



TOURISMUSBAROMETER RHEINLAND-PFALZ

INFOBRIEF NR. 2 / MAINZ, 1. OKTOBER 2008

Erste Präsentation der Ergebnisse des Sparkassen-Tourismusbarometers Rheinland-Pfalz

Nach dem Startschuss am 18. Dezember 2007 stellte der Sparkassen- und Giroverband Rheinland-Pfalz am 1. Oktober 2008 in der Sparkassenakademie Schloß Waldhausen erstmalig die Ergebnisse seines neuen Marktbeobachtungsinstrumentes für die Tourismusedwicklung in Rheinland-Pfalz der Öffentlichkeit vor.

Ein 150 Seiten umfassender Jahresbericht beleuchtet die Tendenzen im Jahre 2007 und die zukünftigen Perspektiven aus den verschiedensten Blickwinkeln.



Leichter Aufwind für den Tourismus

Rheinland-Pfalz hat im Jahr 2007 eine positive, im Vergleich zu anderen Bundesländern jedoch verhaltene Dynamik gezeigt. Während sich der Tourismus in Deutschland im Jahr eins nach der Fußball-Weltmeisterschaft mit einem Zuwachs von 3,1 % bei den Übernachtungszahlen (Beherbergungsbetriebe ≥ 9 Betten) sogar besser entwickelte als im Vorjahr (+2,3 %), lagen die Zuwächse in Rheinland-Pfalz mit 0,5 % (18,2 Millionen Übernachtungen) deutlich darunter. Mit diesem Aufkommen erreichte Rheinland-Pfalz 2007 beim Übernachtungsaufkommen Rang acht aller Bundesländer. Erfreulich ist, dass sich das Übernachtungsaufkommen seit 2001 durch eine große Stabilität auszeichnet und in zahlreichen weiteren touristischen Kennzahlen positiv von anderen Bundesländern abhebt. Die Daten im ersten Halbjahr 2008 deuten auf eine Fortsetzung dieses Trends hin.

186,9 Millionen Euro Bruttoumsatz im Campingtourismus

Das Tourismusbarometer widmet sich auch Marktsegmenten, die nicht von der amtlichen Statistik erfasst werden. In diesem Jahr stand der Campingtourismus im Fokus:

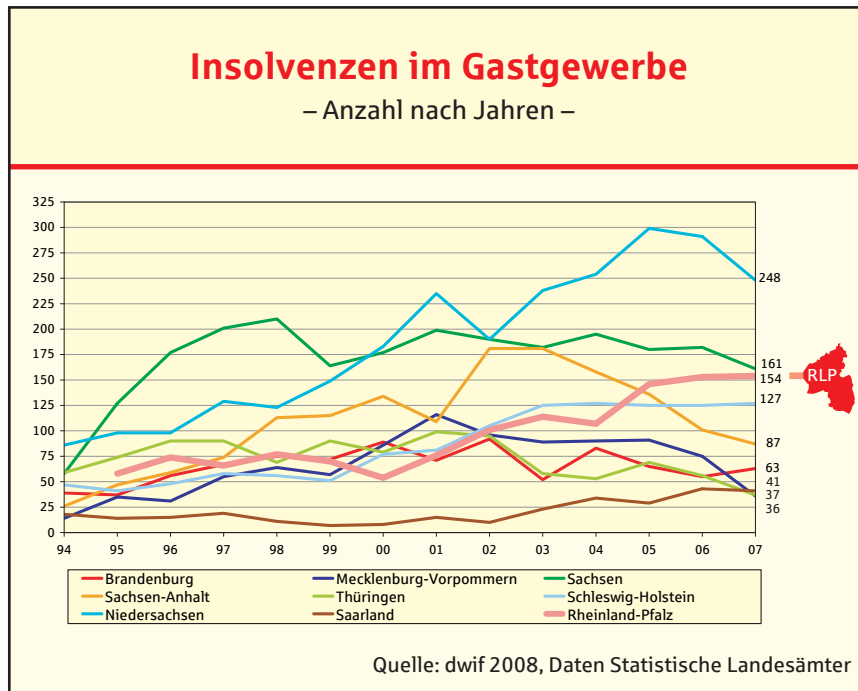
Campingumsätze in Rheinland-Pfalz nach Reisegebieten			
– in Millionen EUR –			
	Touristkamping	Dauercamping	Camping insgesamt
Eifel/Ahr	29,5	19,8	49,3
Hunsrück/ Nahe/Glan	11,0	10,5	21,5
Mosel/Saar	21,6	12,0	33,6
Pfalz	13,6	13,7	26,8
Rheinhessen/ Rheintal	10,1	7,4	17,5
Westerwald/ Lahn/Taunus	15,5	22,7	38,2
Rheinland-Pfalz insgesamt	100,8	86,1	186,9

