

Langjährige Entwicklung

Bamberg hat sich auch 2014 als Tourismusmagnet bewiesen. Nach der Unterbrechung der mehrjährigen Wachstumsphase im Vorjahr ist der Tourismus wieder in der Erfolgsspur. Die Nachfrage bewegt sich auf hohem Niveau, sowohl bei den Gästen wie auch bei den Nächtigungen wurden Zuwächse über dem fränkischen und bayerischen Durchschnitt erzielt. Im Übernachtungssektor wurde die Halb-Millionen-Marke zum vierten Mal hintereinander übertroffen und zum zweiten Mal wurden mehr als 300.000 Gästeankünfte registriert. Auch die Stadtführungen bewegen sich mit über 9.000 vermittelten Führungen in einer konstanten Hochphase.

Die erfolgreiche touristische Entwicklung Bambergs wird getragen von den hervorragenden Sympathiewerten unserer Welterbestadt. Etliche Umfragen beim nationalen wie auch beim internationalen Publikum belegen eindrucksvoll, dass Bamberg auf der Beliebtheitskala unter den Städtereisezielen weit oben rangiert. So landete Bamberg bei der alljährlichen Onlinebefragung der Deutschen Zentrale für Tourismus zum dritten Mal hintereinander unter den „TOP 100 Sehenswürdigkeiten Deutschlands“ und konnte sich im Ranking ständig verbessern – von Position 42 (2012) über 24 (2013) auf den 16. Platz (2014). Die Zeitschrift FOCUS präsentierte in der Ausgabe Juli 2014 „Deutschlands schönste Plätze“.

Hier erreichte Bamberg mit Rang sechs in der Kategorie Altstädte eine hervorragende Platzierung.

Tourismusjahr 2014

Kaum beeinflusst von Witterungsbedingungen zeigte der Jahresverlauf das gewohnte Bild: Niedriges Niveau von Januar bis März, eine durchgängige Hochsaisonphase von Mai bis Oktober und die Abschwächung zum Jahresende. Im April und November waren die größten Zuwächse zu verzeichnen, rückläufig waren die Monate März und Juli.

Im Gesamtjahr 2014 registrierte das Statistische Landesamt für das Bamberger Beherbergungsgewerbe sowohl bei den Gästeankünften wie auch bei den Übernachtungen moderates Wachstum. So stieg die Zahl der Ankünfte mit einem Plus von 2,9 Prozent auf insgesamt 307.160 Gäste. Die Übernachtungen nahmen um 3,7 Prozent zu, womit eine Gesamtzahl von 541.603 Nächtigungen erreicht wurde. Mit rund 23.000 Nächtigungen weniger als im Spitzenjahr 2012, andererseits aber mit einem Mehr von 20.000 Übernachtungen gegenüber 2013 ordnet sich das Jahr 2014 in der touristischen Erfolgsbilanz auf Position zwei ein.

Das konstant hohe Übernachtungsvolumen wird von einer stabilen Inlandsnachfrage getragen. Mit einem Plus von 1,8 % wuchs der Anteil der deutschen Gäste auf 259.256 Personen an, die letztlich 454.411 Übernachtungen verzeichneten – ein Zuwachs von 3,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Mit dem großen Anteil von 83,9 Prozent am gesamten Übernachtungsaufkommen unterstreicht der Inländerreiseverkehr seine Dominanz als Motor und Treiber der positiven gesamt-touristischen Entwicklung in Bamberg.

Aber auch das internationale Publikum war eine starke Stütze. Die Gäste aus dem Ausland nahmen um 2,7 Prozent auf 47.904 zu. Sie tätigten 87.192 Nächtigungen, das bedeutet einen Zuwachs von 4,2 Prozent.

Fast drei Viertel des Übernachtungsvolumens im Ausländerreiseverkehr entfallen auf die Europäer. Demgegenüber stehen einschneidende Rückgänge bei den US-Amerikanern, die auf die Auflösung des US-Standortes zurückzuführen sind. Dennoch behauptete sich die USA mit 9.248 Nächtigungen (- 23,0 Prozent) als stärkster Auslandsmarkt. Auf Rang zwei lag Österreich (9.051 Nächte; +19,3 Prozent), gefolgt von den Schweizern (7.890 Nächte, +11,5 Prozent). Die Top Five vervollständigen Italien (6.454 Nächte, + 0,2 Prozent) und die Niederlande (6.278 Nächte, -0,9 Prozent).

