



Mitgliederversammlung des Verkehrsvereins Nürnberg e.V.

17. Mai 2023

Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg

[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)

TOP 1: Eröffnung und Begrüßung



Tagesordnung

- TOP 1 Eröffnung und Begrüßung**
- TOP 2 Geschäftsbericht 2022 und Ausblick 2023**
- TOP 3 Abstimmung der geltenden Beitragsordnung und Hebesatz für den Mitgliedsbeitrag 2023**
- TOP 4 Jahresrechnung 2022, Wirtschaftsplan 2023**
- TOP 5 Bericht der Rechnungsprüfer**
- TOP 6 Aussprache und Antrag auf Entlastung**
- TOP 7 Nachwahlen des Beirats**
- TOP 8 Anträge an die Mitgliederversammlung**
- TOP 9 Verschiedenes**

Abstimmung

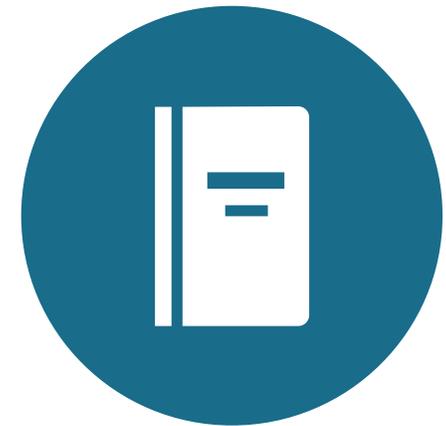
Beschlussvorschlag:

Die Mitgliederversammlung stimmt der Tagesordnung zu.

Abstimmung

TOP 2: Geschäftsbericht 2022 und Ausblick 2023

Frau Coulin & Team

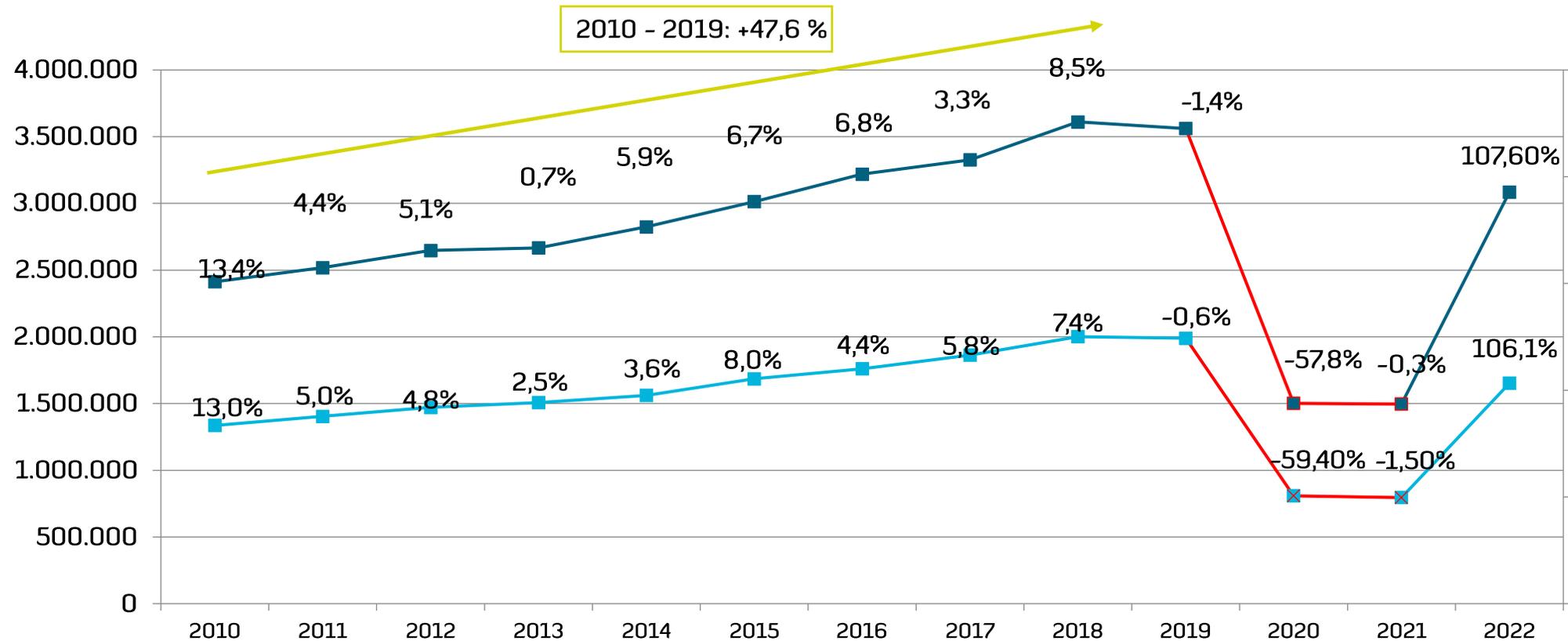


[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)



Tourismusentwicklung

Tourismusentwicklung in Nürnberg 2010 - 2022



	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Übernachtungen	2.412.944	2.518.490	2.647.481	2.666.932	2.824.254	3.013.201	3.218.835	3.326.525	3.610.613	3.560.930	1.501.994	1.496.915	3.084.762
Ankünfte	1.336.578	1.403.945	1.471.111	1.508.135	1.561.681	1.686.026	1.761.298	1.863.181	2.001.217	1.989.349	808.457	796.073	1.652.646



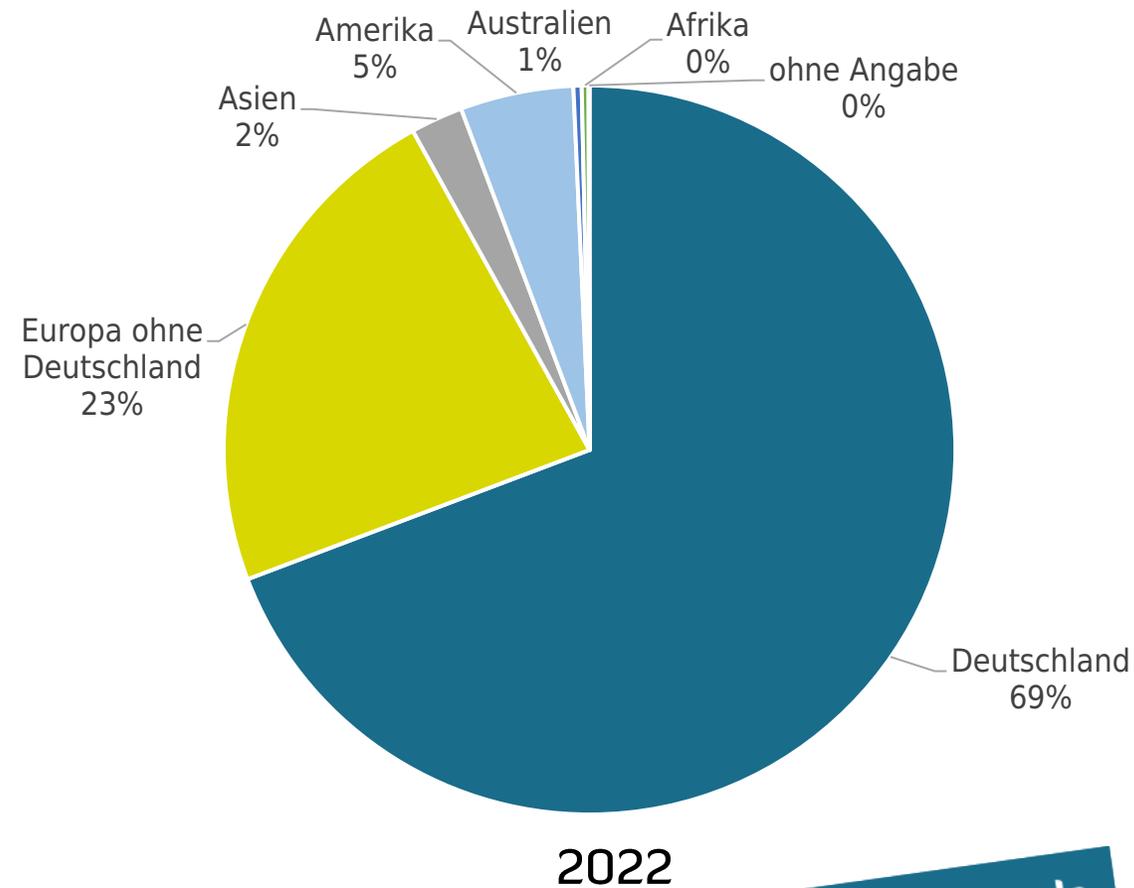
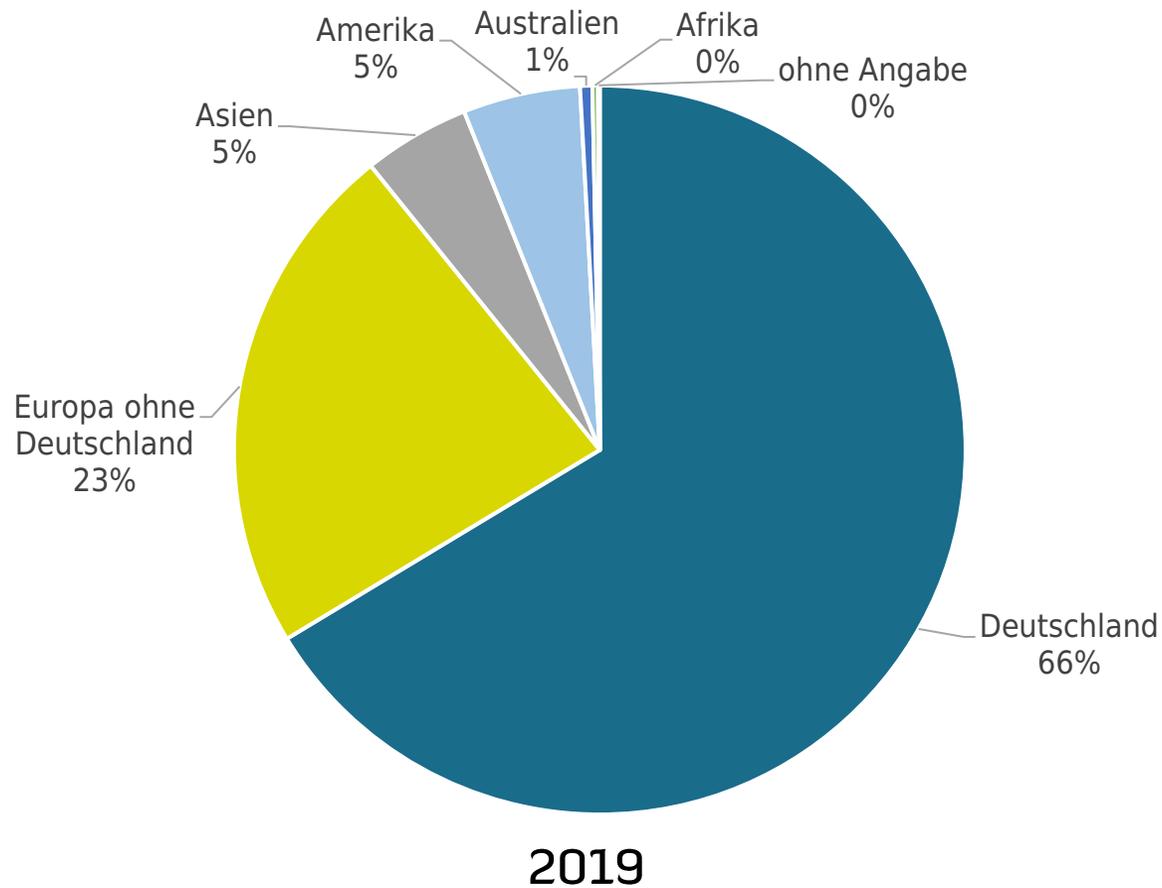
Übernachtungen 2022



	ÜN 2022	Vergleich 2021	Vergleich 2019
Übernachtungen	3.084.762	+106,1 %	-13,4 %
Übernachtungen Inland	2.135.576	+81,3 %	-9,6 %
Übernachtungen Ausland	949.186	+197,8 %	-20,8 %
Ø Aufenthaltsdauer	1,8	1,8	1,8
Bettenauslastung (Hotellerie)	40,3	21,9	51,8
Deutschland 2022:	450,8 Mio.	+45,3 %	-9,1 %

[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)

