

SAISONBERICHT TOURISMUS



Bilanz
Sommer
2010
Erwartungen
Winter
2010/2011

Saisonbericht Tourismus

Bilanz der Sommersaison 2010 und
Erwartungen für die Wintersaison 2010/2011
im IHK-Bezirk Ostbrandenburg

An der Umfrage beteiligten sich 71 Unternehmen aus den Bereichen Beherbergungsgewerbe, Gastronomie, Reisebüros und Reiseveranstalter. Es wurden Unternehmen des gesamten IHK-Bezirks befragt, d. h. aus den Landkreisen Uckermark, Barnim, Märkisch-Oderland, Oder-Spree und der Stadt Frankfurt (Oder). Die Sommersaison umfasst den Zeitraum zwischen dem 1. Mai 2010 und dem 31. Oktober 2010.

1 Beherbergungsgewerbe

1.1 Bilanz Sommersaison 2010

Die durchaus optimistischen Prognosen aus der Winterumfrage 2009/2010, die seinerzeit bevorstehende Sommersaison betreffend, haben sich erfreulicherweise noch übertroffen. Zu diesem Zeitpunkt gingen unter dem Eindruck der sich entspannenden Wirtschafts- und Finanzkrise 43 Prozent der befragten Unternehmen von einer Verbesserung der Geschäftslage in der Sommersaison aus.

Die abgelaufene Sommersaison hat mit 56 Prozent deutlich mehr als der Hälfte der gastgebenden Unternehmen eine gute Geschäftslage beschert.

Der Anteil der Betriebe, die mit der Saison unzufrieden waren, sank auf 13 Prozent. Das bedeutet gegenüber dem Vorjahr eine Verringerung um 6 Prozent. 31 Prozent der Unternehmen waren mit der Saison zufrieden, ein Wert, der unter dem Niveau der Vorjahre liegt. Damit zeichnet sich eine zunehmend deutliche Polarisierung von guten gegenüber schlechten wirtschaftlichen Ergebnissen zulasten einer befriedigenden Einschätzung ab.

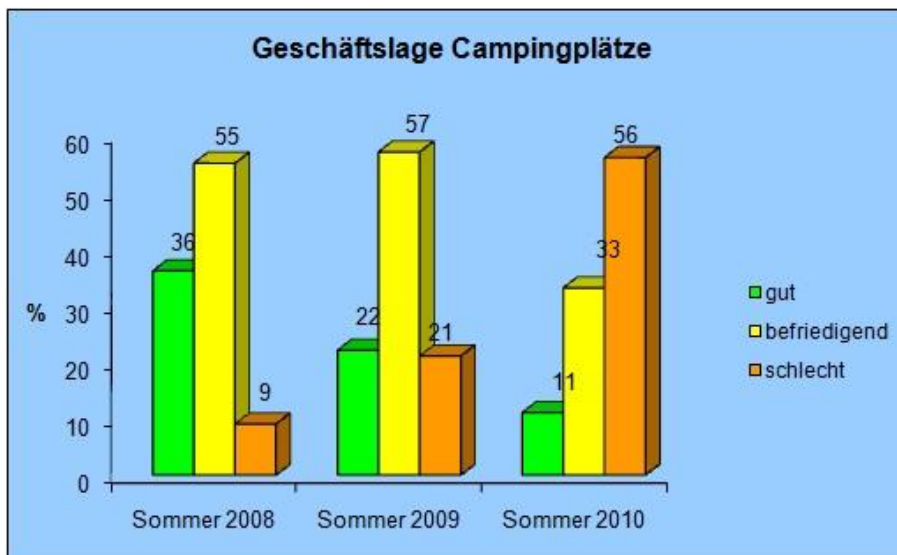
Insgesamt ist jedoch die Stabilisierung der Unternehmen, die ihre Geschäftslage in der Sommersaison als gut bezeichnen, außerordentlich ermutigend.

Auch der Lagesaldo (Differenz zwischen „Gut“ und „Schlecht“ – Meldungen) mit 43 Positiv-Zählern zeigt eine insgesamt sehr gut verlaufene Sommersaison. Er liegt damit sogar deutlich über dem Wert von 38 aus dem bisherigen Rekordjahr 2008.



Im Gegensatz dazu haben sich die spürbar pessimistischeren Prognosen der Campingwirtschaft aus dem Frühjahr leider ebenso bewahrheitet. 37 Prozent gingen ausgangs der Wintersaison von einer negativen Geschäftserwartung aus. Nunmehr berichten 56 Prozent der Campingplätze von einer nicht zufriedenstellenden Saison, das ist der mit Abstand schlechteste Umfragewert seit Jahren.

Nur 11 Prozent gaben ein gutes Geschäftsergebnis an, auch hier ein mit Abstand niedrigster Wert im Vergleich der Vorjahreszeiträume. Die ungünstigen Wetterbedingungen – ein langer, harter Winter, kurzes Frühjahr und ein durchwachsener Sommer haben für ein ausgesprochen schlechte Saison gesorgt, wie sie bisher noch nicht verzeichnet wurde. Damit zeigt sich eindringlich die starke Witterungsabhängigkeit der naturnahsten Urlaubsform, die sich nur begrenzt durch Investitionen in die Infrastrukturausstattung der Campingplätze wettmachen lässt.



Fast ähnlich entwickelte sich auch der Umsatz der Beherbergungsbetriebe. 56 Prozent der befragten Unternehmen konnten in den Sommermonaten den Umsatz steigern. Nur für 19 Prozent hingegen war dieser Zeitraum mit Umsatzrückgängen verbunden.

Nachdem in der letzten Saison der größte Einbruch im Segment der geschäftlichen Übernachtungen stattfand, konnte diesmal hier eine erfreulichere Entwicklung konstatiert werden. Hier berichten bemerkenswerte 43 Prozent von Steigerungen und 29 Prozent von gleichbleibenden Umsätzen im Betrieb mit Geschäftsreisenden. Offensichtlich schlägt die anziehende Konjunktur und damit verbundene steigende Geschäftsreisetätigkeit auch messbar in den Umsätzen der Hotels und Pensionen zu Buche.

Ebenso erfreulich ist die Situation bei den touristischen Umsätzen. Hier sind 93 Prozent in der Lage, von steigenden und gleichbleibenden Zahlen auszugehen. Die in Krisenzeiten für den Urlaubsaufenthalt entdeckte Heimat bleibt offensichtlich eine attraktive Urlaubsvariante.