Quelle: dwif 2008, Datengrundlage DTV 2004

Auf den Campingplätzen von Rheinland-Pfalz summierten sich die Übernachtungen von Touristik- und Dauercampnern sowie in den Mietunterkünften auf jährlich fast 8,8 Millionen Übernachtungen. Diese bewirkten ein Umsatzvolumen von 186,9 Millionen Euro. Gemessen an den gesamten Campingumsätzen in Deutschland erreicht Rheinland-Pfalz damit einen Anteil von 7,5 %. Der Jahresbericht 2008 führt eine Reihe von Handlungsempfehlungen zum Zwecke einer verbesserten Marktbearbeitung auf.

Gastgewerbe weiterhin unter starkem Druck

Trotz der positiven Entwicklung der Tourismusnachfrage in Deutschland steht das Gastgewerbe weiterhin unter großem Druck. Deutschlandweit ist die Umsatzentwicklung rückläufig. Auch in Rheinland-Pfalz wurde 2007 ein Umsatzminus von 2,3 % festgestellt, wobei das Gaststätten-gewerbe höhere Verluste aufweist als der Beherbergungsbereich. Eine Trendwende lässt weiter auf sich warten. Allerdings spielt hier neben dem Konsum der Touristen auch der der Einheimischen eine Rolle.



Die angespannte Lage bestätigt sich auch in der Insolvenzstatistik: Allein 2007 wurden in Rheinland-Pfalz 154 Insolvenzverfahren im Gastgewerbe verzeichnet. Seit den 90er Jahren ist die Anzahl stetig angestiegen.

Positive Erwartungen an das Tourismusjahr 2008

Die rheinland-pfälzischen Touristiker blicken optimistisch in die Saison 2008 und erwarten eine Fortsetzung der positiven Entwicklungstendenz. Die größten Herausforderungen sehen sie in der Verbesserung der Qualität auf breiter Ebene. Im Gegensatz zu den Touristikern weisen die Ergebnisse der IHK-Saisonumfrage bei den Betrieben des Gastgewerbes auf eine deutlich verschlechterte Stimmungslage hin, die vom Anstieg der Energiekosten, des Wareneinsatzes sowie der Konsequenzen aus dem Rauchverbot herrührt.

„Touristische Wetterstationen“ geben Einblick in die Besucherentwicklung der Freizeitwirtschaft

Mit dem Tourismusbarometer wurde auch ein Netzwerk von Freizeiteinrichtungen (z. B. Bäder, Museen, Burgen, Tierparke) in Rheinland-Pfalz gebildet, die als sog. „touristische Wetterstationen“ über ihre monatliche Besucherentwicklung informieren und auf diese Weise ein Abbild von der Entwicklung der Nachfrage und der Wettbewerbssituation der Freizeitwirtschaft geben. Derzeit beteiligen sich bereits 42 Wetterstationen, die im Jahr 2007 zusammen ca. 2,1 Millionen Besucher bei sich begrüßen konnten, an diesem Instrument. Im Vergleich zum Vorjahr erzielten diese Einrichtungen ein Besucherwachstum von 3,1 %. Damit liegt Rheinland-Pfalz deutlich über dem Durchschnitt anderer Länder. Über besonders hohe Zuwächse freuten sich die Burgen des Landes. In den kommenden Monaten und Jahren soll die Zahl der mitwirkenden Wetterstationen noch weiter erhöht werden.



