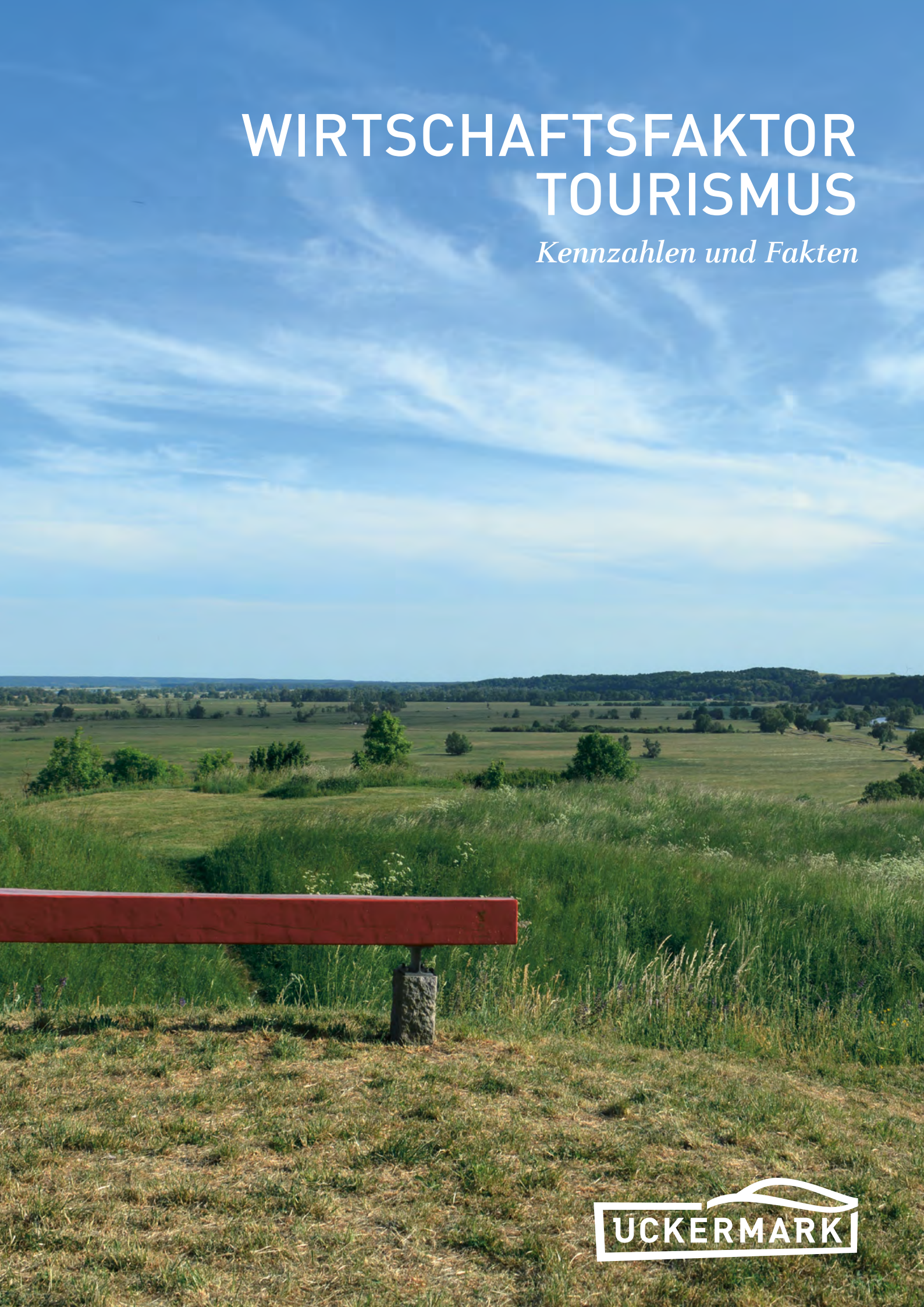
WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

Kennzahlen und Fakten



UCKERMARK-TOURISMUS IST REGIONSMITENTWICKLER

Der Tourismus in der Uckermark hat sich von einer Naturtourismusregion in den vergangenen Jahren weiterentwickelt und als nachhaltige Reiseregion sein ganz eigenes Profil herausgearbeitet. Die Zahlen aus den offiziellen Statistiken sprechen für sich. 2019 erreichte der Tourismus Rekordzahlen bei den Übernachtungen und Gästeankünften. Seit jeher hat der Tourismus auch zur Regionalentwicklung in der Region beigetragen. Von der Vielfalt der Angebote profitieren nicht nur die Gäste, sondern auch die Lebensqualität der Uckermärker hat sich dadurch deutlich verbessert.

Doch spätestens 2020 wurden alle – auch die Tourismusbetriebe und Anbieter touristischer Leistungen in der Region – vor große Herausforderungen gestellt. Die Corona-Pandemie brachte viele Unternehmen durch weitreichende Eindämmungsmaßnahmen an ihre existenziellen Grenzen.

Die Pandemie brachte jedoch auch viele Tagesgäste in die Uckermark, auf der Suche nach Natur, Ruhe und Abgeschiedenheit. Die Natur ist immer geöffnet für Radfahrer, Wanderer, Paddler oder Angler. Neue Gästegruppen, die vorher ein Reiseziel im Ausland bevorzugten, verbrachten aufgrund von Reiseeinschränkungen ihren Urlaub in der Region. Der Campingtourismus erlebte einen regelrechten Boom und auch Ferienwohnungen verzeichneten als kontaktarme Art des Reisens eine starke Nachfrage.

Die Tourismusbetriebe in der Uckermark hatten nur eine kurze Verschnaufpause. Die Afrikanische Schweinepest, das Fischsterben in der Oder, der anhaltende Fachkräftemangel und steigende Inflationsraten und Energieentwicklungen tragen weiterhin zu Verunsicherungen bei Gästen und Anbietern bei.

Dennoch – die Übernachtungs- und Gästezahlen erholen sich langsam, aber stetig. Bereits 2022 verzeichneten touristische Betriebe in der Uckermark steigende Zahlen. Auch wenn das Niveau vor dem Jahr 2020 noch nicht erreicht wurde, so sind die aktuellen Zahlen durchaus vielversprechend. Die Menschen sind in Reiselaune und wollen trotz hoher Inflation und wirtschaftlicher Unsicherheiten nicht auf Urlaub und Erholung verzichten.

Krisen bieten auch immer Chancen für Veränderungen und Weiterentwicklung. Weitermachen wie bisher ist keine Option mehr. Auch der Tourismus in der Uckermark muss sich ein Stück weit neu erfinden, anpassungs- und zukunftsfähig handeln, um sowohl die Lebensqualität für die Einwohner als auch die Grundlagen des touristischen Angebots und den wertvollen Naturschatz in der Region zu erhalten.

Karina Dörk
Landrätin

INHALT

TOURISMUS ALS WIRTSCHAFTSFAKTOR - ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK 02

I. REISEREGION UCKERMARK 03

II. PROZESS ZUR NACHHALTIGEREN REISEREGION UCKERMARK 04

III. METHODISCHE GRUNDLAGEN UND QUELLEN 05

IV. ERGEBNISDARSTELLUNG 06

1. Übernachtungstourismus in der Uckermark 07
2. Tagestourismus in der Uckermark 09
3. Ausgaben der Gäste in der Uckermark 10
4. Umsätze aus dem Tourismus 10
5. Vom Tourismus profitierende Branchen 11
6. Touristische Wertschöpfung 13
7. Einkommens- & Beschäftigungseffekte 14
8. Steuereffekte 14
9. Auswirkungen der Corona-Pandemie 15
10. Wichtige Kennziffern im Vergleich 16

V. GLOSSAR 19

VI. AKTUELLE THEMEN 20

VII. IN EIGENER SACHE 21

Hinweise:

- Als Basisjahr für die Berechnungen wurde das Jahr 2019 gewählt, da es das letzte Jahr vor Beginn der Corona-Pandemie war und somit noch keine von ihr verursachten Auswirkungen aufweist.
- Erläuterungen zu ausgewählten Fachbegriffen finden sich im Glossar.
- Die in dieser Broschüre verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich zur besseren Lesbarkeit auf alle Geschlechter.

TOURISMUS ALS WIRTSCHAFTSFAKTOR - ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

- In der Uckermark haben Besucher im Jahr 2019 rund **7,312 Mio. Aufenthaltstage** verbracht. Diese Zahl setzt sich zusammen aus rund **4,5 Mio.Tagesgästen** und aus rund **2,812 Mio. Übernachtungen** von Gästen, die in privaten oder gewerblichen Unterkünften, auf Campingplätzen, in Freizeitwohnsitzen oder bei Verwandten, Bekannten oder Freunden übernachteten.
- In der amtlichen Statistik wurden **0,889 Mio. gewerbliche Übernachtungen** (ohne Camping) erfasst. Das sind lediglich 36 Prozent aller Übernachtungen.
- Mit insgesamt 7,312 Mio. Aufenthaltstagen wurde ein **Bruttoumsatz in Höhe von 274,5 Mio. €** in der Uckermark erzielt. Davon wurden durch Tagesgäste, inklusive dem Besuch von Verwandten, Bekannten und Freunden, 123,9 Mio. € und durch Übernachtungsgäste 150,6 Mio. € erwirtschaftet.
- Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe profitieren mit 144,8 Mio. €, der Einzelhandel mit 73,6 Mio. € und die Anbieter von Dienstleistungen mit 56,1 Mio. € vom Tourismus in der Region.
- Aus dem Tourismus ergibt sich ein **Einkommen von 131,1 Mio. €** für die Uckermärker. Davon konnten rund **7.440 Personen** ein durchschnittliches Primäreinkommen von 17.633,- € beziehen.
- Das touristisch bedingte **Gemeinschaftssteueraufkommen** in der Uckermark (Umsatzsteuer und Einkommenssteuer) belief sich 2019 auf **rund 25,7 Mio. €**.
- Dank der **starken Nachfrage nach Natur, Abgeschiedenheit und kontaktarmen Unterkünften** verzeichnete die Uckermark während der coronabedingten Restriktionen vergleichsweise geringe Einbußen in der Nachfrage.

I. REISEREGION UCKERMARK

Der Tourismus in der Uckermark hat sich in den letzten Jahren klarer definiert und damit auch bundesweite Aufmerksamkeit erreicht und Erfolge verbucht!