Die Beherbergungskapazität in den gewerblichen Übernachtungsbetrieben bewegte sich mit knapp 3.100 Betten auf dem Niveau des Vorjahres. Die durchschnittliche Bettenauslastung hat sich in den letzten Jahren bei der 45-Prozent-Marke eingependelt, sie lag 2014 bei erfreulichen 46,3 Prozent.

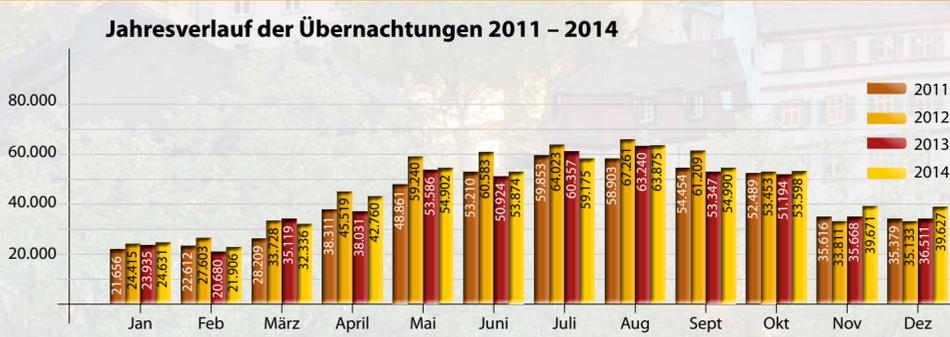
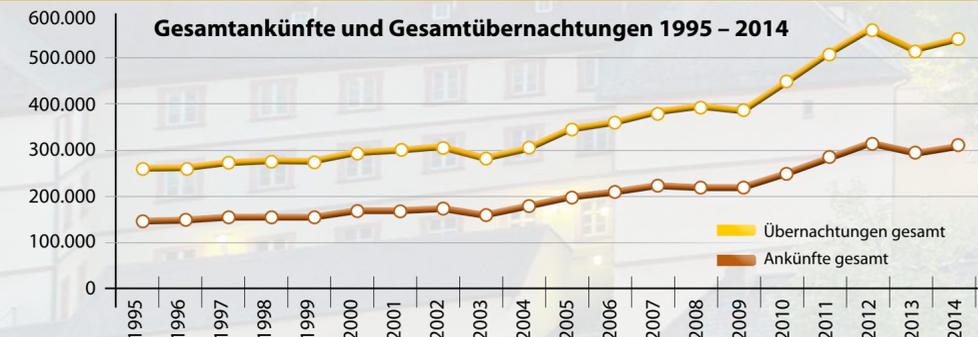
Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 1,8 Tage, gleichermaßen für inländische wie ausländische Übernachtungsgäste.

Deutschlandweit generiert der Städtetourismus Jahr für Jahr mehr Übernachtungen, in den ländlichen Räumen hingegen lahm die Entwicklung. Dieses Gefälle zeigt sich im Jahr 2014 auch deutlich bei der Tourismusedwicklung in Stadt und Landkreis Bamberg. Gegenläufig zum Wachstumsszenario in der Stadt sind im Bamberger Land spürbare Rückgänge zu verzeichnen: Die Gästeankünfte verlieren um 3,8 Prozent und gehen auf 177.553 zurück. Die Übernachtungen geben gar um 6,9 Prozent nach und landen mit 331.736 knapp über dem Level des Jahres 2010. Ein maßgeblicher Part an den Rückgängen ist dem Wegfall eines 80-Betten-Hotels zuzuschreiben, allerdings erklärt dies die Übernachtungsdefizite im Vergleich zum Vorjahr nicht in Gänze.

