



## Pressekonferenz

Tourismusbilanz 2009 Niedersachsen

03. März 2010  
Hannover



## Jörg Bode

Niedersächsischer Minister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr



### Deutschlandtourismus profitiert von steigendem Inlandstourismus Incoming ist 2009 rückläufig

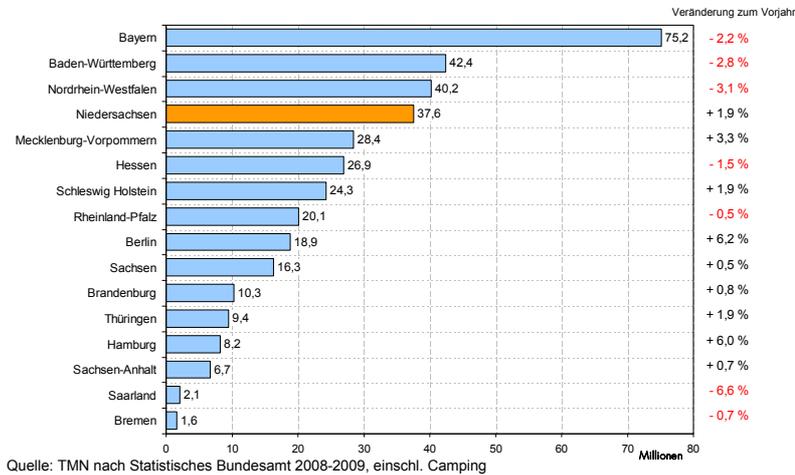
	<b>Ankünfte</b>	zum Vorjahr in %	<b>Übernachtungen</b>	zum Vorjahr in %
<b>Deutschland</b>	<b>132.837.828</b>	<b>- 0,1</b>	<b>368.737.280</b>	<b>- 0,2</b>
Inländische Gäste	108.618.194	+ 0,5	313.913.564	+ 0,3
Ausländische Gäste	24.219.634	- 2,7	54.823.716	- 3,0

