

Liebe Tourismuspartner in Brandenburg,

in der dritten Ausgabe der „Marktforschungsnews Brandenburg“ präsentieren wir Ihnen die Jahresdaten 2014 des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland sowie die Ergebnisse der im Auftrag des Clustermanagements Tourismus von der dwif-Consulting GmbH durchgeführten Studie zum Ausflugs- und Mobilitätsverhalten der Berliner Bevölkerung im Freizeit- und Urlaubsverkehr im Land Brandenburg. Auch möchten wir Sie auf die aktuellen Entwicklungen und Beteiligungsmöglichkeiten am Tourismus-Fachinformationssystem T-Fis Brandenburg hinweisen.

Mit dem Mafo-Newsletter informieren wir Sie regelmäßig über aktuelle Projekte und Erkenntnisse aus der Marktforschung. Neben den üblichen Nachfragedaten aus der amtlichen Beherbergungsstatistik stellen wir Ihnen Ergebnisse aus den von der TMB initiierten Untersuchungen zum Brandenburg-Tourismus vor.

Ergebnisse des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Brandenburg

Die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH arbeitet nun schon im dritten Jahr mit Daten aus dem GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland. Die Studie bildet das Reiseverhalten der Deutschen für Tages- und Übernachtungsreisen ab 50 km nach Brandenburg repräsentativ ab. Eingeschlossen sind hierbei auch Verwandten- und Bekanntenbesuche, der sogenannte „Graue Markt“, sowie Geschäftsreisen. Kürzlich sind die Ergebnisse des Jahres 2014 erschienen.

Deutliches Wachstum im Privatreise-segment

Nach den neuesten Erkenntnissen des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland übernachteten im Jahr 2014 insgesamt 6,9 Mio. inländische Gäste in Brandenburg und generierten insgesamt 25,2 Mio. Übernachtungen (inkl. „Grauer Markt“). Unter Hinzunahme der inländischen Übernachtungen in Kur- und Rehakliniken ergibt sich für Brandenburg somit ein **Gesamtvolumen durch Inländer von 26,8 Mio. Übernachtungen. Im Vorjahresvergleich steigerte sich die Anzahl der Übernachtungen damit erneut deutlich um 9%** (2013: 24,5 Mio. inländische Übernachtungen). Die amtliche Beherbergungsstatistik weist hingegen für denselben Zeitraum lediglich ein Wachstum der inländischen Übernachtungen von 3,1% aus. Der Anstieg der Übernachtungen in Brandenburg resultiert im Jahr 2014 anders als im Vorjahr aus einem deutlichen **Wachstum im Privatreisesegment**. Die

Methodensteckbrief

► Herausgeber

GfK SE Bereich Panel Services
Prof. Dr. Bernd Eisenstein

► Projektdurchführung

GfK Mobility, Nürnberg
Institut für Management und
Tourismus (IMT), Heide

► Untersuchungsinhalt

Reiseaufkommen und Reiseverhalten
der deutschsprachigen Wohnbevölkerung

► Untersuchungsobjekt

Reiseziele in Deutschland

► Stichprobenart und -größe

Panelstichprobe mit Quotenvorgaben,
45.000 Personen ab 0 Jahre in 20.000
deutschsprachigen Privathaushalten le-
bend

► Repräsentativität

74,2 Mio. Personen ab 0 Jahre
in 36,2 Mio. deutschsprachigen
Privathaushalten lebend

► Erhebungsart

schriftlich (online/offline)

Inhalt des Newsletters

- S. 1 Ergebnisse des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Brandenburg
- S. 5 Ergebnisse der Studie zum Ausflugs- und Mobilitätsverhalten der Berliner Bevölkerung im Freizeit- und Urlaubsverkehr im Land Brandenburg
- S. 8 Ergebnisse des Jahres 2014 aus der amtlichen Statistik
- S. 10 Tourismus-Fachinformationssystem T-Fis Brandenburg

Ihre Ansprechpartner zum
Thema „Marktforschung“
bei der TMB:

Jens Beuchler

Tel.: 0331 / 29873-40
jens.beuchler@reiseland-
brandenburg.de

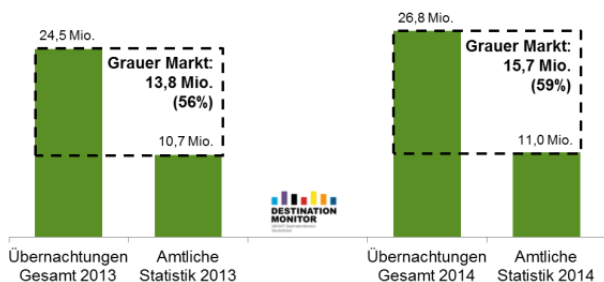
Ramona Kesch

Tel: 0331 /29873-37
ramona.kesch@reiseland-
-brandenburg.de

privaten Übernachtungen von Inländern stiegen von 21,5 Mio. im Jahr 2013 auf 24,5 Mio. im Jahr 2014 an (+14%).

