



# Pressemitteilung

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.

## 2014 das erfolgreichste Jahr im Bayerntourismus

**Aigner stellt Zahlen der bayerischen Tourismusbranche und interministerielle Arbeitsgruppe vor / Brandl: „Ausruhen gilt nicht, so haben die Hoteliers im Nachgang zur Umsatzsteuerreduzierung kräftigst investiert“**

(München) 2014 ist das bislang erfolgreichste Jahr im Bayerntourismus. Mit fast 32,5 Millionen Gästeankünften und gut 85,2 Millionen Gästeübernachtungen wurden die bisherigen Spitzenwerte von 2013 um 2,7 Prozent bei den Ankünften und 1,3 Prozent bei den Übernachtungen noch deutlich übertroffen. Besonderen Anteil an den guten Zahlen hat das Gastgewerbe, in dem sich der Umsatz nach den aktuellen Zahlen für 2014 um 2,4 Prozent erhöht hat. Die Zahl der Beschäftigten nahm um 1,6 Prozent zu. Diese Zahlen stellte Bayerns Tourismusministerin Ilse Aigner auf der heutigen Jahrespressekonferenz Tourismus vor.

Aigner: „Bayern hat seinen Spitzenplatz im Tourismus behauptet und sogar ausgebaut. Der Freistaat steht damit weiter auf Platz 1 der Top-Reiseziele in Deutschland. Die Zahlen zeigen, wie leistungsfähig die bayerischen Tourismusbetriebe sind. Alle Akteure im Tourismus haben zu diesem enormen Erfolg beigetragen und den Tourismus in Bayern als Boom- und Wachstumsbranche bestätigt.“

Aigner stellte außerdem die Interministerielle Arbeitsgruppe vor, die sich dem Tourismus widmet: „Tourismuspolitik ist ein zentrales Anliegen der bayerischen Wirtschaftspolitik. Um möglichst optimale Rahmenbedingungen für den Tourismus zu schaffen, habe ich eine Interministerielle Arbeitsgruppe ins Leben gerufen. Über die Ressortgrenzen hinweg setzen wir uns für den Bayerntourismus ein und schaffen so zusätzliche Synergien.“ Neben dem Megatrend Gesundheitstourismus sei die Digitalisierung ein wichtiges Zukunftsfeld, in dem Bayern den Tourismus mit vielfältigen Maßnahmen im Sinne der bayerischen Digitalisierungsoffensive unterstützen werde. „Unser Ziel muss sein, den bayerischen Tourismus gemeinsam mit den Verbänden und der Bayern Tourismus Marketing GmbH optimal zu positionieren, neue Tendenzen schnell aufzugreifen und neue Themenfelder wie ‚Herrschaftliches Bayern‘ zu besetzen. So wird auch der Tourismustag 2016 unter dem Motto Digitalisierung stehen“, so die Ministerin weiter.

Die Ministerin betonte außerdem, dass sich alle vier Tourismus-Verbandsgebiete (Franken, Ostbayern, Allgäu/Bayerisch-Schwaben und Oberbayern) sehr gut entwickelt hätten. Der Tourismus habe sich erneut als Konjunkturmotor für Städte und den ländlichen Raum gleichermaßen erwiesen.

Seite 1 von 2

Seite 2 von 2

Auch für die BAYERN TOURISMUS Marketing, deren Aufgabe es ist, Bayern im In- und Ausland als vielseitiges Reiseziel zu präsentieren, war das Tourismusjahr sehr erfolgreich. „Die sozialen Netzwerke sind die perfekten Kanäle, um Gäste zu einem Urlaub in Bayern zu inspirieren“, betont Dr. Martin Spantig, Geschäftsführer der BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH. „Von daher freut es mich, dass 2014 für unsere Social Media-Auftritte ein sehr erfolgreiches Jahr war - unser internationaler Facebook-Auftritt ‚Visit Bavaria‘ hat beispielsweise ein Fanwachstum von über 300 Prozent bei weiterhin sehr hoher Interaktion“, so Spantig weiter.

Ulrich N. Brandl, Präsident des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA Bayern, erklärte: „Destinationen werden immer leichter erreichbar, die Digitalisierung sorgt für immer transparentere Angebote. Wenn Bayern vor diesem Hintergrund erneut Rekorde erzielt, ist dies ein klarer Beleg für ein herausragendes Angebot aller Akteure. Ausruhen gilt dabei nicht und so haben die Hoteliers im Nachgang zur Umsatzsteuerreduzierung kräftig investiert – das sage nicht nur ich, das sagt auch das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr. Deren Studie belegt, dass sich die Steuerreduzierung auch für den Staat gerechnet hat. Zugleich weist sie darauf hin, dass die Gastronomie ebenfalls dringend eine Reduzierung der Umsatzsteuer benötigt.“ Hinsichtlich der zu verzeichnenden Zuwächse in den Bereichen Ankünfte und Übernachtungen bereitet Brandl die Tatsache Sorge, dass diese nicht gleichmäßig verteilt sind, einzelne Tourismusregionen gar eine negative Entwicklung aufweisen. „Jetzt sei alles zu unternehmen, dieses Ungleichgewicht zu kompensieren“, so der DEHOGA Bayern-Präsident.

Die Heilbäder und Kurorte verzeichneten 2014 fast 4,8 Millionen Ankünfte und 22,3 Millionen Übernachtungen und damit einen Zuwachs von 2,6 Prozent bei den Ankünften und 0,1 Prozent bei den Übernachtungen. Der Vorsitzende des Bayerischen Heilbäder-Verbandes Klaus Holetschek freut sich über dieses gute Ergebnis: „Jede vierte Übernachtung im Bayerntourismus 2014 fand in einem Heilbad statt. Das ist ein deutliches Signal für die Attraktivität und Leistungsfähigkeit unserer Orte. Die bayerischen Heilbäder und Kurorte sind mit einem Brutto-Umsatz von jährlich 3,7 Milliarden Euro und rund 100.000 Beschäftigten ein wichtiger Pfeiler des bayerischen Tourismus. Das Rekordergebnis 2014 motiviert uns für die weiteren Aufgaben. Wir können hier ein ausgezeichnetes Angebot vorweisen, das wir unter der Dachmarke ‚Gesundes Bayern‘ noch stärker profilieren und bewerben wollen. Ein zunehmend wichtiger Faktor im Gesundheitstourismus sind auch ausländische Gesundheitstouristen, die wir künftig noch zielgenauer ansprechen wollen.“

- Ende der Pressemitteilung -