

Hannover, 9. März 2011

Niedersachsens „9 Städte“-Kooperation zeigt Stärke

Im Auslandsmarketing gemeinsam stark zeigen sich die Städte Braunschweig, Celle, Göttingen, Goslar, Hameln, Hannover, Hildesheim, Lüneburg und Wolfenbüttel. Die Mitgliedsstädte der Marketing-Kooperation "die_9 Städte in Niedersachsen" erzielten im Tourismusjahr 2010 ein Plus von über 6 Prozent bei den Übernachtungen. Sie liegen damit in Niedersachsen an der Spitze.

Zusammen sind die_9 Städte vor allem im Auslandsmarketing aktiv, bei den Gästen aus dem Ausland liegen die Zuwächse sogar bei knapp 8 Prozent. "Die Ergebnisse der vergangenen Jahre machen deutlich, dass der Städtetourismus der Treiber für die positive Entwicklung der Übernachtungszahlen im Bundesland Niedersachsen ist." erläutert Gerold Leppa, Geschäftsführer der Stadtmarketing Braunschweig GmbH und Sprecher der Marketing-Kooperation. Mit einem Plus von 2,4 Prozent fielen die Steigerungen im gesamten Bundesland deutlich geringer aus als in den Städten. Besonders zu berücksichtigen ist bei diesem Vergleich, dass von den 2010 erstmals in der amtlichen Übernachtungstatistik erfassten Übernachtungen auf Campingplätzen in erster Linie der ländliche Raum und kleine Städte profitieren, für die Städtezahlen der 9 Städte sind sie hingegen kaum relevant, so Leppa. Leider sei die amtliche Statistik in einigen Aussagen irreführend und nur für gut informierte Experten zu durchschauen. So gäbe es Städte, für die zweistellige Zuwachszahlen ausgewiesen werden, die in wesentlichen Teilen auf die Aufnahme bisher nicht berücksichtigter Betriebe zurückgehen. „Diese Verzerrungen bleiben leider ohne entsprechende Erläuterungen in den Tabellen und mindern die Aussagekraft erheblich. Das bedauern wir, werden uns aber wohl daran gewöhnen müssen, diese Effekte immer wieder zu erklären“, kommentiert Leppa.

Beeindruckend sind vor allem die Steigerungen bei den Übernachtungen aus dem Nachbarland Holland. Nach der breit angelegten Kampagne "Den Sommer erleben in neun historischen Städten" gab es in den Sommermonaten Zuwachsraten von über 50 Prozent. Eine Zeitungsbeilage, die in einer Auflage von 400.000 Exemplaren an holländische Haushalte gestreut wurde, zahlreiche Plakate an den Einkaufszentren und Ausfallstraßen auf der deutschen Seite der Grenze, sowie Werbung auf touristischen Internet-Plattformen motivierten die Niederländer zu einem Besuch.

"Die Sommerkampagne 2010 in den Niederlanden war die bisher umfangreichste Werbeaktion, die wir gemeinsam gestartet haben." berichtet Hans Nolte, Geschäftsführer der Hannover Marketing & Tourismus GmbH, die die Kampagne mit eigenen Mitteln aufstockte. Bisher waren die Städte vor allem auf Reisemessen und bei der Ansprache von Reiseveranstaltern gemeinsam tätig. "Ziel ist es nun, Touristen aus den Nachbarländern nun auch durch gezielte Kampagnen in die Städte zu locken." erläutert Nolte. Reiseveranstalter wie TUI Holland oder die schwedische Fährlinie Stena Line sind dabei mit an Bord. Für das Jahr 2011 sind weitere Aktionen in Schweden und Dänemark geplant. Als strategischer Partner für das gemeinsame Auslandsmarketing ist ab 2011 die Autostadt Wolfsburg im Boot. „Die Angebote der historischen Städte und der Autostadt ergänzen sich gegenseitig sehr gut, die räumliche Nähe zu den 9 Städten ist eine perfekte Voraussetzung für die Verbindung der Besuche in den Städten“, schätzt Leppa das neue Angebot ein.

Dass der Tourismus auch ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor in den Mitgliedsstädten ist, zeigen die rund 4,5 Millionen Übernachtungen in gewerblichen Betrieben. Nach einer Studie des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e.V. (dwif) zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in den Städten aus dem vergangenen Jahr, liegen die Nettoumsätze. In den 9 Städten aus dem Tourismus insgesamt bei über 3 Milliarden Euro. Großer Profiteur des Tourismus in den Mitgliedsstädten der Marketingkooperation ist der Einzelhandel, fast 50 % der Gästerausgaben fließen dorthin. Auch für die Stadtkämmerer ergeben sich aus dieser Wirtschaftskraft bemerkenswerte Zahlen: Als Steuereinkommen aus dem Tourismus fließen über 85 Millionen Euro zurück an die öffentlichen Kassen in den neun niedersächsischen Städten.

Pressekontakt:

die_9 Städte in Niedersachsen / the_9 wonderful cities
Hannover Marketing & Tourismus GmbH
Petra Sievers
Prinzenstraße 6
30159 Hannover
Tel.: 0511-16849746
Fax: 0511-16849779
9cities@hannover-tourismus.de
www.9staedte.de
www.9cities.de