

Tourismusentwicklung 2017

2017 hat sich der Tourismus erneut als Wachstumsbranche bewiesen. Die konstant positive Bilanz der Vorjahre konnte nahtlos weitergeführt werden und die Tourismusentwicklung bewegte sich wiederum auf Rekordniveau. Sowohl in Bamberg wie auch im Bamberger Land gab es ein Übernachtungswachstum zu verzeichnen. Insbesondere die Unterkünfte in der Stadt können auf ein gutes Jahr zurückblicken, zumal auch die Bettenauslastung erneut gestiegen ist.

Nach Angaben des Statistischen Landesamtes wurden von Januar bis Dezember 2017 insgesamt 684.500 Übernachtungen in Unterkünften mit zehn oder mehr Betten registriert. Im Vergleich zum Vorjahresergebnis ist das Übernachtungsvolumen in den gewerblich betriebenen Unterkünften um 24.646 Nächtigungen gewachsen, was einer Steigerung von 3,7 Prozent entspricht.

Die nach wie vor tragende Säule der langjährig positiven Entwicklung bleibt der stark ausgeprägte Inlandsreiseverkehr. Die deutschen Gäste alleine sorgten für ein Plus von 20.660 Übernachtungen. Mit insgesamt 574.185 Nächtigungen beträgt der Anteil inländischer Reisender 83,9 Prozent des gesamten Übernachtungsaufkommens.

Die Auslandsübernachtungen verzeichneten ein Mehr von 3,8 Prozent und wuchsen auf exakt 110.315. Überdurchschnittlich positiv entwickelten sich die wichtigen Übersee-Quellmärkte. Asien generierte 13,4 Prozent, Amerika schrieb gar ein Übernachtungsplus von 25,4 Prozent. Europa hinkt mit „nur“ 0,2 Prozent über dem Vorjahresergebnis hinterher, ist aber mit einem Marktanteil von 70,8 Prozent „die“ ausländische Quellregion. Außer Dänemark, Frankreich, den Niederlanden und der Schweiz entwickelten sich alle wichtigen Quellmärkte aus Europa positiv, allen voran Österreich mit einem Plus von 11,5 Prozent.

Unabhängig von der Herkunft der Reisenden war die durchschnittliche Aufenthaltsdauer. Insgesamt 385.117 Übernachtungsgäste aus Inland und Ausland verweilten je 1,8 Nächte in Bamberg.

Im Jahresmittel waren im Stadtgebiet Bamberg 57 Unterkünfte unterschiedlicher Betriebsarten mit einer Gesamtkapazität von 3.580 Betten verfügbar. Bei der Bettenauslastung erfolgte erneut eine nochmalige Steigerung, erstmals wurde eine durchschnittliche Belegungsquote von exakt 50 Prozent erzielt.

Mit der Tourismusbilanz des Jahres 2017 hat das Weltkulturerbe Bamberg einmal mehr seine enorme Attraktivität und Anziehungskraft unter Beweis gestellt, und seine starke Position im Wettbewerb der Destinationen untermauert.



Nachhaltiger Tourismus in Bamberg

Nachhaltigkeit im Tourismus bedeutet ökologisches Bewusstsein, kulturelle Verantwortung und ökonomischen Erfolg so auszubalancieren, dass eine zukunftsgerichtete, verträgliche Tourismusentwicklung entstehen kann.

In Bamberg ist der Nachhaltigkeitsansatz in der Tourismusarbeit von grundlegender Natur. Mit vielfältigen Marketing- und Vertriebsaktivitäten tragen wir dazu bei, die wirtschaftliche Zukunft der touristischen Akteure langfristig zu sichern. Vor diesem Hintergrund werden in mehrjährigen Abständen die Kennzahlen zur Bewertung der Größenordnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus wie der touristische Brutto- und Branchenumsatz und das Arbeitsplatzäquivalent auf wissenschaftlicher Basis ermittelt und bewertet. Schließlich gilt es, kontinuierliches Wachstum zu erreichen, das jedoch den Kapazitäts- und Verträglichkeitsgrenzen der Destination Rechnung tragen muss.

