Kurzfassung zum Jahresbericht 2024

Sparkassen-Tourismusbarometer Saarland

Saarland-Tourismus im Wettbewerbsvergleich

Investitionen gestalten Zukunft: Perspektiven für den Hotelmarkt im Saarland

Finanzgruppe
Sparkassenverband Saar

EINFÜHRUNG

Das Sparkassen-Tourismusbarometer Saarland wird seit 2004 jährlich erstellt und veröffentlicht. Träger sind der Sparkassenverband Saar (SVSaar)[1] und das Land Saarland, vertreten durch das Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie.[2] Wissenschaftlich betreut und durchgeführt wird das Tourismusbarometer von der dwif-Consulting GmbH.

Ziele

Ziel des Tourismusbarometers[3] ist die kontinuierliche problemorientierte Beobachtung der Tourismusentwicklung im Saarland und in seinen Landkreisen. Das Tourismusbarometer wird auch in Ostdeutschland, Schleswig-Holstein sowie in Nordrhein-Westfalen durchgeführt.

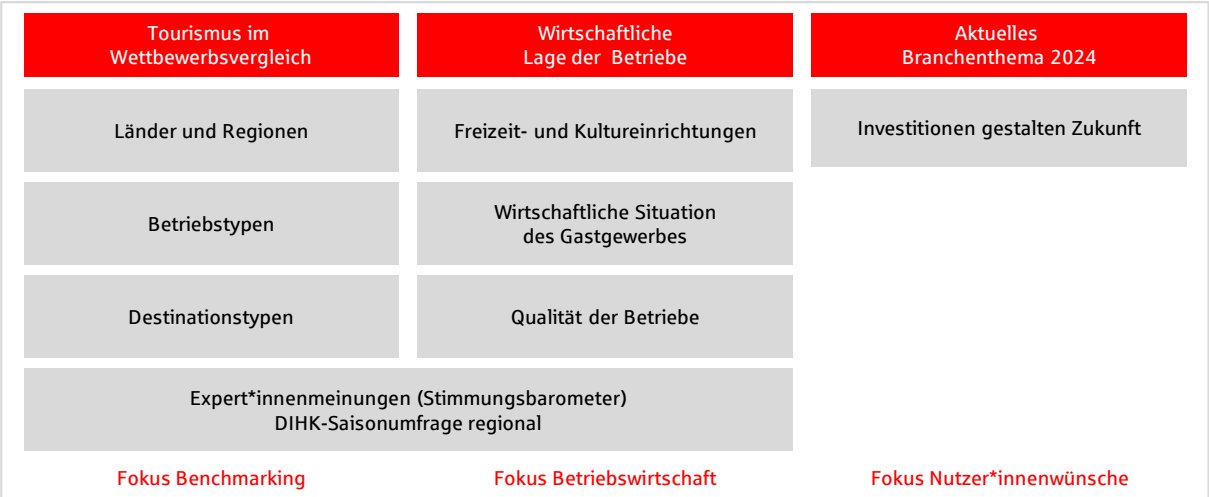
Es macht den Nutzer auf Erfolge und Misserfolge sowie auf wichtige strukturelle Veränderungen der Tourismusbranche aufmerksam. Als Frühwarnsystem dient es dazu, rechtzeitig auf problematische Entwicklungen hinzuweisen und Handlungsbedarf zu identifizieren. Das kontinuierliche Monitoring ermöglicht zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche. Letztlich soll das Tourismusbarometer Entscheidungsfindungen für die Infrastrukturentwicklung ebenso wie für das Marketing erleichtern.

Das Tourismusbarometer …

- ermöglicht durch den Einsatz eines umfassenden Datensets strukturelle (über-)regionale Vergleiche und Einschätzungen zur Angebots- und Nachfrageentwicklung des Tourismus im Saarland.
- schließt Informationslücken der amtlichen Tourismusstatistik.
- bietet als einziges Marktforschungsinstrument Informationen zum Markterfolg touristischer Freizeiteinrichtungen.
- analysiert die aktuelle wirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen.
- gibt einen Überblick über das aktuelle Qualitätsniveau der Betriebe im Saarland.
- fokussiert aktuelle Branchenthemen, die der Beirat[4] des Tourismusbarometers jährlich festlegt.

Das aktuelle Branchenthema des Tourismusbarometers 2024 behandelt das Themenfeld „Investitionen gestalten Zukunft“.

Abb. 1: Module des Tourismusbarometers



Quelle: dwif 2024

[1] www.svsaar.de
[2] www.wirtschaft.saarland.de
[3] www.svsaar.de und www.sparkassen-tourismusbarometer.de
[4] Siehe Verzeichnis der Beiratsmitglieder.

VORWORT SPARKASSEN-TOURISMUSBAROMETER 2024

Cornelia Hoffmann-Bethscheider
Präsidentin Sparkassenverband Saar

Liebe Leserinnen und Leser,

seit fast zwei Jahrzehnten begleitet die Sparkassen-Finanzgruppe Saar die Erstellung des Sparkassen-Tourismusbarometers mit großem Engagement. Diese Publikation ist zu einer wertvollen Orientierungshilfe für die Tourismusbranche geworden – sie zeigt nicht nur aktuelle Entwicklungen auf, sondern gibt auch wertvolle Impulse und konkrete Empfehlungen. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag, um dieser für unser Saarland so bedeutenden Branche eine starke Zukunft zu sichern.

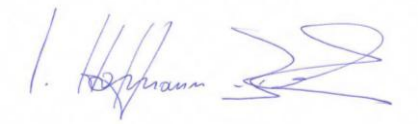
Der Tourismus im Saarland steht für Erfolg, Innovation und Wachstum. Mit über 3,25 Millionen Übernachtungen im vergangenen Jahr haben wir einen neuen Rekord aufgestellt. Das zeigt eindrucksvoll, wie fest unser schönes Saarland als Reiseziel auf der touristischen Landkarte verankert ist. Diese positive Entwicklung ist das Ergebnis von klugen Investitionen in die touristische Infrastruktur und neuen Anreizen für Gäste. Der Ausbau von Kapazitäten und die strategische Weiterentwicklung in vielen Landkreisen tragen dazu bei, dass unsere Region für Besucher aus nah und fern weiterhin attraktiv bleibt.

Als Sparkassen-Finanzgruppe Saar sehen wir es als unsere Aufgabe, diesen Prozess aktiv zu unterstützen. Unsere Institute sind verlässliche Partner, wenn es um die Finanzierung von Investitionen und die Förderung regionaler Projekte geht. Wir stehen der Hotellerie, Gastronomie und Touristik zur Seite, um ihre Betriebe fit für die Zukunft zu machen – sei es durch Modernisierung, Expansion oder nachhaltige Innovationen.

Besonders stolz sind wir darauf, nicht nur finanziell zu unterstützen, sondern auch persönlich vor Ort zu beraten. Wir stehen den Inhaberinnen und Inhabern der Betriebe mit Rat und Tat zur Seite, damit sie die richtigen Weichen für eine erfolgreiche Zukunft stellen können. Denn die Weiterentwicklung des Tourismus stärkt nicht nur unsere regionale Wirtschaft, sondern auch das Saarland als einen lebens- und liebenswerten Ort für uns alle.

Trotz einiger Herausforderungen der Branche bin ich für das Jahr 2025 zuversichtlich. Unsere Tourismusbetriebe in Gastronomie, Hotellerie und der Veranstaltungsbranche sind innovativ, widerstandsfähig und gut aufgestellt. Das Saarland bietet so viel, das Menschen begeistert: von atemberaubender Natur über lebendige Kultur bis hin zu einer hervorragenden Gastronomie. Gemeinsam mit Politik, Wirtschaft, Verbänden und den engagierten Menschen in unserem Land werden wir den Tourismus im Saarland auch im kommenden Jahr weiter stärken und erfolgreich gestalten.

Ihre Cornelia Hoffmann-Bethscheider



Saarbrücken, November 2024

VORWORT SPARKASSEN-TOURISMUSBAROMETER 2024

Jürgen Barke
Minister für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie

Der Tourismus im Saarland läuft weiter auf Hochtouren. Mit 3,25 Millionen touristischen Übernachtungen konnten wir im vergangenen Jahr einen neuen Spitzenwert erreichen. Dieses großartige Ergebnis zeigt, dass die Tourismuskonzeption der Landesregierung sehr erfolgreich wirkt. Mit viel Herzblut und einem klaren Fahrplan konnten wir das Saarland als attraktives Reiseziel auf der touristischen Landkarte deutlich positionieren und etablieren. Neben den Aktivthemen wie Wandern oder Radfahren sind es vor allem Kultur- und Genussthemen, die zahlreiche Gäste in unser schönes Bundesland locken. Indem wir in die bestehende Infrastruktur investieren und mit den Unternehmen zusammen neue touristische Anreize schaffen, setzen wir kontinuierlich starke Impulse für unsere Besucherinnen und Besucher. Auch der Tagestourismus hat viele positive Effekte für das Saarland. Die kulturellen Highlights der saarländischen Veranstaltungsbranche sind echte Gäste-Magnete, die ihre Anziehungskraft über die Grenzen des Saarlandes hinaus entfalten.

Das Sparkassen-Tourismusbarometer ist ein wichtiges Marktforschungsinstrument, das uns die Entwicklung in den einzelnen Segmenten sowie in den fünf Landkreisen und dem Regionalverband fundiert aufzeigt. Das diesjährige Branchenthema „Investitionen gestalten Zukunft“ zeigt, wie das saarländische Hotelsegment Angebotsengpässe vermeiden, Angebotslücken aufdecken und Zukunftsperspektiven schaffen kann. Außerdem bietet das Branchenthema eine gezielte Hotelmarktanalyse an, die notwendige Hotelbedarfe aufspürt und Konzeptvorschläge anbietet. Schließlich zeigt der Punkt „Strategische Weiterentwicklung“ nützliche Anlaufpunkte und Tipps für die saarländischen Beherbergungsbetriebe auf. Ziel ist es, die bereits vorhandene Qualität in diesem Bereich noch weiter auszubauen, um auch in Zukunft ein attraktives Reiseland zu sein.

Wir haben längst erkannt, dass der Tourismus ein wichtiger Wirtschaftszweig, ein vielseitiger Arbeitgeber und ein echter Leistungsträger im Strukturwandelprozess unseres Landes ist. Daran wollen wir anknüpfen und das geht am besten gemeinsam. Daher starten wir Ende 2024 auch unseren partizipativen Prozess zur Entwicklung der neuen saarländischen Tourismusstrategie 2035.

Tourismus ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Wollen wir gemeinsam erfolgreich sein, müssen sich viele Akteure beteiligen und ihre Expertise, Ideen und Tatkraft einbringen. Die Tourismusstrategie 2035 bietet die große Chance, die Zukunftsthemen des saarländischen Tourismus intensiv zu beleuchten und gemeinsam umzusetzen.

Ihr Jürgen Barke

Saarbrücken, November 2024

KONJUNKTURBERICHT ZUM SAARLAND-TOURISMUS

Positive Signale und gute Zukunftsaussichten als Basis für neue Narrative

Pandemie, Angriffskrieg auf die Ukraine, der Klimawandel mit seinen spürbaren Folgen, Inflation und Kostensteigerungen, Fach- und Arbeitskräftemangel … Die Herausforderungen für Gesellschaft und Tourismus wachsen und werden komplexer, eine Krise scheint der nächsten zu folgen. „Krisenmodus" wurde 2023 zum Wort des Jahres gekürt[5]. Die Zukunftsforschung bemüht den Begriff „Omnikrise" und verweist auf den globalen historischen Transformationsprozess, „der das Krisenhafte als festen Bestandteil einer neuen Normalität etabliert. Die Omnikrise ist gekommen, um zu bleiben".[6] Und gerade deswegen gilt es, mit ihr umzugehen, konstruktive Zukunftsbilder und Visionen zu schaffen, Chancen und Möglichkeiten zu identifizieren und die Tourismusentwicklung aktiv zu gestalten, kurz: Neue Narrative für den Tourismus sind gefragt.[7] Denn positive Signale und gute Zukunftsaussichten für die Tourismusbranche gibt es auch in der Krisensituation.