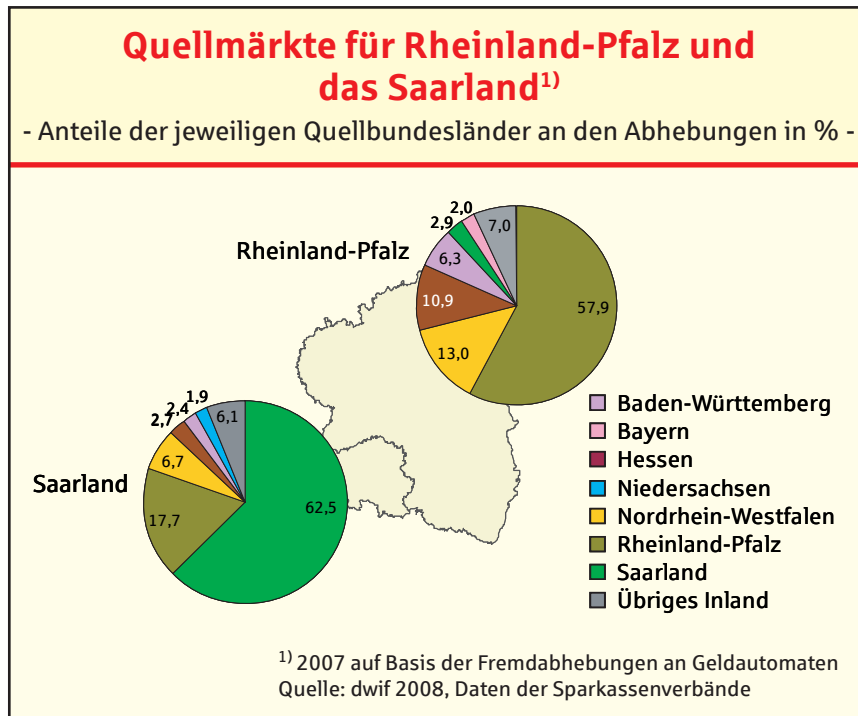
Exklusive Sparkassendaten für die Tourismuswirtschaft

Die Sparkassen von Rheinland-Pfalz stellen exklusiv für das Tourismusbarometer ausgewähltes eigenes Datenmaterial zur Verfügung. So werden z. B. betriebswirtschaftliche Kennziffern zur wirtschaftlichen Situation von Kreditnehmern im Gastgewerbe präsentiert.

Zudem schließen sie eine wichtige Wissenslücke: Die „Fremdabhebungen an den Geldautomaten“ der Sparkassen (sogenannte „GA-Daten“) liefern Informationen zur Herkunftsstruktur der inländischen Tages- und Übernachtungsgäste. Dabei hat sich gezeigt, dass die größte Gästegruppe in Rheinland-Pfalz die Rheinland-Pfälzer selbst sind. Danach folgen Reisende und Tagesausflügler aus dem benachbarten Nordrhein-Westfalen (13,0 %) und aus Hessen (10,9 %).

204 Millionen Tagesreisen in Rheinland-Pfalz

Erstes großes Schwerpunktthema des Sparkassen-Tourismusbarometers Rheinland-Pfalz ist der Tagestourismus. Dieser hat eine enorme wirtschaftliche Bedeutung, die vielfach unterschätzt wird: Allein im Jahr 2006 wurden insgesamt 204 Millionen Tagesreisen in und nach Rheinland-Pfalz unternommen. 175 Millionen sind davon den privat motivierten Tagesausflügen zuzurechnen und 29 Millionen den Tagesgeschäftsreisen. Damit kommen rechnerisch auf jede Übernachtung (in Beherbergungsbetrieben \geq 9 Betten) 10,3 Tagesreisen. Das Tagesreiseaufkommen hat sich in den letzten Jahren zudem positiv entwickelt: Es stieg von 2004 bis 2006 um fast 6 %, während das Übernachtungsaufkommen im selben Zeitraum nur um 1,5 % zulegen.



