

Saison 2007 war insgesamt zufriedenstellend

Unterschiedliche Tendenzen je nach Beherbergungsform und Region

In der Hotellerie konnte laut ersten Hochrechnungen des STATEC (Zeitraum Januar bis August inkl.) eine landesweite Steigerung der Ankünfte um +5,8%, sowie der Übernachtungen um +5,1% ermittelt werden. Eine Aufschlüsselung der Übernachtungszahlen zwischen Stadt und Land ergibt ein Plus von +6,7% für die Hauptstadt und 3,3% für die übrigen Regionen. Die Umfrage des ONT zum Saisonverlauf (erfasst wurde hier rund die Hälfte der Gesamtkapazität der Hotellerie) bestätigt diese Tendenz, und verdeutlicht darüber hinaus die unterschiedliche Entwicklung von Region zu Region: einem zweistelligen Plus an Übernachtungen im Zentrum und Süden steht ein nur leichter Zuwachs in den Ardennen (+2%), und ein Rückgang im Müllerthal, der Kleinen Luxemburger Schweiz (-1%), gegenüber.

Übernachtungen (ONT-Umfrage)	(+/-) 07/06
GESAMT LAND	+5,2%
LUXEMBURG-STADT	+6%
ÜBER LAND	+3%
- Zentrum & Süden	+12%
- Ardennen	+2%
- Müllerthal, Kleine Luxemburger Schweiz	-1%
- Mosel	+7%

Basis: ONT-Umfrage, Oktober 2007.

Im Campingsektor wurden überwiegend rückläufige Gästezahlen verzeichnet. Laut ONT-Umfrage gingen die Übernachtungen durchschnittlich um etwa 10% gegenüber dem Vorjahr zurück, dies insbesondere wegen der Schlechtwetterperiode im August. Auch in dieser Beherbergungsform dürfte das Minus mit gut 12% etwas stärker im Osten des Grossherzogtums ausgefallen sein.

In etwa stabil blieben die Gästezahlen bei den Mitgliedern der APTR (Ferienwohnungen), 78% der befragten Besitzer äusserten sich zufrieden über die Saison 2007. Noch zufriedener sind die Betreiber der Jugendherbergen, die ein Plus von +15% verbuchen konnten. Dies erklärt sich u.a. durch die Eröffnung der Herberge in Remerschen, jedoch auch die erst kürzlich renovierten Betriebe in Echternach und der Hauptstadt erfreuten sich weiterhin grossen Zulaufs (+12% bzw. +8%).

Qualität des Service und der Infrastruktur ist Erfolgsfaktor Nr. 1.

Mehrere Erfolgsfaktoren können sowohl in der Hotellerie als auch in den übrigen Beherbergungsformen identifiziert werden, allen voran die Investitionen in die Infrastruktur (Indoorangebot in Hotels und Campings, wie bspw. Wellness), aber auch in die Servicequalität (u.a. Animationsprogramme, Kinderbetreuung bei schlechtem Wetter usw.). Letztere ist ein zunehmend wichtiges Element in sämtlichen Beherbergungsformen: so führten die Jugendherbergen ihr hervorragendes Resultat zum Teil auf ihr erweitertes Serviceangebot zurück, und im wetterabhängigen Campingsektor gelten kinderfreundliche (Indoor-)Angebote ohnehin als Notwendigkeit, um konkurrenzfähig zu bleiben. Unterstrichen werden sollte hier die Arbeit der regionalen „Ententes touristiques“, deren Animationsprogramme und geführte Besichtigungen in diesem Jahr über 25.000 Teilnehmer anzogen.

Ebenfalls erwähnenswert in diesem Zusammenhang ist die „Q-Label“-Initiative des Tourismusministeriums, die auf Anhieb grossen Anklang im Beherbergungssektor fand, und Betriebe auszeichnen wird, welche durch ihre besonders hohe Servicequalität hervorstechen.

Ein wichtiges Instrument zur Investitionsförderung im Beherbergungssektor ist desweiteren der achte Fünfjahresplan des Tourismusministeriums, welcher Fördermittel in Höhe von 50,3 Millionen Euro vorsieht (30% mehr als im vorigen Fünfjahresplan).

