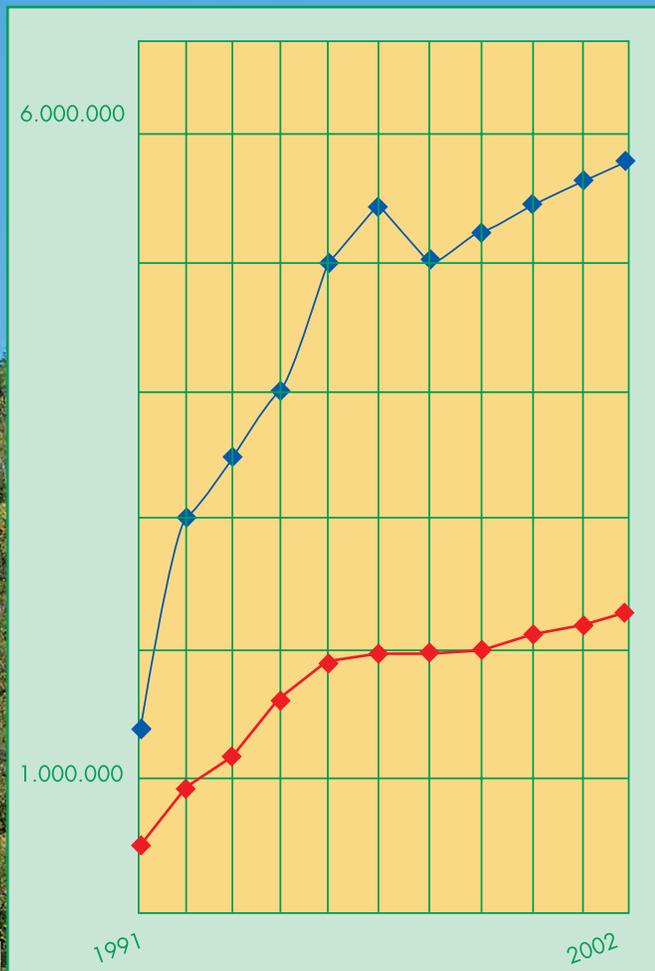


Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt



Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt

**Tourismus-Studien
Sachsen-Anhalt
8**

Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt

Daten, Fakten, Zahlen

Magdeburg 2002

Inhalt

Seite

Vorwort	7
1. Das Reiseland Sachsen-Anhalt	8
1.1 Tourismusstrukturen des Landes	8
1.2 Touristische Schwerpunkte des Landes	9
2. Touristische Infrastruktur in Sachsen-Anhalt	10
3. Tourismusmarkt Sachsen-Anhalt	13
3.1 Übernachtungen und Ankünfte nach Betriebsarten und Regionen	16
3.2 Grauer Beherbergungsmarkt	19
3.3 Tagesausflugsverkehr	22
4. Tourismus als Wirtschaftsfaktor	23
4.1 Höhe und Struktur der Ausgaben in Sachsen-Anhalt	23
4.1.1 Ausgabenstruktur des Übernachtungstourismus	23
4.1.2 Ausgabenstruktur des Tagesausflugsverkehrs	26
4.2 Touristische Wertschöpfung Sachsen-Anhalts	27
4.3 Beitrag zum Bruttoinlandprodukt	28
4.4 Vergleich mit anderen Wirtschaftszweigen	29
4.5 Beschäftigungseffekte	30
4.6 Kommunale und steuerliche Effekte	33
5. Fazit	35
6. Informationsteil	36
6.1 Quellenverzeichnis	36
6.2 Anmerkungen	37

Vorwort

Der Tourismus ist heute ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für das Land Sachsen-Anhalt. Er ist ein Multiprodukt mit Breitenwirkung, denn von den Ausgaben der Touristen profitieren eine Vielzahl von Branchen, insbesondere Beherbergungsbetriebe, Gastronomie, Kultur-, Sport-, Freizeit- und Unterhaltungsanbieter, Landwirtschaft und Einzelhandel, Transportunternehmen und sonstige Dienstleister.

Sachsen-Anhalt ist kein klassisches Urlaubsland. Dennoch gehört der Tourismus zu den Wirtschaftszweigen mit großem Wachstumspotenzial und interessanten Zukunftschancen. Insgesamt machen die erstmals für das Bundesland Sachsen-Anhalt ermittelten Werte eines deutlich: Der Tourismus ist eine feste Größe in der sachsen-anhaltinischen Wirtschaft, mit beachtlichen Wachstumsraten und hohen Arbeits-

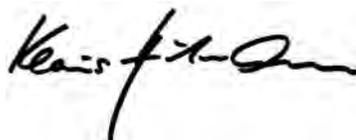
platzeffekten. Er schafft privates und volkswirtschaftliches Einkommen, trägt mit fünf Prozent zum Bruttoinlandsprodukt bei und bietet 40.000 Menschen Arbeit. Der Tourismus ist damit ein wesentliches Element des Strukturwandels und positioniert das Land entscheidend auf dem Weg zu einem anerkannten Dienstleistungsstandort.

Die positiven Entwicklungen sind nicht zuletzt durch eine massive Förderpolitik des Landes für die touristische Infrastruktur und die gewerbliche Tourismuswirtschaft ermöglicht worden, sowie durch eine weitreichende Förderung des touristischen Landes-, Themen- und Regionalmarketings. Gemeinsam mit allen Partnern innerhalb und außerhalb des Landes werden wir die zukunftsorientierte Entwicklung des Tourismus in Sachsen-Anhalt fortsetzen.



Dr. Horst Rehberger

Minister für Wirtschaft
und Arbeit
des Landes Sachsen-Anhalt



Dr. Klaus Hieckmann

Präsident der Industrie-
und Handelskammer
Magdeburg



Albrecht Hatton

Präsident der Industrie-
und Handelskammer
Halle-Dessau

1. Das Reiseland Sachsen-Anhalt

1.1 Tourismusstrukturen des Landes

Den sich verändernden Gegebenheiten in der Reisebranche der zweiten Hälfte der 1990er Jahre entsprechend, wurde mit der Gründung der Landesmarketinggesellschaft eine klare Aufgabenteilung in den Tourismusstrukturen des Landes geschaffen, die sich an den neuen inhaltlichen und konzeptionellen Herausforderungen im Deutschlandtourismus und dem globalen touristischen Wettbewerb orientiert.

Das **Ministerium für Wirtschaft und Arbeit** ist dabei für die Richtlinienkompetenz in der Tourismuspolitik und die Förderung des Tourismus in Infrastruktur und Gewerbe zuständig. Wie beim Bund, der mit den Ländern im Bund-Länder-Ausschuss Tourismus die deutschlandweite Koordinierung durchführt, werden durch das Wirtschaftsministerium nur die staatlichen Rahmenbedingungen für den Tourismus gesetzt. Außerdem erfolgt hier die interdisziplinäre Koordinierung auf Landesebene unter der Beteiligung der Interministeriellen Arbeitsgruppe (IMAG) Tourismus. Ähnlich wie auf Bundesebene sind verschiedene Ministerien des Landes mit der Querschnittsaufgabe Tourismus befasst, die in der IMAG und in themenspezifischen Beiräten gebündelt wird.

Um das Tourismusmarketing des Landes effektiver zu gestalten und Reibungsverluste zu vermeiden, wurde 1999 die **Landesmarketinggesellschaft** (LMG) gegründet. Dabei stand die Vereinfachung von Strukturen und die Definition klarer Zuständigkeiten und Aufgaben im Mittelpunkt. Motiv für die Schaffung der LMG als zentraler Marketingorganisation des Landes war zunächst die Bündelung des touristischen Außenmarketings, wozu die Entwicklung von perspektivischen Strategien wie operative Maßnahmen gehören.

Mit der Verlagerung der professionellen touristischen Aufgaben auf die LMG gewinnt der **Landestourismusverband** (LTV) als ehrenamtliche touristische Spitzenorganisation eine besondere Bedeutung. Nach außen hin vertritt er die Belange des Tourismus

in Sachsen-Anhalt gegenüber der Landesregierung und dem Landtag sowie über die Landesgrenzen hinaus in den Verbänden auf Bundesebene. Nach innen organisiert er das Zusammenwirken von tourismusrelevanten Einrichtungen.

Das Land Sachsen-Anhalt ist mit seinen 1.298 Gemeinden, 21 Landkreisen und 3 Regierungsbezirken verwaltungsmäßig in fünf touristische **Regionalverbände** gegliedert: Tourismusverband Altmark, Fremdenverkehrsverband Anhalt-Wittenberg, Regionaler Fremdenverkehrsverband Halle-Saale-Unstrut, Harzer Verkehrsverband e.V. und Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide. Diese nehmen im Hinblick auf die Qualitätssicherung des touristischen Angebotes die wichtige Aufgabe des Innenmarketings wahr. Eine Sonderrolle spielt dabei der länderübergreifende Harzer Verkehrsverband (HVV), der Aufgaben des Außen- wie des Innenmarketings wahrnimmt. Die Regionalverbände stimmen ihre regionalen touristischen Produkte in der von der LMG einberufenen Landesmarketingkonferenz (LMK) mit der Landesmarketingstrategie ab und setzen diese in ihren Regionen um. Wesentliche Aufgabe ist die regionale Umsetzung und Angebotsentwicklung der landesweiten Alleinstellungsmerkmale, vor allem im Kommunikations- und Bündelungsprozess zwischen Kommunen, Hotellerie, Gastronomie, Museen, Kirchen und anderen touristischen Dienstleistern. Gleiches unternehmen auf Landesebene die in der LMK vertretenen touristischen **Fach- und Interessenverbände**. Dazu gehören u.a. der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA), der Bäderverband, der Verband der Campingplatzbetreiber, der Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club (ADFC) und das Deutsche Jugendherbergswerk.

- **Sachsen-Anhalt hat seine Tourismusstrukturen strategisch ausgerichtet.**
- **Mit einer klaren Aufgabenteilung in Tourismuspolitik, Tourismusförderung und Tourismusmarketing (Außen- und Innenmarketing) wird das Land für den touristischen Wettbewerb der Zukunft gewappnet sein.**

Tourismusstrukturen des Landes Sachsen-Anhalt

Ministerium für Wirtschaft und Arbeit (MW)

- Richtlinienkompetenz
- Förderung

Landesmarketinggesellschaft (LMG)

- Außenmarketing

Landestourismusverband (LTV)

- Politische Lobbyarbeit
- Interessenkoordination

Regionalverbände (RVs)

- Innenmarketing

Fachverbände (FVs)

- Innenmarketing (mit RVs)
- Außenmarketing (mit LMG)

1.2 Touristische Schwerpunkte des Landes

Die dargestellten touristischen Strukturen sind jedoch nur Hilfsmittel, um das Tourismusimage des Landes mit wichtigen Inhalten zu füllen. Wichtiger ist es, die Schwerpunkte des Tourismusmarketings des Landes zu definieren und gemeinsam mit den genannten Partnern in IMAG und LMK abzustimmen. Auf der Grundlage der naturräumlichen, kulturellen und regionalen Besonderheiten (Touristische Alleinstellungsmerkmale) kommt den touristischen **Schwerpunktgeschäftsfeldern Natur-** (Land-, Wander-, Radwander- und Wassertourismus), **Kultur-** (Städte- und Industrietourismus) und **Gesundheitstourismus** (Kur- und Bädertourismus) sowie den **Schwerpunktregionen Altmark, Dessau-Wörlitzer Gartenreich, Harz** (länderübergreifend) und **Weinregion Saale-Unstrut** (länderübergreifend) eine herausragende Rolle zu.

Schwerpunktt Themen des Tourismus in Sachsen-Anhalt

- **Straße der Romanik (einschließlich des Verstärkerthemas „Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt“)**
- **Blaues Band in Sachsen-Anhalt (einschließlich des länderübergreifenden Themas „Blaues Band Elbe/ Labe – Modry Pas Labe/ Elbe)**
- **Gartenträume – Historische Parks und Gärten in Sachsen-Anhalt**
- **Sachsen-Anhalt – Luthers Land (einschließlich des länderübergreifenden Themas „Wege zu Luther“)**
- **Musikland Sachsen-Anhalt (einschließlich des länderübergreifenden Themas „Mitteldeutsche Barockmusik“)**
- **UNESCO-Weltkultur- und Naturerbe**

Als die zentralen touristischen **Schwerpunktt Themen** des Landes haben sich im Entwicklungsprozess des Landes mittlerweile sechs Tourismusmagneten herauskristallisiert. Diese erhalten, wie die Schwerpunktgeschäftsfelder und -regionen, auch eine Marketingausrichtung auf spezifische **Zielgruppen**, zu denen in Sachsen-Anhalt besonders Kinder, Jugend und Familien, Geschäftsreisende (Tagungs- und Kongresstourismus), Senioren (50 plus) und Behinderte (Barrierefreier Tourismus) zählen. Die daraus abgeleitete Marketingstrategie für Sachsen-

Anhalt ruht auf drei **Markensäulen**, die in ihrer Entwicklung über das Tourismus- und Standortmarketing hinaus das Image des Landes stärker profilieren sollen.

Straße der Romanik: Sachsen-Anhalt besitzt einen unschätzbaren Reichtum an mittelalterlichen Baudenkmalern. Die Straße der Romanik ist für eine positive Imageprägung des Landes Sachsen-Anhalt nach außen und zur Identitätsstiftung nach innen von herausragendem Stellenwert. Mit ihren 60 Orten und 72 Objekten stellt diese Tourismusstraße ein einzigartiges, raumgreifendes Kulturmuseum mittelalterlicher Geschichte dar, das deutschlandweit große Resonanz findet.

Blaues Band: Neben dem Mittelalter liegt auch der Wassertourismus im Trend. Und Sachsen-Anhalt verfügt über ein einzigartiges Potenzial an Flüssen und Seen in Mitteldeutschland: Die wichtigsten touristischen Gewässer in Sachsen-Anhalt sind die Elbe, die Saale, die Unstrut, die Havel, der Mittellandkanal und der Geiseltalsee, die Goitzsche sowie das Seeland. Insgesamt 37 Schwerpunkttorte haben sich zu diesem wassertouristischen Netzwerk zusammengeschlossen.

Gartenträume: Gärten und Parkanlagen, wie die Anlagen im UNESCO-Welterbe "Dessau-Wörlitzer Gartenreich", die historischen Kuranlagen in Bad Lauchstädt und das Europarosarium Sangerhausen, werden europaweit zu Besuchermagneten. Ein positives Image-, Standort- und Tourismusprofil entsteht durch den Zusammenschluss von 40 Parkanlagen zu einem gartentouristischen Gesamtbild Sachsen-Anhalts.

- **Sachsen-Anhalts Tourismus hat die inhaltlichen Kräfte gebündelt und Schwerpunkte in Geschäftsfeldern, Regionen und Themen gesetzt.**
- **Dazu zählen als touristische Alleinstellungsmerkmale Sachsen-Anhalts die Markensäulen Straße der Romanik – als kulturtouristisches Netzwerk von 72 mittelalterlichen Objekten, Blaues Band – als wasser- und naturtouristisches Netzwerk von 37 Orten an Seen und Flüssen und Gartenträume – als kultur- und naturtouristisches Netzwerk von 40 historischen Parkanlagen in Sachsen-Anhalt.**

Markensäulen in Sachsen-Anhalt			
Straße der Romanik in Sachsen-Anhalt		Blaues Band in Sachsen-Anhalt	Gartenträume Historische Parks in Sachsen-Anhalt

2. Touristische Infrastruktur in Sachsen-Anhalt

Deutschlandweit gibt es rund 55.600 gewerbliche **Beherbergungsbetriebe** (mehr als 8 Betten) mit insgesamt rund 2.593.000 Betten. Sachsen-Anhalt, das in seiner Gesamtfläche nicht zu den Haupttourismusländern Deutschlands zählt, hat dabei mit 58.456 Betten in 1.155 Betrieben einen Anteil von 2,3 %. Bei der Bettenkapazität pro Einwohner liegt Sachsen-Anhalt im Vergleich der Flächenbundesländer jedoch bereits an zwölfter Stelle. Bei diesen Zahlen ist auch zu berücksichtigen, dass sich die Beherbergungsbetriebe (523) und deren Bettenzahl (26.124) in Sachsen-Anhalt seit 1993 mehr als verdoppelt haben.

Touristische Beherbergungsbetriebe und Betten in Sachsen-Anhalt 2001		
Betriebsart	Betriebe	Betten
Hotels	444	27.126
Gasthöfe	129	2.139
Pensionen	202	3.876
Hotels garnis	100	4.534
Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime	62	4.331
Ferienzentren	18	2.245
Ferienhäuser/ Ferienwohnungen	61	1.774
Hütten, Jugendherbergen	63	4.447
Vorsorge- und Reha-Kliniken	14	3.109
Camping	62	4.875
Insgesamt	1.155	58.456

Quelle: Statistisches Landesamt 2001

Der Anteil der Hotels an den touristischen Beherbergungsbetrieben ist dabei in Sachsen-Anhalt mit 38,4 % im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (24 %) recht hoch. Diese Zahl zeigt auch, dass Sachsen-Anhalt bisher kein eigentliches Mehrtages-, sondern ein Kurzurlaubsland (Wochenende, Geschäftsreisen) ist. Im **Gastgewerbe** insgesamt – Beherbergungsbetriebe und Gastronomie – zählt Sachsen-Anhalt in der amtlichen Statistik 6.421 Betriebe.

Nicht berücksichtigt wurden bei all diesen Angaben die nichtamtlichen Zahlen des **Grauen Beherbergungsmarktes**, der für Sachsen-Anhalt beispielsweise beim Dauercamping 6.500 Stellplätze ausweist (Vgl. 3.2). Auch die statistisch nicht vorliegenden Zahlen der Beherbergungsbetriebe unter 9 Betten würden das Gesamtbild für Sachsen-Anhalt noch verbessern.

Zur touristischen **Infrastruktur** im Land Sachsen-Anhalt gehört neben den gewerblichen Betrieben der Gastronomie und Hotellerie auch der ganze Natur- und Kulturraum, der Verkehrs- und Gemeindeforum etc., der hier nur ansatzweise Erwähnung finden kann.

