

Incoming

Märchenhaft: Die Entwicklung des Deutschlandtourismus

Deutschland verzeichnet bei den Touristenankünften in den letzten Jahren ein dynamisches Wachstum. Incoming boomt und kann auch Busunternehmen attraktive Chancen bieten – wenn die Voraussetzungen stimmen. Wie diese aussehen können, lesen Sie in unserem Beitrag.

Freundlich sagt die Dame vor dem Setra-Doppelstockbus: „English speaking guests this bus!“ Zwei junge Japanerinnen mit ausgedruckten Tickets und Broschüren in den Händen, auf denen Schloss Neuschwanstein abgebildet ist, wenden sich an sie und fragen, ob sie einsteigen können. Freundlich werden sie zu dem Bus gewiesen, der in erster Linie parkt und bei dem es an Bord über Kopfhörer auch

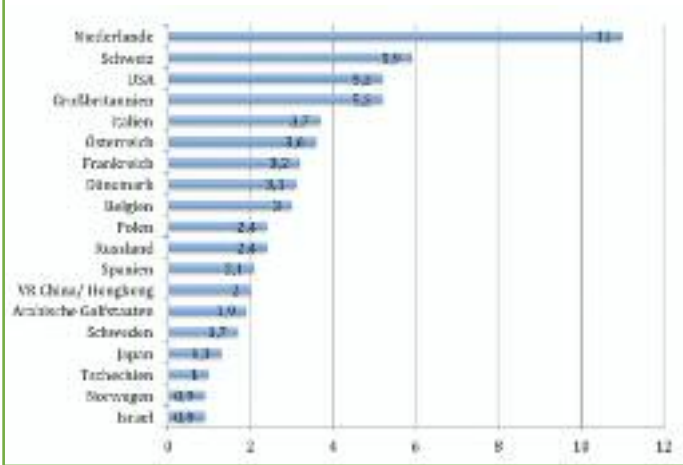
Reisetexte in japanischer Sprache gibt. Insgesamt drei Doppeldeckerbusse stehen an diesem Morgen auf dem Parkplatz vor dem Münchner Hauptbahnhof, um Tagesausflüge zu den bayerischen Königsschlössern Linderhof und Neuschwanstein zu starten. Angeboten werden die Touren vom Münchner Busunternehmen Autobus Oberbayern, das in den Geschäftsfeldern Busvermietung und Linienverkehr, auch im Incoming aktiv ist.

Der Andrang an diesem Morgen ist groß. Die Gäste aus aller Welt, die diesen Tagesausflug gebucht haben, werden von den Mitarbeitern auf die drei Busse verteilt. Die einheitliche Kleidung der Fahrer und Tourguides hilft den Passagieren, schnell die richtigen Ansprechpartner zu finden. Alles klappt wie am Schnürchen, die Besucher nehmen ihre Plätze im jeweiligen Bus ein, dann gibt Tourguide Margit noch einmal den letzten Hinweis „Last chance to change the bus“, doch jeder scheint am richtigen Platz im richtigen Fahrzeug zu sitzen. Pünktlich um 8.30 Uhr starten die Busse der „Royal Castles Tour“ in Richtung Königsschlösser. Der Setra 431 DT ist bis auf den

letzten Platz gefüllt. „Great“, meint einer der US-Amerikaner, als er Platz nimmt und geradezu liebevoll über Armlehne und Polster streicht – seine Begeisterung für das moderne Modell ist ihm anzusehen. Die Gästeschar ist bunt gemischt: US-Amerikaner, Kanadier, Australier und Neuseeländer bilden die Mehrheit, daneben sind Engländer sowie Gäste aus Hongkong und Peru an Bord. Auch altersmäßig ist die Bandbreite groß. Da sitzt ein junger Backpacker aus Australien, der auf Europatour ist, während es sich ganz hinten im Bus drei zusammenreisende englische Paare bequem gemacht haben,

Traumziel für Gruppenreisen: Das Schloss Neuschwanstein ist eine der am meisten besuchten Sehenswürdigkeiten Deutschlands. Mit dem Bus kommen auch viele ausländische Gäste hierher

Woher kommen die Deutschlandtouristen?



