

Wirtschaftsfaktor Tourismus in Nürnberg - Aktuelle Studie

Sachverhaltsdarstellung:

- 1. Ausgangslage**
- 2. Ergebnisse der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus“**
 - 2.1 Tourismus als starker Wirtschaftsfaktor für Nürnberg**
 - 2.2 Hohe Bedeutung des Geschäftsreiseverkehrs - Wachstum im Privat- und Geschäftsreiseverkehr**
 - 2.3 „Sofa-Tourismus“ als Potenzialmarkt**
- 3. Bewertung und Herausforderungen**

1. Ausgangslage

Der Städtetourismus hat sich in den letzten Jahren hervorragend entwickelt. Die Zahlen aus dem 1. Halbjahr 2014 lassen mit einem erneuten Wachstum der Übernachtungen in Nürnberg um 5,5 Prozent optimistisch in die Zukunft blicken.

Um sich für die Zukunft aufzustellen, sind regelmäßige Evaluationen notwendig. Die Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg hat deshalb das Beratungsunternehmen dwif-Consulting GmbH damit beauftragt, die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Nürnberg zu analysieren. Basis der Berechnungen waren unter anderem Grundlagenstudien des dwif, Recherchen und Sonderauswertungen mit Datenbasis 2013. Zur Evaluierung der Struktur der Übernachtungsgäste wurde eine Unternehmensbefragung in der Nürnberger Hotellerie durchgeführt. Die Datenerhebung zum sogenannten „Sofa-Tourismus“ – d.h. Übernachtungen von Privatreisenden bei Verwandten oder Bekannten - erfolgte mittels einer Haushaltsbefragung.

Alle Ergebnisse zu Stand und Entwicklung der Tourismuszahlen in Nürnberg sind in der Broschüre „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Nürnberg 2013“ zusammengefasst (Anlage).

2. Ergebnisse der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus“

2.1 Tourismus als starker Wirtschaftsfaktor für Nürnberg

Der Tourismus in Nürnberg sorgte 2013 für einen Bruttoumsatz in Höhe von 1,6 Mrd. Euro in Nürnbergs Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel und Dienstleistungsgewerbe. Der relative Beitrag am Primäreinkommen (= Nettonationaleinkommen) liegt somit bei 6,1 Prozent. Die Einkommenseffekte lagen bei 729 Mio. Euro im Jahr 2013. Das Steueraufkommen aus dem Tourismus in Nürnberg lag 2013 bei 155,8 Mio. Euro.

Die Zahlen belegen, welche volkswirtschaftlichen Effekte der Städtetourismus für die Dienstleistungsbranchen einer Stadt hat und unterstreichen die Notwendigkeit, die touristischen Marketing-Aktivitäten zu stärken.

Insgesamt bildet der Städtetourismus in Nürnberg die Lebensgrundlage für rund 30.140 Menschen (rechnerisch in Arbeitsplatzäquivalenten).

31 Millionen Tagesgäste pro Jahr sind sowohl quantitativ als auch als touristischer Umsatzbringer eine wichtige Nachfragegruppe für Nürnberg. Der Marktanteil Nürnbergs an allen Tagesreisen nach Bayern konnte gegenüber dem Jahr 2006 von 6,6 auf 6,9 Prozent gesteigert werden. Dies ist angesichts sinkender Bevölkerungszahlen und des demographischen Wandels (älter werdende Bevölkerung) als sehr positiv zu bewerten.

Übernachtungsgäste, „Sofa-Touristen“ (s.u.) und Tagestouristen sorgen für jährlich rund 35,6 Millionen Aufenthaltstage in Nürnberg.

2.2 Hohe Bedeutung des Geschäftsreiseverkehrs - Wachstum im Privat- und Geschäftsreiseverkehr

Erstmalig wurde bei der Erhebung der Tourismuszahlen auch eine Detailanalyse der Struktur der Übernachtungsgäste durch eine Befragung der Nürnberger Beherbergungsbetriebe durchgeführt.

Das Ergebnis zeigt, dass mit fast zwei Dritteln der Geschäftsreiseverkehr die Übernachtungen dominiert. Der Geschäftsreiseverkehr setzt sich aus drei nahezu gleichrangig besetzten Segmenten zusammen: Dem klassischen Geschäftsreisenden (34 Prozent), dem Teilnehmer an Kongressen, Tagungen, Seminaren oder Workshops (34 Prozent) und dem Messegast (32 Prozent). Diese Verteilung spricht für eine enorme Stabilität im Geschäftsreisetourismus. Der Anteil der internationalen Geschäftsreisenden liegt in Nürnberg bei etwa 26 Prozent.