Beispielhafte Infrastrukturdaten für Sachsen-Anhalt 2002

Dauercamping:

54 Betriebe und 4.611 Stellplätze

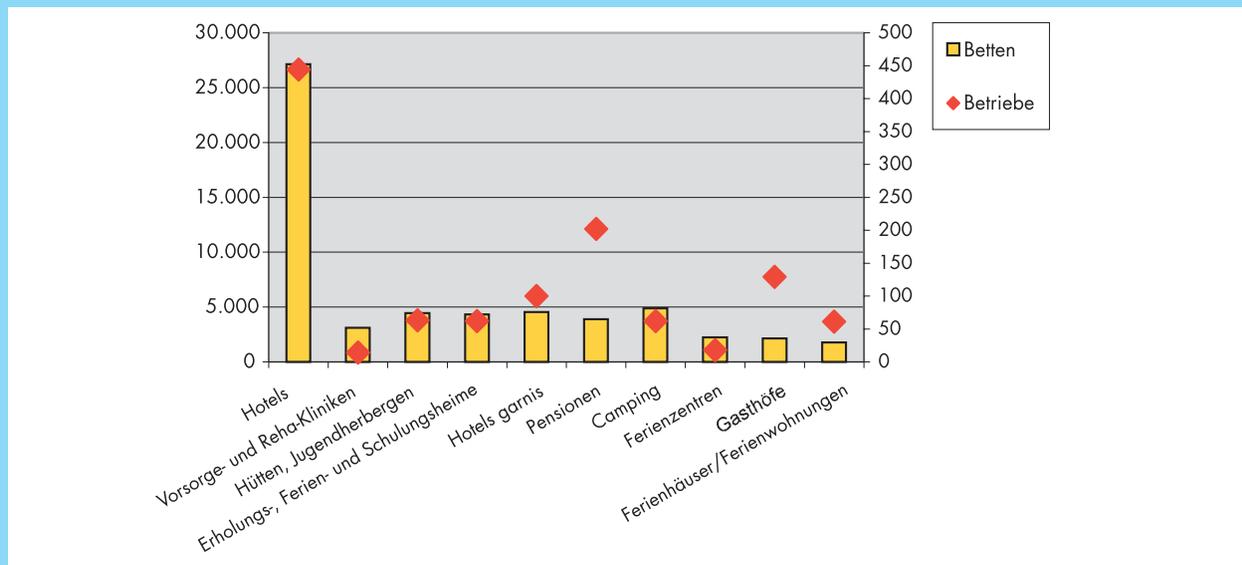
Kurorte: 8 (Arendsee, Bad Kösen, Bad Schmiedeberg, Bad Suderode, Blankenburg, Schönebeck/Bad Salzelmen, Flechtingen, Ilsenburg)

Erholungsorte: 37

Museen: 204

Naturparks: 6 (Colbitz-Letzlinger Heide, Drömling, Dübener Heide, Fläming, Saale-Unstrut-Triasland, Unteres Saaletal)

Anzahl der Beherbergungsbetriebe und Betten in Sachsen-Anhalt 2001



Quelle: Statistisches Landesamt 2001, eigene Darstellung iff

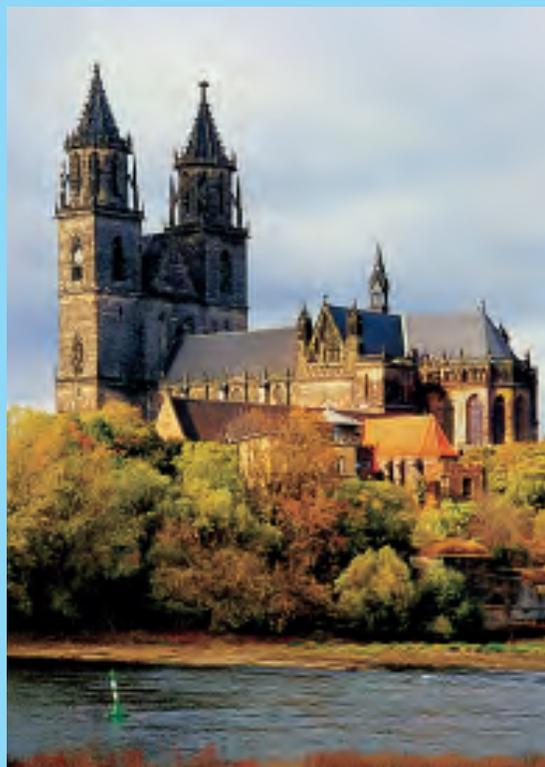
**Überregionales Radwanderwegenetz:
ca. 1.757 km
Erlebnisbäder: 11
Moto-Cross-Strecke: 1
Formel 1 DTM Strecke:
Motopark in Oschersleben**

Das bestehende touristische Potential – ob in privatwirtschaftlichem Gewerbe oder in kommunaler Infrastruktur – konnte jedoch nur mit einer massiven **Förderpolitik** des Landes, des Bundes und der Europäischen Union für den Gast entwickelt werden. Dazu gehören insbesondere die vom Ministerium für Wirtschaft und Arbeit betreuten Mittel der Gemeinschaftsaufgabe (GA). Allein mit diesem Programm wurden zwischen 1991 und 2001 im Bereich der Tourismusinfrastruktur bei 516 Vorhaben mit einem Zuschuss von 406 Mio. Euro Investitionen in Höhe von 602 Mio. Euro ausgelöst, im Bereich des Tourismusgewerbes bei 889 Vorhaben mit einem Zuschuss von 296 Mio. Euro Investitionen in Höhe von 946 Mio. Euro. Im letztgenannten gewerblichen Bereich wurden damit zusätzlich 22.820 Betten in der Hotellerie geschaffen. Insgesamt steht Sachsen-Anhalt neben Mecklenburg-Vorpommern an der Spitze der GA-Infrastrukturförderung der neuen Bundesländer. Die Infrastrukturprogramme der anderen Ministerien, insbesondere in den Bereichen Verkehr, Kultus, Städtebau, Naturschutz und Landwirtschaft können hier nur erwähnt werden, spielen aber bei der Entwicklung der Querschnittsaufgabe Tourismus eine entscheidende Rolle.

Drei **Beispiele** aus den Bereichen Infrastruktur (Bundesgartenschau 1999), Hotellerie (Maritim Hotel Magdeburg) und Landesprojekt (Straße der Romanik) mögen verdeutlichen, welche volkswirtschaftliche Rolle der Tourismus für Sachsen-Anhalt spielt.

Die Entwicklung der 25. **Bundesgartenschau** (BUGA) 1999 in Magdeburg war von Anfang an nicht nur ein touristisches Projekt oder eine temporäre Veranstaltung, sondern eine dauerhafte Attraktion als überregionaler Freizeit- und Erlebnispark sowie eine nachhaltige Stadtentwicklungsmaßnahme. Von den Gesamtkosten in Höhe von 107 Mio. Euro wurde eine Förderung von GA-Mitteln des Wirtschaftsministeriums in Höhe von 58 Mio. Euro bewilligt. Insgesamt hat die BUGA jedoch städtebauliche Infrastrukturmaßnahmen im Umfeld in Höhe von 360 Mio. Euro angeschoben. Dazu gehören der Nordbrückenzug über die Elbe, der Tunnel unter dem Askanischen Platz, die Rekultivierung der Mülldeponie, die Fachhochschule Magdeburg oder das Wohngebiet Brückfeld. Daneben wurden gewerbliche Investitionen, wie die Messe Magdeburg, das Erlebnisbad, das Sportzentrum oder der Golf- und Reitplatz über GA-Mittel gefördert. Im BUGA-Jahr 1999 wurden 2,3 Mio. Besucher registriert, die knapp 20 Mio. Euro Nettoeinnahmen allein aus dem Kartenverkauf aufbrachten. Das größte Wirtschaftsförderprojekt der Region Magdeburg mit über 100 ha

Fläche hat somit Gesamtinvestitionen von 500 Mio. Euro ausgelöst, 1.500 temporäre Arbeitsplätze während der Bauphase und ca. 700 feste Arbeitsplätze geschaffen. Die Aufträge wurden weitestgehend an die heimische Wirtschaft vergeben, so dass neben dem Tourismus insbesondere der Hoch- und Tiefbau, der Garten- und Landschaftsbau sowie das Handwerk von dem Gesamtprojekt profitieren.



*Straße der Romanik
Dom St. Mauritius und Katharina Magdeburg*

Aus dem Bereich des touristischen Gewerbes (Hotellerie und Gastronomie) soll beispielhaft das **Maritim Hotel Magdeburg** herangezogen werden, weil diese Investition verdeutlicht, welche Rolle der Tourismus in der mittelständisch geprägten Wirtschaft Sachsen-Anhalts spielt. Dieses Hotel wurde wie alle Beherbergungseinrichtungen in den Oberzentren Halle, Dessau und Magdeburg nicht mit Fördermitteln des Landes und Bundes unterstützt. Die Maritim Gruppe investierte mit dem Neubau ihres Hotels in Magdeburg 1995 insgesamt rund 67 Mio. Euro. Diese strategisch angelegte und nicht auf kurzfristige Fördervorteile bedachte Investitionsentscheidung einer internationalen Hotelkette belegt eindrucksvoll die Attraktivität des Tourismusstandortes Sachsen-Anhalt. Hier kommt es besonders darauf an, dass die vom Land unterstützten Infrastrukturmaßnahmen einer Kommune und das privatwirtschaftliche Engagement eines Investors direkt ineinander greifen. Im Jahr 2000 wurde mit dieser Investition durch das Maritim Magdeburg denn auch ein Umsatz von rund 10 Mio. Euro erwirtschaftet. Diese betriebs- und volkswirtschaftlich doch bedeu-

tende Summe wird jedoch von den hohen Beschäftigungs- und Ausbildungseffekten übertroffen, die beispielhaft die Bedeutung des Tourismus als Dienstleistungssektor im Branchenvergleich herausstellt. Das Maritim Hotel Magdeburg beschäftigte im Jahr 2001 insgesamt 129 Personen und bildete daneben 54 Jugendliche in Berufen der Gastronomie und Hotellerie aus. Von den insgesamt 183 sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten entfielen 126 auf Frauenarbeitsplätze, was die überdurchschnittlich hohe Quote an weiblichen Arbeitsplätzen in der Tourismusbranche verdeutlicht.

Mit über 1.000 km Länge, 60 Orten und 72 Objekten mit dem Zentrum Magdeburg ist die **Straße der Romanik** eine der bekanntesten Tourismusstraßen Deutschlands geworden. Im Jahr 1993 gegründet, kann sie nach 10 Jahren auf eine positive Erfolgsbilanz zurückblicken. Im Jahr 2001 wurden die mittelalterlichen Bauwerke von über 1,3 Millionen Gästen besucht, wobei von den Objekten mit Besucherzählung der Naumburger Dom mit 166.000 und die Stiftskirche Quedlinburg mit 127.000 Touristen die Höhepunkte darstellen. Im Jahr 2001 wurden mit dem Verstärkerthema „Auf den Spuren Ottos des Großen“ über 300.000 Besucher in die Europarats- und Landesausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ ins Kulturhistorische Museum in Magdeburg gezogen. Diese positive Entwicklung ist neben dem Marketing auf eine erhebliche Förderung aus den verschiedenen Programmen des Landes, wie Denkmalschutz, Städtebau, Dorferneuerung, Verkehr und Arbeit, zurückzuführen. Allein über die GA-Förderung des Wirtschaftsministeriums wurden in den 60 Romanikorten rund 232 Mio. Euro an Fördermitteln ausgereicht und somit 520 Mio. Euro an Investitionen ausgelöst. Allein durch die gewerbliche Förderung wurden damit 1.272 neue Arbeitsplätze geschaffen und 921 gesichert.



Kloster Unser Lieben Frauen Magdeburg

- **Sachsen-Anhalt hat mit einem hohen und effektiven Einsatz von Fördermitteln die Infrastruktur und das Gewerbe des Tourismus auf ein deutschlandweit beispielhaftes Niveau gebracht.**
- **Das Land wird auch in Zukunft diese Förderinstrumentarien ausschöpfen, um der Entwicklung des Tourismus in Inhalten und Marketing, Infrastruktur und Gewerbe die besten Rahmenbedingungen zu bieten.**

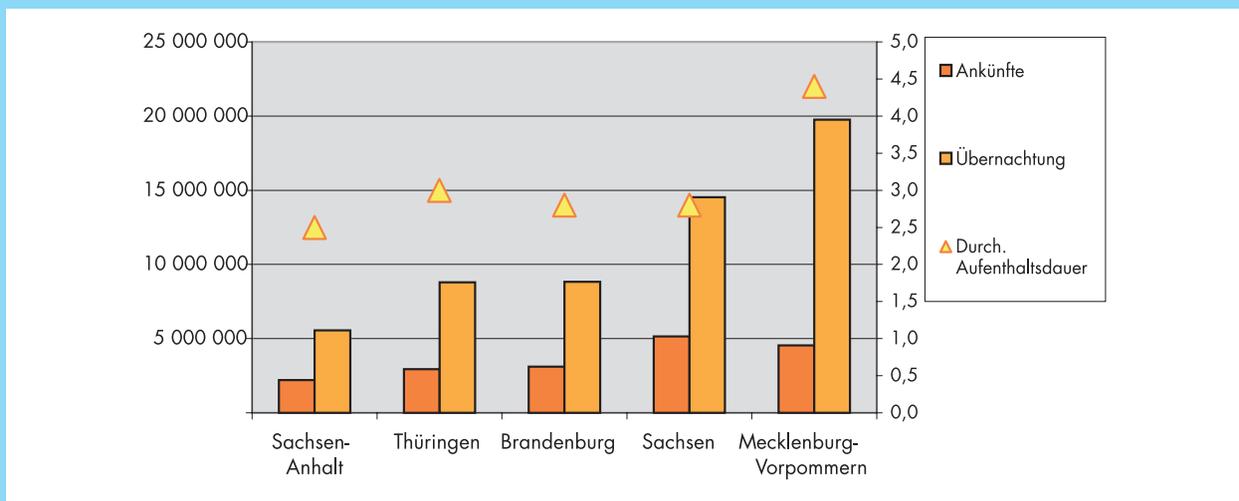
3. Tourismusmarkt Sachsen-Anhalt

In den genannten, statistisch erfassten Beherbergungsbetrieben über acht Betten wurden in Sachsen-Anhalt 2001 rund 2,1 Mio. **Gästekünfte** und rund 5,6 Mio. gewerbliche **Übernachtungen** registriert. An der Spitze der neuen Bundesländer steht mit fast 20 Mio. Übernachtungen das traditionsreiche Tourismusland Mecklenburg-Vorpommern.

Sachsen-Anhalt ist somit kein klassisches **Reiseland** - wie zum Beispiel Mecklenburg-Vorpommern und Bayern -, hat aber in den letzten 10 Jahren prozen-

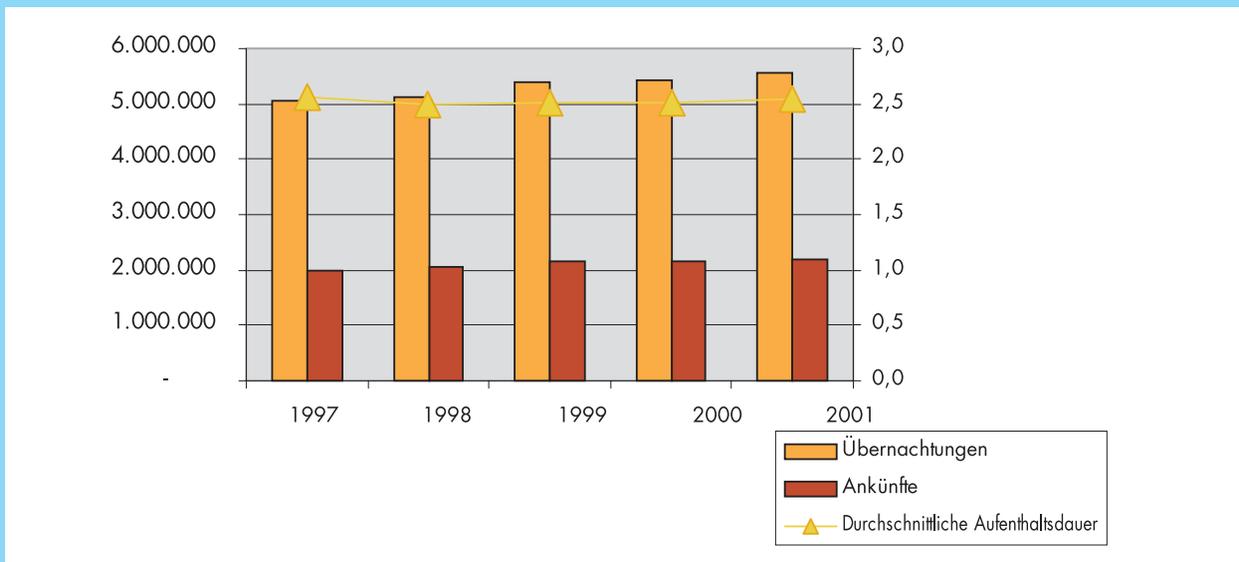
tual stark zugelegt und eine qualitativ positive Entwicklung genommen. In Sachsen-Anhalt konnten die Übernachtungen in den letzten 5 Jahren von rund 5,06 Mio. auf rund 5,55 Mio. in 2001 gesteigert werden. Im Jahr 1992 wurden nur 2,96 Mio. Übernachtungen gezählt - auf die letzten 10 Jahre gerechnet ergibt sich also eine Steigerung von gut 53 %. Die Ankünfte sind in den letzten 5 Jahren 1,98 Mio. auf 2,19 Mio. gestiegen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ging - wie im Bundestrend - von 2,8 auf 2,5 Tage zurück, so dass sich auch in Sachsen-Anhalt der Trend zum Kurzurlaub in Deutschland widerspiegelt.

Ankünfte, Übernachtungen und durchschnittliche Aufenthaltsdauer in den neuen Bundesländern im Vergleich 2001



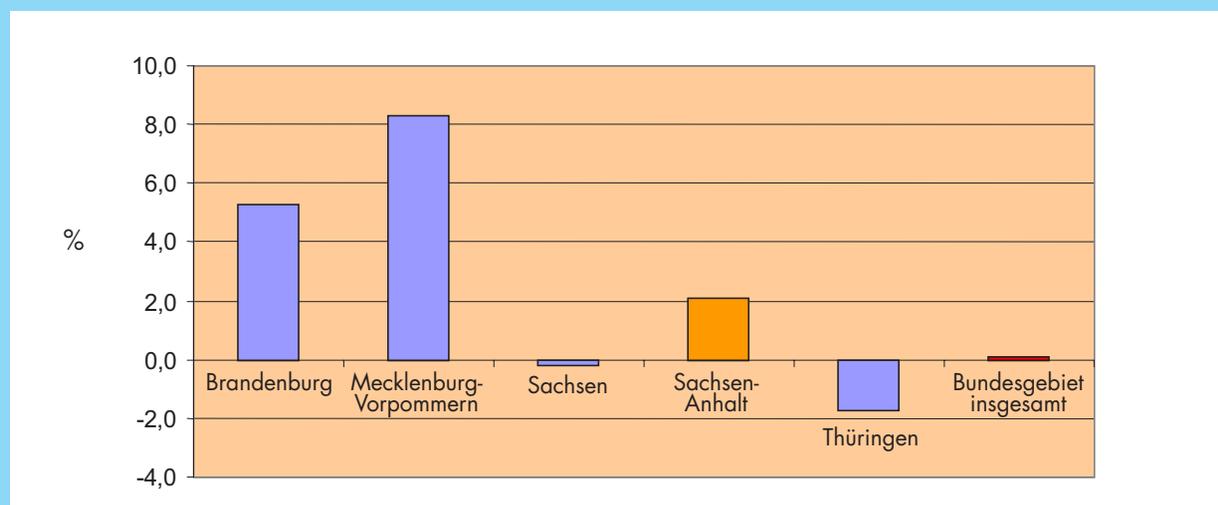
Quelle: Statistisches Bundesamt 2002, eigene Darstellung *iff*

Übernachtungen, Ankünfte, Aufenthaltsdauer in Sachsen-Anhalt 1997-2001



Quelle: Statistisches Landesamt 2001, eigene Darstellung *iff*

Steigerungsrates der Übernachtungen 2001 im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: Statistisches Bundesamt 2001, eigene Darstellung *iff*

Sachsen-Anhalt konnte bei den Übernachtungszahlen 2001 im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung von 2,1 % verzeichnen; damit liegt Sachsen-Anhalt sogar vor den Bundesländern Sachsen und Thüringen. Im gesamten Bundesgebiet betrug die Steigerungsrates nur 0,1 %.