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

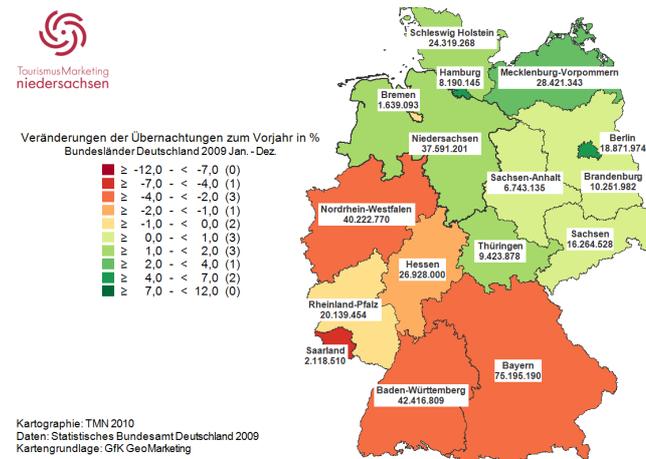




## Niedersachsen gehört 2009 zu den Gewinnern im Deutschlandtourismus



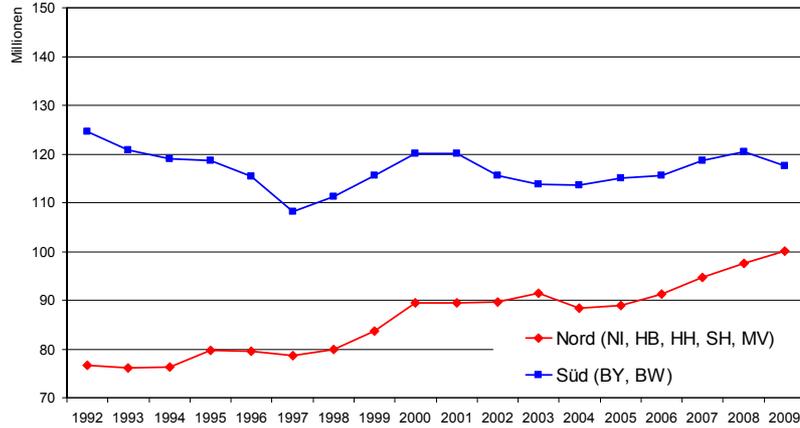
## Wachstumsmotor Norddeutschland





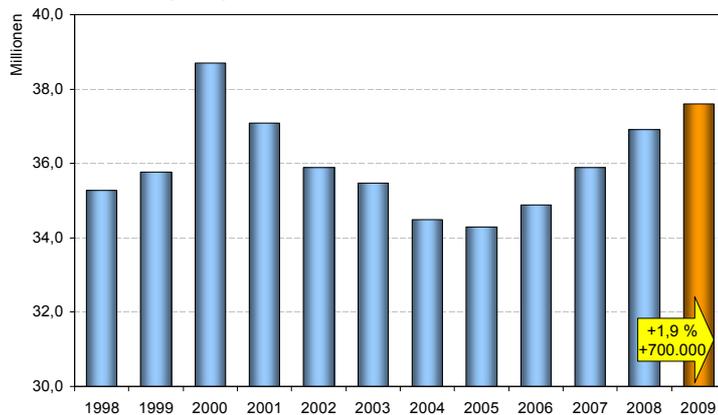
## Norddeutschland gewinnt kontinuierlich Marktanteile innerhalb Deutschlands

Entwicklung der Übernachtungen Nord- und Süddeutschland im Vergleich



## Niedersachsen mit dem zweitbesten Ergebnis

Übernachtungen insgesamt - Niedersachsen 1998-2009

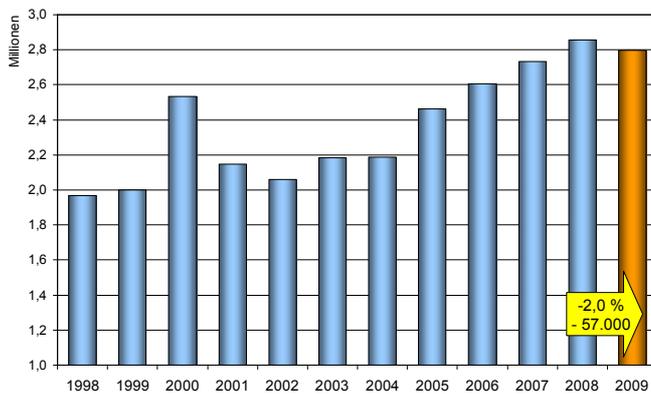


Quelle: TMN nach LSKN 1998-2009, inkl. Camping



## Leichte Rückgänge im Incoming-Tourismus

Übernachtungen ausländischer Gäste in Niedersachsen 1998-2009



Quelle: TMN nach LSKN 1998-2009, inkl. Camping



## Carolin Ruh

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH



## Auflösung der Prognose 2009

- Die Finanz- und Wirtschaftskrise birgt Risiken, aber auch Chancen für den Tourismus in Niedersachsen!
- Wichtigste Prognosen aus 2009:
  - Rückgang der Geschäftsreisen und des Incomings (Wechselkurs)
  - Urlaub im eigenen Land wird zunehmen
  - Preissensibilität der Urlauber wird weiter zunehmen