Saarland-Tourismus in der Erfolgsspur

2023 war das Erfolgsjahr für den Tourismus im Saarland. Im ersten Jahr ohne pandemiebedingte Einschränkungen wurden laut amtlicher Statistik rund 1,13 Millionen Gäste und 3,25 Millionen Übernachtungen gezählt. Das ist sowohl bei der Zahl der Gäste als auch bei den Übernachtungen ein Rekord. Mit einem Übernachtungsplus von 7,7 Prozent gegenüber 2022 lag das Saarland im Mittelfeld der Bundesländer. Insgesamt konnten städtisch geprägte Bundesländer, die durch eine langsamere Recovery als andere Destinationen gekennzeichnet waren, 2023 wieder deutlich zulegen, was die Wachstumsraten von Hessen (+13,1 Prozent), Nordrhein-Westfalen (+12,8 Prozent) und Berlin (+11,5 Prozent) aufzeigen. Bundesweit sind die Übernachtungszahlen 2023 um 8,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr gestiegen, und auch das Niveau von 2019 ist mit -1,7 Prozent fast wieder erreicht. In sieben Bundesländern, darunter dem Saarland (+1,1 Prozent), wurde es bereits überschritten.

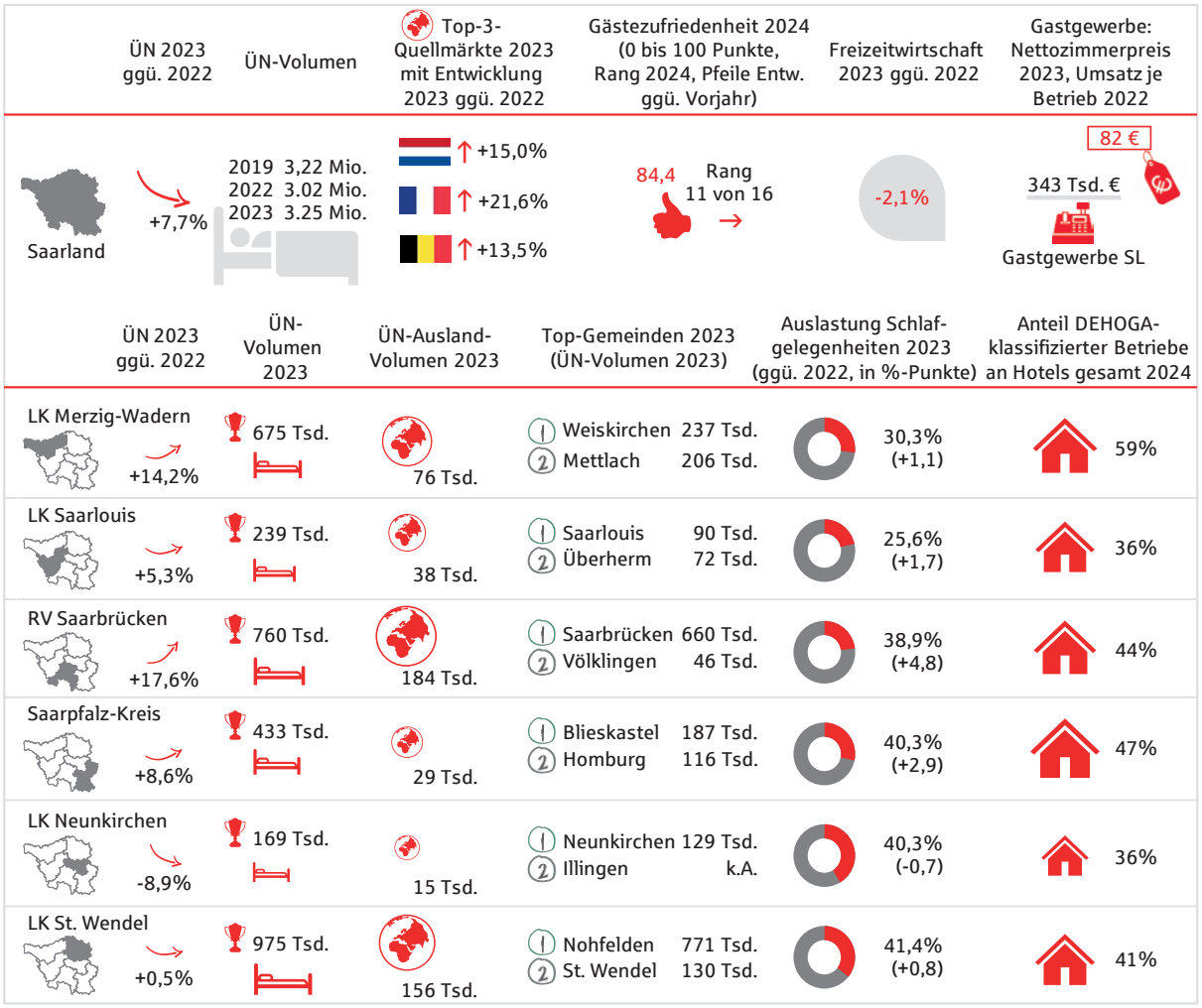
Der **Regionalverband Saarbrücken** entwickelte sich 2023 am dynamischsten unter den saarländischen Regionen. Dies belegt das Wiedererstarken des Städte- und Geschäftstourismus. Die Übernachtungszahlen stiegen gegenüber dem Vorjahr um 17,6 Prozent und lagen damit 13,4 Prozent über denen des Jahres 2019. Diese positive Entwicklung lag auch an einem deutlichen Plus der internationalen Märkte, die rund ein Viertel der Übernachtungen im Regionalverband Saarbrücken generieren. In diesem Bereich stiegen die Übernachtungszahlen gegenüber dem Vorjahr um 37,4 Prozent. Damit ist der Regionalverband Saarbrücken die einzige saarländische Region, die beim Incoming-Tourismus das Vor-Pandemie-Niveau bereits wieder übertreffen konnte. Unter den Top-Quellmärkten ragten die Niederlande und Polen heraus. Polen avancierte durch ein Übernachtungsplus von 132,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr zum zweitstärksten Quellmarkt im Regionalverband. Wo in anderen Bundesländern häufig längere Aufenthaltsdauern auf Saisonarbeiter*innen und Monteur*innen hindeuten, ist dieser Effekt im Saarland anhand der Zahlen nicht zu belegen. Aus dem drittstärksten Quellmarkt Niederlande stiegen die Übernachtungszahlen gegenüber dem Vorjahr um etwas mehr als ein Viertel, so dass das Vor-Pandemie-Niveau um mehr als 50 Prozent übertroffen wurde. Die Übernachtungen aus dem stärksten Quellmarkt Frankreich entwickelten sich ebenfalls positiv.

Mit 14,2 Prozent mehr Übernachtungen als im Jahr 2022 setzte sich der **Landkreis Merzig-Wadern** ebenfalls positiv von den anderen Landkreisen ab. Auch das Vor-Pandemie-Niveau konnte dadurch um 8,7 Prozent übertroffen werden. Die Übernachtungszahlen wurden u. a. auch durch die Verlegung des Standortes einer Rehaklinik von Illingen nach Weiskirchen Ende Juli 2023 positiv beeinflusst. Damit handelt es sich also in Teilen um nicht durch das Marketing beeinflussbare Verschiebungseffekte zwischen den Landkreisen. Die Übernachtungszahlen aus dem Ausland stiegen 2023 um 16,0 Prozent, erreichten damit aber noch nicht das Niveau des Jahres 2019. Das lag unter anderem an den Niederlanden. Der mit Abstand stärkste Quellmarkt, aus dem rund jede vierte ausländische Übernachtung

5 Gesellschaft für deutsche Sprache (gfds.de)
6 The Future:Project AG 2024
7 The Future:Project AG 2024

stammte, verpasste das Vorjahresergebnis leicht. Gegenüber 2019 fehlte noch rund jede zehnte Übernachtung aus diesem Markt. Der zweitstärkste Quellmarkt Belgien lag bereits wieder im Plus. Luxemburg als drittstärkster Quellmarkt legte 2023 um rund ein Drittel zu. Hier waren die Rückgänge gegenüber 2019 mit 42,6 Prozent weniger Übernachtungen allerdings noch besonders stark.

Abb. 2: Kernkennzahlen zum Saarland-Tourismus



Quelle: dwif 2024, Daten: Statistisches Amt Saarland, TrustYou GmbH, Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft, IHA-Hotelmarktbericht 2022, DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH

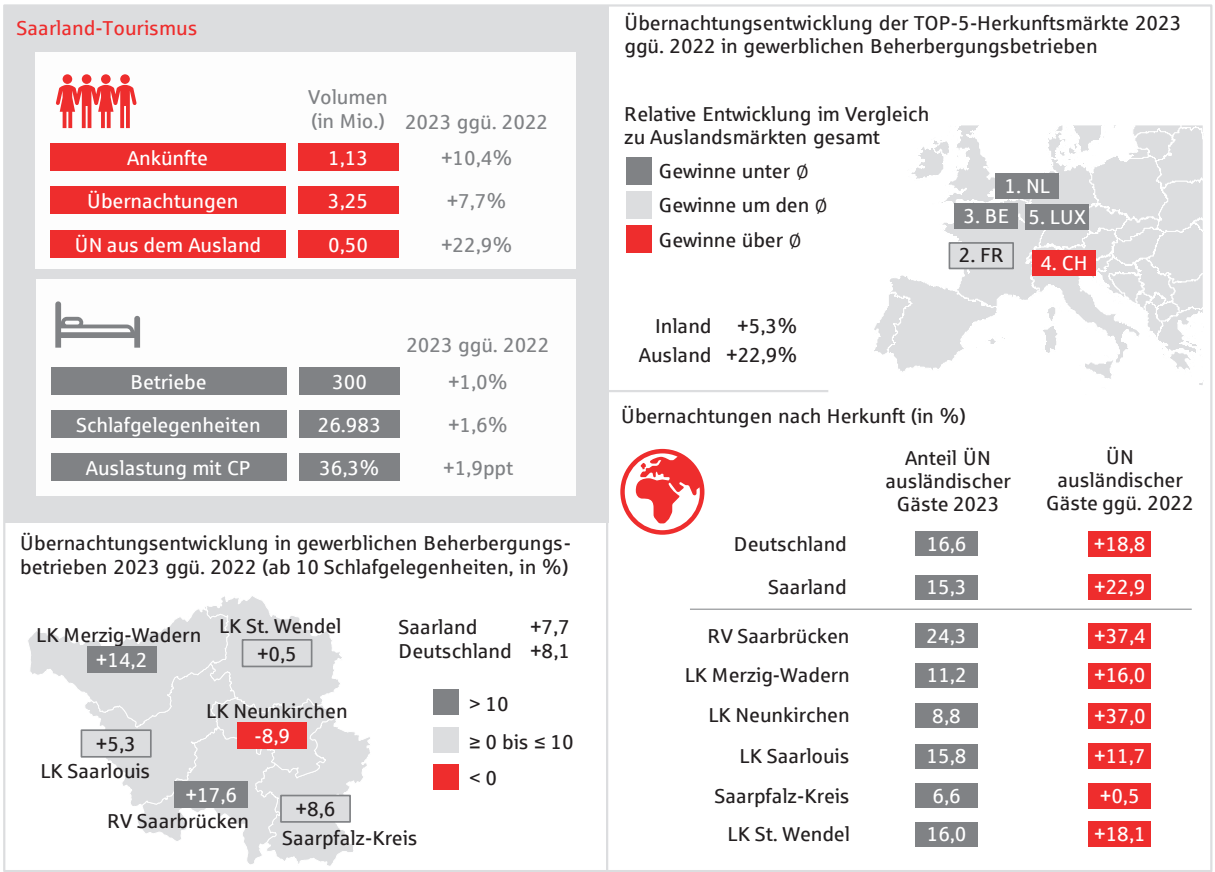
Der **Saarpfalz-Kreis** zählte ebenfalls zu den Gewinnern des Jahres 2023. Die Übernachtungszahlen stiegen gegenüber dem Vorjahr um 8,6 Prozent, so dass auch hier die Zahlen von 2019 übertroffen wurden (+1,0 Prozent). Der Übernachtungsanteil aus dem Ausland ist im Saarpfalz-Kreis mit 6,6 Prozent vergleichsweise niedrig. Die Zahl der ausländischen Übernachtungen wuchs mit +0,5 Prozent nur sehr moderat, mit -14,4 Prozent gegenüber dem Jahr 2019 ist hier noch deutlich Luft nach oben. Die Übernachtungszahlen aus dem stärksten Quellmarkt Niederlande brachen 2023 um -7,0 Prozent ein. Der französische Markt zeigte sich stabil.