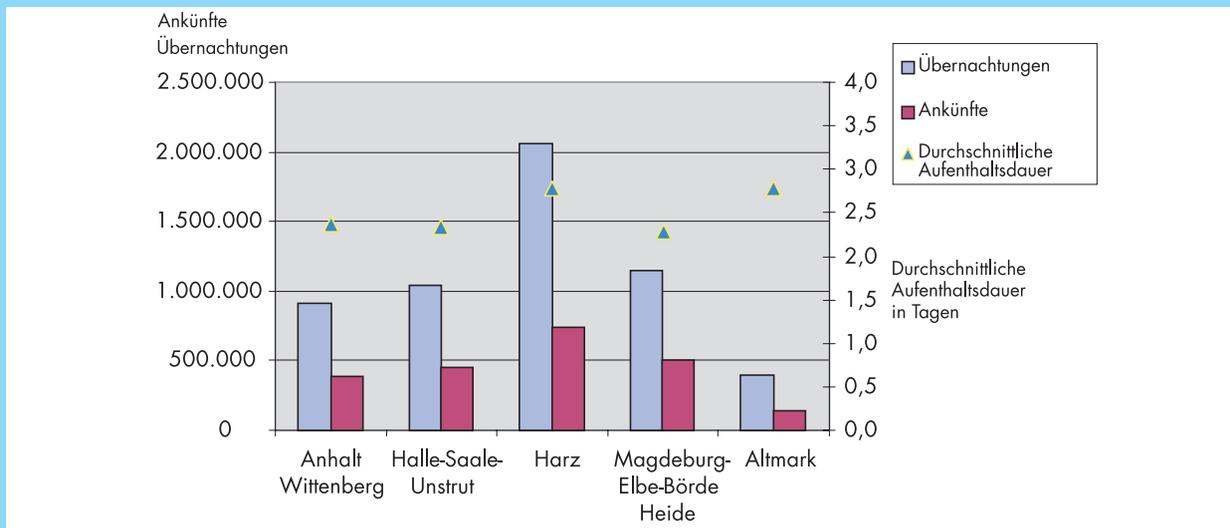
Die durchschnittliche **Aufenthaltsdauer** beträgt in den Gebieten der touristischen Regionalverbände Sachsen-Anhalts, die als Grundlage der amtlichen Statistik dienen, zwischen 2,2 und 3 Tagen – landesweit also durchschnittlich 2,5 Tage. Der Harz ist die Reiseregion in Sachsen-Anhalt mit den mit Abstand meisten Übernachtungen. Als länderübergreifende Region ist er bisher die einzig wirklich profilierte Destination Sachsen-Anhalts. Die Altmark hat die wenigsten Ankünfte und Übernachtungen, birgt allerdings Wachstumspotenziale in einzelnen touristischen Segmenten wie dem Landurlaub. Wie im Harz ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Altmark mit drei Nächten vergleichsweise hoch.

In Deutschland kommen auf je 1.000 Einwohner jährlich rund 4.000 Übernachtungen. Man spricht deshalb von einer **Tourismusintensität** von 4.000. Spitzenwerte erreicht dabei das tourismusstarke, aber einwohnerschwache Bundesland Mecklenburg-Vorpommern mit einer Tourismusintensität von 10.278. Die mit Abstand höchste Tourismusintensität in Sachsen-Anhalt hat die Reiseregion Harz (3.887). Im Jahr 1992 betrug die Tourismusintensität in Sachsen-Anhalt 1.047. Im Jahr 2001 erreichte das Land bereits eine Verdopplung auf 2.080. Sachsen-Anhalt liegt mit diesem Wert noch vor Nordrhein-Westfalen (2.034), dem Saarland (2.006) und Bremen (1.993).¹

Die Bettenzahl nahm in Deutschland in den letzten sieben Jahren von 2,48 Mio. auf 2,59 Mio. im Jahr 2001 zu. Die durchschnittliche **Bettenauslastung** betrug 1990 deutschlandweit rund 38,4 % und im Jahr 2001 34,3 %.² Sachsen-Anhalt liegt dabei mit 30 % Auslastung insgesamt unter dem Bundesdurchschnitt. Dabei muss jedoch berücksichtigt werden, dass in den alten Bundesländern ein hoher Anteil von Einbettzimmern besteht, in Sachsen-Anhalt mit einer hohen Investitionsrate jedoch fast nur neue Zweibettzimmer errichtet wurden. Die bisherige amtliche Statistik berücksichtigt bei der Auslastung jedoch nur die Betten- und nicht die Zimmerauslastung. Gleichzeitig muss darauf hingewiesen werden, dass sogar in den großen Städten, die vom Land als Oberzentren keine Hotelförderung erhalten, eine Überkapazität an Betten und eine unterdurchschnittliche Auslastungsquote besteht, die den Landesdurchschnitt im Bundesvergleich niedrig erscheinen lassen.

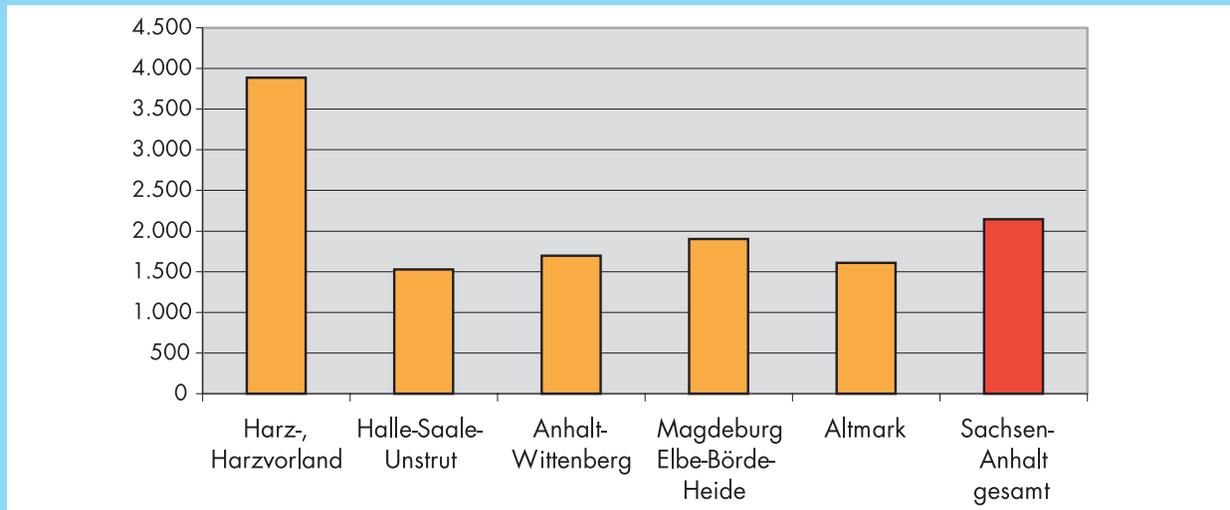
Der überwiegende Teil der **Besucher** Sachsen-Anhalts reist aus Deutschland an. Dazu gehören zum größten Teil - und in der Reihenfolge - Übernachtungsgäste aus Sachsen-Anhalt selbst, Niedersachsen, Sachsen, Berlin-Brandenburg sowie Nordrhein-Westfalen. Der Anteil der Ankünfte von ausländischen Gästen liegt unter 3 %. Im 1. Halbjahr 2002 stieg jedoch die Zahl der ausländischen Besucher in Sachsen-Anhalt entgegen dem Bundestrend an. Unter ihnen stellen die Niederländer die größte Gruppe dar, gefolgt von den Schweden. In Deutschland haben ausländische Gäste einen Anteil von 16 %.³ Der überwiegende Teil der ausländischen Gäste kommt dabei aus den Niederlanden, gefolgt von den USA, Großbritannien und Nordirland sowie Italien.⁴

Übernachtungen, Ankünfte und durchschnittliche Aufenthaltsdauer in den Regionen 2001



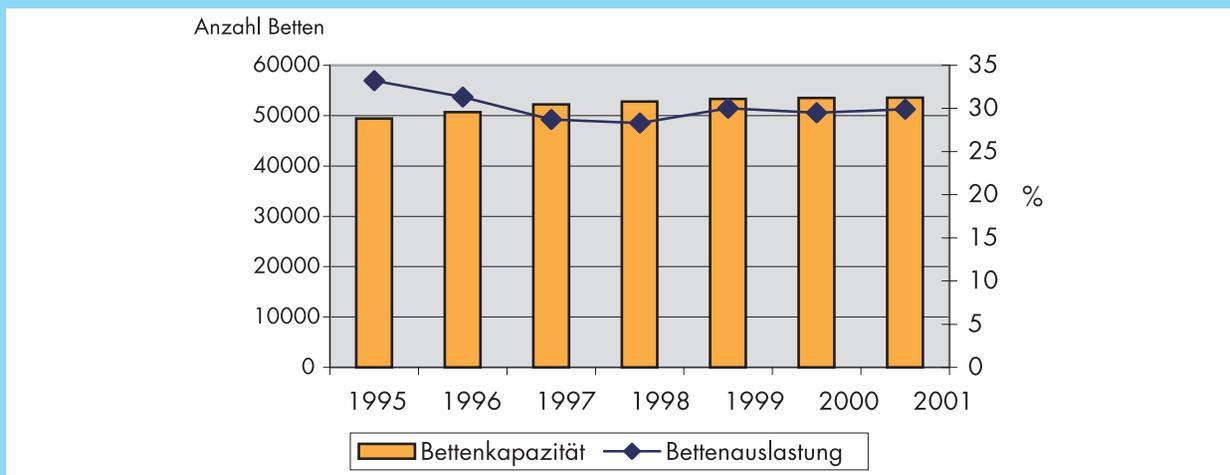
Quelle: Statistisches Landesamt 2001, eigene Darstellung *iff*

Tourismusintensität in Sachsen-Anhalt 2001 (Übernachtungen je 1.000 Einwohner)



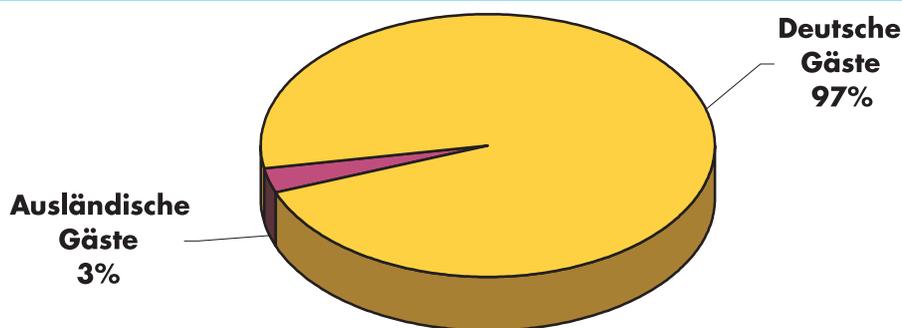
Quelle: Eigene Berechnungen und Darstellung *iff* auf Basis der Daten Statistisches Landesamt 2002

Bettenkapazität und Bettenauslastung in Sachsen-Anhalt 1995-2001



Quelle: Statistisches Landesamt 2001, eigene Darstellung *iff*

Ankünfte deutscher und ausländischer Gäste in Sachsen-Anhalt 2001



Quelle: Statistisches Landesamt 2001, eigene Darstellung *ift*

Sachsen-Anhalt

- hat 2,1 Mio. Gästeankünfte im Jahr,
- liegt mit 30 % durchschnittlicher Bettenauslastung etwas unter dem Bundesdurchschnitt,
- hat einen sehr hohen Anteil inländischer Gäste,
- konnte die Tourismusintensität in den letzten 10 Jahren auf etwas über 2.000 steigern, was nahezu einer Verdoppelung entspricht,
- konnte 2001 im Vergleich zum Vorjahr die Übernachtungszahlen um 2,1 % überdurchschnittlich steigern,
- hat eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,5 Tagen,
- nimmt insgesamt eine touristische Entwicklung, die dem bundesweiten Trend entspricht.

gen, -zentren, Jugendherbergen sowie Vorsorge- und Rehakliniken⁵ mit mehr als 8 Betten offiziell **5,6 Mio. gewerbliche Übernachtungen** registriert. Die Daten der statistischen Landesämter geben allerdings nicht den tatsächlichen Gesamtumfang der Übernachtungen wieder. So werden beispielsweise Daten von Orten mit weniger als vier Betrieben aus Datenschutzgründen nicht veröffentlicht; außerdem beruhen die Angaben der Landesämter auf den Eigenankünften der Betriebe, die aus verschiedenen Gründen nicht immer vollständig sind.

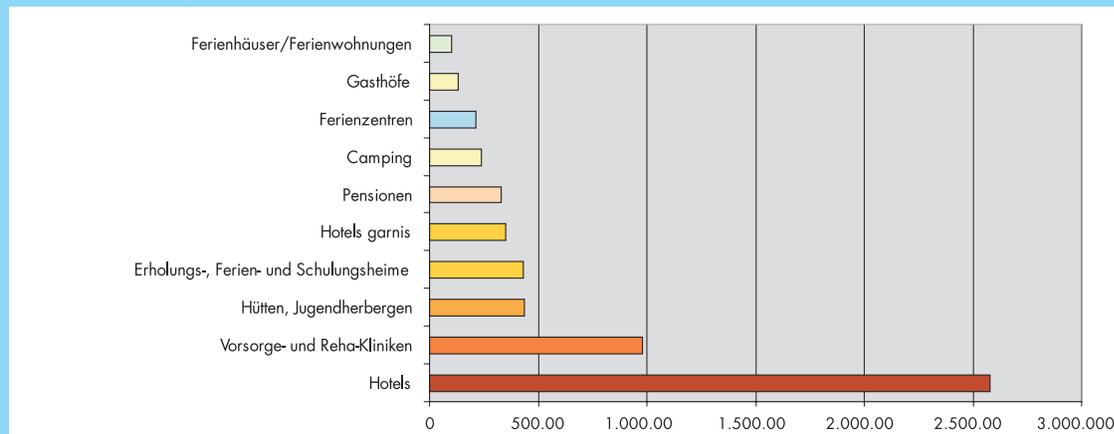
Die tatsächliche Zahl der Übernachtungen in gewerblichen Betrieben dürfte deshalb um geschätzte 20 % über den veröffentlichten Werten des Landesamtes liegen. Dies hat Auswirkungen auf alle Werte (z.B. Umsätze, Arbeitsplätze, Wertschöpfung), die auf Basis der amtlich veröffentlichten Übernachtungszahlen berechnet werden. Für die weitere Berechnung wird jedoch aus Vergleichsgründen von den "offiziellen" Werten ausgegangen, mithin handelt es sich um eine konservative Berechnungsgrundlage.

3.1 Übernachtungen und Ankünfte nach Betriebsarten und Regionen

Im Jahr 2001 wurden in Sachsen-Anhalt in Hotels, Hotels garnig, Pensionen, Gasthöfen, Erholungs-, Ferien- und Schulungsheimen, Ferienhäusern, -wohnun-

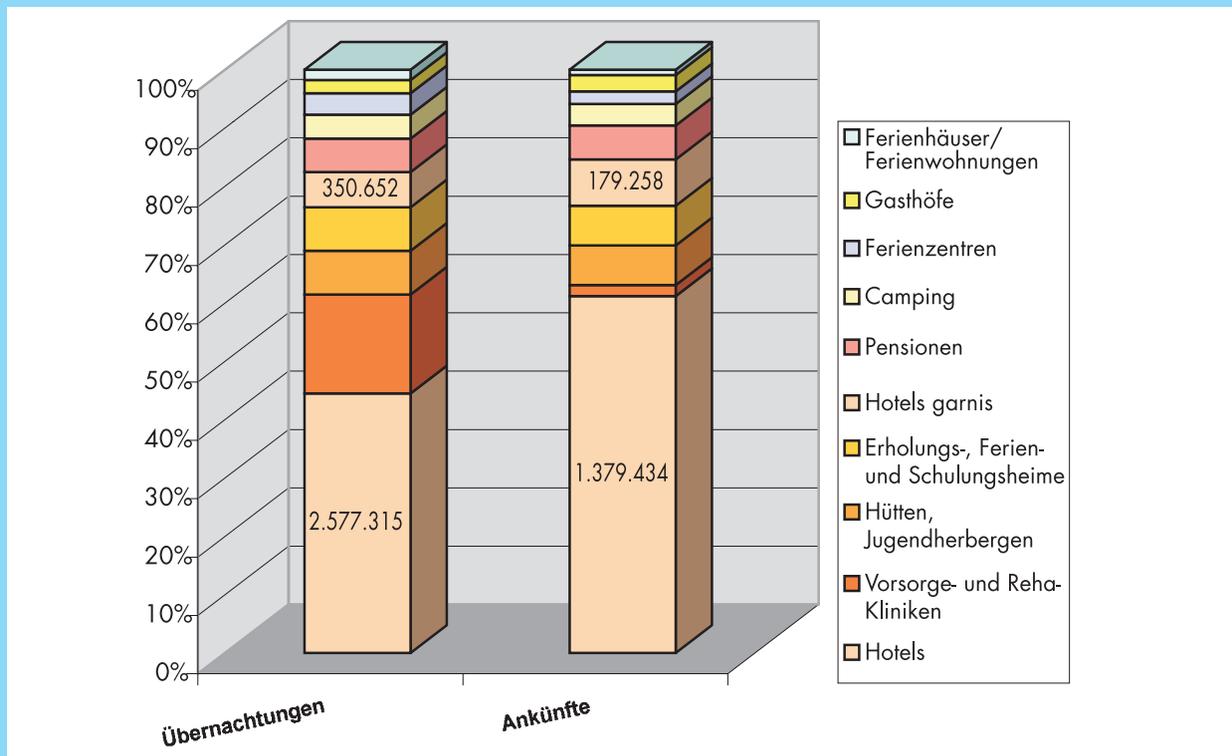
In Sachsen-Anhalt entfallen 43 % der Übernachtungen auf Hotels/Hotel garnis und 17 % auf Vorsorge- und Rehakliniken. Bei den Ankünften verzeichnen Hotels sogar einen Anteil von rund 60 %. In Deutschland betragen die Vergleichswerte bei den Über-

Übernachtungen nach Betriebsarten 2001



Quelle: Statistisches Landesamt 2001, eigene Darstellung *ift*

Verteilung der Ankünfte und Übernachtungen nach Betriebsarten 2001



Quelle: Statistisches Landesamt 2001, eigene Darstellung iff

nachtungen 50 % (Hotels/Hotels Garnis) und 15 % (Vorsorge- und Rehakliniken).