Auf Vorjahresniveau ist auch die Entwicklung der Auslastung der Kapazitäten im Beherbergungsgewerbe. Bei 59 Prozent der befragten Unternehmen ist die Auslastungsquote gestiegen und bei 18 Prozent gleich geblieben.

Korrespondierend mit der Einschätzung ihrer Geschäftslage ausgangs der Wintersaison gaben die befragten Campingplätze zu 75 Prozent sinkende bzw. 25 Prozent gleich bleibende Auslastungsquoten an. Keiner der befragten Campingbetriebe konnte seine Auslastungsquote noch seinen Umsatz steigern. Zu gleichen Anteilen vermeldeten die Campingplätze sinkende bzw. gleich gebliebene Umsätze.

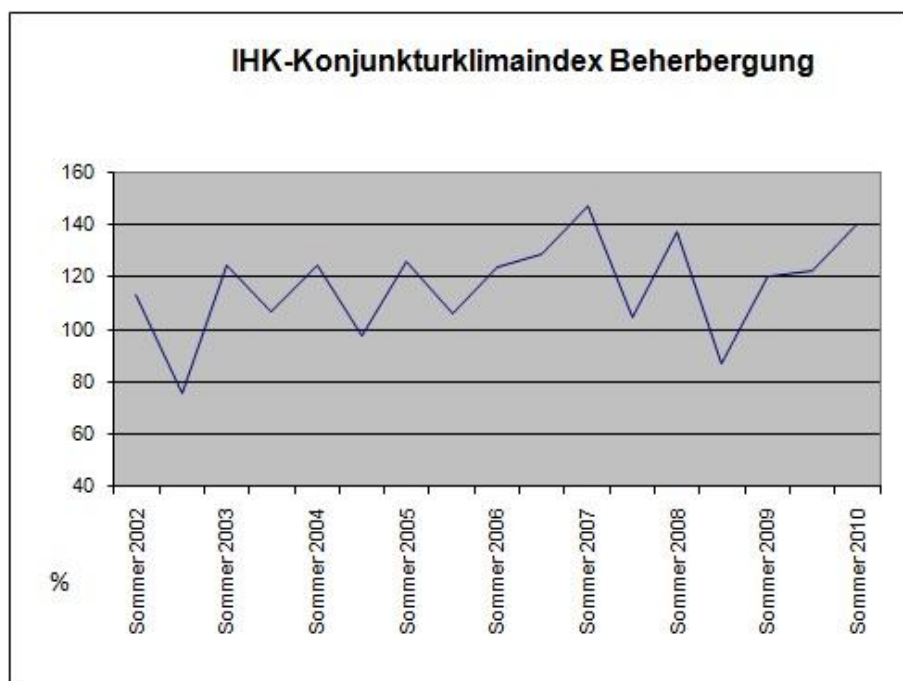
Die Entwicklung bei den Gästeankünften aus der amtlichen Statistik (Anlage) zeigt sich im Jahr 2010 sehr viel besser als im Vorjahr.

Die Zahl der Übernachtungen lag im Jahr 2010 ebenfalls über der des Vorjahres, und auch hier zeigten sich die typischen saisonalen Schwankungen.

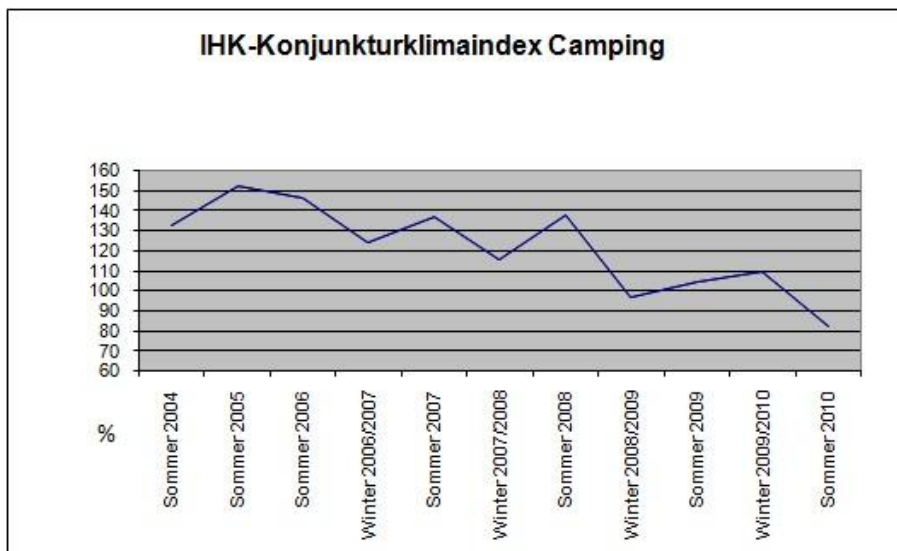
In allen Reisegebieten des Kammerbezirkes wurden Steigerungen erzielt. Besonders erfolgreich in der Gästeaquisition konnten sich die Uckermark und das Oder-Spree-Seengebiet positionieren.

Auch die durchschnittliche Urlaubs-/Verweildauer je Gast hat sich im Jahr 2010 auf gutem Niveau behauptet. Im Vergleich zum Land Brandenburg ist die Verweildauer mit 3,1 Tagen in Ostbrandenburg knapp einen halben Tag länger.

Der Geschäftsklimaindex bewegt sich auf einem stabilisierendem Niveau mit den deutlich saisonalen Schwankungen. Erstmals seit Beginn der Dekade konnte 2007 Index-Höchststand von über 140 Punkten erreicht werden. In der Sommersaison 2010 befand sich der Index nur knapp darunter, erreicht aber mit 140 Punkten den zweitbesten Indexwert seit 10 Jahren.



Das Konjunkturklima bei den Campingbetrieben ist nach der Eintrübung durch die schwach verlaufene Wintersaison 2008/2009 und der danach folgenden leichten Erholung regelrecht eingebrochen und verzeichnet mit 82 Zählern ein historisches Tief.