Der **Landkreis Saarlouis** platziert sich mit 5,3 Prozent mehr Übernachtungen als 2022 im Mittelfeld der saarländischen Regionen. Das Niveau des Jahres 2019 wurde hier zu 96 Prozent wieder erreicht. 15,8 Prozent der Übernachtungen im Landkreis Saarlouis stammen aus dem Ausland. Gegenüber dem Vorjahr wuchs dieser Anteil um etwas mehr als ein Zehntel, in gleicher Höhe liegt der Wert noch unter dem Niveau des Jahres 2019. Während der Top-Quellmarkt Frankreich 2023 deutlich zulegte, brachen die Übernachtungszahlen aus den zweit- und drittstärksten Märkten Luxemburg und Niederlande 2023 im zweistelligen Bereich ein.

Im volumenstärksten **Landkreis St. Wendel** stiegen die Übernachtungszahlen im Vergleich zum Vorjahr nur leicht um 0,5 Prozent. Das Niveau des Jahres 2019 wurde damit noch um rund drei Prozent verfehlt, was auch mit der Sanierung eines Großteils der Ferienhäuser im Center Parcs Park Bostalsee zusammenhing. Rund jede sechste Übernachtung stammte 2023 aus dem Ausland. Gegenüber dem Vorjahr stieg die Zahl der Übernachtungen ausländischer Gäste um knapp ein Fünftel. Der volumenstärkste ausländische Quellmarkt Niederlande übertraf die Übernachtungszahlen des Vorjahres um rund ein Viertel. Damit wurden rund 94 Prozent des Niveaus von 2019 erreicht. Frankreich und Belgien auf den Plätzen zwei und drei legten ebenfalls deutlich zweistellig zu, verfehlten aber ebenfalls im zweistelligen Bereich die Übernachtungszahlen des Jahres 2019. Besonders verdeutlicht dies der belgische Markt, aus dem weiterhin rund ein Fünftel der Nachfrage im Vergleich zu 2019 fehlte. Die Recovery, aber möglicherweise auch sich dauerhaft verändernde Marktstrukturen (z.B. ein verändertes Reiseverhalten der Belgier*innen), sind hier zu beobachten.

Der **Landkreis Neunkirchen** war der einzige saarländische Landkreis, der das Vorjahresniveau verfehlte, was vorrangig mit der Standortverlegung einer Reha-Klinik Ende Juli 2023 von Illingen nach Weiskirchen im Landkreis Merzig-Wadern zusammenhing. Die Übernachtungszahlen sanken um 8,9 Prozent und lagen damit sogar unter denen des Pandemiejahres 2020. Damit wurden 2023 knapp ein Drittel weniger Übernachtungen als 2019 verbucht. Die Verluste stammten ausschließlich aus dem inländischen Markt. Sie sind zum Großteil auf die Verlegung der Reha Klinik in den Landkreis Merzig-Wadern zurückzuführen. Die Übernachtungszahlen aus dem Ausland stiegen um 37,0 Prozent. Die Top-Quellmärkte sind die Niederlande, die Schweiz, Belgien und Frankreich. Während die Übernachtungszahlen aus der Schweiz und aus Belgien hohe zweistellige Wachstumsraten erzielten und beide Märkte auch die Übernachtungszahlen des Jahres 2019 bereits wieder übertrafen, gab es aus dem französischen Markt leichte Rückgänge gegenüber dem Vorjahr.

Abb. 3: Touristische Nachfrage im Saarland

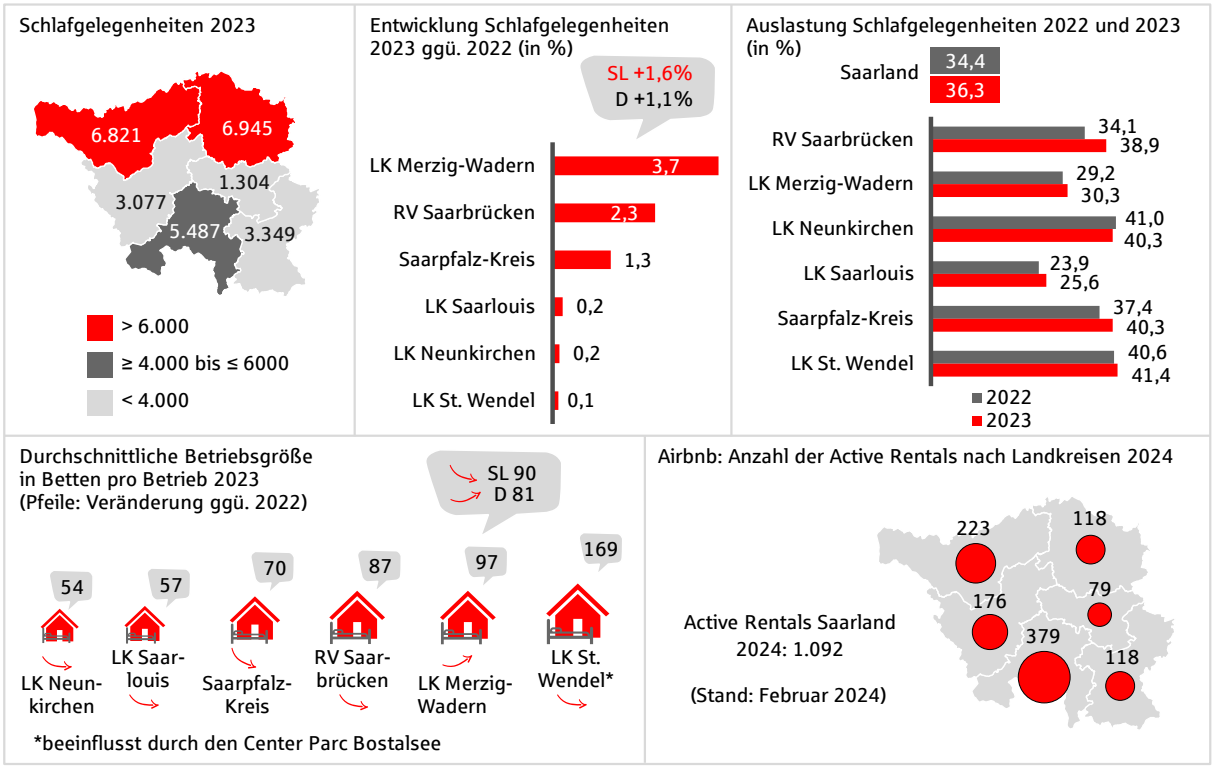


Quelle: dwif 2024, Daten: Statistisches Bundesamt, Statistisches Amt Saarland

Stetiger Kapazitätsausbau im Saarland, Auslastung steigt ebenfalls an

Im Saarland hat das zweite Jahr in Folge ein Kapazitätsausbau stattgefunden. Mit Stand Juli 2023 standen den Gästen rund 27.000 Schlafgelegenheiten in 300 gewerblichen Betrieben ab zehn Betten zur Verfügung. Die Zahl der Betriebe hat gegenüber dem Vorjahr leicht um 1,0 Prozent zugenommen, bundesweit ging sie um 1,1 Prozent zurück. Damit gab es 2023 im Saarland 29 Betriebe mehr als im Jahr 2019 (+10,7 Prozent). Bundesweit ging die Zahl der Betriebe im gleichen Zeitraum um 5,8 Prozent zurück. Nur Brandenburg meldete ebenfalls steigende Betriebszahlen. Auch bei der Zahl der Schlafgelegenheiten setzt sich das Saarland positiv vom Bundesdurchschnitt ab. Gegenüber dem Vorjahr stiegen die Kapazitäten um 1,6 Prozent und damit etwas dynamischer als bundesweit (+1,1 Prozent). Gegenüber 2019 war das Saarland das Bundesland mit dem größten Kapazitätswachstum (+9,0 Prozent). Bundesweit stiegen die Kapazitäten um 1,6 Prozent. Die durchschnittliche Betriebsgröße im Saarland lag 2023 bei 89,9 Schlafgelegenheiten und damit über dem Bundesdurchschnitt. Gegenüber dem Vorjahr ist sie leicht gestiegen. Die Auslastung der Schlafgelegenheiten lag bei 36,3 Prozent, ein Wert, der den des Vorjahres um 1,9 Prozentpunkte übertraf. Damit liegt das Saarland unter dem deutschen Durchschnitt von 37,8 Prozent.

Abb. 4: Touristisches Angebot im Saarland



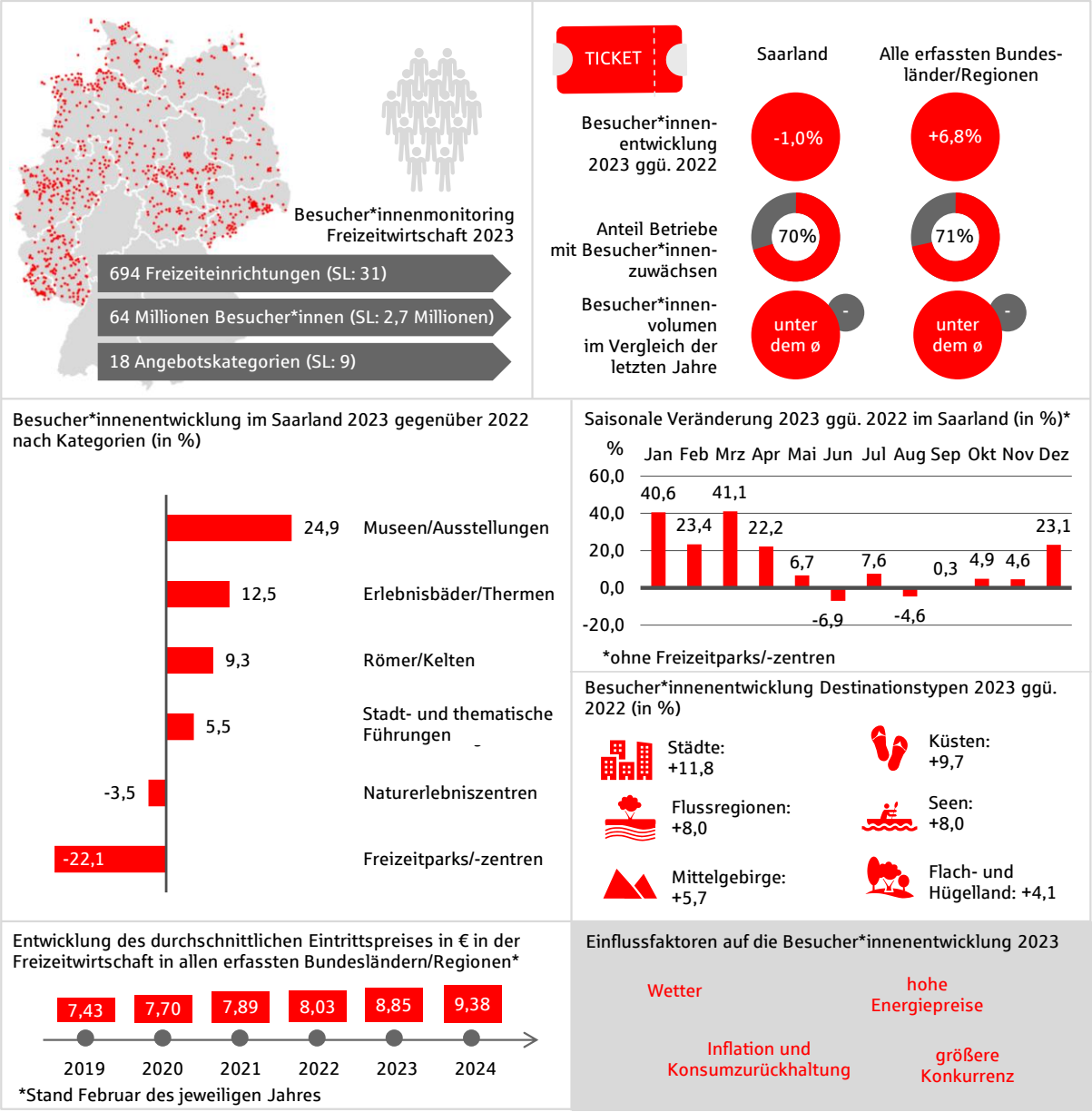
Quelle: dwif 2024, Daten: Statistisches Bundesamt, Statistisches Amt Saarland