Die Untersuchung der Marktsegmente zeigt, dass es bei 57 Prozent der Betriebe in den letzten Jahren gelungen ist, Übernachtungen im Geschäftsreiseverkehr zu steigern. 83 Prozent der Betriebe haben einen Anstieg der Übernachtungen durch Privatreisende zu verzeichnen. Diese Entwicklung belegt anschaulich, dass die Maßnahmen des Tourismusfonds zur Steigerung der touristischen Attraktivität der Stadt Nürnberg Wirkung zeigen. Der Fonds ist ein Erfolgsfaktor für den Nürnberger Tourismus.

Für die kommenden Jahre ist mit einem weiteren Übernachtungsanstieg zu rechnen. Rund zwei Drittel der befragten Betriebe erwarten in den nächsten drei Jahren weitere Steigerungen bei den Übernachtungen im Geschäftsreiseverkehr. Im privat motivierten Tourismus erwartet sogar drei Viertel der befragten Betriebe einen Anstieg der Übernachtungen.

2.3 „Sofa-Tourismus“ als Potenzialmarkt

Erstmals wurde im Rahmen einer Haushaltsbefragung eine Erhebung des sogenannten Sofa-Tourismus - die Übernachtungen von Privatreisenden bei Verwandten oder Bekannten - durchgeführt. Rund 1,9 Millionen Übernachtungen in Privathaushalten zogen 2013 einen Bruttoumsatz von 62,7 Mio. Euro in Einzelhandel, Gastronomie und anderen Dienstleistungen nach sich. Der Sofa-Tourismus ist ein interessanter Potenzialmarkt: Pro Nürnberger Haushalt und Jahr finden sieben private Übernachtungen statt. Rund 29 Prozent der Gastgeber könnten sich vorstellen, ihre Besucher in Zukunft auch in einem Beherbergungsbetrieb unterzubringen.

Für die Hotellerie schlummert hier somit ein zusätzliches Potenzial von bis zu 550.000 Übernachtungen. Die Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg will an einem Konzept gemeinsam mit der Hotellerie arbeiten, um dieses Potenzial mit neuen Maßnahmen zu erschließen.

3. Bewertung, Ausblick und Herausforderungen

Die Studienergebnisse zeigen, dass der Tourismus ein wichtiger Wirtschaftszweig mit Wachstumspotenzial für Nürnberg ist und unterstreichen die herausragende Bedeutung des Tourismus - insbesondere des Geschäftsreiseverkehrs - als Wirtschaftsfaktor für Nürnberg. Es gilt diesen wachsenden Markt kontinuierlich zu beobachten, um weiterhin als Tourismus- und Kongress-Standort vorne zu bleiben.

Das Wirtschaftsreferat Nürnberg fördert die Tourismus-Destination Nürnberg mit sinnvollen Maßnahmen:

- Die konsequente Intensivierung der Marktbearbeitung dank Tourismusfonds für den Tourismusstandort Nürnberg zahlt sich aus und trägt zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen bei.
- Der Bau des neuen Personenschiffahrtshafens für Kabinenkreuzfahrtschiffe ist eine wichtige Infrastrukturmaßnahme für den privat motivierten Tourismus. Auch dieser Sektor boomt.
- Zur Gewinnung einer transparenteren Datengrundlage für die künftige Entwicklung der Kongressmärkte hat das Wirtschaftsreferat in Zusammenarbeit mit der NürnbergMesse und der Congress- und Tourismus-Zentrale die Erstellung des TagungsBarometers Nürnberg in Auftrag gegeben. Dieses ist 2013 erstmals erschienen.
- Weiterentwicklung des Profils von Nürnberg als Weihnachtsstadt. Denn der Dezember ist dank Christkindlesmarkt der übernachtungsstärkste.

Eine der wichtigsten Herausforderungen im Geschäftsreiseverkehr ist weiterhin die Schließung der Angebotslücke im Kongress-Segment im Bereich von 500 bis 1.000 Personen. Erhebungen belegen, dass jährlich mangels geeigneter Kapazitäten ein Potenzial von 330 Veranstaltungen mit 111.000 Personen in Nürnberg nicht genutzt werden kann. Fast jede zweite Tagungsanfrage in Nürnberg muss abgelehnt werden. Daher bedarf es eines Kongresszentrums im Segment 500 - 1000 Personen, das Nürnberg als Kongress-Standort europäischen und internationalen Ranges gerecht wird und aktuelle, moderne Standards erfüllt, z. B. insbesondere ein flexibles

Raumkonzept mit unterteilbaren Räumen, Break-out-Räumen, Ausstellungsbereich für begleitende Ausstellungen, moderne Konferenztechnik.

Referat VII