



Der Tourismus 2008 im Reiseland Niedersachsen

Wirtschaftsminister Dr. Philipp Rösler
Geschäftsführerin Carolin Ruh,
TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

Pressekonferenz 9. März 2009



Niedersächsisches Ministerium für
Wirtschaft, Arbeit und Verkehr



TourismusMarketing
niedersachsen



Dr. Philipp Rösler

Niedersächsischer Minister für Wirtschaft,
Arbeit und Verkehr



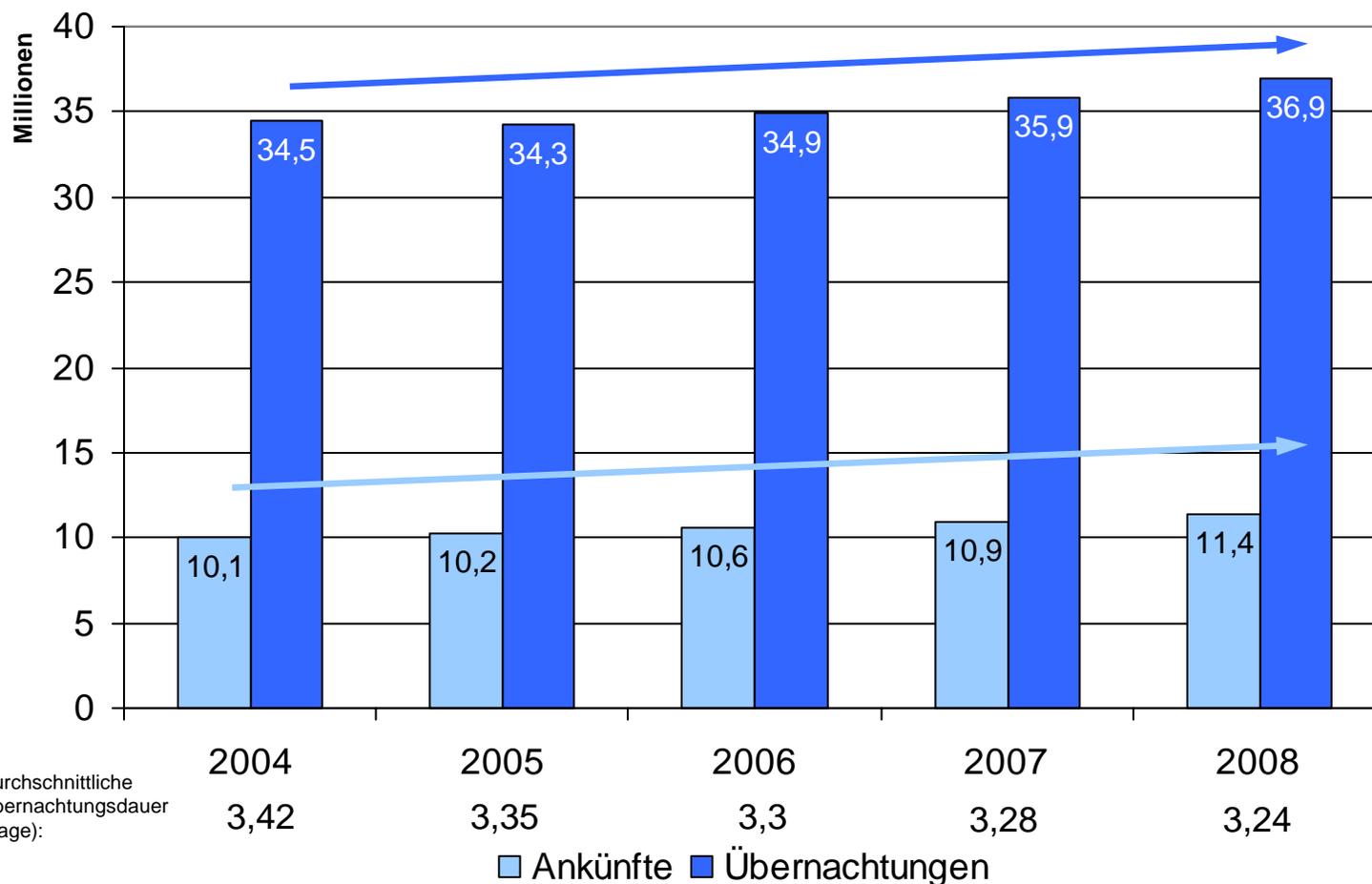
TourismusMarketing
niedersachsen

Niedersächsisches Wachstum in 2008 liegt über dem Bundesdurchschnitt



Ankünfte* 2008	Niedersachsen	zum Vorjahr	Bund	zum Vorjahr
	absolut	in %	absolut	in %
deutsche Gäste	10.180.802	+ 4,0	108.074.890	+ 2,5
ausländische Gäste	1.193.953	+ 4,7	24.884.017	+ 1,9
Insgesamt	11.374.755	+ 4,0	132.958.907	+ 2,4
Übernachtungen* 2008	Niedersachsen	zum Vorjahr	Bund	zum Vorjahr
	absolut	in %	absolut	in %
deutsche Gäste	34.045.482	+ 2,7	313.042.929	+ 1,9
ausländische Gäste	2.856.106	+ 4,5	56.536.906	+ 3,2
Insgesamt	36.901.588	+ 2,8	369.579.835	+ 2,1