Freizeiteinrichtungen im Saarland holten 2023 auf

Auch für die Freizeiteinrichtungen war 2023 durchgängig das erste Normaljahr ohne Restriktionen nach drei Jahren mit teils starken Reglementierungen oder Komplettschließungen. Die Besucher*innenzahlen in den Freizeiteinrichtungen im Saarland sind 2023 gegenüber dem Vorjahr um 1,0 Prozent zurückgegangen und entwickelten sich damit schlechter als in allen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern (+6,7 Prozent). Im Vergleich mit dem Jahr 2019 zeigt sich, dass die saarländischen Freizeiteinrichtungen noch 16,4 Prozent unter dem Niveau von 2019 liegen. Das Ergebnis 2023 ist allerdings stark beeinflusst durch das negative Abschneiden von drei besucherstarken Outdoor-Freizeitzentren, die wetterbedingt Einbußen verbuchten. Rechnet man diese heraus, so lägen die Besucher*innenzahlen der saarländischen Freizeiteinrichtungen 10,7 Prozent über denen des Vorjahres und nur 3,5 Prozent unter dem Ergebnis von 2019. Die saarländischen Einrichtungen holten demzufolge auf

und schnitten ohne die Freizeitzentren besser ab als der Durchschnitt der Einrichtungen aller am Monitoring teilnehmenden Bundesländer. Insgesamt übertrafen sieben von zehn Einrichtungen 2023 das Vorjahresergebnis, ein Drittel der Einrichtungen lag bereits über den Werten von 2019. Bis auf die Naturerlebniszentren und die Freizeitzentren waren alle Kategorien gegenüber dem Vorjahr im Plus.

Abb. 5: Freizeitwirtschaft im Saarland im Überblick



Quelle: dwif 2024, Daten: Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

2024 sind die Eintrittspreise in den Freizeiteinrichtungen weiter gestiegen, allerdings weniger stark als im Vorjahr. In allen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern verteuerten sich die Eintrittspreise im Frühjahr 2024 um 6,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der durchschnittliche Preisanstieg in den Freizeiteinrichtungen im Saarland lag mit 4,4 Prozent leicht darunter. Die Preise für Stadt- und thematische Führungen (+27,8 Prozent) stiegen deutlich stärker an als in anderen Bundesländern. Nach wie vor liegen die durchschnittlichen Preise für eine Stadt- oder thematische Führung im Saarland mit 5,75 Euro unter dem Durchschnittspreis aller Anbietenden (8,00 Euro). Auch die Durchschnittspreise für einen Museumsbesuch im Saarland sind verhältnismäßig günstig. Hier sind die Eintrittspreise 2023 stabil geblieben (in allen am Monitoring teilnehmenden Museen: +6,9 Prozent).

Stetig steigende Zimmerauslastung und Zimmererlöse im Saarland
Bereits im Jahr 2022 war der gestiegene Umsatz in großen Teilen auf die höhere Zimmerauslastung zurückzuführen (55,6 Prozent). Diese konnte im Jahr 2023 um weitere 14 Prozent gesteigert werden. Mit einem Niveau von 63,4 Prozent liegt die Auslastung zwar weiterhin 9,7 Prozent unter dem Wert von 2019 (73,9 Prozent), jedoch ist eine fortschreitende Erholung erkennbar. Dies entspricht weitestgehend der gesamtdeutschen Entwicklung, wobei das Saarland leicht unterhalb des Bundesschnitts liegt. Im Vergleich zum Nachbarbundesland Rheinland-Pfalz, das eine Auslastung von 60,3 Prozent verzeichnet, schneidet das Saarland jedoch besser ab. Die Zimmerpreise sind im Saarland erneut angestiegen. Durchschnittlich kostete im Jahr 2023 ein Hotelzimmer pro Nacht 82 Euro, gegenüber 76 Euro im Jahr 2022. Der Übernachtungspreis in Saarbrücken entspricht demselben wie des gesamten Bundeslandes und zeigt damit weiterhin ein relativ homogenes Preisbild. Deutschlandweit liegt der Übernachtungspreis bei durchschnittlich 113 Euro, während das Nachbarbundesland Rheinland-Pfalz seine Preise auf 96 Euro angehoben hat. Rein betriebswirtschaftlich betrachtet bedarf es im Saarland eines weiteren Anstiegs der Preise.

Erstmals können im Jahr 2024 im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers auch Preisanalysen in der Gastronomie durchgeführt werden. Diese beginnen zunächst mit einer Nullmessung, bevor ab 2025 Entwicklungen verfolgt werden. Über ein Panel von gut 40 Betrieben im Saarland wird die Preisentwicklung bei Speisen und Getränken in Restaurants mit klassisch deutscher, asiatischer und italienischer Küche beobachtet. Derzeit kostet ein halber Liter Bier im Saarland rund 4,80 Euro, ein Flammkuchen nach Elsässer Art etwa 11,80 Euro, ein 0,2-Liter-Glas Rotwein circa 5,30 Euro und ein Schnitzel mit Salat und Pommes frites durchschnittlich 17,50 Euro, weniger z.B. als in den ostdeutschen Bundesländern.

Saarland-Tourismus wächst trotz eines konjunkturell schwierigen Umfeldes

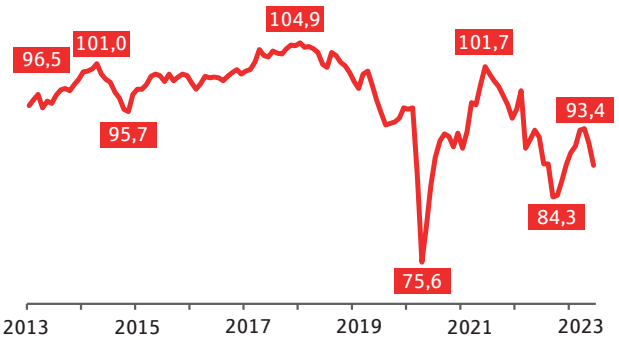
Gestiegene Sorgen rund um die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen
Das Gastgewerbe im Saarland hat seit Anfang 2020 eine turbulente Zeit erlebt, gekennzeichnet durch kurze Erholungsphasen und starke Rückgänge. In der Retrospektive wird deutlich, dass die Stimmung im Gastgewerbe zwischen 2020 und 2022 deutlich pessimistischer war als in der Gesamtwirtschaft, jedoch ebenso schnell wieder anzog.

Insgesamt sind die allgemeinen Rahmenbedingungen ambivalent. Das Konsumklima sinkt, aber der Geschäftsklimaindex, speziell im Gastgewerbe, liegt über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt. Aktuell lässt sich festhalten: Das Gastgewerbe verzeichnete nach einer erfolgreichen Sommersaison 2023 eine leichte Verschlechterung der Stimmungslage. Insbesondere die Geschäftserwartungen für die kommende Saison werden im Frühsommer 2024 pessimistischer bewertet als im gleichen Zeitraum des Jahres 2023. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bereiten den Unternehmen zunehmend Sorgen, ebenso die steigenden Kosten und der Mangel an Fachkräften, die weiterhin bestehende Herausforderungen darstellen. Das größte Risiko wird nach wie vor bei den Energie- und Rohstoffpreisen gesehen, jedoch nicht mehr so drastisch wie noch vor einem Jahr wahrgenommen. Denn diese sind im Mai 2024 gegenüber dem Vorjahresmonat um 1,1 Prozent günstiger geworden.

Mehr Erwerbstätige im Gastgewerbe, aber Arbeitskräftemangel weiter zentrales Thema
In den meisten Bundesländern waren noch nie so viele Menschen im Gastgewerbe beschäftigt wie im Jahr 2023: Beschäftigungshochs und gleichzeitig Personalmangel. Mitunter ein Grund für den weiter wachsenden Personalbedarf ist das steigende Gesamtangebot im Gastgewerbe. Eine weitere These ist, dass das vorhandene Arbeitsvolumen pro Kopf in den letzten Jahren zurückgegangen ist (mehr Teilzeit bzw. individuelle Vereinbarungen mit weniger als den klassischen 40 Stunden/Woche). Zahlen der Bundesagentur für Arbeit belegen dies über alle Branchen hinweg für Deutschland und die Bundesländer.

Abb. 6: Kennzahlen zur Konjunktur- und Marktbewertung für das Gastgewerbe im Saarland

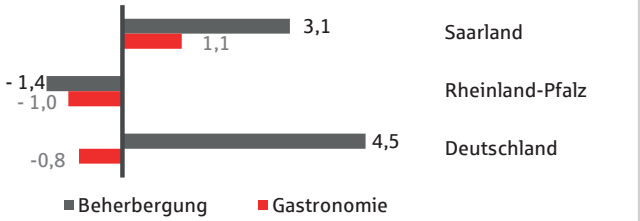
Ifo Geschäftsklimaindex für Deutschland (Index 2013=100)



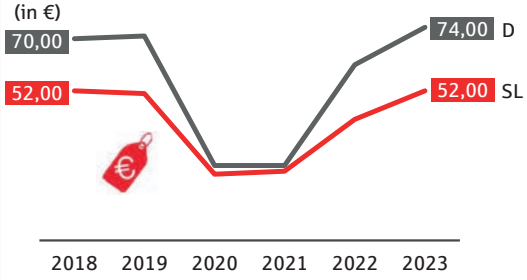
Zimmerauslastung (in %) und Nettozimmerpreis 2019 und 2023 (in €) in Deutschland und Veränderung (in %)

	Saarland		Deutschland	
	2023	ggü. 2019	2023	ggü. 2019
Zimmer-auslastung	63,4	-14,2	65,1	-9,8
Zimmerpreis	82,00	+18,8	113,00	+15,3

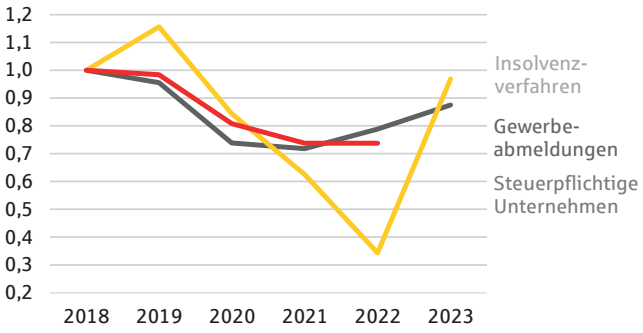
Reale (preisbereinigte) Umsatzentwicklung in Beherbergung und Gastronomie 2023 im Vergleich zum Vorjahr (in %)



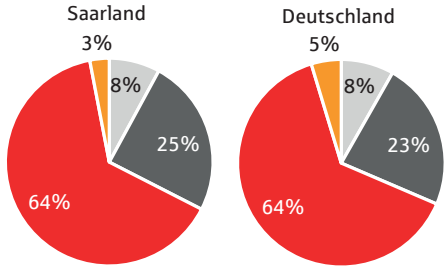
RevPAR im Saarland und in Deutschland 2018 bis 2023 (in €)



