

► Potenzialanalyse

In Verbindung mit der vorliegenden Potenzialanalyse stehen folgende **Fragen** im Mittelpunkt:

- ▶ Wie wird sich das Nachfragevolumen für Tages- und Übernachtungsreisen im Saarland bis zum Jahre 2015 entwickeln?
- ▶ Wie werden sich die Besucherzahlen der saarländischen Freizeit- und Tourismuseinrichtungen (Bäder, Museen und sonstige Besucherattraktionen) bis zum Jahre 2015 entwickeln?

Um diese Fragen beantworten zu können, müssen verschiedene **Einflussfaktoren** berücksichtigt werden. Dazu gehören insbesondere

- ▶ die Bevölkerungsentwicklung – absolute Zahl, Altersstruktur etc. – in den für das Saarland relevanten Quellmärkten
- ▶ Veränderungen im Freizeit- und Reiseverhalten
- ▶ Veränderungen beim Angebot hinsichtlich Quantität und Qualität.

Bei den nachfolgenden Ausführungen wird das aktuelle mit dem künftigen Nachfragevolumen verglichen. Grundlage der Berechnungen sind primär Zahlen der GfK aus Nürnberg.

1. Aktuelles Nachfragepotenzial

Bei der Berechnung des Bevölkerungsvolumens unterscheidet man nach einem Primär- und einem Sekundärmarkt. Ersterer bezieht sich auf das Einzugsgebiet für Tagesreisende, letzterer auf das für Übernachtungsgäste, die sich in einem definierten Einzugsgebiet aufhalten.

Das Einzugsgebiet für **Tagesreisende** bewegt sich in der Regel innerhalb eines Radius von bis zu 120 Minuten Fahrtzeit im PKW. Der Primärmarkt des Saarlandes lässt sich demnach wie folgt charakterisieren:

- ▶ Der Nahbereich bis 30 Minuten Fahrtzeit ist verhältnismäßig dicht besiedelt.
- ▶ Im Bereich mittlerer Entfernung bis 60 Minuten Fahrtzeit kommen neben dem Ballungsraum Saarbrücken nur Trier und Luxemburg dazu.
- ▶ Der Bereich bis 90 Minuten Fahrtzeit ist durch ein deutlich größeres absolutes Bevölkerungspotenzial gekennzeichnet (Koblenz, Wiesbaden-Mainz, Teile Frankfurts, Mannheim, Karlsruhe sowie Strasbourg).
- ▶ Im Bereich bis 120 Minuten Fahrtzeit kommen die Ballungszentren Köln/Bonn und das übrige Frankfurt hinzu. Stuttgart liegt außerhalb dieses Radius.