Niedersachsen setzt den positiven Aufwärtstrend der Vorjahre fort



Übernachtungen
2004 bis 2008:
plus 7,0 %

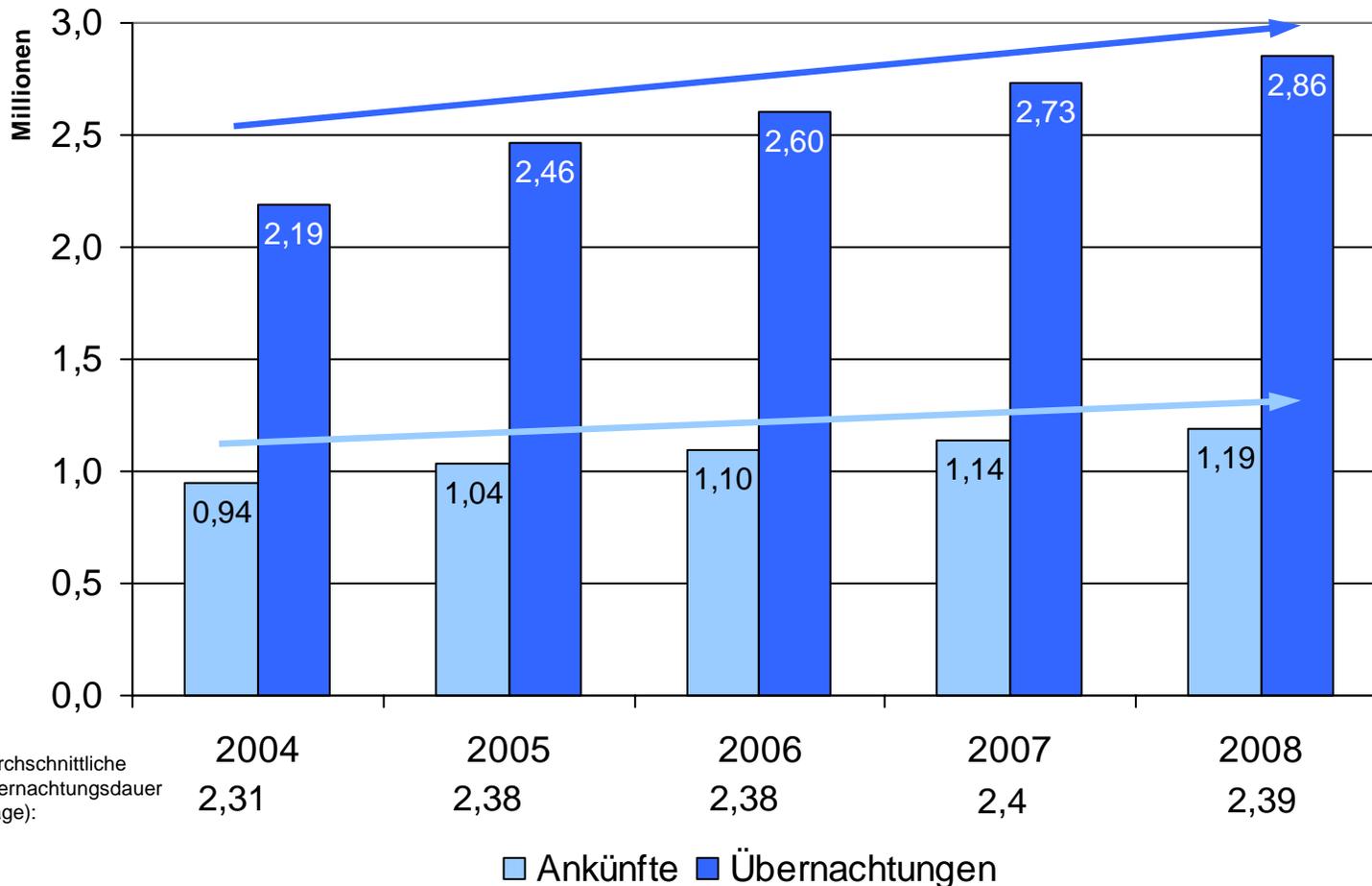
Ankünfte
2004 bis 2008:
plus 12,9 %



TourismusMarketing
niedersachsen

Quelle: TMN nach Statistisches Bundesamt 2008-2009, einschl. Camping

Die aktive Vermarktung im Ausland zeigt Wirkung



Übernachtungen
(2004-2008)
plus 30,6 %

Marktanteil
Ausland:

6,3 % → 7,7 %

Ankünfte
(2004-2008)
plus 26,4 %

Marktanteil
Ausland:

9,4 % → 10,5 %

Durchschnittliche
Übernachtungsdauer
(Tage):