Parallel dazu hat er aber auch einige besondere Herausforderungen durchlebt. Die Krisen und Sondersituationen haben ihre Spuren hinterlassen und bestätigt, dass sich der Uckermark-Tourismus resilienter aufstellen muss, um nachhaltig und zukunftsfähig zu bleiben.

Das wichtigste Kapital des Tourismus in der Uckermark ist das vielfältige Naturerlebnis, das nur durch das gegenseitige Verständnis zwischen touristischen Belangen und konkurrierenden Landnutzungen wie Energieerzeugung oder Landwirtschaft und Naturschutzbelangen erhalten bleiben kann. Eine hohe Bedeutung haben aber auch die Kur- und Erholungsorte, die mit ihrer Infrastruktur und ihren touristischen Betrieben wichtig für die Entwicklung der Gesamtregion sind. Die staatliche Anerkennung dieser Orte belegt die aktuelle Qualität und gibt Impulse für die Zukunft. Am Ende sind es jedoch immer auch die Menschen im Gastgewerbe und die Gastfreundschaft der Bevölkerung vor Ort, die den Erfolg des Tourismus verantworten. Dort kommt der Gast an und dort entscheidet sich auch, ob er wiederkommt. Für eine nachhaltige Destinationsentwicklung braucht es deshalb neben zufriedenen Gästen auch die Bevölkerung vor Ort, die sich mit dem Tourismus in ihrer Region wohlfühlt.

Die positiven Entwicklungen der Uckermark basieren auf dem Bekenntnis des Landkreises und der Kommunen für den Tourismus und dem großen Engagement vieler verschiedener Akteure. Neben Hotellerie und Gastronomie sind dies Transportunternehmer, Freizeit- und Kulturanbieter ebenso wie Produzenten oder Tourismusvereine. Dabei profitieren nicht nur touristische Leistungsträger vom Tourismus, sondern auch viele andere Wirtschaftsbereiche – egal ob Einzelhandel, Dienstleister, Zulieferer, regionale Produzenten oder Handwerksbetriebe. Über Einnahmen aus Kurtaxe und Tourismusabgabe, aber auch durch Steuerzahlungen der touristisch relevanten Betriebe trägt der Tourismus zudem zur Finanzierung der Infrastruktur vor Ort und zur finanziellen Absicherung weiterer öffentlicher Aufgaben der Daseinsvorsorge bei.

Investitionen in tourismusbezogene Infrastruktur, Produkte und die Vermarktung lohnen sich also, denn vom Tourismus profitieren Gäste über eine verbesserte Aufenthaltsqualität ebenso wie die einheimische Bevölkerung durch eine höhere Lebensqualität. Manche Veranstaltung oder manches Angebot ebenso wie attraktive und lebenswerte Innenstädte und Ortskerne werden erst möglich durch den Tourismus.

Die vorliegende Broschüre stellt die wirtschaftlichen Effekte des Tourismus in der Uckermark dar, ebenso wie die Umsatzeinbußen während der Corona-Pandemie und zeigt einen langsamen, aber stetigen Aufwärtstrend der Gäste- und Übernachtungszahlen für die quantitative Entwicklung des Uckermark-Tourismus.

II. PROZESS ZUR NACHHALTIGEREN REISEREGION UCKERMARK

Die Uckermark hat sich auf den Weg gemacht!

Klarwasserseen, Waldmoore, naturnahe Flussauen sowie seltene Tier- und Pflanzenarten – in der Uckermark nehmen Natur- und Landschaftsschutzgebiete mehr als die Hälfte der Fläche ein. Diese Refugien sollen dauerhaft bewahrt und die Tourismusentwicklung weiterhin im Gleichklang und gegenseitiger Rücksichtnahme gemanagt werden. Die Uckermark steht für einen nachhaltigen Naturtourismus. Bereits 2013 wurde das Engagement der Uckermark mit dem Sieg im ersten Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusregionen" prämiert. Seit 2014 dient ein gemeinsam entwickeltes touristisches Nachhaltigkeits-Leitbild als Handlungsleitfaden. Seit 2018 ist die Uckermark durch TourCert als Nachhaltiges Reiseziel zertifiziert. Schließlich wurde die Uckermark im Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen 2022/23 mit einem Sonderpreis in der Kategorie der Best Practices ausgezeichnet und hat damit den Vorbildcharakter sowie die Positionierung im Wettbewerb der deutschen Destinationen erneut unter Beweis gestellt.

Im Netzwerk „Ferien fürs Klima" haben sich besonders nachhaltige und klimafreundliche Tourismusanbieter zusammengeschlossen. Sie minimieren beispielsweise ihren Energie- und Ressourcenverbrauch, informieren über Ausflugstipps in der näheren Umgebung, bevorzugen regionale und Bioprodukte. Dieses Engagement in die Breite der touristischen Anbieter zu tragen, ist ein entscheidendes Anliegen der Tourismusverantwortlichen.

Nachhaltigkeit bedeutet für die tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH, bleibende Natur- und Kulturerlebnisse in der Uckermark zu ermöglichen. Die Region selbst und die Menschen, die hier leben, sollen daran teilhaben und davon profitieren. Mit den natürlichen Ressourcen wird rücksichtsvoll umgegangen. Dass dabei noch viele Herausforderungen zu meistern sind, sowohl im Tourismus selbst als auch darüber hinaus, ist den Akteuren bewusst. Von der Besucherlenkung in sensiblen Naturräumen über umweltfreundliche Mobilität auf dem Land bis hin zur Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe reichen die Themenfelder. Das gelingt nur Stück für Stück und nur mit engagierten Unternehmen, Partnern und politischen Akteuren sowie klar definierten Aufgaben und Zuständigkeiten. Und natürlich braucht es Menschen, die die Angebote nutzen und wertschätzen.

III. METHODISCHE GRUNDLAGEN

Tourismus ist nach wie vor eine typische Querschnittsbranche, die statistisch nicht eigenständig erfasst wird. Während auf nationaler Ebene sowie für einzelne Bundesländer sogenannte Satellitenkonten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung erstellt wurden, sind derartige Detailanalysen auf regionaler Ebene aus methodischen Gründen nicht möglich. Tourismus wird nicht als eigenständiger Wirtschaftszweig in der Wirtschaftsstatistik erfasst und daher sind für die Berechnungen komplexe Analysen erforderlich. Um die ökonomischen Effekte des Tourismus erfassen zu können, wird der Tourismus als nachfrageseitig definierte Branche betrachtet und die ökonomischen Effekte über die Ausgaben der Gäste quantifiziert.

Die Untersuchung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor für die Uckermark beleuchtet das Nachfragevolumen von Übernachtungsgästen in gewerblichen Betrieben (≥ 10 Betten), bei Privatvermietern (< 10 Betten), auf Tourismus- und Dauercampingplätzen sowie auf Reisemobilstellplätzen, bei Verwandten, Bekannten und Freunden in den Privathaushalten in der Uckermark, sowie in Freizeitwohnsitzen. Darüber hinaus wird das Nachfragevolumen aus dem Tagestourismus und dem Tagesgeschäftsreiseverkehr beleuchtet. Auch das Ausgabeverhalten der Gäste, die daraus resultierenden Umsätze und profitierenden Branchen, die direkten und indirekten Einkommenswirkungen aus dem Tourismus, Beschäftigungs- und Steuereffekte sowie die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Tourismus als Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Uckermark sind Gegenstand der Untersuchungen. Durch unterschiedliche methodische Herangehensweisen kann die Vergleichbarkeit der vorliegenden Studie und der ift-Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Uckermark von 2018 nicht gewährleistet werden.

Die Übernachtungen bei Verwandten, Bekannten und Freunden wurden durch Hochrechnung einer repräsentativen Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2003 ermittelt. Die Hochrechnung beruht auf einer anderen Grundlage als in der ift-Studie, daher sind die Zahlen nicht ohne weiteres miteinander vergleichbar.

Für die Bestimmung der wirtschaftlichen Effekte aus dem Tourismus in der Uckermark wurden verschiedene Daten, Statistiken und Studien aus den folgenden Quellen herangezogen:

- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg: Statistische Berichte (G IV 1) Übernachtungen und Beherbergungskapazität im Land Brandenburg, Potsdam 2023.
- dwif (Hrsg.): diverse Publikationen, Studien und Untersuchungen, München 2003-2023.
- Ostdeutscher Sparkassen- und Giroverband (OSGV): Sparkassen-Tourismusbarometer, Jahresbericht 2003, Berlin 2003.
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, Fachserie 6, Reihe 7.1, Wiesbaden 2023.
- tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH: Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken, Prenzlau 2023.
- Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.): Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2017, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2019.
- World Tourism Organization (UNWTO): Technical Manual No. 2, Collection of Tourism Expenditure Statistics, 1995.

IV. ERGEBNISDARSTELLUNG

In der Uckermark wurden im Jahr 2019 – dem letzten Jahr ohne Auswirkungen durch die Corona-Pandemie – **rund 7,312 Mio. Aufenthaltstage** verzeichnet. Davon entfallen 61,5 Prozent auf Tagesbesucher und 38,5 Prozent auf Übernachtungsgäste. Letztere setzen sich zu 40,2 Prozent aus Übernachtungen bei Verwandten, Bekannten und Freunden, 31,7 Prozent Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben, 17,1 Prozent Übernachtungen in Privatquartieren und Freizeitwohnsitzen sowie 11 Prozent Übernachtungen im Campingsegment zusammen.

Erholungseffekte nach der Corona-Pandemie konnten 2022 und im ersten Halbjahr 2023 bereits beobachtet werden, jedoch hat das touristische Nachfragevolumen in der Uckermark das Vor-Krisen-Niveau noch nicht wieder erreichen können.

TOURISTISCHE UMSÄTZE NACH MARKTSEGMENTEN 2019

MARKTSEGMENT	Aufenthaltstage	x	Ø-Tagesausgaben	=	Bruttoumsatz
Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobiltourismus	0,31 Mio.	x	33,30 €	=	10,3 Mio. €
Privatquartiere (< 10 Betten) sowie Freizeitwohnsitze	0,483 Mio.	x	70,50 €	=	34,1 Mio. €
Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping)	0,889 Mio.	x	119,50 €	=	106,2 Mio. €
Besuch von Verwandten-/ Bekannten und Freunden	1,13 Mio.	x	22,- €	=	24,9 Mio. €
Tagesreisen	4,5 Mio.	x	22,- €	=	99,0 Mio. €
GESAMT	7,312 Mio.				274,5 Mio. €

Quelle: dwif 2023, Daten; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Potsdam 2023; Ostdeutscher Sparkassen- und Giroverband (OSV), Berlin 2003; tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH, Prenzlau 2023.