Durch die Gegenüberstellung der im GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland hochgerechneten inländischen Übernachtungen mit dem in der amtlichen Beherbergungsstatistik ausgewiesenen Übernachtungsvolumen durch Inländer lässt sich eine rechnerische Größe des inländischen „grauen Beherbergungsmarktes“ abschätzen. Er umfasst demnach inländische Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben unter 10 Betten, in privaten Unterkünften (z.B. Wohnmobil, eigenes Ferienhaus, Hausboot), bei Verwandten/ Bekannten sowie in sonstigen, nicht-gewerblichen Unterkünften – also all jene Übernachtungen, die von der amtlichen Statistik nicht gezählt werden. Insgesamt fanden in Brandenburg im letzten Jahr 59% (2013: 56%) der Übernachtungen in den genannten Beherbergungssegmenten statt, womit Brandenburg den **fünftgrößten grauen Beherbergungsmarkt** im Bundeslandvergleich hat. Auch deutschlandweit setzt sich der Wachstumstrend im grauen Markt weiter fort.

Gegenüberstellung Übernachtungen* der Inländer insgesamt und gemäß amtlicher Beherbergungsstatistik (in Mio.)



* Inkl. der amtlich erfassten Übernachtungen durch Inländer in Kur- und Rehakliniken
Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor, 2015

Ergänzend zu den Übernachtungen konnten für Brandenburg im letzten Jahr 22,6 Mio. Tagesreisen (ab 50 km) gemessen werden, so dass sich ein touristisches Gesamtaufkommen in Höhe von **49,3 Mio. Aufenthaltstagen und ein deutliches Wachstum im Vorjahresvergleich**

(+5%) ergibt. Nicht berücksichtigt sind die Tagesreisen unter 50 km sowie das Gäste- und Übernachtungsaufkommen aus dem Ausland.

Urlaubsland Brandenburg im Jahr 2014

Im letzten Jahr wurde Brandenburg von insgesamt 1,5 Mio. Urlaubsgästen aus Deutschland besucht (Urlaubsgäste Gesamtdeutschland: 51,8 Mio.), welche im Schnitt 4,4 Nächte vor Ort geblieben sind (2013: 4,7 Nächte). Mit dem sich dadurch ergebenden **Übernachtungsvolumen durch Urlaubsreisen in Höhe von 6,7 Mio.** Übernachtungen erlangt das Bundesland einen Marktanteil von 3% an Deutschland. Damit liegt Brandenburg im Bundeslandvergleich auf Platz 10 und verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr erneut um einen Rangplatz. Unter den ostdeutschen Flächenbundesländern liegt Brandenburg bei den Übernachtungen durch Urlaubsreisen unverändert auf Platz 3 hinter Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen.

Der GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland liefert jährlich Erkenntnisse über die Brandenburg-Urlauber und ihr Reiseverhalten. Für 2014 ergibt sich folgendes Bild: Bei über der Hälfte der Urlaubsreisen nach Brandenburg (55%) handelte es sich um Kurz-Urlaubsreisen (1 bis 3 Übernachtungen). Das dominierende Verkehrsmittel zur Anreise bei Urlaubsgästen aus Deutschland ist der PKW (80%). Die Anreise mit der Bahn ist im Bundesvergleich unterdurchschnittlich (6%, Deutschland: 11%). Übernachtet wird vorrangig im Hotel (35%). Der Anteil an Übernachtungen in Wohnwagen, Wohnmobil und Zelt hat im Vergleich zum Vorjahr um sechs Prozentpunkte abgenommen und liegt 2014 bei 7%.

Weitere Erkenntnisse im Überblick:

Alter. Der Altersdurchschnitt der Urlaubsgäste betrug im letzten Jahr **47 Jahre** und liegt damit im Deutschlandschnitt. Im Vergleich zum Vorjahr fällt auf, dass der Anteil älterer Gäste ab 65 Jahren sich recht

Ergebnisse GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Brandenburg 2014 auf einen Blick:

Gesamtmarktvolumen 2014:

- 49,3 Mio. touristische Aufenthaltstage durch Inländer (+5%)
- Davon 26,8 Mio. Inländerübernachtungen (+9%) und 22,6 Mio. inländische Tagesreisen (ab 50 km) (+/-0%)
- Mehr als die Hälfte der Inländerübernachtungen (59%) im Grauen Markt (+3%-Pkt.)

Urlaubsreisemarkt 2014:

- 6,7 Mio. Inländerübernachtungen durch Urlaubsreisen (+17%)
- Berlin und Sachsen wichtigste Quellmärkte im Urlaubstourismus, NRW mit wachsender Bedeutung
- Anreise überwiegend im PKW (80%), Bahn unterdurchschnittlich (6%)
- Wichtigste Informationsquelle mit weiterhin steigender Tendenz: Internet (52%)
- Sechs von zehn Reisen werden direkt beim Leistungsträger gebucht

deutlich reduziert hat (-5%-Pkt.), während der Anteil der Gäste bis 35 Jahre um fünf Prozentpunkte gestiegen ist.

Herkunft: Rein auf den deutschen Markt bezogen, ist **Berlin** nach wie vor der wichtigste Quellmarkt für Brandenburg: Jeder fünfte Urlaubsgast kommt aus der Hauptstadt. Zweitwichtigster innerdeutscher Quellmarkt bleibt **Sachsen (19%)**, gefolgt von **Brandenburg** selbst und **Nordrhein-Westfalen (je 10%)**, die Sachsen-Anhalt (8%) und Niedersachsen (8%) im Vergleich zum Vorjahr anteilmäßig überholt haben.