Quelle: TMN nach Statistisches Bundesamt 2008-2009, einschl. Camping

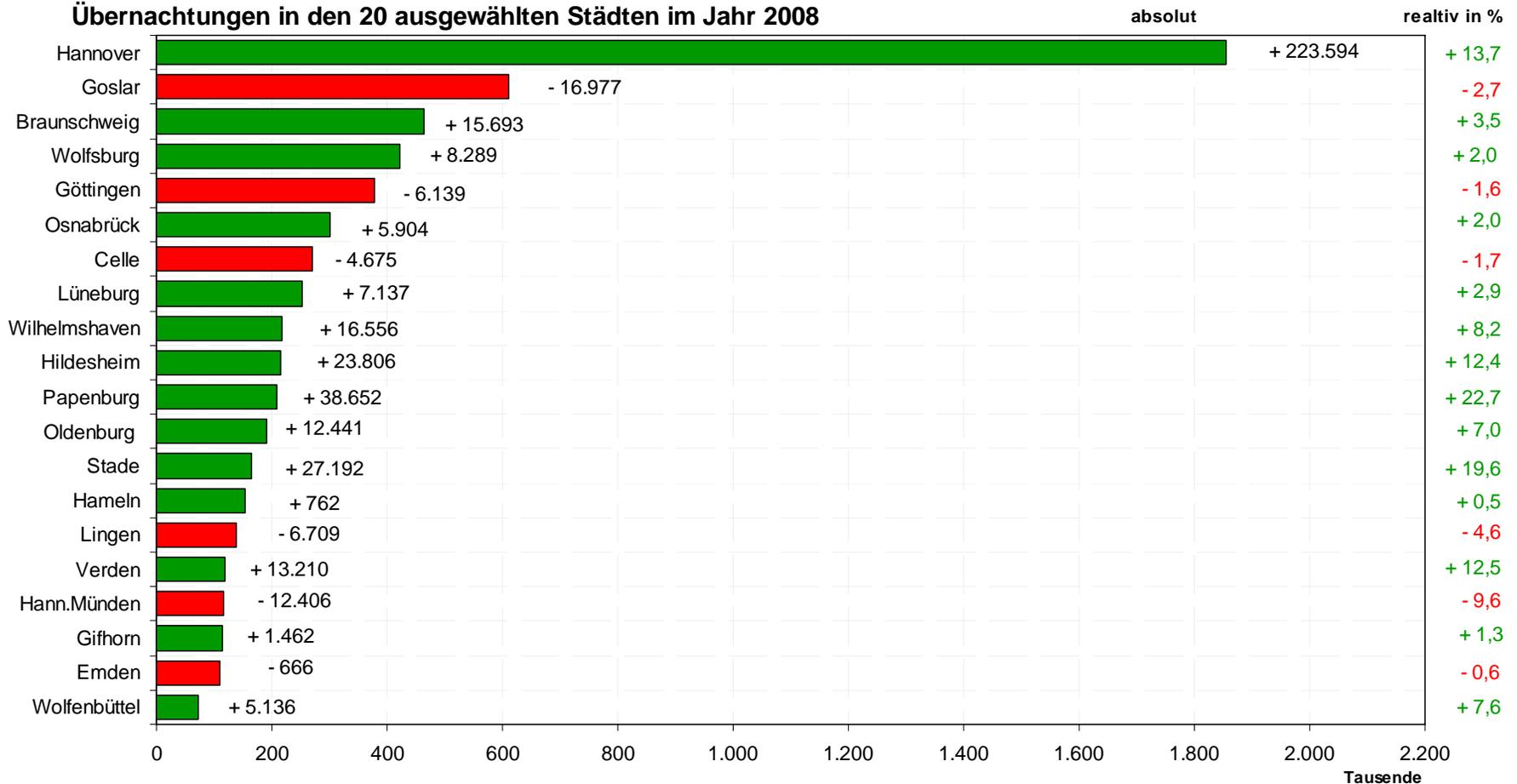


TourismusMarketing
niedersachsen

Wachstum der Städte von 5,8 Prozent liegt über dem Landesdurchschnitt



Übernachtungen in den 20 ausgewählten Städten im Jahr 2008



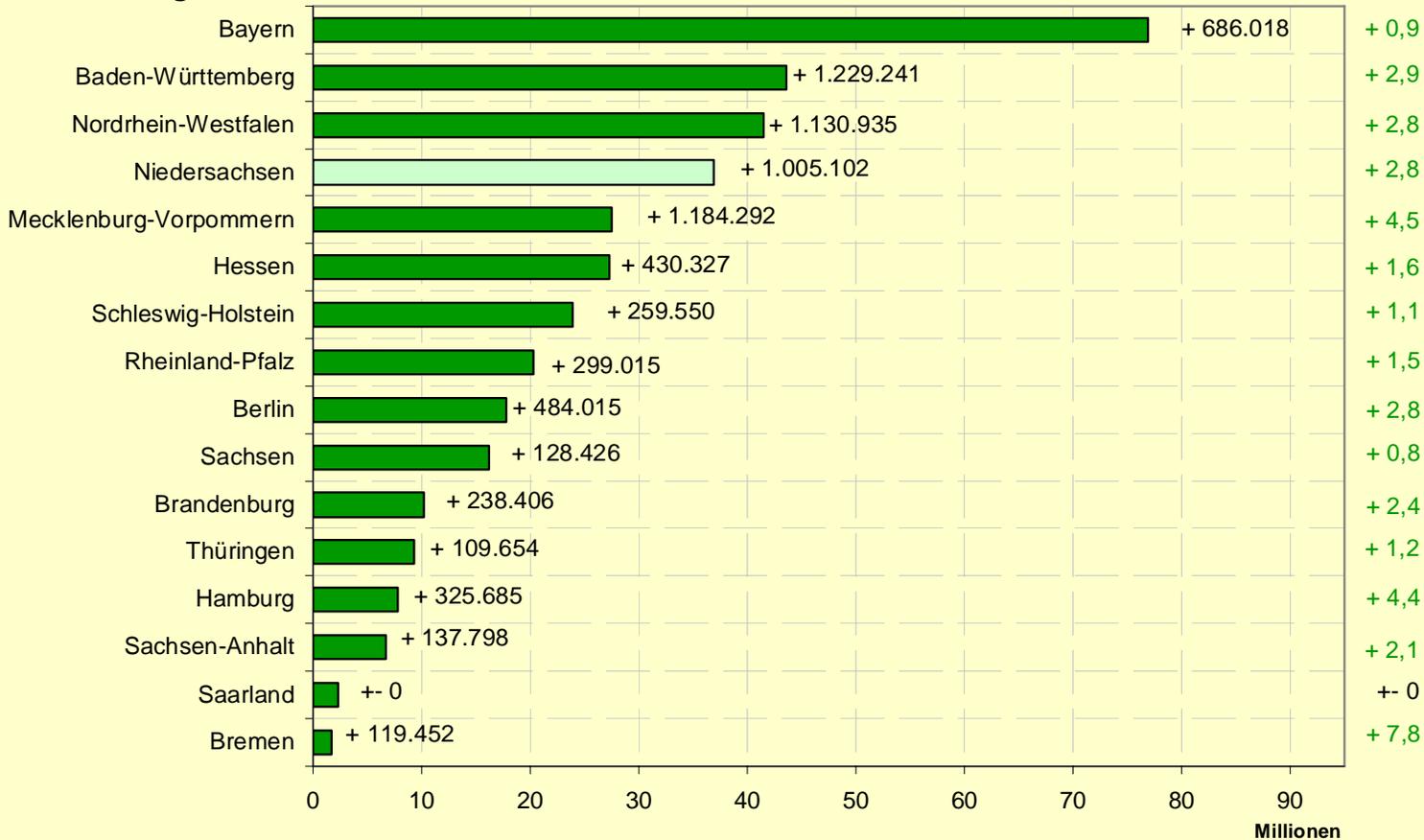
Niedersachsen ist weiter das beliebteste Urlaubsziel in Norddeutschland