Beherbergungsangebot in der Uckermark

Seit dem Jahr 2017 beläuft sich die Anzahl der in der Uckermark statistisch erfassten Beherbergungsbetriebe zwischen 140 und 150. Der langjährige Trend geht aufwärts, leichte Schwankungen von Jahr zu Jahr können auf vorübergehende Schließungen zwecks Renovierungen, Betriebsübernahmen und dergleichen zurückgeführt werden. Das Bettenangebot hat im Jahr 2022 mit 11.926 statistisch erfassten Betten (bzw. Schlafgelegenheiten) seinen bisherigen Höchststand erreicht. Knapp die Hälfte der angebotenen Schlafgelegenheiten wird dem Campingsegment zugeordnet. Der **Campingtourismus hat in den letzten Jahren immer mehr an Beliebtheit gewonnen** und durch die Corona-Pandemie einen regelrechten Boom erlebt. Auf die erhöhte Nachfrage wurde in der Uckermark reagiert. Durch Neueröffnungen und Betriebserweiterungen wurden zusätzliche Schlafgelegenheiten geschaffen. Die amtliche Statistik registrierte 2022 im Vergleich zu 2019 über 2.000 zusätzliche Schlafgelegenheiten im Campingsegment.

Die Hotellerie mit Hotels, Hotels garnis, Pensionen und Gasthöfen macht laut amtlicher Statistik etwa ein Viertel der angebotenen Betten in der Uckermark aus. Ein Sechstel der Schlafgelegenheiten kann den Ferienwohnungen und -häusern zugeordnet werden. Der Rest verteilt sich auf Jugendherbergen u.ä. Betriebe, Ferien- und Schulungsheime, Ferienzentren/ -parks sowie Vorsorge- und Rehakliniken.

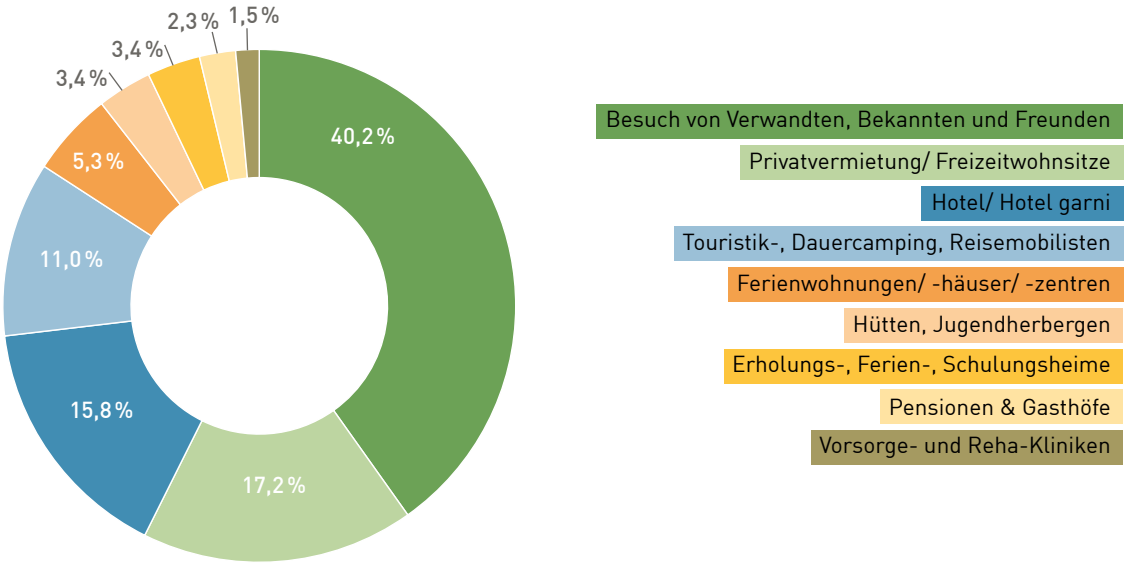
Umfangreiche Recherchen des dwif zeigen, dass rund **7.000 weitere Betten (bzw. Schlafgelegenheiten) nicht in der amtlichen Statistik erfasst** werden, hierzu zählen unter anderem Dauercampingplätze und Privatvermieter. Hinzuzurechnen sind darüber hinaus Freizeitwohnsitze sowie die Übernachtungen, die in den Privatwohnungen der Bevölkerung durch den Besuch von Verwandten, Bekannten und Freunden stattfinden.

1. Übernachtungstourismus in der Uckermark

ÜBERNACHTUNGSREISEN sind alle Reisen mit mindestens einer Übernachtung unabhängig vom Reisemotiv und einer Dauer unter einem Jahr.

In der Uckermark fanden im Jahr 2019 laut amtlicher Statistik 0,889 Mio. Übernachtungen statt (ohne Camping). Ergänzt man die Übernachtungen in privaten Beherbergungsbetrieben, im Campingsegment, in Freizeitwohnsitzen sowie bei Verwandten, Bekannten und Freunden, ergibt sich eine Gesamtsumme von **2,812 Mio. Übernachtungen**. Mit einer reinen Betrachtung der amtlichen Statistik wird die Bedeutung des Tourismus für die Uckermark deutlich unterschätzt. Sie erfasst, wie Untersuchungen des dwif zeigen, lediglich 36 Prozent aller Übernachtungen. Dies macht einmal mehr deutlich, wie wichtig es ist, den sogenannten grauen Beherbergungsmarkt bei der Weiterentwicklung des Uckermark-Tourismus zu berücksichtigen.

VERTEILUNG DER ÜBERNACHTUNGEN 2019 IN DER UCKERMARK



Quelle: dwif 2023, Daten Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, 2023.

Eine differenzierte Betrachtung nach Unterkunftsarten zeigt die Nachfrageschwerpunkte von Übernachtungsgästen in der Uckermark. Die Übernachtungen bei Verwandten, Bekannten und Freunden machen mit 1,13 Mio. einen Großteil des Übernachtungsvolumens aus. Typisch für eine Destination, in der das Naturerlebnis zu den Hauptreisemotiven zählt, ist, dass **autarke Unterkunftsformen wie Ferienwohnungen und -häuser sowie Freizeitwohnsitze und Campingplätze** (inklusive Dauercamping und Reisemobilstellplätzen außerhalb von Campingplätzen) **besonders gefragt** sind. In der Uckermark finden darin ein Drittel aller Übernachtungen statt. Da ein großer Teil dieses Beherbergungssegmentes privat betrieben wird und es sich oft um Kleinstbetriebe mit weniger als 10 Betten handelt, sind diese in der amtlichen Statistik stark unterrepräsentiert.

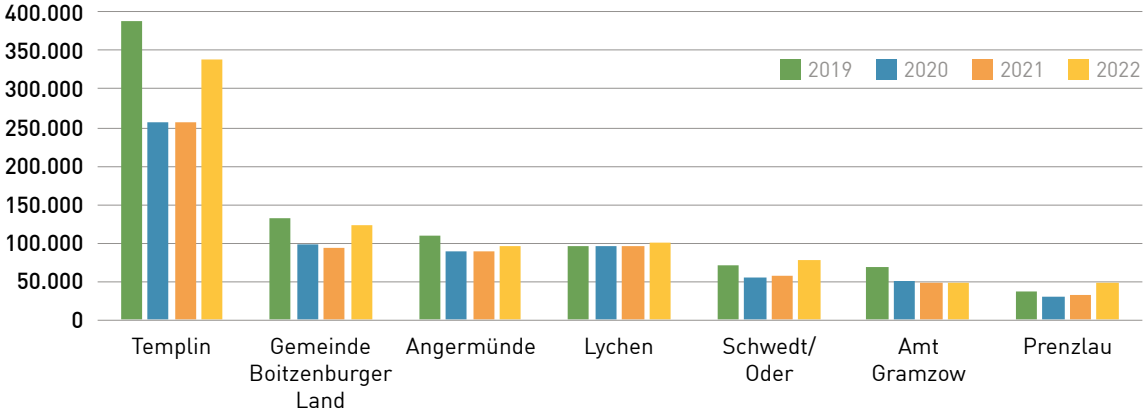
Der Tourismus hat in der Uckermark nicht flächendeckend die gleiche Bedeutung. Während in manchen Gemeinden nahezu kein Übernachtungstourismus stattfindet, sind andere Orte regelrechte Besuchermagneten. Stark vom Tourismus profitierende Kommunen sind die Städte Templin, Angermünde, Lychen, Schwedt/Oder und Prenzlau sowie die Gemeinde Boitzenburger Land und das Amt Gramzow.

Über ein Drittel der statistisch erfassten Übernachtungen der Uckermark finden im staatlich anerkannten Thermalsoleheilbad Templin statt. Touristische Leuchttürme wie die NaturTherme Templin, der UNESCO Weltnaturerbe Buchenwald Grumsin, die Uckermärkischen Bühnen in Schwedt/Oder sowie das Dominikanerkloster in Prenzlau tragen zusätzlich in hohem Maße zum Tagesreiseaufkommen bei. Durch die hohe Ausstrahlungskraft solcher Einrichtungen profitieren

auch kleinere Betriebe, der ansässige Einzelhandel sowie die Gastronomie. Gleichzeitig erhöht sich damit der Freizeitwert für die Bevölkerung.

In der Corona-Pandemie konnte die Flößerstadt Lychen als einzige Kommune in der Region fast gleichbleibende Übernachtungszahlen aufweisen und diese im Jahr 2022 im Vergleich zu 2019 sogar noch steigern. Während andere Kommunen stärkere Verluste verzeichneten und noch nicht wieder das Vor-Krisen-Niveau erreicht haben, kamen Lychen ihre autarken Beherbergungsstrukturen zugute. Templin als Stadt mit dem größten Bettenangebot in Hotels und Pensionen hatte hingegen die stärksten Einbußen in der Nachfrage. Prenzlau konnte durch neue Bettenkapazitäten und Stellplätze, wie beispielsweise den 2021 neu eröffneten Campingplatz Sonnenkap, im Jahr 2022 mehr Gäste begrüßen als drei Jahre zuvor. In Schwedt/Oder wirkten sich Geschäftsreisende und Monteure positiv auf die Übernachtungsstatistik aus.