Verteilung nach geografischer Herkunft: 2019 vs. 2022



tourismus.nuernberg.de

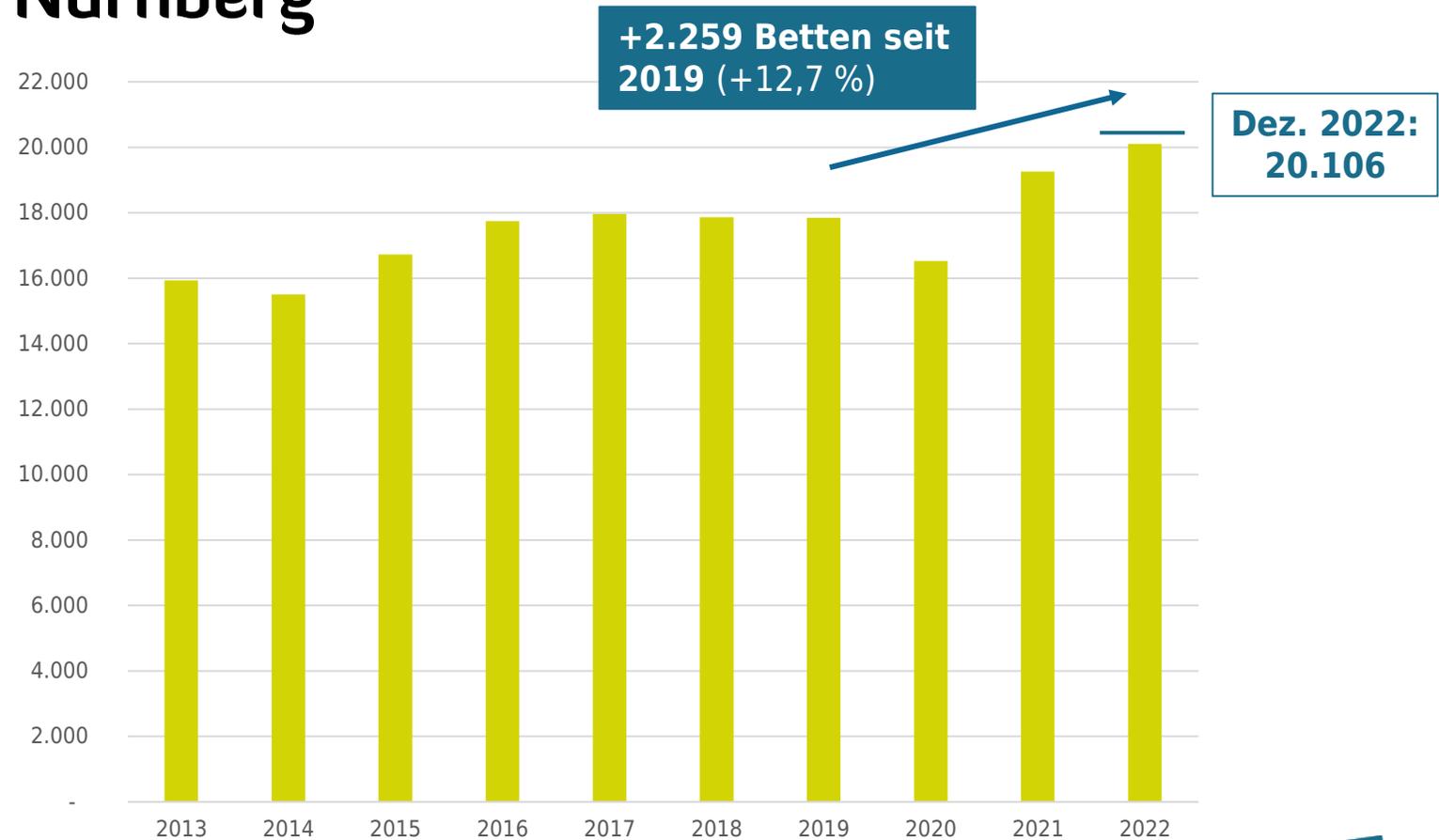
Übernachtungen nach Herkunftsländern

Tourismusentwicklung in Nürnberg

	Land	2022	Vergleich 2019	Platzierung 2019	Flugverbindungen
	Deutschland	2.135.576	-9,6 %		
1	USA	120.765	-12,1 %	1. →	
2	Italien	77.715	-28,4 %	2. →	Bari, Bologna , Cagliari, Palermo, Olbia, Lamezia, Neapel , Venedig
3	Österreich	68.880	-10,9 %	3. →	Wien
4	Großbritannien, Nordirland	62.820	-16,1 %	4. →	London Stansted, London Heathrow
5	Niederlande	61.118	-2,6 %	5. →	Amsterdam
6	Spanien	47.674	-9,7 %	7. ↑	Alicante, Lanzarote, Barcelona, Fuerteventura, Girona , Gran Canaria, Ibiza, Málaga, Palma de Mallorca, Sevilla , Teneriffa, Valencia
7	Schweiz	43.433	-25,1 %	6. ↓	Zürich
8	Polen	40.259	-4,8 %	10. ↑	Krakau
9	Frankreich	34.763	-21,9 %	9. →	Paris Charles de Gaulle, Paris Orly
10	Tschechische Republik	31.337	+3,3 %	12. ↑	

tourismus.nuernberg.de

Entwicklung der Bettenanzahl in Nürnberg



Dezemberwerte (Hotellerie) aus der offiziellen Statistik des Bayerischen Landesamt für Statistik

tourismus.nuernberg.de

Benchmark Magic Cities 2022

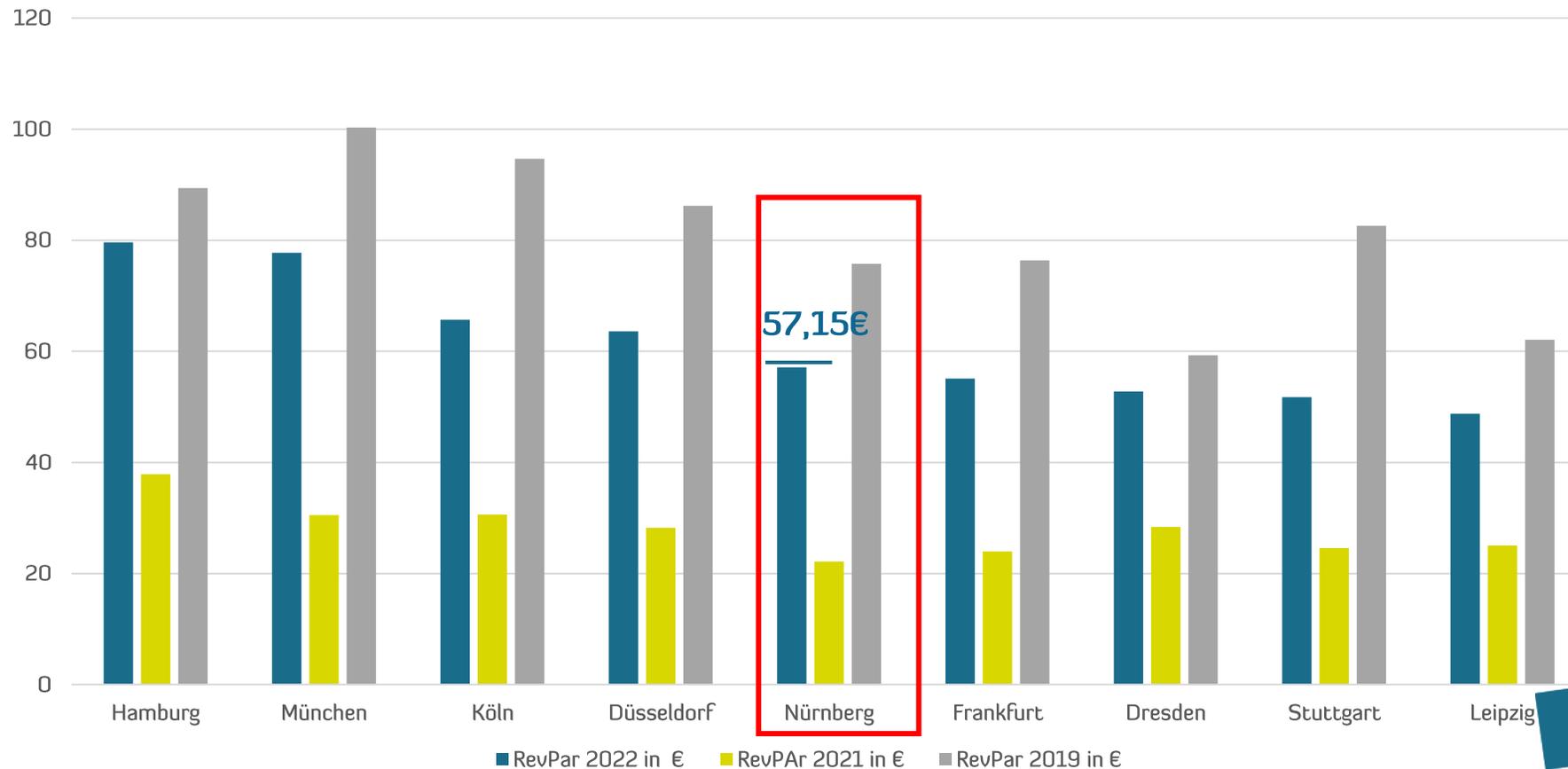


Magic Cities	2022	Vgl. 2021	Vgl. 2019
1. München	16.018.285	+ 101,5%	- 12,4%
2. Hamburg	14.711.067	+ 94,6%	- 4,6%
3. Frankfurt M.	8.602.191	+ 105,4%	- 20,3%
4. Köln	5.611.484	+ 103,0%	- 14,7%
5. Düsseldorf	4.267.920	+ 119,8%	- 14,7%
6. Dresden	3.834.500	+ 71,0%	- 18,6%
7. Leipzig	3.369.687	+ 65,8%	- 6,5%
8. Stuttgart	3.305.813	+ 102,9%	- 19,1%
9. Nürnberg	3.084.762	+ 106,1%	- 13,4%
10. Stadt Bremen	2.164.380	+ 61,7%	- 7,9%

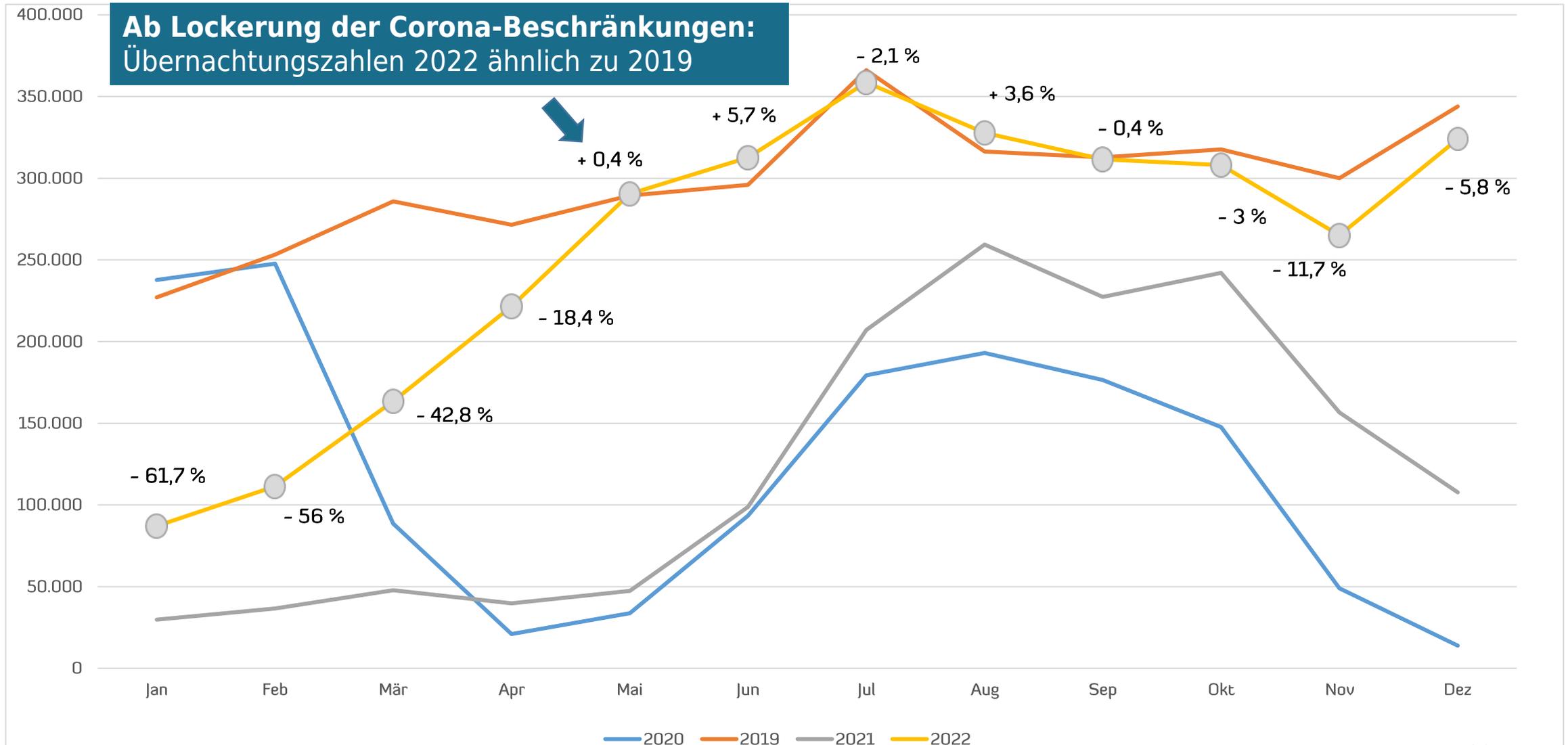
2022: RevPar im innerdeutschen Vergleich

Nürnberg mit RevPar von 57,15 € auf Platz 5 von 9.

