

Hannover, 29. Februar 2012

Pressemitteilung**Hannover bricht alle Rekorde: Mehr Übernachtungen als je zuvor**

Die niedersächsische Landeshauptstadt verzeichnete 2011 über 2,1 Millionen Übernachtungen, 9,3 Prozent mehr als noch in 2010. Damit wurden in Hannover erstmals mehr Gästeübernachtungen gezählt als zur Expo 2000! Rekordniveau erreichten die Zahlen auch in der gesamten Region Hannover.

Hannover bricht den Expo-Rekord: Der Tourismus in Hannover war im Jahr 2011 so stark wie nie zuvor. Mit 2,106 Millionen Gästeübernachtungen zwischen Januar und Dezember konnte die niedersächsische Landeshauptstadt erstmals die Rekordzahlen aus dem Expo-Jahr 2000 (2,030 Millionen Übernachtungen) übertreffen. Für 2011 zählte der Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen 179.669 Gästeübernachtungen mehr als im Vorjahr, das entspricht einem Plus von 9,3 Prozent. Weder Hamburg, noch München, Köln oder Berlin konnten prozentual ähnlich hohe Zuwächse verzeichnen. Beachtlich ist zudem die langfristige Steigerung der Übernachtungszahlen: So zählte Hannover beispielsweise im Jahr 1999 rund 1,1 Millionen Übernachtungen – zwölf Jahre später hat sich die Zahl nahezu verdoppelt!

„Der Übernachtungsrekord beweist: Hannover ist für Gäste in den letzten Jahren immer attraktiver geworden! Es gibt eben eine Fülle von Top-Angeboten: Maschseefest, Feuerwerkswettbewerb, Made in Germany zwei, TUI Marathon und vieles mehr. Es hat sich herumgesprochen, dass sich ein Besuch in Hannover lohnt. So werden wir weitermachen“, erklärt Oberbürgermeister Stephan Weil.

Rekordniveau haben die Übernachtungszahlen auch in der gesamten Region Hannover erreicht. Während 2010 insgesamt 3,37 Millionen Gästeübernachtungen in den 21 Städten und Kommunen der Region Hannover (Hannover inbegriffen) gezählt wurden, waren es 2011 3,68 Millionen. Das bedeutet einen Anstieg von rund 9,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und einen Zuwachs von 4,6 Prozent im Vergleich zum Expo-Jahr.

„Diese Zahlen sind ein riesiger Erfolg“, sagt Hans Christian Nolte, Geschäftsführer der Hannover Marketing und Tourismus GmbH (HMTG). Zurückführen ließen sich die Rekordergebnisse sowohl auf ein überaus erfolgreiches Messejahr als auch auf eine positive Entwicklung im Freizeit-Tourismus. „Die Deutsche Messe hat mit ihren zahlreichen Top-Veranstaltungen wie der Domotex, der CeBIT, der CeMAT, der Ligna, der EMO oder der Agritechnica in 2011 viele Geschäftsreisende in die Region Hannover geholt und so entscheidend zu diesem Rekordergebnis beigetragen“, so Nolte.

Hartwig von Saß, Leiter Kommunikation der Deutschen Messe AG, ergänzt: „Dieser Erfolg zeigt, dass es sich auszahlt, wenn man gemeinsam an einem Ziel arbeitet. Durch die enge Kooperation zwischen der Hotellerie in der Region Hannover, der HMTG und allen weiteren Beteiligten ist für Hannover vieles erreicht worden.“

Prozentual stark angestiegen ist vor allem die Zahl der Besucher aus dem Ausland: 2011 konnte die niedersächsische Landeshauptstadt rund 20 Prozent mehr Übernachtungen von ausländischen Gästen als noch im Vorjahr verzeichnen. Besonders beliebt ist Hannover bei den Besuchern aus Großbritannien. Sie zählten 2011, gefolgt von Italienern, Amerikanern, Niederländern und Schweizern, zur stärksten ausländischen Besuchergruppe – eindeutig ein Beweis für ein erfolgreiches Messejahr. Rund zwei Drittel der Übernachtungsgäste kommen jedoch nach wie vor aus dem Inland: Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Zahl der Gästeübernachtungen aus Deutschland um rund 6 Prozent. Positiv entwickelt hat sich auch die Bettenauslastung: Während sie 2010 noch bei 39,3 Prozent lag, stieg sie in 2011 auf 41,9 Prozent!

Ein Indiz für die positive Entwicklung im Freizeit-Tourismus sind die überdurchschnittlich starken Sommermonate, in denen keine Messen stattfanden. Im Juli stieg die Zahl der Gästeübernachtungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum sogar um 17,2 und im August um 10,5 Prozent! „Es ist ein deutlicher Anstieg im Freizeit-Tourismus festzustellen“, konstatiert auch Kirsten Jordan, Geschäftsführerin des DEHOGA Region Hannover.