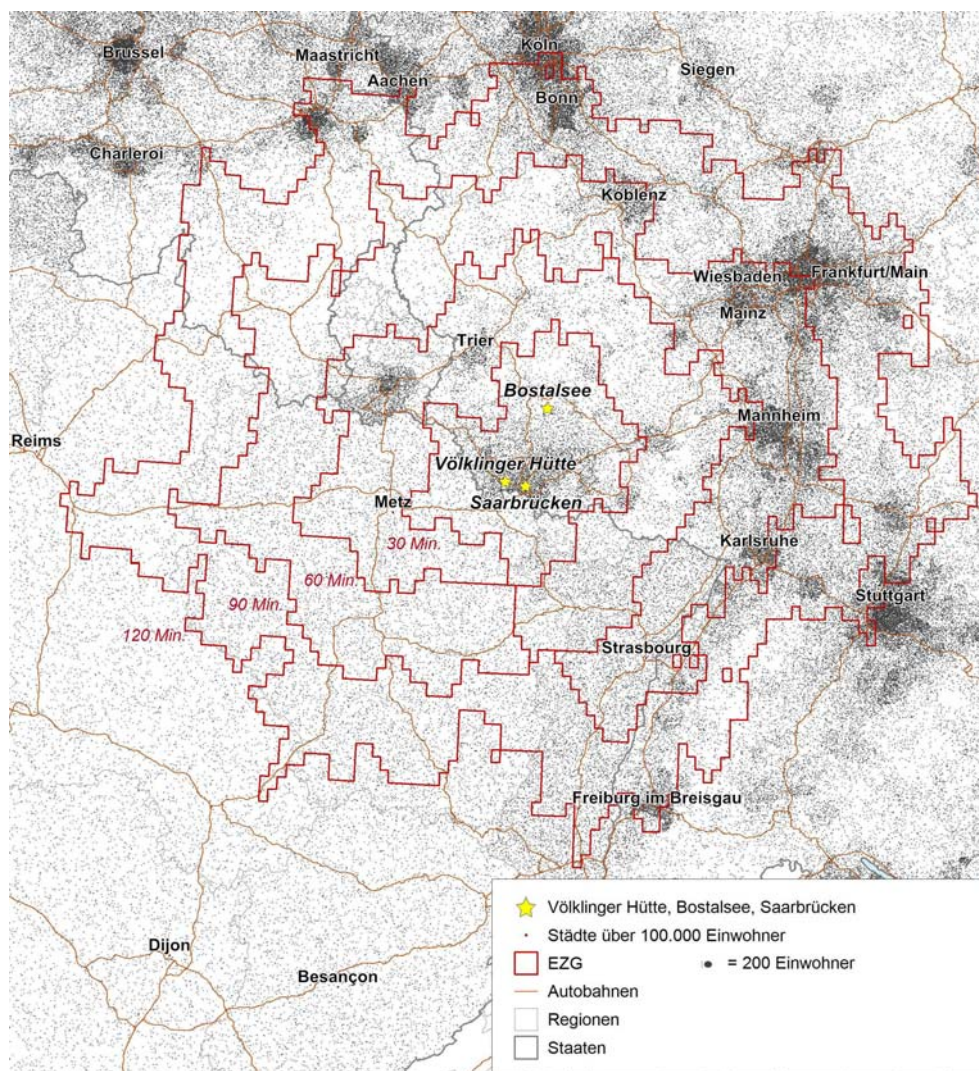
Die nachfolgende Tabelle zeigt die Einwohnerzahlen für die verschiedenen Zonen des Einzugsgebietes. Als Ausgangspunkte für die Berechnung wurden Saarbrücken, der Bostalsee und die Völklinger Hütte als besucherstärkste Attraktionen im Saarland ausgewählt.

Tabelle 1: Bevölkerung im Einzugsgebiet des Saarlandes

Standort	Fahrtzeit	Einwohner	kumuliert
Saarland	0 bis 30'	1.582.761	1.582.761
	31 bis 60'	2.458.518	4.041.279
	61 bis 90'	6.486.181	10.527.460
	91 bis 120'	9.506.369	20.033.829