RevPar 2022, 2021 und 2019 in Euro

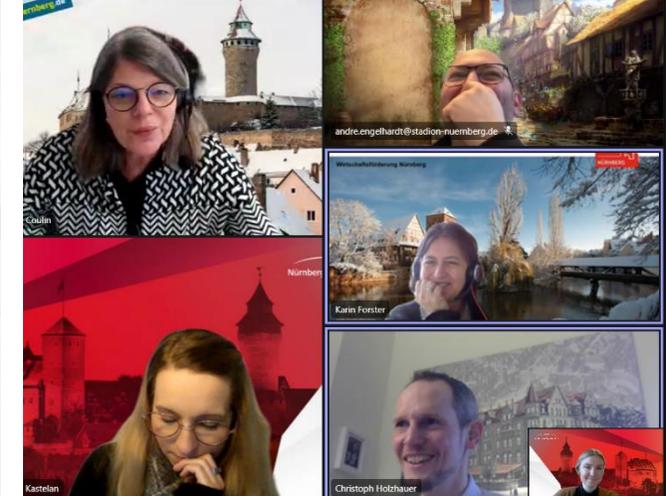


Monatliche Übernachtungsentwicklung 2019 bis 2022



A photograph of two young women sitting on a stone wall, looking out over a town. The woman on the left is wearing a black top and the woman on the right is wearing a white top and blue jeans. They are both smiling and looking towards the right. In the background, there are trees, buildings with red roofs, and a prominent tower with a dark roof and a flag on top. The sky is a soft, hazy blue. The text 'Rückblick auf 2022' is overlaid in the center of the image.

Rückblick auf 2022

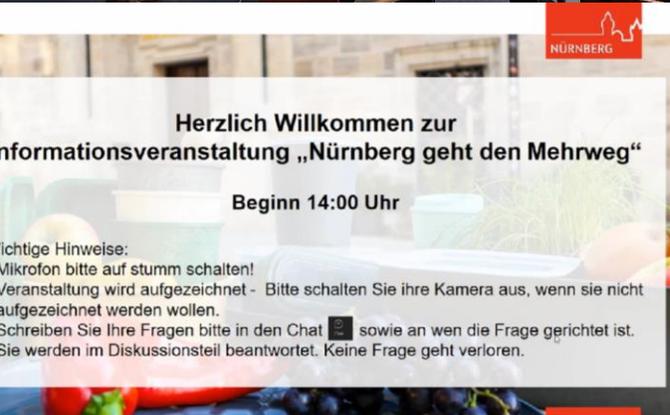
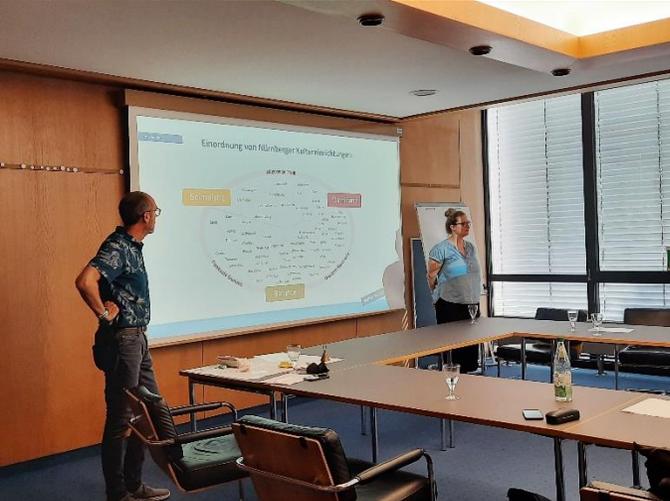


Austausch mit der Branche

Auch in 2022 hielt die CTZ an den **regelmäßigen Austauschrunden** mit Mitgliedern und Partner:innen aus Branche, Wirtschaft und Politik fest.

Hotellerie - Kultur - Tagung & Kongresse - Lebendige Stadt - Erinnerungskultur - Events

tourismus.nuernberg.de



Workshops

Rückblick auf 2022

Neben digitalen Formaten konnten im Jahr 2022 wieder analoge Workshops durchgeführt werden.

Sinus-Milieu-Workshops

- Workshops mit Kreativkreis Kultur, „Freie Szene“ und ION
- Austauschrunden u.a. mit OBM, KoM, Wif

Mehrweg-Workshop

- Webinar in Kooperation mit Wif, Umweltreferat und DEHOGA vor Hintergrund der Mehrwegpflicht für To-Go-Angebote ab 2023

Rezeptionisten-Workshops

- „Fit für den Sommer 2022“
- „Christkindlesmarkt 2022“

tourismus.nuernberg.de



50 Jahre neef confiserie café

Ein herzlicher Glückwunsch geht an die Konditorei neef – seit 50 Jahren werden hier süße Meisterwerke gebacken und kreiert. Passend zum Jubiläum zeichnete das Magazin "Der Feinschmecker" die Confiserie als eines der besten Cafés Deutschlands aus. Wir wünschen alles Gute für die nächsten 50 Jahre!

Konditorei neef

Fränkische Köche ausgezeichnet

Einer der wichtigsten Gourmetführer Deutschlands, der „Gault & Millau“, hat wieder seine Kochhauben vergeben. Zu den 1000 besten Restaurants in Deutschland zählen auch einige Nürnberger Betriebe. Mit drei von fünf Kochhauben wurden das Essigbrätlein, das etz, das Waidwerk und das ZweiSinn Meiers Fine Dining ausgezeichnet. Wir sagen herzlichen Glückwunsch und wünschen eine stets volle Gaststube.

Service für unsere Mitglieder

- ✓ Während Corona-Pandemie: **Tagesaktuelle Information** über Kabinettsbeschlüsse, Infektionsschutzmaßnahmen, Absagen bzw. Messeverschiebungen etc. auf Website und per Info-Mails
- ✓ **Mitgliederbefragungen** u.a. zu Pandemie-Auswirkungen, Auslastung und Buchungsverhalten der Gäste
- ✓ Insgesamt rund **45 Informationsmails** und **5 Mitglieder-Newsletter**

Energiesparen & Nachhaltigkeit



Webseiten für Fördermöglichkeiten

Wir haben Ihnen Links zu energetischen Förderprogrammen zusammengestellt, die Ihnen behilflich sein können.

[Förderdatenbank](#)



Online-Veranstaltung für die Gastronomie und Hotellerie „Wir gehen den Mehrweg“

Mehrwegverpackungen entlasten die Umwelt und langfristig auch Ihren Geldbeutel - außerdem sind sie in der Gastronomie ab 2023 gesetzlich vorgeschrieben.

tourismus.nuernberg.de



der Ressourcenknappheit, Klimakrise und dem Verlust der Biodiversität umzugehen.

Die Ausstellung blickt in drei Kapiteln auf den geschlossenen Kreislauf: von der Rohstoffgewinnung über die Verarbeitung, der Anwendung bis hin zur Wiederverwertung oder der Entsorgung in die Umwelt. Die Exponate zeigen innovative Werkstoffe, wie

Pilz-
basierte

Der Einsatz der Anwendung als
in der Erforschung
Materialien eine
Funktionalität und
es geht es den
eine Sichtbar-
Umgangs mit

entwickelt und ist
in design.

Abc&D x MNI D

Tourist Information

Tourist Information

- Zwischen **200-400 Kontakte pro Tag** in Büro am Hauptmarkt
 - Bis zu **170 Kontakte pro Tag** mit Info-Bike (Fr-So in den Sommermonaten)
 - Gesamtzahl 2022: **70.444 Kontakte**
- leichtes Minus von 6 % im Vergleich zu 2019
- Umsatz Ticketverkauf: +21 Prozent über 2019 Niveau
- Umsatz Warenverkauf: -10 Prozent im Vergleich zu 2019



Starker Sommer in der Tourist Information

Kontaktstatistik

**9 € -Ticket
als Treiber**

Juni: 6.857 Kontakte

→ Vergleich 2019: 6.693 Kontakte

Juli: 8.096 Kontakte

→ Vergleich 2019: 6.433 Kontakte

August: 12.361 Kontakte

→ Vergleich 2019: 8.681 Kontakte

**Deutlich mehr Kontakte als in 2019,
ca. 70% nationale Tourist:innen**





Die Ausstellung blickt in drei Kapiteln auf den gesamten Materialkreislauf: von der Rohstoffgewinnung und Verarbeitung, der Anwendung und Nutzung bis hin zur Wiederverwertung in die Umwelt. Die Expo auf innovative Werkstoffe

Eine gemeinsame Ausstellung des Neuen Museums - The Design Museum

Service-Team

Service-Team

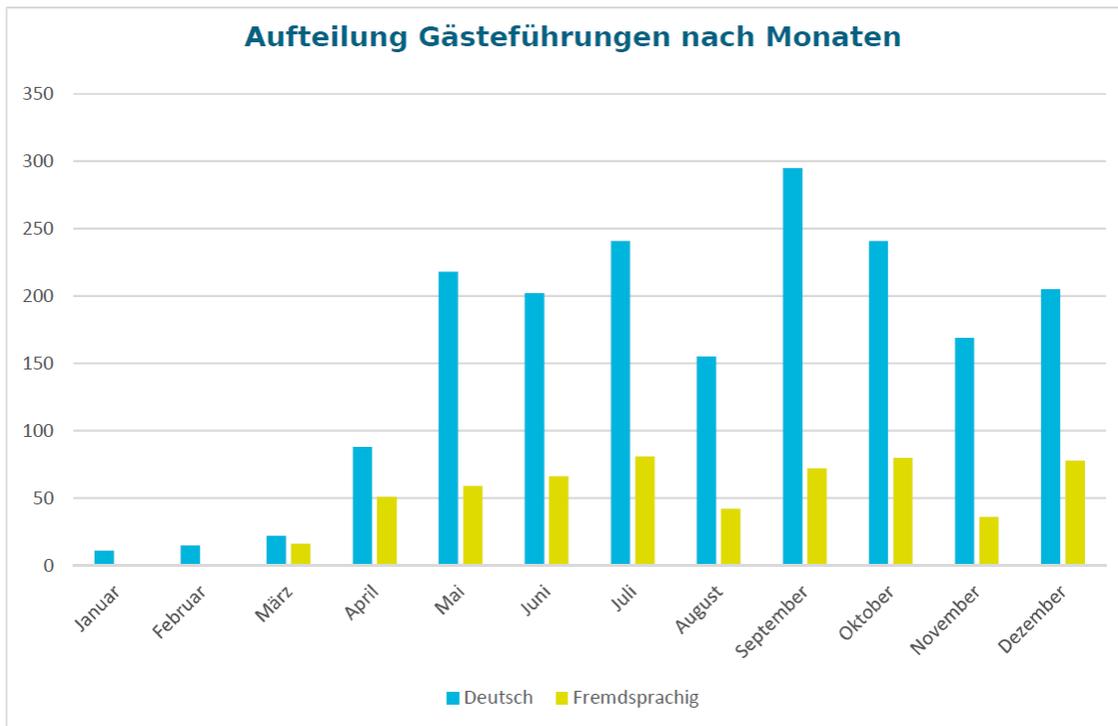
Beratung per Mail und Telefon

- ca. **350 Kontakte/Tag**
- Gesamtzahl 2022: **73.500 Kontakte**
- leichtes Minus von 5 % im Vergleich zu 2019

Vermittlung

- **Gästeführungen: 2.444** (-30 % zu 2019)
- **Zimmer: 2.943 Nächte** (-47 % zu 2019)
- **Pauschalen: 717** (-28 % zu 2019)
- **Pakete (Reiseveranstalter): 4.037** (-53 % zu 2019)

Aufteilung Gästeführungen nach Monaten



Digitalisierung Nürnberg Card

Was ist neu?