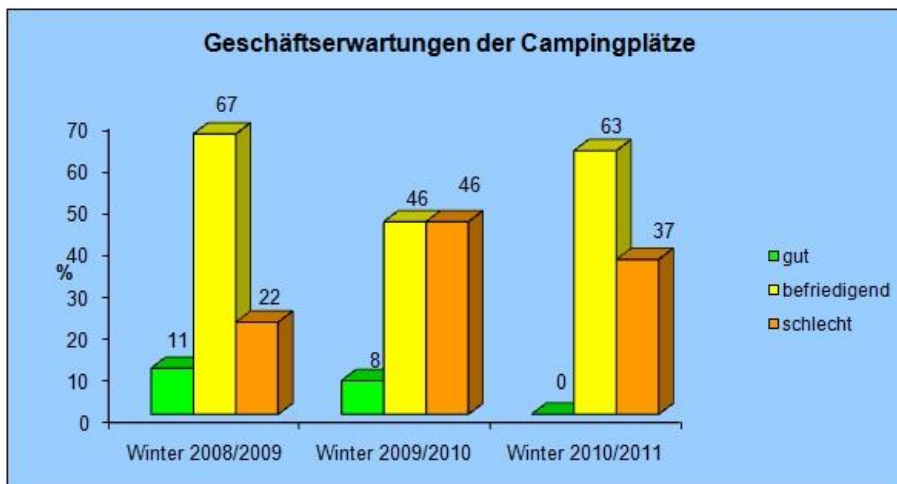


1.2 Erwartungen an die Wintersaison 2010/2011

Auf die beginnende Wintersaison schauen die Beherbergungsunternehmen ein wenig entspannter als im letzten Jahr. Der Saldo aus positiven und negativen Erwartungen liegt mit -14 Punkten zwar wiederum im negativen Bereich, aber doch leicht besser als im Vorjahr und damit auch noch ausgeprägt günstiger als mit minus 25 Punkten in der bisher verhaltensten Erwartung der Saison 2006/2007. Nur 7 Prozent der Hotels und Pensionen rechnen mit einer besseren Saison, vor zwei Jahren lag dieser Wert noch bei 25 Prozent. Ausgehend von den guten Ergebnissen der Sommersaison stellt jedoch die Einschätzung einer gleich bleibenden Geschäftserwartung eine optimistische Sichtweise auf die kommende Saison dar.

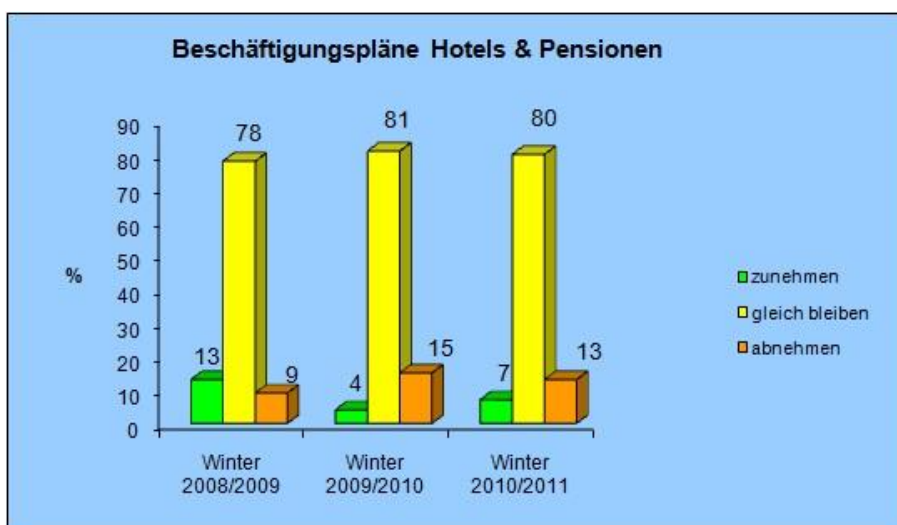


Auch die Campingwirtschaft erwartet nach einer katastrophal verlaufenen Sommersaison keine Belebung des Geschäftsverlaufes im Winterhalbjahr. Mit 63 Prozent erhoffen über die Hälfte der befragten Campingplätze einen befriedigenden Geschäftsverlauf. 37 Prozent befürchten einen schlechteren Saisonverlauf. Erstmals seit Beginn der Umfragen sieht kein Betrieb für sich eine Verbesserung der Geschäftserwartung. Damit zeigt auch der Saldo aus guten und schlechten Saisoneinschätzungen mit minus 37 Punkten auf einem nie dagewesen Pessimismus in der Branche.

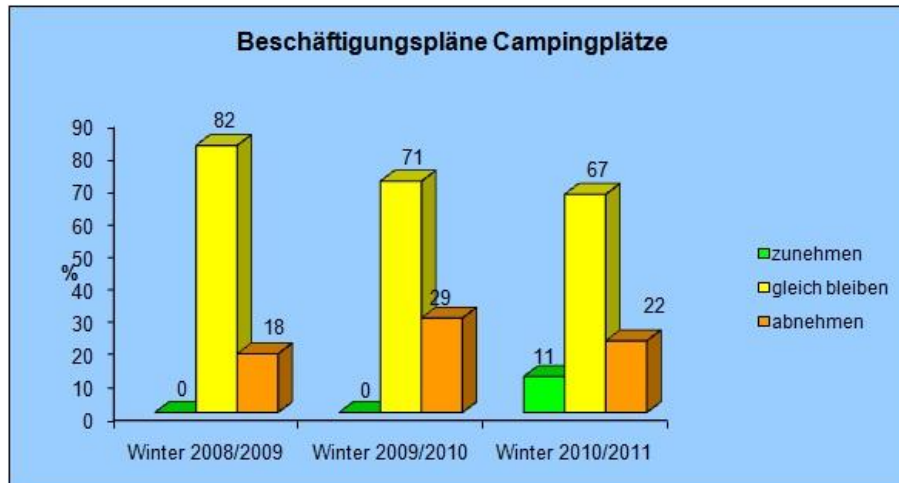


Für die Wintersaison rechnen alle befragten Beherbergungsbetriebe mit steigenden bzw. gleich bleibenden Übernachtungspreisen. Dagegen sieht kein befragtes Campingunternehmen Möglichkeiten für Preiserhöhungen, 89 Prozent gehen von gleich bleibenden Preisen aus. Immerhin 13 Prozent der Hotels und Pensionen jedoch denken an Preiserhöhungen.

Die Anzahl der Beschäftigten wird im Beherbergungsbereich mit 80 Prozent mehrheitlich beibehalten. Nur 13 Prozent werden ihre Belegschaft verkleinern und 7 Prozent der Betriebe können Neueinstellungen vornehmen. Damit ergibt sich ein fast deckungsgleiches Bild zu den Vorjahressaisonen.