Haushaltsgröße und -nettoeinkommen: Die meisten Brandenburg-Urlauber (36%) leben in einem 2-Personen-Haushalt. Bezüglich des Haushaltsnettoeinkommens setzen sich die Trends aus dem letzten Jahr weiter fort: Die untere Einkommensklasse (bis maximal 1.750 €) ist mit 22% im Vergleich zu Gesamtdeutschland (17%) leicht überdurchschnittlich vertreten. **Der Anteil der Urlaubsgäste mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen über 3.250 € konnte jedoch im Vergleich zu 2013 nochmals um sieben Prozentpunkte auf 36% gesteigert werden**, nachdem bereits von 2012 auf 2013 eine erhebliche Steigerung (6%-Pkt.) zu verzeichnen war. Dennoch ist diese obere Einkommensklasse im Vergleich zu Gesamtdeutschland (42%) noch leicht unterdurchschnittlich vertreten.

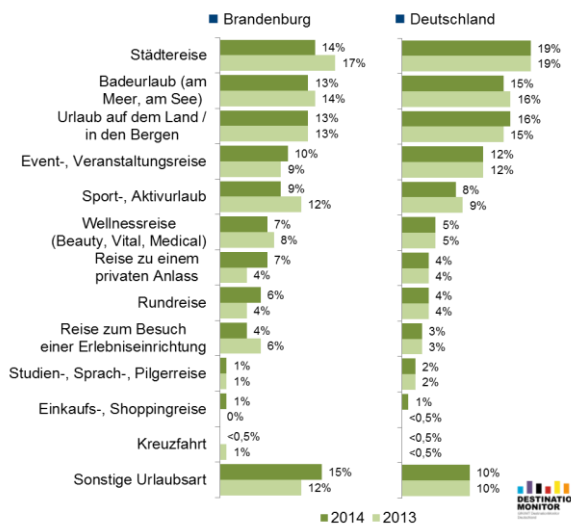
Internetzugang und -nutzung: 88% der Urlaubsgäste haben einen Online-Anschluss im Haushalt und 67% der Urlaubsreisenden nutzen täglich bzw. mehrmals wöchentlich das Internet (+7%-Pkt.).

Neben der soziodemographischen Struktur der inländischen Urlaubsgäste liegen auch Informationen zum Buchungs- und Reiseverhalten vor. Wenn Urlaubsreisen nach Brandenburg vorabgebucht werden, informiert sich der Deutsche überwiegend im Internet (52%; +6%-Pkt.) bzw. kennt sein Reiseziel bereits aus persönlichen

Erfahrungen (29%; + 3%-Pkt.). **Der Internetanteil für Brandenburg ist im Jahr 2014 überdurchschnittlich hoch** (vgl. Deutschland: 45%). Die Empfehlungen von Verwandten- und Bekannten spielen bei der Informationssuche nach wie vor eine große Rolle, auch wenn der Anteil im Vorjahresvergleich leicht zurückgegangen ist (18%; -2%-Pkt.).

Sechs von zehn Reisen werden direkt beim Leistungsträger gebucht, während bei 17% (+4%-Pkt.) der Reisen ein Reiseveranstalter in Anspruch genommen wird. Gebucht wird wie im bundesweiten Trend häufig kurzfristig (mehr als jede vierte Reise weniger als vier Wochen vor Reisebeginn) und über Telefon, Fax und E-Mail (45%).

Hauptreiseanlässe der inländischen Urlaubs-



reisen ab 1 Übernachtung in Brandenburg und Deutschland 2013/2014

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor, 2015

Die **Städtereise (14%)** bleibt auch im Jahr 2014 der häufigste Hauptreiseanlass für eine Reise nach Brandenburg, wenn auch mit leicht abnehmender Tendenz (-3%-Pkt.). Weitere für Brandenburg wichtige Reisearten sind der **Badeurlaub und der Urlaub auf dem Land (je 13%)** sowie **Event- / Veranstaltungsreisen (10%)**. Der Anteil an Sport- und Aktivurlaub hat

Ergebnisse GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Brandenburg 2014 auf einen Blick:

Hauptreiseanlässe und -aktivitäten 2014:

- Städtereisen (14%) dominieren weiterhin, aber mit leicht abnehmender Tendenz
- Außerdem Badeurlaub (13%), Urlaub auf dem Land (13%) sowie Event- und Veranstaltungsreisen (10%)
- Wichtigste Urlaubsaktivitäten: Aufenthalt in der Natur (66%) sowie Besuch kultureller und historischer Sehenswürdigkeiten (60%)

im Vorjahresvergleich um drei Prozentpunkte abgenommen. Für solch kurzfristige Schwankungen können allerdings z.B. wetterbedingte Aspekte eine Rolle spielen – für die Ableitung von Trends gilt es, die Entwicklungen längerfristig zu beobachten.