Fast die Hälfte aller Tagesausflüge nach Rheinland-Pfalz wird von den Bewohnern des eigenen Bundeslandes unternommen. Weitere wichtige Quellmärkte für Tagesausflüge sind die benachbarten Bundesländer Nordrhein-Westfalen mit 28,8 Millionen (16,5 %), Baden-Württemberg mit 19,1 Millionen (10,9 %) und Hessen mit 15,6 Millionen (8,9 %). Ausländische Quellmärkte waren nicht Gegenstand der Untersuchung.

Tagestourismus bewirkt 5,2 Milliarden Euro Bruttoumsatz

Durchschnittlich gibt jeder Tagesreisende in Rheinland-Pfalz während seines Aufenthalts vor Ort 27,00 Euro aus. Damit liegt das Bundesland an 8. Stelle im Bundesländervergleich und nur um 1,50 EUR leicht unter dem Deutschland-Wert von 28,50 EUR. Die geringsten Ausgaben werden in der Eifel/Ahr-Region (19,10 EUR) sowie im Reisegebiet Westerwald/Lahn/Taunus (17,10 EUR) erzielt. Dies resultiert aus den niedrigen Ausgaben für Einkäufe. Da diese Regionen beliebte Wanderziele sind, spielt Einkaufen während des Ausflugs offensichtlich kaum eine Rolle. Die höchsten Ausgaben werden mit 33,50 Euro im Reisegebiet Mosel/Saar getätigt. Hier weisen auch die Gastronomieausgaben mit 10,50 EUR einen Wert auf, der deutlich über dem Deutschland-Durchschnitt von 8,90 EUR liegt. Die Region ist weithin bekannt als Wein- und Kulinarikregion, weshalb diese hohen Ausgaben nicht verwundern. Im Hunsrück und im Westerwald hingegen sind die Gastronomieausgaben mit 5,00 EUR bzw. 5,60 EUR äußerst niedrig. Aus den Gesamtausgaben resultiert ein Bruttoumsatz in Höhe von 5,2 Milliarden EUR für das Land. Am stärksten profitiert davon der Einzelhandel mit 61 %, gefolgt von der Gastronomie mit 31 % und dem sonstigen Dienstleistungsgewerbe mit 8 %. Angesichts dieser herausragenden ökonomischen Bedeutung verdient der Tagestourismus im Tourismusmarketing besondere Aufmerksamkeit. Weiterführende Analysen zum Volumen und der wirtschaftlichen Bedeutung von Tagesreisen finden Sie im Jahresbericht 2008. Wo möglich und sinnvoll werden die Ergebnisse auch für die regionale Ebene zur Verfügung gestellt.



Reiseanlässe von Tagesausflüglern

Wirft man einen Blick auf die Reiseanlässe der Tagesausflügler, so nimmt der Verwandten- und Bekanntenbesuch mit 30 % den ersten Rang ein. Die Ausübung einer speziellen Aktivität wie Wandern, Schwimmen oder Spazieren gehen liegt mit 26 % an zweiter Stelle und deutlich über dem Deutschland-Durchschnitt von 21 %. An dritter Stelle folgt der Besuch einer Veranstaltung mit 10 %. Ein Blick in die einzelnen Regionen zeigt jedoch starke Unterschiede. Veranstaltungsbesuche nehmen z. B. in der Mosel/Saar-Region einen Anteil von 18 % als Reiseanlass ein, im Reisegebiet Hunsrück/Nahe/Glan liegt der Anteil lediglich bei 3,4 %.

Tagestourismus-Marketing auf dem Prüfstand

Das Tourismusbarometer hat im Rahmen seiner Analysen auch die auf Ausflügler ausgerichteten Aktivitäten der Tourismusorganisationen und Freizeiteinrichtungen im Land mittels anonymer Servicetests bei 145 Tourismusorganisationen und 101 Freizeiteinrichtungen per E-Mail und der Analyse von Printmaterial und Internetauftritten auf den Prüfstand gestellt. Dabei wurden bereits einige sehr gute Beispiele für professionelles Ausflüglermarketing vorgefunden. So verfügen die Pfalz Touristik oder auch einzelne Orte wie Bad Breisig oder Trier bereits über interessante Informationsangebote für Ausflügler im Internet oder Printmaterial. Darüber hinaus werden im vorliegenden Jahresbericht des Tourismusbarometers auch Anregungen aus anderen Regionen gegeben.

