße vom ländlichen Versorgungsangebot bestimmt. Vor allem Aufgrund der geringen Bevölkerungsdichte sowie der abnehmenden Einwohnerzahl ist das Dienstleistungs- und Versorgungsangebot auf dem Land jedoch quantitativ und qualitativ rückläufig. Rad- Reit, Wasser-, und Wanderwege führen daher nicht selten durch Dünnsiedelareale mit wenigen Gaststätten und Einkaufsmöglichkeiten.</p>

Touristische Stärken	Touristische Schwächen / Hemmnisse
<p><u>Naturparke und andere Schutzgebiete</u></p> <p>Auch im Ruppiner Land und der Oberhavelregion stellen Schutzgebiete einen wichtigen (imagebildenden) Faktor dar, der nicht selten Auslöser für einen Besuch der Region ist. Das Zentrum für den Naturtourismus im Untersuchungsraum ist der Naturpark Stechlin-Ruppiner Land. Auf 800 km² bestimmen neben dem einzigartigen Stechliner Seengebiet das Rheinsberger Becken, die Havel-Rhin-Gewässer, die Baumgarten Meseberger Heide und die Ruppiner Schweiz die Landschaft. Des Weiteren müssen auch das Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin sowie die Naturparke Uckermärkische Seen und Barnim genannt werden, die den Tourismusraum Ruppiner Land zwar nur tangieren aber dennoch wichtige Reiseziele für viele Touristen sind.</p>	<p><u>Mangelnde gastronomische Qualität und Vielfalt</u></p> <p>Nicht nur das Preis-Leistungs-Verhältnis sondern auch die Qualität und Vielfalt der gastronomischen Angebote ist im Ruppiner Land wie in so vielen anderen Regionen Ostdeutschlands noch nicht zufriedenstellend. Dieses Manko steht in unmittelbarem Zusammenhang mit einer mangelnden Qualifizierung des Tourismuspersonals sowie einer geringen Nachfrage der einheimischen Bevölkerung. Nicht selten wird vor allem der Service und die Kundenfreundlichkeit kritisiert. Darüber hinaus fehlt es häufig an der gastronomischen Vielfalt. Viele, landschaftlich attraktiven Regionen aber auch größere Orte haben nur eine sehr geringe Auswahl an unterschiedlichen gastronomischen Angeboten.</p>
<p><u>Attraktive Residenz- und Ausflugsstädte</u></p> <p>Mit der Fontane- und Barockstadt Neuruppin, den Residenzstädte Rheinsberg oder Oranienburg sowie weitem attraktiven Orten wie Zehdenick, Fürstenberg oder Lindow bietet die Region trotz ihrer ländlichen Prägung teilweise sehr attraktive Ausflugsstädte. Darüber hinaus sind die beiden überregional bekannten Gedenkstätten der ehemaligen KZ Ravensbrück und Sachsenhausen bedeutende Ziele für Tagesreisen in der Region.