Quelle: Bevölkerungsdaten GfK 2007, Berechnung ift GmbH

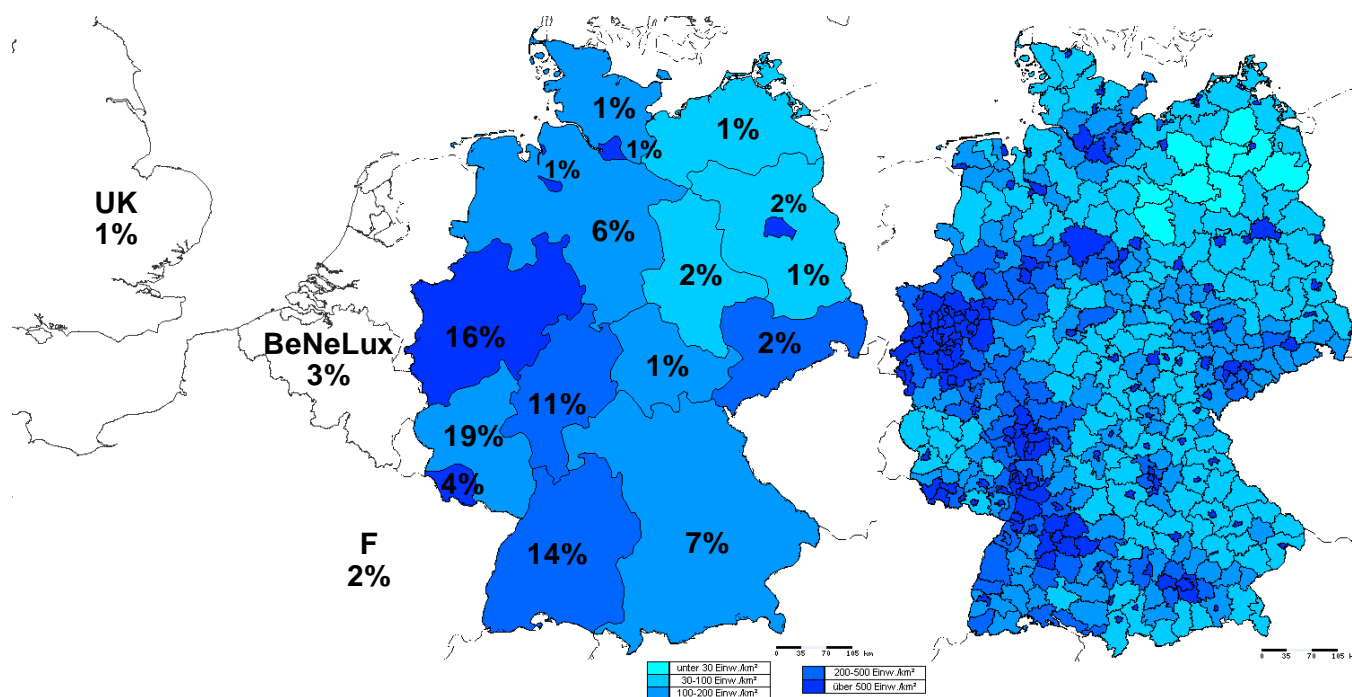
Abbildung 1: Einzugsgebiet Saarland



© ift GmbH 2008

Zu den Hauptquellgebieten des saarländischen **Übernachtungstourismus** gehören laut Permanenter Gästebefragung 2008 (Zwischenauswertung) die Bundesländer Rheinland-Pfalz (19% der befragten Übernachtungstouristen im Saarland), das dicht besiedelte und bevölkerungsreichste Bundesland Nordrhein-Westfalen (16%), Baden-Württemberg (14%) und Hessen (11%). Bayern stellt demnach 7% der Übernachtungsgäste im Saarland, Niedersachsen 6%, alle anderen Bundesländer weisen geringere Anteile auf. Aus dem Ausland stammen rund 12% der Übernachtungsgäste im Saarland (sowohl laut PEG als auch laut Landesamt für Statistik).

Abbildung 2: Bevölkerungsdichte in Deutschland (Bundesländerebene sowie Ebene Landkreise und kreisfreie Städte) und Hauptquellgebiete der Übernachtungstouristen des Saarlandes



Quelle: Wikipedia.de; PEG Saarland 2008, n=400

2. Zukünftiges Nachfragepotenzial

Die nachfolgenden Abbildungen zeigen, dass sich das Nachfragepotenzial für den saarländischen **Tages- und Übernachtungstourismus** bis 2015 demographisch bedingt verändern wird. Die Entwicklung der touristischen Nachfrage hängt unter anderem von der wirtschaftlichen Entwicklung und der Entwicklung der Wettbewerbssituation ab. Beides kann bis 2015 nur bedingt prognostiziert werden. Allerdings sind die Auswirkungen der sich aktuell abzeichnenden Wirtschaftlichen Entwicklung auf den Tourismus im Saarland noch schwer einzuschätzen.