Übernachtungen nach Bundesländern im Jahr 2008

absolut

relativ in %



Deutschland

ÜN 2008

369.579.835

VÄ Vorjahr

+ 2,1 %



TourismusMarketing
niedersachsen

Quelle: TMN nach Statistisches Bundesamt 2008-2009, einschl. Camping



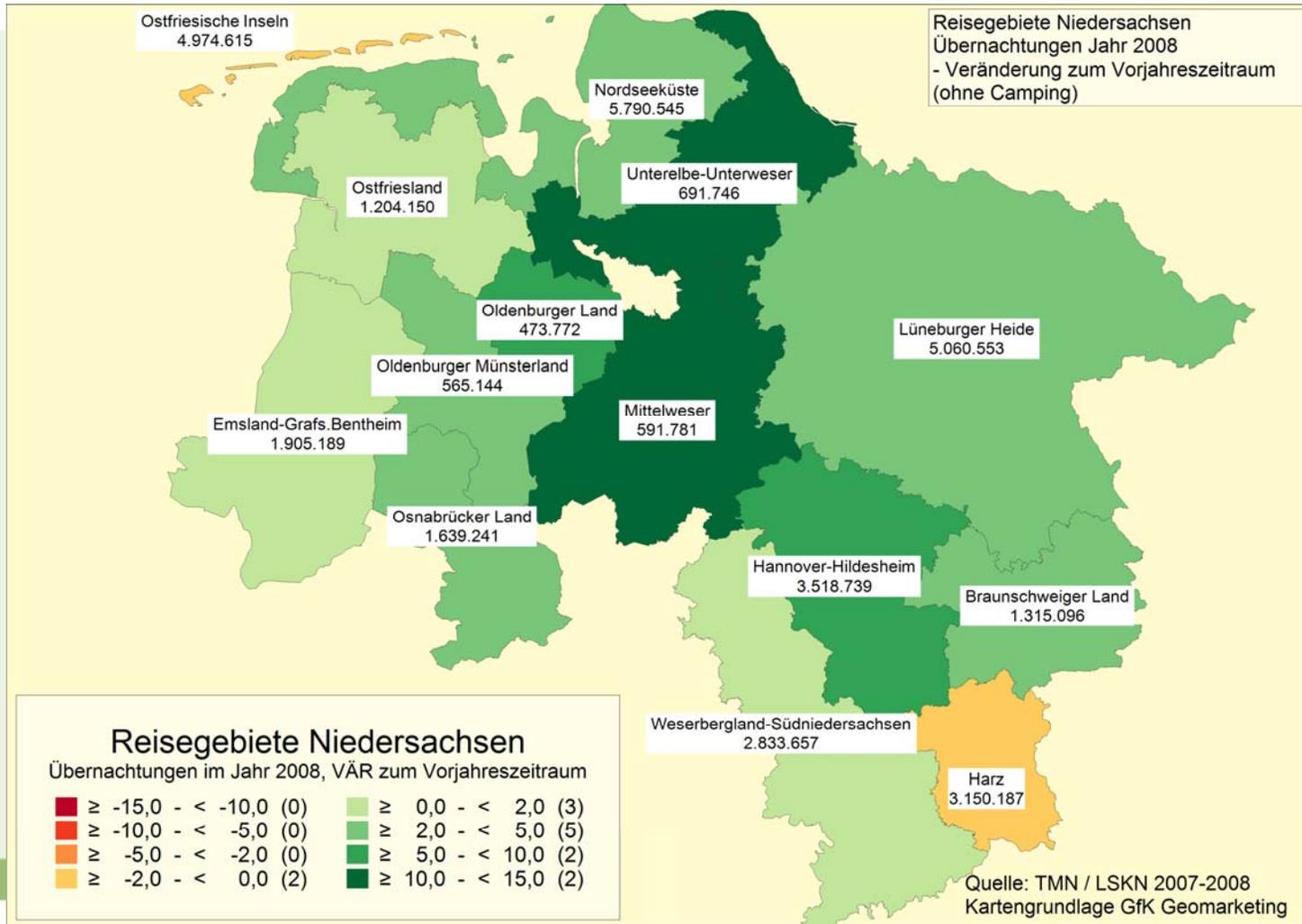
Carolin Ruh

Geschäftsführerin
TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

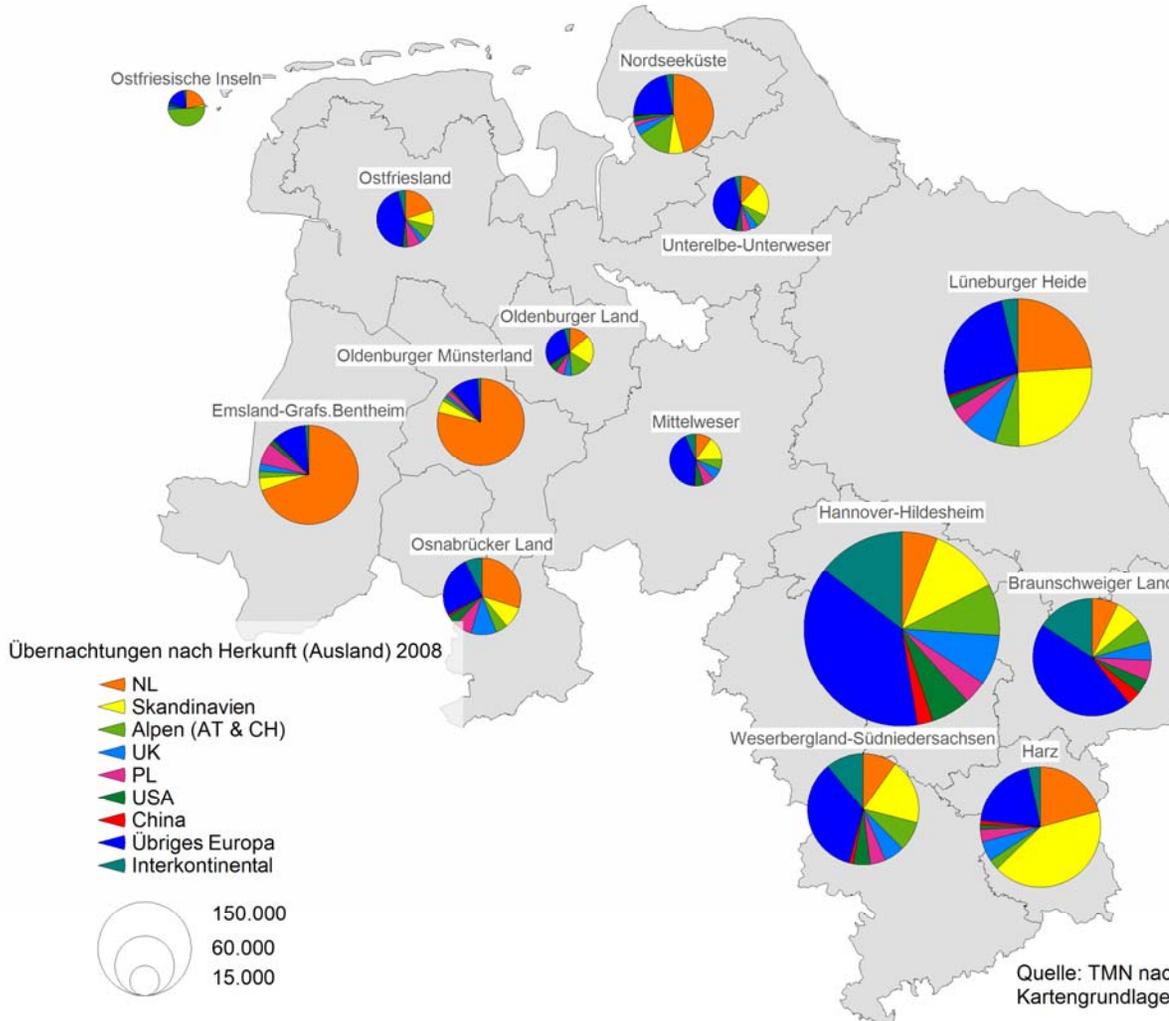


TourismusMarketing
niedersachsen

Nahezu alle Regionen können von dem Wachstum profitieren



Zuwachs beim Incoming vor allem aus den europäischen Nachbarländern



2008	ÜN	VÄR in %	Markt-Anteil
Niederlande	568.019	+ 2,9	23,3
Skandinavien	403.783	+ 2,2	16,6
Alpen (AT & CH)	176.093	+ 2,4	7,2
UK	146.199	- 4,5	6,0
Polen	114.162	+ 5,0	4,7
USA	93.160	- 2,7	3,8
China	38.769	+ 6,1	1,6
Übriges Europa	691.066	+ 3,8	28,3
Interkont.	207.478	+ 2,1	8,5