GEWERBLICHE ÜBERNACHTUNGEN IN AUSGEWÄHLTEN KOMMUNEN DER REISEREGION UCKERMARK
2019-2022



Quelle: tmu 2023, Daten: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2023

Touristische Nachfrageentwicklung in gewerblichen Beherbergungsbetrieben

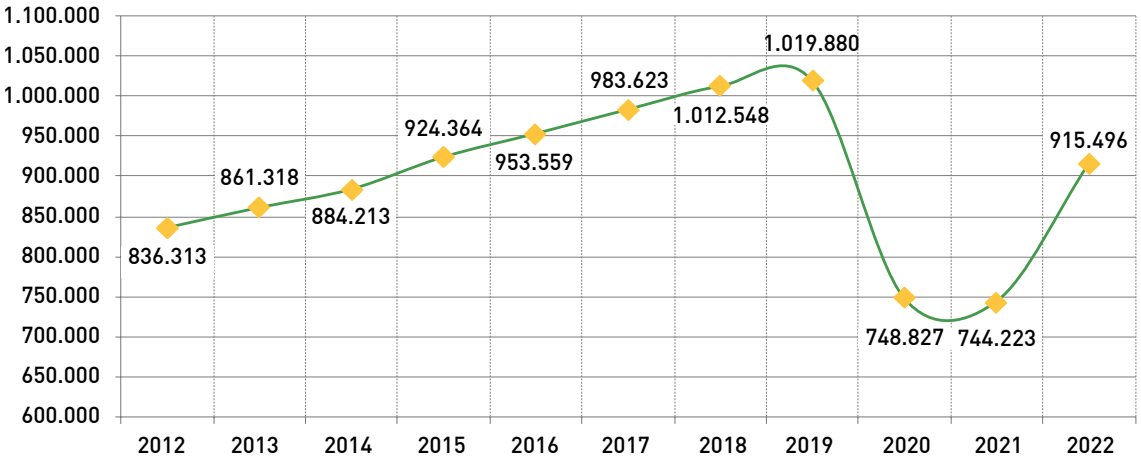
Ein Blick auf die Übernachtungszahlen der gewerblichen Betriebe der letzten Jahre zeigt, dass unmittelbar vor der Corona-Pandemie und den damit einhergehenden Restriktionen, der Tourismus in der Uckermark Rekordzahlen erreicht hat. Die in der amtlichen Statistik erfassten **Übernachtungen haben in den Jahren 2018 und 2019 die Millionen-Marke geknackt**. Der Anteil der Gäste aus dem Ausland beläuft sich bei um die 2 Prozent – die wichtigsten Quellmärke für den Brandenburg-Tourismus sind Polen und die Niederlande.

In den Jahren 2020 und 2021 gab es deutliche Nachfragerückgänge. Besonders die Nachfrage aus dem Ausland ist mit bis zu 37 Prozent weniger Übernachtungen und 59 Prozent weniger Ankünften gegenüber 2018 aufgrund der pandemiebedingten Reisebeschränkungen stark eingebrochen. **Erste Erholungseffekte sind im Jahr 2022 erkennbar**. Das Niveau von vor der Pandemie konnte allerdings noch nicht wieder erreicht werden. Auch im ersten Halbjahr 2023 lagen die Übernachtungszahlen noch 7,5 Prozent hinter den Zahlen von 2019. Anders als in anderen Brandenburger Reisegebieten wie der Prignitz, dem Dahme-Seenland und dem Lausitzer Seenland, wo im ersten Halbjahr 2023 die Übernachtungszahlen aus dem Jahr 2019 um 7 bis 29 Prozent überstiegen werden konnten.

Über einen längeren Zeitraum betrachtet, zeigt sich bei den statistisch erfassten Übernachtungen ein stetiger Aufwärtstrend. Die jährliche Wachstumsrate liegt bei etwa drei Prozent (2009 bis 2019), was der durchschnittlichen Entwicklung in Brandenburg entspricht. Die Entwicklung des Bettenangebotes findet dabei meist etwas zeitversetzt statt, hier liegt das jährliche Wachstum bei durchschnittlich einem Prozent.

Positiv zu bewerten ist die Aufenthaltsdauer. Lange Zeit betrug diese in der Uckermark 3,0 bis 3,1 Tage. In den Corona-Jahren konnte diese auf 3,4 bis 3,6 Tage verlängert werden und auch im Jahr 2022 konnte sie mit 3,2 Tagen den früheren Schnitt übersteigen. Eine Verlängerung der Aufenthaltsdauer ist vielversprechend, denn so bleibt den Gästen neben dem Besuch der Hauptattraktionen Zeit, kleinere Einrichtungen zu besuchen. Aktuelle Trends, wie zum Beispiel seinen Haupturlaub im eigenen Land zu verbringen oder auch durch mobiles Arbeiten Kurzurlaube verlängern zu können, spielen dabei eine wichtige Rolle.

TOURISMUS IN DER UCKERMARK IN DEN LETZTEN ZEHN JAHREN
Übernachtungen von 2012 bis 2022 inklusive Camping



Quelle: dwif 2023, Daten Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, 2023

2. Tagestourismus in der Uckermark

TAGESREISEN
umfassen Tagesausflüge und Tagesgeschäftsreisen. Als Tagesausflug gilt das Verlassen des Wohnumfeldes, ohne Pendlerverkehr, Einkaufsfahrten zur Deckung des täglichen Bedarfes und regelmäßige Routinefahrten. Tagesgeschäftsreisen sind Tagesreisen ohne Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz sowie ohne Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde.

Die Tagesgäste sind rein mengenmäßig betrachtet das mit Abstand größte touristische Marktsegment in der Uckermark. Die Analyse der Tagesreisen in die Destination ergab ein Volumen von **4,5 Mio. Aufenthaltstagen durch Tagesgäste** für das Jahr 2019. Die Quantifizierung der Tagesreisen in die Uckermark beruht auf einer vom dwif entwickelten Methodik, die auf einem Zusammenspiel aus dwif-Grundlagendaten, originären Besucherzahlen und zahlreichen Plausibilitätsrechnungen basiert.

Diese Tagesgäste leisten einen wichtigen Beitrag in Bezug auf eine ganzjährige Auslastung der vorhandenen Infrastruktureinrichtungen wie Gastronomie, Kultur- und Freizeiteinrichtungen oder Einzelhandelsgeschäfte. Ohne den Tagestourismus wäre die Attraktivität der gesamten Infrastruktur inklusive der Gastronomie- und Einzelhandelsvielfalt für Übernachtungsgäste und auch die Einheimischen nicht zu gewährleisten. Dennoch dürfen die Herausforderungen durch dieses Segment nicht vernachlässigt werden, hier sind Überlastungserscheinungen, Problematiken bei der Besucherlenkung und auch ein erhöhtes Verkehrsaufkommen zu nennen.

Über 60 Prozent und damit annähernd zwei Drittel der rund 7,312 Mio. touristischen Aufenthaltstage in der Uckermark werden durch Tagesgäste generiert. **Pro amtlich erfasster Übernachtung fanden 4,4 Tagesreisen statt**. Im deutschlandweiten Schnitt sind es sogar 7,0 Tagesreisen pro gewerblicher Übernachtung. Auf den Tagestourismus sind somit deutlich mehr Aufenthaltstage zurückzuführen als auf den Übernachtungstourismus. Rein monetär betrachtet stellt sich die Relation umgekehrt da. Hier sind nur noch rund 36 Prozent der touristischen Umsätze in der Uckermark dem Tagestourismus, dafür rund 64 Prozent dem Übernachtungstourismus zuzuordnen.

3. Ausgaben der Gäste in der Uckermark

Erfasst werden alle Ausgaben der Touristen während ihres Aufenthaltes in den Zielgebieten. Die dargestellten Ausgaben der Gäste pro Kopf und Tag während ihres Aufenthaltes in der Uckermark geben nur eine absolute Mindestgröße an. Nicht enthalten sind beispielsweise:

- Fahrtkosten für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet
- Ausgaben der Gäste für die Reisevor- und -nachbereitung
- Ausgaben von Einheimischen für Reisen in Destinationen außerhalb der Uckermark (z.B. Transportkosten zum Flughafen, Ausgaben für Reiseausrüstung, Kosten der Reisevorbereitung)
- Freizeitverhalten der Bevölkerung im Wohnumfeld

Bandbreite der Ausgaben pro Kopf und Tag

Im Durchschnitt geben Gäste in der Uckermark pro Kopf und Tag rund 37,50 € aus. **Die Bandbreite der Ausgaben ist sehr groß**. Sie reicht von 0,- € bei manchen Tagesausflüglern, die beispielsweise einen Spaziergang oder eine Radtour mit eigenem Picknick unternehmen, bis hin zu weit über 200,- € pro Kopf und Tag, wenn hochwertige oder besondere Beherbergungsbetriebe aufgesucht, gute Lokale frequentiert, Kulturveranstaltungen besucht oder Naturführungen gebucht werden. Auf Grund der hohen Bedeutung des Tagestourismus und dem Besuch von Verwandten, Bekannten und Freunden sowie den vergleichsweisen geringen Ausgaben dieser Zielgruppen pro Kopf und Tag (22,- €), ist dieser Durchschnittswert von rund 37,50 € über alle Nachfragegruppen zu erklären.

Bei den Übernachtungsgästen in gewerblichen Beherbergungsstätten ergeben sich durchschnittliche Ausgaben in Höhe von rund 119,50 € pro Kopf und Tag in der Uckermark. Dieser Wert weist starke Schwankungen zwischen den einzelnen Betriebsarten auf:

- Bei den Hotelgästen reicht die Bandbreite der gesamten Tagesausgaben von 70,40 € bei Übernachtung in einfacheren Quartieren bis zu knapp 250,- € bei der Frequentierung hochpreisiger Betriebe.
- Campinggäste inklusive Dauercampern und Reisemobilisten rangieren mit durchschnittlichen Tagesausgaben von rund 33,30 € am unteren Ende der Skala der Übernachtungsgäste der Uckermark, wobei Touristikcamper und Reisemobilisten mehr als doppelt so viel ausgeben wie Dauercamper.

4. Umsätze aus dem Tourismus

Bei insgesamt **rund 7,312 Mio. Aufenthaltstagen** und **durchschnittlichen Ausgaben von gerundet 37,50 €** lässt sich ein jährlicher touristisch bedingter **Bruttoumsatz von insgesamt rund 274,5 Mio. €** ermitteln.