## Rückgang der Geschäftsreisen am Beispiel der Region Hannover

**Region Hannover: -1,2 %**

**Deutsche Vergleichsregionen:**

Region Stuttgart: -11,1%

Düsseldorf: -6,7%

Städteregion Nürnberg: -7,5%

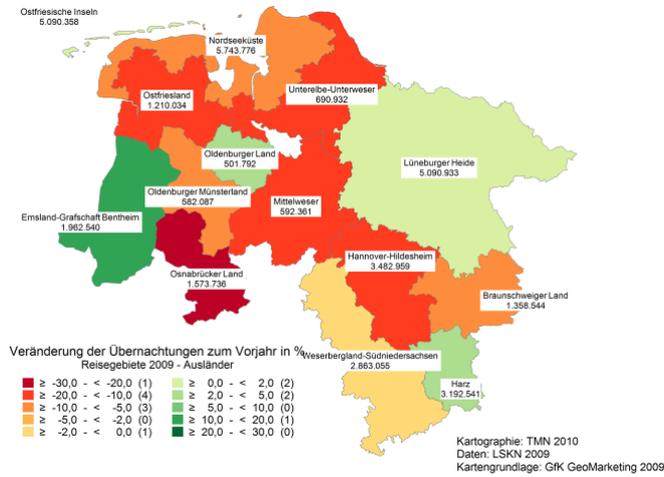


Quelle: LSKN 2009  
Kartographie: TMN 2010  
Kartengrundlage: GfK GeoMarketing 2009