Quelle: TMN nach LSKN 2008-2009
Kartengrundlage: GfK Geomarketing



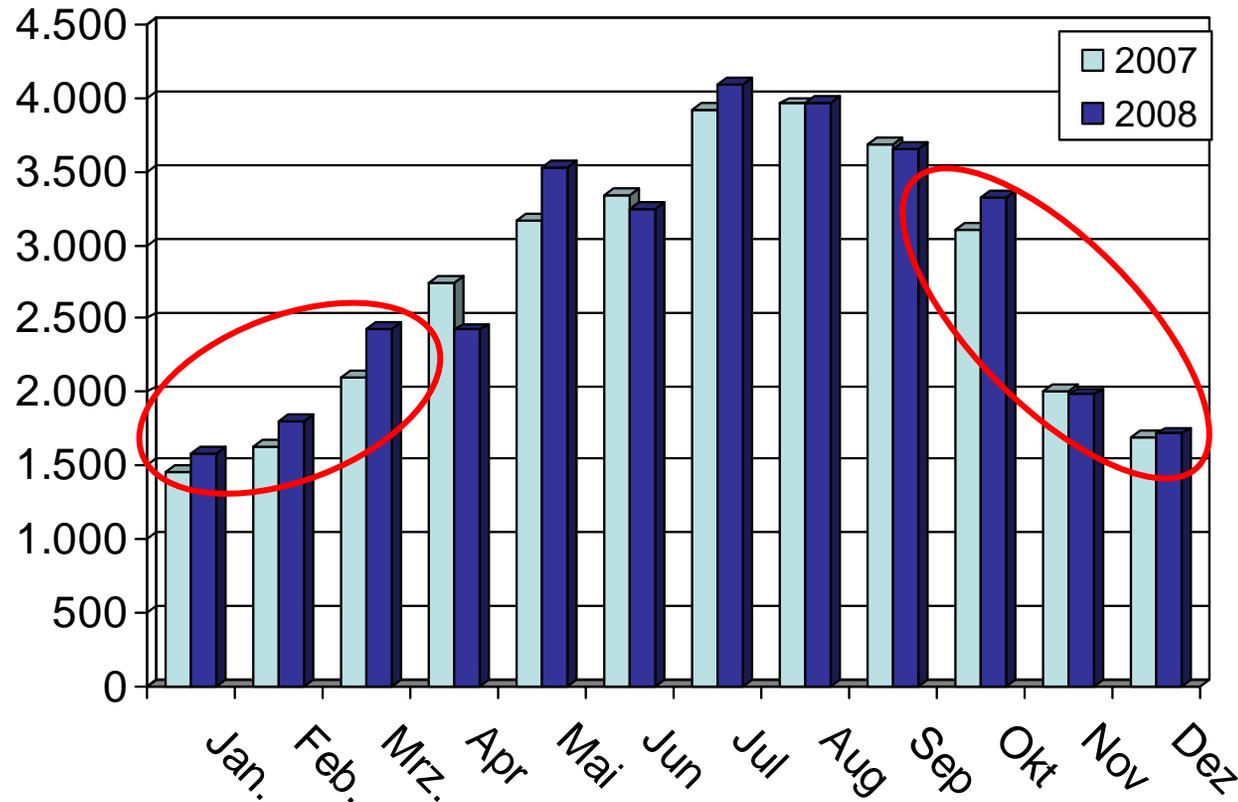
TourismusMarketing
niedersachsen

Wachstum in der Vor- und Nachsaison durch gezielte Angebote



Saisonverlauf im Vergleich zum Vorjahr (Übernachtungen)