Entwicklung von Gewerbeabmeldungen, Insolvenzen und steuerpflichtigen Unternehmen im saarländischem Gastgewerbe 2018 bis 2023 (Index 2018=100)



Arbeitsmarkt im Saarland: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Berufen im Tourismus 2023 ggü. 2019 (absolut und in %)

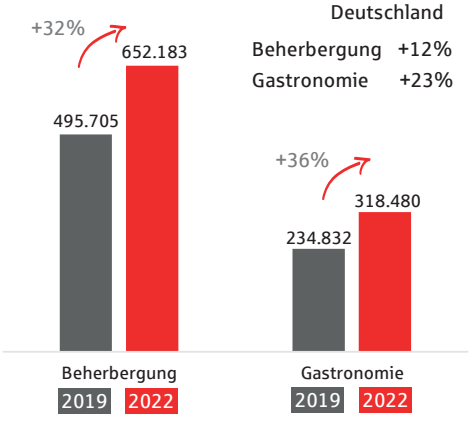


Saarland	2023	2019	ggü. 2019
Gastronomie	5.139	5.260	-2%
Hotellerie	1.960	1.211	+62%
Tourismus und Sport	632	742	-15%
Veranstaltungsservice/ -management	239	204	+17%

DIHK-Konjunkturumfrage: Wo sehen Sie die größten Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung Ihres Unternehmens in den kommenden zwölf Monaten? (Gastgewerbe Deutschland, in %)

	Mai 2024	Mai 2023
Energie- und Rohstoffpreise	77	84
Arbeitskosten	67	68
Fachkräftemangel	58	67
wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen	55	44
Inlandsnachfrage	38	27
Finanzierung	13	14
Auslandsnachfrage	11	10
Wechselkurs	0	1

Durchschnittlicher Umsatz pro Betrieb (Beherbergung und Gastronomie im Saarland 2019 und 2022 sowie Veränderung)



Quelle: dwif 2024, Daten ifo Institut, DIHK, Statistisches Bundesamt, Bundesagentur für Arbeit, STR Global

Auch im Saarland hat sich die Beschäftigtenzahl erhöht. In der Hotellerie sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten seit 2019 um 61,8 Prozent gestiegen. Die Gesamtbeschäftigungsanzahl im Gastgewerbe liegt aber noch 0,6 Prozent unterhalb des Wertes von 2019. Der Großteil davon ist in der Gastronomie angestellt: 20.000 der insgesamt 23.260 Beschäftigten. Besonders deutlich zeigt sich die kritische Situation des Arbeitsmarktes auch an der Auszubildendenstatistik: Die Zahl der Ausbildungsstellen im Gastgewerbe ist im Saarland laut Bundesagentur für Arbeit seit 2017 um 14 Prozent zurückgegangen. Während vor fünf Jahren noch 386 Ausbildungsstellen im Gastgewerbe gemeldet wurden, waren es 2023 nur noch 289. Dabei ist die Gastronomie stärker betroffen als das Beherbergungsgewerbe. Positiv hervorzuheben ist, dass die Zahl der unbesetzten Stellen, gemessen an gemeldeten Stellen im Gastgewerbe von 24,3 Prozent im Jahr 2022, auf 18,7 Prozent im Jahr 2023 sank. Bedingt durch den demografischen Wandel kombiniert mit dem wachstumsbedingt steigenden Personalbedarf muss das Gastwerbe noch stärker auf ausländische Mitarbeitende zurückgreifen. Wichtig sind die Attraktivität als Branche und der Arbeitsstandort. Willkommenskultur und Gastfreundschaft sind nicht nur den Gästen entgegenzubringen, sondern auch auf dem Arbeitsmarkt ein wichtiger Standortfaktor.

DEHOGA schätzt fast 4.000 fehlende Arbeitskräfte im Saarland.

Steigende Kosten werden von den Gästen nur bei einer hohen Angebotsqualität akzeptiert

Die Kosten für Reisen sind in den letzten Jahren stark gestiegen. So erhöhten sich die Tagesausgaben in Deutschland im Jahr 2023 bei einer Haupturlaubsreise pro Tag um 19 Prozent im Vergleich zum Jahr 2022.[8] Die Gäste sind durchaus bereit, die höheren Ausgaben für Unterkunft, Verpflegung sowie Freizeit- und Kulturangebote zu bezahlen – sofern die Qualität der Angebote weiterhin stimmt. Die Gästezufriedenheit stellt hierbei für Betriebe und Destinationen einen wichtigen Indikator dar, um die Qualität vor Ort einzuordnen. Auch Klassifizierungen, Qualitätssiegel und Zertifizierungen haben nach wie vor eine Berechtigung und tragen zur Transparenz bezüglich der Qualität der Angebote bei.

Die Gästezufriedenheit im Saarland ist das vierte Jahr in Folge leicht zurückgegangen. Der TrustScore 2024[9] liegt bei 84,4 Punkten und damit 0,2 Punkte unter dem Vorjahreswert. Damit liegt das Saarland weiterhin unter dem bundesweiten Durchschnitt von 86,8 Punkten, der das zweite Jahr in Folge konstant geblieben ist. Vom Vor-Corona-Niveau des TrustScore 2020[10] ist das Saarland noch 1,4 Punkte entfernt. Deutschlandweit beträgt der Rückstand noch 0,6 Punkte. Im Bundesländerranking liegt das Saarland beim TrustScore 2024 wie bereits im Vorjahr auf Platz 11. Auf den ersten Plätzen liegen Bayern, Rheinland-Pfalz und Schleswig-Holstein. Der Landkreis Neunkirchen übertrifft als einzige Region im Saarland mit 87,1 Punkten den Bundesdurchschnitt. Der Landkreis St. Wendel liegt genau im bundesweiten Durchschnitt. Alle anderen Landkreise erzielen geringere Werte.

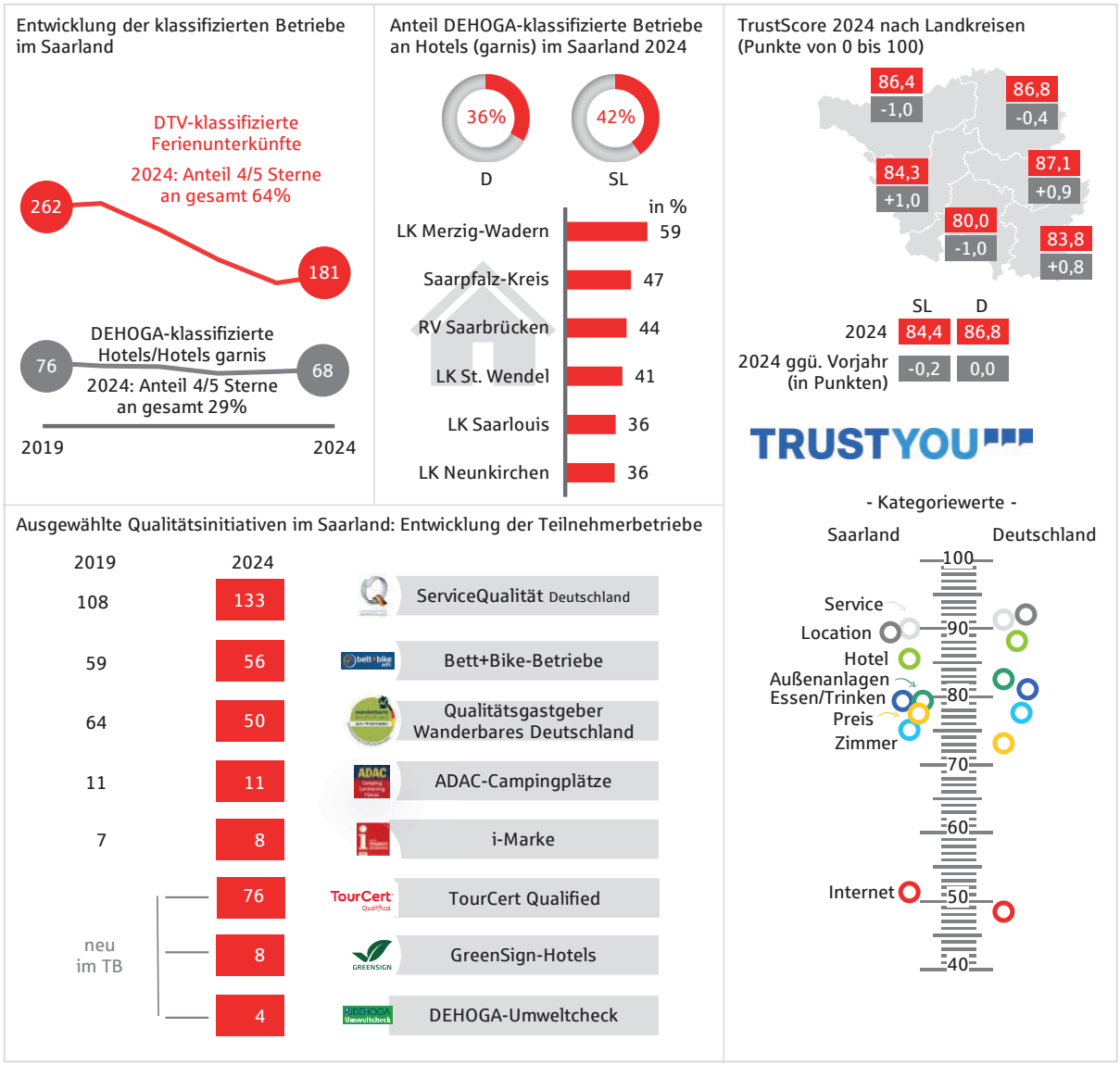
Die Kategorien der Sentiment Analysis zeigen für das Saarland ein ambivalentes Bild.

- Beim Preis-Leistungs-Verhältnis der Unterkünfte bleibt das Saarland aus Gästesicht unangefochtener Spitzenreiter unter den deutschen Bundesländern. Mit 77,5 Punkten verliert das Bundesland zwar gegenüber dem Vorjahr, liegt aber weiterhin 4,4 Punkte über dem deutschen Durchschnitt. Auch bundesweit ging die Zufriedenheit in dieser Kategorie zurück.
- In der Kategorie Internet fallen die saarländischen Unterkünfte mit 51,1 Punkten auf den vierten Platz hinter Bremen, Bayern und Hessen zurück. Im Vorjahr führten sie das Bundesländerranking auch in dieser Kategorie noch an. Den deutschen Durchschnitt übertreffen sie weiterhin um 2,6 Punkte. Die Kategorie „Internet“ wird gespeist aus Bewertungen zum Zustand des WLAN (hoher Handlungsbedarf) und zu den Internetpreisen (sehr gut bewertet). Somit sind es insbesondere die Rahmenbedingungen wie die Verfügbarkeit von Glasfaseranschlüssen etc., die hier limitierend wirken.
- Die Analyseergebnisse der TZS erlauben einen detaillierten Einblick in einschlägige Kategorien, in denen das Saarland im Vergleich zum Bundesdurchschnitt schlecht performt.

8 Stiftung für Zukunftsfragen 2024
9 Datenstand 2022/2023
10 Datenstand 2018/2019

- In der Kategorie Zimmer belegt das Saarland Platz 11. Dies ist ein entscheidender Faktor mit Blick auf die Gesamtzufriedenheit. Besonders der allgemeine Zustand der Zimmer und speziell die Betten werden massiv bemängelt. Hier gilt es für die Betriebe, zu investieren. Das Thema "Temperatur im Zimmer" wird ebenfalls schlecht bewertet. Vor dem Hintergrund des Klimawandels dürfte dies zukünftig an Bedeutung gewinnen.
- Bei den gastronomischen Angeboten in den Unterkünften (Kategorie „Essen und Trinken“) verliert das Saarland vier Plätze im Bundesländerranking.
- In der Kategorie „Service“ schneidet das Saarland im Bundesländervergleich zwar nur auf Platz 11 ab, weist aber mit 90 Punkten immer noch einen guten Wert auf. Die Unterkategorie „Freundlichkeit“ ist sogar mit 96 Punkten bewertet, was noch einmal verdeutlicht, dass der eigentliche Handlungsbedarf zur Verbesserung des TrustScore in eher ausstattungsbezogenen Kategorien liegt.