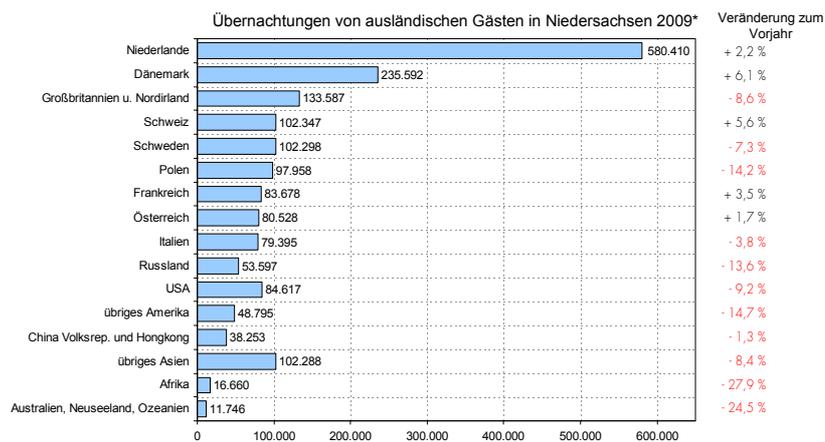




## Insgesamt sind die Übernachtungen aus dem Ausland zurückgegangen



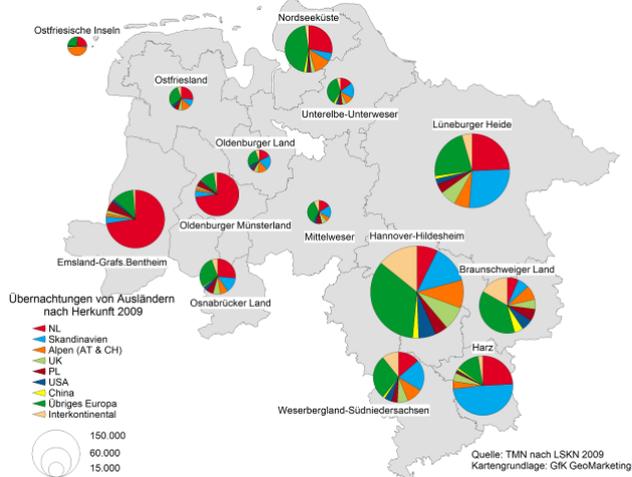
## Herkunft der Auslandsübernachtungen



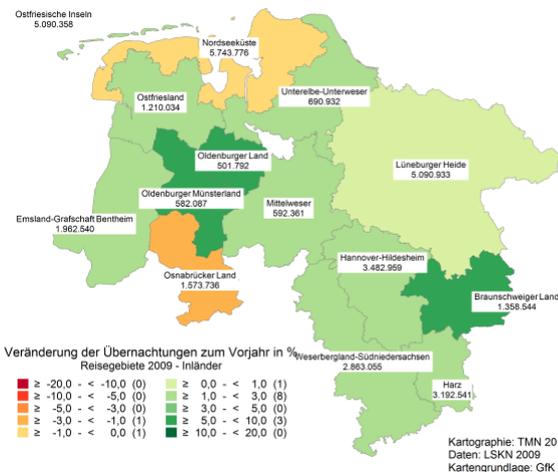
Quelle: TMN nach LSKN 2009



## Europäische Nachbarländer als Hauptquellmärkte



## „Urlaub im eigenen Land“ hat 2009 zugenommen



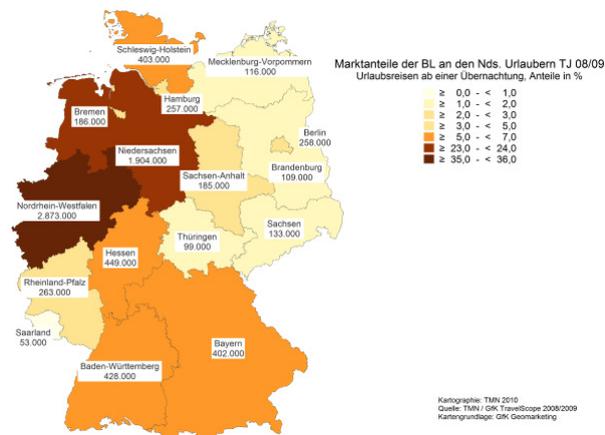


Bei den Mittelgebirgsregionen entwickeln sich der Harz und das Weserbergland überdurchschnittlich gut .

	Übernachtungen insgesamt 2009	Übernachtungen	zum Vorjahr in %	zum Vorjahr absolut
BW	Südlicher Schwarzwald	8.634.509	- 0,5	- 43.389
BY	Bayerischer Wald	6.928.454	- 2,4	- 170.372
NRW	Sauerland	5.829.498	- 2,5	- 149.474
BW	Nördlicher Schwarzwald	5.523.767	- 2,7	- 153.280
BW	Mittlerer Schwarzwald	4.876.186	- 1,2	- 59.225
TH	Thüringer Wald	4.412.398	+ 0,1	+ 4.408
<b>NI</b>	<b>Harz</b>	<b>3.328.225</b>	<b>+ 1,4</b>	<b>+ 45.952</b>
<b>NI</b>	<b>Weserbergland-Südniedersachsen</b>	<b>3.043.438</b>	<b>+ 1,6</b>	<b>+ 47.928</b>
SN	Erzgebirge	2.864.385	± 0,0	± 0
ST	Harz und Harzvorland	2.623.272	+ 1,5	+ 38.768
TH	Südharz	189.009	+ 5,1	+ 9.172