Tausende



Quelle: LSKN 2008/2009 ohne Camping

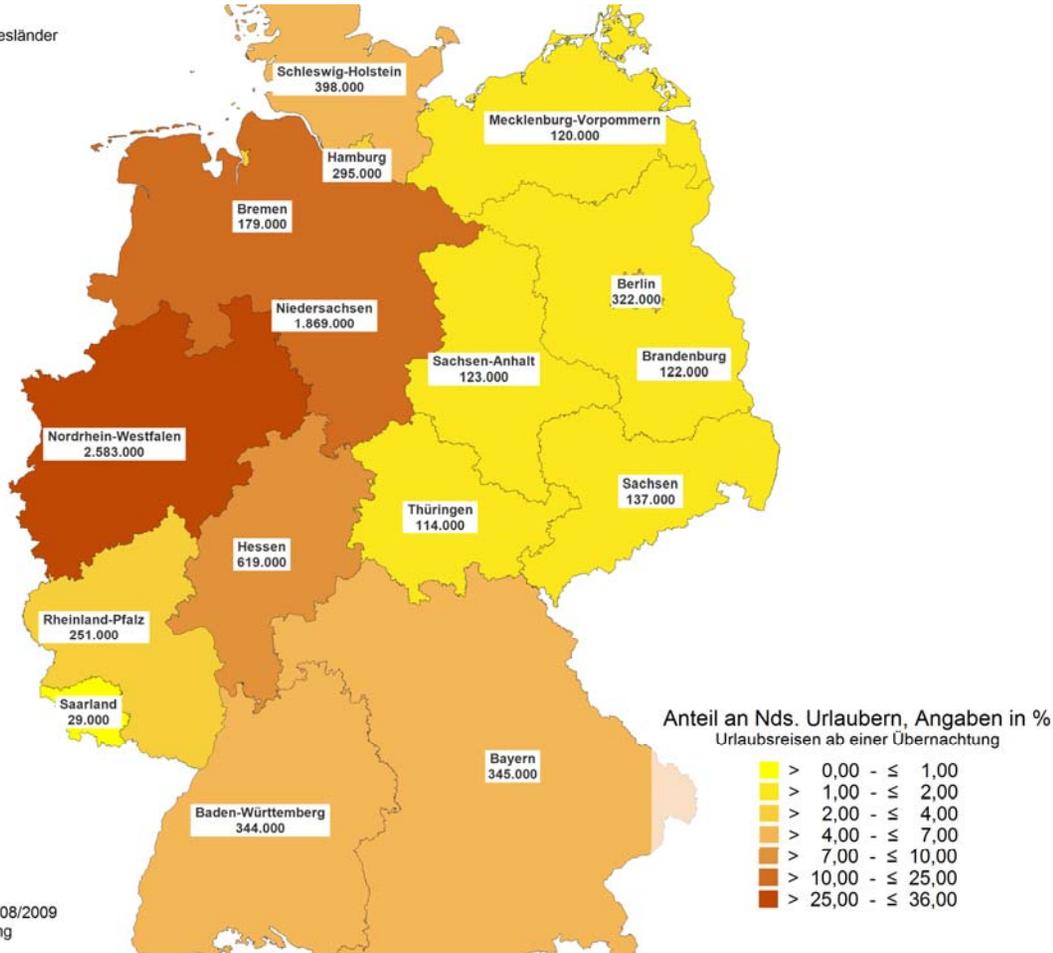


TourismusMarketing
niedersachsen

Mehr als 57 % der Gäste kommen aus NRW und Niedersachsen



Herkunft der nds. Gäste nach Bundesländer
im vergangenen Reisejahr



Quelle: TMN / GfK TravelScope 2008/2009
Kartengrundlage: GfK Geomarketing

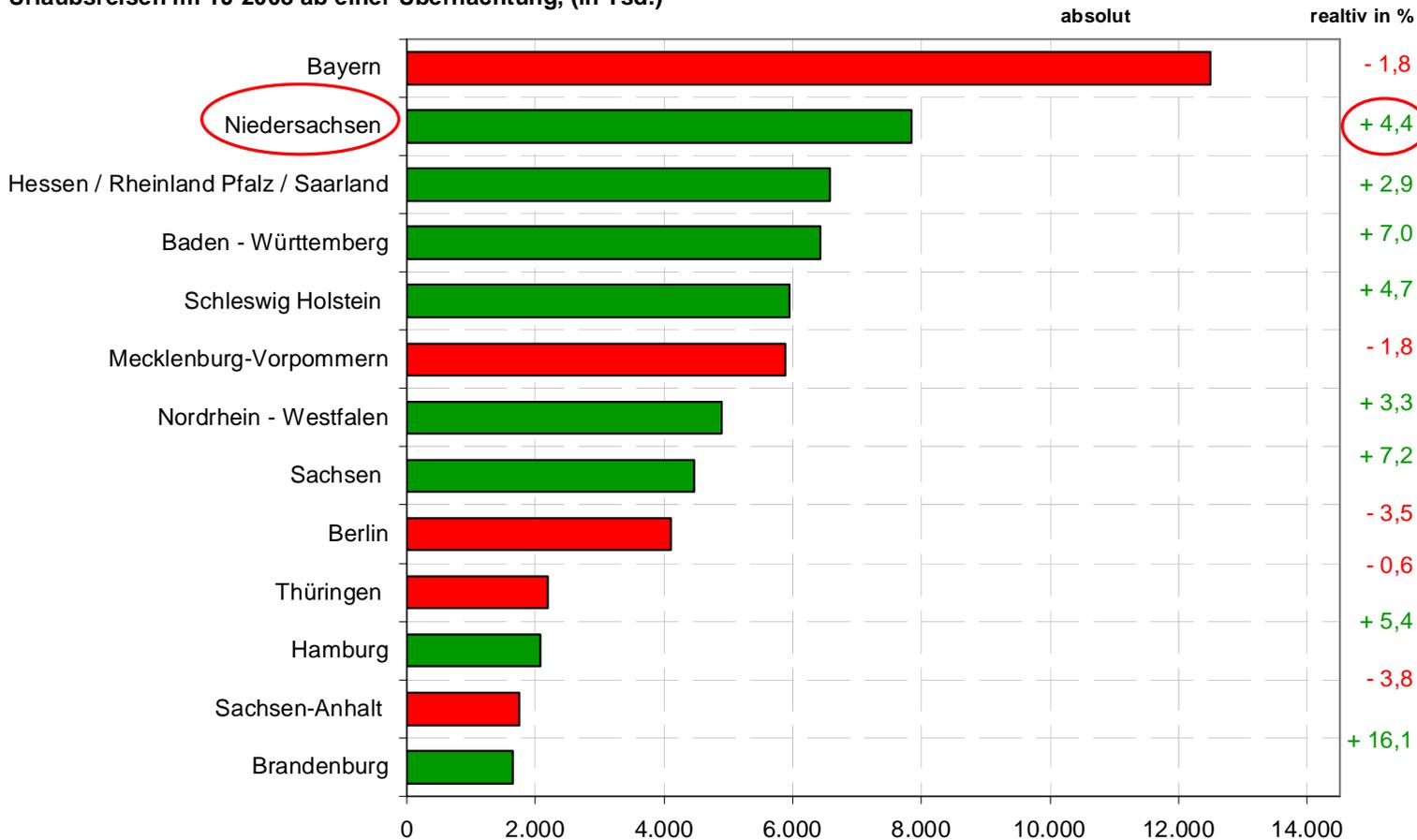


TourismusMarketing
niedersachsen

Niedersachsen liegt auf Platz 2 bei den Urlaubsreisen



Urlaubsreisen im TJ 2008 ab einer Übernachtung, (in Tsd.)