▲ Die Top-20-Quellmärkte für Deutschland (nach Übernachtungen in Millionen im Jahr 2014) Quelle: DZT/Statistisches Bundesamt

die eine Deutschlandtour machen. Ein junges Paar aus Hongkong ist ebenso an Bord wie Kanadier, die Deutschland vor fast 40 Jahren besucht haben und jetzt ein weiteres Mal das Land bereisen. Deutschlandreisen liegen international im Trend. Deutschland boomt bei Gästen weltweit geradezu, wie auch die Zahlen der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) eindrucksvoll belegen: Im ersten Halbjahr 2015 gewann der Incoming-Tourismus in Deutschland mit 1,6 Mio. zusätzlichen Übernachtungen weiter an Fahrt. Nach vorläufigen

Angaben des Statistischen Bundesamtes wurden von Januar bis Juni in Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten 34,4 Mio. internationale Übernachtungen gezählt – ein Zuwachs von fast 5 % zum Vergleichszeitraum 2014.

Allein der Juni 2015 verzeichnete ein Plus von 7 %. „Das deutsche Incoming wächst auch nach der Rekordbilanz für das Jahr 2014 signifikant weiter“, sagte DZT-Vorstandsvorsitzende Petra Hedorfer zu dieser Entwicklung. Nicht ohne Stolz weist

sie darauf hin, dass sich Deutschland trotz teilweise schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen im europäischen Vergleich überdurchschnittlich gut behauptet habe. Dem Trendreport der European Travel Commission zufolge konnte Deutschland in den ersten vier Monaten des Jahres 2015 unter den großen europäischen Reisezielen am stärksten zulegen.

Die Zahlen belegen zudem, dass dieses Wachstum ein lang anhaltender Trend ist. In den vergangenen fünf Jahren sind die internationalen Übernachtungen aller Bundesländer um 38 % gestiegen – das entspricht in den Jahren von 2009 bis 2014 einem jährlichen Zuwachs von durchschnittlich 6,7 %, so die Angaben der DZT, die hier völlig zu Recht von einem „dynamischen Wachstum“ spricht.

Der deutsche Incoming-Tourismus ist auch 2015 auf Rekordkurs

Ein wachsender Markt ist das eine, ob er für mittelständische Reiseveranstalter attraktiv und gewinnversprechend ist, das andere. Die Frage, ob Incoming auch einem Busunternehmen gute Chancen bietet, beantwortet der RDA – der auch Mitglied in der Deutschen Zentrale für Tourismus ist – mit einem klaren Ja. „Das Reiseland Deutschland ist weiterhin auf der Überholspur. Dieses wichtige Segment zu vernachlässigen wäre für einen Unternehmer geradezu sträflich“, heißt es vom Internationalen Bustouristik Verband aus Köln. Der RDA gibt folgenden Tipp: „Nach wie vor stehen Kombinationsreisen hoch im Kurs, also Bus und Flug oder Bus und Schiff. Bei Letzteren sind insbesondere Flusskreuzfahrten mit Busbegleitung gefragt. Kooperationen mit entsprechenden

Reedereien sind also erfolgversprechend.“ Im Incoming aktiv zu werden, kann für ein Unternehmen also ein weiteres Standbein neben seinen bisherigen Aktivitäten bedeuten. „Incoming ist für viele Busunternehmen ein lukratives Nischensegment zum Ausgleich lokaler und saisonaler Schwankungen“, lautet daher auch die Einschätzung des RDA. Der Verband betont dabei auch: „Es verlangt Professionalität, unterliegt aber auch nicht beeinflussbaren Risiken.“