</p>	<p><u>Mangel an Regionalen Produkten</u></p> <p>Die Region Ruppiner Land/Oberhavel verzeichnet noch einen Mangel an regionalen Produkten bzw. deren Vermarktung. Denn auch Nordbrandenburgs Landwirtschaft ist zu schwach auf die Versorgung der eignen regionalen Bevölkerung ausgerichtet. Typische Wochenmärkte oder Höfe auf denen Produkte der regionalen Landwirtschaft angeboten werden, gibt es noch zu wenige. Auch die Tourismusbranche bekommt dieses Defizit zu spüren. Nicht selten nutzen Tourismusregionen regionale Produkte als erfolgreiche Vermarktungsstrategie und entwickeln überregional bekannte Alleinstellungsmerkmale.</p>
<p><u>Staatlich anerkannte Erholungsorte</u></p> <p>Staatlich anerkannte Erholungsorte zeichnen sich durch eine hohe Attraktivität sowie eine gute touristische Infrastruktur aus. Die Tourismusregion Ruppiner Land/Oberhavel hat mit Rheinsberg, Lindow, Kleinzerlang, Neuglobsow und Himmelpfort derzeit 5 bundesweit zertifizierte Erholungsorte, wobei mit dem Kurort Templin sowie der Stadt Lychen noch zwei weitere anerkannte Erholungsorte mitberücksichtigt werden müssen, die in unmittelbarer Nachbarschaft zum Tourismusraum liegen.</p>	<p><u>Mangelnder Service und mangelnde Individualität</u></p> <p>Touristen verbinden Urlaubserlebnisse sehr häufig mit Personen. Sie fahren nicht einfach nur ins Ruppiner Land sondern sie fahren ins Ruppiner Land und übernachten „wie immer bei Person X“ oder „leihen sich wie üblich ihr Kanu bei Person Y aus“. Diese Individualität, die vor allem wichtig beim Aufbau einer Stammkundschaft ist, fehlt jedoch den meisten Anbietern in der Region noch. Auch hierfür ist wieder die mangelnde Service – und Dienstleistungsmentalität der im Tourismus Beschäftigten Hauptursache.</p>
<p><u>Schlösser, Herrenhäuser und Gutshöfe</u></p> <p>Brandenburg hat seine Ursprünge in Preußen, dessen Spuren auch in der Oberhavelregion sowie dem Ruppiner Land zu finden sind. Ein weiteres Markenzeichen neben den preußisch geprägten Innenstädten ist die hohe Dichte an Schlössern, Gutshäusern und Gutshöfen, die zum Teil auch als Hotel genutzt werden. Neben den bereits erwähnten Schlössern Rheinsberg und Oranienburg seien an dieser Stelle nur exemplarisch die Schlösser Hoppenrade, Merseberg, Zehdenick, Liebenberg sowie die Gutshöfe Gnewikow, Zernikow und Köpernitz genannt.</p>	<p><u>Unterhaltungs- und Schlechtwetterangebote</u></p> <p>Die touristischen Angebote der Region sind noch zu eindimensional auf den Natur- und Aktivurlaub (Radfahren, Wasserwandern, Wandern) ausgerichtet, was die Region sehr stark wetterabhängig macht. Weiterführende Unterhaltungs- und Freizeitangebote, die v.a. auch bei Schlechtwetter genutzt werden können, sind vielerorts noch unzureichend.</p>