Quelle: TMN / GfK TravelScope

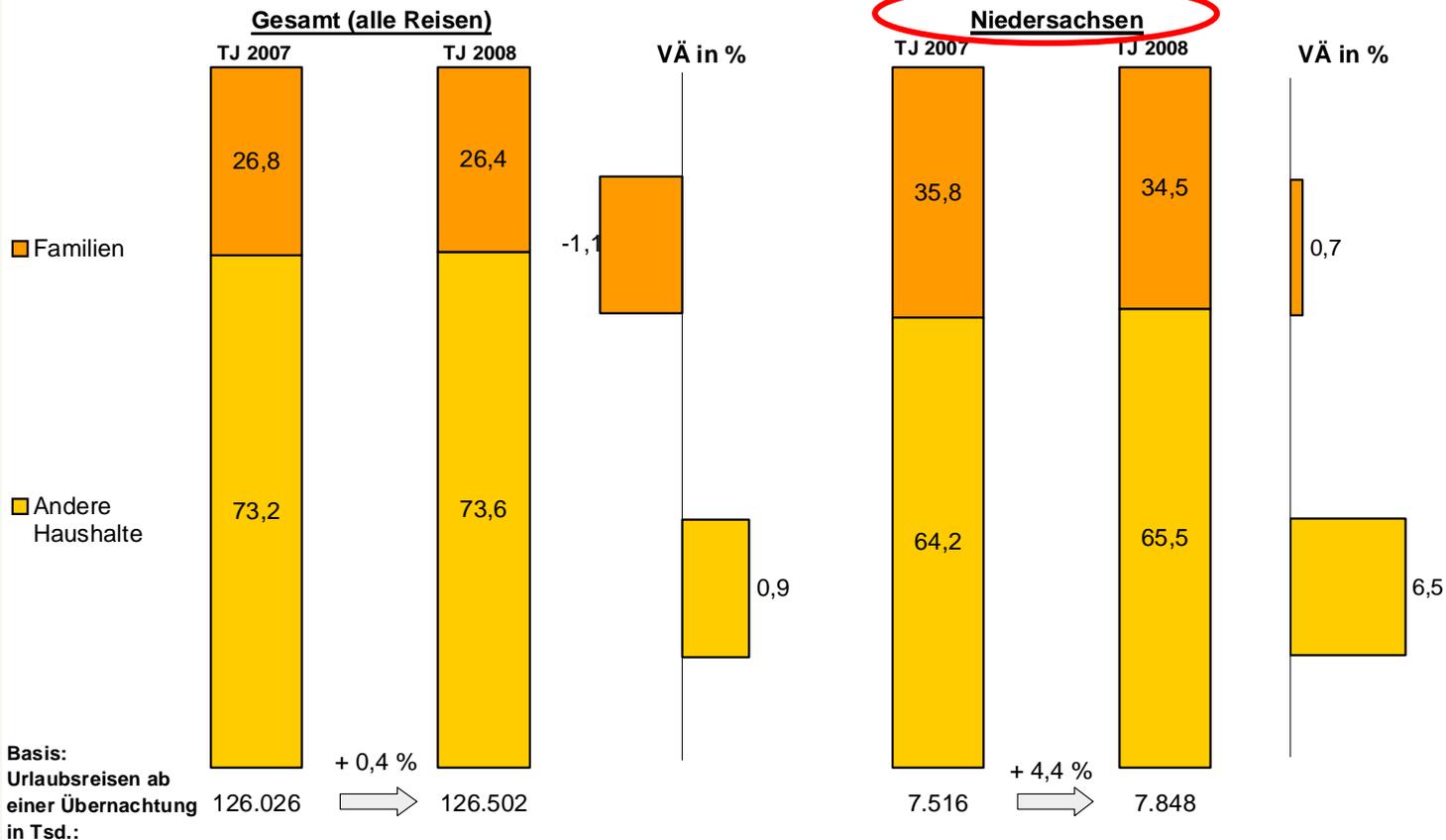


TourismusMarketing
niedersachsen

Niedersachsen bleibt ein beliebtes Reiseziel für Familien



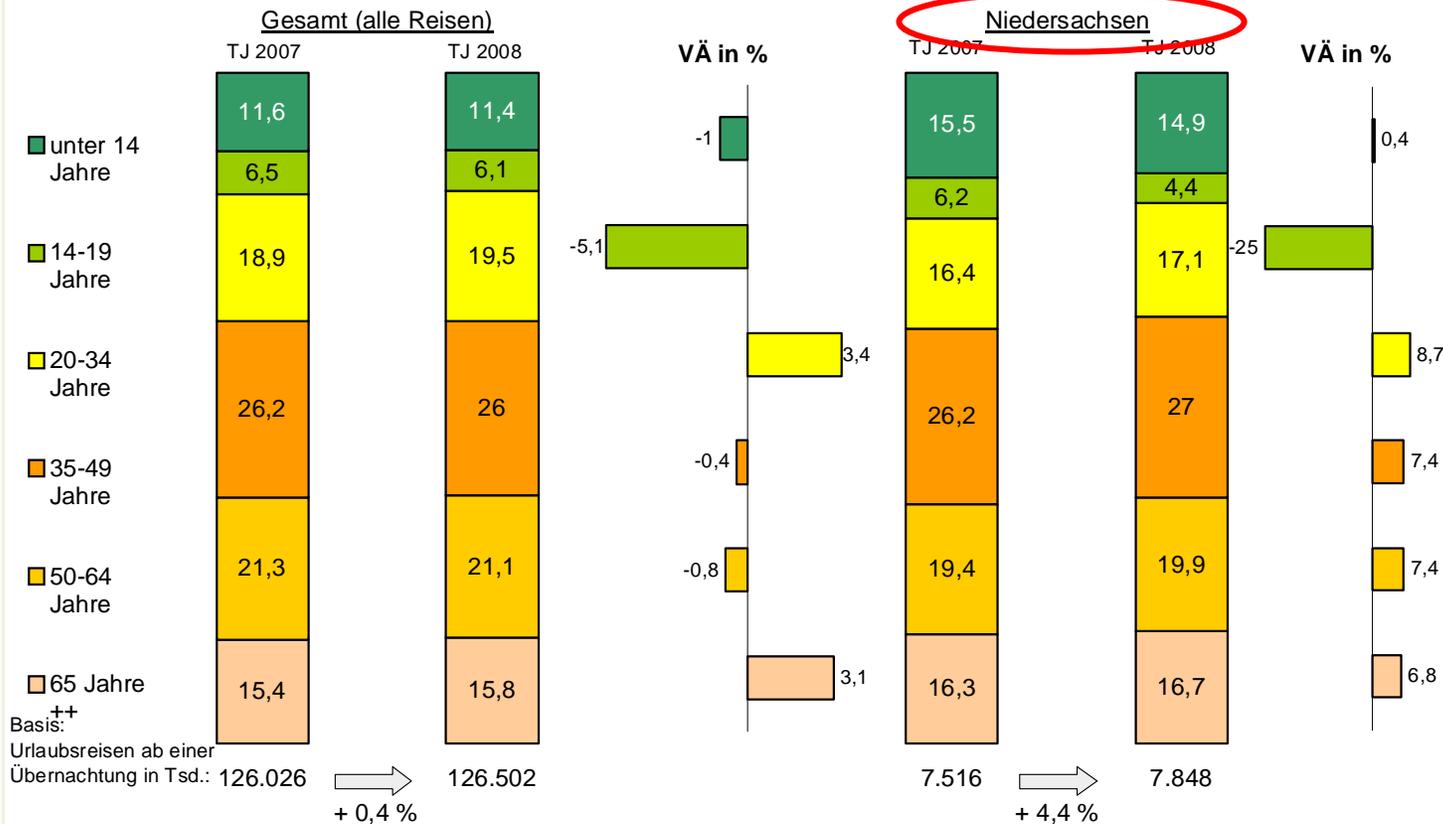
Familienstruktur TJ 2007 vs. TJ 2008, Anteile in %



Mit neuen Angeboten kann Niedersachsen in allen Altersgruppen ab 20 Jahren gewinnen



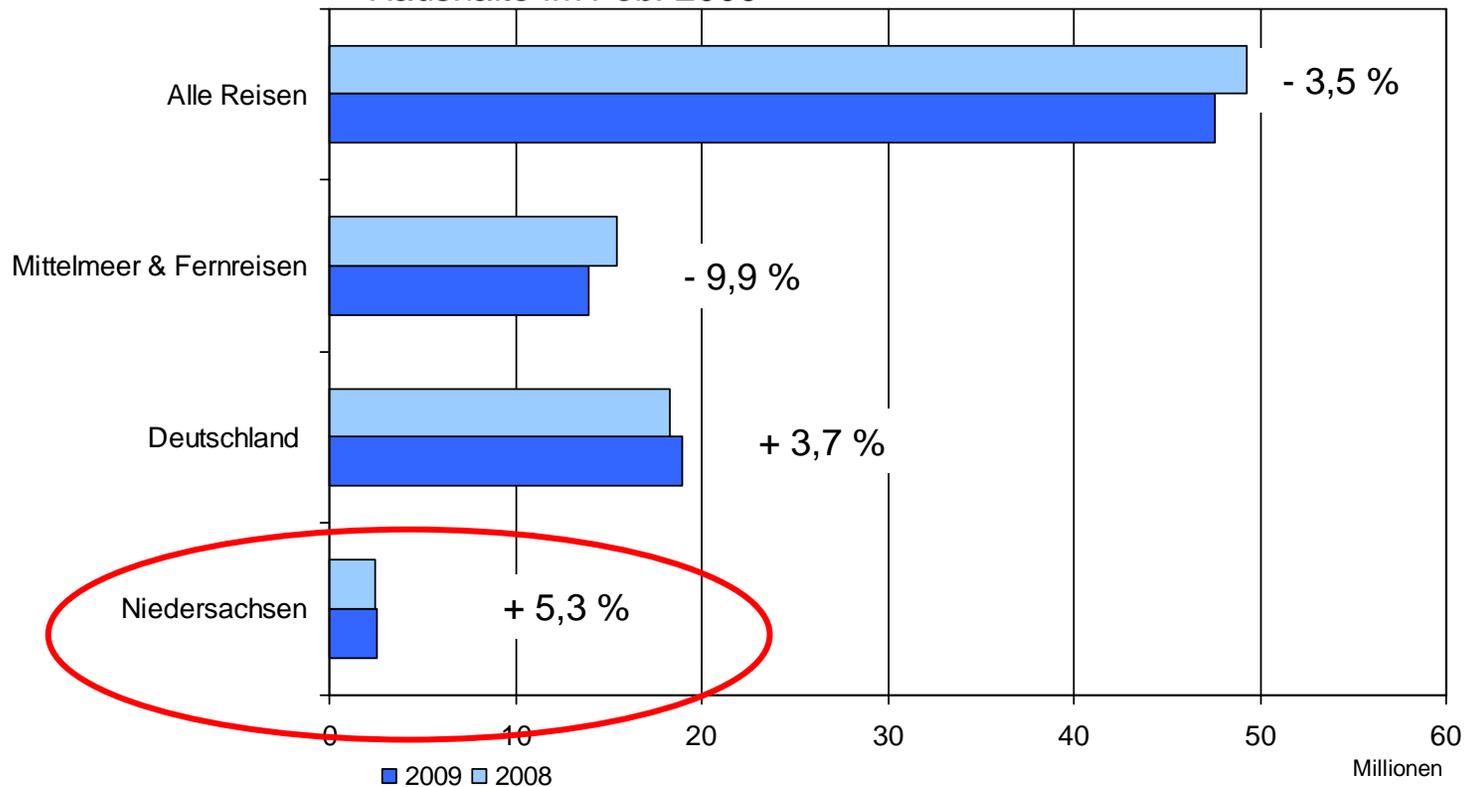
Altersstruktur Reisende TJ 2007 vs. TJ 2008, Anteile in %