Kauf:

jederzeit online möglich über den neuen Webshop: Kund:innen erhalten die Karte ausgedruckt, per E-Mail oder zum Download in die Wallet-App

Gültigkeit:

48 Stunden ab Kauf (für jede Uhrzeit im Halbstunden-Takt flexibel buchbar)

Preise:

33 Euro für Erwachsene, 11 Euro für Kinder (6 bis 11 Jahre), Kinder unter 6 Jahren frei

Vergünstigungen:

50 %-Rabatt bei Partnern, z. B. Führungen in den Historischen Felsengängen oder Veranstaltungen im Planetarium





Marketing

Ausstellung wurde von bayern design
Kooperation des Neuen Museums mit b

Geleitet durch
Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landwirtschaft und Energie



Albrecht Dürer

Bekanntester Sohn Nürnbergs ist der Künstler Albrecht Dürer. Er wurde 1471 in Nürnberg geboren, wo er auch 1528 verstarb. Dürer zählt zu den berühmtesten Renaissancemalern der europäischen Kunstgeschichte und beeinflusste maßgeblich nachfolgende Künstlergenerationen. Zeuge seines Künstlerlebens ist sein bis heute erhaltenes Wohnhaus: das Albrecht-Dürer-Haus in der Nähe zur Nürnberger Kaiserburg, welches heute als Museum genutzt wird.

[Details](#)


Tiergarten Nürnberg

Mitten im Reichswald gelegen, gehört der Tiergarten Nürnberg zu einem der schönsten Tierparks in Europa. Über 3000 Tiere finden umgeben von Natur auf dem weitläufigen Gelände Platz. Zu den Highlights gehören das Manatihaus, der Streichelzoo und die Delphinlagune. Der Tiergarten Nürnberg engagiert sich zudem im Artenschutz und stellt im eigenen Besucherzentrum Bionicum Ideenreich Natur die faszinierende Welt der Bionik vor.

[Details](#)


Kaiserburg

Die Kaiserburg der Stadt Nürnberg ist eine der bedeutendsten mittelalterlichen Kaiserpfalzen in Europa. Hoch oben auf dem Burgfels thront sie über der Stadt und repräsentierte im Mittelalter Macht und Bedeutung des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation und die herausragende Rolle Nürnbergs als Reichsstadt. Bis heute gilt die Kaiserburg als Wahrzeichen der Stadt Nürnberg.

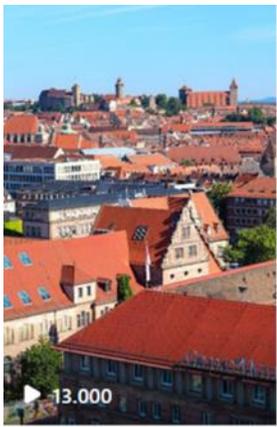
[Details](#)

Online-Marketing: **Webseite**

- ✓ **1.416.471 Seitenaufrufe** in 2022
- ✓ Durchschnittliche Sitzungsdauer: knapp **2,5 Minuten**
- ✓ **Top-Seiten:**
 - Nürnberg Card
 - Stadtführungen
 - Sehenswürdigkeiten

Anpassungen auf tourismus.nuernberg.de

- **Suchmaschinenrelevante Optimierung (SEO)**
- Schaffen von **Klickanreizen**
- Direkte **User-Ansprache**
- „Veranstaltungstipps der Woche“ auf Startseite
- Überarbeitung der Nürnberg Card-Seite inklusive direkter Buchbarkeit



Online-Marketing: Social Media

- Im B2C-Bereich: Fokus auf Instagram und Facebook
- **Instagram:**
 - ✓ Vielfältiger Content in Form von Feed-Posts, Stories und Reels
 - ✓ **Reels:** Erschließen neuer Zielgruppen durch hohe Reichweite
 - ✓ Feste **Thementage:**
 - Montag: User-Tag → *User-Bild mit höchster Reichweite 2022: 44.470*
 - Dienstag: Kulturtipps → *Durchschnittliche Reichweite pro Kulturtipps-Reihe: 3.900*
 - Donnerstag: Tipps aus den Nürnberger Quartieren → *Reichweite bis zu 6.900*

Kulturtipps 2 Wo.

@nuejazz
Festival 2022

Datum: 22. bis 30. Oktober

NUEJAZZ!
FESTIVAL
22.-30. OKTOBER 2022

Kulturtipps 1 Wo.

"RECHTSTERRORISMUS.
Verschwörung und Selbstermächtigung - 1945 bis heute"

Datum: 26. Oktober bis 1. Oktober 2023

Rechts-terror-ismus
Verschwörung und Selbstermächtigung 1945 bis heute
Far-right Terrorism

Rechtsterrorismus ist damals wie heute eine Bedrohung für Deutschland und die Welt. Das Memorium Nürnberger Prozesse geht in der Sonderausstellung im Cube 600 auf über 20 Fälle von rechts-terroristischer Gewalt zwischen 1945 und heute ein.

Dabei geht es um regionale wie internationale Fälle. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der Perspektive der Opfer und Betroffenen von rechtsterroristischer Gewalt. Die Ausstellung kann kostenfrei besichtigt werden. Die Eröffnung am 27. Oktober wird live aus dem Saal 600 über den YouTube-Kanal der Museen der Stadt Nürnberg übertragen.

ZUM LIVE-STREAM

ZUM PROGRAMM

d ihr auch schon im Jazz-Fieber? Es ist er Zeit für NUEJAZZ - vom 22. bis 30. ober findet das Festival, das sich zu n der bedeutendsten Jazz-Festivals in Deutschland entwickelt hat, statt.

wartet Euch wieder ein mitreißendes Programm , das die Vielfalt und unterschiedlichen Facetten des zeitgenössischen Jazz zeigt. n Bühnen im E-Werk Erlangen, auf der werkstatt auf AEG und im Z-Bau könnt Ihr mit dabei sein.

nderes Highlight ist die Jazz Nacht am oktober im Z-Bau, wo gleich fünf Acts nacheinander auftreten.

tourismus.nuernberg.de



Insights ansehen [Beitrag bewerben](#)

Gefällt fraas_michael und 3.590 weiteren Personen

nuernberg_travel Mit diesem tollen SchneeBild mit Blick auf die Kaiserburg wünschen wir Euch allen ein gutes neues Jahr. Wir freuen uns Euch auch dieses Jahr wieder viele Tipps und Bilder aus Nürnberg zeigen zu können. Habt einen guten Start in das Jahr 2022 und bleibt vor allem gesund! ❤️❄️

Bild: @kris.tof / @kris.goes.traveling
#nuernberg_travel #Stadtglück #seimeingast #nuernberg_de #tastenuernberg #igersnürnberg #kaiserburg #altstadtnürnberg #nürnbergimwinter #happynewyear

Online-Marketing: Social Media Auswertung

Facebook	Anzahl	Reichweite	Likes	Kommentare
Insgesamt 2022	88	951.485	10.077	988
Top 1: Aufbau Nürnberger CKM	1	55.446	633	64
Top 2: Eröffnung CKM	1	41.199	1.176	36
Top 3: Bardentreffen	1	25.066	225	15

Instagram	Anzahl	Impressionen / Reichweite	Likes	Kommentare
Stories 2022	1.069	552.565	-	-
Kulturtipps 2022	378	171.838	-	-
Beiträge 2022	169	1.237.578	77.794	1.402
Reels 2022	35	297.644	13.058	319

Der beliebteste Beitrag 2022 mit einer Reichweite von 45.369.

tourismus.nuernberg.de

PR & Kommunikation

- **113** betreute Journalisten aus **15 Ländern**
- Kooperation unter anderem mit dem MERIAN Franken, der DZT Kampagne „German.Local.Culture“ und dem Verein der Auslandspresse Berlin e.V.
- 5 Meldungen im **DPA-Presseportal** mit 8.900 Zugriffen insgesamt, erfolgreichste Meldung: „Genießen auf höchstem Niveau: Sieben Michelin-prämierte Restaurants laden nach Nürnberg ein“
- 5 produzierte **Hörfunk-Sequenzen** zu den Nürnberger Quartieren



At German Christmas Markets, Smiles Shine Bright but Budgets Are Tight

In Nuremberg, the stalls are open without Covid restrictions, and big crowds are returning to sip mulled wine and socialize. But amid economic uncertainty, visitors are spending less.

Give this article

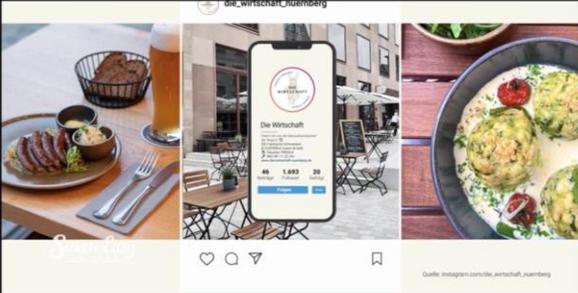


places in Germany feel as Christmassy at this time of year as the Nuremberg Christkindlesmarkt, one of the oldest and most festive markets in the country. Laetitia Vanouss for The New York Times



[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)

PR & Kommunikation: Sweet & Easy on tour



Die besten Foodie-Hotspots in Nürnberg
06 Min · 22.04.2023 · Ab 6

Sabrina Nickel zeigt euch diejenigen Ecken in Nürnberg, die jedes Foodie-Herz höher schlagen lassen. In welchem Laden ihr köstliche orientalische Dattel-Pralinen kaufen könnt und wo es das wohl vielfältigste Frühstück der Stadt gibt, seht ihr im Video.

- Kooperation mit dem **TV-Sender sixx** zum Thema: Die besten **Foodie-Hotspots** in Nürnberg
- U.a. mit dabei: Fränk'ness, Zeit & Raum, Die Wirtschaft und Tafelzier
- Folge aus Nürnberg Teil der zweiten Staffel → im April 2023 auf sixx ausgestrahlt und seitdem auf Joyn verfügbar
- Hier geht's direkt zur Folge:



[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)

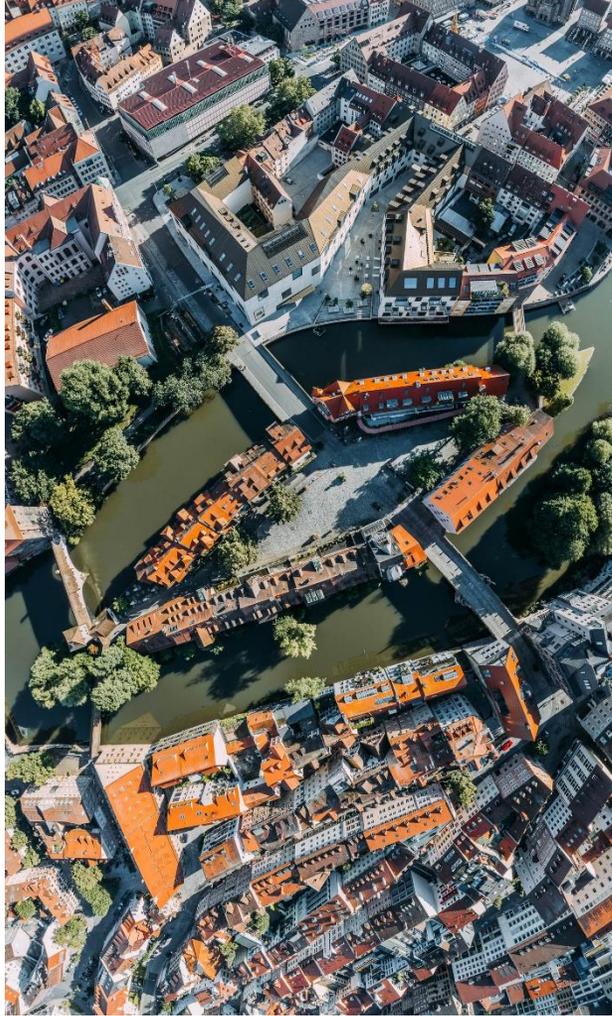
Publikationen

Überarbeitung von:

- „**Sehen & Erleben**“ (Deutsch & Englisch)
- „**Ideen für Nürnberg 2023**“
- **Stadtplan** in den Sprachen Deutsch, Englisch, Spanisch, Französisch, Niederländisch, Polnisch, Tschechisch und Italienisch
- **Kinderstadtplan** - 2-sprachig deutsch/englisch
- **Abreißplan** - 2-sprachig deutsch/englisch
- **Flyer NürnbergCard**



[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)