Auf Basis verschiedener Datenquellen und Einschätzungen von Experten kann davon ausgegangen werden, dass die Nachfrage für Ziele in Deutschland generell

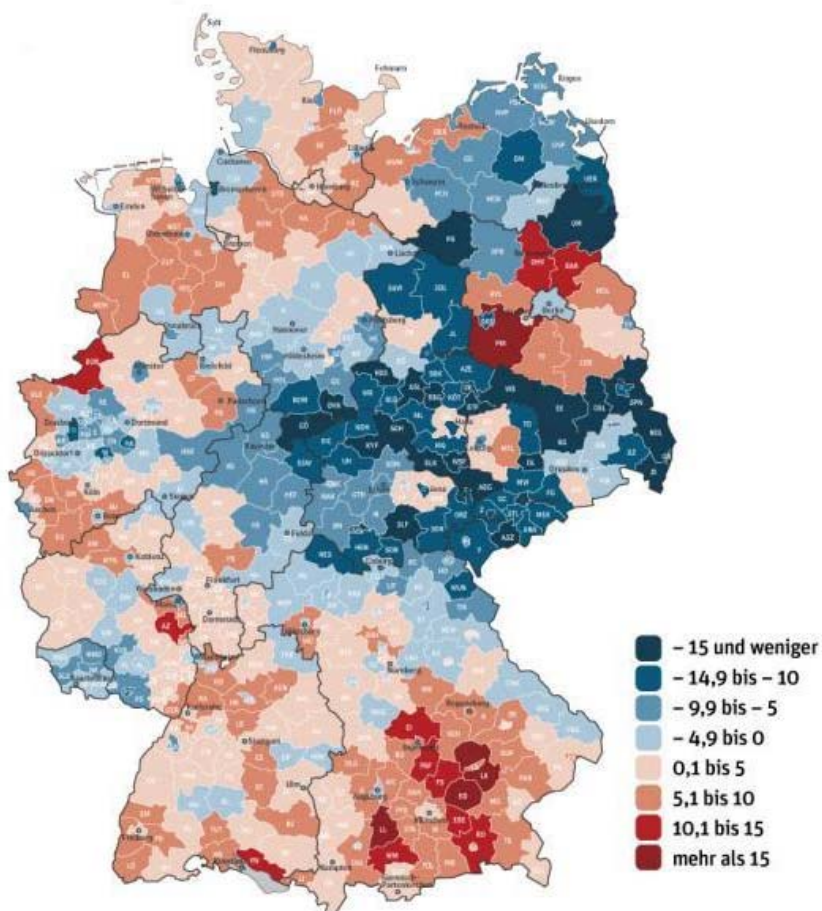
- ▶ leicht steigen wird
- ▶ der Anteil der ausländischen Gäste ebenfalls leicht zunimmt
- ▶ Mittelgebirgsregionen - die zuletzt stagnierten - wieder Zuwächse erzielen können, wenn das dortige Angebot weiter attraktiviert wird
- ▶ der Städte- und Kurzreisetourismus weiter überdurchschnittliche Wachstumsraten aufweist
- ▶ zeitgemäß gestaltete und ausgestattete größere Beherbergungsbetriebe (Hotels, Ferienzentren) Marktanteile zulasten von Kleinanbietern (Pensionen, Gasthöfe, Privatvermieter) gewinnen werden.

Bevölkerungsexperten gehen davon aus, dass die Einwohnerzahl des Saarlandes von aktuell rund 1,050 Millionen bis 2015 auf 997.000 sinken wird. Rückgänge wird es vor allem in den Kommunen unter 100.000 Einwohnern geben, während die Stadt Saarbrücken relativ stabil bleibt.

In den Hauptquellgebieten für den Übernachtungstourismus (Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Hessen) wird es in den Ballungsräumen noch leichte Bevölkerungszuwächse geben, während der ländliche Raum und das Ruhrgebiet stagnieren oder verlieren. Das Nachfragepotenzial in den Hauptquellgebieten des Saarlandes wird demnach im Übernachtungstourismus insgesamt gesehen gleich bleiben.