In der Gunst der Badeurlauber steht Brandenburg im Bundeslandvergleich wie auch bereits im Vorjahr auf Platz 5. Die Bedeutung des Wassertourismus in Brandenburg zeigt sich auch bei den Aktivitäten der Urlaubsgäste: Jeder **dritte Urlaubsgast (33%) geht in seinem Urlaub „Aktivitäten am/im/auf dem Wasser“ nach.** Unter Einbezug aller Urlaubsreisen, bei denen dieser Aktivität nachgegangen wird, belegt Brandenburg ebenfalls den fünften Platz im Länderranking. **Die wichtigste Urlaubsaktivität ist und bleibt jedoch der Aufenthalt in der Natur (66%; +9%-Pkt.) sowie der Besuch von kulturellen und historischen Sehenswürdigkeiten (60%; +7%-Pkt.).** Mit einigem Abstand aber ebenfalls sehr hohen Zuwachsraten im Vorjahresvergleich schließt sich auf Platz drei die Aktivität **„Zeit mit der Familie / dem Partner / Freunden verbringen“ an (35%; +7%Pkt.).** Im Vergleich

zum Vorjahr haben zudem auch die Aktivitäten „Wandern“ (28%; +4%-Pkt.) und „Radfahren“ (26%; +5%-Pkt.) zugelegt. Das bedeutet, dass der Hauptreiseanlass der Urlauber etwas seltener ein Sport- und Aktivurlaub war (siehe oben), aber aktive Urlaubsaktivitäten nach wie vor eine elementare Rolle spielen. **Jeder vierte Urlaubsgast in Brandenburg ist 2014 während seines Urlaubs Rad gefahren. Damit hat Brandenburg den sechshöchsten Anteil an Radlern von allen 16 Bundesländern.** Im Deutschlandschnitt radelten nur 12% der Inlandsurlauber während ihrer Reise.

Die **Urlaubsgäste bleiben Brandenburg treu.** Sechs von zehn Urlaubsgästen geben ihrem Urlaub in Brandenburg auch im Jahr 2014 die Note „sehr gut“. Obwohl der Wert der Gesamtzufriedenheit leicht um zwei Prozentpunkte gefallen ist, gab jeder zweite Urlaubsgast im letzten Jahr an, „ganz bestimmt“ wiederkommen zu wollen (+1%-Pkt.). Im Bundeslandranking bedeutet dies weiterhin Platz 7.

Ergebnisse GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Brandenburg 2014 auf einen Blick:

Zufriedenheit mit dem Aufenthalt 2014:

- Hohe Wiederkehrbereitschaft: auch 2014 gab jeder zweite Urlaubsgast an, „ganz bestimmt“ wieder nach Brandenburg zu kommen



Ergebnisse der Studie zum Ausflugs- und Mobilitätsverhalten der Berliner Bevölkerung im Freizeit- und Urlaubsverkehr im Land Brandenburg

Die Hauptstadt ist für Brandenburg besonders im Tagestourismus der wichtigste Quellmarkt. Daher lohnt es sich, den Berliner Markt einmal genau unter die Lupe zu nehmen. Die aktuelle Studie zum „Ausflugs- und Mobilitätsverhalten der Berliner Bevölkerung im Freizeit- und Urlaubsverkehr im Land Brandenburg“ liefert hierzu interessante Erkenntnisse. Neben dem Reiseverhalten der Hauptstädter wurde auch ihr Mobilitätsverhalten untersucht und Empfehlungen gegeben, wie Mobilität in Zukunft organisiert sein muss, damit der Tourismus in Brandenburg auch weiterhin so stark vom großen Besucherpotenzial aus Berlin profitieren kann. Einige ausgewählte Ergebnisse stellen wir Ihnen hier vor. Die umfangreiche Studie kann zudem kostenfrei [hier](#) heruntergeladen werden.

Fast die Hälfte (44,4 Millionen) der insgesamt rund 92,2 Millionen Tagesgäste (Tagesreisen ab 0 km) aus Deutschland, die Brandenburg jährlich empfängt, kommt aus Berlin. Der großen Mehrheit der Tagesreisen von Berlin nach Brandenburg liegt ein privates Reisemotiv zugrunde (93%) – geschäftliche Tagesreisen spielen folglich eine deutlich untergeordnete Rolle. Zum Vergleich: Deutschlandweit sind „nur“ 83,5% aller Tagesreisen privat motiviert.¹

Das mit Abstand meist genutzte Hauptverkehrsmittel bei Tagesausflügen von Berlin nach Brandenburg ist der private PKW (69%). Aber: **Mehr als ein Viertel (27%) der Berliner Tagesgäste nutzt für den Brandenburg-Ausflug den ÖPNV**, deutschlandweit liegt der Anteil nur bei 16%.² Dies liegt unter anderem daran, dass der Anteil PKW-freier Haushalte in Berlin mit rund 40% überdurchschnittlich hoch ist – in Deutschland haben insgesamt nur 18% der Haushalte keinen PKW, in den deutschen Städten sind es 36%.³

Je nach Brandenburger Reisegebiet sind bei der Wahl des Verkehrsmittels erhebliche Unterschiede feststellbar. **Während der ÖPNV-Anteil bei Tagesausflügen nach Potsdam, in die Prignitz, ins Ruppiner Seenland und nach Südbrandenburg überdurchschnittlich hoch ist, fällt die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel bei Ausflügen in die Uckermark, ins Barnimer Land und in den Fläming deutlich unterdurchschnittlich aus.** Die zurückgelegte Entfernung bei Tagesausflügen von der Hauptstadt nach Brandenburg liegt im Schnitt bei 45,6 km und damit recht deutlich unter dem Deutschlandschnitt bei Tagesreisen (65,8 km).⁴

