

Presseinformation

Bundesverband der Deutschen
Tourismuswirtschaft e.V. (BTW)
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Fon: 030/72 62 540
Fax: 030/72 62 54 44
info@btw.de; www.btw.de

Fakten und Prognosen rund um das Thema Großveranstaltung Olympia

Berlin, 12. Oktober 2015 - Im Folgenden finden Sie eine Zusammenstellung interessanter Prognosen und Kennzahlen rund um das Thema der Relevanz und der Chancen von Großveranstaltungen wie zum Beispiel die Olympischen Spiele.

- **Imagewandel:** Die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland bewirkte einen starken, positiven Imagewandel. Ein Indikator dafür ist, dass Deutschland in der internationalen Image-Studie der BBC auf Platz 1 aufstieg. Für den Tourismusstandort Hamburg bietet Olympia die Chancen, das Image in der Welt zu stärken und sich stärker als Top-Destination weltweit zu positionieren. Dies gilt nicht nur für Hamburg, sondern auch für Deutschland. Die Olympischen Spiele haben das Potential, das Image von Deutschland bei einem weit internationaleren und größeren Publikum positiv zu beeinflussen: 32 Nationalmannschaften nahmen an der Fußball-WM in Deutschland teil, bei Olympia werden 200 Nationen teilnehmen. Zudem verfolgen gut 3 Milliarden Menschen eine Fußball-WM, bei Olympischen Sommerspielen sind es fast 5 Milliarden.
- **Marktentwicklung:** Eine Umfrage unter ausländischen Gästen zeigte, dass fast die Hälfte von ihnen zum ersten Mal in Deutschland war und 88% gaben an, Deutschland als Reiseland bestimmt oder wahrscheinlich weiter zu empfehlen. Zwei Drittel der Befragten haben sogar an, gern noch mal privat nach Deutschland reisen und sogar ein Viertel konnte sich aufgrund der positiven Erfahrungen in Deutschland intensivere bzw. neue Geschäftskontakte vorstellen. Diese Effekte können auch durch die Olympischen Spiele generiert werden.
- **Wirtschaftswachstum:** Die Fußball-WM 2006 bewirkte durch z.B. Investitionen einen geschätzten Wachstumseffekt von 0,3 Prozentpunkten auf das Bruttoinlandsprodukt und die Entstehung von 50.000 neuen Arbeitsplätzen in Deutschland. Durch die Olympischen Spiele können Infrastrukturprojekte, wie z.B. der Fehmarnbelttunnel, beschleunigt und eine nachhaltige Stadtentwicklung geleistet werden.
- **Nutzen für die gesamte Tourismusbranche:** Rund 9 Millionen Besucher kamen zu den Public-Viewings in Berlin, darunter 40% aus dem Ausland. Somit war diese Besucherzahl größer als auf dem Oktoberfest in München, dem größten Volksfest der Welt. Solche Events werden auch während der Olympischen Spiele positive Auswirkungen haben, wie zum Beispiel die Verkehrsträger und das Gastgewerbe. Weitere Potentiale durch die Olympischen Spiele für die Tourismusbranche ergeben sich in der Anpassung an die Bedürfnisse internationaler Gäste und im strategischen Ausbau der Hotelkapazitäten, der Verkehrsverbindungen, von Infrastruktur und von touristischen Angeboten, welche auch in der Folge Touristen wie Geschäftsreisenden zu Gute kommen wird.

- **Steigende Besucher- und Übernachtungszahlen:** In den Fußball-WM-Monaten stiegen die Übernachtungen ausländischer Gäste in Deutschland um fast 20%. Langfristig stieg die Übernachtungszahl von 2006 bis 2014 von rund 350 auf fast 425 Millionen. Dies ist ein Plus von 20%. Betrachtet man die Anzahl der Übernachtungen ausländischer Gäste, gab es ein Plus von 42,7%, nämlich von knapp 53 Millionen auf mehr als 75 Millionen Übernachtungen. Diese Effekte können auch durch die Olympischen Spiele ausgelöst werden und somit den Tourismus in Hamburg und in Deutschland und allgemein die deutsche Wirtschaft stärken.
- **Positive Auswirkungen in der gesamten Destination:** Während der WM-2006 haben rund 16 Prozent der ausländischen Gäste ihren Besuch mit einer Urlaubsreise in Deutschland verbunden, 10 Prozent mit einem Besuch bei Freunden/Verwandten. Somit profitierten nicht nur die Austragungsstätten. Auch bei Olympia werden viele Gäste auch das Land über Hamburg hinaus erkunden und somit werden auch andere Regionen Deutschlands profitieren, seien es die Küstenregionen oder die klassischen Touristenattraktionen Deutschlands wie zum Beispiel der Kölner Dom oder Schloss Neuschwanstein. Dies ist möglich durch die gute Verkehrsinfrastruktur, welche unter anderem eine Reise nach Berlin in weniger als zwei Stunden ermöglicht.
- **Vielfältige Herausforderungen:** Wichtige Funktionäre aus Politik, Sport und Wirtschaft müssen eng zusammenarbeiten, negative Auswirkungen müssen begrenzt werden, Kosten müssen im Rahmen gehalten werden, Nachhaltigkeitskonzepte für die Nutzung der Sportstätten entwickelt werden und die Bevölkerung muss für Olympia begeistert werden, besonders in Hamburg.

Pressekontakt:

Nicole von Stockert, Pressesprecherin
Fon: 030/72 62 52-60, vstockert@btw.de

Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) ist der Sprecher der Tourismuswirtschaft in Deutschland. 7 Prozent aller Arbeitsplätze und 4,4 Prozent der Wertschöpfung in Deutschland gehen direkt auf das Konto des Tourismus, wie eine aktuelle Studie ergeben hat. Hinter dem BTW stehen große Unternehmen und starke Verbände aus allen Bereichen des Tourismus.