Abb. 7: Kennzahlen zur Qualitätsentwicklung im Saarland-Tourismus



Quelle: dwif 2024, Daten DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH, Deutscher Wanderverband, Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e. V., PiNCAMP|ADAC Camping GmbH, Deutscher Tourismusverband Service GmbH, ServiceQualität Deutschland (SQD) e. V., InfraCert GmbH – GreenSign, Deutscher Hotel und Gaststättenverband e. V. – DEHOGA-Umweltcheck, ADFC Bett+Bike Service GmbH (jeweiliger Stand: Januar/Februar 2023), TrustYou GmbH[11]

[11] Nach der Empfehlung von TrustYou bezieht sich der Vorjahresvergleich auf die rückwirkenden Bewertungen der aktuellen Grundgesamtheit. Somit wurden auch die Vorjahreswerte aktualisiert, und ein direkter Vergleich mit den ausgewiesenen Zahlen der vorangegangenen Jahresberichte ist nicht möglich.

INVESTITIONEN GESTALTEN ZUKUNFT

Der Tourismus im Saarland hat sich in den letzten Jahren gut entwickelt: Das Angebot ist breitgefächert und attraktiv, die Zahl der Sehenswürdigkeiten und Attraktionen steigt und der Ausbau der Rad- und Wanderwege nimmt einen positiven Gang. Aktivtourismus, Kulinarik und Regionalität haben sich als wichtige Themen herauskristallisiert. Kommunen und Betriebe werden regelmäßig mit Förderprogrammen unterstützt und tragen mit ihren Investitionen zu einem qualitativ hochwertigen Urlaubserlebnis bei. Ein wichtiger Angebotsbaustein sind die Beherbergungsbetriebe im Land und hier speziell das Hotelsegment. Im diesjährigen Schwerpunktthema des Sparkassen-Tourismusbarometers Saarland steht daher die Zukunftsfähigkeit der Betriebe im Mittelpunkt. Welche Markt- und Nachfrageveränderungen sind in den nächsten Jahren absehbar? Wie müssen die Betriebe aufgestellt sein, um zukunftsfähig zu bleiben beziehungsweise zu werden? Wie steht es um den künftigen Hotelbedarf? Welche Handlungsempfehlungen lassen sich aus den Daten, Analysen und Fachgesprächen ableiten?

Die ausführlichen Ergebnisse sind in der Langfassung dokumentiert.

Rahmenbedingungen für den Hotelmarkt der Zukunft

Charakteristisch für die letzten Jahre waren aus betriebswirtschaftlicher Sicht vor allem Kostensteigerungen in vielen Bereichen. Arbeitskosten, Energie- und Warenpreise haben die Betriebe vor Herausforderungen gestellt. Das hat zu Preissteigerungen geführt. Zudem können weitere notwendige Investitionen erneut Auswirkungen auf das Preisgefüge haben. Steigende Preise und die wachsenden Reiseerfahrungen der Gäste lassen gleichzeitig deren Erwartungen an Qualität und Leistung ansteigen. Preisentwicklungen, Qualität und Zahlungsbereitschaft müssen daher Hand in Hand gehen.

Nachhaltigkeit ist einer der wichtigsten gesamtwirtschaftlichen Transformationstreiber und wird die nächsten Jahre prägen. Obwohl der Begriff mittlerweile schon fast überstrapaziert ist und für die eine oder den anderen wenig ansprechend klingen mag, wird dessen Bedeutung immer wichtiger: die Sicherstellung einer lebenswerten Zukunft für alle. Betriebe werden im Zuge einer nachhaltigen Entwicklung resilienter, ihre Angebote stehen im Einklang mit Umwelt- und Klimaschutz. Das alles funktioniert auch oder gerade, weil persönliche Werte Entscheidungen stark beeinflussen. Zu diesem Ansatz gehört es auch, Verantwortung zu übernehmen und Solidarität auszuüben. Am Ende entsteht eine Win-win-win-Situation für Betriebe, Gäste und Einheimische. Wichtig wird sein, Nachhaltigkeit hier ganzheitlich in all ihren Dimensionen zu berücksichtigen.

Tourismuslotse Saarland

Der Tourismuslotse Saarland bietet auf seiner neuen Website unter altbekannter Adresse vielfältige digitale Lerninhalte für die Weiterbildung von Mitarbeiter*innen tourismusnaher Betriebe im Saarland. Nach der kostenfreien Registrierung stehen rund um die Uhr zahlreiche Kurse in Form von Videos, Texten und Bildern zum Selbststudium zur Verfügung, für Betriebe der Branche wie auch weitere touristische Akteur*innen. Hier können Mitarbeitende der Tourismusbranche im Saarland ganz individuell nach ihren Bedarfen Kompetenzen erweitern und Neues lernen. Das Spektrum reicht von Betriebswirtschaftlichem und Rechtlichem bis hin zu klassischen Themen wie Marketing & Kommunikation oder Service & Qualität und Trendthemen wie Nachhaltigkeit. Es werden stetig neue Lerninhalte freigeschaltet. Im Aufbau befindet sich ein KI-gestützer Chatbot zur Beantwortung von Fragen. Der Tourismuslotse ist ein digitales landesweites Wissensmanagement-Angebot. [12]

Begleitet wird Nachhaltigkeit vom Transformationstreiber Digitalisierung. Dabei geht es nicht darum, um jeden Preis vollständig digital zu werden, sondern Digitalität als grundlegende Voraussetzung für wirtschaftliches Handeln und Wettbewerbsfähigkeit zu verstehen und den Ansprüchen der Gäste gerecht zu werden. Digitalisierung kommt zum Einsatz, wenn sie Menschen unterstützt und ihre Bedürfnisse erfüllt. Beispielsweise können digitale Bezahlung, Serviceroboter und Self-Check-in-Terminals die Prozesse für Gäste optimieren. Dadurch werden Mitarbeitende entlastet und Freiräume geschaffen, um beispielsweise Konzepte für zukünftige Investitionen zu entwickeln.

[12] www.tourismuslotse.saarland

Nachhaltigkeit hat eine hohe Priorität

Politische Instanzen signalisieren zunehmend, dass Nachhaltigkeit in Zukunft eine höhere Priorität erhalten wird.[13] Über allem stehen die Ziele der EU und Deutschlands, bis 2050 beziehungsweise 2045 klimaneutral zu werden. Um dies zu erreichen, wurde und wird ein umfangreiches Programm aufgelegt, das sich auf kleine und mittelständische Tourismusbetriebe zumindest indirekt auswirken wird. Obwohl noch nicht alle Details geklärt sind, wird deutlich, dass in den kommenden Jahren mehr Aufwand an Organisation, Kommunikation und Monitoring entstehen wird. Gleichzeitig häufen sich die positiven Auswirkungen auf Kosteneffizienz, Qualität und Management. Das Saarland hat das Thema Nachhaltigkeit in zwei Förderprogrammen verankert.

Förderprogramm für KMU-Betriebe

Für gewerbliche Investitionen stehen mit dem „Regionalen Förderprogramm des Saarlandes zur Stärkung der nachhaltigen Entwicklung kleiner und mittlerer Unternehmen des Tourismusgewerbes“ und dem GRW-Förderprogramm seit dem 01.01.2024 Förderinstrumente zur Verfügung, mit denen in allen Landkreisen zukunftssichernde Investitionen von KMU-Betrieben bezuschusst werden können. Schwerpunkt der Förderungen sind Investitionen in die Bereiche Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit. Ziel der Förderungen ist eine flächendeckende Neuausrichtung der saarländischen Betriebe des Übernachtungs- und Freizeitsektors sowie die Sensibilisierung der Branche für aktuelle und zukünftige Anforderungen der Gäste, um sowohl regional als auch überregional verstärkt als attraktives Reiseland wahrgenommen zu werden. Um die Vorteile der Betriebe hinsichtlich Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit für die Gäste sichtbar zu machen, erfolgt nach Abschluss der Vorhaben eine Zertifizierung mit TourCert Qualified (Nachhaltigkeitssiegel) bzw. dem Siegel „Reisen für alle“ (Siegel Barrierefreiheit), welche vor Ort und auf der Homepage der geförderten Betriebe integriert werden.

Förderprogramm für öffentliche touristische Infrastruktur

Für öffentliche touristische Infrastrukturen steht mit der „Richtlinie für die Förderung der öffentlichen touristischen Infrastruktureinrichtungen im Saarland“ seit dem 01.01.2024 ein Förderinstrument zur Verfügung, mit denen Kommunen im Saarland bei der Umsetzung nachhaltiger touristischer Infrastrukturvorhaben mit einer nicht rückzahlbaren Zuwendung unterstützt werden können. Dabei setzt das Saarland auf Nachhaltigkeit, Qualität und Barrierefreiheit. Ziel der Förderung ist die Stärkung der Wettbewerbungsfähigkeit, der Attraktivitätssteigerung der saarländischen Tourismuswirtschaft sowie die Steigerung der nachhaltigen Entwicklung. Vorhaben, die wesentliche Aspekte der Nachhaltigkeit umsetzen oder denen ein verbindliches Nachhaltigkeitskonzept zugrunde liegt, können einen erhöhten Fördersatz erhalten. Nach Abschluss des Vorhabens müssen die Kommunen ein entsprechendes Zertifikat vorlegen aus den Bereichen Nachhaltigkeit, Qualität oder Barrierefreiheit wie z. B. TourCert Qualified (Nachhaltigkeitssiegel) oder Qualitätssiegel nachhaltiges Bauen (QNG).[14]

Hotelbedarf und Konzeptvorschläge

In der Betriebsbefragung zeigen sich trotz der geringen Teilnahmezahlen eindeutige Tendenzen: Nur beim Thema Qualität halten sich die Betriebe mehrheitlich für sehr wettbewerbsfähig. Wenn es um Modernität, Digitalisierung, Erlebnisfaktor, Preis und Innovationsgrad geht, sehen sich die meisten im Mittelfeld, beim Thema Barrierefreiheit diagnostizieren sie deutlichen Nachholbedarf. Aus der faktischen Analyse geht insgesamt nur ein geringer und punktueller Hotelbedarf hervor. Auch wenn sich Nachfrage und Angebot positiv entwickelt haben, sind die Auslastungszahlen nicht so hoch, dass der Markt auch in nachfrageschwächeren Zeiten weitere Kapazitäten benötigt oder derzeit vertragen würde. Gerade seit 2019 wuchsen die Kapazitäten stärker als die Übernachtungszahlen, woraus kein quantitativer Bedarf entsteht. Einigen Fachleuten zufolge ist der Markt aber noch nicht gesättigt, sie erwarten auch zukünftig steigende Nachfragewerte, auch um die Betriebsstrukturen zu erneuern und sie an die Erwartungen der Gäste anzupassen.

13 Dazu zählen beispielsweise die CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) und die Green Claims Directive.

14 Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie

Die Marktbereinigung könnte in den nächsten Jahren weiter fortschreiten, so dass nicht mehr marktfähige Betriebe, die keine ausreichenden Investitionen tätigen, wie schon in den letzten Jahren still und leise vom Markt verschwinden. Wichtig ist, dass die lokalen Tourismusverantwortlichen diese Entwicklung beobachten und rechtzeitig eingreifen, um bei Bedarf bei der Nachfolgesuche zu unterstützen oder mit aktivem Ansiedlungsmanagement für Ersatz zu sorgen. Insbesondere das Wirtschaftsministerium spricht sich dafür aus, dass der Hotelmarkt gezielt entwickelt wird.[15] Zudem muss gerade entlang der touristischen Wegenetze ein ausreichendes Beherbergungsangebot sichergestellt werden, um sich noch stärker als Outdoor-Destination zu positionieren.