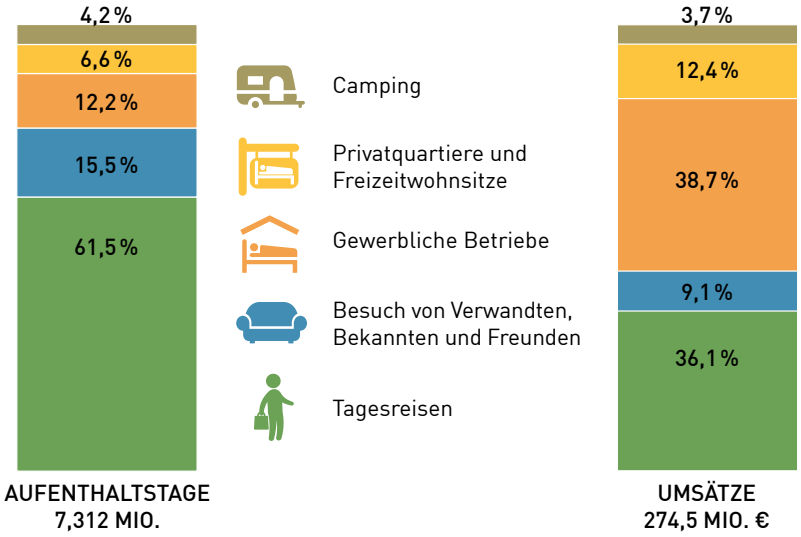
Aufenthaltstage und Bruttoumsätze im Vergleich

Zur Verdeutlichung der Strukturen werden die jeweiligen Anteilswerte der touristischen Marktsegmente in Bezug auf die Aufenthaltstage und den Bruttoumsatz einander gegenübergestellt.

- Die zentrale Rolle des Tagestourismus wird hieraus sowohl hinsichtlich der Aufenthaltstage (Marktanteil = 61,5 Prozent) als auch hinsichtlich der Umsatzwirkung (Umsatzanteil = 36,1 Prozent) deutlich.
- Die von der amtlichen Statistik erfassten gewerblichen Übernachtungen in Betrieben (ohne Camping) entsprechen lediglich rund 12,2 Prozent aller Aufenthaltstage, generieren aber 38,7 Prozent des touristischen Umsatzes.

Diese Zahlen unterstreichen die Notwendigkeit einer ganzheitlichen Betrachtung des Tourismusaufkommens in der Uckermark. Allein die Betrachtung der Übernachtungszahlen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben aus der amtlichen Statistik führt zu keiner verlässlichen und plausiblen Quantifizierung des Tourismus vor Ort.

TOURISTISCHE AUFENTHALTSTAGE UND UMSÄTZE IN DER UCKERMARK



Quelle: dwif 2023, Datenbasis 2019

5. Vom Tourismus profitierende Branchen

Vielerorts werden nur die Inhaber der Beherbergungsbetriebe und die Gastronomen zu den Profiteuren der Tourismusbranche gezählt. Mit Hilfe einer detaillierten Abfrage der Ausgabenstrukturen lassen sich aber die Geldströme im Detail nachvollziehen und die gesamte Palette der Profiteure ermitteln. Grundsätzlich ist zwischen drei Wirtschaftszweigen zu unterscheiden:

Gastgewerbe

Hierzu zählen alle Ausgaben, die von den Gästen für Schlafen, Essen und Trinken aufgewendet werden. Erfasst werden hier die Ausgaben für die Unterkunft sowie die Verpflegung in der Gastronomie. Auch Übernachtungen in Privatquartieren sowie auf Campingplätzen werden im Rahmen dieser Untersuchung unter der Rubrik Gastgewerbe subsummiert.

Einzelhandel

Sowohl Lebensmitteleinkäufe als auch Einkäufe sonstiger Waren werden hier berücksichtigt.

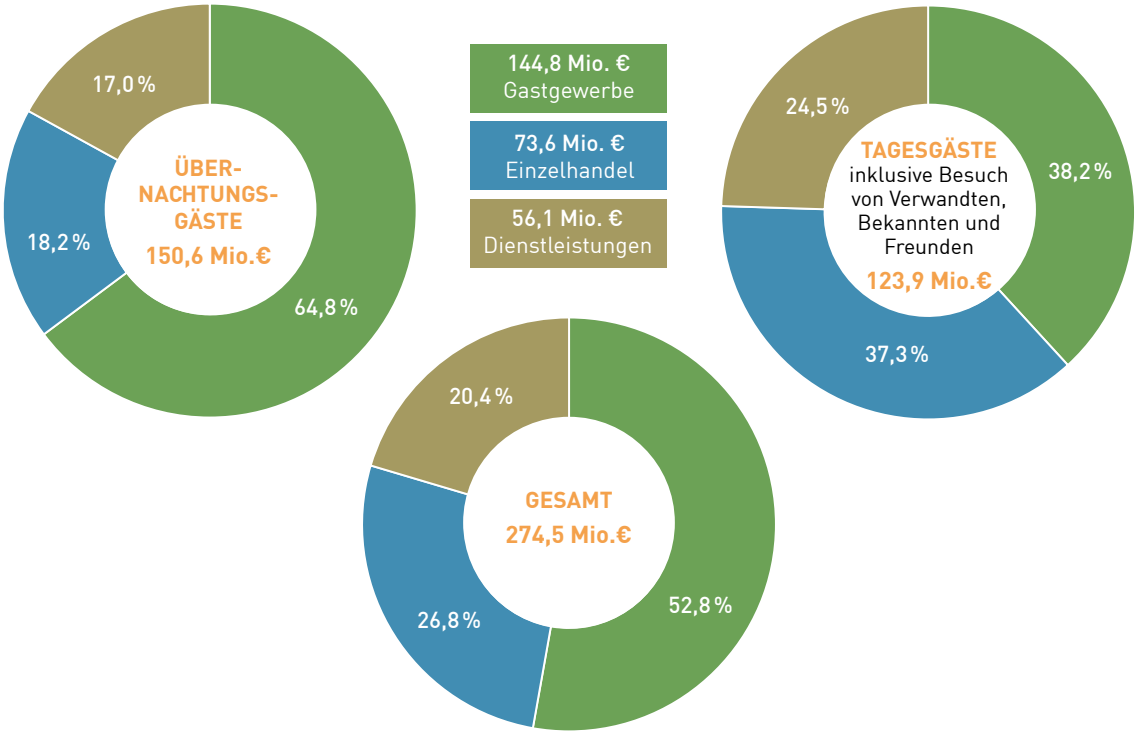
Dienstleistungen

Hierzu zählen Ausgaben für Kulturveranstaltungen wie Theater und Konzerte, Eintrittsgelder z.B. für Museen, die Therme oder Freizeiteinrichtungen, Naturführungen, Mietgebühren für Leihräder oder -kanus, Kosten für den UckermarkShuttle sowie sonstige Dienstleistungen. Auch Seminar- und Tagungspauschalen der Geschäftsreisenden sind hier erfasst.

Umsatzverteilung in der Uckermark

- Das **Gastgewerbe ist mit einem Umsatzanteil von 52,8 Prozent (144,8 Mio. €) der Hauptprofiteur**. In den Umsätzen sind auch die Verpflegungsarrangements der Übernachtungsgäste enthalten.
- Dem Einzelhandel kommen 26,8 Prozent der touristisch bedingten Umsätze zugute. Insgesamt summieren sich diese Einzelhandelsumsätze auf rund 73,6 Mio. € im Jahr 2019.
- Der Umsatzanteil der sonstigen Dienstleistungsbereiche liegt bei 20,4 Prozent.
- Tagesgäste inklusive des Besuches von Verwandten, Bekannten und Freunden geben im Einzelhandel anteilig deutlich mehr Geld aus (37,3 Prozent) als Übernachtungsgäste (18,2 Prozent). Aufgrund der gleichen Ausgabenstruktur von Tagesgästen und den Übernachtungsgästen bei Verwandten, Bekannten und Freunden werden diese Segmente hierfür gemeinsam betrachtet.
- Auch für Dienstleister sind die **Tagesgäste eine wichtige Zielgruppe**. In absoluten Zahlen betrachtet, tragen sie mit 30,0 Mio. € mehr zum Bruttoumsatz der Dienstleister bei als Übernachtungsgäste mit 25,0 Mio. €.

DIREKTE PROFITEURE DES TOURISMUS IN DER UCKERMARK



Quelle: dwif 2023, Datenbasis 2019

6. Touristische Wertschöpfung

Neben den direkten Ausgaben der Gäste sind die für die Aufrechterhaltung der Leistungsbereitschaft notwendigen Lieferungen von Vorleistungen einzubeziehen. Eine Differenzierung zwischen der 1. und der 2. Umsatzstufe soll die vielfältigen Verflechtungen verdeutlichen.

WERTSCHÖPFUNG oder **EINKOMMEN**
ist gleichzusetzen mit den Löhnen und Gehältern der in den touristisch relevanten Betrieben beschäftigten Personen und den Gewinnen der vom Tourismus profitierenden Unternehmen.

Direktes Einkommen (1. Umsatzstufe)

Bei der ersten Umsatzstufe werden nur die ökonomischen Effekte durch die unmittelbaren Ausgaben der Gäste in der Uckermark erfasst. Diese direkten Wirkungen spiegeln sich im **Nettoumsatz in Höhe von 243,5 Mio.€** wider. Die Wertschöpfungsquote benennt den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Einkommen wird. Die Verknüpfung der Wertschöpfungsquote mit dem Nettoumsatz ergibt das **direkte Einkommen in Höhe von 82,9 Mio. €**.