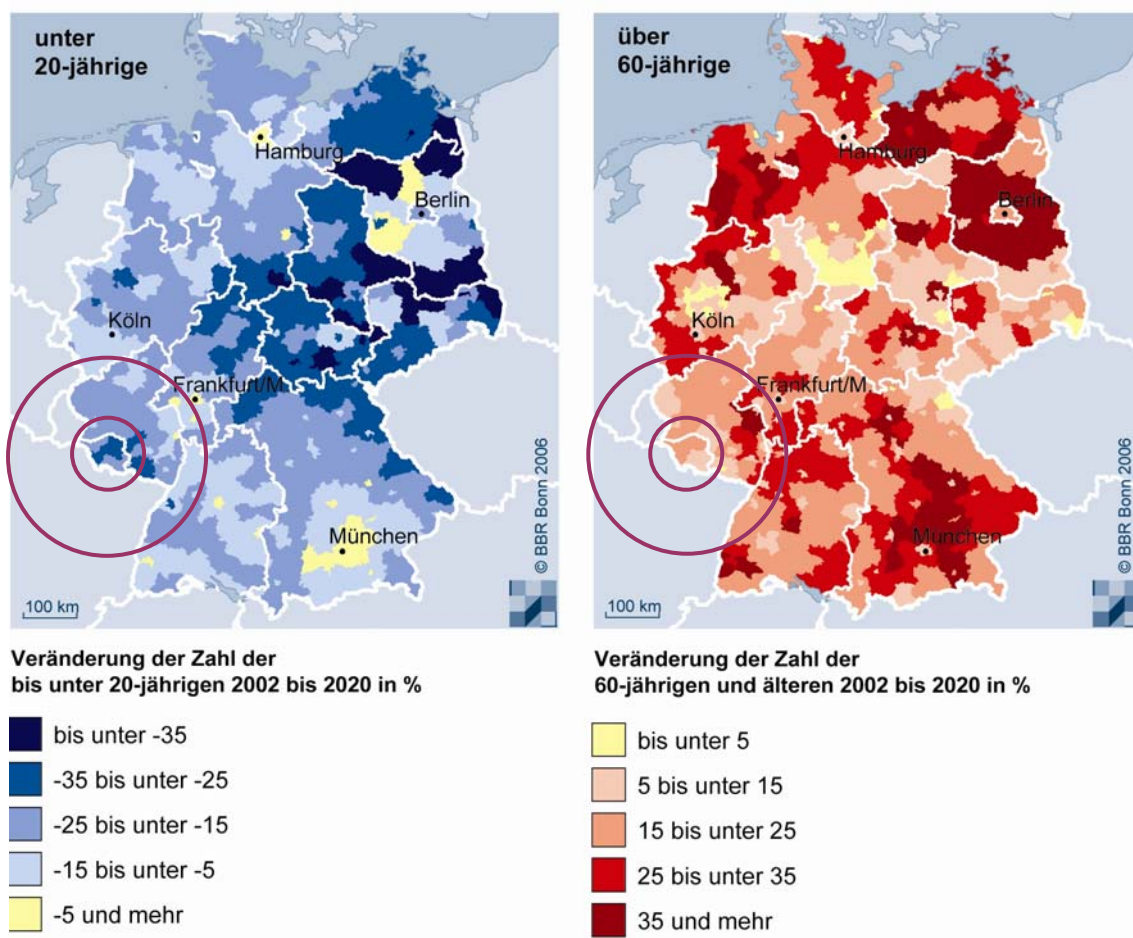
Stärker als die Anzahl der Einwohner wird sich die Altersstruktur der Bevölkerung im Einzugsgebiet bis 2015 bzw. 2020 verändern. Sowohl im Saarland als auch in den Haupteinzugsgebieten wird es einen teilweise deutlichen Rückgang bei den unter 20-jährigen geben. Der Anteil der über 60-jährigen an der Gesamtbevölkerung wird zum Teil deutlich steigen.

Abbildung 3: Bevölkerungsentwicklung 2004 bis 2020 in Prozent



Quelle Karte: Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung; Datengrundlage: Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung

Abbildung 4: Künftige Dynamik von Jung und Alt



500.000

Quelle: BBR-Bevölkerungsprognose 2002-2020/Exp

Die Tourismusbranche des Saarlandes wird bei den Zielgruppen künftig Schwerpunkte setzen und neue Potenziale erschließen müssen.