Rückblick auf 2022

Mediathek & Bildarchiv

Neues Bildmaterial zu den Themen

- „Christkind und Kinderweihnacht“
- „Nürnberg Impressionen“

Link zur Mediathek:



tourismus.nuernberg.de



Exploring Germany

- EXPLORE HISTORY ↗
- EXPLORE CULTURE / ART ↗
- EXPLORE CULINARY ↗



Gefällt nuernberg_travel und 860 weiteren Personen
deutschland.liebe Die zweitgrößte Stadt Bayerns bietet nicht nur wunderschöne Kirschblütenbäume 🌸, sondern auch weitere Sehenswürdigkeiten. Die Kaiserburg lässt sich bei jedem Wetter erkunden. ✨ @nuernberg_travel

Kooperationsmarketing

- **DZT:** u.a. Podcast „Simon Schwarz on tour“ zu Gast in Nürnberg
- **Magic Cities:** Fokus auf den Märkten USA und China, z.B. Online-Kampagne auf der Plattform „Condé Nast“
- Zahlreiche Kooperationen mit **by.TM, TVF, Urlaubsguru, Europäische Metropolregion, CityDNA, Burgenstraße**, u.v.m.

tourismus.nuernberg.de

Auslandsmarketing

A-Märkte

USA

- Marketplace und Roadshow USA (Detroit, Minneapolis und Chicago)
- Crossmediale Kampagne mit AFAR
- USA Advisory Board
- Online-Webinar für Travel Agents
- Ganzjährig Bavarian Connection Maßnahmen mit Bayern Tourismus

Großbritannien

- Trade Workshop London
- 7 Seiten im „World Travel Magazin“ (Christkindlesmarkt)
- Secret Escapes Kampagne „German Local Culture“



Auslandsmarketing

A-Märkte

Italien

- Out of Home Kampagne an U-Bahnhöfen (Christkindlesmarkt-Werbung auf Screens)
- Pop Up Event mit dem Airport in Venedig
- Besuch TTG Rimini als Besucher

Niederlande

- Facebook Kampagne „Stop over Winter“ und Christkindlesmarkt

Österreich

- Podcast mit dem Schauspieler Simon Schwarz

Schweiz

- Kampagne mit der SBB



Im Geschäftsbericht 2022 erfahren Sie mehr über die Maßnahmen in den weiteren Märkten!



Marktübergreifende Aktionen

- Tallin** Pop Up Event mit dem Airport in Tallin
im Rahmen der Aktion „Taste of NUE“
(Marketingkooperation mit Airport zur
Bewerbung der neuen Flugverbindungen)
- Dublin** Pop Up Event mit dem Airport in Dublin
Radiokampagne in Dublin mit Gewinnspiel
- Nürnberg** Incoming-Workshop Bayern für Reiseveranstalter aus Europa
- GTM** in Oberammergau
- Regensburg **Donauschifffahrtskonferenz**

NürnbergConvention

- Neuer Slogan MEETeinander in Nürnberg:
unkompliziert | unaufgeregt | unerwartet
- Eigener **Locationfinder** (Kooperation mit meetago®)
- **Fokus auf LinkedIn**
Account @NürnbergConvention
- **Digitale Workshops**
(u.a. BayTM Knowledge Break, No Limits MEET GERMANY)
- **Messen & Sales-Aktivitäten**
(u.a. IMEX Frankfurt, IBTM Barcelona)
- **Education & Kongresse**
(u.a. ICCA Kongress Krakau, Digi & Innovation Day)
- Forschungsprojekt **Future Meeting Space** Phase 5:
Redefining Event Attendance



A vibrant street scene in a European town, likely Germany, featuring half-timbered buildings. The buildings have white plaster walls with dark wooden beams and windows. Many windows have flower boxes with red and orange flowers. A central building has a small balcony with a sign that says "RENOV. 1913". The text "Content-Marketing" is overlaid in large white letters across the middle of the image.

Content-Marketing

Angela Ditze

Content-Marketing

Sinus-Milieus in Deutschland

Rückblick auf 2022

Soziale Lage und Grundorientierung

Soziale Lage



Oberschicht /
Obere Mittelschicht

Mittlere
Mittelschicht

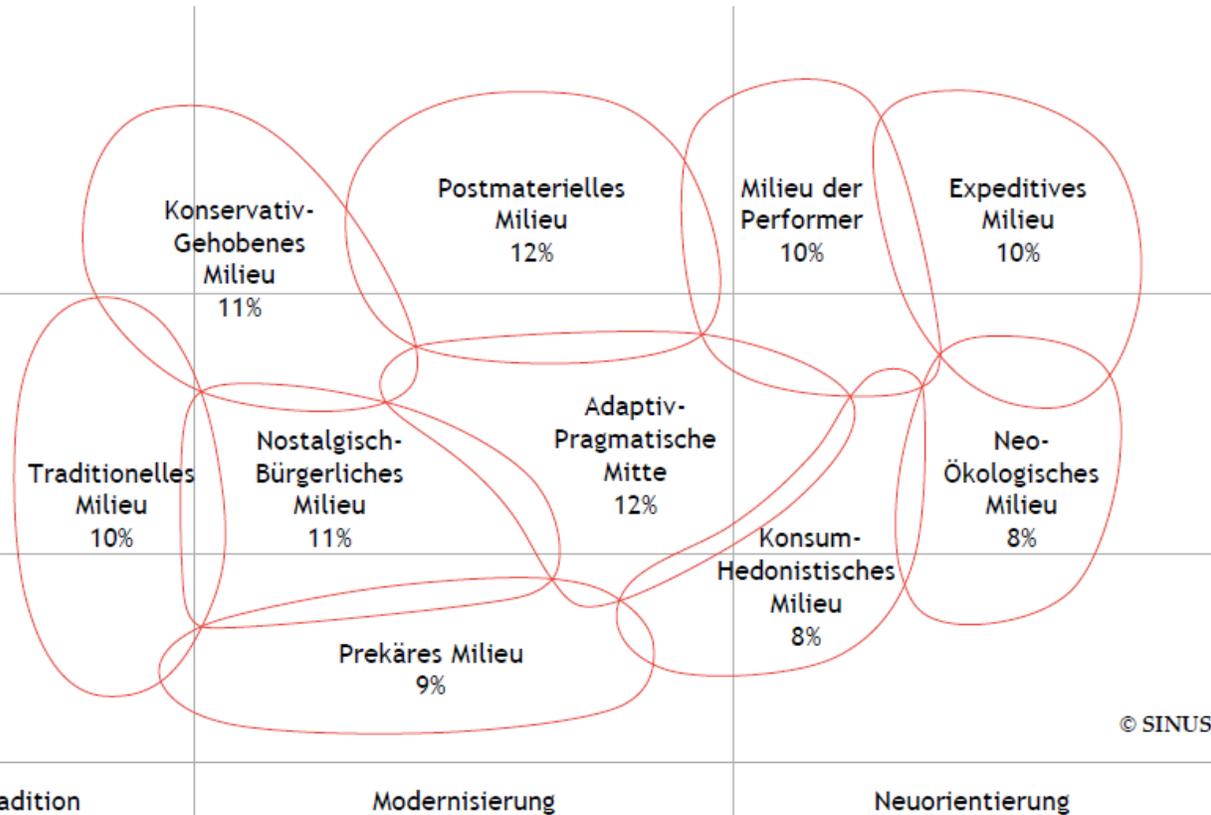
Untere Mittelschicht /
Unterschicht

Grundorientierung →

Tradition

Modernisierung

Neuorientierung



© SINUS

Was sind die Sinus Milieus?

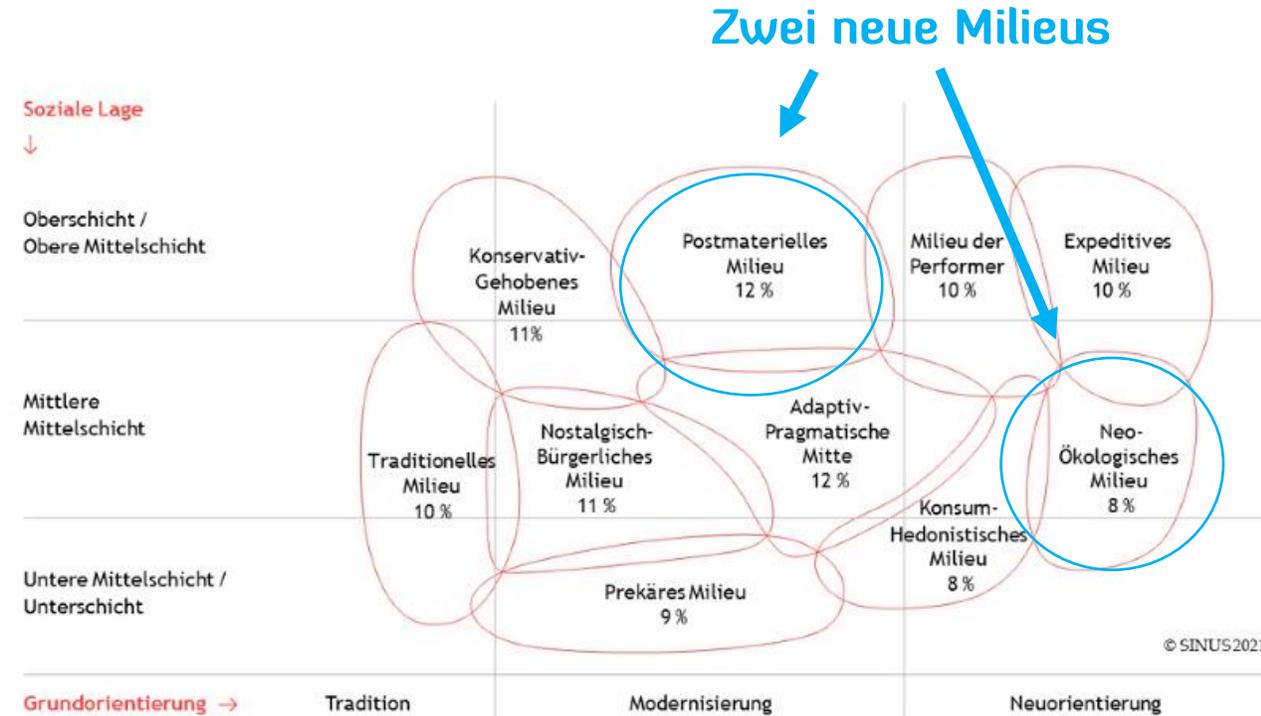
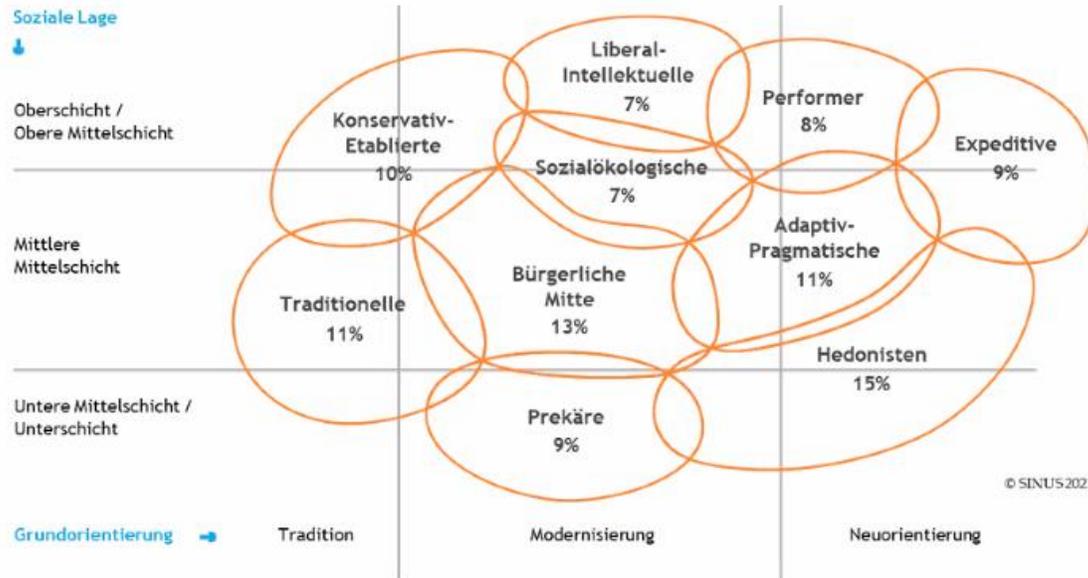
- Gesellschafts- und Zielgruppentypologie
- Fasst Menschen nach Lebensauffassungen, Wertehaltungen und sozialer Lage in „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammenfasst
- Je höher ein Milieu angesiedelt ist, desto gehobener sind Bildung, Einkommen und Berufsgruppe
- Je weiter rechts ein Milieu angesiedelt ist, desto moderner im soziokulturellen Sinne ist die Grundorientierung des jeweiligen Milieus
- Angehörige eines bestimmten Milieus verschiedenen Alters verbindet mehr miteinander als mit ihren jeweiligen Altersgenossen

tourismus.nuernberg.de

Veränderung bei den Sinus Milieus

Rückblick auf 2022

Die neuen Sinus Milieus ab 2021/22



tourismus.nuernberg.de

Von Sinus Milieus zu Personas



Sinus Milieus

- Durchschnittswerte
- Überbegriffe
- Allgemeine Touchpoints



Personas

- Konkrete Zahlen
- Details wie Name, Alter, Hobbies, Werte
- Konkrete Touchpoints

Warum brauchen wir Personas?