Quelle: eigene Zusammenstellung PLANCO unter Mithilfe der Experten vor Ort

6.8.2.2 Wassertouristische Stärken und Schwächen

Für den Wassertourismus wird die obige Aufstellung weiter ergänzt. Die Darstellung schließt Teile des Kreises Uckermark (Lychener und Templiner Gewässer) ein, da sie wassertouristisch wegen ihrer Vernetzung dem Untersuchungsrevier zugerechnet werden müssen. In den weiteren Berechnungen bleiben diese Ergänzungsgebiete jedoch außer Betrachtung.

Tabelle 148: Wassertouristische Stärken und Schwächen im Ruppiner Land/Oberhavel

<u>Wassertouristische Stärken</u>	<u>Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse</u>
<u>Qualitätsfaktor Gewässer</u>	
<p><u>Abwechslungsreiches, langes, in weiten Teilen, vernetztes Gewässersystem</u></p> <p>Mit über 170 Seen ist das Wassersportrevier Ruppiner Land/Oberhavel die wasserreichste Region des Bundeslandes Brandenburg. Das Wassersportrevier ist durch seine zahlreichen, überwiegend untereinander vernetzten, Stand- und Fließgewässer gekennzeichnet, die sich für abwechslungsreiche Mehrtagestörns anbieten. Besonders hervorzuheben ist dabei die Größe und Länge des Netzes.</p>	<p><u>Nord-Südgefälle in der wassertouristischen Attraktivität und Nachfrage</u></p> <p>Im Unterschied zur Mecklenburgischen Seenplatte ist das nordbrandenburgische Revier im Ruppiner Land in seiner natürlichen Attraktivität, seiner bootstypenübergreifenden Eignung sowie vor allem dem quantitativen und qualitativen Ausstattungsrad an wassertouristischer Infrastruktur durch ein deutlichen Nord- Süd Gefälle geprägt. Dieses spiegelt sich sowohl auf der Angebots- als auch Nachfrageseite wieder. Vor allem aufgrund der Nähe Berlins zu den südlichen Revierabschnitten ist dies ein großes Entwicklungshemmnis.</p>
<p><u>Überregionale Erreichbarkeit über den Wasserweg - Nähe zu Berliner Gewässern</u></p> <p>Angebunden über die Müitz-Elde-Wasserstraße im Norden sowie die Obere Havel-Wasserstraße aus südlicher Richtung kann das Revier aus allen Nachbarrevieren einschließlich Berliner Gewässer, der Ostsee, der Elbe sowie der Oder per Boot angefahren werden. Die Bundeshauptstadt ist das wichtigste wassertouristische Quellgebiet der Oberhavel und Ruppiner Gewässer.</p>	<p><u>Schleusen – Gewässerhindernisse</u></p> <p>Die Wasserwege aller Revierabschnitte werden durch zahlreiche Schleusen geregelt. In den Kreisen Ostprignitz Ruppiner Land und Oberhavel sowie in den Lychener und Templiner Gewässern sind es allein 20. Aufgrund des starken Bootsbesatzes in den Monaten während der touristischen Hauptsaison verursachen Schleusen insbesondere an netzzentralen Stellen häufig lange Wartezeiten und Staus. Durchschnittliche Wartezeiten von 90 Minuten und Spitzenwartezeiten über 5 Stunden (Wolfsbruch) machen Schleusen zu Engpässen, die die Gesamtqualität des Wassertourismusreviers nachhaltig negativ beeinflussen.</p>
<p><u>Hohe Eignung für verschiedene Bootstypen</u></p> <p>Die sehr unterschiedlich strukturierten Gewässer können abgesehen von windbetriebenen Booten (Ausnahme Ruppiner See) durch nahezu alle Bootstypen genutzt werden. Die südlichen Ausläufer der Mecklenburgischen Kleinseen zwischen Rheinsberg und Lychen eignen sich dabei in erster Linie für Paddel und Kanu-Boote. Aber auch der motorbetriebenen Bootsreisende findet hier große Nutzungsbe-reiche. Die Wasserstraßen und Kanäle südlich Fürstenbergs bis Oranienburg und weiter nach Neuruppin bzw. Berlin sind demgegenüber fast ausschließlich für den Motorbootssport geeignet. Erst hinter Neuruppin in der Ruppiner Schweiz bei Lindow sowie im Langen Trödel bei Liebenwalde ist der Kanutourismus wieder stärker vertreten.</p>	<p><u>In Teilräumen hohes Konfliktpotenzial zwischen verschiedenen wassertouristischen Nutzergruppen aufgrund hoher Nutzungsintensität – Überfüllung</u></p> <p>Während der touristischen Hauptsaison sind in den stark nachgefragten Regionen zwischen Rheinsberg und Fürstenberg vermehrt Nutzungskonflikte v.a. zwischen muskel- und motorbetriebenen Booten festzustellen. Obwohl einige Seen im Revierabschnitt ausschließlich dem Kanutouristen vorbehalten sind, reicht die natürliche Sortierung häufig nicht aus, um in den kleinräumigen Gewässerabschnitten Konflikte wie Lärm- und Geruchsbelästigung sowie zu den durch Motorboote induzierten Schwell zu vermeiden. Ein beträchtlicher Teil der Kanu- und Paddeltouristen fühlt sich daher mehr und mehr in seinen Nutzungsräumen eingeschränkt.</p>