Eine unserer Kernaufgaben ist die Besucherinformation: Wir erstellen Printerzeugnisse, betreiben Onlinepräsenzen samt Social-Media-Kanälen und pflegen ein Fußgänger- und ein Hotelleitsystem. Aber wir sensibilisieren die Gäste auch bewusst für die Belange unseres Welterbes. Gästeführer/innen achten bei ihren Touren sehr darauf, Reibungsflächen zwischen Einheimischen und Gästen zu vermeiden. Seit Jahren gilt hier bei den Flusskreuzfahrten ein besonderes und mittlerweile auch erfolgreiches Augenmerk, denn die bevölkerungsseitigen Vorbehalte gegenüber dieser Gästegruppe haben spürbar abgenommen.

Neben der Entwicklung, Kommunikation und Vermarktung touristischer Angebote pflegen wir den regelmäßigen Dialog mit Hotellerie, Gästeführern und einer Vielzahl weiterer Akteure und Dienstleister vor Ort und in der Region. Der TKS integriert örtliche Anbieter in eigene Produkte und bindet sie in Kooperationen ein. Wir vertreten aber auch die Tourismusbelange unserer Stadt in vielen regionalen und überregionalen Vereinigungen, Gremien und Verbänden.

Im Rahmen unserer Dauerkampagne „Unser Bamberg – da schau her!“ organisieren und begleiten wir Aktionen und Veranstaltungen, um einerseits den Nutzen des Tourismus für die Bürger sichtbar zu machen und andererseits die gastfreundliche Einstellung der Einheimischen stabil zu halten. Eine Bestärkung, diesen Ansatz weiter zu verfolgen, zeigte die Radtour des Oberbürgermeisters „Bamberg on tour“ durch eine bemerkenswert gute Resonanz.

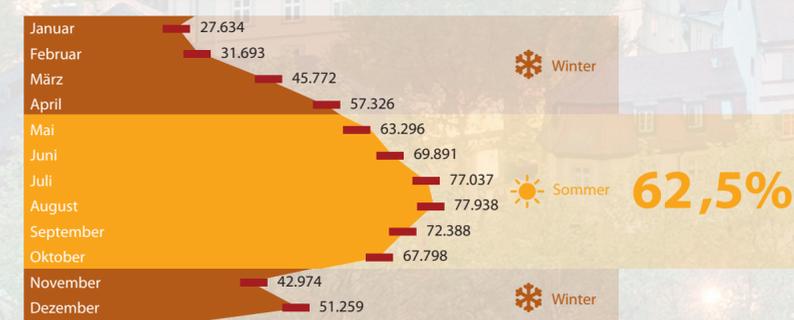
Ein ganz wesentlicher Aspekt für eine nachhaltige Tourismusentwicklung ist die Tourismusakzeptanz innerhalb der Destination. Im Rahmen der Masterarbeit „Tourismusakzeptanz der lokalen Bevölkerung als Fundament einer nachhaltigen Entwicklung im Städtetourismus“ wurde die Einschätzung der Bamberger zum Tourismus in ihrem Lebensraum hinterfragt. Die öffentliche Vorstellung der Ergebnisse erfolgte im alljährlichen „Offenen Forum Tourismus“ und wurde von großem Interesse begleitet.



Ankünfte und Übernachtungen 2008 – 2017



Übernachtungen 2017 in gewerblichen Betrieben



Entwicklung der Flusskreuzfahrten in Bamberg



Einwohnerbefragung



Arbeitsfelder des BAMBERG Tourismus & Kongress Service

Ein Schwergewicht bei den vielfältigen Marketingaktivitäten war das große Spektrum der klassischen Printwerbemittel, die auch im Onlinezeitalter unverzichtbar sind: BAMBERG-Magazin, Reisekatalog, Erlebnisführer inkl. Stadtplan, Gruppenkatalog, Weihnachts-/ Krippenstadt-Prospekt, Rad- und Wanderführer sowie Biermagazin und Bierweltenkarte lassen die große Bandbreite der produzierten Publikationen erahnen.

Im Rahmen von Verkaufsförderungsmaßnahmen war Bamberg selbst und über Partner auf insgesamt acht Messen bzw. Workshops vertreten. Wertvolle Direktkontakte mit internationalen Reiseveranstaltern konnten vor allem beim Germany Travel Mart geknüpft werden – vor Ort und bei drei Pre-/Post-conventionstouren nach Bamberg.