Die Verteilung der Übernachtungen auf einzelne Betriebsarten unterscheidet sich von Regionalverband zu Regionalverband teilweise deutlich, ebenso die Dynamik der Nachfrage:

Altmark

- **Steigerung der Übernachtungszahlen in den letzten 6 Jahren um 36%**
- **51 % der Übernachtungen in Hotels**
- **Tourismusintensität pro 1.000 Einwohner von 1.608**
- **Durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,7 Tagen**

Insgesamt zeichnet sich ein positiver Trend der Schwerpunktregion „Altmark“ – vor allem bei den Übernachtungszahlen und der Aufenthaltsdauer – mit großen Ausbauchancen insbesondere im Landurlaub ab. Aufschlussreich wäre hier eine zusätzliche Statistik der Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben unter 9 Betten, die wahrscheinlich eine noch positivere Entwicklung zeigen würde.

Anhalt-Wittenberg

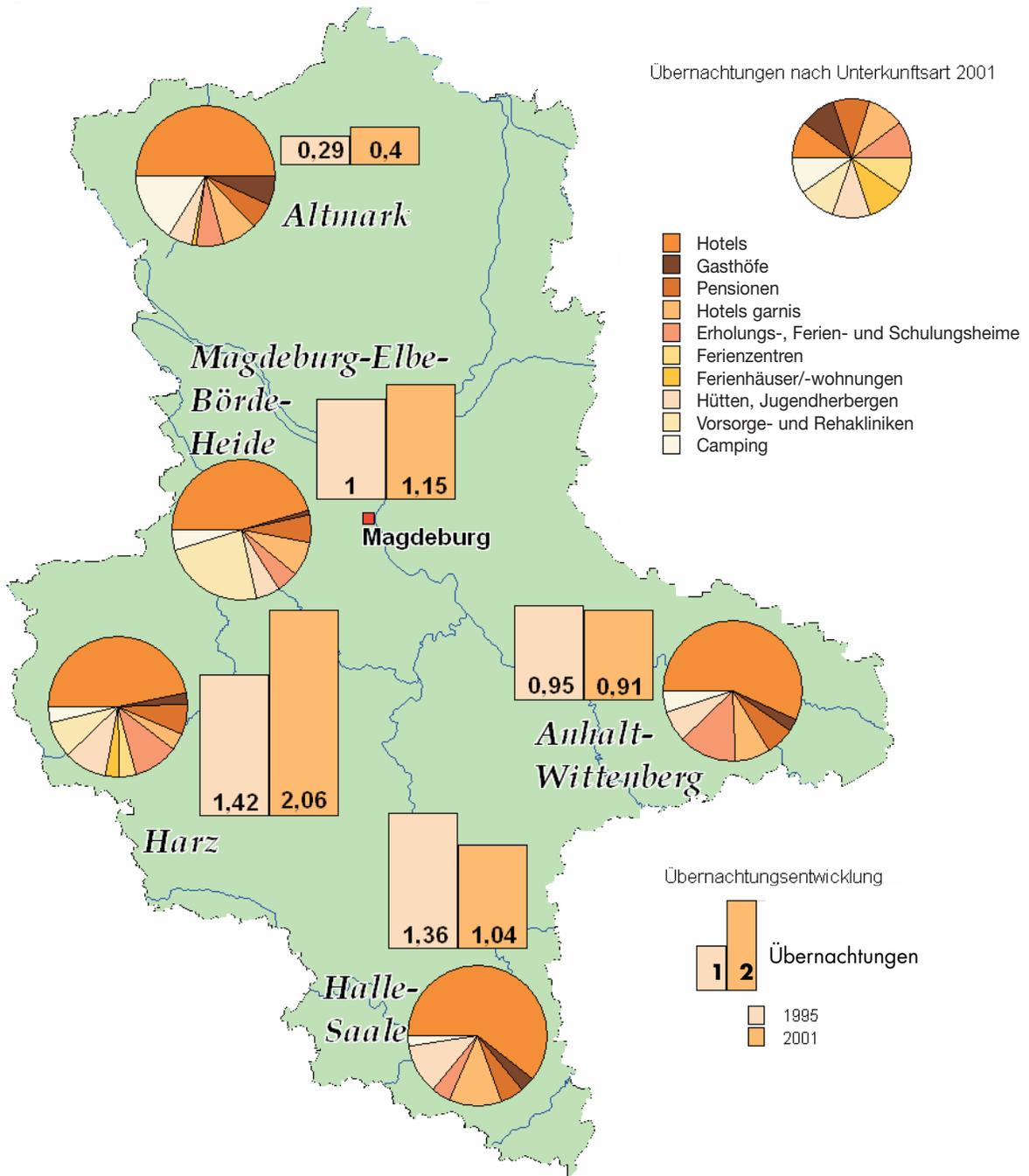
- **Rückgang der Übernachtungszahlen in den letzten 6 Jahren um 4 %**
- **57 % der Übernachtungen in Hotels**
- **Tourismusintensität pro 1.000 Einwohner: 1.698**
- **Durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,3 Tagen**

Trotz Rückgängen ist im Bereich der Schwerpunktregion „Dessau-Wörlitzer Gartenreich“ (Dessau und Landkreis Anhalt-Zerbst) sowie beim Schwerpunktthema Luthers Land (Lutherstadt Wittenberg) in den letzten zwei Jahren eine erhebliche Steigerung festzustellen

Magdeburg-Elbe-Börde-Heide

- **Steigerung der Übernachtungszahlen in den letzten 6 Jahren um 16 %**
- **45 % der Übernachtungen in Hotels, 24 % in Vorsorge- und Rehakliniken**
- **Tourismusintensität pro 1.000 Einwohner: 1.903**
- **Durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,2 Tagen**

Übernachtungsentwicklung in den Reiseregionen 1995 und 2001 sowie Übernachtungen nach Unterkunftsart 2001



Quelle: Statistisches Landesamt 2001, eigene Darstellung iff

Die genannten Steigerungen beziehen sich zum größten Teil auf die Landeshauptstadt Magdeburg (Geschäftsreisende) sowie auf die Kurorte Schönebeck/Bad Salzelmen und Flechtingen (Vorsorge- und Reha), die noch weiteres Ausbaupotential besitzen.

Harz

- **Steigerung der Übernachtungszahlen in den letzten 6 Jahren um 45 %**
- **46 % der Übernachtungen in Hotels**
- **Tourismusintensität pro 1.000 Einwohner: 3.887**
- **Durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,7 Tagen**

Hier verdeutlicht sich prägnant, dass die länderübergreifende Schwerpunktregion „Harz“ die wichtigste Destination Sachsen-Anhalts ist, die im europaweiten Wettbewerb durchaus eine Rolle spielt.

Halle-Saale-Unstrut

- **Rückgang der Übernachtungszahlen in den letzten 6 Jahren um 23 %**
- **61 % der Übernachtungen in Hotels**
- **Tourismusintensität pro 1.000 Einwohner: 1.527**
- **Durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,3 Tagen**

Der Rückgang geht vor allem auf den nachlassenden „Bauarbeitertourismus“ bei den Industrieansiedlungen im Raum Halle-Merseburg zurück. In der länderübergreifenden Schwerpunktregion „Weinregion Saale-Unstrut“ (Landkreis Burgenlandkreis) sind die Werte jedoch auf recht hohem Niveau stabil. Hier gibt es mit einer Aufenthaltsdauer über 3 Tagen weitere Wachstumschancen.

- **Sachsen-Anhalt hat allein im gewerblichen Bereich 5,6 Mio. Übernachtungen zu verzeichnen. Dies entspricht mehr als einer Verdopplung in den letzten zehn Jahren.**
- **In den letzten Jahren verzeichnen insbesondere die Altmark und der Harz touristische Wachstumsraten. Gute Entwicklungen haben darüber hinaus weitere regionale Schwerpunkte des Tourismus in Sachsen-Anhalt, wie die Weinregion Saale-Unstrut, Geschäftsfelder wie der Gesundheitstourismus oder Themen wie die Straße der Romanik.**



Veranstaltung Burg Falkenstein

3.2 Grauer Beherbergungsmarkt

Dauercamping – Private Übernachtungen – Übernachtungen in nichtgewerblichen Betrieben – Freizeitwohnen

Der **Graue Beherbergungsmarkt**, der das Dauercamping, private Übernachtungen bei Bekannten- und Verwandten („Couchtourismus“) und Übernachtungen in nicht-gewerblichen Betrieben sowie die Übernachtungen in Freizeitwohnsitzen umfasst, ist in der amtlichen Statistik nicht berücksichtigt. Für die vollständige Einschätzung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus muss er allerdings einbezogen werden, weil erst dann der Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt in seinem tatsächlichen Umfang deutlich wird.

Dauercamping

In Sachsen-Anhalt gibt es 63 Plätze, die Touristikingarten anbieten, und 54 Plätze, die Dauercamping offerieren. Hierbei kommt es allerdings zu Doppelzählungen, da viele Plätze beide Segmente abdecken. Für Dauercamping stehen aber zusätzlich zu den freien Gaststellplätzen insgesamt 6.500 Stellplätze zur Verfügung.



Gondelfahrt Wörlitzer Park

Campingplätze in Sachsen-Anhalt 1999		
	Plätze ⁶	Campingstellplätze
Campingplätze (Durchgangscamping)	63	4.871
Campingplätze (Dauercamping)	54	6.500
Summe	-	11.371

Quelle: Statistisches Landesamt 2000⁷

Einschließlich von Dunkelziffern gab es 2001 in Sachsen-Anhalt **1,9 Mio. Übernachtungen** durch Dauercamping und 1 Mio. Übernachtungen durch Touristkamping. Zum Vergleich: In Thüringen gab es 1,1 Mio. Touristkamping-Übernachtungen und 1,5 Mio. Dauercamping-Übernachtungen.⁸ Dauercamper sollten deshalb als Zielgruppe im Tourismusmarketing stärker als bisher wahrgenommen werden.

Private Übernachtungen (Couchtourismus)

Im Grauen Beherbergungsmarkt spielt der „Couchtourismus“, also die Beherbergung bei Bekannten und Verwandten, die zahlen- und umsatzmäßig größte Rolle. Dieses Marktsegment des „Besuchst du mich, besuch ich dich“ wird jedoch vielfach vergessen, weil es statistisch nicht erfasst wird. Neben den ca. 5,6 Mio. Übernachtungen in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben entfallen auf den Couchtourismus in Sachsen-Anhalt rund **12,3 Mio. Übernachtungen**. Das bedeutet gegenüber den „offiziellen“ Zahlen mehr als eine Verdreifachung des gezählten Übernachtungsaufkommens in Sachsen-Anhalt und den Spitzenplatz unter den neuen Bundesländern.⁹

Übernachtungen in nichtgewerblichen Betrieben

Dieses Segment umfasst Betriebe mit weniger als 9 Betten, also insbesondere Ferienwohnungen, Ferienhäuser und Privatvermieter. Diese Betriebe werden von der amtlichen Statistik ebenfalls nicht erfasst, spielen in Sachsen-Anhalt aber insbesondere im ländlichen Bereich wie der Altmark bzw. im Mehrtagesgeschäft wie im Harz eine herausragende Rolle. Die Zahl der Übernachtungen in diesem Segment wird auf **1,4 Mio.** im Jahr geschätzt.

Freizeitwohnen

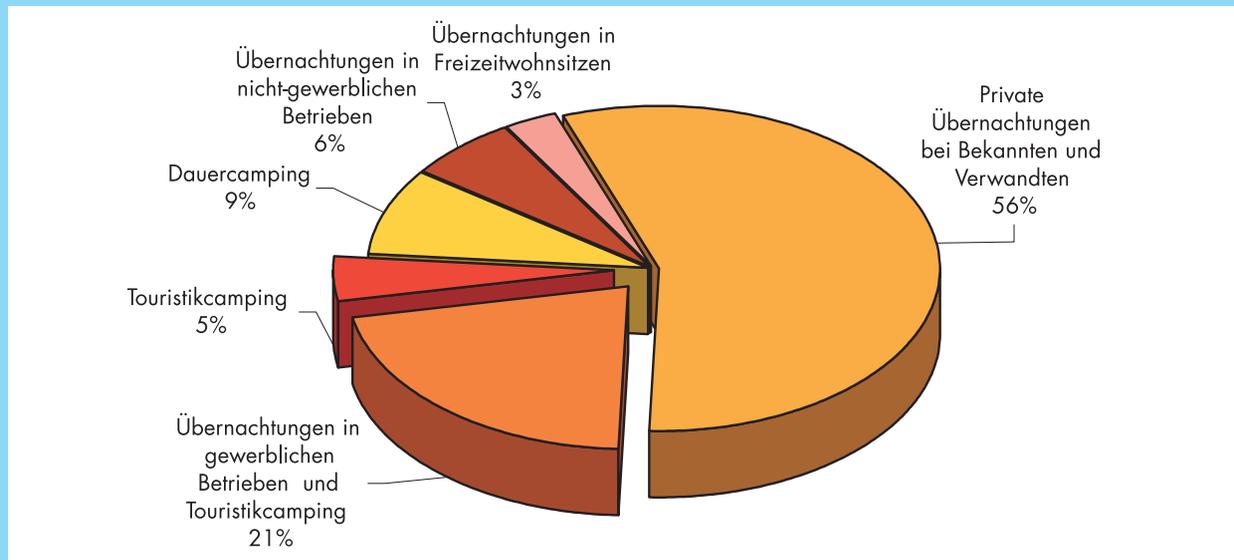
Den Freizeitwohnsitzen werden Ferien- und Freizeitwohnungen bzw. -häuser zugerechnet, die für Übernachtungszwecke nutzbar (Kurz- oder Langzeiterholung) sind oder sich im Eigentum des Nutzers befinden oder angemietet sind.¹⁰ Für Sachsen-Anhalt beläuft sich die Zahl der Übernachtungen auf **666.000** in 3.700 Freizeitwohnungen.

Der Graue Beherbergungsmarkt macht mit ca. 16,3 Mio. Übernachtungen rund 74 % des Übernachtungsvolumens in Sachsen-Anhalt aus. Die gewerblichen Übernachtungen haben mit ca. 5,6 Mio. Übernachtungen einen Anteil von 26 %. Weil die hohe Anzahl an Übernachtungen bei Privatpersonen jedoch nur auf Abschätzungen beruht, kann bei den nachfolgenden Berechnungen der volkswirtschaftlichen Effekte dieser Bereich nicht berücksichtigt werden. Addiert man die gewerblichen Übernachtungen mit denen des grauen Beherbergungsmarktes, so werden derzeit ca. **22 Mio. Übernachtungen** in Sachsen-Anhalt ermittelt. Für alle neuen Bundesländer zusammen wurde ein touristisches Übernachtungsvolumen von 159,1 Mio. ermittelt.¹¹ Sachsen-Anhalt hat somit in Ostdeutschland einen Marktanteil von nahezu 14 %.

Angebot und Nachfrage bei Freizeitwohnsitzen in den neuen Bundesländern 2002		
Bundesland	Zahl der Wohnheiten	Übernachtungen in Freizeitwohnsitzen
Mecklenburg-Vorpommern	11.720	2.109.600
Sachsen	9.870	1.776.600
Brandenburg	8.220	1.479.600
Thüringen	5.830	1.049.400
Sachsen-Anhalt	3.700	666.000
Insgesamt	39.340	7.081.200

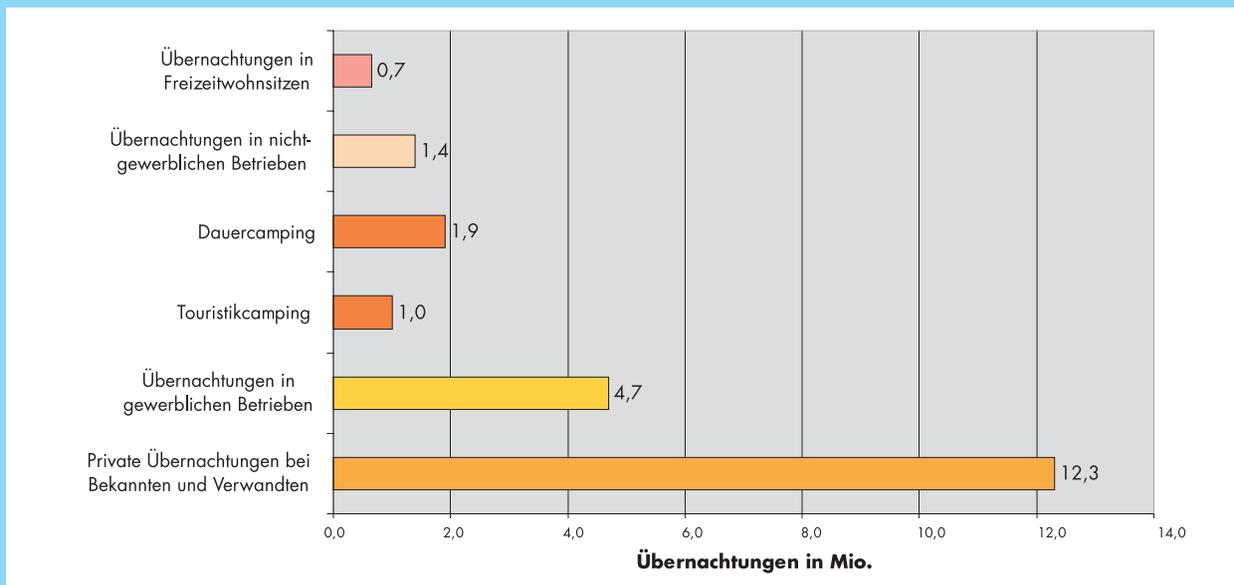
Quelle: Harrer 2002

Verteilung der Übernachtungen im grauen Beherbergungsmarkt und in gewerblichen Betrieben



Quelle: dwif 2000, eigene Darstellung ift

Übernachtungen im Grauen Beherbergungsmarkt und in gewerblichen Betrieben



Quelle: dwif 2000 und 2002, eigene Darstellung ift

- Der Graue Beherbergungsmarkt macht mit 16,3 Mio. Übernachtungen rund 74 % des Übernachtungsvolumens aus.
 - Im Bereich des Dauercampings werden 1,9 Mio. Übernachtungen geschätzt.
 - In nichtgewerblichen Betrieben beläuft sich die Zahl der Übernachtungen auf 1,4 Mio.
 - In Freizeitwohnungen werden 0,67 Mio. Übernachtungen gerechnet.
 - Die Zahl der privaten Übernachtungen (Couchtourismus) wird auf 12,3 Mio. geschätzt.
- Insgesamt umfassen gewerblicher und grauer Beherbergungsmarkt in Sachsen-Anhalt zusammen 22 Mio. Übernachtungen.