Von dieser Entwicklung profitieren Unternehmen wie der Erlebnis-Zoo Hannover: „Wir haben 19,6 Prozent mehr Gäste aus dem Ausland“, resümiert Magitta Feike, Leiterin Presse/Marketing des Erlebnis-Zoos Hannover. Grund für den Besucheranstieg seien unter anderem die gemeinsamen Werbeaktivitäten von Erlebnis-Zoo und HMTG. Steigende Besucherzahlen konnten zudem die Herrenhäuser Gärten verzeichnen: Mit insgesamt 470.000 Besuchern (ohne Kinder bis 12 Jahre) kamen 2011 35.000 Gäste mehr als im Vorjahr. Mehr Gäste verbuchten auch die Ausflugsziele in der Region, wie etwa das Steinhuder Meer.

Hannovers Wirtschafts- und Umweltdezernent Hans Mönninghoff weist darauf hin, dass der starke Tourismus generell ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor ist: Nach Berechnungen, basierend auf früheren Studien, gaben die Übernachtungsgäste 2011 über 400 Millionen Euro in Hannover aus, davon 65 Prozent (ca. 260 Millionen Euro) im Gastgewerbe, 20 Prozent (ca. 80 Millionen Euro) im Einzelhandel und 15 Prozent (ca. 60 Millionen Euro) für Dienstleistungen.

Auch in den Umsatzzahlen der Hotelzimmervermittlung spiegeln sich die gestiegenen Übernachtungszahlen wider: In 2011 buchte der kostenfreie Service der HMTG für rund 3,6 Millionen Euro Hotelzimmer in der Region Hannover und zum Teil auch weit über die Regionsgrenzen hinaus. Zu den internationalen Messen war die Nachfrage teilweise so groß, dass bei der

Vermittlung bis nach Bremen, Wolfsburg, Kassel, Osnabrück oder Bad Oeynhausen ausgewichen werden musste. Damit haben sich die Umsatzzahlen im Vergleich zum Vorjahr um rund 80 gesteigert.

Starke Zuwächse, die auch auf ein in 2011 erweitertes Angebot zurückzuführen sind, lassen sich zudem bei den öffentlichen Stadttouren der HMTG feststellen: Über 9000 Personen nahmen an den geführten Touren teil; 2010 waren es rund 5700.

2011 war die Hannover Marketing und Tourismus GmbH sowohl im Ausland als auch in Deutschland mit vielen verschiedenen Werbekampagnen präsent: So hat die HMTG in 2011 ihr Auslandsmarketing stark ausgebaut – und im Frühjahr/ Sommer mit verschiedenen Werbeaktivitäten wie Zeitungsbeilagen, Plakataktionen oder Werbeanzeigen in Schweden, Dänemark, den Niederlanden, Großbritannien, Österreich und in der Schweiz massiv auf die Region Hannover aufmerksam gemacht. Eine große Werbeoffensive für das vorweihnachtliche Hannover rundete die internationalen Marketingaktivitäten ab. In Deutschland lag der Schwerpunkt der HMTG unter anderem auf der Bewerbung des umweltfreundlichen Tourismus: Gemeinsam mit der Landeshauptstadt und der Region Hannover warb sie in einer Kampagne unter dem Motto „Hannover – natürlich lebenswert“ für die grünste Großstadt Deutschlands, die gleichzeitig auch Bundeshauptstadt im Naturschutz ist. Zusammen mit der Niedersächsischen Bingo Umweltstiftung startete die HMTG zudem die Umwelt-Mitmach-Karte – ein Pilotprojekt zum nachhaltigen Tourismus. „Die HMTG hat Hannover als grünste Großstadt Deutschlands und als Region mit hoher Lebensqualität und Attraktivität hervorragend vermarktet“, sagt Wirtschafts- und Umweltdezernent Hans Mönninghoff. „Und das kommt bei den Touristen an“, ergänzt Nolte.

Auch für 2012 hat die HMTG wieder viele Aktivitäten geplant, um die Region Hannover als vielfältiges Ganzjahres-Reiseziel für Privat- und Geschäftsreisende nachhaltig zu positionieren. Anlässlich der ITB macht sie beispielsweise unter dem Motto „Save the Date“ in Berlin und auf dem Weg dorthin auf die Veranstaltungs- und touristischen Highlights in Hannover aufmerksam. Die Erweiterung im Streckennetz vom Hannover Airport um Estonian Air nimmt die HMTG zum Anlass, in Estland für die Region Hannover zu werben. Zudem wird die erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Städteverbund „die 9_Städte in Niedersachsen“ fortgeführt.

„Die Region Hannover hat in den letzten Jahren weiter an Attraktivität gewonnen. Dies drückt sich in den gestiegenen Übernachtungszahlen aus. Erfreulich ist, dass auch die Messen in Hannover weiter an Strahlkraft gewonnen haben“, resümiert Ulf-Birger Franz, Regionsrat und Dezernent für Wirtschaft, Verkehr und Bildung der Region Hannover.

Weitere Informationen finden Sie unter www.hannover.de/tourismus
Fotos zur redaktionellen Verwendung haben wir unter www.hannover.de/fotodownload bereit gestellt.

Presse



Pressekontakt:

Julia Sellner | Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Hannover Marketing und Tourismus GmbH
Vahrenwalder Straße 7 | 30165 Hannover
Telefon: 0511/123490-13 | Fax: 0511/12349017
presse@hannover-marketing.de
www.hannover.de