Besondere Chancen hat das Saarland aufgrund von Lage und Angebotsstruktur bei Kurzurlaubern. Diese lassen sich eher anhand ihrer bevorzugten Aktivitäten und Motive als nach soziodemographischen Merkmalen charakterisieren. Insofern werden künftig Kurzurlaube mit den Themen „Kultur und Städte erleben“ sowie „Natur erleben“ (Wandern, Radfahren) im Mittelpunkt stehen. In diesem Bereich gibt es zwar einen starken Wettbewerb mit anderen Destinationen, aber bereits vorgenommene Maßnahmen im Bereich Infrastruktur (Qualitätswege) und spezifische Angebotspotenziale lassen Nachfragesteigerungen realistisch erscheinen, wenn Angebote weiter konsequent marktorientiert ausgebaut werden.

Soziodemographisch wird es in den nächsten Jahren keine gravierenden Änderungen geben. Die Anzahl von Familien mit Kindern wird sich erst nach 2020 signifikant verringern, Ältere, deren Anteil an der Bevölkerung steigt, werden ihr Reise- und Nachfrageverhalten so

lange wie möglich beibehalten. Das nominale Alter der 50+ Generation gibt also wenig Aufschluss über das individuelle Reiseverhalten. Zukunftsforscher attestieren allerdings Motiven wie „Erlebnis und Unterhaltung“ sowie „Gesundheit bewahren“ und „Natur erleben“ steigende Bedeutung. In diesem Zusammenhang sind die sogenannten „Lohas“ zu nennen („Lifestyles of Health and Sustainability“, steht für einen Lebensstil oder Konsumententyp, der durch sein Konsumverhalten und gezielte Produktauswahl Gesundheit und Nachhaltigkeit fördern will, Anteil in Deutschland derzeit rund 15% der Bevölkerung). Auch ein Ende der zunehmenden Eventorientierung ist nicht absehbar.

Insgesamt dürfte die künftige Nachfrage im Saarland eher angebots- und vermarktungsgesteuert sein, als von Änderungen in der Struktur von Zielgruppen in den Hauptquellmärkten. Marktanteilsveränderungen zugunsten des Saarlandes lassen sich also bewusst erreichen: durch Innovationen, Investitionen und professionelles Handeln im Marketing (Produktpolitik, Kommunikation, Vertrieb).