Bei im Detail organisierten Vor-Ort-Programmen für Medienschaffende und Reiseveranstalter zeigten insgesamt 142 Teilnehmer internationaler Herkunft großes Interesse an den USPs unserer Stadt und der Region. Die Themen Weltkulturerbe, Kulinarik und Bier standen dabei wieder hoch im Kurs.

In zahlreichen attraktiv gestalteten Reiseberichten, Print, online und TV, wurden die Sympathiewerte Bambergs einem Millionenpublikum nahe gebracht. Herausragende Publikationen erschienen in der Juliausgabe des Reisemagazins GEO Saison und im November im amerikanischen Kunst- & Kulturmagazin ARCHITECTURAL DIGEST.

Dreh- und Angelpunkt der Onlineaktivitäten war die Website www.bamberg.info, die mit einer Mediathek ergänzt wurde. Eine dreiviertel Million Besucher kam auf unsere zweisprachige Destinationsseite, die mehr und mehr auch zum Verkaufs- und Vertriebskanal avancierte. Als weitere ständige Onlinepräsenzen wurden Facebook, Flickr, YouTube, unsere Tagungswebsite und der Tourismus-Blog bespielt.

Die Arbeit in der Tourist Information lief in den gewohnten Routinen. Erneut erhielt das Team bei der permanent laufenden Gästebefragung sehr gute Noten in Sachen Aufgeschlossenheit, Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und Kompetenz. Im Abverkauf unserer Premiumprodukte für Einzelreisende waren leichte Rückgänge zu verzeichnen, insgesamt jedoch konnten die Kassenumsätze um knapp vier Prozent auf 530.000 € gesteigert werden.

Im Incoming-Geschäft sind die Zeiten deutlich härter geworden. Insbesondere im Veranstalterbereich waren spürbare Rückgänge zu verzeichnen. Sowohl bei den Gruppenprogrammen wie auch bei den Individualreisen wurden die Vorjahresumsätze um jeweils rund 14 Prozent unterschritten. Aber auch bei den Zimmervermittlungen, sowohl Callcenter- wie auch Onlinebuchungen waren die Vorjahresmarken außer Reichweite, der Umsatzrückgang hier lag gar bei annähernd 19 Prozent.

Einzig die Stadtführungen behaupteten das hohe Niveau der letzten Jahre. Mit exakt 9.105 Führungen wurde zum siebten Mal in Folge die 9.000er-Marke gehalten.