Im Rahmen einer extra für die Studie durchgeführten telefonischen Befragung der Berliner Haushalte konnten zahlreiche weitere Erkenntnisse über das Ausflugsverhalten der Hauptstädter bei Reisen nach Brandenburg gesammelt werden. Die Ergebnisse der Befragung bestätigen: Die Gäste aus Berlin nutzen überdurchschnittlich häufig den ÖPNV für ihre Ausflüge nach Brandenburg – **21% nutzen ausschließlich den ÖPNV**, d.h. nie ergänzend den PKW, **34% mischen die Verkehrsmittel ÖPNV und PKW bei der Reise. 43% der Gäste aus der Metropole nutzen wiederum ausschließlich den PKW** und nicht den ÖPNV für die Anreise zu ihrem Ausflugsziel. Alle drei Gruppen schließen eine Kombination mit anderen Verkehrsträgern wie dem Reisebus, Fahrrad oder einem Boot/Schiff nicht aus. **Selbst überzeugte Autofahrer sind folglich für alternative Mobilitätsangebote aufgeschlossen und könnten durch optimale Angebote für multimodale Verkehrslösungen erreicht werden.** Das gute öffentliche Verkehrsnetz und die weiteren Mobilitätsangebote in Berlin, an die die Einwohner gewöhnt sind, sind der Maßstab. Gerne möchte

Methodensteckbrief

► **Projektdurchführung**
dwif Consulting GmbH

► **Auftraggeber**
Clustermanagement Tourismus c/o TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH in Kooperation mit der VBB Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg GmbH und der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern des Landes Brandenburg

► **Untersuchungsinhalt**
Ausflugs- und Mobilitätsverhalten der Berliner Bevölkerung im Freizeit- und Urlaubsverkehr in Brandenburg

► **Vorgehensweise**

A) Befragung der Berliner Haushalte

Stichprobe

1.414 Berliner Haushalte, Gewichtung der Daten nach soziodemografischen Faktoren

Erhebungsart

Telefonische Befragung (CATI)

Erhebungszeitraum

September bis Oktober 2014

B) Zusätzlich genutzte Daten

Sonderauswertung der bundesweiten Grundlagenstudie des dwif „Tagesreisen der Deutschen 2012/13“ (Tagesreisen ab 0 km), Expertengespräche, angebotsseitige Recherchen, sowie weitere Sekundärdaten

¹ dwif 2013

² dwif 2013

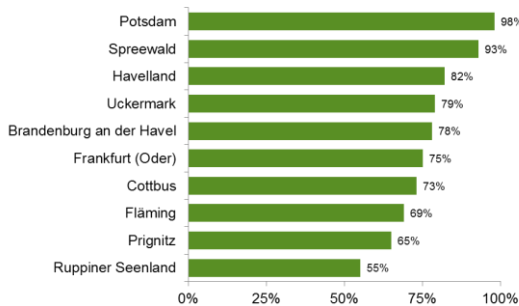
³ dwif 2015 nach MiD 2008 und Mobilität in Städten – SrV 2008

⁴ dwif 2015

man auch bei Ausflügen oder Reisen auf diesen Standard zurückgreifen. Die Berlinerinnen und Berliner zeigen dabei eine realistische Zahlungsbereitschaft für Komfort und Flexibilität. Auch ein gewisser „Innovationsaufschlag“ für neuartige Angebote/Technologien wie zum Beispiel Elektromobilität ist erkennbar.⁵

Potsdam und der Spreewald sind die mit Abstand bekanntesten Ziele bei den Berlinern (98% bzw. 92% Bekanntheit). Darauf folgen das Havelland (82%), die Uckermark (79%) und Brandenburg an der Havel (78%).⁶

Bekanntheit Brandenburger Regionen/Städte bei den Berlinern (gestützte Abfrage, Mehrfachnennungen möglich)



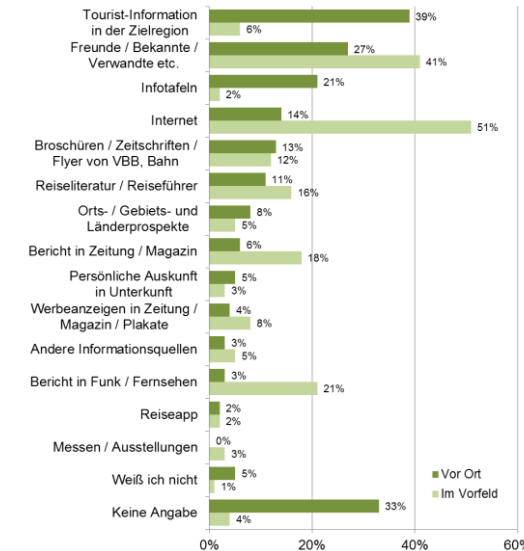
Quelle: dwif 2015

Ebenfalls untersucht wurde das Informationsverhalten der Berliner über Reisen/Ausflüge nach Brandenburg. Das **Internet und Freunde/Bekannte/Verwandte sind bei der Vorabinformation die mit Abstand wichtigsten Quellen.** Vor Ort dominiert die Informationsbeschaffung in der Tourist-Information. Ähnlich häufig im Vorfeld als auch vor Ort werden die Printprodukte des VBB sowie Reiseapps (darunter z.B. VBB-Navigator oder Googlemaps) genutzt, wenn auch letztere noch mit nachrangiger Bedeutung.