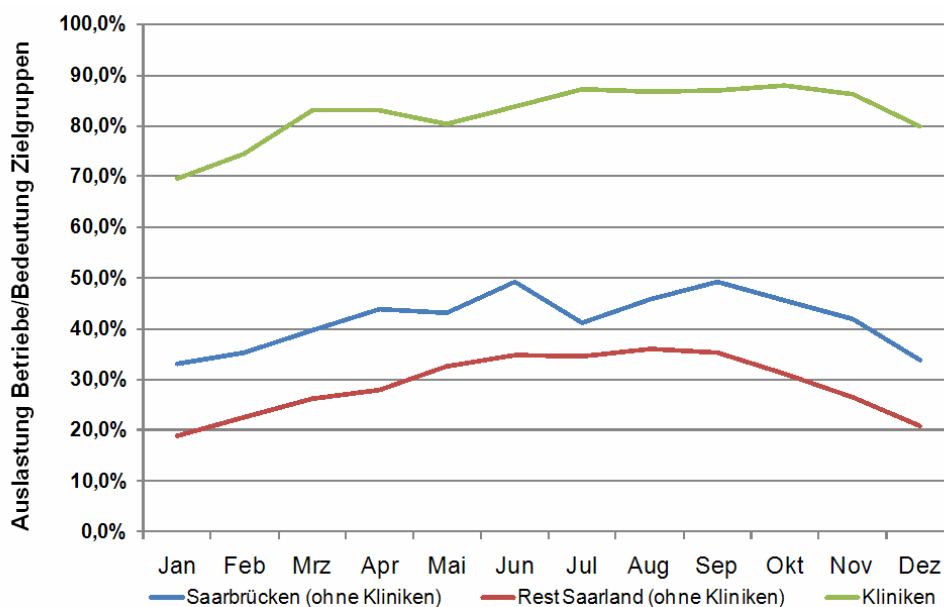
3. Saisonalitätsanalyse

Um die Ziele zur Entwicklung des Saarlandtourismus weiter präzisieren zu können, wurde eine Analyse der Saisonalität der Übernachtungsnachfrage vorgenommen. Hierbei wird differenziert zwischen der Saisonalität, also dem Jahresgang der Übernachtungen in gewerblichen Betrieben in Saarbrücken, in den Kliniken sowie im übrigen Saarland (ohne Kliniken), da sich diese Segmente jeweils signifikant voneinander unterscheiden. Als relevanter Kennwert wurde auf die Auslastung zurückgegriffen, da dadurch am besten sichtbar wird, wann Kapazitäten noch besser ausgelastet werden können.

Ergebnis:

- ▶ Die Auslastung der Kliniken verläuft ganzjährig auf hohem, relativ gleichmäßigem Niveau (zwischen 70 und 90 Prozent). Auslastungssteigerungen erscheinen hier im Wesentlichen nur im Januar und Februar möglich.
- ▶ Im übrigen Saarland ist die Auslastung der gewerblichen Beherbergungsbetriebe nur im Sommerhalbjahr höher als 30 Prozent und erreicht bis zu 35 Prozent, während sie in den Wintermonaten bis auf rund 20 Prozent abfällt. Hier bedarf es letztlich ganzjährig der Steigerung der Auslastung.
- ▶ In Saarbrücken ist das Auslastungsniveau ganzjährig höher als im übrigen Saarland. Im Juni und September werden Spitzenwerte von rund 50 Prozent Bettenauslastung, was bei einer Stadt wie Saarbrücken einer wesentlich höheren Zimmerauslastung entspricht. Von Januar bis März und im Dezember liegt die Auslastung hingegen unter 40 Prozent. Auch hier sind ganzjährig Auslastungsverbesserungen anzustreben, zeitweise dürfte es aber auch schon Kapazitätsengpässe geben.

Abbildung 5: Künftige Dynamik von Jung und Alt



Im nächsten Schritt ist zu klären, welche Zielgruppen welche Bedeutung haben:

Zielgruppen mit hoher quantitativer Bedeutung sind Familien mit schulpflichtigen Kindern (Bevölkerungsanteil 22 Prozent), ältere Paare und Mehrpersonenhaushalte von Älteren (17 Prozent), alleinstehende Senioren (16 Prozent) und Singles (15 Prozent).

Bis auf Familien mit schulpflichtigen Kindern und eingeschränkt auch junge Singles und Paare (9 Prozent) können alle Zielgruppen ganzjährig reisen, wenngleich naturorientierte Reisen (Rad, Wandern, Aktivurlaub in der Natur) schwerpunktmäßig von Frühjahr bis Herbst durchgeführt werden.

Zur besseren ganzjährigen Auslastung empfiehlt sich der Ausbau folgender Angebote:

- ▶ Mehr zielgruppenorientierte Beherbergungsbetriebe (Familien mit Kindern) zur Steigerung deren Anteils (bisher deutlich unterrepräsentiert im Saarland) und zur Steigerung der Auslastung im übrigen Saarland in den Ferienmonaten
- ▶ Mehr Freizeitattraktionen für Familien mit Kindern zur Auslastungssteigerung in den Ferienmonaten
- ▶ Mehr bedeutsame Ausstellungen zur Belebung des Städte- und Kulturtourismus (Paare, Senioren, Singles) von Oktober bis Mai
- ▶ Mehr Angebote im Bereich Gesundheit und Wellness zur Ansprache von älteren Paaren und Paaren ganz-jährig
- ▶ Mehr Angebote zum Thema Natur erleben im Sommerhalbjahr wie Radfahren und Wandern, einschließlich entsprechender Serviceleistungen.

Städte- und Kulturtouristen machen in der Regel Kurzurlaub, vorzugsweise am Wochenende. Hier ergeben sich gute Ergänzungsmöglichkeiten mit dem Tagungs-, Kongress- und Seminartourismus in Saarbrücken, der vorzugsweise von montags bis donnerstags für Nachfrage in den Stadthotels sorgt.