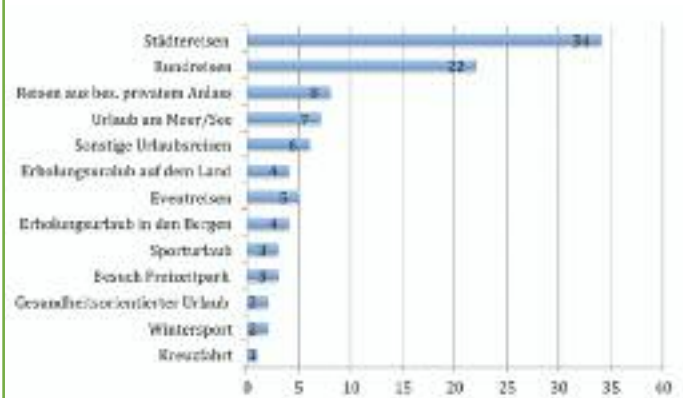


Fotos: Thomas Burgert

▲ Märchenschloss im Blick: Das Münchner Busunternehmen Autobus Oberbayern ist im Incoming aktiv. Zum Angebot gehören Tagesausflüge zu den bayerischen Königsschlössern

Voraussetzung für einen Busunternehmer, hier aktiv zu werden, sind natürlich Mitarbeiter, die in einer oder mehreren Fremdsprachen zuhause sind.“ Entsprechendes Personal im Unternehmen zu haben oder zu gewinnen, ist ein entscheidender Faktor, um im Incoming erfolgreich zu sein. Neben Fremdsprachenkenntnissen bildet das Knowhow, wie mit internationalen Gästen umzugehen ist und welche Informationen sie brauchen, eine wichtige Voraussetzung. Das zeigt sich etwa, als unser Doppelstockbus von Autobus Oberbayern bei Schloss Linderhof ankommt, dem ersten

Was wollen die Gäste in Deutschland unternehmen?



▲ Deutschland hat seine Stärken bei Städte- und Rundreisen. Ranking der Motivation von Urlaubsreisen der Europäer nach Deutschland 2014 in Prozent (Abweichungen sind rundungsbedingt)

Quelle: DZT/WTM 2015 (vorläufig)

Deutschland liegt im Trend: In den letzten Jahren stieg die Zahl der ausländischen Besucher in Deutschland stetig an. Beliebte sind vor allem die zahlreichen Sehenswürdigkeiten ►

Ziel der Tagestour. Treffpunkt und Uhrzeit für die Abfahrt nach der Besichtigung des Schlosses werden festgelegt. Tourguide Margit weist darauf hin, dass 11 Uhr auch 11 Uhr bedeutet und fragt sicherheitshalber nach, ob alle Teilnehmer der Tour ihre Uhren auch auf mittel-europäische Zeit umgestellt haben – woran, wie sich schnell herausstellt, nicht alle gedacht haben. So sind nach der Führung durch das Märchenschloss von Ludwig II. und einem kurzen Spaziergang durch die Gartenanlagen wieder alle pünktlich am richtigen Bus. Es geht weiter Richtung Oberammergau, wo eine Kaffeepause und ein Bummel durch den Ort der Passions-spiele auf dem Programm stehen.

Danach werden Neuschwanstein und Hohenschwangau angesteuert, wo Gelegenheit für einen Lunch ist. Auch hier sind Hinweise wichtig – wie der, dass man in Deutschland nach der Rechnung fragen muss. Und die Frage, ob man sich im Restaurant gleich setzen kann oder aber darauf wartet, dass einem ein Tisch zugewiesen wird, oder die ewige Frage nach den Trinkgeldern und deren Höhe. Je exotischer die Gäste sind und zukünftig werden, desto größer wird hier der Informationsbedarf sein. Einen weiteren wichtigen Punkt bildet der Vertrieb der eigenen Angebote. „Wichtig ist außerdem die Kenntnis der Marktstrukturen und Handelsbräuche in den Quellmärkten, die sich teilweise ganz anders darstellen als in Deutschland“, betont der RDA. Daher sei die „Kenntnis der Abläufe in der mehrstufigen Wertschöpfungskette Kunde, Reisemittler, ausländischer Veranstalter, teils zwischengeschaltete Paketer oder deutscher

Incoming-Operator“ wichtig. „Dazu gehört auch die Optimierung der Zusammenarbeit der mittelständischen, häufig spezialisierten Busreiseveranstalter mit ihren Vertriebspartnern. Denn der Vertrieb über eigene und fremde Reisebüros ist für die Bus-touristik nach wie vor der wichtigste Vertriebsweg – auch für das Incoming“, rät der RDA.