Das **DIREKTE EINKOMMEN** resultiert aus den Ausgaben der Gäste und wird u. a. bewirkt durch:

- Bezahlung der Hotelrechnung oder der Verköstigung
- Einkäufe in Bäckereien, Metzgereien, Hofläden und im Lebensmitteleinzelhandel bzw. für Zwischenmahlzeiten
- Erwerb regionalspezifischer Produkte / Souvenirs oder sonstiger Waren
- Kauf von Eintrittskarten für Museen, Theaterbesuche oder Kulturveranstaltungen
- Fahrscheine für den öffentlichen Personennahverkehr, Gebühren für Leihräder oder -kanus
- die Nutzung spezieller Dienstleistungsangebote (z. B. Naturführungen)

Indirektes Einkommen (2. Umsatzstufe)

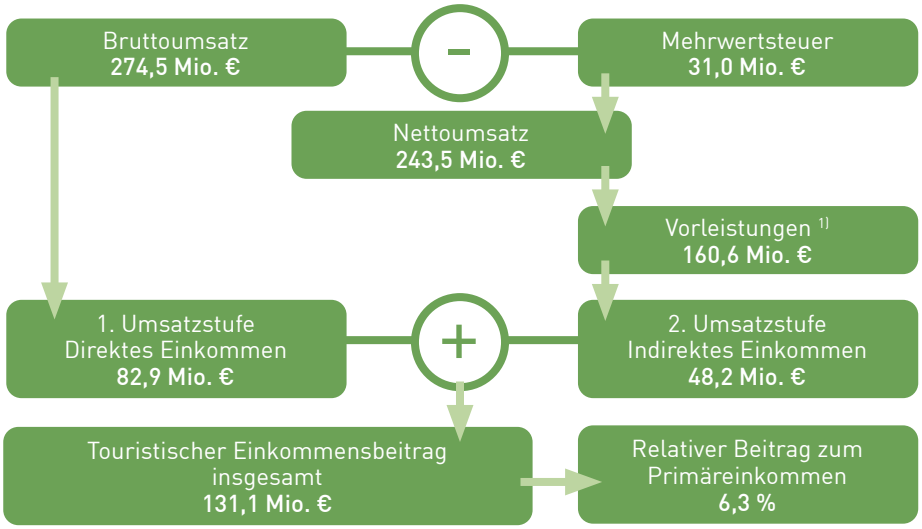
Nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Nettoumsatz verbleibt ein Restbetrag in Höhe von 160,6 Mio. €. Diese Summe wird von den direkten Profiteuren für die Lieferung von Vorleistungen bzw. für die Inanspruchnahme von Dienstleistungen wieder ausgegeben. Dies bedeutet, dass **etwa 48,2 Mio. € an Löhnen, Gehältern und Gewinnen bei den Vorleistungslieferanten** anfallen.

Im Rahmen der 1. und 2. Umsatzstufe werden in der Uckermark 131,1 Mio. € einkommenswirksam. Dies entspricht einem **Anteil an der Entstehung des Primäreinkommens von 6,3 Prozent**. Zum Vergleich: Die Land- und Forstwirtschaft liegt mit einem steuerbaren Umsatz (vergleichbar mit dem Nettoumsatz) von 296,4 Mio. € ähnlich hoch wie die Tourismusbranche. Mit 3,6 Mrd. € ist die Branche mit dem höchsten steuerbaren Umsatz in der Uckermark die Industrie (verarbeitendes Gewerbe), sie macht knapp die Hälfte des steuerbaren Umsatzes in der Region aus.

Das **INDIREKTE EINKOMMEN** resultiert aus den Vorleistungen für die touristische Leistungserstellung und wird beispielsweise bewirkt durch:

- Zulieferungen (z. B. Lieferung der Metzgerei an das Hotel; Frühstücksbrötchen für die Gäste von der Bäckerei; Stromlieferung des Energielieferanten; Werbeprospektgestaltung durch die Agentur; Jahresabschluss durch Steuerberater),
- Investitionen für den Bau und zur Substanzerhaltung (z. B. Hotelneubau, Radwegebau, Handwerkerarbeiten zur Renovierung, wie zum Beispiel Dachdecker, Elektroinstallateure, Gebäudereiniger, Schornsteinfeger, Textilreiniger)
- Bereitstellung weiterer Dienstleistungen wie z. B. Kreditwesen und Versicherungen

ABLEITUNG DIREKTES UND INDIREKTES EINKOMMEN AUS DEM TOURISMUS IN DER UCKERMARK



[1] Woher die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe bezogen werden (z.B. umliegende Städte und Regionen, restliches Deutschland, Ausland) kann ohne detaillierte Erhebungen nicht ermittelt werden.

Quelle: dwif 2023

7. Einkommens- & Beschäftigungseffekte

Das so genannte **EINKOMMENSÄQUIVALENT** ergibt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages durch das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf in der Uckermark.

Ein realistisches Einkommensäquivalent lässt sich aus der Division des **touristischen Einkommensbeitrages in Höhe von 131,1 Mio. €** durch das durchschnittliche gewichtete Primäreinkommen für die Uckermark pro Kopf in Höhe von 17.633,- € ermitteln. Hieraus ergibt sich ein Äquivalent von rund **7.440 Personen**, die ihren Lebensunterhalt, gemessen an einem durchschnittlichen Primäreinkommen pro Kopf, durch den Tourismus in der Uckermark bestreiten könnten.

Bei der Darstellung der touristisch abhängigen Beschäftigungseffekte ist zu beachten, dass viele Beschäftigte in Tourismusbetrieben nur anteilig vom Tourismus leben, einer Teilzeit- und Saisontätigkeit nachgehen, nur im Nebenerwerb beschäftigt sind und ein eher unterdurchschnittliches Einkommen beziehen.

8. Steuereffekte

Allein aus Mehrwertsteuer und Einkommensteuer resultieren 2019 **ca. 25,7 Mio. € Steueraufkommen aus dem Tourismus**, das jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt. Der Tourismus erzeugt u. a. durch Grundsteuer, Gewerbesteuer, Zweitwohnungssteuer, Kurtaxe und Tourismusabgabe, zusätzliches Steueraufkommen bzw. weitere Gebühren- und Beitragseinnahmen, deren Quantifizierung jedoch nur über individuelle Erhebungen möglich ist.
Die den Gemeinden der Uckermark zufließenden touristisch bedingten Steuereinnahmen lassen sich ebenfalls nur über umfangreiche Primäranalysen (Haushaltsanalyse) ermitteln. Untersuchungen vom dwif zeigen, dass den Kommunen durchschnittlich Steuereinnahmen aus dem Tourismus in einer Größenordnung zwischen einem und weit mehr als drei Prozent der dort realisierten touristischen Nettoumsätze zufließen.

9. Auswirkungen der Corona-Pandemie

Die durch Covid-19 ausgelöste Krise war lange präsent. Besonders der Tourismus litt sehr stark darunter.

Während manche Orte, wie Großstädte und Veranstaltungs- und Messestandorte besonders unter der Krise leiden mussten, wurden naturnahe Orte mit einem hohen Anteil an Ferienwohnungen und Campingplätzen vor dem schlimmsten bewahrt. Die **hohe Nachfrage nach autarken Unterkunftsformen**, in denen die Auflagen zum Infektionsschutz gut eingehalten werden konnten, hat in Zeiten ohne Beherbergungsverbot in der Uckermark zu Nachholeffekten geführt. **Ausflüge in die Natur waren besonders beliebt** und konnten auch, während der Besuch von Freizeiteinrichtungen und Kulturveranstaltungen nur eingeschränkt möglich war, unternommen werden.
Obwohl die Uckermark während der Pandemie ein beliebtes Reise- und Ausflugsziel war, musste die ansässige Tourismuswirtschaft herbe Verluste hinnehmen. Auch beliebte Veranstaltungen wie die Wasserspiele in Templin, die Odertal-Festspiele in Schwedt/Oder sowie die Kranichwoche im Nationalpark konnten nicht oder nur eingeschränkt stattfinden. Allein im Jahr 2020 wurde ein **Umsatzausfall von rund 91,4 Mio. €** ermittelt. Dabei resultieren rund 64 Prozent (58,9 Mio. €) aus dem Übernachtungstourismus und 36 Prozent (32,5 Mio. €) aus dem Tagestourismus.

Die gesamte Tourismuswirtschaft hat aus den Krisensituationen gelernt, sich teilweise schon angepasst oder ganz neu aufgestellt, um den Tourismus weiterhin als wichtigen Teil der Wirtschaft etablieren zu können. Die amtliche Statistik zum Halbjahr 2023 zeigt, dass es einigen Destinationen in Brandenburg bereits gelungen ist, die Zahlen des Vor-Corona-Niveaus zu übersteigen. Auch die Uckermark ist auf einem guten Weg dorthin. Die Übernachtungen in der amtlichen Statistik für **das erste Halbjahr 2023 liegen nur 8 Prozent hinter den Werten aus dem Jahr 2019** für den gleichen Zeitraum.

Jedoch treffen genau in diese Situation hinein neue Unsicherheiten, wie die Auswirkungen des Krieges in der Ukraine, das Fischsterben in der Oder, der Fachkräftemangel und steigende Inflationsraten auf die Tourismusbranche in der Uckermark. Durch die Aufhebung der pandemiebedingten Beschränkungen und die Reiselust auf Fernziele muss die Uckermark nun auch wieder mit Destinationen weltweit in Konkurrenz treten. Die Rahmenbedingungen bleiben volatil und datenbasierte Orientierung ist gefragter denn je.
Sicher ist, dass die Tourismusbranche eine lange Erholungsphase benötigen wird. Mittel- und langfristige Folgen für die Qualität der touristischen Angebote oder den touristischen Arbeitsmarkt sind spürbar.