<u>Wassertouristische Stärken</u>	<u>Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse</u>
<p><u>Geringe Berufsschifffahrt in Teilbereichen</u></p> <p>Vor allem die Kleinseenplatte im Norden der Untersuchungsregion zwischen Rheinsberg und Fürstenberg aber auch die Obere Havelwasserstraße wird kaum von Berufsschiffen genutzt. Die typischen Nutzungskonflikte zwischen gewerblicher und touristischer Schifffahrt anderer Bundes- und Landesgewässern, treten in der Müritz-Havel- und Obere-Havel-Wasserstraße nicht auf. Auch die Ruppiner Reviere sind weitestgehend frei von gewerblicher Nutzung.</p>	<p><u>Befahrbarkeitsbeschränkung Berufsschifffahrt - Bereich Havel Oder Wasserstraße</u></p> <p>Anders als in der Oberen Havel Wasserstraße werden die südlichen Revierabschnitte der Havel sowie des Oder-Havel-Kanals zwischen Henningsdorf-Oranienburg in Richtung Eberswald und Schwedt relativ stark von der gewerblichen Schifffahrt genutzt. Die touristische Nutzung und Entwicklung wird dadurch zusätzlich eingeschränkt.</p>
	<p><u>Befahrbarkeitsbeschränkungen aus Naturschutzgründen</u></p> <p>Einige Gewässerabschnitte sind aus Naturschutzgründen zeitweise oder ganz für die Bootsnutzung gesperrt. (bspw. Rheinsberger Rhin)</p>
<u>Qualitätsfaktor Basisinfrastruktur</u>	
<p><u>Stellenweise moderne wassertouristische Infrastruktur</u></p> <p>Die wassertouristische Infrastruktur hat in weiten Teilen des Reviers Nachholbedarf. Dennoch gibt es stellenweise vor allem im nördlichen Revierabschnitt positive Ansätze. Moderne und gut ausgestattete Häfen und Anlegestellen für Motorboote finden sich bspw. in Rheinsberg (Hafendorf und Marina), Fürstenberg, Zehdenick, Bredereiche sowie bei Klein Zerlang in der Marina Wolfsbruch. In diesen Revierabschnitten ist auch die Kanuinfrastruktur gut. Andere Revierabschnitte sind vergleichsweise schlecht abgedeckt wobei auch dort stellenweise gute Anleger vorhanden sind (Lindow, Oranienburg, Molchow)</p>	<p><u>Insgesamt zu geringe Kapazitäten und zu wenige Anlegemöglichkeiten für alle Bootstypen</u></p> <p>Die Anzahl der Anlegestellen für alle touristischen Bootstypen ist im gesamten Ruppiner Land noch ausbaufähig. Dies gilt nicht nur für die schwächer nachgefragten südlichen und westlichen Revierabschnitte um Oranienburg bzw. Neuruppin, sondern auch für die Obere Havel Wasserstraße. Während in den Abschnitten zwischen Zehdenick, Oranienburg und Neuruppin noch große Lücken im Netz klaffen, könnten in der Region Oberhavel vor allem die Städte noch stärker aufgewertet werden. Einige Orte (Templin) haben auch hier noch gar keine attraktiven Anlegemöglichkeiten. Auch die Kanuinfrastruktur ist in Abschnitten verbesserungswürdig.</p>
<p><u>Gute Netzdichte in den nördlichen Gewässern (Rheinsberg bis Lychen)</u></p> <p>Zwischen Rheinsberg und Fürstenberg (Bredereiche) ist das Netz an Sportbootshäfen und Anlegestellen relativ dicht. Netzlücken gibt es hier kaum. Dennoch wäre einem weiteren Ausbau zusätzlicher kleiner Anlegestellen nichts entgegenzusetzen.</p>	<p><u>Anleger und Warteplätze an Engpässen und Schleusen)</u></p> <p>In Schleusenbereichen oder sehr stark überfüllten Kanälen fehlt es häufig noch an offiziell ausgewiesenen Wartebereichen und kleineren Anlegestellen.</p>
<u>Qualitätsfaktor Touristische Angebote und Serviceleistungen</u>	
<p><u>Hohe wassertouristische Anbietervielfalt in den nördlichen Gewässern</u></p> <p>Entsprechend der hohen wassertouristischen Attraktivität der Region ist auch die Vielfalt der wassertouristischen Angebote und Serviceleistungen im Revier zwischen Rheinsberg und Fürstenberg beträchtlich. Dem Wassertouristen wird eine große Auswahl an Kanuverleihen und Bootsvercharternern geboten.</p>	<p><u>Mangelnde Dienstleistungsmentalität (an Schleusen)</u></p> <p>Schleusen stellen nicht nur einen Engpass im Hinblick auf das reibungslose Wasserwandern dar. Sie sind auch nicht für anderweitige touristische Nutzungen ausgelegt. Anders als in anderen Ländern dürfen im Schleusenbereich keine weiteren touristischen Dienstleistungen (Imbiss, etc.) angeboten werden. Auch für die Beschilderung steht kein Raum zur Verfügung. Negativ sind die unflexiblen Öffnungszeiten. Darüber hinaus sind Schleusen häufig unbemannt, d.h. völlig automatisiert, obwohl generell festzustellen ist, dass die Abwicklung einer Schleusung mit Hilfe des Schleusenwärters besser funktioniert.</p>

