

Pressemitteilung der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH:

## **Zuversicht im Bremen-Tourismus**

### **Übernachtungszahlen steigen im ersten Halbjahr 2022 – Branche leidet unter Arbeitskräftemangel**

**Bremen, 23. August 2023.** Bremen ist ausgebucht! Diesen Status konnten Stadtbremer Hotels erstmals nach den Herausforderungen der Pandemie für das Wochenende 27./28. August 2022 verkünden. Eine Vielzahl von Veranstaltungen in Kombination mit dem 9-Euro-Ticket füllt Stadt und Hotelbetten. Auf den üblichen Portalen wie Booking.com oder HRS und auch im Service Center des „Bremen Tourismus“ ist kein Bett mehr für diesen Zeitraum erhältlich.

Im ersten Halbjahr 2022 wuchs die Zahl der Übernachtungen in der Stadt Bremen um 147,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Das Statistische Landesamt Bremen verzeichnete von Januar bis Juni 2022 443.438 Ankünfte (+ 223,9 Prozent) und 881.465 Übernachtungen in der Stadt Bremen. Im Land Bremen stiegen die Ankünfte um 210,1 Prozent (538.851), die Übernachtungen um 143,9 Prozent (1.062.251). Diese Zahlen sind jedoch durch diverse Lockdowns belastet. Herausragend ist allerdings der Juni 2022, der tatsächlich sechs Prozent über dem vorpandemischen Juni 2019 lag.

Etwa fünfundachtzig Prozent aller Übernachtungen in bremischen Hotels und Beherbergungsbetrieben wurden im ersten Halbjahr 2022 von deutschen Gästen gebucht. Das sind gut fünf Prozent mehr als vor der Pandemie, also ein leichter Rückgang der ausländischen Gäste im Vergleich zu 2019 und Vorjahren. Der wichtigste Auslandsmarkt sind nach wie vor die Niederlande (19.489 Übernachtungen, + 526,5 % zu 2021). Danach folgen Großbritannien (10.429 Übernachtungen, + 1.041 %) und die USA (8.255 Übernachtungen, + 707,7 %).

### **Weniger Hotels, mehr Betten**

Im ersten Halbjahr 2022 zählte das Statistische Landesamt 89 Hotels (jeweils mit mehr als zehn Betten) und insgesamt 12.472 Betten in der Stadt Bremen. Im Vergleichszeitraum 2019 waren es noch 96 Hotels, allerdings insgesamt mit 12.343 Betten. Das bedeutet, dass offensichtlich eine Anzahl an kleineren Hotels während der Pandemie geschlossen hat, zeitgleich aber ein paar größere eröffnet haben. Das gehören beispielsweise das Unique by Atlantic Hotels im Tabakquartier, das Meininger Hotel Bremen am ZOB/Hauptbahnhof und das Moxy Hotel in der Überseestadt. In Planung ist auch die Wiedereröffnung des Penta Hotels in der Vahr und das spektakuläre neue Hotel John & Will auf dem ehemaligen Kelloggs Gelände.

### **9-Euro-Ticket, Kongresse und mehr**

Die Gründe für den Anstieg der Übernachtungszahlen im ersten Halbjahr sind vielfältig. Zunächst einmal waren im Vorjahr bis Mai aufgrund des Lockdowns keine Reisen möglich, deshalb war mit einem Anstieg gegenüber 2021 zu rechnen. Nach wie vor ist das eigene Land das bevorzugte Reiseziel der deutschen Touristinnen und Touristen, ganz besonders aufgrund der pandemischen Unsicherheit. 2021 mussten viele Geschäftsreisen, Kongresse oder Messen abgesagt werden, die nun 2022 nachgeholt werden, wie etwa der Deutsche Wundkongress im Mai mit über 3.000 Teilnehmenden. Ein aktueller Trend ist zudem die Verschiebung von geschäftlichen Großveranstaltungen in den Sommer, die traditionell sonst eher ins Frühjahr und den Herbst gelegt wurden.