Gezielte Marktentwicklung gefordert

Keine faktischen Engpässe aber strukturelle Lücken, sagen die meisten Betriebe und Fachleute
In der Betriebsbefragung gab über die Hälfte der befragten Betriebe an, dass die bestehenden Kapazitäten noch Reserven aufweisen und eine Neuansiedlung nicht notwendig ist. Dennoch sind mehr als ein Drittel dem Thema positiv gegenüber eingestellt. Eine klare Tendenz zu einem bestimmten Betriebstyp gab es dabei nicht. Vielmehr sind sowohl Familienhotels als auch Wellness-, Business- und Tagungs- sowie Sport- und Aktivhotels denkbar.

Auch die Fachleute sehen landesweit strukturelle Lücken im Hotelmarkt, vor allem bei den Themen Natur und Wellness sowie den Zielgruppen Familien, Sportler*innen, jüngere Menschen und Barrierefreiheit. Zukünftig (geplante) Maßnahmen vom Land und der TZS gehen ebenfalls in Richtung Familien, aber auch Kultur und Genuss als Reiseanlass. Einige Betriebe sehen weniger den Bedarf an neuen Kapazitäten, sondern eher die Notwendigkeit, bestehende Betriebe durch neue Konzepte attraktiver und zukunftsfähiger zu gestalten. Einige der genannten Themen können gut von Bestandsbetrieben, die sich eindeutiger positionieren wollen, aufgegriffen werden, da schon mit geringen Investitionen (beispielsweise kulinarische Events, Umstellung auf regionale und Bio-Produzent*innen) einiges erreicht werden kann.

Empfohlene Strategie: Bestehende Betriebe positionieren, vor neuen Kapazitäten

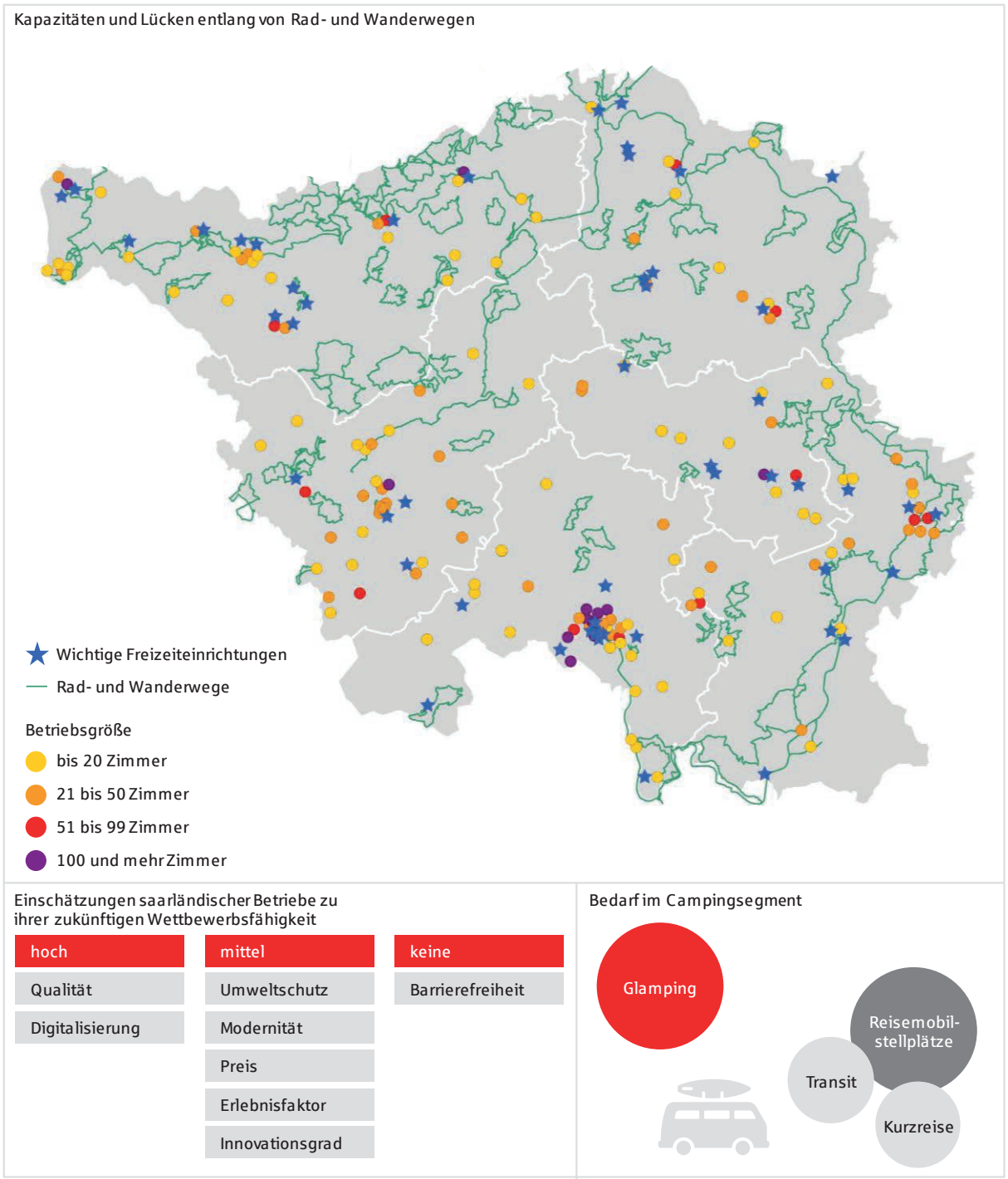
Auch das Geschäftsreise- und Tagungssegment spielt in allen Landkreisen eine mehr oder weniger große Rolle. In der mehrheitlichen Wahrnehmung ist dieser Bereich seit Corona geschrumpft. Durch Schließungen von Unternehmen und vermehrt durchgeführten Videokonferenzen sind klassische Geschäftsreisen zurückgegangen, obwohl das MICE-Geschäft insgesamt weiter relevant ist, so die Fachleute. Mit der Erweiterung der Congresshalle um ein neues Messe-, Kongress- und Kulturforum und einem angedachten Convention Bureau Saarland soll dieses Segment in Zukunft weiter gestärkt werden. Diese Ankündigungen haben sicherlich bereits in den letzten Jahren zur Ansiedlung einzelner Kettenhotels in diesem Segment in Saarbrücken beigetragen.

Blick in die Landkreise
Werfen wir einen Blick auf die Lage in den Landkreisen: Wo tun sich die angesprochenen strukturellen Lücken auf? Und gibt es eventuell doch punktuellen quantitativen Bedarf?

- Im **Regionalverband Saarbrücken** ist das Angebot durch die Ansiedlung von Kettenhotels in den vergangenen und im laufenden Jahr deutlich gewachsen. Aus faktischer Sicht besteht kein Bedarf. Einige Fachleute sehen hier die Marktsättigung erreicht, andere erwarten Nachfragesteigerungen, die allerdings nur durch entsprechendes Engagement entstehen können. Dazu zählen etwa der oben erwähnte Anbau der Congresshalle und das geplante Convention Bureau Saarland, die Akquisechancen bieten. Ebenso könnten durch Neuansiedlungen in Nischensegmenten neue Zielgruppen für die Stadt bzw. den Regionalverband Saarbrücken begeistert werden.

[15] Fachgespräche zwischen Mai und Juli 2024

Abb. 8: Hotelbedarf



Quelle: dwif 2024, Daten Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe im Saarland im Mai/Juni 2024, n=23 Fachgespräche, Kartengrundlage GfK

– Im **Landkreis Neunkirchen** gab es mit der Neueröffnung des Hotels Botanico auf Finkenrech 2024 zwar nur ein geringes Kapazitätswachstum, das sich auf die Umgebung aber dennoch positiv ausgewirkt hat. Von künftigen Nachfragezuwächsen sind die Betriebe überzeugt. Im Fokus sollte aber kein „höher, schneller, weiter" stehen, sondern die Verbesserung der Qualität in den bestehenden Betrieben. Auch ein neuer Zielgruppenfokus kann notwendig werden, denn Betriebe, die früher von Geschäftsreisen gelebt haben, sind zunehmend stärker auf Urlaubsgäste angewiesen. Lücken und Be-

darf sehen die Befragten im strukturellen Bereich bei Wellness, Barrierefreiheit und im Reisemobilsegment. Faktischer Bedarf besteht nicht, nur der Wunsch nach einem größeren, busgruppentauglichen Betrieb.

- Der **Landkreis Saarlouis** hat sich im Vergleich unterdurchschnittlich entwickelt. Die Auslastungswerte sind so gering, dass sich kein zusätzlicher Ganzjahresbetrieb rechnen würde. Und auch eine potenzielle zusätzliche Nachfrage durch die erwarteten positiven Entwicklungen in der Industrie sollte von den Bestandsbetrieben aufgenommen werden können – zumindest rein faktisch. Vielmehr besteht ein struktureller Bedarf, der auch die unterdurchschnittliche Entwicklung erklären könnte. Denn junge Menschen und Familien werden bislang kaum angesprochen. Als Ersatz für Betriebe, die in den nächsten Jahren schließen könnten, werden qualitativ hochwertige, komfortable und nachhaltige Angebote beispielsweise in der Stadthotellerie (Budget-Design-Hotel) gesehen.
- Trotz des größten Wegfalls von Kapazitäten in den vergangenen Jahren im ganzen Bundesland, gibt es, weder den Zahlen noch den Expert*innenmeinungen nach, einen quantitativen Bedarf im **Saarpfalz-Kreis**. Große Nachfragesteigerungen werden in den nächsten Jahren nicht erwartet. Vielmehr ist das Ziel, die Nachfrage im Naturtourismus zu sichern. So könnten positionierte Betriebe den Markt bereichern, wie beispielsweise ein (gehobenes) „Biosphären-Hotel“, das Regionalität, Bio und Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt stellt. Gerade im Bliesgau gibt es mehr Nachfrage als Infrastruktur. Sollte die Nachfrage und damit die Auslastung weiter steigen, wären zusätzliche Kapazitäten notwendig. Auch familienfreundliche Angebote wären aus Akteur*innensicht wünschenswert.

Abb. 9: Konzeptvorschläge

Quelle: dwif 2024

- Der **Landkreis Merzig-Wadern** blickt auf die dynamischste Entwicklung in den letzten Jahren zurück. Schließungen betrafen fast ausnahmslos kleinere Betriebe mit maximal 15 Zimmern, deren Nachfrage von anderen Betrieben kompensiert wurde. Lediglich das Hotel Saarpark mit seinen 47 Zimmern fehlt dem Markt laut Fachleuten. Gleichzeitig sehen sich die Verantwortlichen noch in einem frühen touristischen Entwicklungsstadium, wo Betriebe und Angebote in den Markt eintreten. Was

explizit fehlt, sind Angebote, die den Ganzjahrestourismus oder zumindest die Saisonverlängerung fördern, etwa ein gehobenes Wellnesshotel. Gleichzeitig wird in Orscholz bereits seit 2017 nach Investor*innen und Betreiber*innen für ein Hotelprojekt gesucht – bislang jedoch erfolglos. Dazu kommen fünf Betriebe, die in den nächsten Jahren ihre Nachfolge planen, so dass gegebenenfalls Ersatzbedarf besteht. Stand heute könnte sowohl aus faktischer als auch aus struktureller Sicht über eine Neuansiedlung im mittelgroßen Stil nachgedacht werden.
- Der **Landkreis St. Wendel** besticht durch seine Leuchttürme Center Parcs Park Bostalsee und Seezeitlodge. Das Hotelsegment entwickelt sich positiv, erreicht aber noch nicht das Vor-Corona-Niveau, so dass vorerst keine Neuansiedlung notwendig erscheint. Gleichzeitig sehen Fachleute Nachholbedarf beim Thema Barrierefreiheit, Tagungen sowie Naturverbundenheit und Nachhaltigkeit. Diese Themen eignen sich idealerweise für die qualitative Aufwertung von Bestandsbetrieben.