Harzquerbahn

3.3 Tagesausflugsverkehr

Neben dem Übernachtungstourismus existiert für Sachsen-Anhalt der besonders wichtige Markt des Tagesausflugsverkehrs, der von Statistik wie Marketing vielfach stiefmütterlich behandelt wird. Als Tagesausflug wird jedes Verlassen des Wohnumfeldes (in der Regel das Überschreiten der Ortsgrenze) bezeichnet, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das

- **nicht** als Fahrt von oder zur Schule oder zum Arbeitsplatz zur Berufsausübung vorgenommen wird,
- **nicht** als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs dient (z.B. Lebensmittel) und
- **nicht** einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt (z.B. regelmäßige Vereinsaktivitäten im Nachbarort, tägliche Krankenhausbesuche, Arztbesuche, Behördengänge, Gottesdienstbesuche).¹²

Der Harz gehört zu den Gebieten Sachsen-Anhalts, in die mit 15,6 Mio. Tagesbesuchern pro Jahr relativ

viele Ausflüge gemacht werden. Gründe sind die verkehrsgünstige Lage, die Nähe zu bevölkerungsreichen Ballungsräumen, die landschaftliche Attraktivität sowie die bundesweite Profilierung als Destination (Reisezielgebiet). Insgesamt beträgt das Volumen der Tagesbesuche nach älteren Berechnungen in Sachsen-Anhalt 52,7 Mio. (Vgl. 4.1.2). Nach aktuellen Hochrechnungen hat sich diese Zahl im Jahr 2001 auf schätzungsweise **59,5 Mio.** erhöht.¹³

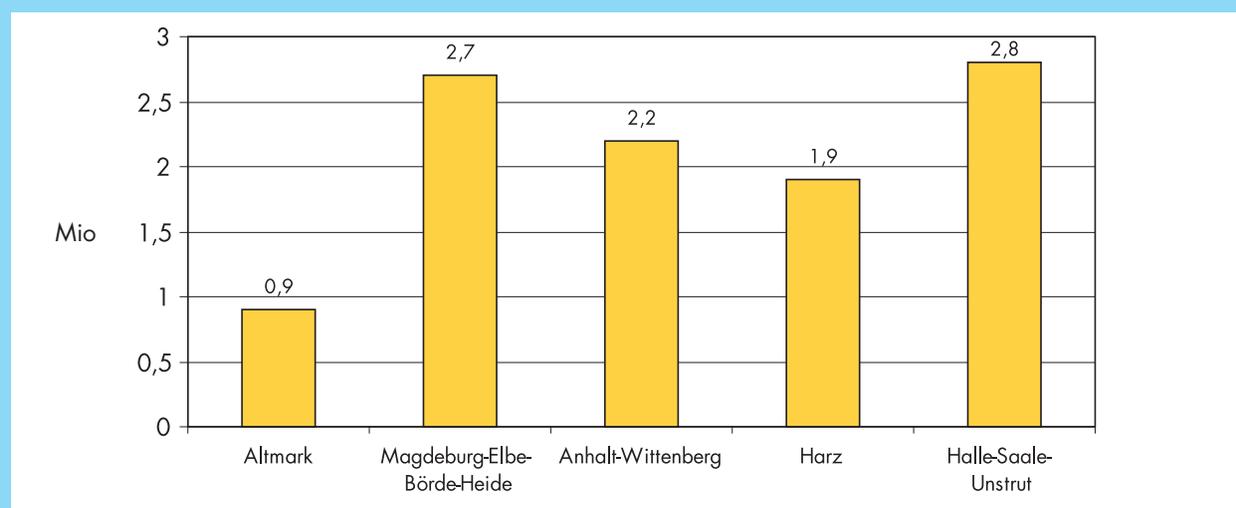
Bekannten- und Verwandtenbesuche

Davon entfallen pro Jahr schätzungsweise rund 10,5 Millionen auf private Bekannten- und Verwandtenbesuche¹⁴. Beim wichtigen Tagungs- und Kongress-tourismus entfallen ca. 9,5 Mio. Besuche auf Tages-geschäftsreisen - zusätzlich zu den Geschäftsreisen mit Übernachtung.

Setzt man die 59,5 Mio. Tagesausflüge zu den 5,6 Mio. gewerblichen Übernachtungen in Sachsen-Anhalt ins Verhältnis, so entfallen 10,6 Tagesausflüge auf eine Übernachtung, einschließlich des Grauen Beherbergungsmarktes mit 21,9 Mio. Übernachtungen immer noch 2,7 Tagesausflüge auf eine Übernachtung. Der Tagesausflugsverkehr, insbesondere aus Sachsen-Anhalt selbst und den Nachbarländern Sachsen, Berlin, Brandenburg und Niedersachsen, lässt sich also für den Tourismus Sachsen-Anhalts nicht hoch genug bewerten.

- **Der Tagestourismus gehört insbesondere im Harz zu den Wachstumsmärkten Sachsen-Anhalts.**
- **Die Zahl der Tagesausflüge wird für Sachsen-Anhalt auf 59,5 Mio. geschätzt.**

Bekannten- und Verwandtenbesuche nach Regionen in Sachsen-Anhalt



Quelle: dwif 2000, eigene Darstellung ift

4. Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Die nachfolgend komprimiert dargestellten Fakten verdeutlichen die Rolle des Tourismus in der Wirtschaft:

- Steigende Einkommen, Zunahme der Freizeit, mehr Mobilität und die Verstädterung haben seit den 1950er Jahren zu einer Vervielfachung des Reiseaufkommens geführt.
- Weltweit sind nach Angaben des World Travel and Tourism Council 127 Millionen Menschen im Tourismus beschäftigt.
- In Deutschland erzielt der Tourismus inzwischen einen Umsatz von mehr als **140,6 Milliarden Euro**. Dies entspricht einem Anteil von rund **8 % am Bruttoinlandsprodukt**.¹⁵ Bei der Chemischen Industrie liegt der Umsatz bei 107,2 Milliarden Euro, die Elektroindustrie steuert 160,4 Milliarden Euro und die Nahrungswirtschaft 126,6 Milliarden Euro zum Bruttoinlandsprodukt bei.
- Durch **Übernachtungsgäste** (in Betrieben mit bis zu 8 und mit mehr als 8 Betten sowie im Touristik-Camping) wurde in Deutschland ein Bruttoumsatz von **36,5 Milliarden Euro** erzielt.
- Deutschlandweit hängen **2,8 Millionen Arbeitsplätze** direkt oder indirekt vom Tourismus ab (inklusive Teil- und Saisonarbeitskräften, Einzelhandel, Verkehr sowie Touristikkonzerne mit Incoming- und Outgoingreisen etc.). Der Anteil der vom Tourismus abhängigen Arbeitsplätze an der Gesamtbeschäftigung in Deutschland liegt bei **8 Prozent**.¹⁶ Die Chemische Industrie beschäftigt 0,47 Mio. Personen, die Elektroindustrie 0,88 Mio. Personen und die Nahrungswirtschaft 0,58 Mio. Arbeitsplätze.
- Die Deutschen sind besonders reisebegeistert: Im Jahr 2001 unternahmen sie **63,4 Mio. Urlaubsreisen** von mindestens 5 Tagen. **48,8 Mio. Personen** machten mindestens eine Urlaubsreise. Das entspricht einer **Urlaubsreiseintensität von 76,1 %**. Ganze 18 % der Deutschen haben zwei und mehr Urlaubsreisen unternommen. Im Durchschnitt unternahm jeder Urlaubsreisende im Jahr 2001 1,3 Urlaubsreisen. Über die "richtigen" Urlaubsreisen hinaus wurden mehr als **58 Mio. Kurzurlaubsreisen** mit einer Dauer von 2-4 Tagen unternommen. Die **Reiseausgaben** beliefen sich im Jahr 2001 **pro Person und Urlaubsreise** im Durchschnitt auf **793 Euro**.¹⁷
- In den mehr als **2,59 Millionen deutschen Gästebetten** gab es im Jahr 2001 **326,6 Millionen** statistisch erfasste Übernachtungen.¹⁸
- Wichtig ist darüber hinaus die **Ausgleichsfunktion**, die der Tourismus zwischen den Ballungsgebieten und dem ländlichen Raum übernimmt. Vielerorts ist Tourismus inzwischen die wichtigste Einkommensquelle der Bevölkerung.

- **Der Tourismus ist mittlerweile zum weltweit bedeutendsten Wirtschaftsfaktor geworden.**
- **In Deutschland ist er mit 8 % Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt und 2,8 Millionen Arbeitsplätzen eine der größten Dienstleistungs- und Wirtschaftsbranchen.**

4.1 Höhe und Struktur der Ausgaben in Sachsen-Anhalt

Die **wirtschaftliche Bedeutung** des Tourismus wird in Deutschland in der Regel nachfrageorientiert ermittelt. Entsprechend sind Daten über die Anzahl von Übernachtungen und Tagesgästen sowie die entsprechenden Ausgaben pro Tag entscheidende Grundlage für einschlägige Berechnungen. Auf diese Weise kann dann der touristisch bedingte Umsatz in einem Bundesland berechnet werden, der wiederum Basis für weitere Berechnungen ist, beispielsweise des Beitrags zum Volkseinkommen oder der Anzahl der Arbeitsplätze.

4.1.1 Ausgabenstruktur des Übernachtungstourismus

Gewerbliche Betriebe

Die Ausgaben der Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben kommen naturgemäß vor allem dem **Gastgewerbe** zugute: In Sachsen-Anhalt entfallen 66 % der Ausgaben auf die Unterkunft und Verpflegung im Gastgewerbe, 23 % auf Dienstleistungen, lokaler Transport und Freizeit sowie 25 % auf den Einzelhandel.

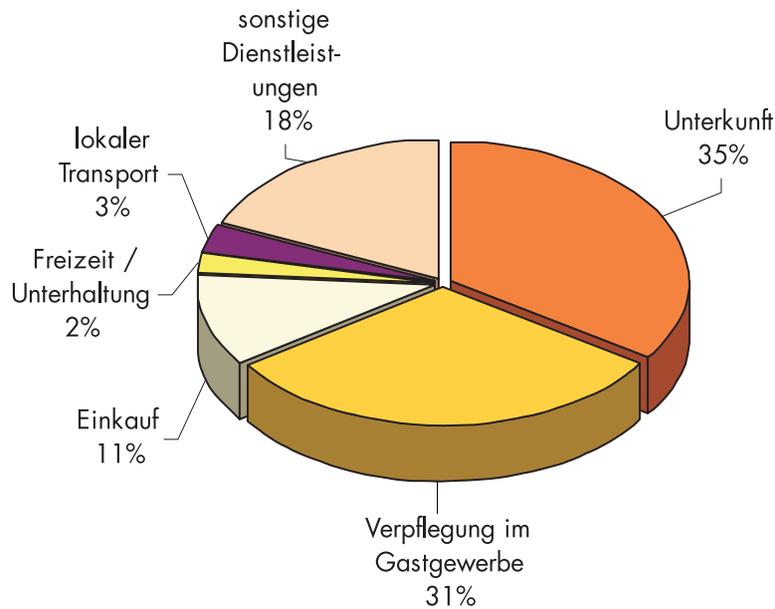
Wegen der umfassenden Versorgung, einschließlich medizinischer Leistungen, sind die Tagesausgaben der Gäste in den Kliniken mit **138 Euro** am höchsten, es folgen die gewerblichen Beherbergungsbetriebe mit knapp **86 Euro** vor den nicht gewerblichen und der Parahotellerie mit ca. **27 bis 46 Euro**.

Im Vergleich zu den Gästen in gewerblichen Betrieben geben Gäste in Betrieben unter 9 Betten in den Bereichen Freizeit und Unterhaltung sowie lokaler Transport verhältnismäßig mehr Geld aus. Insgesamt werden in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben Sachsen-Anhalts mit mehr als 8 Betten im Jahr 466 Millionen Euro Bruttoumsatz erwirtschaftet. Durchschnittlich gibt ein Gast, der in einem gewerblichen Betrieb übernachtet, also rund **83 Euro** pro Tag aus.

Nichtgewerbliche Betriebe

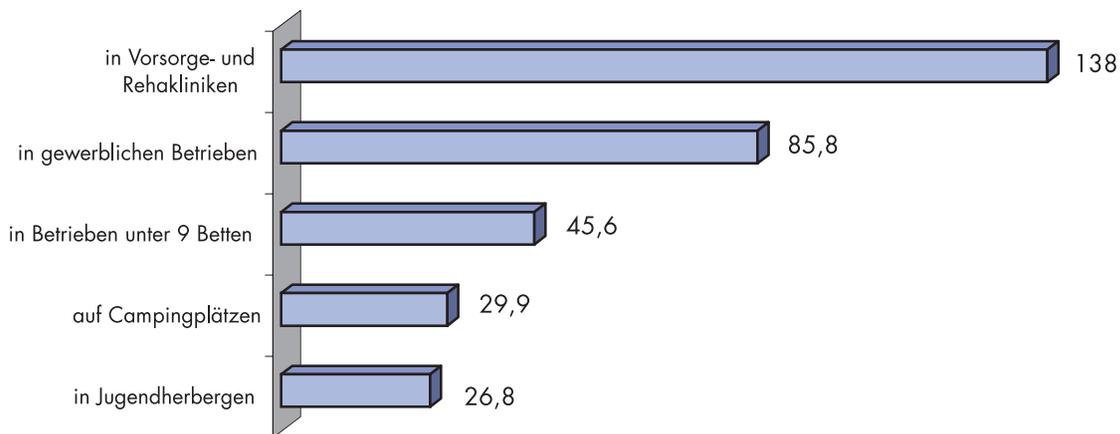
Gäste, die in nichtgewerblichen Betrieben übernachten, geben durchschnittlich rund 46 Euro pro Tag aus, wodurch diese 1,4 Mio. Gäste ca. 63 Mio. Euro Bruttoumsatz erwirtschaften. Davon entfallen

Ausgabenstruktur der Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben in Sachsen-Anhalt 2001



Quelle: Harrer 2002

Durchschnittliche Tagesausgaben in Euro in Sachsen-Anhalt durch Übernachtungsgäste 2001



Quelle: Harrer 2002

66 % der Ausgaben auf die Bereiche Unterkunft und Verpflegung, 19 % auf Dienstleistungen, lokalen Transport und Freizeit sowie 25 % auf den Einzelhandel.

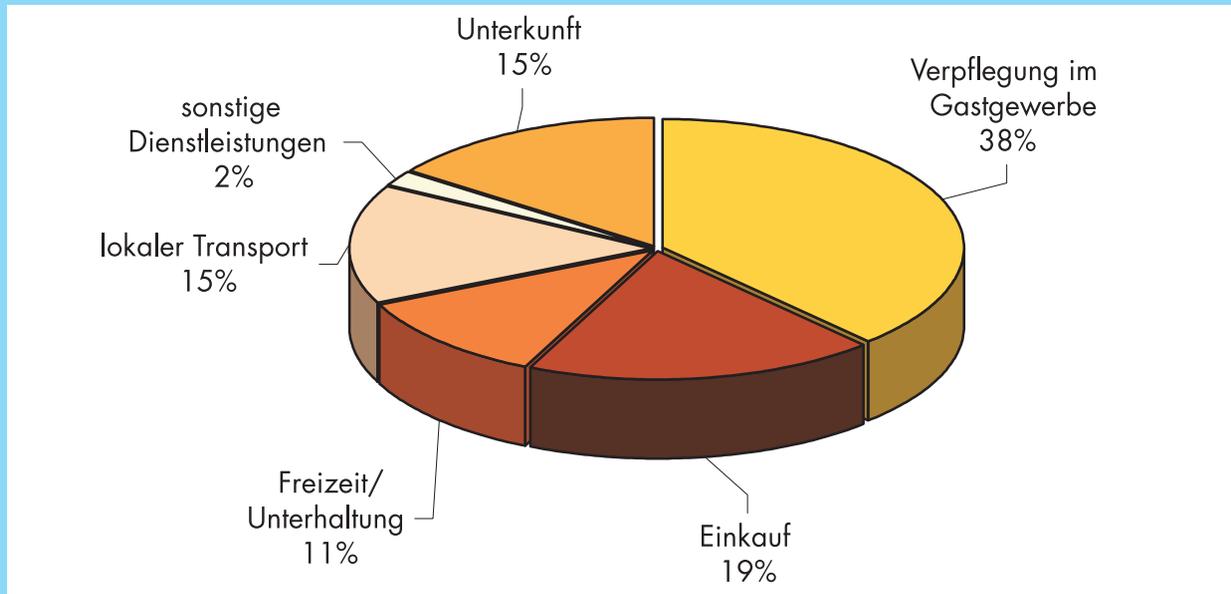
Camping

Die durchschnittlichen Tagesausgaben betragen in den neuen Bundesländern pro Dauercamper 10,30 Euro, pro Touristcamper auf Campingplätzen 16,60 Euro, pro Touristcamper außerhalb von Campingplätzen rund 30,00 Euro. Bei den Dauer-

camping sind Stellplatzgebühren in Höhe von rund 818,00 Euro pro Jahr hinzuzufügen (Strom, Wasser, Kurtaxe, etc.)¹⁹

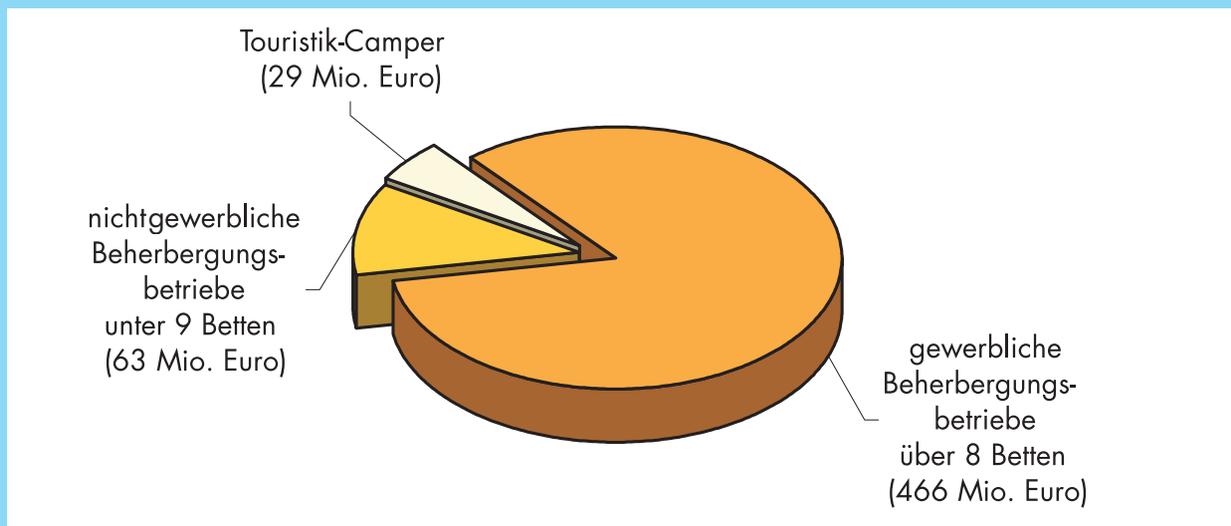
Für Sachsen-Anhalt wurden im gewerblichen Campingbereich ohne Dauercamping durchschnittliche Tagesausgaben von **30 Euro** ermittelt, also deutlich mehr als im Durchschnitt der neuen Bundesländer. Dabei entfallen 53 % auf die Bereiche Unterkunft und Verpflegung. Im Bereich Dienstleistungen, lokaler Transport und Freizeit werden 28 % der Ausgaben getätigt und im Einzelhandel 25 %.