<u>Wassertouristische Stärken</u>	<u>Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse</u>
<p><u>Fahrgastschiffahrt</u></p> <p>Auch in den Gewässern des Ruppiner Landes Oberhavel ist die Fahrgastschiffahrt ein wichtiges wassertouristisches Segment. Die Reedereien in Rheinsberg, Neuruppin, Zehdenick, Fürstenberg, Templin, Lychen und Berlin decken nahezu das gesamte schiffbare Revier ab.</p>	<p><u>Mangel an zielgruppenspezifischen Angeboten</u></p> <p>Auch im Ruppiner Land ist das zielgruppenspezifische Angebot im Wassertourismusbereich noch verbesserungswürdig. Geführte Touren, Kindersegeln oder Kanuausflüge für bestimmte Gruppen sind leider noch die Seltenheit im Revier. Auch in diesem Segment gibt es schon Anbieter (R.A.T. Rheinsberg, Nordlicht-Kanu Fürstenberg), die bisher allerdings noch die Seltenheit sind.</p>
<p><u>Führerscheinfreiheit durch Charterbescheinigung</u></p> <p>Weite Teile des Wasserportreviers im Ruppiner Land können per Charterbescheinigung bootsführerscheinfrei befahren werden. Hierzu gehört der gesamte Wasserweg zwischen Rheinsberg, Fürstenberg und Liebenwalde einschließlich der Abstecher in die Templiner und Lychener Gewässer sowie die Wasserwege der Ruppiner Gewässer zwischen Altfriesack, Neuruppin und Lindow.</p>	<p><u>Charterbescheinigung nicht flächendeckend nutzbar - kaum Möglichkeiten für Einwegfahrten</u></p> <p>Eines der Hauptgründe für die rückständige wassertouristische Entwicklung der südlichen und westlichen Revierabschnitte im Ruppiner Land ist deren isolierte Lage in Bezug auf führerscheinfreies Fahren von Hausbooten. Aufgrund der Nutzung durch die Berufsschiffahrt sowie der Nichteignung alternativer Wasserwege ist das bootsführerscheinfreie auf Zufahrtswegen in die genannten Reviere nicht erlaubt.</p>
<p><u>Ausstattung in neuen Häfen und Wasserwanderrastplätzen</u></p> <p>Zusammen mit dem Hafenneu- und Ausbau wurde auch die Ausstattung der Häfen und Anlegestellen auf den neusten Stand gebracht. Die neuen Häfen bieten einen Rundumservice bei der sanitären, technischen sowie sonstigen Ausstattung und Versorgung..</p>	<p><u>Mangelhafte Ausstattung sowie verbesserungswürdiger Service in Häfen</u></p> <p>Trotz der stark verbesserten Ausstattung der Wasserwanderrastplätze besteht noch weiterhin Nachholbedarf sowohl in punkto Qualität als auch Quantität der Ausstattung. Viele Sanitäreanlagen bedürfen noch einer Modernisierung bzw. Angebotsvergrößerung während der Saison. Überhaupt ist die Serviceorientierung der Häfen und Wasserwanderrastplätze noch deutlich ausbaufähig. Es müsste noch stärker auf Kundenwünsche eingegangen werden. Besonders die mangelhafte Dienstleistungsmentalität und Kundenfreundlichkeit in vielen Häfen stehen häufig in der Kritik.</p>
	<p><u>Angelschein – Notwendigkeit</u></p> <p>Die Einführung einer zeitlich und / oder örtlich befristeten Befreiung von der Fischerei- bzw. Angelscheinpflcht analog dem Vorbild der Charterbescheinigung ist auch im Ruppiner Land bisher nur im Gespräch, jedoch noch nicht umgesetzt worden.</p>

