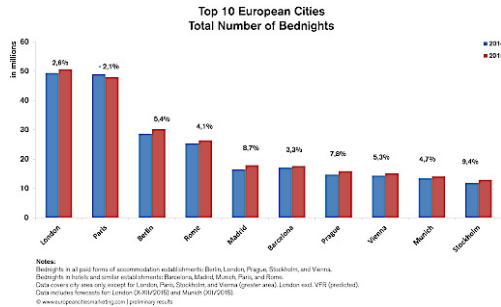
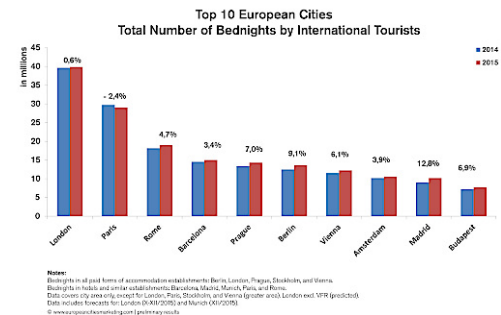


Trotz schwierigen Jahres: Europäische Städte 2015 mit Nächtigungsplus von 4,2%



Top 10 European Cities

Credit: European Cities Marketing
 Fotograf: European Cities Marketing



Top 10 European Cities

Credit: European Cities Marketing
 Fotograf: European Cities Marketing

Wien (TP/OTS) - European Cities Marketing meldet für 2015 ein Wachstum von 4,2% im Städtetourismus. London, Paris und Rom erzielten Spitzenergebnisse. Der chinesische Markt wuchs mit 32%, Italien und Russland weiter im Abwärtstrend.

European Cities Marketing meldet aktuelle Zahlen zur Nachfrageentwicklung des Städtetourismus in Europa. Seit Jahren wächst der Tourismus in Städten doppelt so schnell wie auf gesamtstaatlicher Ebene, erste Ergebnisse unterstreichen neuerlich Erfolg und Dynamik dieses Segments. Basierend auf den vorläufigen Daten des im Juni erscheinenden „European Cities Marketing Benchmarking Report“ konnten die europäischen Städte 2015 an ihrer positiven Entwicklung festhalten und ein Wachstum von 4,2% verzeichnen. Die Nächtigungen internationaler Gäste wuchsen nach wie vor deutlicher (+4,4%) als jene inländischer (+4,0%). Diese vorläufigen Daten des „European Cities Marketing Benchmarking Report“ beziehen sich auf die Ergebnisse von 61 (aus 110) Benchmarking-Städten, die insgesamt 373,9 Millionen Gästenächtigungen verzeichnen konnten.

Zwtl.: Erfolgreichste Städte: London und Paris

London und Paris verbuchten zusammen rund 100 Millionen Nächtigungen und führten damit 2015 erneut die europäische Spitze der meistbesuchten Städte an. Ein Rückgang von 2,1% in Paris ist vor allem auf die Terroranschläge zurückzuführen. Berlin konnte mit dem 3. Platz, und einem neuen Rekordwert von 30 Millionen Gesamtnächtigungen, seine Position in den Top 5 halten, genauso wie Rom den 4. Platz. Das anhaltende Kopf-an-Kopf-Rennen um den fünften Rang entschied Madrid 2015 für sich. Mit einem Nächtigungsplus von 8,7% ließ die spanische Hauptstadt Barcelona hinter sich, nachdem sie sich zwei Jahre lang mit dem sechsten Platz begnügen musste. Betrachtet man die Nächtigungen internationaler Gäste, wurde unter den Top-10 Städten ein überdurchschnittliches Wachstum von Madrid (+12,8%), Berlin (+9,1%), Budapest (+6,9%), Prag (+7,0%), Wien (+6,1%) und Rom (+4,7%) verzeichnet.

Zwtl.: Stärkste Märkte: Deutschland, USA und Großbritannien - China am stärksten wachsend, Italien und Russland rückgängig

Deutschland, die USA und Großbritannien führten erneut die Liste der nachfragestärksten Herkunftsmärkte an und sind zusammen für rund 28% der Nächtigungen in den europäischen Städten verantwortlich. China erwies sich weiterhin als der am stärksten wachsende Markt (+32%) und konnte die Wachstumsquote im Vergleich zu 2014 sogar verdoppeln. Trotz einer vielversprechenden Erholung des italienischen Marktes im Jahr 2014 fiel die Nachfrage neuerlich um 5,3%. Das anhaltend starke Nächtigungsminus des russischen Marktes (-31%) konnte durch ein Wachstum aus Großbritannien (+8,1%) und den USA (+7,1%) kompensiert werden.

Diese Ergebnisse verdeutlichen die große wirtschaftliche Bedeutung des Städtetourismus. Vor allem für ausgabefreudige KurzurlauberInnen oder Kongress- und TagungsbesucherInnen sind Städte das vorrangige Ziel. Diagramme und weitere Daten sind unter www.europeancitiesmarketing.com kostenfrei erhältlich. Die 12. Ausgabe des „European Cities Benchmarking Report“ - der weltweit führenden Statistikquelle für den europäischen Städtetourismus - ist ab Juni 2016 erhältlich. Der Report kann auf der Website zum Preis von 990 € (bei Vorbestellung bis Ende März mit einem Preisnachlass von 20%) angefordert werden.

Zwtl.: Über European Cities Marketing

European Cities Marketing ist eine Non-Profit-Organisation, die die Interessen ihrer mehr als 100 Mitgliedsstädte aus 36 Ländern vertritt. Der Auftrag des Netzwerks aus Tagungs-, Freizeit- und StadtmarketingexpertInnen ist es, die Wettbewerbsfähigkeit und den Erfolg bedeutender europäischer Städtetourismusdestinationen durch Austausch von Wissen, Best-Practices und Networking zu stärken.

Zwtl.: Weitere Informationen & Vorabbestellung

www.europeancitiesmarketing.com/ecm-benchmarking-report

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

European Cities Marketing

Flavie Baudot

press@europeancitiesmarketing.com, Tel.: +33 380 56 02 00

MODUL University Vienna (Wissenschaftlicher Partner)

Karl Wöber

karl.woeber@modul.ac.at, Tel.: +43 1 3203555-300

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/18561/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0001 2016-03-07/10:00

071000 Mär 16

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20160307_TPT0001