⁵ dwif 2015

⁶ dwif 2015

Informationsverhalten der Berliner über Reisen/Ausflüge nach Brandenburg im Vorfeld und vor Ort (Mehrfachantworten möglich)



Quelle: dwif 2015

Was aber sind die dominierenden Gründe, die die Berliner dazu motiviert, nach Brandenburg zu fahren? **84% der Gäste fahren sehr häufig oder häufig wegen der Landschaft, Natur und der Ruhe nach Brandenburg.** Für 61% sind die Bademöglichkeiten im Umland Anlass des Ausflugs. 56% der Gäste interessieren sich besonders für die Sehenswürdigkeiten, und immerhin 49% geben die Kulinarik als wichtiges Motiv an. **Die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Nahverkehr ist als Entscheidungsgrund wiederum nur für 41% relevant – für ein Drittel der Befragten spielt dies wiederum nie eine Rolle.** Mit zunehmendem Alter wird der Faktor der Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln allerdings immer wichtiger.⁷

Die angebotsseitige Analyse ergab ferner: **Alle wichtigen Tourismusgemeinden in Brandenburg sind von Berlin aus in weniger als zwei Stunden mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen und befinden sich damit in einer für Tagesausflüge akzeptablen Reichweite - 40%**

⁷ dwif 2015

Ergebnisse auf einen Blick:

Volumen und Verkehrsmittelwahl

- Fast die Hälfte der insgesamt rund 92,2 Millionen Tagesgäste (Tagesreisen ab 0 km) aus Deutschland, die Brandenburg jährlich empfängt, kommt aus Berlin
- Anteil PKW-freier Haushalte in Berlin mit rund 40% überdurchschnittlich hoch
- Auch wenn der PKW meistgenutztes Verkehrsmittel bei Ausflügen nach Brandenburg ist, überdurchschnittlich hoher Anteil ÖPNV-Nutzer – häufig auch Mischung aus PKW und ÖPNV
- Offenheit für alternative Verkehrsangebote auch bei PKW-Nutzern vorhanden

Bekanntheit Reiseziele in Brandenburg und Besuchsgründe

- Höchste Bekanntheit unter Brandenburger Regionen / Städten bei den Berlinern: Potsdam (98%)
- Wichtigster Besuchsgrund: Landschaft, Natur, Ruhe (84%)
- Erreichbarkeit mit ÖPNV ist von Berlin aus für alle wichtigen Tourismusgemeinden in Brandenburg akzeptabel (< 2h)

davon können sogar in weniger als einer Stunde und weitere 40% in einer bis einhalb Stunden erreicht werden. Die Ziele im Norden Brandenburgs sind von der Hauptstadt aus in der Regel sogar schneller mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar als mit dem PKW. Zu den Zielen im Süden des Landes ist der PKW häufig das schnellere Verkehrsmittel. Allerdings wird die Fahrtzeit von den Berliner Haushalten oft falsch eingeschätzt: Die Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln wird dabei häufig länger, die mit dem PKW kürzer eingeschätzt als real.⁸

Was bedeuten die gewonnenen Erkenntnisse nun für Brandenburg? Die Ansprüche an Faktoren wie Komfort und Schnelligkeit für die Anreise werden weiter steigen. Um die Tourismusmobilität abseits des motorisierten Individualverkehrs künftig noch weiter zu fördern und auch Gästegruppen zu gewinnen, die bislang nur selten oder mit eigenem PKW nach Brandenburg gereist sind, braucht es gute Ideen. Brandenburg steht insbesondere vor der Herausforderung, die touristischen Mobilitätsangebote noch besser zu ver-

netzen und die Angebote zielgruppenorientierter zu gestalten. **Erfolgsentscheidend wird es sein, dem Berliner Gast auch eine komfortable Überwindung der „letzten Meile“, d.h. beispielsweise der Strecke vom Bahnhof zur Unterkunft oder zu seinem Ausflugsziel, anzubieten.** Das betrifft sowohl die gästeorientierte Streckenführung und Taktung von öffentlichen Verkehren als auch die Bereitstellung lückenloser Navigationsmöglichkeiten oder die Etablierung alternativer Mobilitätsformen wie Radverleihnetzwerke oder Carsharing-System.⁹ Hier sind neben den öffentlichen Tourismusorganisationen und Verkehrsträgern auch die privatwirtschaftlichen Akteure der Branche gefragt. Von entscheidender Bedeutung ist die kontinuierliche, offene und konstruktive Zusammenarbeit von Touristikern, Verkehrsunternehmen und Aufgabenträgern (sowohl auf Landes- als auch auf Landkreisebene). Auch für eine zielgruppenorientierte Vermarktung der Mobilitätsangebote besteht noch deutliches Potenzial.