Die Tourismuskoooperation von Stadt und Landkreis hat seit fünf Jahren Bestand. Eckpfeiler der Zusammenarbeit sind die einmal im Quartal stattfindenden Meetings des Steuerungskreises mit den folgenden Schwerpunkten: Produktion der gemeinsamen Werbemittelpalette, Angebots- und Produktgestaltung, Attraktivierung des Internetauftritts und Stärkung des Onlinevertriebs. Bisher sind 14 Hotels und 8 Ferienwohnungen im Umland am Buchungssystem angeschlossen. Hier gibt es noch Steigerungspotential, insbesondere mit Blick auf die Onlinebuchbarkeit kleinerer Anbieter.

Das Bamberger Land verfügt über vielfältiges touristisches Potential, das noch besser inszeniert und bekannt gemacht werden muss. Neben der positiven Entwicklung im Aktivsegment mit den Bereichen Wandern und Radfahren müssen weitere Impulse und Infrastrukturverbesserungen folgen. Die Bereiche Kulturlandschaft, Tradition, Brauchtum, Lebens- und Aufenthaltsqualität sind dabei erfolgversprechende Betätigungsfelder. Um den Bekanntheitsgrad zu steigern und zusätzliche, nachhaltige Besuchsanreize generieren, muss die Positionierung des Bamberger Landes zusammen mit der eingeführten Marke „BAMBERG Faszination Weltkulturerbe“ weiterhin verfestigt und noch ausgebaut werden.

+++ Tourismus in Bamberg 2014 +++



Aus der Arbeit des BAMBERG Tourismus & Kongress Service

Im Fokus des touristischen Marketings stand die vielschichtige Beteiligung am internationalen Themenjahr „UNESCO-Welterbe in Deutschland“. Über verschiedenste Maßnahmen bei dieser weltweiten Kampagne der Deutschen Zentrale für Tourismus zeigte Bamberg gezielt Flagge in vielen ausländischen Märkten. Alle dabei bespielten Kanäle, social media, Online- und Print, ausnahmslos mit immenser Reichweite, werden mit Sicherheit nachhaltige Effekte produzieren. Gleiches gilt für die Anstrengungen bei der Multiplikatorenbetreuung. Über das Jahr verteilt wurden 30 Vor-Ort-Recherchen begleitet und betreut. Die 135 Teilnehmer aus dem Medien und Reiseveranstalterbereich kamen aus ganz Europa und verschiedensten Überseemärkten nach Bamberg.

Weitere Marketingaktivitäten waren die Produktion der umfangreichen Werbemittelpalette (wobei erstmals die Bündelung des klassischen Unterkunftsverzeichnisses und der Reisebroschüre zu einem Reisekatalog erfolgte), die Erstellung einer 10-teiligen Videoclipreihe zu unterschiedlichen Themen und die Präsenz bei Tourismusmessen und Verkaufsveranstaltungen. Im Rahmen der intensiven, gezielten Zusammenarbeit mit den ständigen Kooperationspartnern und -plattformen vertraute die Bayern Tourismus Marketing GmbH Bamberg die Gastgeberrolle für den erstmals stattfindenden Bayern-Workshop mit Teilnehmern aus Nord-, West- und Südeuropa an.

Mit der Implementierung des Buchungssystems TOMAS wurde ein langfristiges Projekt in Angriff genommen, ein Prozess der sich in den täglichen Routinen als höchst arbeitsintensiv erwies und von den Mitarbeitern viel Geduld und Mehrarbeiten erforderte. Nach den Zimmerreservierungen soll nun für weitere Bereiche die Onlinebuchbarkeit umgesetzt werden, u.a. Stadtführungen und vor allem die Pauschalen. Allerdings ist die Anzahl kooperationswilliger Onlinebuchungspartner noch ausbaufähig.

Höchsten Zuspruch erntete unsere Website www.bamberg.info. Die Besucherzahlen sind wiederum angestiegen und haben mit 865.000 eine neue Bestmarke erreicht. Die Erstellung der englischsprachigen Version der Seite konnte abgeschlossen werden. Mit Widgets in die Website eingebunden sind auch alle weiteren eigenen Onlinemarketingplattformen: die Facebookseite mit mittlerweile 28.000 Fans, das Flickr-Bildportal und neuerdings auch der Youtube-Bamberg-Kanal. Dazu kommt der „Tourismusblog“, über den wir gezielt den Binnenmarkt ansprechen.