Im Moment bilden die europäischen Nachbarn beim Deutschlandtourismus noch die wichtigsten Quellmärkte. Wichtigster darunter sind die Niederlande, die nach einem

schwachen Start 2015 im Mai wieder deutliche Zuwächse generierten. Auch aus der Schweiz verzeichnet Deutschland im laufenden Jahr ein überdurchschnittliches Wachstum – der starke Frankenkurs gegenüber dem Euro lässt grüßen. Drittplatzierter bleibt Großbritannien. Es folgen bei den europäischen Ländern Italien, Österreich, Frankreich, Dänemark, Belgien und Polen als die bedeutendsten Herkunftsländer. Die USA blieben auch in

Busreiseveranstalter sollten die Quellmärkte im Blick haben



den ersten Monaten des Jahres 2015 weiterhin auf Platz 1 der Überseequellmärkte. Denn auch bei den US-Amerikanern erwartet

die DZT einen weiteren Zuwachs. An dem starken

Anstieg im ersten Halbjahr hatten aber vor allem auch Gäste aus den asiatischen Ländern einen großen Anteil. Diese Länder – von der DZT als „große Potenzialmärkte aus dem asiatisch-pazifischen Raum“ bezeichnet – trugen gerade in den Monaten Januar bis Mai mit weiterhin zweistelligen Zuwachsraten zum Deutschland-Incoming bei. Besonders stark war das Wachstum aus China (+19,4 %), den Arabischen Golfstaaten (+11,7 %) sowie Indien (+10,3 %).

Und was wollen diese Gäste in Deutschland sehen? Ganz oben auf der Liste stehen Metropolen wie Berlin, Hamburg und München sowie deren Umgebung. Nicht umsonst sind Doppelstockbusse zu den Königsschlössern voll besetzt. Das Bundesland Bayern lag in den letzten fünf Jahren immer auf Platz eins der von ausländischen Gästen besuchten deutschen Bundesländer. Im vergangenen Jahr baute Berlin seinen zweiten Platz aus, auf den nächsten Plätzen folgten Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen. Insgesamt profitieren aber alle deutschen Regionen vom Incoming und verzeichnen Zuwächse, betont die DZT. Überdurchschnittlich zugelegt hätten in den letzten Jahren zum Beispiel die Hansestädte Hamburg und Bremen. „Ein langfristig überdurchschnittliches Wachstum verzeichnen vor allem die neuen Bundesländer“, fügt Iris Gleicke hinzu, die Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie, Beauftragte der Bundesregierung für die neuen Bundesländer und Beauftragte für Mittelstand und Tourismus. Zumindest hier gewinnen also alle Bundesländer. Deutschland scheint als Reiseland als Ganzes attraktiv zu sein – was die Zukunftsaussichten im Incoming positiv erscheinen lässt.

Thomas Burgert ■

GTM Internationale Plattform und Netzwerk

Der GTM Germany Travel Mart ist im Deutschland-Incoming ein jährlich stattfindendes Forum, auf dem deutsche Anbieter mit den entscheidenden Einkäufern der internationalen Reisebranche zusammentreffen. Die Veranstaltung ist als zweitägiger Workshop konzipiert und bietet daneben ein umfangreiches Rahmenprogramm. Ab Anfang Dezember kann man sich für die nächste Ausgabe registrieren, diese findet im April 2016 in Magdeburg statt. Veranstaltungsort 2017 ist Nürnberg. Der RDA nimmt regelmäßig mit der Busstraße am GTM teil und nutzt so aktiv dieses Incoming-Forum zur Kontaktaufnahme mit in- und ausländischen Einkäufern und Journalisten. Darüber hinaus bietet der RDA-Arbeitskreis Incoming ein Gremium zum Know-how-Austausch, zum Networking und zur Kumulierung verbandlicher Initiativen wie beispielsweise Schließung statistischer Lücken im Incoming-Verkehr und der Entwicklung von Checklisten. Um die Rechtssicherheit auch in internationalen Geschäften zu stärken, stehen die RDA-Rechtsberater den Mitgliedern mit Rat und Tat zur Seite.