Von Bedeutung für die zukünftige Entwicklung des Campingsektors dürfte die Tatsache sein, dass fortan Mietobjekte auf Campingplätzen im Rahmen dieses touristischen Fünfjahresplans nicht mehr als Dauercampingplätze, sondern als „Durchreise“-Stellplätze angesehen, und somit ebenfalls

bezuschusst werden können. Diese Massnahme wurde getroffen nachdem in den letzten Jahren das Vermieten von Chalets und Mobilhomes ein zunehmend wichtiges Standbein vieler Campingbetreiber geworden ist. Auch 2007 erfreute sich dieses Segment (trotz des allgemeinen Rückgangs im Campingsektor) wieder grossen Zuspruchs (35% der vom ONT befragten Campings bemerkten hier eine steigende Nachfrage).

Hotellerie: Internet und Geschäftstourismus haben bedeutenden Impact

Weiterhin von ausschlaggebender Bedeutung – speziell in der Hotellerie – war auch in dieser Saison das Internet und die vielfältigen Möglichkeiten, die es bietet hinsichtlich „Yield Management“ (kurzfristige Preissteuerung je nach verfügbaren Kapazitäten, Anbieten attraktiver Wochenendpauschalen zu günstigen Preisen). Hier sollte die exzellente Zusammenarbeit vieler Hoteliers mit dem ONT unterstrichen werden, die von den Möglichkeiten auf www.visitluxembourg.lu profitiert haben, ihre aktuellen Sonderangebote auf der eigens hierfür vorgesehenen Seite („Packs privilèges“) vorzustellen.

Ein wesentlicher Grund für das hervorragende Resultat der Hotellerie in der Hauptstadt und den Regionen Zentrum und Süden dürfte die verbesserte wirtschaftliche Konjunktur und daraus resultierend der Anstieg der Geschäftsreisenden sein. Landesweit hatten 43% der Hotels Zuwächse in diesem Segment zu vermelden; durchschnittlich dürfte der Geschäftstourismus etwa 48% aller Übernachtungen repräsentieren (in der Hauptstadt gar 70%).

Herkunft der Gäste

Für die Hotellerie konnten laut STATEC folgende Variationen bzgl. der Herkunft der Gäste ermittelt werden: Belgien +2,0%, Niederlande -2,3%, Deutschland +7,7%, Frankreich -1,5%, Grossbritannien +6,2%. Mehrere in vorigen Jahren bereits beobachtete Tendenzen verstärkten sich in dieser Saison: so sind die Belgier wieder auf dem Vormarsch, im Gegensatz zu den niederländischen Gästen, deren Anteil weiter abnimmt. Bestätigt wurde der Zuwachs der deutschen und britischen Kunden, der sicher zum Teil auf die umfassenden Marketingaktivitäten des ONT und des Tourismusministeriums auf diesen Kernmärkten beruht. Etwas enttäuschend mutet hingegen die Entwicklung der französischen Gäste, deren Übernachtungen trotz der neuen TGV-Verbindung Paris-Luxemburg etwas rückläufig gegenüber 2006 waren.

Der Impact des Kulturjahres

Fast 2/3 aller befragten Hoteliers in Luxemburg-Stadt bewerteten den Einfluss des Kulturjahres als „positiv“; in den Freizeittourismus-geprägten Regionen Ardennen und Müllerthal, Kleine Luxemburger Schweiz, liegt der Anteil dagegen deutlich unter 20%. In den anderen Beherbergungsformen konnte kaum ein Einfluss des Kulturjahres festgestellt werden. Der direkte Impact des Kulturjahres auf die Übernachtungen beschränkte sich demnach vor allem auf die Hotellerie der Hauptstadt und des Südens. Dennoch sollte festgehalten werden, dass – angesichts eines Kultursegmentes von 14% laut „FUR Reiseanalyse“ – ein spürbarer Effekt des Kulturjahres in der Hotellerie von 33% im Landesdurchschnitt ein beachtlicher Erfolg darstellt. Desweiteren sollten zwei Überlegungen nicht ausser Acht gelassen werden: erstens spiegelt sich das Interesse an den Aktivitäten des Kulturjahres nicht ausschliesslich in Übernachtungen wieder. Zweitens dürfte das Kulturjahr einen indirekten, längerfristigen Impact auf den Luxemburger Tourismus ausüben aufgrund der umfassenden Berichterstattung über Luxemburg in den ausländischen Medien, die nur dank dieses Grossevents in derartigem Umfang stattfinden konnte.

Für die kommenden Jahre wird die Herausforderung nun darin bestehen, die im Rahmen des Kulturjahres begonnenen Initiativen weiterzuführen bzw. auszubauen, sowie weiterhin regelmässig grosse kulturelle Events, welche ein internationales Publikum ansprechen können, zu veranstalten. ONT und Tourismusministerium haben in diesem Kontext einen Innovationspreis ins Leben gerufen,

welcher für den Tourismus herausragende Projekte in einem bestimmten Themenfeld (2008: Kultur) auszeichnen und fördern soll.