VERLUST DURCH UMSATZAUSFALL IM JAHR 2020 IN DER UCKERMARK
Vergleichsjahr 2019

Quelle: dwif 2023

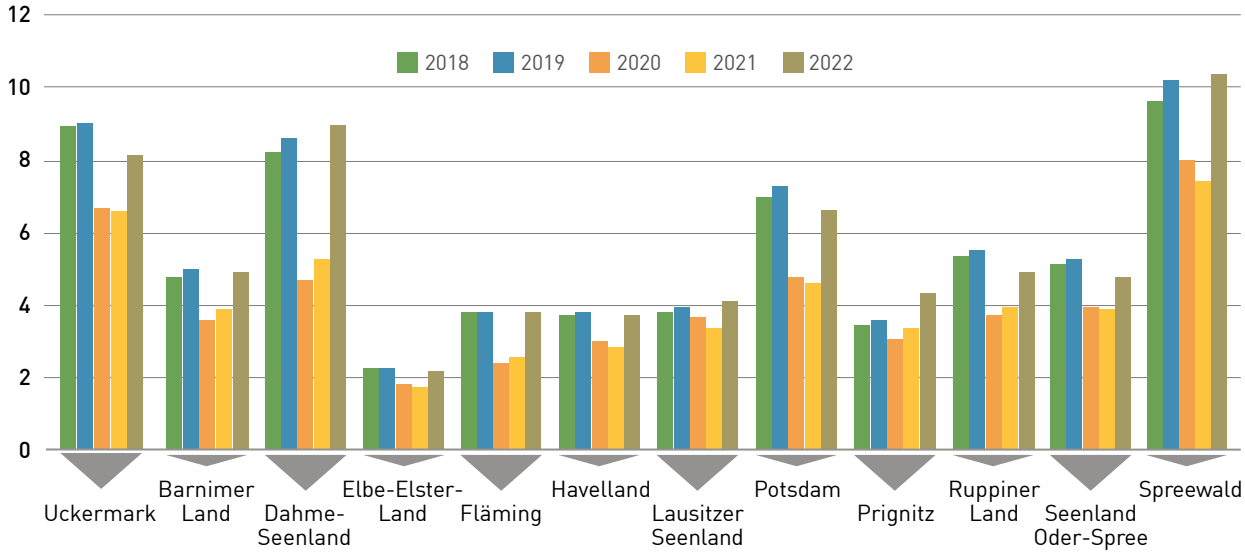
10. Wichtige Kennziffern im Vergleich

Die vergleichende Gegenüberstellung von ausgewählten Kennzahlen aus der amtlichen Statistik sowie der ermittelten ökonomischen Bedeutung des Tourismus in der Uckermark mit den Ergebnissen anderer Regionen ist hilfreich, um die Ergebnisse umfassend einzuordnen.

Regionaler Zeit-Vergleich auf Basis der amtlichen Statistik

Im Jahr 2022 konnte die Reiseregion 915.496 Übernachtungen laut amtlicher Statistik verzeichnen. Dies entspricht 6,77 Prozent der Übernachtungen in Brandenburg. Nur in drei Reisegebieten gab es weniger Übernachtungen, das waren das Lausitzer Seenland, die Prignitz und das Elbe-Elster-Land. Die meisten Übernachtungen fanden im Spreewald und im Seenland Oder-Spree statt. In diesen beiden Regionen wurden jeweils mehr als doppelt so viele Übernachtungen registriert wie in der Uckermark. Die absoluten Übernachtungszahlen dienen nur bedingt als Vergleichsgröße. Um die Bedeutung des Tourismus besser vergleichen zu können, dient die Tourismusintensität als eine gängige Kenngröße. Diese setzt die Übernachtungen in einer Region ins Verhältnis zur Einwohnerzahl.
Bezogen auf die gewerblichen Übernachtungen je Einwohner nimmt die Uckermark zusammen mit dem Spreewald und dem Dahme-Seenland bereits seit mehreren Jahren eine **Vorreiterrolle bei der Tourismusintensität** unter Brandenburgs Reisegebieten ein. Die relative Bedeutung des Tourismus in diesen Reisegebieten ist entsprechend höher, als in den anderen Reisegebieten des Bundeslandes. Der Unterschied zwischen den Corona-Jahren 2020/2021 und der Zeit ohne Restriktionen ist besonders bei denjenigen Regionen stärker ausgeprägt, die insgesamt eine hohe Tourismusintensität aufweisen.
Im Spreewald und im Dahme-Seenland übertraf die Übernachtungsintensität im Jahr 2022 die der Vor-Corona-Jahre, während die Uckermark an das Niveau von 2018 und 2019 noch nicht anschließen konnte. Auch in einigen Reisegebieten mit niedrigerer Tourismusintensität konnten die Werte von 2019 übertroffen werden.

Gewerbliche Übernachtungen (inklusive Camping)
je Einwohner in den Brandenburger Reisegebieten



Quelle: dwif 2023, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2023

Überregionaler Vergleich auf Basis ökonomischer Kennziffern 2019

Für einen überregionalen Vergleich wurden Destinationen ausgewählt, die in ihrer touristischen Ausrichtung der Uckermark ähneln. Besonders die Themen Natur, ländlicher Raum und Nachhaltigkeit spielen in der Ausrichtung dieser Destinationen eine wichtige Rolle. Die Nordeifel und das Allgäu setzen sich wie die Uckermark besonders für einen nachhaltigen Tourismus in ihrer Reiseregion ein, sind als nachhaltiges Reiseziel zertifiziert oder waren Teilnehmer im Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen. Mit dem Lausitzer Seenland und dem Fläming sind zwei weitere Brandenburger Reisegebiete gewählt worden, die durch ihre geografische Lage ähnliche Wettbewerbsvoraussetzungen haben wie die Uckermark.

- Die Uckermark ist von den ausgewählten Vergleichsregionen – Lausitzer Seenland (Brandenburg), Nordeifel, Fläming und Allgäu/Bayerisch-Schwaben – die am dünnsten besiedelte Region mit der niedrigsten Einwohnerzahl. Mit 14,1 Übernachtungen (gegen Entgelt) je Einwohner weist sie jedoch die höchste Tourismusintensität auf. Dies verdeutlicht die Hohe Bedeutung des Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor.
- Die Tourismusintensität bezogen auf die Tagesreisen liegt in der Uckermark mit 37,8 Tagesreisen je Einwohner im Mittelfeld.
- In den Vergleichsregionen übersteigt die Zahl der Tagesreisen die Zahl der Übernachtungen um ein Vielfaches. Das Verhältnis der Tagesreisen zu den Übernachtungen gegen Entgelt ist rein mengenmäßig gesehen in der Uckermark deutlich ausgeglichener.
- Mit durchschnittlichen Tagesausgaben von 89,50 € der Übernachtungsgäste (gegen Entgelt) und 22,- € der Tagesgäste nimmt die Uckermark ebenfalls einen Platz im mittleren Bereich ein.
- Aufgrund der geringen Einwohnerzahl und der daraus resultierenden hohen Tourismusintensität übertrifft die Uckermark mit 2.308,- € Bruttoumsatz gesamt je Einwohner drei von vier Vergleichsregionen.
- Mit einem touristischen Beitrag zum Primäreinkommen von 6,3 Prozent leistet der Tourismus in der Uckermark einen deutlich höheren ökonomischen Beitrag als in allen anderen Vergleichsregionen.

Wichtige Kennziffern im Vergleich mit ausgewählten Regionen

	Uckermark	Brandenburgisches Lausitzer Seenland	Nordeifel	Fläming	Allgäu/ Bayerisch-Schwaben
Übernachtungen gegen Entgelt gesamt	1,68 Mio.	0,99 Mio.	1,39 Mio.	2,06 Mio.	28,58 Mio.
- je Einwohner	14,1	6,1	7,2	4,5	13,5
Ø-Tagesausgaben (Übernachtungsgäste)	89,50 €	75,10 €	77,60 €	105,- €	110,30 €
Tagesreisen gesamt	4,5 Mio.	5,6 Mio.	10,1 Mio.	13,1 Mio.	88,0 Mio.
- je Einwohner	37,8	34,7	52,2	28,9	41,4
Ø-Tagesausgaben (Tagesgäste)	22,- €	20,10 €	27,80 €	28,20 €	27,70 €
Bruttoumsatz gesamt	274,5 Mio. €	187,1 Mio. €	388,2 Mio. €	513,1 Mio. €	5.678,5 Mio. €
- je Einwohner	2.308,- €	1.159,- €	2.005,- €	1.133,- €	2.673,- €
Touristischer Beitrag zum Primäreinkommen (relativ)	6,3 %	2,8 %	3,5 %	2,3 %	4,2 %

Quelle: dwif 2023, Datenbasis 2019

Aus dem Vergleich geht hervor, dass die Uckermark bereits gute touristische Arbeit leistet und damit einen wichtigen Teil zur wirtschaftlichen Situation der Region beiträgt. Darüber hinaus hat der Tourismus positive Effekte für die Lebens- und Standortqualität vor Ort. **Arbeitnehmer und Arbeitgeber verschiedener Branchen profitieren durch den Tourismus**, sei es durch die Ausgaben der Gäste oder durch eine attraktive Freizeitinfrastruktur. Besonders im ländlichen Raum dürfen die positiven Wirkungen durch die Tourismusentwicklung nicht unterschätzt werden.
Im Bereich der Tagesreisen schneidet die Uckermark im Vergleich unterdurchschnittlich ab. **Tagestouristen sind eine wichtige, oft unterschätzte Zielgruppe**. Sie können dazu beitragen, saisonale Schwankungen auszugleichen und dadurch zum Beispiel die Wirtschaftlichkeit gastronomischer oder kultureller Einrichtungen erhöhen, was wiederum einen Beitrag zum Freizeitwert der Region für die Einheimischen darstellt.

Ansatzpunkte für die regionale Tourismusentwicklung sind die **Professionalisierung des grauen Beherbergungsmarktes**, beispielsweise durch Schulungsangebote im Bereich Marketing, Qualitätssicherung oder Meldewesen, die Förderung von **Kooperationen zwischen verschiedenen Akteuren**, auch da wo es keine professionellen hauptamtlichen Tourismusstrukturen gibt, oder auch die **gezielte Ansprache von Tagestouristen** als Zielgruppe.

V. GLOSSAR

Einkommensbeitrag des Tourismus Der relative Beitrag des Tourismus zum Primär- bzw. Volkseinkommen wird aus der Addition der touristischen Einkommenseffekte der ersten und zweiten Umsatzstufe und dessen Division durch das Primär- bzw. Volkseinkommen vor Ort ermittelt.

Einkommenseffekte Lassen sich aus der Ausgabenstruktur der Gäste ableiten. Nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz ergibt sich der Nettoumsatz für die einzelnen Ausgabearten. Aus der Multiplikation des Nettoumsatzes der einzelnen Branchen mit den jeweiligen Wertschöpfungsquoten dieser Branchen ergeben sich die direkten Einkommenseffekte. Dies entspricht der Wertschöpfung auf der ersten Umsatzstufe. Indirekte Einkommenseffekte ergeben sich aus der Multiplikation der Vorleistungen mit der Wertschöpfungsquote der zweiten Umsatzstufe.

Gewerbliche Beherbergungsbetriebe Alle Beherbergungsstätten mit 10 oder mehr Betten (bei Campingplätzen mit 10 oder mehr Standplätzen). Die Daten werden in der amtlichen Beherbergungsstatistik erfasst, in der z. B. auch Vorsorge- und Rehakliniken oder Campingplätze enthalten sind. Bei den Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus werden die Campingbetriebe jedoch getrennt von den übrigen gewerblichen Beherbergungsbetrieben betrachtet.