Ein ähnliches Bild bietet der Ausblick auf die Beschäftigungspläne im Campingbereich. Trotz der in der Wintersaison üblicherweise beschäftigungsschwächeren Periode bleibt jedoch eine Tendenz hin zum Beschäftigungsabbau offensichtlich. Erstaunlicherweise und durchaus im Gegensatz zu den pessimistischen Geschäftserwartungen denken 11 Prozent der befragten Betriebe an zusätzliche Beschäftigungsangebote.



Die optimistische Geschäftserwartung und die abgelaufene gute Saison schlägt sich jedoch nicht unmittelbar in der Investitionstätigkeit nieder.

Nach einer leichten Erholung im Vorjahr planen nur 40 Prozent der Unternehmen im Beherbergungssektor für die nächsten Monate steigende bzw. gleich bleibende Investitionen. Vor zwei Jahren lag der Wert um 20 Prozentpunkte höher. Gegenüber 61 Prozent, die in der Vorsaison überhaupt keinen Finanzierungsspielraum für investive Maßnahmen sahen, beträgt der Anteil dieser Betriebe diesmal jedoch nur 47 Prozent.

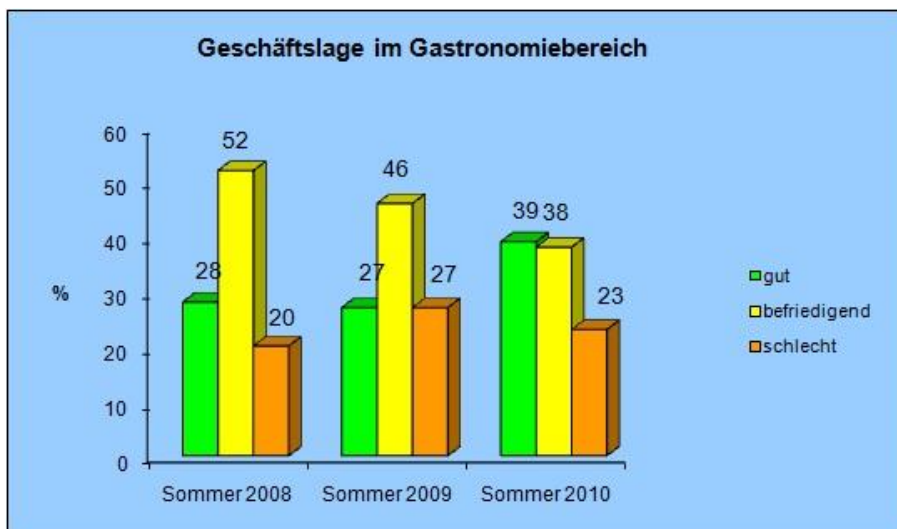
Bei den Campingplätzen sieht kein einziges der befragten Unternehmen Spielraum für steigende Investitionen. Immerhin werden noch 33 Prozent Investitionen in gleichbleibender Höhe vornehmen.

Als Motiv für Investitionen steht deshalb auch in diesem Jahr vor allem wieder Modernisierung und Ersatzbeschaffung im Mittelpunkt. Damit setzt sich die Investitionszurückhaltung in der Branche fort und verstärkt den aufgelaufenen Investitionsstau als dringendes Problem.

2 Gastronomie

2.1 Bilanz Sommersaison 2010

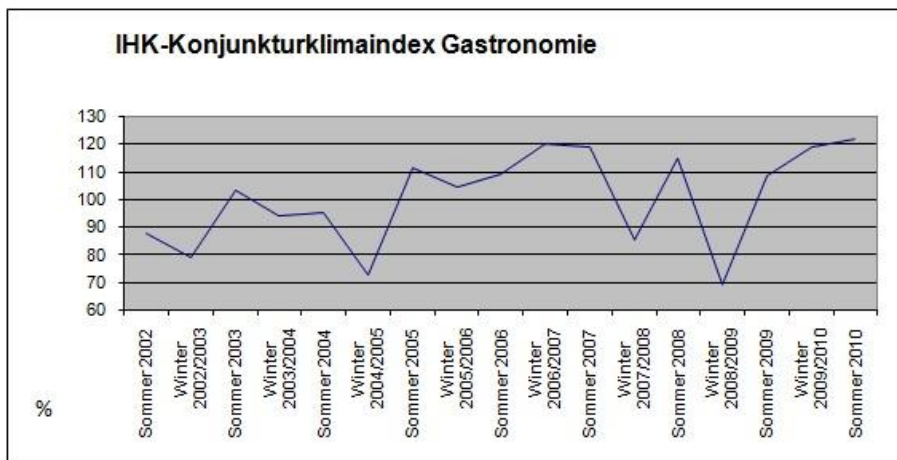
In der Gastronomie hat sich die optimistische Grundhaltung ausgangs der Wintersaison erfreulicherweise in der Realität niedergeschlagen. Im Frühjahr antizipierten 30 Prozent eine günstige Geschäftserwartung und nur 20 Prozent befürchteten eine unerfreuliche Saison. Nun beurteilen für die abgelaufene Sommersaison 39 Prozent der Restaurants und Gaststätten die Geschäftslage mit gut. Mit 23 Prozent sehen fast genau so viele Gastronomiebetriebe auf einen schlechteren Saisonverlauf zurück, wie erwartet. Damit ergab sich eine leichte Verringerung des Anteils unzufriedener Betriebe um 5 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Der Geschäftslagensaldo liegt mit positiven 16 Zählern so gut wie seit einigen Jahren nicht mehr.



Die Entwicklung der Umsätze geht mit dieser Einschätzung konform. 50 Prozent der Gastwirte gaben gestiegene Umsätze an. Weitere 36 Prozent konnten das Umsatzniveau halten. Die Quote der Unternehmen, die Umsatzrückgänge hinnehmen mussten beträgt lediglich 14 Prozent.