Ausgabenstruktur der Campinggäste auf Touristik-Stellplätzen in Sachsen-Anhalt 2001



Quelle: Harrer 2002

Bruttoumsätze im Tourismus in Sachsen-Anhalt 2001



Quelle: Harrer 2002

Auf Basis dieser Rahmendaten wird im Campingsektor in Sachsen-Anhalt (Dauercamping und Tourismuscamping) ein Mindestumsatz von 49 Mio. Euro pro Jahr (ohne Stellplatzgebühren) erwirtschaftet. Die nachfolgenden Berechnungen basieren allerdings nur auf dem Bereich Touristcamping, der mit 1 Mio. Campern 29,4 Millionen Euro Bruttoumsatz erzielt.

Zusammenfassung

In gewerblichen Beherbergungsbetrieben wurden 2001 rund 466 Mio. Euro Bruttoumsatz erzielt, in nichtgewerblichen Beherbergungsbetrieben 63 Mio. Euro und durch Touristik-Camping 29 Mio. Euro, also insgesamt ca. **558 Mio. Euro**.

Im Übernachtungstourismus entfallen auf den Bereich

Unterkunft 34 % oder 187 Mio. Euro der Ausgaben und auf Verpflegung im Gastgewerbe 31 % oder 174 Mio. Euro. Wichtige Umsatzbereiche sind darüber hinaus sonstige Dienstleistungen (16 %) und Einkauf (11 % bzw. 60 Mio. Euro). Die Bereiche Lokaler Transport und Freizeit/ Unterhaltung tragen jeweils 4 % zum Bruttoumsatz bei.

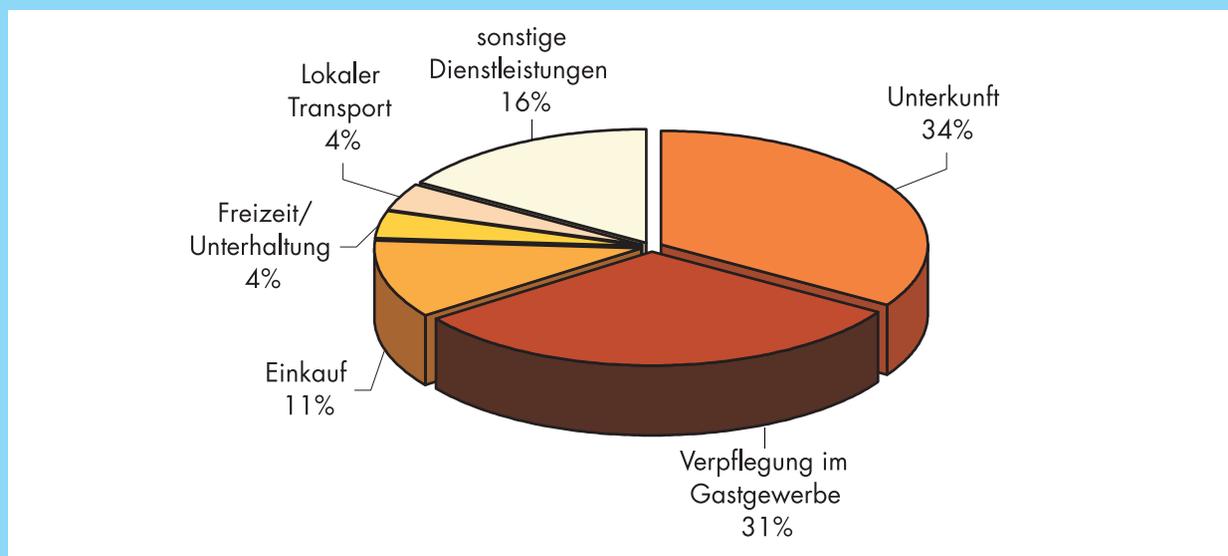
Bei diesen Berechnungen wurden jedoch die 1,9 Mio. Dauercamper, die 0,7 Mio. Freizeitwohnungsübernachtungen sowie die 12,3 Mio. Übernachtungen bei Bekannten und Verwandten nicht berücksichtigt. Hier liegen nur ungenaue Schätzungen über das Ausgabeverhalten vor, die beispielsweise bei Freizeitwohnungen von 28 Euro Tagesausgaben ausgehen, was einem Bruttoumsatz von 18,7 Mio. Euro entsprechen würde.

Bruttoumsätze in Mio. Euro nach Betriebstypen für das Jahr 2001

Sachsen-Anhalt	Bruttoumsätze in Mio. Euro						
	Unterkunft	Verpflegung im Gastgewerbe	Einkauf	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	Sonstige Dienstleistungen	Summe
gewerbliche Beherbergungsbetriebe über 8 Betten	160,00	143,00	45,00	16,00	14,60	87,20	465,80
nichtgewerbliche Beherbergungsbetriebe unter 9 Betten	22,90	18,80	9,30	5,80	3,80	2,80	63,40
Touristik-Camper	4,30	11,60	5,50	3,20	4,40	0,4	29,40
Summe	187,20	173,40	59,80	25,00	22,80	90,40	558,60

Quelle: Harrer 2002

Verteilung der Bruttoumsätze im Übernachtungstourismus 2001



Quelle: Harrer 2002

- Die Übernachtungsgäste in Sachsen-Anhalt (gewerbliche Betriebe und Campingplätze) geben von ihren Tagesausgaben im Gastgewerbe 65 %, im Dienstleistungssektor 25 % und im Einzelhandel 11 % aus.
- Übernachtungsgäste in Betrieben über 8 Betten geben rund 86 Euro täglich aus.
- Übernachtungsgäste in Betrieben unter 9 Betten geben rund 46 Euro pro Tag aus.
- Die durchschnittlichen Tagesausgaben von Campinggästen betragen rund 30 Euro.
- In Beherbergungsbetrieben Sachsens-Anhalts (gewerbliche über 8, nichtgewerbliche unter 8 Betten, Touristik-Camper) wurden im Jahr 2001 gut 558 Mio. Euro Bruttoumsatz erzielt.

4.1.2 Ausgabenstruktur des Tagesausflugsverkehrs

Die für Mitte der 90er Jahre berechneten 52,7 Mio. Tagesbesucher in Sachsen-Anhalt (siehe Tabelle) generieren 1,1 Milliarden Euro Bruttoumsatz, was einer durchschnittlichen Tagesausgabe von 21,3 Euro pro Besucher und Tag entspricht. Dabei unterscheiden sich die Ausgaben von Tagesgeschäftreisenden mit rund 19 Euro nur marginal von den Ausgaben der touristischen Tagesgäste. Hochgerechnet auf die neuere Schätzung für das Jahr 2001 in Höhe von 59,5 Mio. Tagesausflügen pro Jahr ergibt sich für Sachsen-Anhalt sogar ein Bruttoprimaryumsatz von ca. 1,23 Mrd. Euro.

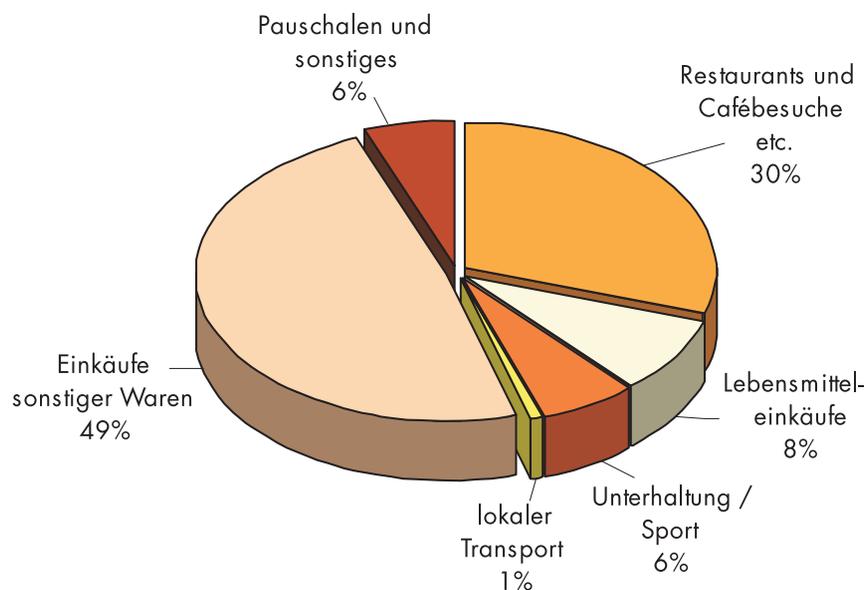
Von diesen Ausgaben entfallen im Gegensatz zu den Tagesausgaben von Übernachtungsgästen 57 %

Tagesausflugsverkehr nach Regionen in Sachsen-Anhalt

Region	Anzahl der Tagesausflüge (in Mio.)	Tagesausgaben (in Euro)	Bruttoprimärumsatz (in Mio. Euro)
Altmarkt	2,9	10,5	30,45
Anhalt-Wittenberg	8,9	16,8	149,52
Magdeburg-Elbe-Börde-Heide	11,7	17,1	200,07
Halle-Saale-Unstrut	13,6	18,5	251,60
Harz	15,6	31,3	488,28
Summe	52,7	-	1.119,92

Quelle: Harrer 1995²⁰

Ausgabenstruktur der Tagesgäste



Quelle: Harrer 1995

auf den Einzelhandel, 30 % auf das Gastgewerbe und 13 % auf sonstige Dienstleistungen.

- Tagesausflügler geben im Durchschnitt 21 Euro am Tag in Sachsen-Anhalt aus.
- Bei 59,5 Mio. Tagesausflügen pro Jahr ergibt sich für Sachsen-Anhalt ein Bruttoprimärumsatz von ca. 1,23 Mrd. Euro.

4.2 Touristische Wertschöpfung Sachsen-Anhalts

Umsatz ist nicht gleich Einkommen, denn nur ein Teil des touristisch bedingten Umsatzes verbleibt als

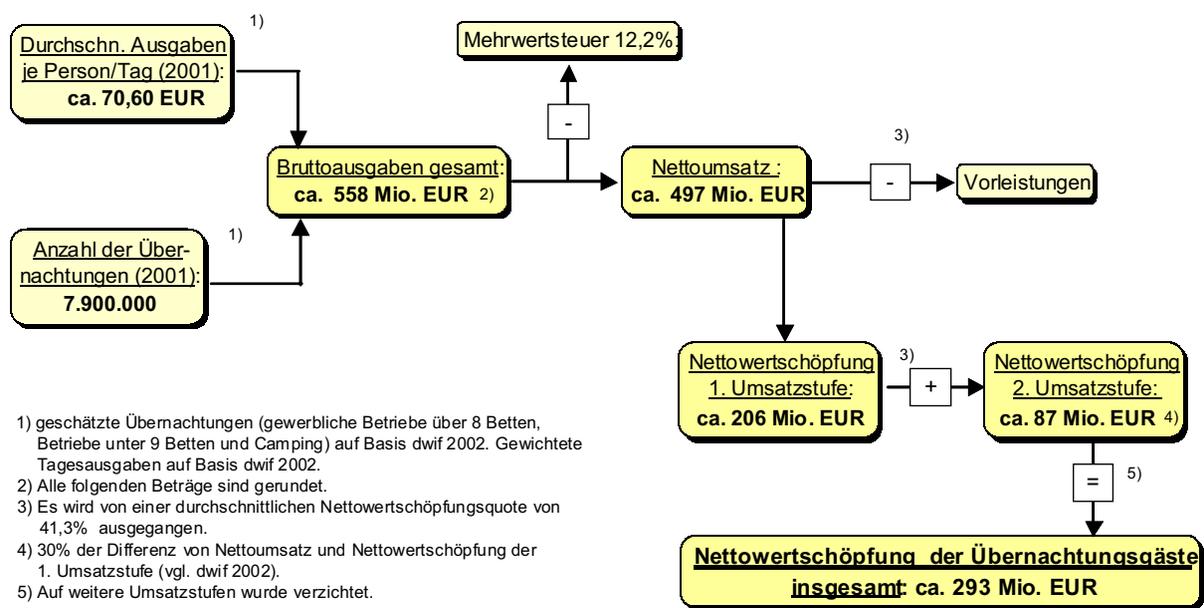
Gewinn, Lohn oder Gehalt in Sachsen-Anhalt. Deshalb werden in einem nächsten Schritt auf Basis des Umsatzes die Einkommenseffekte berechnet.

Die Wertschöpfungsquoten im Tourismus betragen zwischen 20 % und 55 %:

- Kliniken: 55 %
- Freizeit und Unterhaltung: 52 %
- Privatvermietung: 50 %
- sonstige Dienstleistungen: 50 %
- lokaler Transport: 41 %
- Gastgewerbe: 38 %
- Einkäufe: 22,5 %

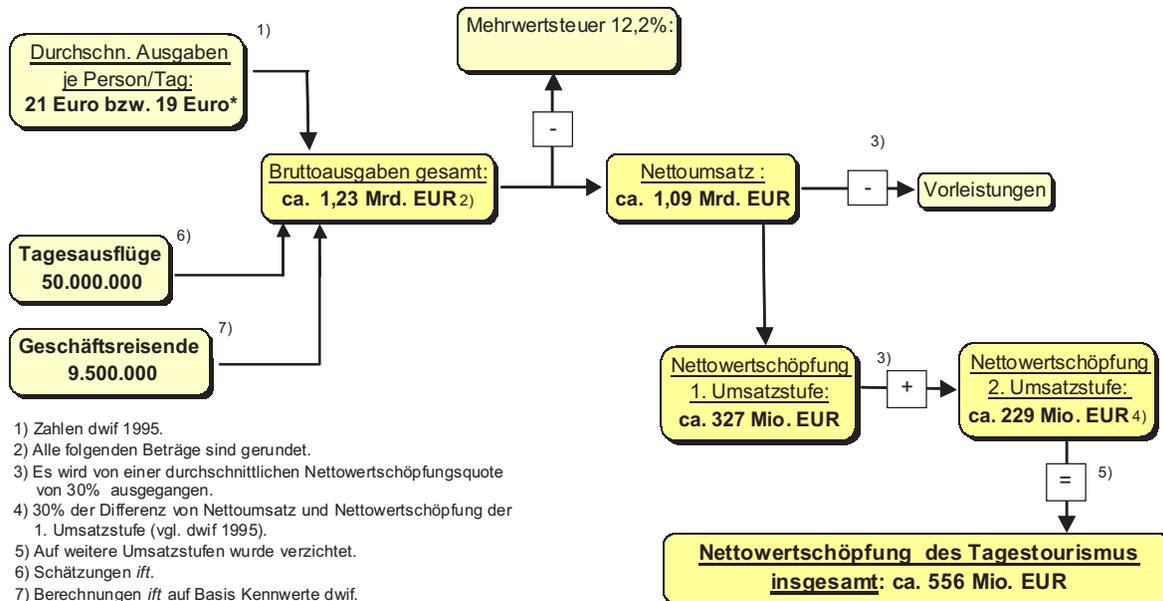
Im Durchschnitt wird im Tourismus von einer Wertschöpfungsquote bezogen auf den Umsatz von 41 % in der ersten und 30 % in der zweiten Umsatzstufe ausgegangen.

Wertschöpfung durch den Übernachtungstourismus in Sachsen-Anhalt 2001



Quelle: Eigene Berechnungen und Darstellung *ift* auf Basis von Harrer 2002²¹

Wertschöpfung durch den Tagestourismus in Sachsen-Anhalt 2001



Quelle: Eigene Berechnungen, *ift*

Die Nettowertschöpfung der Übernachtungsgäste in Sachsen-Anhalt beträgt insgesamt 293 Mio. Euro. Die tatsächliche Nettowertschöpfung ist unter Einschluss der 12,3 Mio. privaten Übernachtungen (Couchtourismus), sowie der 1,9 Mio. Dauercamping- und der 0,7 Mio. Freizeitwohnungsübernachtungen bedeutend höher. Da zum Ausgabeverhalten der privaten Übernachtungsgäste derzeit

nur Schätzwerte bekannt sind, werden diese in der Berechnung nicht berücksichtigt.

Die Nettowertschöpfung durch den Tagestourismus in Sachsen-Anhalt beträgt insgesamt 556 Mio. Euro. Sie ist damit gut doppelt so groß wie die Nettowertschöpfung aus dem Übernachtungstourismus (ohne Couchtourismus, Dauercamping und Freizeitwohnen).

- Die Wertschöpfung aus dem Übernachtungstourismus beträgt für Sachsen-Anhalt 293 Mio. Euro.
- Die Wertschöpfung aus dem Tagestourismus beläuft sich auf 556 Mio. Euro in Sachsen-Anhalt.
- Die touristische Wertschöpfung in Sachsen-Anhalt insgesamt beträgt also 849 Mio. Euro.
- Bei einem Volkseinkommen von 30,51 Mrd. Euro in Sachsen-Anhalt im Jahr 2001 leisten damit Übernachtungs- und Tagestourismus einen Beitrag in Höhe von 2,8%.

4.3 Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt

Anders als bei der Berechnung der Wertschöpfung ist bei der folgenden Darstellung des Beitrags zum Bruttoinlandsprodukt auch der Graue Beherbergungsmarkt berücksichtigt worden. Die dazu gemachten Angaben beruhen allerdings auf groben Schätzungen, weil zu diesem Segment noch keine gesicherten Erkenntnisse vorliegen.

Bei einem Bruttoinlandsprodukt in Sachsen-Anhalt in Höhe von 40,6 Mrd. Euro beträgt der Beitrag des Incoming-Tourismus²² dazu 2,04 Mrd. Euro, trägt also mit 5 % dazu bei. Nach gleichem Rechenverfahren trägt der Incoming-Tourismus in Deutschland rund 5 % bis 6 % zum Bruttoinlandsprodukt bei. Einschließlich weiterer touristischer Segmente (u.a. einschließlich Outgoing-Umsätze im Inland) wird der Anteil des Tourismus am Bruttoinlandsprodukt sogar mit 8 % beziffert.

- Mit 5 % am Bruttoinlandsprodukt hat der Incoming-Tourismus in Sachsen-Anhalt einen ähnlich hohen Anteil wie bundesweit.
- Der Incoming-Tourismus trägt mit 2,04 Mrd. Euro zum Bruttoinlandsprodukt Sachsen-Anhalts bei.
- Ähnlich verhält es sich einschließlich der Outgoing-Umsätze, mit denen Sachsen-Anhalts Tourismuswirtschaft mit knapp 8 % Anteil am Bruttoinlandsprodukt hat.