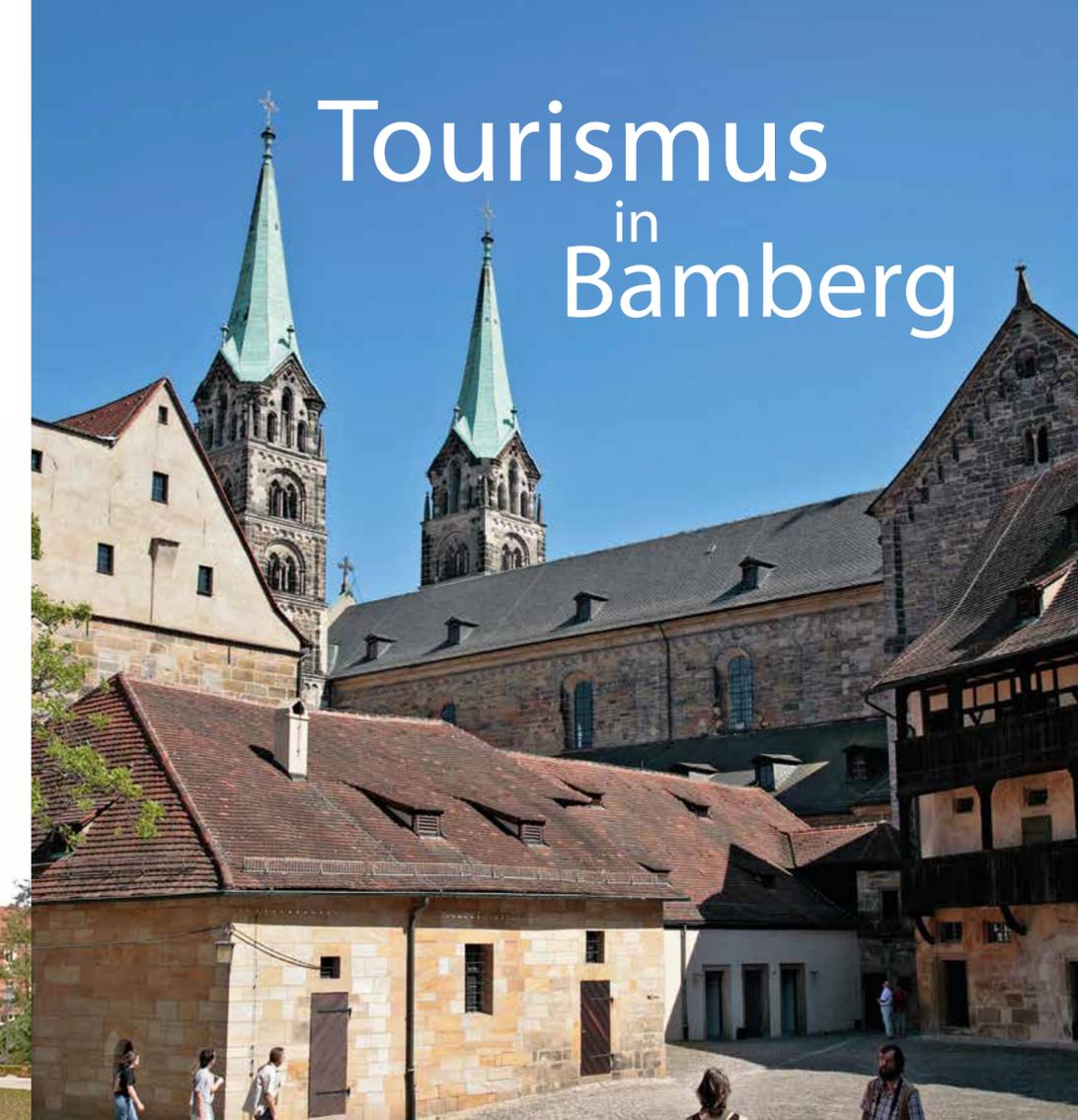
Kaum mehr zu steigern ist die Servicequalität bei der Gästebetreuung in der Tourist Information: Im Rahmen einer ganzjährigen Kundenbefragung haben 90 Prozent der Gäste die Bestnote vergeben, unzufriedene Besucher gab es gar keine. Trotz 685.000 € Einnahmen alleine im Besucherzentrum wurde das Vorjahresergebnis nicht erreicht und im Abverkauf aller Premiumprodukte, BAMBERGcard, BierSchmecker®Tour und öffentliche Stadtführung waren Rückgänge zu verzeichnen.