Wie Betriebe in die Umsetzung starten können

Am Anfang steht eine kritische Selbsteinschätzung. Es gilt: Ehrlich zu sich selbst sein:
- Hat der Betrieb eine klare Positionierung, die auch für potenzielle Gäste erkennbar ist?
- Wo steht der Betrieb in Sachen Schlüsselthemen der Zukunft: Nachhaltigkeit, Qualität, Personalisierung und Digitalisierung? Entsprechen die bisher umgesetzten Maßnahmen dem Mindeststandard und treiben sie zum Beispiel Nachhaltigkeit und Digitalisierung wirklich voran?

Wie zukunftsorientiert Bestandsbetriebe und neugegründete Betriebe schon aufgestellt sind, ist unterschiedlich. So sind im Saarland längst noch nicht alle Unterkünfte online buchbar. Gleichzeitig gehen Vorreiterbetriebe bereits weit über die Online-Buchbarkeit hinaus. Erst wenn ein realistisches Bild des Status Quo vorliegt, lässt sich einordnen, ob man als Betrieb jeweils zu den Neulingen, Fortgeschrittenen oder echten Vorreitern in den Schlüsselthemen der Zukunft gehört.

Im Folgenden ist eine betriebsspezifische Hilfestellung für das Themenfeld Zukunftsfähigkeit dargestellt. In der Langfassung des diesjährigen Sparkassen-Tourismusbarometers finden sich darüber hinaus Hilfestellungen zu den Bereichen Positionierung und Aufstellung eines Investitionsplans und Kommunikation.

Fazit

Der Hotelmarkt im Saarland entwickelt sich dynamisch – kleine, familiengeführte Betriebe verlassen den Markt, Ketten kommen hinzu. Diese Entwicklung von innen heraus hat bisher kaum oder nur punktuelle Kapazitätsengpässe entstehen lassen, beispielsweise an Rad- und Wanderwegen. Vielmehr gibt es strukturelle Lücken, die dazu führen, dass vielversprechende Segmente (Natur, Sport, Wellness) und Zielgruppen (Familien, junge Leute) nicht oder nicht ausreichend angesprochen werden. Die vorgeschlagenen Hotelkonzepte können Abhilfe schaffen – wenn alle an einem Strang ziehen. Auf der einen Seite stehen die Betriebe, die Motivation und Initiative zur Weiterentwicklung zeigen müssen und den Mut brauchen, auch größere Investitionen anzugehen (Hilfestellungen dazu im Anhang). Positionierung und nachhaltige Unternehmensführung spielen dabei für die Zukunftsfähigkeit eine entscheidende Rolle. Auf der anderen Seite brauchen gerade kleinere Betriebe Unterstützung von außen: von dem Tourismus wohlgesonnenen Banken und zum Erfahrungsaustausch bereiten anderen Betrieben sowie strategischen Leitplanken von übergeordneten Stellen. Dazu gehört auch die Unterstützung bei der Nachfolgesuche, um die Diversität familiengeführter Betriebe am Markt zu halten. Das zeigt: Die kontinuierliche Zusammenarbeit aller und der Wille zur Veränderung sind zwei wesentliche Erfolgsfaktoren für den Hotelmarkt der Zukunft und Kommunikation dabei ein nicht zu unterschätzendes Instrument.

Abb. 10: Hilfestellung für Betriebe: Zukunftsfähigkeit

Zukunftsfähigkeit

Kurzcheck: Zukunftsfähigkeit ermitteln

Stellen Sie sich folgende Fragen:	✓ / ✗
Haben Sie das Gefühl, für die Zukunft gut aufgestellt zu sein?	
Haben Sie eine Vision?	
Spielen in Ihrer Vision die Transformationstreiber Nachhaltigkeit und Digitalisierung eine Rolle?	
Kommunizieren Sie Ihre Vision aktiv an Ihre Mitarbeitenden und Ihre Gäste?	
Wenden Sie kontinuierlich Zeit auf, um sich bewusst strategischen Zukunftsfragen zu widmen?	
Haben Sie in der Vergangenheit in Maßnahmen investiert, die über reine Instandhaltung hinausgegangen sind?	
Haben Sie bereits Maßnahmen, die Ihren Betrieb nachhaltiger und digitaler machen, angestoßen?	

Wenn Sie alle Fragen mit ja beantworten können, sind Sie bereits auf einem guten Weg.
Andernfalls heißt es, die Zukunftsfähigkeit nun aktiv anzugehen.

Vision in 10 Schritten

1. **Verständnis der Ausgangslage**
   Analysieren Sie die aktuelle Situation des Hotels. Welche Werte und Prinzipien sind bereits vorhanden? Welche Ressourcen stehen zur Verfügung?
2. **Team und Stakeholder*innen einbeziehen**
   Sammeln Sie Ideen und Perspektiven von Mitarbeitenden, Gästen und anderen relevanten Stakeholder*innen. Der partizipative Ansatz fördert die Akzeptanz und Umsetzung der Vision.
3. **Definition der Vision**
   Definieren Sie auf Basis der Analyse und der gesammelten Analysen eine klare und inspirierende Vision.
4. **Nachhaltigkeitsziele festlegen**
   Identifizieren Sie konkrete Nachhaltigkeitsziele, die im Einklang mit der Vision stehen.
5. **Digitalisierungsziele festlegen**
   Definieren Sie, wie digitale Technologien den Betrieb unterstützen können und legen Sie hierzu Ziele und Maßnahmen fest.
6. **Integration von Nachhaltigkeit und Digitalisierung**
   Finden Sie Synergien zwischen den beiden Komponenten. Wie können zum Beispiel digitale Lösungen die Nachhaltigkeit vorantreiben?
7. **Kommunikation und Schulungen**
   Teilen Sie die Vision und Ziele mit dem gesamten Team. Schulungen sind wichtig, um Mitarbeitenden auf die Veränderungen vorzubereiten und zu motivieren.
8. **Umsetzung und Monitoring**
   Gehen Sie die Ziele an und setzten Sie sie mit konkreten Maßnahmen um. Überwachen Sie dabei den Fortschritt regelmäßig und passen Sie die Strategie bei Bedarf an.
9. **Gästekommunikation und Marketing**
   Informieren Sie Ihre Gäste über Ihre Vision sowie die Nachhaltigkeits- und Digitalisierungsinitiativen des Betriebes.
10. **Feedback und Anpassung**
    Sammeln Sie Feedback von Gästen und Mitarbeitenden. Nutzen Sie dieses, um die Vision kontinuierlich zu verbessern und anzupassen.

Anlaufstellen für Betriebe

- Kommunikations- und Marketingagenturen
- TZS & Tourismusverantwortliche auf Landkreisebene
- DEHOGA Saarland
- Energie-/Nachhaltigkeitsberatungen
- IHK Saarland

Quelle: dwif 2024

BEIRAT

Michael Buchna
DEHOGA Saarland, Präsident

Birgit Grauvogel
Tourismus Zentrale Saarland GmbH

Jan Grolier
Sparkassenverband Saar

Karsten Heinsohn
dwif-Consulting GmbH

Dr. Christian Molitor
Sparkassenverband Saar

Susanne Niklas
Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie

Dr. Anselm Römer
Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie

Daniela Schlegel-Friedrich
Landkreis Merzig-Wadern, Landrätin

Dr. Rainer Schryen
Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie

Leander Wappler
Industrie- und Handelskammer des Saarlandes

INHALTSVERZEICHNIS GESAMTBERICHT 2023

I EINFÜHRUNG

II SAARLAND-TOURISMUS IM WETTBEWERBSVERGLEICH
1 Rahmenbedingungen
2 Touristische Nachfrage
3 Touristisches Angebot
4 Betriebstypen im Vergleich
5 Destinationstypen im Vergleich

III FREIZEITWIRTSCHAFT UND GASTGEWERBE IM SAARLAND
1 Touristische Wetterstationen
1.1 Rahmenbedingungen 2023
1.2 Eckpunkte der saarländischen Besucher*innenentwicklung 2023
1.3 Saisonverlauf der Freizeiteinrichtungen
1.4 Besucher*innenentwicklung nach Kategorien im Saarland 2023
2 Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe
2.1 Konjunktur- und Marktbewertung
2.2 Arbeitsmarkt im Gastgewerbe
2.3 Betriebswirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer*innen der Sparkasse
3 Qualität der Betriebe

IV INVESTITIONEN GESTALTEN ZUKUNFT
1 Einleitung
2 Rahmenbedingungen für den Hotelmarkt der Zukunft
3 Hotelmarktanalyse
3.1 Zielgruppen im Fokus – Wer sind die Gäste im Saarland?
3.2 Faktische Analyse – Welche Dynamik gibt es bei der Nachfrage, welche beim Angebot?
3.3 Strukturelle Analyse – Welche konzeptionellen Lücken sind erkennbar?
4 Hotelbedarf und Konzeptvorschläge
5 Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des Hotelmarktes
5.1 Ankerpunkte für die strategische Ebene
5.2 Ankerpunkte für die betriebliche Ebene
5.3 Betriebe: Schritt für Schritt neue Wege gehen
5.4 Die Weiterentwicklung des Hotelmarktes: Unterstützung von allen Seiten
6 Fazit

Online-Download: www.svsaar.de

Impressum

Herausgeber:

Sparkassenverband Saar
Ursulinenstraße 46
66111 Saarbrücken

Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie des Saarlandes
Franz-Josef-Röder-Straße 17
66119 Saarbrücken

Projektpartner:

Tourismus Zentrale Saarland GmbH
Trierer Straße 10
66111 Saarbrücken

Bearbeitung:

dwif-Consulting GmbH

dwif – Büro München
Sonnenstraße 27
80331 München
Telefon (089) 2370289-0
E-Mail: info@dwif.de
Internet: www.dwif.de

dwif – Büro Berlin
Marienstraße 19/20
10117 Berlin
Telefon (030) 757949-0
E-Mail info-berlin@dwif.de

Bildnachweis:

Bild-Collage auf dem Titel: Seezeitlodge Hotel GmbH/Günther Standl, Café Marie/Hanna Witte, Peters/Hanna Witte, Erlebnispark/Manuela Meyer; Seite 4: Urban Art in Saarbrücken/Oliver Raatz; Seite 14: Teich im Urwald vor den Toren der Stadt/Niels Meiser; Seite 22: Weltkulturerbe Völklinger Hütte/Oliver Dietze

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder in irgendeinem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Herausgeber reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

sparkassen-finanzgruppe-saar.de

„Der Tourismus im Saarland ist eine Erfolgsgeschichte, die ihr finales Kapitel noch nicht erreicht hat. Mit den Investitionen in den vergangenen Jahren haben wir Rahmenbedingungen geschaffen, um diese Geschichte weiterzuschreiben. Deswegen werden wir auch in Zukunft in den Tourismus investieren und als starker Partner aller touristischer Akteure auftreten.“

Jürgen Barke
Minister für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie

„Das Tourismusbarometer zeigt, wie kluge Investitionen das Saarland als attraktives Reiseziel stärken. Mit Rekordübernachtungen und innovativen Tourismus-Projekten bleibt unsere Region zukunftsfähig – auch dank der Unterstützung der saarländischen Sparkassen.“

Cornelia Hoffmann-Bethscheider
Präsidentin Sparkassenverband Saar

Ansprechpartner

Jan Grolier
Telefon (0681) 9340-167
Fax (0681) 9340-156
E-Mail jan.grolier@svsaar.de
Internet www.sparkassen-finanzgruppe-saar.de

Dr. Rainer Schryen
Telefon (0681) 501-4232
Fax (0681) 501-4293
E-Mail r.schryen@wirtschaft.saarland.de
Internet www.wirtschaft.saarland.de

Birgit Grauvogel
Telefon (0681) 92720-13
Fax (0681) 92720-40
E-Mail grauvogel@tz-s.de
Internet www.urlaub.saarland