- Schnelles und effizientes operatives Marketing (für wen machen wir das?)
- Wichtigste Infos & Fakten auf einen Blick
- Personas helfen unseren Partnern (z.B. Fotografen, Videonauten) den passenden Content (Texte, Bilder, Videos etc.) zu produzieren



Milieu der Performer:
Frank & Katja Degenhart



Expeditives Milieu:
Marie Christin di Bella



Konsum-Hedonistisches Milieu:
Ingo Schröder

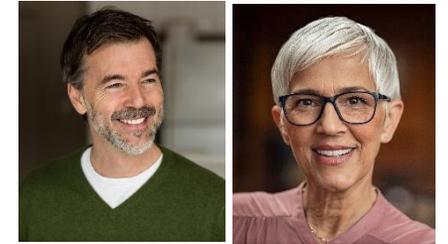


Traditionelles Milieu:
Hannelore & Herbert Backes



Adaptiv-Pragmatische Mitte:
Christian & Julia Fischer

Die touristischen Personas der CTZ



Postmaterielles Milieu:
Albert & Margit Westerhold



Prekäres Milieu:
Detlef & Brigitte Braun



Nostalgisch-Bürgerliches Milieu:
Elisabeth & Wolfgang Otto



Konservativ-Gehobenes Milieu:
Stefan & Andrea Richter



Neo-Ökologisches Milieu:
Benedikt Luber & Zoe Abara

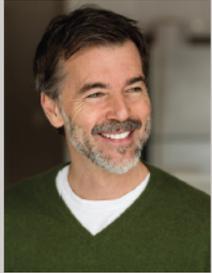
Neu in 2022

Handouts für die Personas der CTZ

Rückblick auf 2022

Die Postmateriellen

Leitmotiv: „Die wichtigsten Dinge im Leben kann man sich nicht kaufen“



Name: Albert Westerhold
Alter: 55 Jahre
Beruf: Architekt (eigenes Büro)
Mobilität: ÖPNV
Hobbies: Ruderverein, Weinkenner und Lesen



Name: Margit Westerhold
Alter: 54 Jahre
Beruf: Kuratorin im Kunstmuseum
Hobbies: Yoga, Kochen, Lesen, Kunst

Bildungsarm Bildungsstark

Traditionell Innovativ

Leben

Status: Verheiratet, zwei Kinder (24 und 21 Jahre, studieren Kunst und BWL), zwei Hunde
Wohnen: Eigenheim mit großem Garten in Hamburg
Engagement: Förderkreise Museen, Betreuung von Geflüchteten

Eigenschaften

Selbstbild: Leitmilieu der Gesellschaft, selbstbewusst, liberal, weltoffen
Konsum: Verantwortungsvoll und nachhaltig, Genussmenschen
Werte: Selbstbestimmung und Entfaltung, eigene Ideen realisieren, Diversität, ökologisches und soziales Bewusstsein, Bildung und Kultur

Lifestyle



Medien-Nutzung

1. TV: Kultur: z.B. Kulturzeit, Stadt Land Kunst
Politik und Satire: z.B. Anne Will, Die Anstalt
2. Internet: ard.de, spiegel.de, booking.com, zeit online
Apps: Google Maps, Tripadvisor
3. Hörfunk: Radio: z.B. Deutschlandfunk
Podcasts und Hörbücher: z.B. Prime Music, Spotify
4. Print: Bücher lesen
Tageszeitungen: z.B. Süddeutsche Zeitung, FAZ, Die Zeit
Magazine: essen&trinken, GEO Special

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitsbewusstsein

(1 = Niedriges Bewusstsein / 6 = Hohes Bewusstsein)



Ressourcenverbrauch

(1 = Niedriger Ressourcenverbrauch / 6 = Hoher Ressourcenverbrauch)



Lösungsansatz

Kompensationslogik: Mit dem Fahrrad zur Arbeit fahren und wenig Fleisch essen, aber dafür zwei Flugreisen pro Jahr.

Stand: Dezember 2022



Nachhaltigkeit der jeweiligen Persona als Bestandteil der Handouts

Handouts für die Personas der CTZ

Rückblick auf 2022

Die Postmateriellen

Customer Journey von Margit und Albert Westerhold

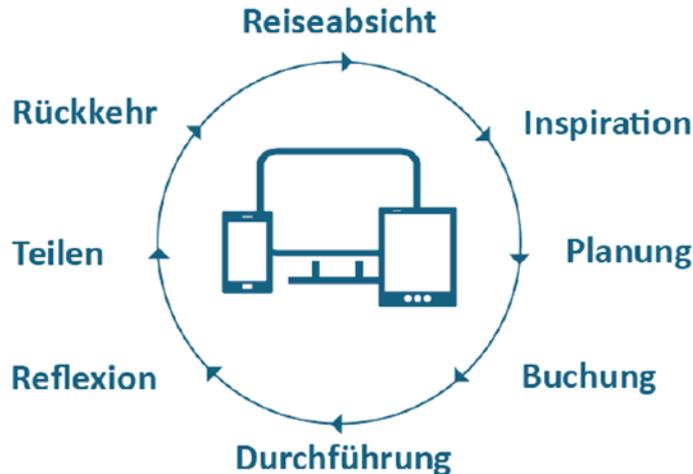


Urlaubsmotive

- Reisen ist elementarer Teil des Lebensstils
- Andere Kulturen aus der Nähe und nicht aus touristischer Distanz kennen lernen (Studiosus)
- Sport, Natur und Erholung
- Gehobener Städteurlaub: Kultur und Bildung

Inspiration

- Empfehlungen von Freunden
- Online-Bewertungen, Reiseberichte, Reisedokus im TV
- Hochwertige Reiseführer (Print und digital)
- Magazine: z.B. GEO, Merian



Nach der Reise

- Zeigen Freunden/Bekannten Fotos vom Urlaub
- Verfassen Erfahrungsberichte online

Buchung

- Individuelle Online-Buchung der Reisebausteine nach ausgiebiger Recherche

Durchführung

- Sport und Natur: Fahrradurlaub, Wanderurlaub, Yoga, Wellness (leisten sich gute Qualität, kleine, individuelle Hotels)
- Kultur vor Ort wie Musikfestivals, Konzerte, Museen, Ausstellungen, Oper und Theater
- Städtetrips und Nutzung von City Cards
- Kulinarik: Landestypische Spezialitäten, Fine Dining, Genuss
- Besuche bei Freunden und Bekannten



Die Handouts werden demnächst im Mitgliederbereich zur Verfügung gestellt!



City Werkstatt & Quartierskampagne

Nürnberger City Werkstatt

- Gemeinsame Initiative des Wirtschafts- und Wissenschaftsreferates und der IHK Nürnberg
- **Ziel: Belebung der Nürnberger Innenstadt**
- Seit 2022 ist **Kommunikation** zur City Werkstatt im Marketing-Team der CTZ verankert:
 - ✓ Entwicklung einer zielgruppengerechten **Kommunikationsstrategie**
 - ✓ **Markenaufbau**
- Kampagne „**Nürnberger Quartiere**“ als Projekt im Rahmen der City Werkstatt

Nürnberger
City Werkstatt 

tourismus.nuernberg.de

Nürnberger Quartiere -

Ein Zusammenspiel von Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie, Kultur und Geschichte schafft Erlebnisraum für Tages-, Übernachtungsgäste und Besucher:innen.



1.

Expeditives Milieu

2.

Postmaterielles Milieu

3.

Adaptiv-Pragmatische Mitte

4.

Neoökologisches Milieu

Digitale, kulturinteressierte und konsumfreudige Milieus als Zielgruppen.

tourismus.nuernberg.de



Wine Market

The Wine Market captivates with its unique flair, which can be found nowhere else in Nuremberg. Special are the many individual and family-owned stores and workshops, which stand for quality and expertise. The spectrum ranges from handmade fashion and sophisticated art to culinary specialties of all kinds.



NÜRNBERGER
QUARTIERE

Rückblick auf 2022

Nürnberger Quartiere

- Alle vorerst sechs geplanten Quartiere fertiggestellt
- Kampagne für drei Monate als Test-Space im JOSEPHS Innovationslabor erlebbar
- Web-App auf englisch verfügbar
- Technische Neuerungen: Routenplanung in der Around-Me-Funktion
- Quartiersgewinnspiel auf Instagram
- Ausbau der Coupon-Aktionen

tourismus.nuernberg.de



Quartier Augustinerhof

imitten des Altstadt-kerns ist

Digitale Kampagne „Nürnberger Quartiere“

Tracking und Zahlen - Zeitraum Juli 2021 bis 9. Dezember 2022

- Nutzer: 6.967
- Aufrufe: 45.472
- Ø Interaktionsdauer: 2 m 04 s
- Bindung: 1.635 wiederkehrende Nutzer → ca. 24 %

Christkindlesmarkt



Übernachtungen im Dezember

	2022	Vergleich 2019	Vergleich 2019
Übernachtungen	323.995	343.988	-5,8 %
Übernachtungen Inland	202.435	211.617	-4,3 %
Übernachtungen Ausland	121.560	132.371	-8,2 %
Bettenauslastung	52,1 %	63,3 %	

[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)

Übernachtungen im Dezember nach Herkunftsländern

	Land	Dez. 2022	Vergleich 2019	Platzierung 2019
	Deutschland	202.435	211.617 (-4,3%)	
1	USA	23.358	20.202 (+15,6%)	1. →
2	Großbritannien, Nordirland	10.797	9.731 (+10,9 %)	3. ↑
3	Spanien	9.569	6.056 (+58 %)	6. ↑
4	Österreich	9.379	8.795 (+6,6 %)	4. →
5	Italien	7.974	12.428 (-35,8 %)	2. ↓
6	Schweiz	5.616	6.952 (-19,2 %)	5. ↓
7	Tschechische Republik	4.192	3.657 (+14,6 %)	9. ↑
8	Niederlande	4.131	3.456 (+19,5 %)	10. ↑
9	Frankreich	3.557	3.702 (-3,9 %)	8. ↓
10	Polen	2.192	2.312 (-5,2 %)	13. ↑

Printpublikationen

- Informationsprospekt
- Budenplan
- Buslogistik

Außenwerbung, Anzeigen und PR

u.a.

- **Plakatierung** im Nürnberger Stadtgebiet und Umland sowie in Berlin, Dortmund, Karlsruhe und Wiesbaden
- **Anzeigenwerbung** in den Nürnberger Tageszeitungen sowie in den Familienmagazinen „Frankenkids“ und „ELMA“
- **Advertorial** und Anzeigenwerbung im Portal „inFranken.de“
- **Online-Bannerwerbung** in Kooperation mit dem **Funkhaus Nürnberg**
- **Presse- und Blogger-Reisen: 19** betreute Reisen mit insgesamt **51 Personen** aus Deutschland, UK, Italien, Spanien, USA, Österreich, Litauen und Türkei



Online-Marketing

- www.christkindlesmarkt.de

- Budenplan
- Veranstaltungskalender
- Erlebniswege auf dem Christkindlesmarkt
- Aktuelle Themen und Tipps rund um den Markt

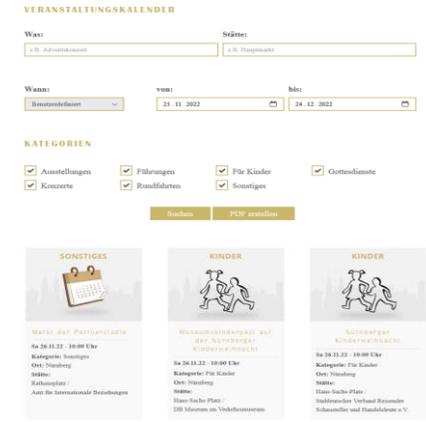
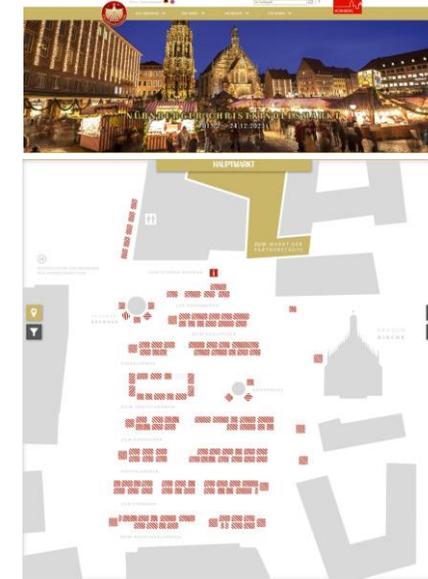
➔ [1.201.846 Seitenaufrufe](#)

- **Facebook @Christkindlesmarkt**

- Tipps rund um den Christkindlesmarkt
- Begleitung Eröffnung / Christkind

➔ 53 Beiträge:

[1.080.016 Reichweite](#) | [29.518 Likes](#) | [1.986 Kommentare](#)



Geschäfts- bericht 2022

tourismus.nuernberg.de

Verkehrsverein Nürnberg e.V.