Ergebnisse auf einen Blick:

Erfolgsfaktoren für Brandenburg

- Dem Gast die „letzte Meile“ zu seinem Ausflugsziel erleichtern
- Vernetzung und konstruktive Zusammenarbeit von Touristikern, Verkehrsunternehmen und Aufgabenträgern
- Zielgruppenorientierte, gezielte Vermarktung des Angebotes



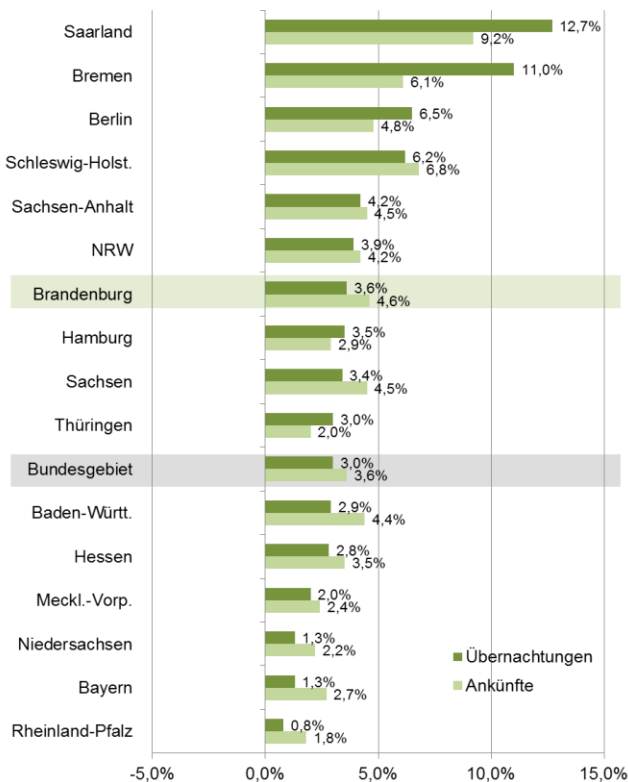
⁸ dwif 2015

⁹ dwif 2015

Ergebnisse des Jahres 2014 aus der amtlichen Statistik

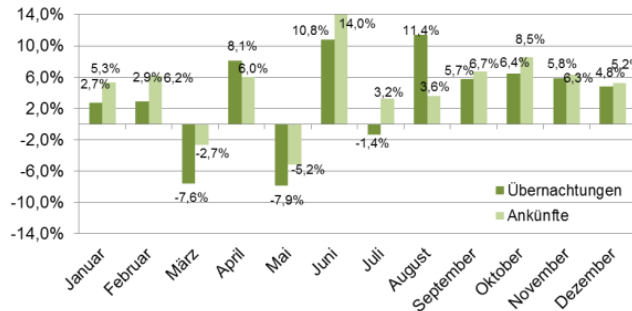
Mit einem Jahresergebnis von 4,4 Mio. Gästeankünften in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten (+4,6% gegenüber dem Vorjahresergebnis) und ca. 11,9 Mio. Übernachtungen (+3,6%) konnte Brandenburg ein **deutliches Plus gegenüber dem Vorjahr** erreichen. Mit diesen überdurchschnittlichen Wachstumszahlen liegt Brandenburg auf Rang 5 unter den Flächenbundesländern. Die Spitzenreiter der touristischen Entwicklung mit deutlich überdurchschnittlichen Wachstumsraten waren im Jahr 2014 das Saarland, Bremen, Berlin und Schleswig-Holstein.

Übernachtungen/Ankünfte Jahr 2014 in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping (Veränderung zum Vorjahr in %)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2015

Übernachtungen/Ankünfte Jahr 2014 in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping in Brandenburg (Veränderung zum Vorjahresmonat in %)



Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg, 2014-2015

Mit Blick auf die monatlichen Veränderungsraten (siehe oben) wird ebenfalls deutlich, dass 2014 überaus erfolgreich für die touristische Entwicklung in Brandenburg verlief. Nur im März, Mai und Juli ergaben sich Rückgänge der Übernachtungszahlen gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Im Juli konnten gleichzeitig aber die Ankünfte um 3,2% gesteigert werden. **Die Rückgänge in den drei Monaten wurden zudem durch teilweise zweistellige Zuwachsraten in den übrigen Monaten kompensiert.** Die höchsten Zuwächse bei den Übernachtungen wurden im August, Juni und April erreicht. Besonders erfreulich ist aber, dass Brandenburg auch in den Wintermonaten das Gäste- und Übernachtungsvolumen deutlich steigern konnte.

Auch für die meisten brandenburgischen Reisegebiete war 2014 ein erfolgreiches Jahr. Elf der insgesamt 13 Reisegebiete blicken auf Zuwächse bei den Übernachtungen zurück. Die höchsten Zuwachsraten kann sowohl bei den Übernachtungen (+7,9%) als auch bei den Ankünften (+9,8%) der Spreewald verzeichnen. Aber auch der Fläming, das

Ergebnisse amtliche Statistik für Brandenburg 2014 auf einen Blick:

Ankünfte und Übernachtungen in gewerblichen Betrieben mit mind. 10 Betten:

- 4,4 Mio. Gästeankünfte (+4,6%)
- 11,9 Mio. Übernachtungen (+3,6%)

Entwicklungen nach Monaten

- Mit Ausnahme der Monate März, Mai und Juli konnte Brandenburg in allen Monaten Wachstum im Vergleich zum Vorjahr erzielen
- Zweistellige Zuwächse im Vorjahresvergleich in den Monaten Juni und August



Havelland und das Lausitzer Seenland gehören zu den Gewinnern des Jahres 2014. Beim Lausitzer Seenland ist ein deutlicher Trend zu längeren Aufenthalten erkennbar: Während die Ankunfts zahlen

ganz leicht zurückgingen (-0,3%), stiegen die Übernachtungszahlen um 7,8%.