Stadt vs. Land

Die Resultate dieser Saison spiegeln noch stärker als in vorigen Jahren das Stadt-Land-Gefälle im Hinblick auf die Entwicklung der Übernachtungszahlen wieder. In der Tat verlief die Saison in den ländlich (und rein freizeit-touristisch) geprägten Regionen weniger erfreulich als im Landesdurchschnitt, obwohl bereits 2006 ein Rückgang der Übernachtungen in den Ardennen und in der Region Müllerthal, der Kleinen Luxemburger Schweiz, verzeichnet worden war. Dies spiegelt sich auch in den Kapazitäten der Hotellerie, Campings und Ferienwohnungen dieser Regionen wieder, die kontinuierlich zurückgehen, sowie in der zunehmenden „Vergreisung“ der Kundschaft, die vor allem im Müllerthal, der Kleinen Luxemburger Schweiz (weniger in den Ardennen) zu beobachten ist. Die ungünstigen klimatischen Bedingungen in Teilen der Hochsaison trugen mit Sicherheit ihren Teil zur Entwicklung bei, vor allem im Campingsektor, jedoch müssen angesichts des langfristigen Trends auch andere Faktoren identifiziert werden. Deshalb ziehen das Ministerium für Tourismus und das ONT die Durchführung einer detaillierten Stärken-Schwächen-Analyse für den ländlichen Raum in Erwägung. Diese soll eventuell vorhandene strukturelle Probleme aufdecken und Lösungsvorschläge aufzeigen.

Um den Tourismus in diesen Regionen anzukurbeln, wurden seitens der Hotels und Campings auch die Einrichtung neuer Freizeitattraktionen (Erlebnisbad, Freizeit-oder Adventure-Park), der weitere Ausbau und die verstärkte Vermarktung des Wander- und Radangebotes, sowie die Schaffung geeigneter Produkte zur Vermarktung spezifischer Nischen (Wein, Golf, Reiten usw.) gefordert. Um diese Produkte entwerfen zu können, bedarf es des Willens zur engen Kooperation zwischen allen touristischen Verantwortlichen auf regionaler Ebene (sowohl öffentlicher als auch privater Akteure). Die Schaffung der ORTs in den vom Landtourismus geprägten Regionen muss hierzu als entscheidender Schritt nach vorne gewertet werden.

Erwähnt werden sollte in diesem Zusammenhang die wesentliche Rolle der „Commission Nationale du Tourisme“, welche die Schaffung dieser ORTs ermöglichte, und weitere Projekte wie die „Fiches d’hébergement“ und die Entwicklung des „Q-Labels“ in die Wege geleitet hat. Angesichts der Bedeutung des Kulturtourismus (auch im Zuge des Kulturjahres), sowie der problematischen Entwicklung des Freizeittourismus, wird diese Kommission in Zukunft versuchen, neue Akzente zu setzen im Hinblick auf die Förderung des Kultur- und Landtourismus.

Überwiegend positive Bilanz bei der Informationsnachfrage und den Freizeitattraktionen

Mehrheitlich positiv entwickelte sich 2007 die touristische Informationsnachfrage: sowohl im Büro des ONT (+8,2%) als auch des LCTO (+5,7%) wurden steigende Besucherzahlen verzeichnet. Über Land ergab sich im Durchschnitt ein minimales Plus von +1%, mit einem etwas höheren Zuwachs (+3%) in den Ardennen, und einer Stagnation im Osten des Landes.

Grösstenteils positiv entwickelten sich in dieser Saison die Besucherzahlen in den bedeutendsten Freizeitattraktionen. Zuwächse wurden v.a. verzeichnet in Attraktionen welche permanent in Angebot und Infrastruktur investieren: Viandener Sessellift (+8%), Casino 2000 (+9%) oder Bettemburger Märchenpark (+12%).

Doch auch die hauptstädtischen Kasematten (+17%), die geführten Besichtigungen des Luxembourg City Tourist Office (+22,6%) oder auch die Philharmonie (+12%) erfreuten sich eines sehr grossen Zulaufs. Die Schlösser meldeten ebenfalls steigende Besucherzahlen, dagegen war die Entwicklung in den Museen wesentlich uneinheitlicher, während die Freiluftbäder wetterbedingt starke Rückgänge gegenüber dem Vorjahr verbuchten. Der hauptstädtische Marathon am 19.Mai hingegen brachte nicht weniger als 55% der vom ONT befragten hauptstädtischen Hotels zusätzliche Gäste ein.