Genauere Zahlen stehen zwar noch aus, doch auch das 9-Euro-Ticket brachte voraussichtlich eine Vielzahl von privaten und neuen Gästen in die Stadt. Gekoppelt mit einem bunten Veranstaltungsreigen von Sambakarneval, Hafengeburtstag in Vegesack, Stadtfest Hoeg und vielen mehr, führte dies zu vollen Häusern in Bremen. „Wir haben im Frühjahr und Sommer auch ordentlich die Werbetrommel gerührt“, sagt Oliver Rau, als Geschäftsführer der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH zuständig für Marketing und

Tourismus. Zusammen mit seinem Team entwickelte er beispielsweise das Angebot „Moin für neun“, die Inhaber:innen des 9-Euro-Tickets viele Vergünstigungen in Bremen brachte. „Mit der Deutschen Bahn haben wir zusätzlich auch die sehr erfolgreiche deutschlandweite Kampagne ‚Von Langeweile pur bis Weltkultur‘ durchgeführt.“ Für die zweite Jahreshälfte ist zusätzlich eine große bundesweite touristische Imagekampagne für Bremen geplant.

### **Ausblick auf die zweite Jahreshälfte**

Großveranstaltungen wie der ICRS-Korallenkongress im Juli mit 1.100 Gästen aus 80 Ländern, Konzerte von Peter Maffey oder den Toten Hosen, der Christopher Street Day oder die Breminale sorgten auch im Juli und August für sehr gute Belegungszahlen in Bremer Hotels. „Das sind tolle Zahlen, die im Sommer voraussichtlich tatsächlich das vorpandemische Niveau erreichen oder gar übertreffen“, freut sich Rau. Doch mit Blick auf Herbst und Winter warnt er vor Übermut. „Wir haben in der zweiten Jahreshälfte noch viele überregional wirksame Veranstaltungen, aber wir müssen die Entwicklung der Pandemie berücksichtigen, ebenso wie kommende Preissteigerungen, die dazu führen können, dass weniger gereist wird.“

Vor allem aber die fehlenden Fach- und Arbeitskräfte machen der Branche stark zu schaffen. „Viele ankommende Gäste sind toll, aber wenn wir dem Ansturm in Hotellerie und Gastronomie nicht gerecht werden können, weil die Mitarbeitenden fehlen, ist das eine große Herausforderung“, konstatiert Rau. Einige Restaurants haben inzwischen zusätzliche Ruhetage eingeführt, Betriebe haben ihre Tore für immer geschlossen. Die großen Konzertveranstalter der Stadt haben Sorgen, dass es weniger Buchungen und Ticketkäufe für den Herbst und Winter 2022 gibt. Und auch bei den Gästeführerinnen und Gästeführern gibt es immer wieder Engpässe.

Aus diesem Grund plant die WFB neben touristischen Kampagnen auch, das Marketing für die Suche nach Fach- und Arbeitskräften zu verstärken. „Die

Lust am Reisen ist bei den Deutschen jedoch ungebrochen. Das merken wir trotz oder wegen aller Widrigkeiten der letzten beiden Jahre“, sagt Oliver Rau.

**Presse-Kontakt:** Maike Bialek, Leiterin Kommunikation „Marketing und Tourismus“, WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Telefon 0421- 9600-516, [maike.bialek@wfb-bremen.de](mailto:maike.bialek@wfb-bremen.de)

Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH ist im Auftrag der Freien Hansestadt Bremen für die Entwicklung, Stärkung und Vermarktung des Wirtschafts- und Erlebnisstandortes Bremen zuständig. Ihr vorrangiges Ziel ist es, mit ihren Dienstleistungen und Angeboten zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen in Bremen beizutragen und der bremischen Wirtschaft gute Rahmenbedingungen für den unternehmerischen Erfolg zu bieten. Weitere Informationen: [www.wfb-bremen.de](http://www.wfb-bremen.de).