Bei der Gesamtzahl der Stadtführungen wurde zum dritten Mal hintereinander die 9.000er-Marke überschritten und mit letztlich 9.201 Führungen mit dem Vorjahresergebnis gleichgezogen. Die sonstigen Ergebnisse im Incoming lagen durchwegs auf verhaltenem Niveau. Beträchtlich gelitten haben die Zimmervermittlungen, hier ist das Volumen deutlich zurück gegangen. Im Veranstaltergeschäft konnten sowohl bei den Individualreisen wie auch bei den Gruppenangeboten die Vorjahreszahlen nicht erreicht werden. Die Ergebnisse blieben mit rückläufigen Umsätzen in Höhe neun bzw. drei Prozent hinter den Erwartungen zurück.

Beim sehr gut besuchten Offenen Forum Tourismus wurde die oftmals einseitige Betrachtungsweise tages-touristischer Effekte gezielt aufgegriffen. Diese Thematik werden wir mit einer ganzheitlichen Betrachtung, verstärkter Information und diversen Maßnahmen zur Einbindung der Bürger in das touristische Geschehen dauerhaft angehen, um die Tourismusgesinnung vor Ort zu sensibilisieren. Denn unabhängig davon, welche Emotionen mit dem Tourismus einhergehen, ein wichtiger Aspekt ist völlig unbestritten und darf nicht gefährdet werden: Der Tourismus ist ein nicht zu ersetzender Wirtschafts- und Standortfaktor und mit annähernd 5.000 zuzurechnenden Arbeitsplätzen für den lokalen und regionalen Arbeitsmarkt von immenser Bedeutung

i BAMBERG
© Tourismus & Kongress Service

Geyerswörthstraße 5 · 96047 Bamberg
Tel.: 0951/2976-200 · Fax: 0951/2976-222
E-mail: info@bamberg.info · www.bamberg.info



Tourismus in Bamberg

+++ Tourismus in Bamberg 2014 +++

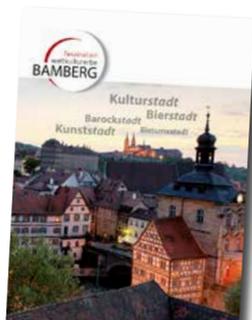
450.000 Gesamtdruckauflage der wichtigsten Printwerbemittel

14 Messepräsenzen / Verkaufsförderungsworkshops im In- und Ausland

7 Vor-Ort-Veranstalterreisen mit 61 Teilnehmern

27 Pressestudienreisen mit insgesamt 74 Teilnehmern

865.000 Besucher auf der www.bamberg.info



Kundenbefragung in der Tourist Information

	Sehr zufrieden	zufrieden	neutral	unzufrieden
Aufgeschlossenheit und Freundlichkeit des Personals	90,24% Vorjahr: 81,94%	4,88% 10,97%	4,88% 3,23%	0,00% 3,87%
Hilfsbereitschaft und Kompetenz des Personals	89,47% Vorjahr: 81,17%	5,26% 11,69%	5,26% 3,25%	0,00% 3,90%



11.329 BAMBERGcards (- 21%)

3.477 BierSchmecker®Touren (- 9%)

9.201 Stadtführungen mit rund 180.000 Teilnehmern

21.452 Tickets für öffentliche Stadtrundgänge (- 13%)

16.168 versendete Bamberg-Prospektpakete (- 9%)



Zahlen

Entwicklungen

Daten

Fakten

Ergebnisse

Jahresrückblick

2014