

PRESSEINFORMATION

Mannheim, 19. Februar 2020

Übernachtungszahlen 2019: Mannheim setzt sich als attraktives Reiseziel durch

Im Jahr 2019 verzeichnet Mannheim gut 10 Prozent mehr Übernachtungen als im Vorjahr und gehört damit nach Ravensburg und Heilbronn zur Spitze in Baden-Württemberg. Das zeigen die aktuellen Übernachtungszahlen des Statistischen Landesamts.

Mit rund 1,62 Millionen Übernachtungen hat sich Mannheim im Vergleich zum Vorjahr um 10,3 Prozent gesteigert – das entspricht gut 150.000 Übernachtungen mehr. Damit liegt die Stadt erneut über dem Landesdurchschnitt von 4,2 Prozent.

„Diese sehr gute Entwicklung zeigt uns, dass Mannheim als Reiseziel immer beliebter wird und viele Gäste aus dem In- und Ausland anlockt. Das touristische Angebot und die Zusammenarbeit aller Akteure in der Stadt hat sich in den letzten Jahren hervorragend entwickelt – das zeigt nun seine Wirkung,“ freut sich Karmen Strahonja, Geschäftsführerin der Stadtmarketing Mannheim GmbH. Die Anzahl der von ausländischen Gästen gebuchten Übernachtungen stieg 2019 ebenso um 10 Prozent. Zu den wichtigsten Quellmärkten mit den meisten Übernachtungen zählen die USA, Schweiz, Niederlande, Vereinigtes Königreich und Frankreich. Das Stadtmarketing setzte in der nationalen und internationalen Vermarktung Mannheims als touristisches Reiseziel gezielt auf Kooperationen. So zum Beispiel in Frankreich und in der Schweiz, wo die Zugreise durch die Bahnkampagne der Deutschen Bahn mit der französischen Eisenbahngesellschaft SNCF bzw. dem Schweizer Pendant SBB besonders attraktiv wurde. Nachdem der MERIAN im letzten Jahr auch auf Englisch erschienen ist, empfehlen weitere neue Reiseführer wie der Bildband „Die unterschätzten Städte in Europa“ des DuMont Reiseverlags und zahlreiche Reiseberichte in deutschen und ausländischen Medien einen Trip nach Mannheim.

Der sonst eher mäßig ausfallende Monat Dezember hat im letzten Jahr deutlich mehr Übernachtungen verbucht und verzeichnet ein Plus von 9,6 Prozent. Gemeinsam mit der Werbegemeinschaft Mannheim City e.V. und den drei Mannheimer Weihnachtsmärkten hatte das Stadtmarketing zum ersten Mal eine Weihnachtskampagne gestartet. Die Auswertung der Besucherfrequenz in der Innenstadt zeigte zudem, dass in der Weihnachtszeit mehr Leute als im Vorjahr auf den Planken unterwegs waren.

Für das Jahr 2019 zeigt sich wie im Vorjahr eine Aufenthaltsdauer von durchschnittlich 2,2 Tagen. Die Hotelauslastung ist mit 47,8 Prozent leicht zurückgegangen, was auf das größere Bettenangebot zurückzuführen ist. Allein im Jahr 2019 stieg die Anzahl an Übernachtungsmöglichkeiten um knapp 20 Prozent. Bis 2022 werden weitere 1.000 Betten hinzukommen. Die Bundesgartenschau 2023 hat das Potenzial, mehr als 2 Millionen Menschen

nach Mannheim zu locken. „Damit wir weiterhin auf diesem guten Niveau wie in 2019 bleiben, bedarf es einer großen und vor allem gemeinsamen Anstrengung. Insbesondere für die BUGA müssen wir gut aufgestellt sein“, erklärt Strahonja weiter. Zahlen vergangener Bundesgartenschauen zeigen, dass ca. 80 Prozent der Gäste Tagestouristen sind, nur 20 Prozent kommen über mehrere Tage. „Unser gemeinsames Ziel muss es sein, die Aufenthaltsdauer in der Stadt und Region deutlich zu erhöhen. Da dürfen wir nicht nachlassen und müssen unsere gute Zusammenarbeit mit Stadt, Hotellerie, Gastronomie, Handel, Kongresszentrum und Kultureinrichtungen weiter intensivieren. Nur so profitieren wir auch weiterhin von der jetzt sehr positiven Entwicklung“, so Strahonja.

Stadtmarketing setzt weiter auf Kooperationen im Tourismusbereich

Nach dem sehr erfolgreichen Auftritt gemeinsam mit Heidelberg Marketing auf der Stuttgarter Reisemesse CMT setzt das Stadtmarketing diese Kooperation weiter fort. Vom 28. Februar bis 1. März präsentieren sich beide Städte auf der Aktivurlaubsmesse „Fiets en Wandelbeurs“ in Utrecht, die in diesem Jahr Deutschland zum Themenland auserwählt hat. Die Nachbarn aus den Niederlanden liegen auf Platz 3 der Herkunftsländer von Gästen in Mannheim (Steigerung um gut 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahr). Am gemeinsamen Stand wird eine Draisine Lust auf einen Urlaub in der Region machen, die für die fahrradbegeisterten Niederländer attraktiv ist. So verbindet beispielsweise der Neckartalradweg, der von Villingen-Schwenningen über Heidelberg bis nach Mannheim verläuft und erst kürzlich den Bike&Travel Award in der Kategorie „Die besten Flussradtouren 2019“ gewonnen hat, beide Städte. Eine zweite Draisine wird über die Messe fahren und ebenfalls auf die Urlaubsregion aufmerksam machen – passend zum Jahresthema „Wilder Süden“ der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg.

Der nächste Termin im Messekalendar folgt Anfang März: Das Stadtmarketing ist vom 4. bis 8. März wieder in der Baden-Württemberg-Halle (Halle 6.2b) auf der führenden Fachmesse der internationalen Tourismusbranche Reisemesse ITB präsent. Für das Stadtmarketing Mannheim steht auf der ITB insbesondere der Austausch mit den Experten der Reisebranche im Fokus. Diese Möglichkeit nutzt das Stadtmarketing unter anderem auch im Hinblick auf die Bundesgartenschau 2023, um neue Kooperationen zu knüpfen.

PRESSEKONTAKT

Lisa Hess
Stadtmarketing Mannheim GmbH
+49 (0) 621 / 156673-21
l.hess@stadtmarketing-mannheim.de
E4, 6 | 68159 Mannheim

Über die Stadtmarketing Mannheim GmbH

Die Stadtmarketing Mannheim GmbH wurde 2001 gegründet, um Mannheims Wettbewerbsfähigkeit im konkurrierenden Umfeld weiter auszubauen, die Attraktivität des Images nach innen und außen zu steigern sowie die Profilierung und Positionierung der Stadt mit all ihren Stärken voranzutreiben. Sie wird zu 49 Prozent von der Stadt getragen, die Mehrheit von 51 Prozent der Anteile halten die 21 privaten Gesellschafter. Weitere Informationen unter www.visit-mannheim.de