Digitalisierung Nürnberg Card



Geschäftsbericht 2022

Weitere Informationen zu unseren Marketingaktivitäten sowie Zahlen, Daten und Fakten entnehmen Sie bitte dem Geschäftsbericht 2022.

tourismus.nuernberg.de



Ausblick auf 2023

A narrow street in a historic town, likely Salzburg, Austria. The street is flanked by multi-story buildings with traditional European architecture. In the background, a large church tower with a green roof is visible. The scene is captured in a cinematic style with soft lighting and a slight vignette effect.

Quartierskampagne 2023

Franziska Steyer



Ausblick auf 2023

HIER SCANNEN



Nürnbberger Quartiere

- Kampagne wird zum **Marketing-Backbone**
- Content wird fortlaufend **ausgebaut** und **erneuert**

2022: Aufbau der Web-App, Testphase und Optimierung



2023: aktive Vermarktung der Kampagne

tourismus.nuernberg.de

Kampagnen- Ziele 2023:

Kampagnen
Awareness
steigern
→ **Inspiration &
Reiseanlass**
schaffen

Sichtbarkeit in
der Stadt erhöhen
→ **Frequenz** in
den Quartieren
steigern

**Nutzung der
Web-App**
steigern

Vernetzung
zwischen den
Akteuren in
der Stadt
schaffen



[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)

Landingpage

- Konzeption einer neuen Landingpage um **Mehrwerte** der Kampagne auf einen Blick darzustellen
- Emotionen & Gefühle durch **Bilder** und **Imagevideo** vermitteln
- **Englische Informationen** zur Kampagne für das Auslandsmarketing
- Einbinden des **Erklärvideos**:



tourismus.nuernberg.de

Landingpage

Test: Welcher Quartierstyp sind Sie?

→ **Gamification** durch Herausfinden des „Quartierstyps“ in Form eines Tests



It's a Match! Mit nur 6 Klicks findest du das Quartier, welches am besten zu dir passt.

Ist es das vivre en France, die mediterrane Atmosphäre wie im Sommerurlaub oder doch die historische Kulisse, die dich verzaubert?

Finde hier deinen Quartierstyp

Hier geht's zum Test



[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)

Produktion Hörfunk-Footage

- Produktionszeitraum 31. Mai bis 1. Juni
- Thema: **Lorenzer Platz & Sommerhighlights** in den Quartieren
- Veröffentlichung: ab dem 5. Juni

Die Nürnberger Quartiere — Entdecken Sie versteckte Ecken in der Innenstadt

Viele kennen die Kaiserburg, aber kennt man auch schon das Burgviertel? Es gibt einige Ecken in der Stadt, die es sich lohnt neu zu entdecken - unsere Quartiere! Wenn Sie Lust haben auf eigene Faust versteckte Fotoshots, Tipps zu kleinen Läden, hippe Bars und Galerien zu erleben, dann ist die Web-App der Nürnberger Quartiere genau das Richtige. Versteckt in den Gassen der Altstadt gibt es Cafés mit besonderem Flair, kleine inhabergeführte Restaurants sowie kuriose Facts aus dem Quartier finden. Hinter jedem Haus und jeder Person steckt eine kleine Geschichte. Lassen Sie sich inspirieren, kommen Sie nach Nürnberg und tauchen Sie in unsere Quartiere in der Altstadt ein.

[Nürnberger Quartiere - Der Weinmarkt](#)

Der Weinmarkt besticht durch einzigartiges Flair, das es so in Nürnberg sonst nirgends zu finden gibt. Im Interview spricht Claudia Radtke, Stadtführerin, Romana Schemm, Inhaberin des Geschäftes delikatEssen und Karin Faltenberg, Museumsdirektorin des Spielzeugmuseums.



© Kristof Götting

tourismus.nuernberg.de



Social Media

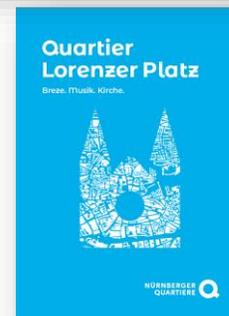
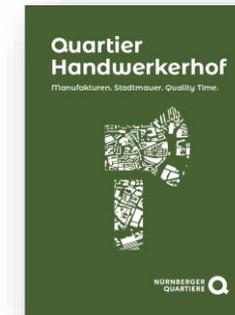
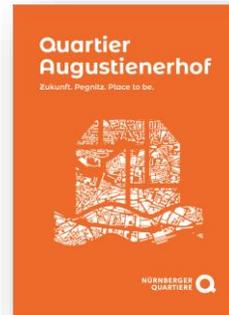
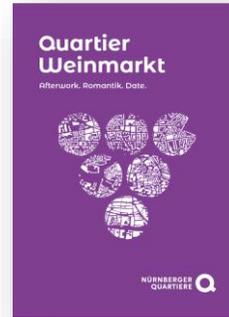
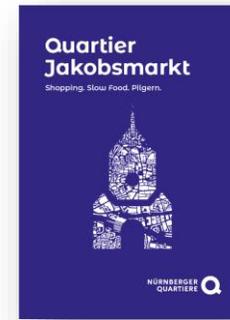


- Instagram: Quartiersdonnerstag, Gewinnspiele
- Pinterest: Boards mit Fotos aus den Quartieren
- Bezahlte Werbeanzeigen (Instagram & Facebook)

tourismus.nuernberg.de

Print Produkte

Postkarten, Aufkleber & Plakate



→ Postkarte Deutsch und Englisch

tourismus.nuernberg.de

Marketing & Kommunikationspakete

→ **Produkte und Content** stehen unseren Mitgliedern zur Verfügung

Print Produkte im **Mitglieder-Shop**:

- Postkarte (105 x 148mm) deutsch und englisch
- Plakat (A3 oder A4)
- Roll-Up (85 x 200cm) oder Roll-Up XXL (200 x 170-300cm)
- Postkartenaufsteller

Digitales Kommunikationspaket **zum Download**:

- Imagefilm (für die Rezeption/Lobby)
- Erklärvideo
- Textbausteine
- Fotos
- Logos



[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)

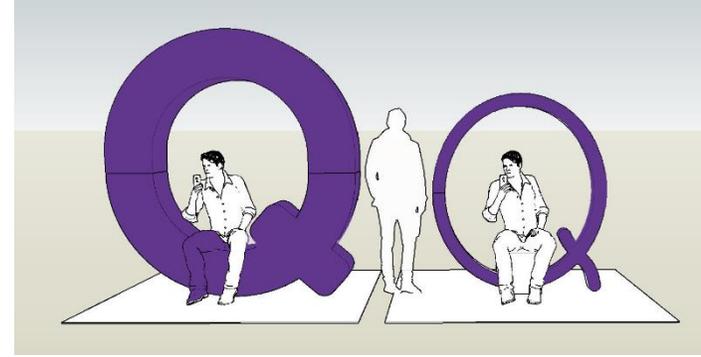
Neues Design

Tüten



- Tüten auf Deutsch und Englisch
- Nachhaltiges Material und nachhaltig produziert

tourismus.nuernberg.de



Q-Stuhl & mobile Tourist Information

- Eyecatcher und Fotospot in der Stadt
- Zwei Q-Stühle voraussichtlich ab Juni 2023 in den Quartieren
 - Groß: Untere Bergauer Platz
 - Klein: Weinmarkt, Klarissenplatz, Trödelmarkt, (*Klaragasse / Ecke Königstraße*)
- Pressekonferenz
- Info Bike mit Aktionen in den Quartieren

tourismus.nuernberg.de



Quartiersstadtführung

- Etablierung einer **Quartiersstadtführung** in Kooperation mit dem Verein der Gästeführer e.V.
- Führt Besucher durch alle Quartiere und zeigt die **Besonderheiten**
- **Verknüpfung** der Quartiere
- Transport des **Quartiersgedankens**
- Ansprache **anderer Zielgruppen** - Multiplikatoren für die Quartiere
- Schafft **Awareness** für die Kampagne und die Nürnberger City Werkstatt
- Start der Regelführung: **20. Mai** (dann jeden 3. Samstag im Monat)
- Teilnahme an **Stadt(ver)führungen 2023**

[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)



Christkindlesmarkt Quartier

- 26 weihnachtliche Spots in der Web-App z.B. Lebkuchen Schmidt, Lebkugeln, Glühweintassenpool, vegane Angebote auf dem CKM, Nachhaltigkeit
- Veröffentlichung mit der CKM-PK Mitte November
- Content-Produktion bereits im Dezember 2022 / weitere Produktion ab August 2023
- Aktions-Coupons im Quartier



Nürnbergger Personnas

Angela Ditzze



Nürnberger Personas

- **Veränderte Aufgaben** und **Zielgruppen** der CTZ, u.a. auch durch die Pandemie
- Tourist:innen, Einheimische und Tagesgäste werden nicht mehr stark abgegrenzt, **ALLE Gäste stehen im Fokus!**

Deshalb:

- 2022: Kauf der **Sinus-Milieus für Nürnberg**
- März 2023: Entwicklung von **Nürnberger Personas** in zwei Workshops mit Vertreter:innen aus Stadtverwaltung, Kultur, freien Institutionen etc.
- Mai 2023: Erarbeitung neuer **Handouts**: Nürnberger Personas

Handouts werden im Mitgliederbereich zur Verfügung gestellt!





Webseite

Angela Ditze

Webseite: **Fit für die Zukunft**

- ✓ **Kundenbedürfnisse** befriedigen z.B. Landingpage „Nürnberg bei Regenwetter“
- ✓ Weniger in die Breite, mehr in die Tiefe kommunizieren
- ✓ Content im richtigen Moment an das richtige Individuum ausspielen (teils auch automatisiert)
- ✓ Webseite als **Datenbank** (siehe Open Data)
- ✓ Neue Kommunikationskanäle erschließen
- ✓ Herausforderungen durch **KI** (Künstliche Intelligenz wie z.B. Chatbots / ChatGPT)

Open Data

Open Data

- **Open Data-/ Knowledge Graph Projekt** als Kooperation von DZT, Magic Cities und LMOs
- Ziel: **allgemeine Zugänglichkeit** touristischer Informationen über eine Datenbank (Schnittstelle Bayern-Cloud der by.TM und Knowledge Graph der DZT)
- **Projektfokus der CTZ in 2023:**
 - Beschaffung von Text-, Video- und Bildmaterial mit entsprechenden Creative-Commons-Lizenzen
 - Nachlizenzierung von vorliegendem Material

A photograph of two young women taking a selfie in front of a Gothic cathedral entrance. The woman on the right is holding a smartphone high in the air. They are both smiling. The background features a large, ornate stone archway with intricate carvings. To the right, there is a large green tree and a modern building. In the foreground, several people are sitting on a wooden bench, and a person in a blue shirt is walking past on the left. The overall scene is bright and sunny.

Betreuungen & Events



Medienreisen 2023

Im Sommer bereits **8 Blogger- und Influencer-Kooperationen** und **5 Pressereisen** geplant:

- Nürnberger Quartiere werden 2023 in alle Blogger- und Influencer-Reisen integriert
- Auch Bestandteil im Programm passender Pressereisen
- Erstellung von Kampagnen Infos und Bereitstellung im Pressroom

CTZ unterwegs – Messen & Workshops

Ausblick auf 2023

Workshop in London

CITY
DESTINATIONS
ALLIANCE

- 12. & 13. Juni
- Internationaler Workshop mit **Reiseveranstaltern** aus Europa, USA und Asien

USA Advisory Board

Deutschland
Das Reiseland 

- 17. – 19. September
- DZT Advisory Board auf **Fam Trip** durch Bayern
- **Workshop/ Industry Day** findet in **Nürnberg** statt
- *Für weitere Informationen und Möglichkeit zur Anmeldung:*



<https://www.germany.travel/de/trade/marktbearbeitung/activity-board/aktivitaet-53440.html>

Pop-Up Event London

 ALBRECHT DÜRER
AIRPORT NÜRNBERG

- 14. Juni
- Exklusives **Journalisten- & Blogger-Event**

USA Roadshow

Deutschland
Das Reiseland 

- 2. – 6. Oktober
- DZT lädt Agenten und Reiseveranstalter zu einer Roadshow in 3 Städten ein
- Information zum Reiseland Deutschland

Workshop in Wien

franken 
tourismus

- 9. November
- Workshop und Abendveranstaltung mit **Reiseveranstaltern** und Journalisten

[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)



NürnbergConvention



NürnbergConvention: Aktuelle Projekte

Neuer B2B-Webauftritt auf [tourismus.nuernberg](https://www.tourismus.nuernberg.de)

Inspirationsplattform für
Veranstaltungsplanende
und Businessreisende



Convention Newsletter

B2B-Newsletter etwa **4 Mal**
im Jahr zum Tagungsstandort
Nürnberg
Zielgruppe:
Datenbankkontakte aus der
Veranstaltungsbranche sowie
lokale Akteure



Neues Image- Destinationsvideo

60-90 sekündiges Video;
Customer Journey eines
Veranstaltungsplanenden

[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)

Veranstaltungen



Mai

Juni

Juli

Sep.