4.4 Vergleich mit anderen Wirtschaftszweigen

Den größten Anteil am Bruttoinlandsprodukt Sachsen-Anhalts haben öffentliche und private Dienstleister gefolgt von Finanzierung, Vermietung und Unternehmensdienstleistern. Der zusammengefasste Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr trägt mehr zum Bruttoinlandsprodukt bei als das Baugewerbe oder das Verarbeitende Gewerbe. Der Anteil der Land- und Forstwirtschaft sowie Fischerei ist im Vergleich zu Handel, Gastgewerbe und Verkehr eher gering.

Das Bruttoinlandsprodukt insgesamt ist in Sachsen-Anhalt in den letzten 4 Jahren jeweils gestiegen. Während der Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr ebenfalls zulegen konnte, gab es im Baugewerbe deutliche Rückgänge. Im Vergleich zu anderen Bundesländern lassen sich keine einheitlichen Entwicklungstendenzen des Gastgewerbes erkennen. Allerdings überwiegen in

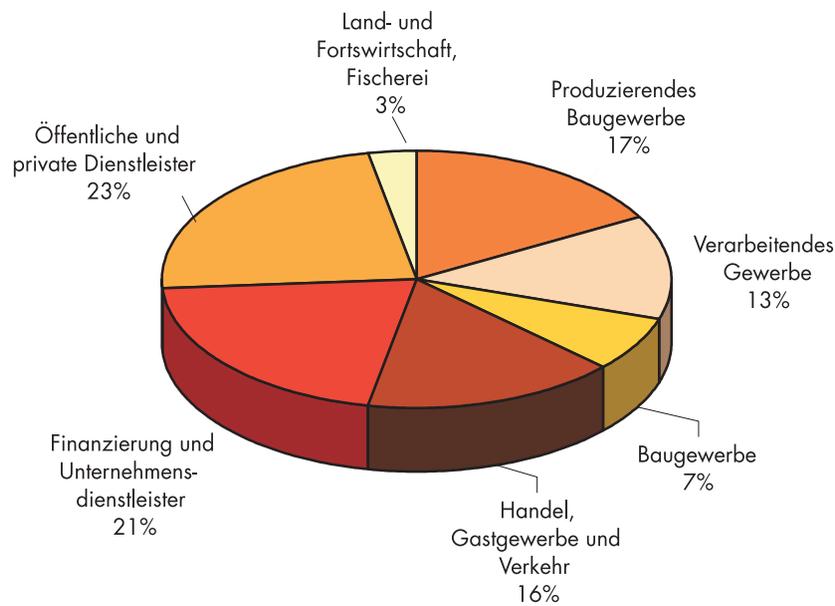
Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Sachsen-Anhalt im Überblick 2001

Sachsen-Anhalt			
Bruttoinlandsprodukt real im Jahr 2001: 40,6 Mrd. Euro			
Übernachtungstourismus	Betriebe > 8 Betten	} 7,9 Mio. Übernachtungen	Bruttoumsatz ca. 0,56 Mrd. €
	Betriebe < 8 Betten		
	Touristik Camper		
Tagestourismus	9,5 Mio. Geschäftsreisende	} 59,5 Mio. Ausflüge	ca. 1,23 Mrd. €
	50 Mio. Tagesausflügler		
Grauer Beherbergungsmarkt			
Private Übernachtungen bei Bekannten- und Verwandten*	Ca. 12,5 Mio.	} 14,4 Mio. Übernachtungen	ca. 0,25 Mrd. €
Dauercamping	Ca. 1,16 Mio.		
Freizeitwohnen	Ca. 0,67 Mio.		
Summe			ca. 2,04 Mrd. €

* Es handelt sich hierbei um eine reine Abschätzung - konkrete, belegte Zahlen (Anteil Tagesgäste und private Übernachtungen, Dauercamping, Übernachtungen in nicht-gewerblichen Betrieben, Freizeitwohnen) liegen hierzu nicht vor. Weiterhin beinhaltet diese Berechnung Doppelzählungen, da auch Umsätze enthalten sind, die anderen Branchen, wie dem Einzelhandel oder dem Verkehr zuzurechnen sind.

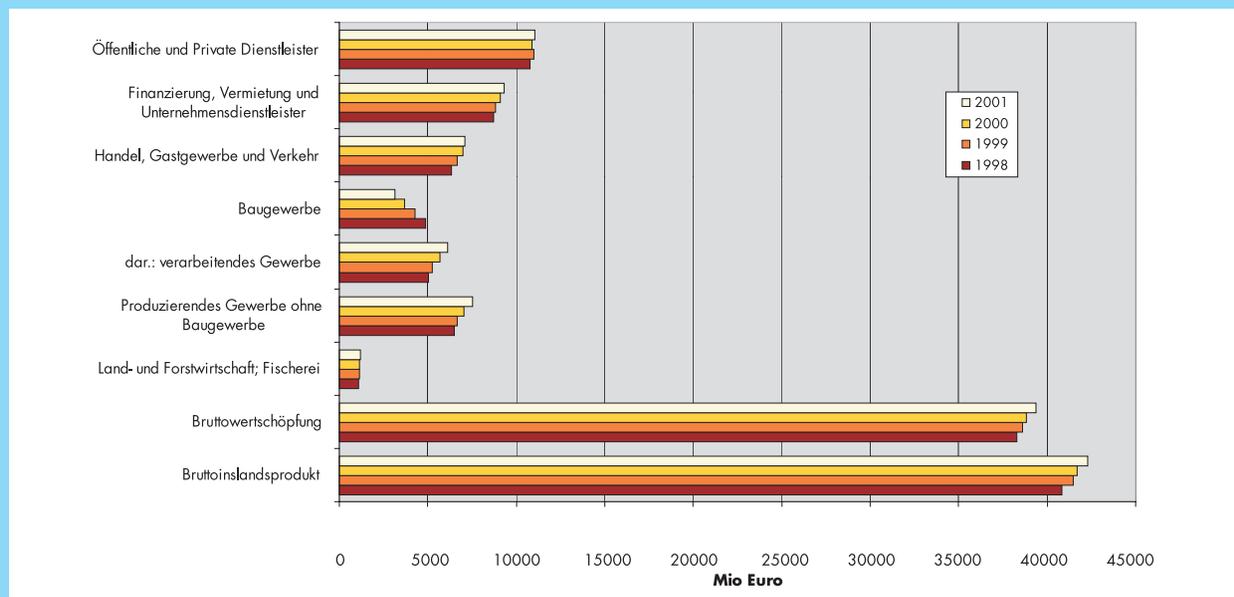
Quelle: Eigene Berechnungen iff

Umsätze nach Wirtschaftszweigen in Sachsen-Anhalt



Quelle: Statistisches Landesamt 2001 und IHK 2002

Bruttoinlandsprodukt gegliedert nach Wirtschaftszweigen 1998 - 2001



Quelle: Statistisches Landesamt 2001 und IHK 2002

den 1990er Jahren rückläufige Entwicklungen, die aber hauptsächlich durch die westdeutschen Länder bestimmt wurden; die ostdeutschen Länder weisen 1999 durchgehend ein höheres Niveau als 1991 auf. Die Anteile der Bruttowertschöpfung des Gastgewerbes an der aller Wirtschaftsbereiche rangierten 1999 zwischen 1,4 % (Bayern und Mecklenburg-Vorpommern) und 0,7 % (Bremen).

- **16 % des Bruttoinlandsproduktes in Sachsen-Anhalt werden im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr erwirtschaftet.**
- **Dabei liegt der Anteil des Incoming-Tourismus am Bruttoinlandsprodukt bei ca. 5 %**

- **Der Incoming-Tourismus erwirtschaftet damit mehr als der Wirtschaftsbereich Land- und Forstwirtschaft sowie Fischerei (3 %).**
- **Der Tourismus ist somit ein wichtiges Standbein der Wirtschaft in Sachsen-Anhalt, zumal er weitgehende Verflechtungen mit anderen Branchen aufweist.**

4.5 Beschäftigungseffekte

Durch den Tourismus werden in Sachsen-Anhalt zahlreiche Arbeitsplätze geschaffen. Allein durch die GA-Förderung des Wirtschaftsministeriums wurden zwischen 1991 und 2001 insgesamt 3.798 neue Arbeitsplätze und davon 617 Ausbildungsplätze geschaffen sowie 2.309 Arbeitsplätze gesichert. Im Jahr 2000 waren in Sachsen-Anhalt **41.000 Personen**²³ im Gastgewerbe tätig. Damit stellen die in Sachsen-Anhalt im Gastgewerbe Tätigen einen Anteil von 2,4 % an den in Deutschland insgesamt in dieser Branche Beschäftigten. In Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Thüringen beträgt der Anteil ebenfalls zwischen 2,4 und 2,5 %.

Von diesen Erwerbstätigen sind im Jahr 2001 im Bereich Gaststätten und Hotels sowie Heimen **32.703 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** (8.273 Männer und 24.430 Frauen) tätig gewesen.²⁴ Hier zeigt sich der besonders hohe Beschäftigungseffekt im Tourismus für Frauen, so dass ein Verhältnis 3 : 1 zu Gunsten von Frauenarbeitsplätzen im Gastgewerbe entsteht. Gaststätten und Hotels sowie Heime konnten darüber hinaus

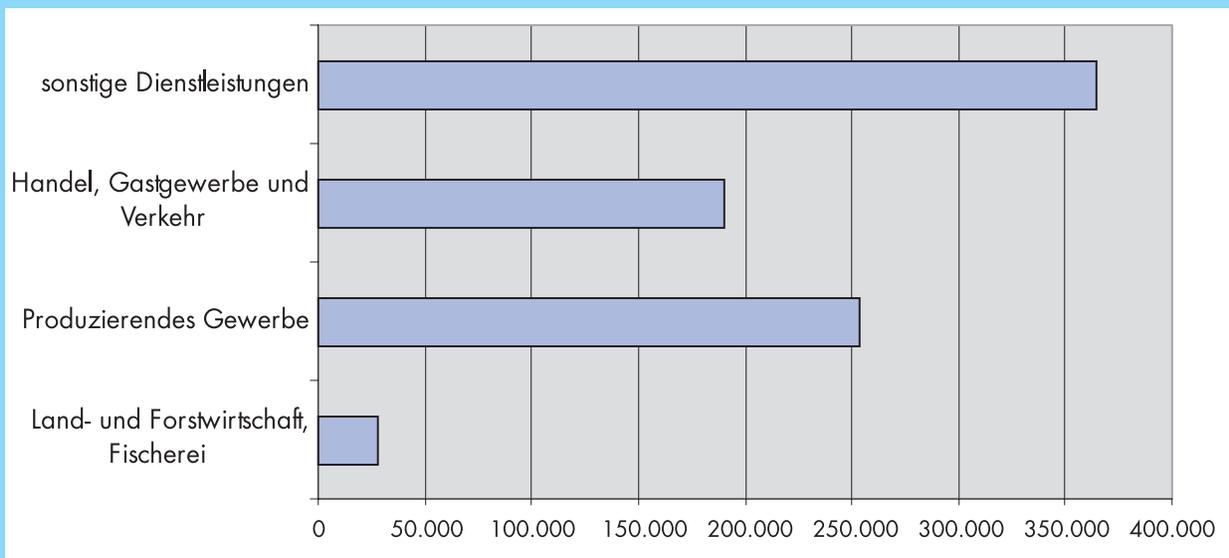
zum gleichen Zeitpunkt **2.657 Auszubildenden** einen Ausbildungsplatz bieten. Handel, Gastgewerbe und Verkehr gehören in Sachsen-Anhalt zu den wichtigen Beschäftigungsbereichen. So sind dort mehr Beschäftigte tätig als im Bereich Land- und Forstwirtschaft sowie in der Fischerei.

Vielfach statistisch vergessen werden dabei die selbständigen Unternehmer, die die 1.155 Beherbergungsbetriebe bzw. 6.421 Betriebe des Gastgewerbes leiten. Damit gibt es rund **7.600 mittelständische Unternehmer** im Gastgewerbe Sachsens-Anhalts.

Allerdings: Die Zahl der im Gastgewerbe Tätigen umfasst u.a. Erwerbstätige in der Gastronomie, in Kantinen, in der Systemgastronomie oder auch in Eck-Kneipen. Es hängen also nicht alle Arbeitsplätze im sachsen-anhaltinischen Gastgewerbe vom Tourismus, sondern auch von der Binnennachfrage von Einheimischen ab.

Um die Beschäftigten im Incoming-Tourismus im engeren Sinne zu ermitteln, also die, die in den verschiedenen Branchen vom eigentlichen Tourismus im Sinne des Fremdenverkehrs leben, muss eine eigene Berechnung angestellt werden. Zu den tourismusabhängigen Arbeitsplätzen gehören aber nicht nur solche im Gastgewerbe, sondern auch in anderen Branchen, insbesondere im Einzelhandel, bei Dienstleistungen oder dem Bereich Verkehr, aber auch in der Landwirtschaft (Direktvermarktung, Zulieferung an die Gastronomie) oder im produzierenden Gewerbe (z.B. Souvenirs). Ihre Gesamtzahl wird über die tourismusbedingten Umsätze in diesen Bereichen ermittelt, wobei der Gesamtumsatz durch die Zahl des durchschnittlichen Pro-Kopf-Umsatzes geteilt wird.

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Sachsen-Anhalt nach Wirtschaftsbereichen im Jahr 2000



Quelle: IHK 2002

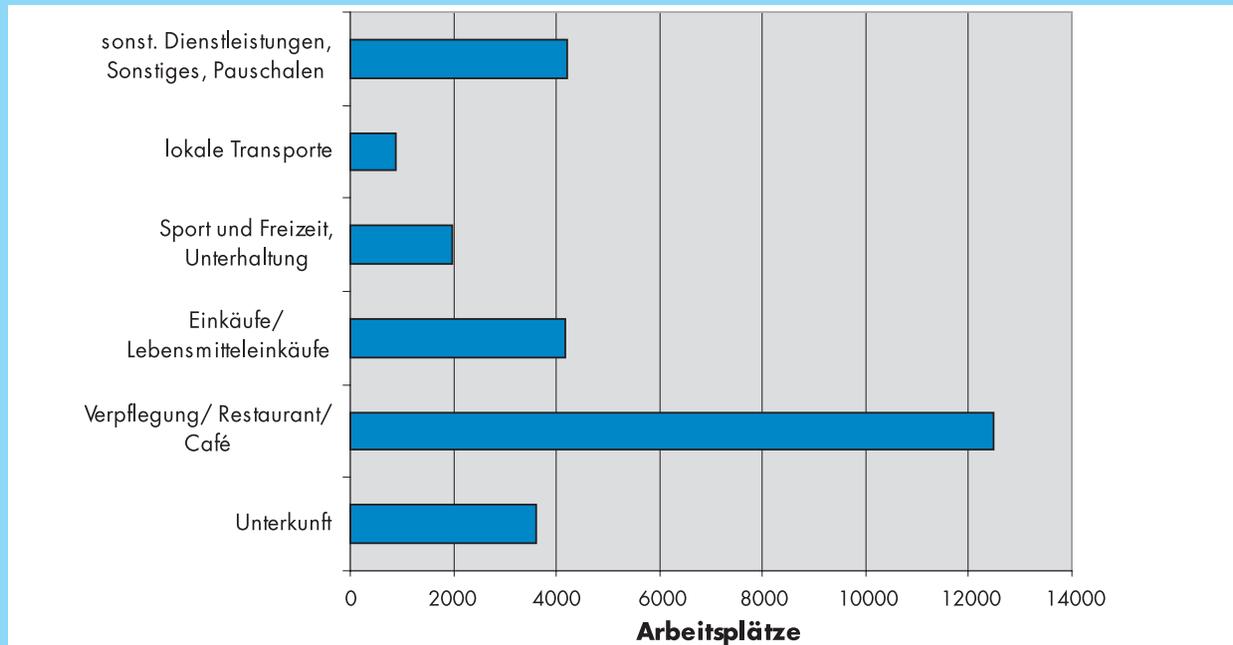
Durch dieses Berechnungsverfahren erhält man die Zahl der rechnerischen Vollarbeitsplätze:

- ca. 16.000 im Gastgewerbe (Beherbergung und Gastronomie)
- ca. 4.100 im Einzelhandel
- ca. 2.000 im Sport, Freizeit- und Unterhaltungsbereich
- ca. 900 bei lokalen Transporten
- ca. 4.200 bei sonstigen Dienstleistern, Reisemittlern und -veranstaltern

Summe der Vollarbeitsplätze im Incoming-Tourismus: ca. 27.000.

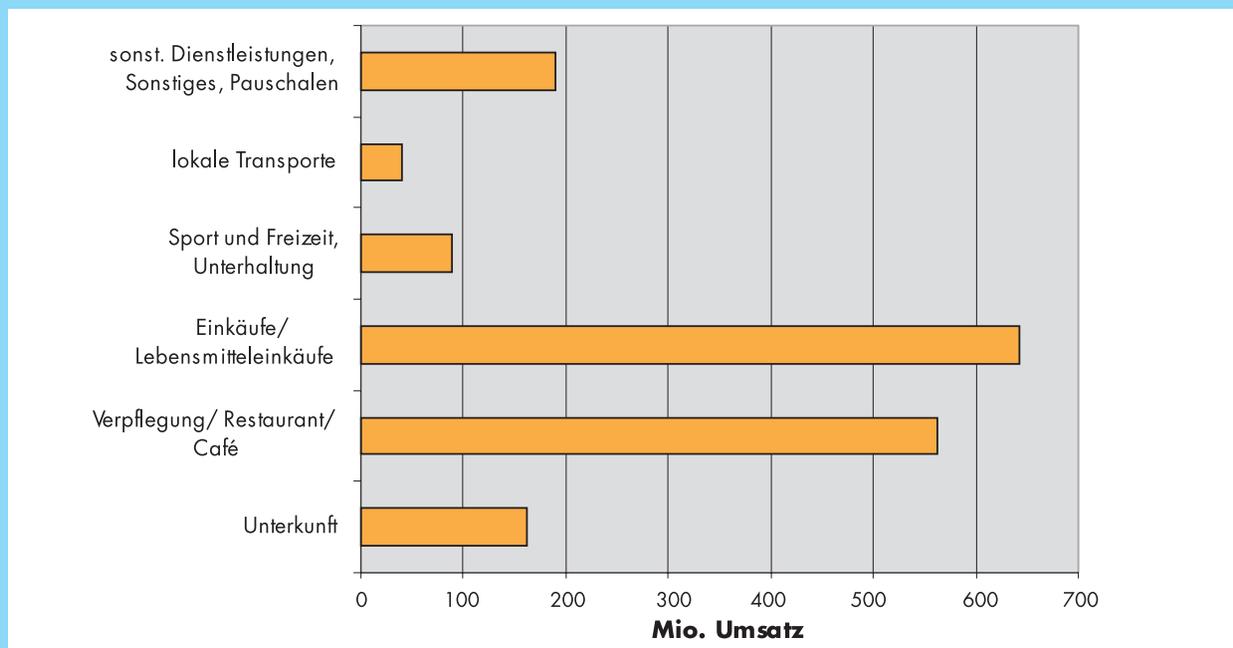
Außer den genannten verdanken aber auch noch andere Berufstätige ihren Arbeitsplatz ganz oder teilweise dem Tourismus: Bademeister, Busunternehmer, Museumsmitarbeiter, Kirchenbetreuer, Geschenkladenbetreiber, Reisebüromitarbeiter, Bahnschaffner, Zeitschriftenhändler, Boutiquebesitzer, Landwirte, Gemüsebauern, Lebensmittelhändler, Mitarbeiter in Tourismusbüros und viele andere mehr.