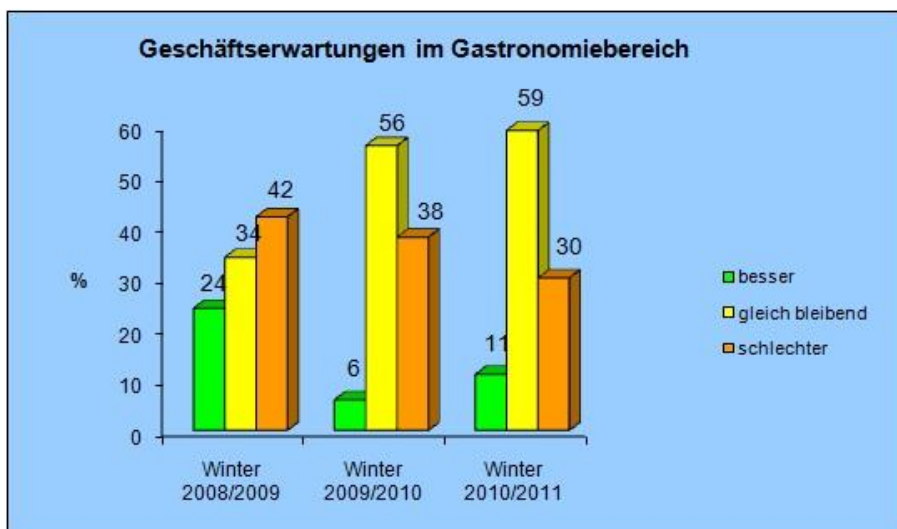
Damit ist die Gastronomie seit mehreren Jahren in einer abgelaufenen Sommersaison außerordentlich zufrieden. Die allgemeine Konjunkturerholung und die damit verbundene, recht gute, Kaufkraft der Bevölkerung drückt sich auch in vermehrter Inanspruchnahme gastronomischer Angebote aus.

Der Geschäftsklimaindex im Gastronomiegewerbe bewegt sich seit dem Winter 2008/2009 stetig aufwärts und liegt mit 122 Punkten über dem bisherigen Höchstwert aus dem Jahr 2007.



2.2 Erwartungen an die Wintersaison 2010/2011

Die Gastronomen blicken nach einer sehr guten Sommersaison durchaus auch optimistisch auf die kommende Wintersaison. Angesichts der abklingenden Wirtschafts- und Finanzkrise und der damit verbundenen, wenngleich auf vergleichsweise geringerem Niveau, wieder steigenden Kaufkraft und Konsumtionslaune erwarten die überwiegende Mehrheit der Unternehmen eine Sicherung und auch 11 Prozent eine Verbesserung des Geschäftsverlaufs.

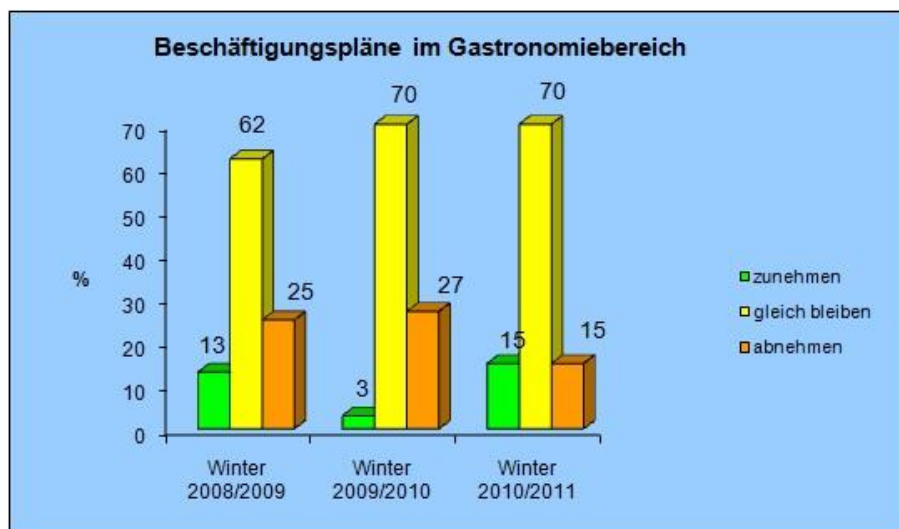


Der Saldo aus positiven und negativen Geschäftserwartungen hat sich leicht verbessert und liegt mit minus 19 Punkten um 13 Punkte besser, als in der pessimistischer gestimmten Vorjahressaison.

Damit haben sich die Erwartungen gegenüber dem Vorjahr wieder leicht relativiert, die erhoffte positive Trendwende bleibt weiterhin im Blick.

Infolge der erfreulich verlaufenen Sommersaison und dem realistisch positivem Ausblick auf die Wintersaison wird die Beschäftigungssituation sich im gleichen Trend mit entwickeln.

70 Prozent der befragten Unternehmen wollen Ihre Belegschaft beibehalten. 15 Prozent planen zusätzliche Neueinstellungen und gleichermaßen 15 Prozent müssen den Abbau der Zahl der Beschäftigten ins Auge fassen. Damit ergibt sich hier ein doch aufgehelltes Bild gegenüber den Vorjahren.



Für die Wintersaison rechnen 89 Prozent der Unternehmen, trotz steigender Kosten mit überwiegend gleich bleibenden Preisen. Nur 8 Prozent der befragten Betriebe sehen in der aktuellen Marktsituation Spielraum für Preiserhöhungen. In der Gastronomie ist dies in Folge der niedrigste Angabewert der letzten Jahre.

Infolge der sich wieder aufhellenden wirtschaftlichen Lage vieler Gastronomiebetriebe steigt erfreulicherweise auch die Investitionsneigung leicht. Nach vielen Jahren der Investitionszurückhaltung planen in der aktuellen Umfrage 58 Prozent der Unternehmen für die nächsten Monate steigende bzw. gleich bleibende Investitionen.

12 Prozent werden geringere Investitionen tätigen und 30 Prozent können gar keine Investitionen ins Auge fassen. Das ist seit vielen Jahren mit einem sehr schlechten Ausblick auf die Investitionstätigkeit eine leichte Entspannung und für die Erhaltung einer nachhaltigen Wettbewerbsfähigkeit doch erfreulich. Für eine nachhaltige Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit ist jedoch eine deutlichere Trendwende notwendig.

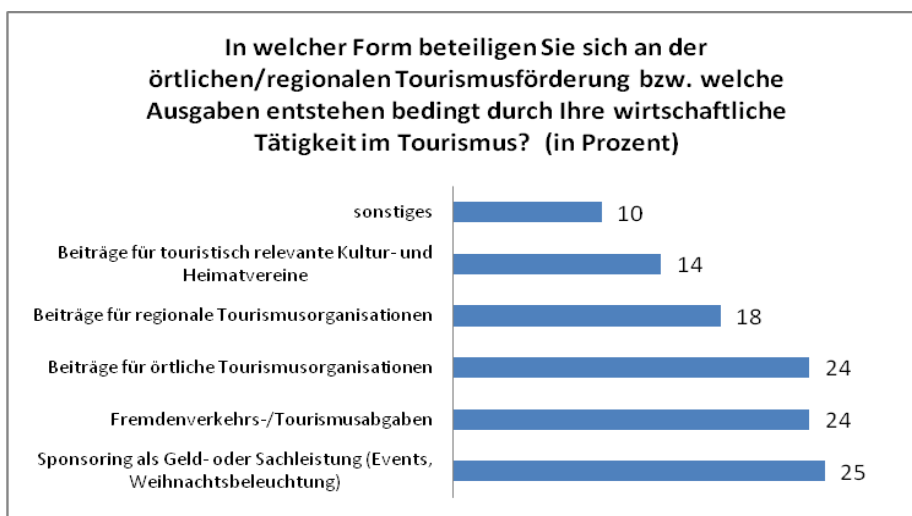
Wenn investiert wird, steht als Motiv für Investitionen deshalb auch in diesem Jahr vor allem wieder die Modernisierung und die Ersatzbeschaffung im Mittelpunkt.

Sonderfragen touristischer Leistungsanbieter Beherbergung, Camping und Gastronomie

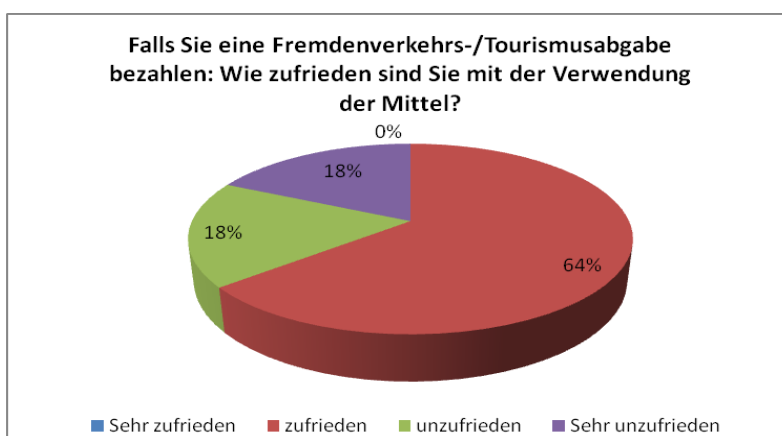
In der aktuellen Umfrage wurden die touristischen Unternehmen zu ihrer Einbindung in die Finanzierung regionalen bzw. örtlichen Marketingaktivitäten von Kommunen oder Reisegebietsorganisationen befragt.

Von den befragten Unternehmen beteiligen rund 40 Prozent sich an tourismusfördernden Maßnahmen.

Die wichtigsten Finanzierungsbeiträge der Unternehmen sind direkte kommunale Abgaben, Mitgliedsbeiträge für örtliche oder überregionale Tourismusorganisationen, Beiträge für touristisch relevante Kultur- oder Heimatvereine als auch Sponsoring bzw. direkte Sachleistungen für Events oder Aktionen. Die Unternehmen wenden dafür jährlich jeweils ca. 1.800 Euro auf.



Mit der Verwendung der Mittel sind 64 Prozent der befragten Unternehmen zufrieden.



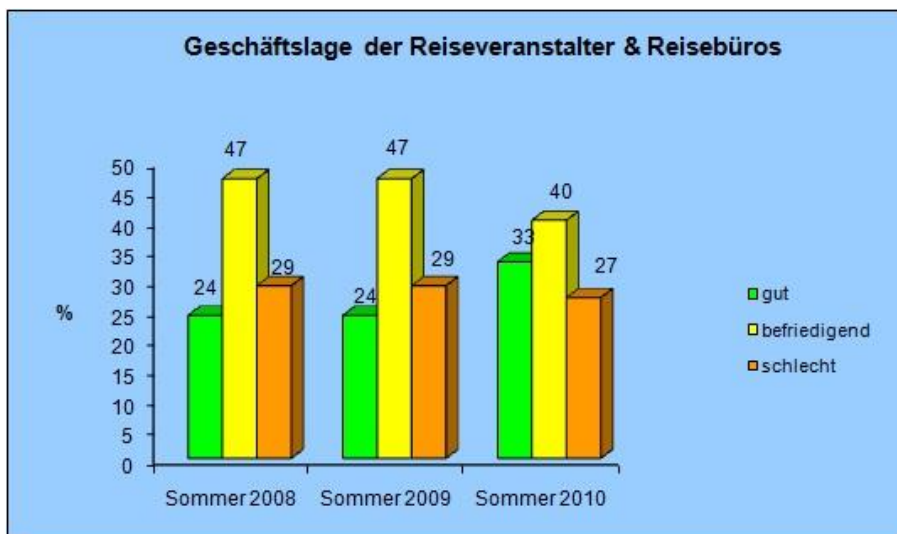
Eine Ausweitung der finanziellen oder sachleistungsbezogenen Unterstützung der Tourismusförderung in Anbetracht knapper werdender kommunaler Mittel für diesen Zweck können sich 65 Prozent der Unternehmen vorstellen. Bedingungen für ein stärkeres Engagement sind jedoch eine ausdrückliche Zweckgebundenheit der Mittel für tourismusfördernde Zwecke, ein Mitspracherecht bei der Verwendung und die Einbeziehung aller vom Tourismus partizipierenden Branchen.

3 Reisebüros und Reiseveranstalter

3.1 Bilanz Sommersaison 2010

Die Geschäftslage hat sich für die Reisebüros und Reiseveranstalter im zurückliegenden Sommerhalbjahr gegenüber dem Vorjahr leicht verbessert. 40 Prozent der befragten Unternehmen beurteilt die aktuelle Geschäftslage mit "befriedigend".

33 Prozent der Unternehmen verzeichnen eine gute Geschäftsentwicklung, damit immerhin 9 Prozent mehr als in der Saison 2009. Auf fast gleichem Niveau wie in den Vorjahren mit 27 Prozent der befragten Unternehmen liegt der Anteil derjenigen Betriebe, die eine Verschlechterung des Geschäftsverlaufes angaben.



Insgesamt ist die Zahl der schlechten Einschätzungen damit im Wesentlichen gleich geblieben.

Etwas aufgehellt hat sich die Stimmung bei den Busunternehmen. Hier bezeichneten noch im Vorjahr 67 Prozent ihre Geschäftslage mit „Schlecht“. In der aktuellen Umfrage sind alle befragten Unternehmen mit befriedigenden Ergebnissen aus der Saison gegangen. Kein Busunternehmen konnte die Saison für sich als „Gut“ verbuchen.

Reisebüros beurteilen die letzten Monate mit 43 Prozent als „Gut“ und 29 Prozent „Befriedigend“.

Verhaltener schätzten die Reiseveranstalter die abgelaufene Saison ein. Hier waren 40 Prozent zufrieden jedoch gaben auch weitere 40 Prozent gaben einen schlechter verlaufenen Geschäftszeitraum an.

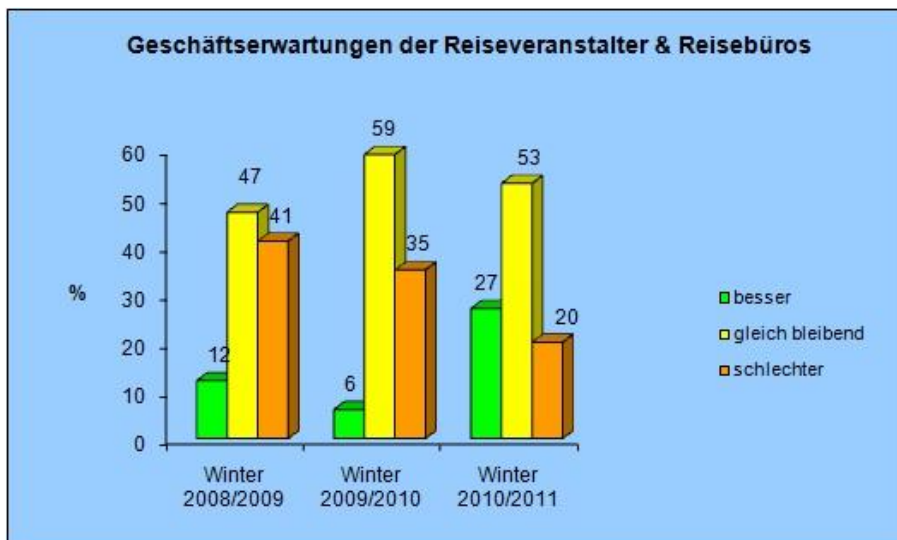
Aufgrund der weltpolitischen Lage und der wirtschaftlichen Situation verzeichneten die Reisebüros in den vergangenen Jahren kontinuierlich Rückgänge bei Auslandsreisen. Die vorjährigen Umfrageergebnisse zeichneten ein ähnliches Bild. In der aktuellen Umfrage hat sich diese Situation in einen positiven Trend umwandeln lassen. 50 Prozent der Reisebüros konnten steigende Buchungszahlen ins Ausland registrieren. Die Situation bei gebuchten Inlandreisen ist ähnlich. Hier gaben 25 Prozent gleich bleibende und 50 Prozent steigende Buchungsnachfragen an. Doch

auch 25 Prozent der Reisebüros mussten Rückgänge bei den gebuchten Inlandsreisen hinnehmen.

Ein anderes Bild zeigt sich bei den Reiseveranstaltern. Hier konnten keine Betriebe steigende Inlandsbuchungen absetzen. 67 Prozent berichten von einem gleich gebliebenen Geschäftsverlauf. Alle Unternehmen, die Auslandsreisen organisieren, mussten rückläufigen Umsatz verkraften.

3.2 Erwartungen an die Wintersaison 2010/2011

Für die Wintersaison zeichnet sich wieder eine erfreuliche Erwartungshaltung der wirtschaftlichen Situation der Unternehmen ab. 27 Prozent der Befragten rechnen mit einer Verbesserung der Geschäftslage, gegenüber nur 6 Prozent im Vorjahr. 20 Prozent der Unternehmen und damit 15 Prozentpunkte weniger als vor einem Jahr, erwarten eine ungünstige Entwicklung der Wintersaison 2009/2010.



Der Saldo aus positiven und negativen Erwartungen liegt mit 7 Punkten damit seit vielen Jahren wieder im positiven Bereich und deutlich über den verhaltenen Vorjahresniveaus mit ausgeprägten minus-Werten .

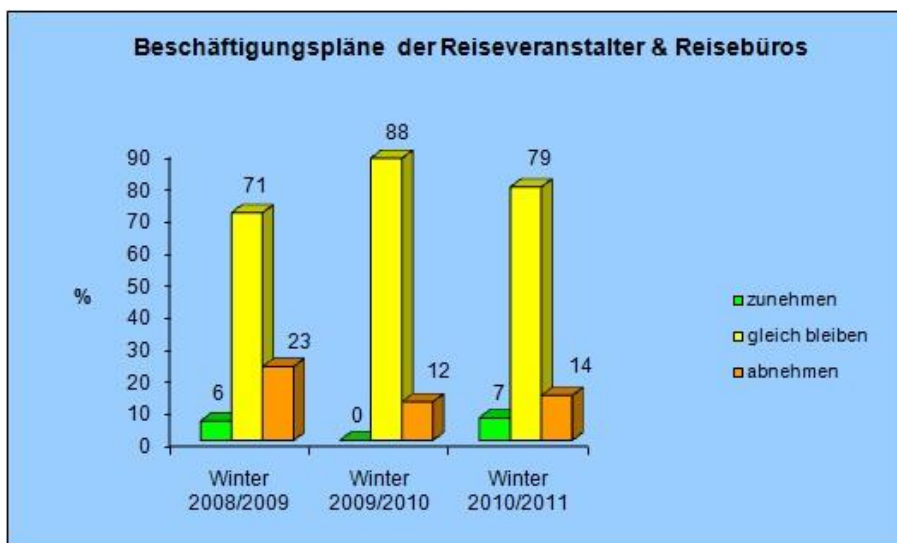
Es sind vor allem die Reisebüros mit 72 Prozent der Unternehmen, die eine gute bis zufriedenstellende Geschäftslage erwarten. Einen zufriedenstellenden geschäftsverlauf sehen auch 67 Prozent der Busunternehmen auf sich zukommen. Ebenso optimistisch schauen die Reiseveranstalter in die Zukunft. Hier sehen 80 Prozent eine gleichbleibende und 20 Prozent der Unternehmen eine bessere Geschäftsentwicklung voraus.

Damit scheint eine nachhaltige Belegung angesichts des Reiseverhaltens für die bevorstehende Saison realistisch.

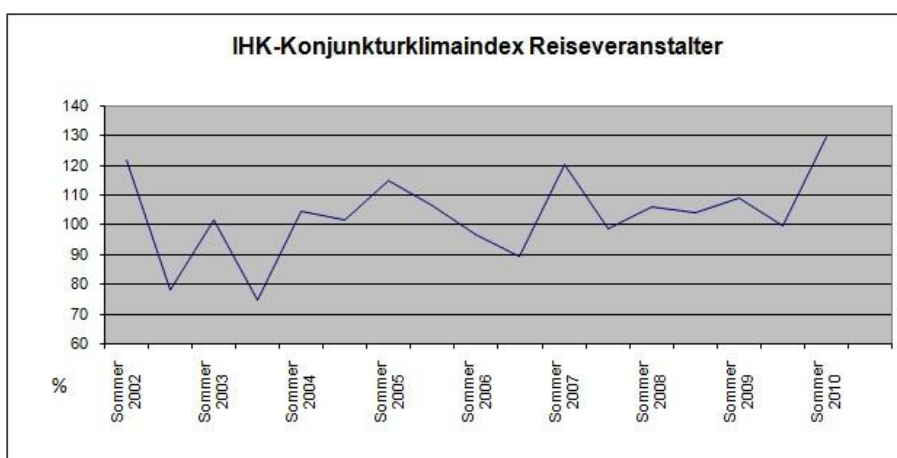
71 Prozent der Unternehmen rechnen für die Wintersaison mit gleich bleibenden Verkaufspreisen und doch auch 21 Prozent mit steigenden Preisen.

Trotz der relativ guten Sommersaison und optimistischen Einschätzungen für die Wintersaison sind die Investitionsabsichten ähnlich zurückhaltend wie vor einem Jahr. 53 Prozent der Unternehmen investiert in den kommenden Monaten überhaupt nicht. 40 Prozent werden zumindest auf demselben Niveau investieren wie im Vorjahr. Wenn investiert wird, dann hauptsächlich in Modernisierung und Ersatzbeschaffung.

Die sich entspannende wirtschaftliche Situation spiegelt sich auch in den Beschäftigungsplänen wieder. Der Anteil der Unternehmen, die einen Personalabbau ins Auge fassen, liegt bei 14 Prozent. Doch auch 7 Prozent wollen ihren Personalbestand aufbauen. Dies betrifft allerdings ausschließlich Unternehmen, die als Reiseveranstalter tätig sind. Alle anderen Betriebsarten wollen im Wesentlichen ihren Personalbestand beibehalten.



Korrespondierend mit den Umfrageergebnissen zeigt auch der Geschäftsklimaindex einen insgesamt erholenden Verlauf mit deutlich positiver Tendenz. Erstmals in dieser Dekade wird mit 130 Punkten ein Spitzenwert erreicht.



Ihr Ansprechpartner zum Tourismus:

Heike Graf, Telefon 033638 8970-12
Industrie- und Handelskammer Ostbrandenburg
Geschäftsstelle Rüdersdorf
Schulstr. 22
15562 Rüdersdorf
graf@ihk-ostbrandenburg.de

Diesen Bericht finden Sie auch auf den Internetseiten der IHK Ostbrandenburg unter **www.ihk-ostbrandenburg.de** /Standortpolitik/Standortinformation/ Unternehmensbefragungen/Tourismusbericht. Dort sind auch die Berichterstattungen über die Tourismusentwicklung der Vorjahre verfügbar.

Anlage:

Gäste und Übernachtungen im Fremdenverkehr im IHK-Bezirk Mai bis August 2010 im Vergleich zu Mai bis August 2009*

Gästeankünfte						Veränderung zum Vorjahres- zeitraum
Verwaltungsbezirke	Mai	Juni	Juli	August	Mai-August 2010	
Frankfurt (Oder)	5414	6689	10262	7302	29667	12,9
Barnim	25392	30113	30862	26986	113353	24,6
Märkisch Oderland	23673	25088	23089	22422	94272	0,4
Oder-Spree	43743	43849	48196	40538	176326	24,4
Uckermark	31286	31952	38100	34032	135370	22,9
IHK-Bezirk	129508	137691	150509	131280	548988	18,6
IHK-Bezirk in %	29,6	30,3	30,8	28,8	29,9	
Land Brandenburg	437521	454510	489076	455760	1836867	21,8
Übernachtungen						Veränderung zum Vorjahres- zeitraum
Verwaltungsbezirke	Mai	Juni	Juli	August	Mai-August 2010	
Frankfurt (Oder)	11224	13064	23695	17028	65011	21,7
Barnim	81786	90201	113568	95687	381242	17,9
Märkisch Oderland	76448	84606	89330	85371	335755	9,0
Oder-Spree	122809	122605	178397	146572	570383	27,5
Uckermark	88129	90749	139941	120998	439817	29,1
IHK-Bezirk	308396	401225	544931	465656	1720208	16,8
IHK-Bezirk in %	33,2	33,7	35,1	33,7	34,0	
Land Brandenburg	1145154	1191456	1552341	1380341	5269292	23,6
Durchschnittliche Verweildauer						Veränderung zum Vorjahres- zeitraum
Verwaltungsbezirke	Mai	Juni	Juli	August	Mai-August 2010	
Frankfurt (Oder)	2,1	2,0	2,3	2,3	2,2	0,2
Barnim	3,2	3,0	3,7	3,5	3,4	-0,3
Märkisch Oderland	3,2	3,4	3,9	3,8	3,6	0,3
Oder-Spree	2,8	2,8	3,7	3,6	3,2	0,1
Uckermark	2,8	2,8	3,7	3,6	3,2	0,2
IHK-Bezirk	2,4	2,9	3,6	3,5	3,1	0,0
IHK-Bezirk in %	91,0	111,2	114,1	117,1	109,2	
Land Brandenburg	2,6	2,6	3,2	3,0	2,9	0,0

* mehr als 8 Betten; Angaben des Amtes für Statistik Berlin und Brandenburg und eigene Berechnungen