Die Prognosen zeigen einen leichten Zuwachs bei den Reiseabsichten für Niedersachsen



Geplante Sommerreisen in Mio. 2009 ab 5 Tage, Abfrage: 20.000 dt. Haushalte im Feb. 2009



Quelle: TMN / GfK MarketNavigator 2008

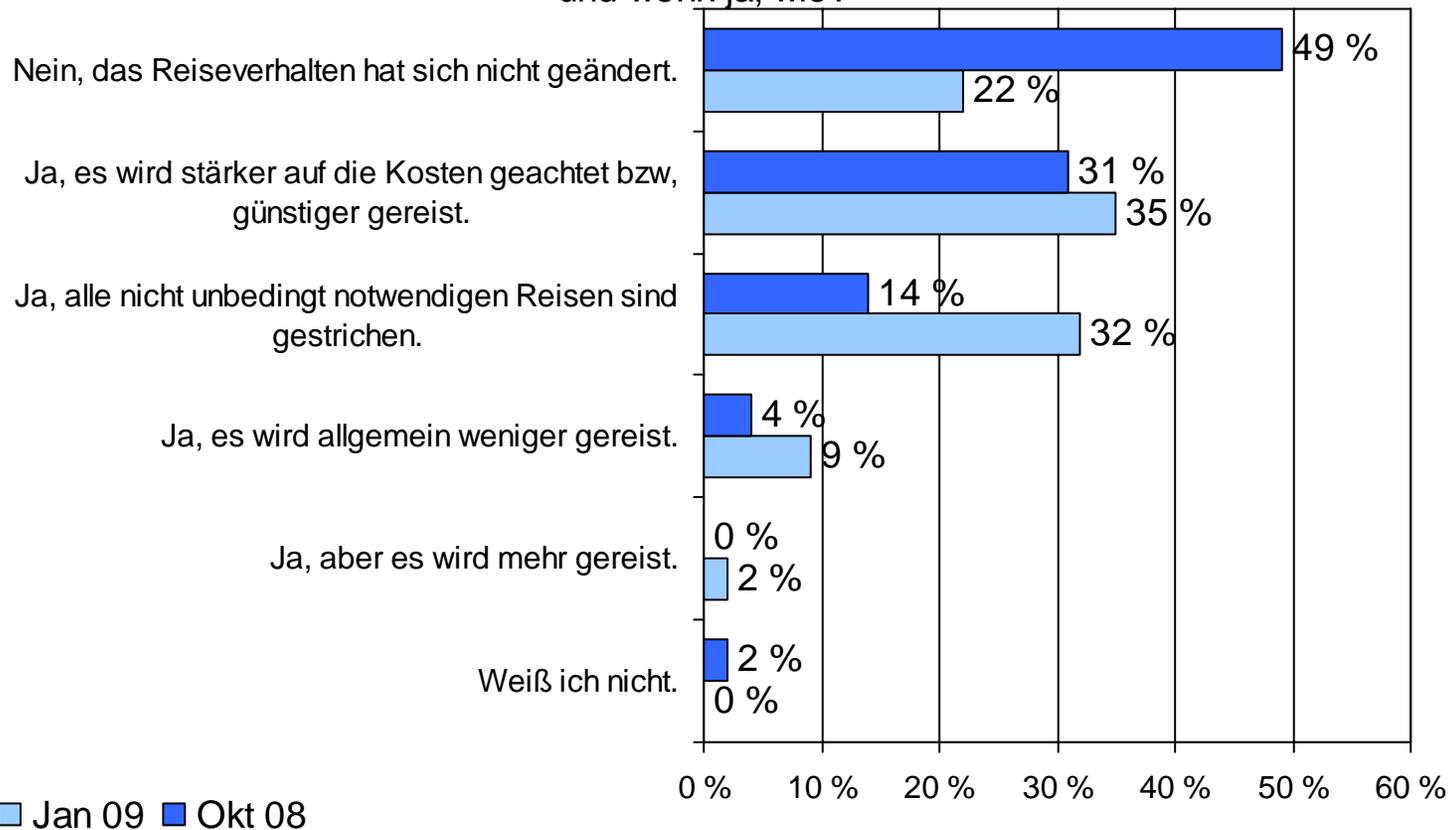


TourismusMarketing
niedersachsen

2009 kann für Geschäftsreise-Destinationen ein schwieriges Jahr werden



Beeinflusst die Finanzkrise das Reiseverhalten in Ihrem Unternehmen und wenn ja, wie?



Quelle: Mitglieder-Umfrage, Verband Deutsches Reisemanagement e.V., N = 199



TourismusMarketing
niedersachsen

Die Finanz- und Wirtschaftskrise birgt Risiken, aber auch Chancen für den Tourismus im Reiseland Niedersachsen



Gefahren

- Rückgang der **Geschäftsreisen**
- weniger **Zweit- und Drittreisen**
- **Reduzierung** von Reisedauer und Nebenkosten
- **Spätere Buchung** => Erhöhung des Preiswettbewerbs
- Sinkende Nachfrage aus dem **Ausland**, insb. USA (ungünstiger Wechselkurs)
- Grundsätzliche **Verunsicherung** von Verbrauchern und Unternehmen
- Der Tourismus reagiert **zeitverzögert** auf Krisen

Chancen

- **Nahdistanz- und Inlandsreisen** werden Fernreisen vorgezogen werden
- Mehr **Pkw-Reisen** (günstiger Treibstoff, Nds: fast 80 % Pkw-Anreisen)
- Chance für **familienfreundliche** Ferienorte
- **Preis-/Leistungsverhältnis** wird zunehmend wichtiger (Wettbewerbsvorteil für Nds: 59 € Person/Nacht, D: 66 €, Alle Reisen 80 €)
- Der **Tourismus hat sich** in der Vergangenheit als zunehmend robuster erwiesen und sich von Krisen rel. **schnell erholt** (9/11, SARS)

Ausblick zum laufenden Jahr für das Reiseland Niedersachsen



- **„Im Sommer ist Deutschland potenziell auf der Gewinnerseite“**
Petra Hedorfer, Vorstandsvorsitzende der Deutschen Zentrale für Tourismus; 5. März 2009 in Frankfurt
- Niedersachsen steht wie der gesamte Deutschlandtourismus vor keinem leichten Jahr, wird sich aber nach erster Einschätzung besser als der Bundestrend entwickeln können.
- In der Gesamtbilanz wird ein Rückgang der Übernachtungszahlen von - 1 bis - 1,5 % für das Jahr 2009 erwartet.