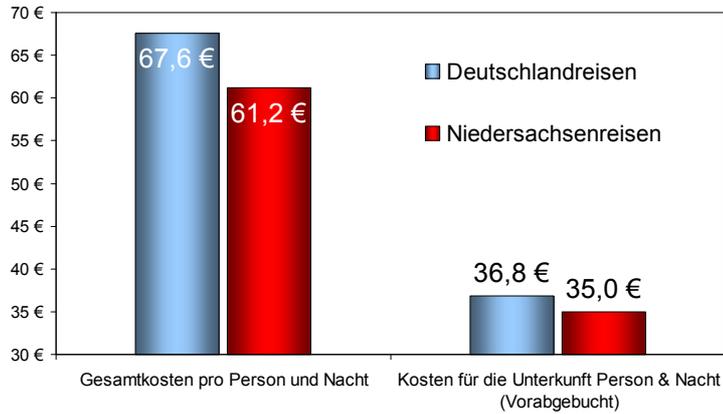


Nordrhein-Westfalen ist konstant der wichtigste Quellmarkt





### Niedersachsen kann mit einem weitem Angebotsspektrum eine breite Zielgruppe erreichen



### Entwicklung der Nachfrage in den Regionen 2009

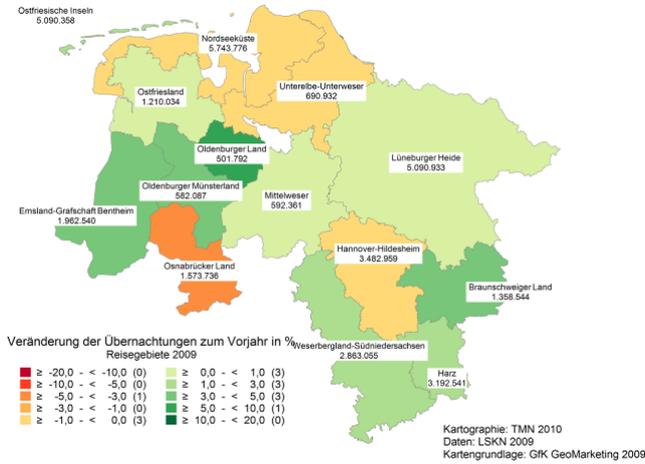
#	Übernachtungen 2009	Übernachtungen	zum Vorjahr in %	zum Vorjahr absolut
1	Nordseeküste	5.743.776	- 0,8	- 46.321
2	Lüneburger Heide	5.090.933	+ 0,7	+ 35.389
3	Ostfriesische Inseln	5.090.358	+ 2,3	+ 114.446
4	Hannover-Hildesheim	3.482.959	- 1,0	- 35.181
5	Harz	3.192.541	+ 1,3	+ 40.970
6	Weserbergland-Südniedersachsen	2.863.055	+ 1,0	+ 28.347
7	Emsland-Grafschaft Bentheim	1.962.540	+ 3,0	+ 57.161
8	Osnabrücker Land	1.573.736	- 4,0	- 65.572
9	Braunschweiger Land	1.358.544	+ 3,3	+ 43.400
10	Ostfriesland	1.210.034	+ 0,5	+ 6.020
11	Untereifel-Unterweser	690.932	- 0,2	- 1.385
12	Mittelweser	592.361	+ 0,1	+ 592
13	Oldenburger Münsterland	582.087	+ 3,0	+ 16.954
14	Oldenburger Land	501.792	+ 6,2	+ 29.295
	<b>Niedersachsen insgesamt</b>	<b>33.935.648</b>	<b>+ 0,7</b>	<b>+ 235.898</b>

Quelle: TMN nach LSKN 2009

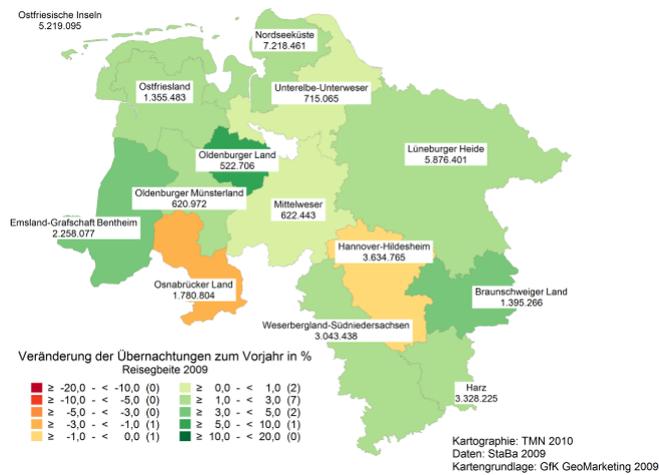
\*GEO = Grafschaft Bentheim, Emsland, & Osnabrücker Land



