

Betreff:

Tourismusentwicklung im 1. Quartal 2025 im Kontext des Tourismuskonzepts

Organisationseinheit:

Dezernat VI
0800 Stabsstelle Wirtschaftsdezernat

Datum:

02.09.2025

Beratungsfolge

Wirtschaftsausschuss (zur Kenntnis)

Sitzungstermin

02.09.2025

Status

Ö

Sachverhalt:

Unter Einbeziehung der Braunschweig Stadtmarketing GmbH beantwortet die Verwaltung die Fragen wie folgt.

Zu Frage 1.:

Die aktuellen Veränderungen der Tourismuszahlen spiegeln die klassischen Schwankungen wider, die z.B. auf Ferienzeiten oder Messeterminen zurückzuführen sind.

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH fokussiert daher auch weiterhin auf die drei Schwerpunktthemen Städtetourismus, Live-Events in Kultur und Sport sowie Stadtnatur. Im Wesentlichen prägen die Scherpunktthemen die touristischen Partner, etwa Museen und Veranstalter im Kultur- und Sportbereich. Ein weiterer Schwerpunkt ist im Geschäftstourismus das Thema MICE.

Die Maßnahmen und Angebote sind dabei an mehrtägige Besucher und Übernachtungsgäste im Privat- und Geschäftstourismus adressiert. Ein Ziel ist es, die Wochenendauslastung zu erhöhen und die Aufenthaltsdauer zu verlängern sowie Geschäftstouristen zu Privatbesuchen mit Familie oder Freunden zu ermuntern. Das führt zu einer Erhöhung der Wertschöpfung vor Ort. Zur Zielerreichung werden regelmäßig Reiseanlässe identifiziert und entsprechend, z.B. im Rahmen überregionaler Tourismus- und MICE-Kampagnen, kommuniziert. Die Umsetzung von Maßnahmen ist dabei stark von der aktuellen personellen und finanziellen Struktur der Partner sowie der derzeitigen Haushaltslage abhängig.

Zu Frage 2.:

Als die Schlüsselkennzahlen zur Messung des touristischen Erfolgs sind seit Jahrzehnten Kriterien wie Anzahl der Ankünfte und Übernachtungen, Tourismusintensität, die die Zahl der Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben im Verhältnis zur gebietsansässigen Bevölkerung wiedergibt, sowie Aufenthaltsdauer etabliert. Die Zahlen werden vom Statistischen Landesamt zu Verfügung gestellt und quartalsweise in einer Pressemeldung der Braunschweig Stadtmarketing GmbH inkl. einer Einordnung der Entwicklung mit Bezug auf die Schwerpunktthemen kommuniziert. Ergänzend liegen Zahlen eigener Erhebungen (z.B. Anzahl an Ticketverkäufen für Stadtführungen, Souvenirverkäufe in der Touristinfo) vor.

Weitere Messkriterien lassen sich nur bedingt regelmäßig erfassen. Zum einen geben die Partner keine anderen validen Kennzahlen (z.B. Gästestruktur, Durchschnittsraten der Hotellerie) weiter und zum anderen lassen sich regelmäßige Umfragen (z.B. zur Gästezufriedenheit) und Studien mit entsprechenden Hochrechnungen (wie Wirtschaftsfaktor Tourismus des dwif-Consulting) vor dem Hintergrund der aktuellen Haushaltslage nicht jährlich finanzieren. Durch den engen und vertrauensvollen Austausch mit den Partnern nimmt die Braunschweig

Stadtmarketing GmbH aber regelmäßig die Stimmungslage zur weiteren Einordnung der aktuellen Entwicklungen auf.

Die quartalsweise Veröffentlichung der offiziellen Übernachtungszahlen ist daher bis auf Weiteres die wichtigste Messgröße für die touristische Entwicklung.

Zu Frage 3.:

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH bietet informiert zu den Anreisemöglichkeiten ebenso wie zur Mobilität vor Ort verkehrsträgerübergreifend. Im sog. MICE-Bereich gibt es zudem das Veranstaltungsticket der DB für Teilnehmerinnen und Teilnehmer an Veranstaltungen. Die Entwicklung von Mobilitätsangeboten obliegt nicht der BSM, sie greift auf bestehende öffentliche wie private Angebote zurück. Damit steht in Braunschweig ein breites Angebot an Mobilitätslösungen zur Verfügung, das den unterschiedlichen Bedürfnissen der Besucherinnen und Besucher gerecht wird.

Leppa

Anlage/n: keine