Touristische Arbeitsplätze in Sachsen-Anhalt 2001



Quelle: eigene Berechnungen iff²⁵

Touristische Gesamtumsätze in Sachsen-Anhalt nach Ausgabenbereichen 2001



Quelle: eigene Berechnungen iff

Wegen der zahlreichen Teilzeitstellen im Tourismus und weiterer Effekte dürfte die tatsächliche Zahl der Arbeitsplätze bzw. Beschäftigungsverhältnisse in Sachsen-Anhalt bei rund **45.000** liegen.

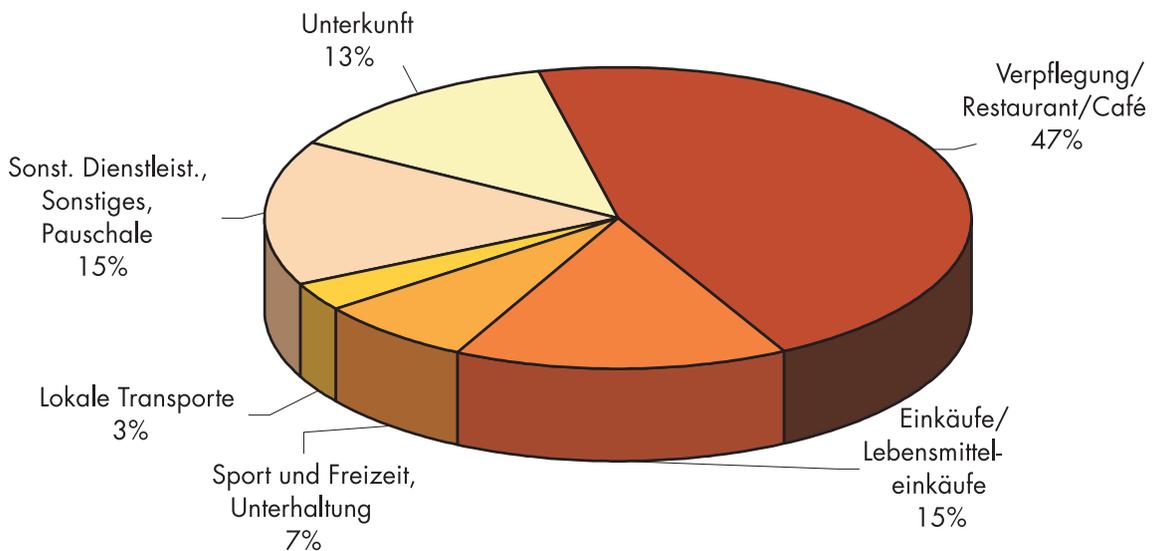
- **Tourismus in Sachsen-Anhalt besitzt ein hohes Beschäftigungspotential:**
- **27.000 tourismusabhängige rechnerische Vollarbeitsplätze gibt es im Incoming-Tourismus („Fremdenverkehr“).**
- **Dies entspricht geschätzten 45.000 Arbeitsplätzen, die in Sachsen-Anhalt vom Tourismus abhängig sind.**
- **Damit werden durch den Tourismus mehr Arbeitsplätze geschaffen, als es Beschäftigte in den Bereichen Chemische Industrie und Ernährungsgewerbe gibt.**
- **Wichtige Merkmale des touristischen Arbeitsmarktes sind vergleichsweise hohe Anteile von: Teilzeitstellen, Frauenerbeitsplätzen, Arbeitsplätzen in ansonsten strukturschwachen Regionen.**
- **Tourismus ist für den Arbeitsmarkt in Sachsen-Anhalt damit von außerordentlicher wirtschaftlicher Bedeutung.**

4.6 Kommunale und steuerliche Effekte

Land und Kommunen profitieren über Steuereinnahmen und die imageverbessernden Wirkungen des Tourismus. Während das **Land** über die Schlüsselzuweisungen aus der Mehrwertsteuer profitiert, fließen den **Kommunen** durchschnittlich 2,5 bis 3 % vom touristischen Nettoprimärumsatz als Steuereinnahmen zu. Diese setzen sich vor allem aus Gewerbesteuern, Grundsteuern und anteiliger Lohn- und Einkommenssteuer zusammen. Insofern rentieren sich auch öffentliche Zuschüsse für touristische Aufgaben (Infrastruktur, Marketing), weil dadurch der Wirtschaftszweig Tourismus einschließlich der gewerblichen Wirtschaft gefördert wird und Einnahmen aus Steuerzahlungen an die öffentliche Hand zurück fließen (Umwegrentabilität).

Außerdem führen allgemeine Werbeaktivitäten, die Organisation von Veranstaltungen oder auch die Erhöhung der Ausgaben für die Freizeitinfrastruktur zu einem positiven **Image**, zur Erhöhung des **Bekanntheitsgrades** und zu einer Verbesserung der **Lebensqualität** in der Region. Damit leistet der Tourismus einen signifikanten Beitrag zur Ausprägung weicher Standortfaktoren, die auch Einfluss auf die Neuansiedelung von Industrie- und Dienstleistungsunternehmen im Land haben. Tourismus ist also gleichzeitig **harter und weicher Standortfaktor** für Sachsen-Anhalt.

Struktur tourismusabhängiger Arbeitsplätze in Sachsen-Anhalt nach Ausgabebereichen 2001

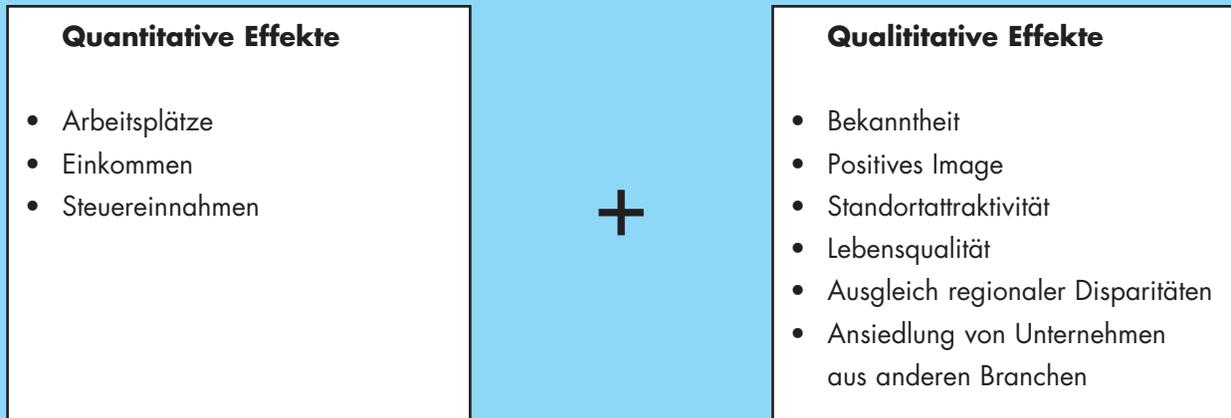


Quelle: eigene Berechnungen *iff*

Berechnung der kommunalen Steuereinnahmen durch Tourismus (Übernachtungstourismus und Tagestourismus)

100 % touristischer Nettoprimärumsatz	* 2,75 %	= Steuern, die den Kommunen zufließen (wie z.B. Gewerbesteuer, Grundsteuer, anteilige Lohn- und Einkommenssteuer)
1,58 Mrd. Euro	* 0,0275	= 43 Mio. Euro

Effekte durch den Tourismus



- Den Kommunen in Sachsen-Anhalt fließen jährlich tourismusbedingte Steuern in Höhe von 43 Mio. Euro zu.
- Das Land profitiert vom tourismusbedingten Mehrwertsteueraufkommen, das über die Schlüsselzuweisungen im Rahmen des Länderfinanzausgleichs (ca. 58 %) wieder zurückfließt.

5. Fazit

Tourismus in Sachsen-Anhalt ...

- **bedeutet pro Jahr**
 - **2,1 Mio. Gästeankünfte**
 - **mindestens 5,5 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Betrieben**
 - **1,4 Mio. Übernachtungen in nicht-gewerblichen Betrieben**
 - **12,3 Mio. private Übernachtungen bei Bekannten und Verwandten**
 - **0,67 Mio. Übernachtungen in Freizeitwohnsitzen**
 - **2,9 Mio. Übernachtungen auf Campingplätzen**
 - **59 Mio. Tagesausflüge**
 - **2,04 Mrd. Euro Bruttoumsatz**
- **bedeutet Tagesausgaben von Übernachtungsgästen**
 - **in Beherbergungsbetrieben über 8 Betten von 86 Euro pro Person**
 - **in Beherbergungsbetrieben unter 9 Betten von 46 Euro pro Person**
 - **auf Touristik-Campingplätzen von 30 Euro pro Person**
 - **in Freizeitwohnsitzen von 28 Euro pro Person**
- **bedeutet Ausgaben von Tagesgästen in Höhe von 20 Euro pro Person und Tag**
- **schafft rund 27.000 rechnerische Vollarbeitsplätze, was ungefähr 45.000 tatsächlichen Arbeitsverhältnissen entsprechen dürfte**
- **bringt kommunale Steuereinnahmen von rund 43 Mio. Euro**
- **trägt mit etwa 2,8 % zum Volkseinkommen bei**
- **trägt 5 % zum Bruttoinlandsprodukt bei**
- **ist ein wichtiger Image- und Standortfaktor**
- **gleicht regionale Entwicklungsunterschiede (zwischen Stadt und Land) aus**
- **ist zugleich harter und weicher Wirtschaftsfaktor**
- **ist eine Wachstumsbranche**
- **wirkt positiv auf andere Branchen**
- **verbessert die Lebensqualität.**

6. Informationsteil

6.1 Quellenverzeichnis

- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) (Hrsg.): Daten-Fakten-Tendenzen, Bonn 2002
- Deutscher Tourismusverband (DTV) (Hrsg.): Der Tourismus in Deutschland. Zahlen-Daten-Fakten, Bonn 2001
- DTV (Hrsg.): Die Entwicklung des Tourismus in Deutschland 1992-2002, Bonn 2002
- Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin 1999
- Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München (dwif): Wirtschaftsfaktor Tourismus im Vogtland, München 2000
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.): Reiseanalyse RA 2002, Hamburg 2002
- Harrer, Bernhard: Tagesreisen der Deutschen. (=dwif Schriftenreihe Heft 46), München 1995
- Harrer, Bernhard – Scherr, Silvia: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. (=dwif Schriftenreihe Nr. 49/ 2002), München 2002
- ift - Freizeit- und Tourismusberatung: Wirtschaftsfaktor Tourismus im Harz, Köln 1998
- IHK Halle-Dessau (Hrsg.): Wirtschaftsreport 2000, Halle 2001
- IHK Magdeburg (Hrsg.): Zahlenspiegel 2000, Magdeburg 2001
- Investitionsbank Berlin (Hrsg.): Wirtschaftsfaktor Tourismus, Berlin 2001
- Landesmarketing Gesellschaft Sachsen-Anhalt – ift - Freizeit- und Tourismusberatung: Kooperationshandbuch Sachsen-Anhalt 2002, Magdeburg 2002
- Ministerium für Wirtschaft und Arbeit (MW) (Hrsg.): Daten zur wirtschaftlichen Lage im Land Sachsen-Anhalt I. Quartal 2002, Magdeburg 2002
- MW (Hrsg.): Daten zur wirtschaftlichen Lage im Land Sachsen-Anhalt. I.-IV. Quartal 2001, Magdeburg 2002
- MW (Hrsg.): Handbuch des Gesundheitstourismus in Sachsen-Anhalt 2001, Magdeburg
- MW (Hrsg.): Handbuch des Tourismus in Sachsen-Anhalt 2000, Magdeburg 2001
- MW (Hrsg.): Jahreswirtschaftsbericht 2001. Fakten und Projekte, Magdeburg 2002
- MW (Hrsg.): Sachsen-Anhalt – Neue Bundesländer – ein Vergleich anhand ausgewählter Kennziffern, Magdeburg 2002
- MW (Hrsg.): Tourismus und Raumordnung in Sachsen-Anhalt, Magdeburg 2001
- Ostdeutscher Sparkassen- und Giroverband (OSGV) (Hrsg.): Tourismusbarometer 1998-2001 Jahresberichte, Berlin 2002
- Statistisches Bundesamt: Tourismus in Zahlen, Wiesbaden 2002
- Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt (Hrsg.): Statistische Berichte 1990-2001 Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr, Beherbergungskapazität, Halle 2002
- Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt (Hrsg.): Binnenhandel, Gastgewerbe 2000-2001, Entwicklung von Umsatz und Beschäftigten im Einzelhandel und Gastgewerbe, Halle 2002
- Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt (Hrsg.): Finanzen und Steuern 1999, Die Umsätze und ihre Besteuerung, Halle 2000

6.2 Anmerkungen

- ¹ Statistisches Bundesamt 2001
- ² DTV, 2002
- ³ DTV, Der Tourismus in Deutschland 2001
- ⁴ MW, Handbuch des Tourismus 2002 und Statistisches Landesamt 2002
- ⁵ als Grundlage der amtlichen Statistik
- ⁶ Die Anzahl der Campingplätze darf nicht addiert werden, da jeder Campingplatz in jeder Campingart gezählt wird.
- ⁷ OSGV 2001, 27 ff.
- ⁸ OSGV 2001. Laut Statistischem Landesamt 2001 gibt es in Sachsen-Anhalt 1,16 Mio. Übernachtungen durch Dauercamping und 236.793 Übernachtungen durch Touristkamping. Auch im Touristkamping existiert eine Dunkelziffer, die vom OSGV 2001 berücksichtigt wurde. In den weiteren Berechnungen werden die angenommenen Zahlen des OSGV verwendet.
- ⁹ OSGV 1999
- ¹⁰ OSGV 2002
- ¹¹ DWIF 2002 und OSGV 2002"
- ¹² Harrer 1995
- ¹³ Als Datengrundlage von 52,7 Mio. liegen die Berechnungen Harrer 1995 vor, die auf das Jahr 2001 aufgrund von Trends und aktuellen Entwicklungen hochgerechnet wurden, so dass von 59,5 Mio. Tagesausflügen ausgegangen werden kann.
- ¹⁴ OSGV 1999
- ¹⁵ DIW 1999
- ¹⁶ DIW 1999
- ¹⁷ FUR 2002
- ¹⁸ Statistisches Bundesamt 2002
- ¹⁹ Quelle: dwif, Tourismusbarometer Jahresbericht 2001
- ²⁰ Im Bereich des Tagesausflugsverkehrs basieren die letzten verlässlichen Berechnungen auf den Ergebnissen des Harrer 1995.
- ²¹ Die durchschnittlichen Tagesausgaben von ca. 67 Euro pro Person und Tag sich gewichtet und setzen sich aus folgenden Tagessätzen zusammen: in gewerblichen Betrieben gibt der Gast durchschnittlich 85,80 € aus, in nichtgewerblichen 45,60 € und im Touristik-Camping Bereich 29,90 €. (Harrer 2002)
- ²² Der Incoming-Tourismus berücksichtigt nur die Umsätze, die durch touristische Ausgaben von Gästen im Zielgebiet (in diesem Fall Sachsen-Anhalt) gemacht werden, nicht jedoch Umsätze im Bereich Outgoing, z.B. auf das Inland entfallende Umsatzanteile bei Auslandsreisen.
- ²³ Erwerbstätige, dazu zählen u.a. Selbständige, mithelfende Angehörige, Arbeitnehmer/innen in einem Arbeits- oder Dienstverhältnis (Statistisches Landesamt 2001)
- ²⁴ Beschäftigungsstatistik der BA, IAB-Datenbank 30.06.2001
- ²⁵ Die vom Tourismus abhängige Beschäftigtenzahl errechnet sich wie folgt: Der Umsatz aus dem Tourismus wird geteilt durch den Umsatz pro Beschäftigten (ca. 45.000 € ist der angenommene durchschnittliche Umsatz pro Beschäftigtem im Gastgewerbe [Schätzung *ift* auf Basis der Zahlen des DEHOGA Deutschland] und bei anderen touristischen Dienstleistern; im Einzelhandel liegt der Umsatz pro Beschäftigtem laut IHK Sachsen-Anhalt bei ca. 154.000 €).

Notizen

Notizen

Weitere **Tourismus-Studien Sachsen-Anhalts** als konzeptionelle Grundlagen der Tourismuspolitik Sachsen-Anhalts liegen bereits vor und können über www.lmg-sachsen-anhalt.de eingesehen und konsultiert werden:

1. **Handbuch des Tourismus** in Sachsen-Anhalt. 2000
2. **Gartenräume** – Historische Parks in Sachsen-Anhalt. Denkmalpflegerisches und touristisches Gesamtkonzept sowie infrastrukturelle Rahmenplanung. In Zusammenarbeit mit dem Kultusministerium Sachsen-Anhalt. 2001
3. **Raumordnung** und Tourismus in Sachsen-Anhalt. In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt. 2001
4. Handbuch des **Gesundheitstourismus** in Sachsen-Anhalt. In Zusammenarbeit mit dem Heilbäder- und Kurorteverband Sachsen-Anhalt. 2001
5. Handbuch **Blaues Band** in Sachsen-Anhalt. 2001
6. Das **Gartenreich Dessau-Wörlitz** als Wirtschaftsfaktor. Grundlagen für eine Marketing-Konzeption. Hg.: Nord/ LB Regionalwirtschaft. 2002
7. **Touristisches Leitsystem** in Sachsen-Anhalt. Handlungsempfehlungen für eine einheitliche landesweite Beschilderung. In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Bau und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt 2002

Impressum:

Herausgeber Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismus

Konzeption, Text
und Abbildungen: *iff* - Freizeit- und Tourismusberatung GmbH, Otto-Hahn-Str. 23, 50997 Köln,
Tel: 02236-83400, Fax: 02236-43045, www.iff-consulting.de

Autor: Katrin Gelderblom

Redaktion: Christian Antz, Jan-F. Kobernuß

Umschlagfoto: Weinberg mit Neuenburg

Gesamtherstellung: Grafisches Centrum Cuno, Gewerbering West 27, 39240 Calbe

Stand: 01.08.2002

Diese Broschüre darf nicht zur Wahlwerbung verwendet werden.



SACHSEN
ANHALT

Ministerium für Wirtschaft und Arbeit
des Landes Sachsen-Anhalt