Nov.

IMEX Frankfurt

**20 Jahre
Kongress-
initiative**

**GCB Learning
Lab**

**Verbände-
Infotag**

IBTM Barcelona

Weitere regelmäßige Maßnahmen

 **@NürnbergConvention**

 Kongress des Monats
 SPOTLIGHT ON – Energie & Umwelt

tourismus.nuernberg.de

Nachhaltigkeit

ist ausschlaggebend zur Sicherstellung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit.



Interne Handlungsfelder

- Gemeinsame Definition von internen **Sustainable Development Goals** (SDGs)
- Einarbeitung der SDGs in das **Leitbild** der CTZ
- Übersicht der entwickelten Maßnahmen in einem **Organisationshandbuch** (z.B. Beschaffungsrichtlinien)



Schwerpunkt-SDGs



Unterstützende SDGs



Externe Handlungsfelder Nachhaltigkeit:

Erster Fokus auf Convention



Warum?

- **70% der Übernachtungen** in Nürnberg sind **Geschäftsreisen** (Messe, MICE, Convention)
- Nachhaltigkeit als zunehmend **wettbewerbsentscheidend**: immer mehr Gesetze und Richtlinien geben Nachhaltigkeit vor, z. B. **Reiserichtlinien von Siemens nach HRS Green Stay**
➔ **Steigende Anforderungen an die Hotellerie**

Was?

- Wir wollen Hotels und Locations für das Thema Nachhaltigkeit **sensibilisieren** und auf eine externe **Zertifizierung** vorbereiten

Wie?

- Stärkerer inhaltlicher Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit z.B. in Workshops und Branchentalks
- **Gemeinsame Konzeption eines Kodex und eines Nachhaltigkeitsmanagementsystems für Nürnberg**, in Zusammenarbeit mit der Consulting-Agentur Trias

Gemeinsames Ziel:

- Eine **zukunftsste, wettbewerbsfähige Branche** für den Tagungs- und Kongressbereich

Blechspielzeug

Lebkuchen

Papeterie

Bratwurst

Weitere Projekte

Pop-up Tourist Information im Handwerkerhof

- **Pop-up Mai bis September 2023** (Eröffnung: 3. Mai)
- Öffnungszeiten orientieren sich an der Nachfrage
(**Mi-Sa**, 10.30 bis 16 Uhr)
- Einfaches Angebot mit **Kernfunktionen** (Beratung, Ticketing)
- Erhebung belastbarer Daten für langfristiges Konzept eines Saisonbetriebs
- Aktuell durchschnittlich 65 Kontakte pro Tag

[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)





38. Deutscher Evangelischer Kirchentag

in Nürnberg

7. bis 11. Juni 2023

- Erwartet werden etwa **100.000 Besucher:innen** bei ca. **2000 Veranstaltungen**
- **Kooperation mit Kirchentag** in verschiedenen Bereichen: Hotelvermittlung, Gästeservice, Unterstützung mit Kartenmaterial, Information der Mitglieder/Hotellerie, Ticketing, Workshops, uvm.

z. B. Gemeinsame Stände mit Stadt Nürnberg auf **Abend der Begegnungen** und **Messe**

[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)

Ausbau des Mitgliederbereichs

- Der Mitgliederbereich auf tourismus.nuernberg.de wird aktuell ausgebaut.
- In Zukunft werden **Unterlagen** zu Mitgliederversammlung, Bestellung von **Prospekten** und **Marketingmitteln** im Shop, Zugang zur **Bilddatenbank** und weitere **Materialien** auf dieser Oberfläche für die Mitglieder bereit gestellt.

Mitglieder

Willkommen im Mitgliederbereich der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg

Auf diesen Seiten finden Sie alle relevanten Informationen rund um den Verkehrsverein Nürnberg e.V.

Viele Informationen und Möglichkeiten wie z.B. Prospektbestellung, Bilder-Download oder Informationen zu unseren Mitgliederversammlungen stehen ausschließlich unseren Mitgliedern nach Registrierung bzw. Anmeldung zur Verfügung.

Sollten Fragen auftauchen, dürfen Sie sich gerne an uns wenden. Kontakt-Adresse: mitglied@ctz-nuernberg.de.

Informationen und Service

Ordnung der Mitgliederversammlung



Product listings for 'NÜRNBERGER QUARTIERE' and 'See & Enjoy' with quantity selectors and 'In den Warenkorb' buttons.



A close-up photograph of a flowering plant with long, narrow green leaves and clusters of small, light pink flowers. The background is softly blurred, showing warm, golden light. A semi-transparent white horizontal bar is overlaid across the middle of the image, containing the text.

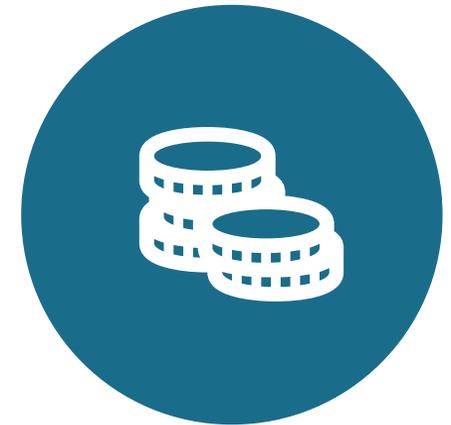
Haben Sie noch Fragen?



**Vielen Dank an
unsere Mitglieder
und Partner!
Auf ein
erfolgreiches
2023.**

[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)

TOP 3: Abstimmung der geltenden Beitragsordnung und Hebesatz für den Mitgliedsbeitrag 2023



Beitragsordnung und Hebesatz für 2023

→ Siehe Anlage 1 Beitragsordnung 2023

- Tourismus ist im Jahr 2023 wieder uneingeschränkt möglich
- **Rückkehr der Beitragsordnung** zu vorpandemischen System
 - ✓ **Tourismusfonds auf 100 %**
 - ✓ **Hebesatz von 138 % auf 139 %**

Tourismusfondsbeiträge der Mitglieder für 2023

	2023	2023
Hotels in Nürnberg	Grundbeitrag	Netto inkl. Hebesatz
bis zu 24 Zimmer	774,00 €	1.075,86 €
25 bis 49 Zimmer	1.539,00 €	2.139,21 €
50 bis 149 Zimmer	3.834,00 €	5.329,26 €
ab 150 Zimmern	5.130,00 €	7.130,70 €
Gastronomie	Grundbeitrag	Netto inkl. Hebesatz
Mindestbetrag	258,00 €	358,62 €
Hotels in der Umgebung	Grundbeitrag	Netto inkl. Hebesatz
bis 49 Zimmer	172,00 €	239,08 €
50-149 Zimmer	428,00 €	594,92 €
ab 150 Zimmer	568,00 €	789,52 €
Weitere Mitglieder	Grundbeitrag	Netto inkl. Hebesatz
Eventlocation	300,00 €	417,00 €
Sonstige Mitglieder	284,00 €	394,76 €
Reisebüros	342,00 €	475,38 €
Einzelhandel	172,00 €	239,08 €

inkl. 139 % Hebesatz

Abstimmung

Beschlussvorschlag:

Die Mitgliederversammlung beschließt die geltende Beitragsordnung inklusive des Hebesatzes.

Abstimmung

TOP 4) Jahresrechnung 2022, Wirtschaftsplan 2023

Schatzmeisterin Frau Hopf



Jahresabschluss 2022

→ Siehe Anlage 2 Übersicht zum Jahresabschluss 2022

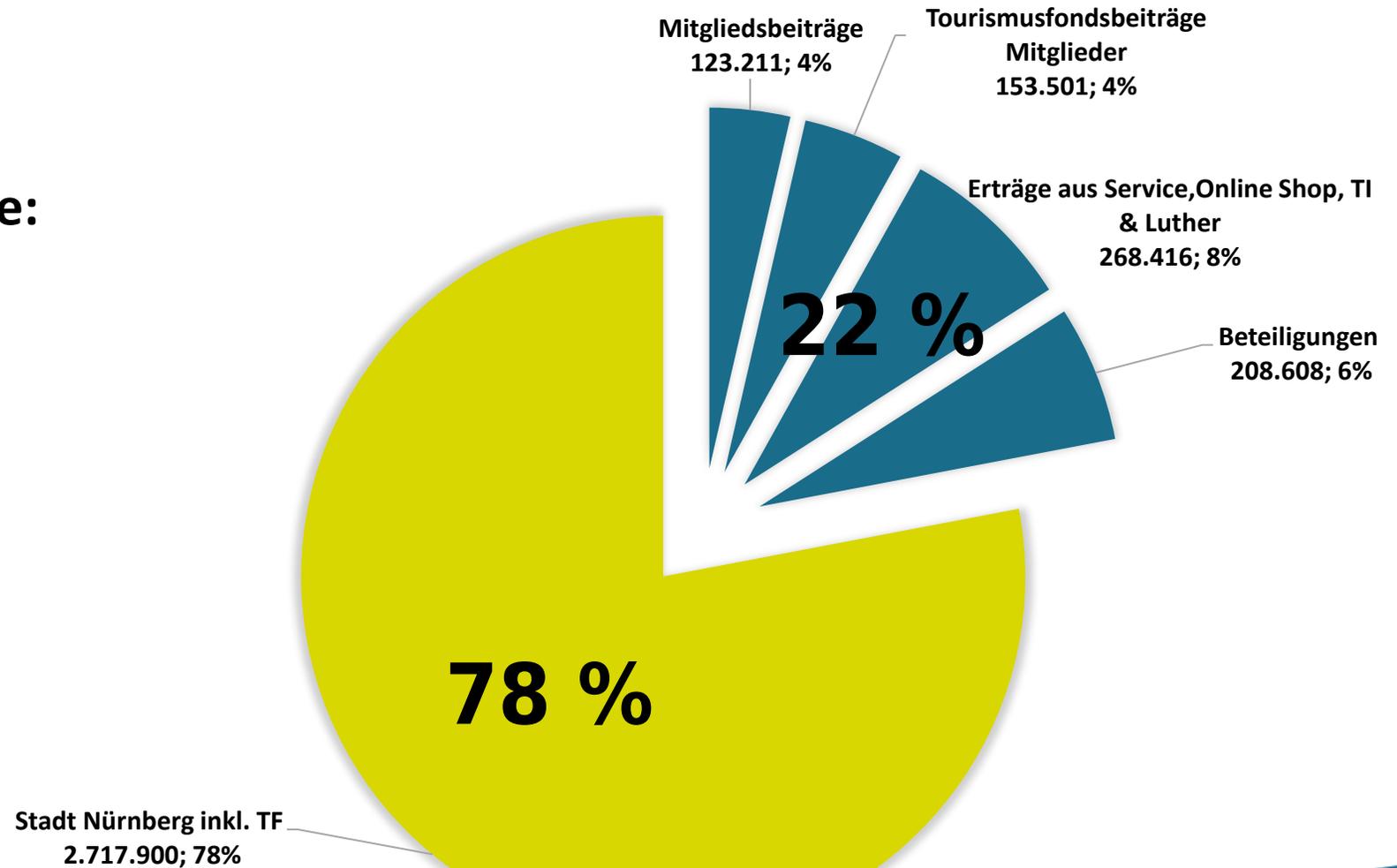
	Ist 2022	Plan 2022
Summe Erträge	3.471.636€	3.406.400 €
Summe Aufwendungen	3.468.600 €	3.428.300 €
Ergebnis	3.036€	-21.900 €

Erträge - Jahresabschluss 2022

Erträge	Ist 2022	Plan 2022
Stadt Nürnberg inkl. Tourismusfonds	2.717.900 €	2.717.900 €
Mitgliedsbeiträge (inkl. