

Presse-Information

Bilanz für das Deutschland-Incoming 2009

Deutschland gewinnt international Marktanteile

Frankfurt am Main, 04. März 2010 – Das Reiseland Deutschland hat sich beim Incoming im Jahr 2009 als äußerst wettbewerbsfähig erwiesen: Während nach Angaben der UNWTO die internationalen Ankünfte 2009 einen Verlust von rund 4,3 Prozent verkraften mussten und europaweit sogar um 5,6 Prozent nachgaben, gingen die Ankünfte in Deutschland nur um 2,7 Prozent zurück.

*Entwicklung über
Welt- und Europa-
niveau*

Auch bei den Hotelübernachtungen steht Deutschland gut da: Nach einer Untersuchung des Statistischen Amtes der Europäischen Union Eurostat lagen die Hotelübernachtungen ausländischer Gäste in der Europäischen Union 2009 um 9,1 Prozent, in der deutschen Hotellerie nur um 4,6 Prozent hinter dem Vorjahresergebnis zurück. Damit steht Deutschland hinter Schweden EU-weit an zweiter Stelle.

*Entwicklung der
Hotelübernachten-
gen EU-weit an
zweiter Stelle*

Diese Studien zeigen: Deutschland konnte 2009 seine Marktanteile trotz Krise steigern.

Das Statistische Bundesamt zählte von Januar bis Dezember 2009 rund 54,8 Millionen Übernachtungen ausländischer Gäste in Beherbergungsbetrieben mit mehr als neun Betten und auf Campingplätzen in Deutschland, mit drei Prozent ein vergleichsweise moderater Rückgang gegenüber dem Vorjahr. Im Hauptreisemonat August lagen die Übernachtungszahlen trotz Wirtschaftskrise sogar 2,2 Prozent über dem Vergleichsmonat des Rekordjahres 2008. Weitere Zuwächse in den Monaten November und Dezember minderten die Rückgänge weiter und weisen

*Übernachtungen
minus drei Prozent*

*Talsole durch-
schritten*

darauf hin, dass die Talsohle im Incoming durchschritten ist.

„Die positive Entwicklung geht vor allem auf die deutlich gestiegene Attraktivität des Reiseland Deutschland als Urlaubsdestination zurück. Hier konnte Deutschland seine Übernachtungen um mehr als drei Prozent steigern. Das ist auch ein schöner Erfolg für die DZT-Kampagne Affordable Hospitality: Damit haben wir das hervorragende Preis-Leistungs-Verhältnis des Deutschland-Tourismus weltweit beworben, das gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ein wichtiger Faktor ist“, erklärt Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT).

Gestiegene Attraktivität als Urlaubsdestination aufgrund guten Preis-Leistungs-Verhältnisses

So schloss der Deutschland-Tourismus besonders in den Key-Märkten der Kampagne wie den Niederlanden, Österreich, Dänemark und Belgien das Jahr positiv ab. Die Niederlande, größter Quellmarkt für das deutsche Incoming, generierten 2009 rund 9,9 Millionen Übernachtungen, 2,8 Prozent mehr als im Vorjahr. Im krisengeschüttelten Großbritannien konnte die DZT die Rückgänge durch ihre Aktionen zumindest abmildern. Insgesamt erwies sich der Deutschland-Tourismus aus Europa als relativ krisenresistent. Er beendete das Jahr 2009 mit 42,2 Millionen Übernachtungen aus Europa und einem leichten Minus von 1,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Deutschland-Tourismus aus Europa relativ krisenresistent

Erwartungsgemäß war das Incoming aus den Übersee-Destinationen mit einem Rückgang von insgesamt 7,3 Prozent kritischer. Dennoch zeigen sich positive Tendenzen vor allem in den USA, Deutschlands größtem Überseemarkt und zweitwichtigstem Quellmarkt: Nach zweistelligen Minusraten im ersten Halbjahr milderten sich die Rückgänge aufgrund einer fulminanten Sommersaison. Im November haben sich die Übernachtungszahlen, auch aufgrund der Feierlichkeiten zum 20. Jahrestag des Mauerfalls, sogar um 5,2 Prozent gegenüber

Positive Tendenzen aus den USA

dem Vorjahresmonat gesteigert. Dennoch liegt das Gesamtergebnis 2009 noch 3,4 Prozent unter dem Jahresabschluss 2008.

In Asien hat neben der Wirtschaftskrise auch die Angst vor der „Schweinegrippe“, die in China zeitweilig sogar zu einer Warnung vor Reisen nach Europa führte, den Deutschland-Tourismus stärker beeinflusst. Hier liegt der Jahresabschluss 10,2 Prozent unter dem des Vorjahres. Die asiatischen Märkte machen derzeit 8,2 Prozent des Incomings aus.

„Trotz des Rückgangs im Jahr 2009 bleiben insbesondere die BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien und China) bedeutende Potenzialmärkte für die kommenden Jahre“, betont Hedorfer.

Bei den Zielen konnten die Stadtstaaten ihre Position im deutschen Incoming ausbauen: In Berlin lagen die Übernachtungen im 20. Jahr nach dem Mauerfall 5,9 Prozent höher als 2008, Hamburg steigerte sich um 2,7 Prozent, Bremen um 3,5 Prozent. Auch in Dresden zählten die Statistiker 2009 1,7 Prozent mehr Ausländerübernachtungen. Unter den Flächenländern schlossen Thüringen mit einem Zuwachs des Incoming um 3,4 Prozent und Rheinland-Pfalz mit einem Plus von 2,4 Prozent das Jahr trotz Krise positiv ab.

*„Schweinegrippe“
verstärkt negativen
Effekt der Wirt-
schaftskrise*

*BRIC-Staaten be-
deutende
Potenzialmärkte*

*Berlin-Boom
20 Jahre nach dem
Fall der Mauer*