

Wettbewerb für Deutschland Tourismus wird schärfer

Der Deutschland- Tourismus muss sich langfristig auf weltweit veränderte Reiseströme und einen verschärften Wettbewerb der Destinationen einstellen. Dies erläuterte Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) vor internationalen Journalisten auf dem 36. GTM Germany Travel Mart™ (GTM) in Mainz.

„Europa als traditionell wichtigste Zielregion der internationalen Reiseströme wird zwar auch langfristig am Wachstum des Tourismus teilnehmen. Aber die Marktanteile der großen europäischen Reisedestinationen am globalen Reiseaufkommen werden sinken. Zugleich erwarten wir in den kommenden zehn Jahren eine deutliche Verschiebung in den Quellmärkten aus Übersee. So wird das Reiseaufkommen nach Europa aus den BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien und China) signifikant stärker wachsen als das Reiseaufkommen aus den Märkten Nordamerika und Japan nach Europa.

Im vergangenen Krisenjahr konnte sich der Deutschland-Tourismus im internationalen und im europäischen Vergleich sehr gut behaupten. Aber wir sehen deutlich, dass sich der Wettbewerb der Destinationen weiter verschärft. Dementsprechend werden wir die internationale Werbung für das Reiseland Deutschland weiter intensivieren“, so Petra Hedorfer. „Wir müssen zum einen das große Marktvolumen in Europa für das Deutschland-Incoming weiter sichern, zum anderen Wachstumschancen in den Potenzialmärkten realisieren.“

Die Welttourismusorganisation UNWTO berichtet für das abgelaufene Jahr insgesamt 460 Millionen Ankünfte in Europa, ein Rückgang um sechs Prozent. Damit erzielt der Kontinent weltweit einen Marktanteil von 52 Prozent. 1995 lag dieser noch bei knapp 60 Prozent, für das Jahr 2020 prognostiziert die UNWTO einen Anteil von 46 Prozent aller internationalen Ankünfte in Europa.

Zugleich sieht die DZT mit dem World Travel Monitor eine deutliche Verschiebung der Quellmärkte aus Übersee für Europa: Auslandsreisen aus Nord- und Südamerika werden zwischen 2007 und 2020 von 16,7 auf 27,1 Millionen steigen. Noch dynamischer entwickeln sich jedoch die Reisen aus Asien: von 11,7 auf 26,2 Millionen. Damit wird sich der Marktanteil asiatischer Reisender von 39 auf 47 Prozent drastisch erhöhen.

Den größten Teil des Incomings für Deutschland generieren mit 77 Prozent die europäischen Länder. Innerhalb Europas konnte Deutschland im vergangenen Jahr seine Marktanteile deutlich ausbauen und liegt jetzt gleichauf mit Frankreich.

„Deutschland ist mit seinem sehr guten Preis-/ Leistungsverhältnis, seiner hervorragenden Infrastruktur und attraktiven touristischen Angeboten grundsätzlich für die Zukunft gerüstet“, erklärt Petra Hedorfer. „Wir sind uns aber sehr wohl bewusst, dass langfristiger Erfolg kontinuierliche, intensive und differenzierte Marktbearbeitung erfordert.“ (DZT)