

## Rückblick auf das Meraner Tourismusjahr 2015

*Das vergangene Jahr brachte einen weiteren Aufschwung des Meraner Fremdenverkehrs mit sich. Dies geht sowohl aus der Anzahl der Nächtigungen, welche 2015 die Marke von einer Million überschritten, als auch aus der Gesamtzahl der Ankünfte hervor. Insgesamt hielten sich im vergangenen Jahr fast 299.000 Gäste in Meran auf, was einem Plus von 7,83 % gegenüber 2014 entspricht. Bei den Nächtigungen (1.038.174) wurde hingegen ein Zuwachs von 6,77 % gegenüber dem Vorjahr registriert. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Meran blieb mit 3,5 Nächten dabei nahezu unverändert.*

*Bis auf das Jahr 2014 konnten in Meran seit 2010 in jedem Jahr über eine Million Nächtigungen verzeichnet werden (s. Tabelle zu den Nächtigungszahlen in Meran im Zeitraum von 2006 bis 2015 unterhalb dieses Presstextes).*

Bei den Nächtigungen fällt auf, dass 2015 jede zweite Übernachtung in Merans Beherbergungsbetrieben durch bundesdeutsche Gäste erfolgte (+9,83 % gegenüber 2014). Auch der italienische Markt konnte nach Jahren im Zeichen der Wirtschaftskrise erstmals wieder einen Zuwachs verzeichnen: +7,03 % bei den Nächtigungen und ein Gästeanteil von 25 % stehen hier zu Buche. Ihren Aufwärtstrend konnten im vergangenen Jahr auch die Herkunftsländer Österreich und – insbesondere – die Schweiz mit einer Steigerung von 9,59 % bei den Nächtigungen bestätigen.

Besondere Erwähnung verdient ferner die Tatsache, dass sich 33 % der Gäste aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, die 2015 ihren Urlaub über das Portal „Booking Südtirol“ buchten, für das Meraner Land als Destination entschieden. Damit stellte das Meraner Land für dieses Gästesegment die beliebteste Südtiroler Urlaubsregion dar; dasselbe gilt für die italienischen Kunden von Booking Südtirol/Booking Alto Adige, von denen sich immerhin 17 % für einen Aufenthalt im Meraner Land entschieden.

### **Schwerpunktthema Winter:**

Die Meraner Wintersaison 2015 konnte die positive Entwicklung der Vorjahre bestätigen. Die Meraner Weihnacht diente dabei als touristisches Zugpferd: Allein im Monat Dezember hielten sich 26.990 Gäste in der Stadt auf und sorgten für 69.302 Nächtigungen (+4,28 % im Vergleich zu Dezember 2014). Um auch die restlichen Wintermonate (Januar bis März) in touristischer Hinsicht aufzuwerten, wurde in der Wintersaison 2014/2015 eine Kampagne mit dem Titel „Merano inverno slow“ gestartet. Diese für den italienischen Markt entwickelte Kampagne fußt auf einem Konzept im Zeichen von Wohlbefinden und Erholung.

### **Die Gartenstadt Meran:**

Meran fördert sein Image als Gartenstadt. Zum grünen Reichtum Merans mit Attraktionen wie den Gärten von Schloss Trauttmansdorff, zur vielfältigen Tätigkeit der Stadtgärtnerei, gesellte sich 2015 die Verleihung des Gold Awards im Rahmen der prestigeträchtigen „Entente Florale Europe“. Ausrichter dieses Wettbewerbs ist die „Association Européenne du Fleurissement et du Paysage“ (AEFP). Zur Teilnahme an der „Entente“ berechnete Meran den Sieg im Wettbewerb „Comuni Fioriti 2014“, in der Kategorie „Tourismugemeinden“.

Der Gewinn der höchsten Auszeichnung bei der „Entente Florale Europe“ zementiert Merans internationales Profil als Gartenstadt in mehrfacher Hinsicht. Zu den berücksichtigten Kriterien seitens der Wettbewerbsjury zählten dabei – neben den landschaftlichen und botanischen Merkmalen der bewerteten Gemeinden – auch das öffentliche Verkehrswesen, die Umsetzung von Maßnahmen zur Luftreinheit und zur Verringerung der Abfallmenge vor Ort, die geleisteten Bemühungen zur Nutzung erneuerbarer Energien, die Pflege der Grünanlagen sowie der öffentlichen Sport- und Freizeitstätten. Zudem wurde im Rahmen der „Entente“ geprüft, ob Sensibilisierungsmaßnahmen zum Thema Umweltschutz verwirklicht wurden. Kriterien, die auch künftig – angesichts eines zunehmenden Trends hin zum umweltbewussten Reisen – sicherlich zur Attraktivität Merans beitragen werden.

Auch das 2015 erstmals umgesetzte Veranstaltungsprojekt „Meraner Frühling“ fügte sich als vielschichtige Veranstaltung im Zeichen von Kunst und Natur nahtlos in diesen strategischen Rahmen ein.

### **Das Profil der Stadt:**

In den vergangenen Jahren wurde die Positionierung der Stadt Meran auf der Grundlage ihrer Alleinstellungsmerkmale gegenüber anderen Urlaubszielen im Alpenraum vorangetrieben. Zu besagten Merkmalen zählen Lebensqualität, Eleganz, alpin-mediterranes Lebensgefühl und Wohlbefinden. Die Bemühungen zur Stärkung und Optimierung des touristischen Profils der Stadt trugen 2015 erste Früchte.

### **Veranstaltungen:**

Auch die Veranstaltungen der Kurverwaltung Meran und anderer städtischer Institutionen trugen zu den positiven Ergebnissen des Tourismusjahres 2015 bei. Das Angebot umfasste dabei Veranstaltungen kultureller (z. B. die Meraner Musikwochen, MeranoJazz), önologischer (das Merano WineFestival) und sportlicher Art (z. B. der Große Preis von Meran und der Half Marathon Meran-Algund). Hinzu kamen Events mit Traditions- oder Unterhaltungsschwerpunkt (das Traubenfest, die Reihen „Ein Sommerabend in Meran“ und „DienstagAbend in Meran“, Asfaltart, das Merano Magic Festival, Merano Fashion, die Silvesterfeierlichkeiten in der Innenstadt). Veranstaltungen, die verschiedene Aspekte in sich vereinen (Merano in Yoga, die Meraner Weihnacht), rundeten die Palette ab.

Grundlage für die Weiterentwicklung einzelner Angebote und des Meraner Fremdenverkehrs im Allgemeinen ist und bleibt die Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Partnern und den federführenden Meraner Institutionen.

## Nächtigungen in Meran: Die Entwicklung in den letzten 10 Jahren

JAHR	NÄCHTIGUNGEN
2006	916.501
2007	944.783
2008	932.630
2009	948.288
2010	1.004.830
2011	1.030.402
2012	1.003.256
2013	1.006.942
2014	972.313
2015	1.038.174

### Weitere Informationen:

Kurverwaltung Meran

Freiheitsstraße 45

Tel. 0473 272000

E-Mail: [info@meran.eu](mailto:info@meran.eu)

Internet: [www.merano.eu](http://www.merano.eu)