Die Tests ergaben zudem, dass die rheinland-pfälzischen Tourismusorganisationen und Freizeiteinrichtungen im Bereich Individualität und Schnelligkeit bereits sehr gute Arbeit leisten, das Angebot von Detailinformationen und Maßnahmen zur Kundenbindung hingegen noch ver-

bessern müssen. Die Internetseiten vieler Orte überzeugen durch eine gute Navigation und bieten Ausflüglern ausführliche Informationen zur Anreise und zu Veranstaltungen. Die Werbewirksamkeit kann jedoch noch verbessert werden, z. B. durch einen attraktiven visuellen Blickfang („Eyecatcher“) direkt auf der Homepage. Bei den Freizeiteinrichtungen sind Basisinformationen wie Öffnungszeiten und Eintrittspreise auf den Websites kein Problem. Optimierungsbedarf besteht insbesondere beim Thema Anreiseinformation.

Zielgruppenorientierung und aktive Ausflüglerberatung ausbaufähig

Die Analysen des Tourismusbarometers machen die zentralen Handlungsfelder für den Tagestourismus in Rheinland-Pfalz deutlich. Um die Zahl der Tagesreisen nach Rheinland-Pfalz weiter zu erhöhen und die daraus resultierenden Umsätze zu steigern, bedarf es u. a. eines stärkeren Zielgruppen- und Quellmarktbezugs im Marketing, einer intensiveren Kooperation aller Tourismusakteure, einer Verbesserung der Servicequalität und der Maßnahmen zur Kundenbindung sowie der Gestaltung einer tiefer gehenden Marktforschung.



Der Jahresbericht 2008 enthält darüber hinaus Informationen zu soziodemografischen Merkmalen der Tagesreisenden, zur Wochentags- und Monatsverteilung der Tagesausflüge, zu zurückgelegten Distanzen sowie Profile für unterschiedliche Typen von Ausflüglern. Wo möglich und sinnvoll werden die Ergebnisse auch für die verschiedenen Regionen von Rheinland-Pfalz zur Verfügung gestellt. Ein weiterer Fokus wurde auf das Thema „Kultur“ gelegt. Kultur zieht sich flankierend durch alle vier Themensäulen der neuen Tourismusstrategie: Wein, Wandern, Rad fahren und Gesundheit/Wellness. Hierzu bezifferte das Tourismusbarometer auch die Bedeutung der Städte für den Tagestourismus in Rheinland-Pfalz, erstellt ein Profil für Kulturausflügler und führte anonyme Tests zum Thema Kultur durch.

Jahresbericht 2008 ab sofort verfügbar

Der Jahresbericht 2008 zum Sparkassen-Tourismusbarometer Rheinland-Pfalz ist ab sofort erhältlich und kann als Druckversion beim Sparkassen- und Giroverband bestellt werden (E-Mail: konstanze.knoche@sgvrp.de). Zusätzlich steht er in elektronischer Version als Download unter www.sgvrp.de zur Verfügung .

Herausgeber:

Sparkassen- und Giroverband Rheinland-Pfalz
Im Wald 1
55257 Budenheim
Telefon (0 61 31) 145 - 0
Telefax (0 61 31) 145 - 100
E-Mail info@sgvrp.de
Internet www.sgvrp.de

Ansprechpartnerin:

Konstanze Knoche
Telefon (06131) 145 - 319
Telefax (06131) 145 - 7319
E-Mail konstanze.knoche@sgvrp.de

Bearbeitung:

dwif-Consulting GmbH
Marienstr. 19/20
10117 Berlin
Telefon (030) 757 949 - 0
Telefax (030) 751 65 10
E-Mail info-berlin@dwif.de
Internet www.dwif.de

Ansprechpartner:

Markus Seibold
Telefon (030) 757 949 – 0
Telefax (030) 751 65 10
E-Mail: m.seibold@dwif.de