Übernachtungen/Ankünfte Jahr 2014 in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping in Brandenburg (Veränderung zum Vorjahr in %)

	Ankünfte		Übernachtungen	
Barnimer Land	240.917	(+3,2%)	821.529	(+1,5%)
Dahme-Seenland	481.741	(+8,9%)	939.916	(+3,8%)
Elbe-Elster-Land	52.262	(+2,5%)	221.346	(+1,8%)
Fläming	491.269	(+8,6%)	1.215.121	(+7,8%)
Havelland	350.396	(+8,2%)	964.472	(+7,4%)
Lausitzer Seenland	90.399	(-0,3%)	331.429	(+7,8%)
Niederlausitz	76.004	(-2,3%)	167.503	(-0,1%)
Potsdam	437.370	(+3,2%)	1.035.804	(+3,2%)
Prignitz	130.317	(+3,4%)	291.957	(+1,3%)
Ruppiner Seenland	512.102	(+1,3%)	1.437.573	(+0,9%)
Seenland Oder-Spree	649.300	(-0,7%)	2.059.828	(+/-0%)
Spreewald	600.366	(+9,8%)	1.564.978	(+7,9%)
Uckermark	287.993	(+3,2%)	884.213	(+2,7%)

Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg, 2014-2015

Ergebnisse amtliche Statistik für Brandenburg 2014 auf einen Blick:

Entwicklungen in den Reisegebieten

- 11 der 13 Reisegebiete konnten Zuwächse bei den Übernachtungen verzeichnen
- Höchste Zuwachsraten: Spreewald (+7,9% bei den Übernachtungen; +9,8% bei den Ankünften)

Tourismus-Fachinformationssystem T-Fis Brandenburg

Ein zentrales Element der Marktforschungsarbeit der TMB ist das vor vier Jahren eingeführte Touristische Fachinformationssystem T-Fis. Dabei handelt es sich um eine vom IMT der Fachhochschule Westküste entwickelte **Online-Plattform, auf der zentral touristisch relevante Daten zusammengeführt sind sowie sortiert und verständlich verfügbar gemacht werden.** Neben der Möglichkeit zur Einstellung eigener Daten und Kennzahlen bietet T-Fis Brandenburg den Zugang zu einer Vielzahl an touristischen Marktforschungsergebnissen. Das System ist nach dem Baukastenprinzip aufgebaut und dient Reisezielen, Kommunen und touristischen Unternehmen als entscheidungsunterstützendes Informations- und Controllinginstrument. Durch die FH Westküste erfolgt eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Onlineplattform – die TMB bringt sich in diesen Prozess mit Wünschen und Anmerkungen ein. Für das kommende Jahr steht ein Systemrelaunch an, der die Nutzerfreundlichkeit noch weiter erhöhen wird.

Neben den Daten der amtlichen Statistik, die vom IMT regelmäßig ins System eingespeist werden, stellt die TMB auch alle eigens durchgeführten Marktforschungsstudien in T-Fis ein, so dass diese Daten

den T-Fis-Partnern aus Brandenburg zur Verfügung stehen. T-Fis-Partner sind aktuell die tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH, der Potsdam Tourismus Service und die DB Regio AG. Die Beteiligung am Tourismus-Fachinformationssystem steht allen touristischen Partnern des Landes offen. **Seit diesem Jahr ist zudem die Nutzung des Moduls „Statistische Daten“ für interessierte TMB-Partner kostenfrei möglich, da diese Kosten über die von der TMB erworbene Landeslizenz für T-Fis bereits abgedeckt ist.** Das Modul ermöglicht eine komfortable und schnelle Auswertung der Daten der amtlichen Beherbergungsstatistik von der Gemeinde- bis zur Bundeslandebene. Darüber hinaus bietet das System umfangreiche Controllingmöglichkeiten an. Es kann je nach Interesse eine Lizenz für einzelne Module oder das gesamte System erworben werden.

Bei Interesse an einer T-Fis-Partnerschaft wenden Sie sich für detaillierte Informationen zu den Modulen und Kosten an Ramona Kesch unter: 0331-298 73-37 oder ramona.kesch@reiseland-brandenburg.de.

Impressum

Herausgeber:

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
Am Neuen Markt 1 - Kabinetthaus
14467 Potsdam

Ansprechpartner: Jens Beuchler
Tel.: 0331 / 29873-40
E-Mail: jens.beuchler@reiseland-brandenburg.de
www.reiseland-brandenburg.de

Bildnachweis: TMB Fotoarchiv

Wissenschaftliche Beratung:

Institut für Management und Tourismus (IMT)
der Fachhochschule Westküste
Fritz-Thiedemann-Ring 20
25746 Heide

Ansprechpartner: Anne Köchling
Tel.: 0481 / 8555-556
E-Mail: koechling@fh-westkueste.de
www.imt-fhw.de

Die nächsten
Marktforschungsnews
Brandenburg erscheinen
voraussichtlich im Herbst
2015