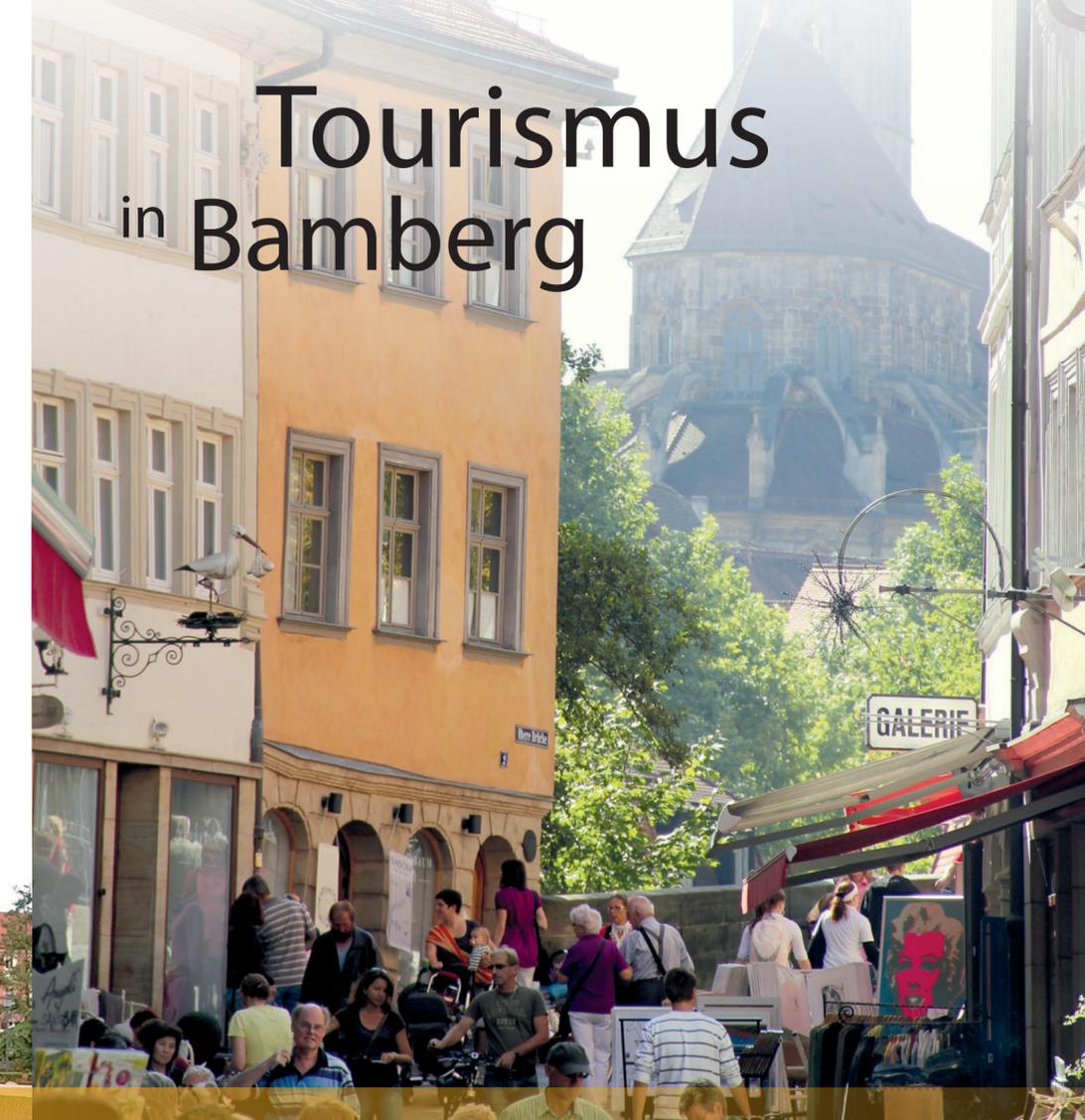
Das Zusammenspiel mit den regionalen und überregionalen touristischen Kooperationspartnern erzeugte hohe Effizienz. Eine herausgehobene Maßnahme war die Beteiligung an einer erstmaligen Influencer-Kampagne der Fränkischen Städte mit ausgesuchten Reisebloggern.

Auf der soliden Basis der seit 2010 existenten Marketingkooperation wuchs der Tourismus in Stadt und Landkreis weiter zusammen. Mit der BambergerLandcard wurde erstmalig ein kompaktes Endkundenprodukt aus der Taufe gehoben, das ein mehr an Service und ein Plus an Erlebnissen für den Urlaub im Bamberger Land bietet. Zudem konnte die Entwicklung eines neuen, gemeinsamen Logos abgeschlossen werden. Als Klammer zur Vermarktung destinationsübergreifender Angebote führt es die beiden bisherigen Logos „Faszination Weltkulturerbe Bamberg“ und „Bamberger Land“ zu einer neuen Wortbildmarke zusammen und transportiert den Reiz unserer Region: Welterbe, kulturelle Highlights, Naturerlebnisse und kulinarische Vielfalt.

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

8 Messepräsenzen / Verkaufsförderungsworkshops im In- und Ausland

3 Veranstalter-Recherchereisen mit 27 Teilnehmern aus aller Welt

31 Pressereisen mit 115 Teilnehmern aus Europa, Amerika und Asien

749.082 Besucher auf der www.bamberg.info

450.000 Gesamtdruckauflage der wichtigsten Werbemittel



9.031 verkaufte BAMBERGcards

2.301 abgewickelte BierSchmecker®-Touren

9.105 gebuchte Stadtführungen mit rund 165.000 Teilnehmern

22.430 verkaufte Tickets für 1.812 öffentliche Führungen

14.886 Einzelversendungen von Bamberg-Prospektpaketen



Deutschland
Das Reiseland



franken
tourismus.de



Zahlen

Fakten

Ergebnisse

Daten

Entwicklungen

Jahresrückblick

2017