## Niedersachsen trotz Krise stark

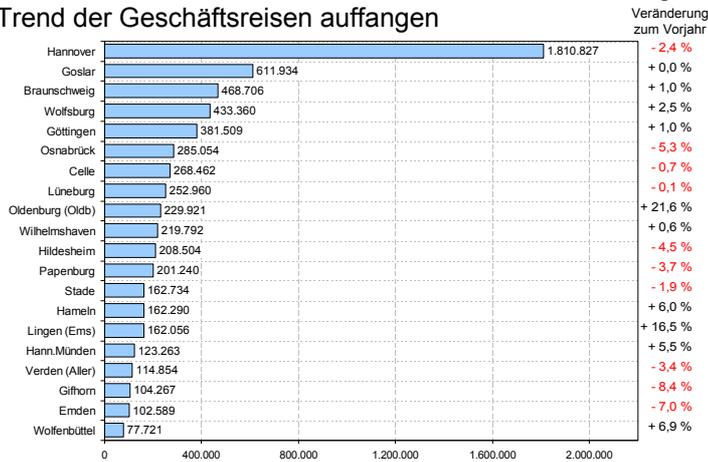


## Camping hat einen Marktanteil von 10 %





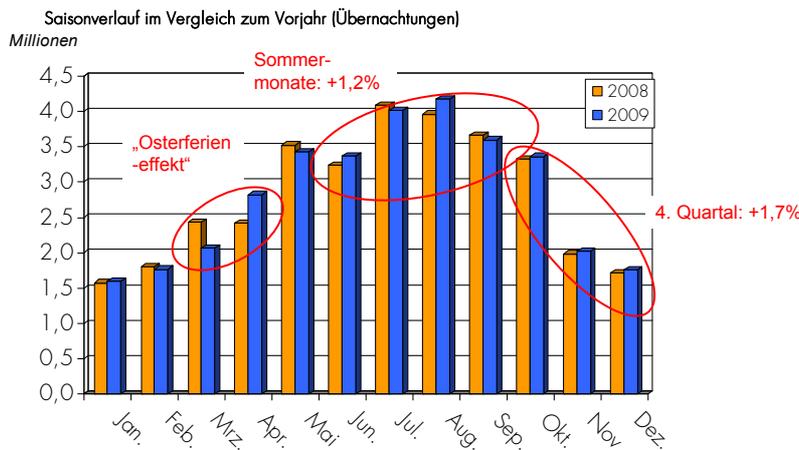
### Niedersächsische Städte können teilweise den rückläufigen Trend der Geschäftsreisen auffangen



Quelle: TMN nach LSKN 2009, ohne Camping



### Maßnahmen zur Saisonverlängerung greifen

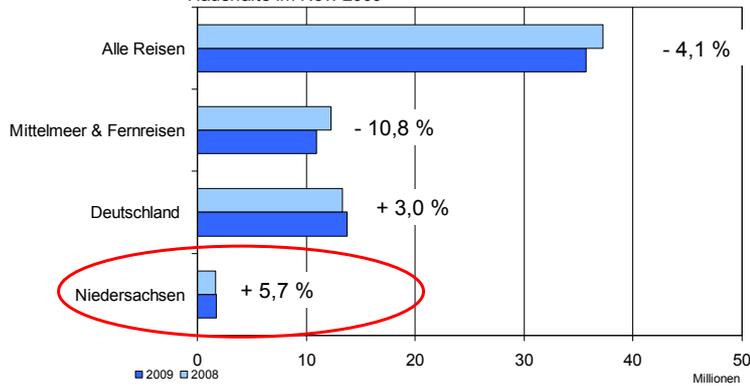


Quelle: TMN nach LSKN 2009



## Ausblick auf den geplanten Sommerurlaub ist optimistisch

Geplante Sommerreisen 2010 in Mio. ab 5 Tage, Abfrage: 20.000 dt.  
Haushalte im Nov. 2009



Quelle: TMN / GfK MarketNavigator 2009



## Neue und alte Bekannte im Jahr 2010

### AUSBLICK

- Urlaub im eigenen Land mehr denn je gefragt
- Der Geschäftsreisemarkt wird sich weiter rückläufig entwickeln
- „Economy statt First Class“ und eine Polarisierung der touristischen Nachfrage
- Kurzfristige Buchungen
- Familienurlaub
- reisefreudige Senioren

### HERAUSFORDERUNGEN

- Kundenbindung durch hohe Qualitätsstandards
- Zielgruppengerechtes Marketing
- Saisonverlängerung nutzen und weiter ausbauen
- Veränderte Rahmenbedingungen umsetzen – Agieren statt reagieren