<u>Wassertouristische Stärken</u>	<u>Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse</u>
<u>Qualitätsfaktor Landgang Anrainergemeinden</u>	
<u>Anrainergemeinden - Stärken</u> <p>Die Wasserwege des Gesamtreviere sind von einigen sehr attraktiv am Wasser gelegenen Städten gesäumt. Besonders hervorzuheben sind vor allem Rheinsberg, Fürstenberg, Lychen, Templin, Zehdenick, Oranienburg, Neuruppin und Lindow. Fast alle Städte haben zudem einen zentrumsnahen Wasserzugang.</p>	<u>Anrainergemeinden - Schwächen</u> <p>Insgesamt spiegelt sich die hohe wasserseitige Abwechslung nur in geringem Maße auf der ufernahen Landseite wieder. Viele der Anrainerstädte können ihr großes wasser- und landseitiges Potenzial noch nicht genügend ausschöpfen. Selten öffnen sich die Orte städtebaulich attraktiv zum Wasser. Auch ein unsaniertes mangelhaftes äußeres Erscheinungsbild trübt vielerorts noch das Bild.</p>
	<u>Wenig Kombinationsangebote zwischen Wassertourismus und anderen landseitigen Angeboten</u> <p>Auch im Ruppiner Land werden originelle Kombinationsangebote für wassertouristische sowie landseitige Aktivitäten noch zu selten angeboten Gerade vor dem Hintergrund, der großen Nachfrage der einzelnen Segmente v.a. Wasserwandern und Radfahren dürften kreative Angebote auf großes Interesse treffen.</p>
<u>Qualitätsfaktor Landgang Natur und Landschaft</u>	
<u>Natur und Landschaft</u> <p>Die naturbelassenen Uferbereiche, die intakte Umwelt, die gute Badewasserqualität und die vielen abwechslungsreichen Uferzonen machen den Landgang in der Natur zum Highlight eines jeden Bootstörns im Revier. Die vielen Schutzgebiete in der Region fördern das touristische und wassertouristische Image. Auch im Hinblick auf den Wassertourismus sind sie ein wichtiger Marketingvorteil gegenüber anderen Regionen.</p>	<u>Teilweise verbaute Uferzonen</u> <p>Nicht überall sind die Uferzonen landschaftlich hochattraktiv und unverbaut. Während vor allem in den stark nachgefragten Revierabschnitten stellenweise ungeordnete Bebauung alter Bootshäuser und -schuppen die Schönheit der Uferbereiche beeinträchtigen, leiden die von der touristischen Schifffahrt bisher weniger Wasserwege an den Folgen mangelnde Uferpflege..</p>
<u>Gute Lage bzw. Anbindung der Gewässer an Rad- und Wanderwege</u> <p>Vor allem der Radweg Berlin Kopenhagen aber auch zahlreiche weitere ufernahen Rad- und Wanderwege begleiten die Flüsse und Seen im Revier. Wasserwandern, Paddeln und Radfahren lässt sich daher an vielen Stellen gut kombinieren.</p>	
<u>Qualitätsfaktor Touristische Informationen vor Ort</u>	
<u>Wasserseitiges Leitsystem „Gelbe Welle“</u> <p>Auch in den Gewässern des Ruppiner Landes Oberhavel hat sich die „Gelbe Welle“ als einheitliches Hafenkilassifizierungs- und wassertouristisches Leitsystem durchgesetzt. In insgesamt 12 zertifizierten Häfen im Revier wird eine qualitativ gute Ausstattung, Beschilderung sowie ein umweltgerechter Standard geboten.</p>	<u>Mangelhafte wasserseitige touristische Beschilderung</u> <p>Die Beschilderung der Wasserseite ist sowohl entlang der Strecken vor allem aber in den Häfen und Anlegestellen größtenteils noch unzureichend. Zu selten wird der Tourist auf weitere Anlegemöglichkeiten oder besondere landseitige Attraktionen hingewiesen. Auch Versorgungsmöglichkeiten werden auf dem Wasser kaum empfohlen. Hier steckt noch großes Potenzial. Zudem ist die Einbindung in landseitige Beschilderungssysteme noch verbesserungswürdig.</p>

<u>Wassertouristische Stärken</u>	<u>Wassertouristische Schwächen / Hemmnisse</u>
<u>Qualitätsfaktor Standortübergreifende Informationen</u>	
<p><u>Attraktive informative Druckerzeugnisse –</u> In attraktiven Broschüren wie bspw. „Ihr Lotse“ oder „Urlaub auf dem Wasser“ bzw. der Karte „Ruppiner Seen- und Kulturland“ wird die Wassertourismusregion sehr ansprechend präsentiert. Neben anschaulichen revierübergreifenden wassertouristischen Informationen, werden u.a. Törnvorschlage gemacht sowie etliche Tipps fur den Landgang gegeben.</p>	<p><u>Außenmarketing</u> Abgesehen von den guten Printprodukten ist die wassertouristische Vermarktung des Gesamtreviers in vielen Bereichen noch ungenugend. Zu nennen sind u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fehlende zentrale Internetseite fur den Wassertourismus in der Region • Mangelhafte Einbindung des Wassertourismus in landseitige Tourismusangebote • Bewerbung der Vor- und Nachsaison...

Quelle: eigene Zusammenstellung PLANCO unter Mithilfe der Experten vor Ort