Primäreinkommen Einkommen der privaten Haushalte aus Erwerbstätigkeit und Vermögen: Arbeitnehmerentgelt, Einkommen der Einzelunternehmen/Selbstständigen, die auch eine Vergütung für die mithelfenden Familienangehörigen enthalten, Betriebsüberschuss aus der Produktion von Dienstleistungen aus eigengenutztem Wohneigentum, sowie die netto empfangenen Vermögenseinkommen; vgl. hierzu auch Definition und Angaben der Statistischen Ämter der Länder sowie des Statistischen Bundesamtes.

Privatquartiere Alle Beherbergungsstätten mit weniger als 10 Betten, vorrangig Ferienwohnungen und -häuser, kleine Pensionen und Gasthöfe aber auch Privatzimmer.

Tourismusintensität Die Tourismusintensität beschreibt das Verhältnis von Touristen (Übernachtungen oder Ankünfte) zu Einheimischen.

Umsatzsteuer (Mehrwertsteuer) Steuer auf den Austausch von Leistungen. Belastet wird dabei der von den Unternehmen erwirtschaftete Mehrwert. Der Endverbraucher hat die Mehrwertsteuer in voller Höhe zu tragen. Je nach Ausgabenart gelten unterschiedliche Mehrwertsteuersätze. Neben dem vollen Mehrwertsteuersatz (19 Prozent), gibt es den ermäßigten Steuersatz (7 Prozent u. a. für Beherbergungsleistungen, Lebensmittel, ÖPNV, Seilbahnen, Zeitungen) sowie eine Steuerbefreiung (0 Prozent u. a. für Heilbehandlungen, Jugendherbergen, viele Privatquartiere, Mieten, Reha-Einrichtungen).

Vorleistungen Der Betrag, welcher nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Nettoumsatz verbleibt, wird für Vorleistungen ausgegeben; z. B. Zulieferung von Waren, Bereitstellung von Dienstleistungen und Investitionen in die Substanzerhaltung.

VI. AKTUELLE THEMEN

Tourismuswahrnehmung und Lebensqualität Steigende Gästezahlen können auch neue Herausforderungen mit sich bringen, wie ein erhöhtes Verkehrsaufkommen, Müll in der Natur und unachtsames Verhalten. Für eine nachhaltige Destinationsentwicklung braucht es neben zufriedenen Gästen auch die Einwohner vor Ort, die sich mit dem Tourismusangebot und -aufkommen in ihrer Region wohlfühlen. In der weiteren touristischen Entwicklung bedarf es einer stärkeren Einbindung der Bevölkerung. Ebenso ist eine gezielte Ansprache und Sensibilisierung der Bevölkerung für Freizeitangebote und touristische Infrastruktur nötig, um den Mehrwert des Tourismus und die dadurch gestiegene Lebensqualität herauszustellen. Auf der anderen Seite bedarf es einer gezielteren Besucherlenkung und -information der Gäste in der Uckermark.

Krisenkommunikation Spätestens seit 2020 ist die gesamte Tourismusbranche großen Herausforderungen ausgesetzt. In solchen Zeiten bedarf es einer aktiven Kommunikation, die sich auf das Wesentliche konzentriert und Zuversicht verbreitet. Gäste, Bevölkerung und Anbieter benötigen Aufklärung und transparente Informationen, welche Auswirkungen und Einschränkungen aktuelle Krisen in der Region haben, welche Angebote weiterhin genutzt werden können als auch eine Zukunftsperspektive.

Arbeits- und Fachkräfte Durch die positive Entwicklung des Tourismus in der Uckermark steigt die Nachfrage nach Arbeitskräften vor Ort. Motivierte Mitarbeiter sind gefragt, um Gäste zu betreuen und neue Ideen einzubringen. Vor allem das Gastgewerbe hat jedoch mit einem anhaltenden Arbeitskräftemangel zu kämpfen. Mit der Folge, dass Betriebe ihre Öffnungszeiten oder ihr Angebot angepasst haben. Aufgrund der Arbeitszeit- und Gehaltsmodelle scheint die Branche für viele als unattraktiv. Um den Tourismus in der Region zu sichern, bedarf es attraktivere Arbeitsbedingungen und zukunftsfähige Lösungen. Für die gesicherte Zukunft sind gute Arbeitskräfte unverzichtbar – egal ob sie schon hier leben oder neu in die Uckermark kommen.

Digitalisierung und neue Medien Das Informations- und Buchungsverhalten hat sich grundlegend geändert. Angebote müssen für den Nutzer digital perfekt aufgearbeitet sein. Es geht kaum noch ein Weg um die eigene Online-Medienpräsenz von Anbietern vorbei, die Gäste erwarten die digitale Auffindbarkeit und Aktualität von Informationen. Es müssen spezielle Buchungs- und Tourenportale sowie zentrale Datenbanken bedient werden. Die sozialen Netzwerke bieten darüber hinaus die Möglichkeit, sich noch näher mit der Zielgruppe zu vernetzen, die aktuellen Veranstaltungshöhepunkte zu teilen oder kurzfristige Änderungen zu verbreiten. Die Digitalisierung bietet unzählige Möglichkeiten, hier mitzuhalten ist inzwischen unverzichtbar im Wettbewerb der Reiseregionen.

Investorenfreundlichkeit Eine abgestimmte Regionalentwicklung ist die Basis für eine positive Gesamtentwicklung. Hierzu gehört ein positives Klima für potenzielle Investoren – Offenheit für (Weiter-) Entwicklungen und neue Ideen, fachlich kompetente Ansprechpartner und gute Rahmenbedingungen. Die natürlichen Gegebenheiten stellen hier eine wichtige Grundvoraussetzung und einen Orientierungsrahmen. Nichtsdestotrotz sollen naturschutzrechtliche Belange oder Auflagen des Denkmalschutzes keine grundlegenden Hemmnisse darstellen. Vielmehr soll dieser bestimmte Rahmen auch gemeinsam getragene Entwicklungspotenziale aufzeigen.

Nachhaltigere Gastronomie und regionale Produkte Eine klimafreundliche und nachhaltige Gastronomie mit weniger Fleisch und mehr vegetarischen und pflanzlichen Alternativen auf der Speisekarte wird immer wichtiger, nicht nur um Gästeerwartungen an eine bewusstere Lebensweise nachzukommen. Im Fokus liegt dabei die Verwendung von Lebensmitteln aus regionaler und saisonaler Herkunft sowie tierische Produkte aus besseren Tierwohl-Bedingungen. Dies fördert ökologische und soziale Faktoren, Transportwege werden verringert, lokale Erzeuger unterstützt und die Landschaftspflege gesichert. Langfristig müssen die Vorteile regionaler Produkte sowohl ökologisch als auch bei Qualität und Geschmack kommuniziert werden, um Verständnis für die saisonale Verfügbarkeit und die notwendigen Erzeugerpreise zu schaffen. Hierzu ist auch ein gut organisierter Vertrieb innerhalb der Region notwendig.

VII. IN EIGENER SACHE

Warum das so gut funktioniert...

Der Landkreis Uckermark bekennt sich deutlich zum Tourismus als wichtigen Wirtschaftsfaktor für die Region. Auf lokaler und regionaler Ebene arbeiten die verschiedensten Akteure Hand in Hand:

- Die tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH ist die zentrale Destinationsmanagementorganisation (DMO). Als landkreiseigene Gesellschaft initiiert, bündelt und kommuniziert sie die gemeinsamen touristischen Angebote und Interessen und verbreitet diese. Das Marketing nach außen ist nur ein Teilbereich. Inzwischen geht es um die Gestaltung und das Management von Projekten und Prozessen in und für die Gesamtregion. Die DMO wird zunehmend zum Beratungs-, Informations- und Kompetenzzentrum nach innen und kümmert sich verstärkt um die Produktentwicklung und das Qualitätsmanagement.
- Parallel zu den eher äußeren Einflüssen und Rahmenbedingungen wächst der ganzheitliche Anspruch an die Tourismusverantwortlichen und somit auch an die „DMO der Zukunft". Der sich nach und nach verstetigende Anspruch neben dem Management des Tourismus auch der Forderung nach einer Aufgabenerweiterung auf den gesamten „Lebensraum" in ihrer Destination nachzukommen wächst. Dieser ist aber in und für die Reiseregion noch nicht diskutiert und definiert.
- Die lokalen Tourismusvereine und Initiativen bündeln in der jeweiligen Teilregion die Anbieter touristischer Leistungen, wie Gastgeber, Gastronomen, Produzenten, Freizeit- und Kulturanbieter. Sie sichern die Gästebetreuung vor Ort sowie die Schulung der Mitglieder oder Partner und entwickeln die touristische Infrastruktur und Angebote stetig fort. Unterstützung erhalten sie von den Kommunen.
- Die Verwaltungen der drei Nationalen Naturlandschaften der Uckermark, der Nationalpark Unteres Odertal, das Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin und der Naturpark Uckermärkische Seen sind ständige und wichtige Ansprech- und Projektpartner. Die Partnerinitiativen der Nationalen Naturlandschaften sind für Touristiker zudem ein wichtiger Multiplikator und Vertriebspartner der gemeinsamen touristischen Aufgaben und Strategien.
- Das Zusammenspiel aller, die konzeptionelle, innovative und kreative Arbeitsweise sowie die Möglichkeit des schnellen Agierens sind einige Gründe für den bisherigen Erfolg.

IMPRESSUM

Herausgeber:
tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH
Stettiner Straße 19
17291 Prenzlau

Tel: 03984 835883
info@tourismus-uckermark.de
www.tourismus-uckermark.de

Inhaltliche Erstellung der Studie:
dwif-Consulting GmbH
Moritz Sporer und Isabel Kersten
Sonnenstr. 27
80331 München

www.dwif.de

Grafik/Layout:
DIZEO / Suhela Hottewitzsch

Fotos:
Titelseite und Innenseiten © tmu GmbH
Landrätin Karina Dörk © Hans-Jürgen Wiedl

Druck:
WIRmachenDRUCK GmbH
Diese Broschüre wurde klimaneutral auf 100% Recyclingpapier gedruckt. Die verursachten Treibhausgasemissionen werden durch ein zertifiziertes Klimaschutzprojekt ausgeglichen.

Klimaneutral
Druckprodukt
ClimatePartner.com/12518-1907-1001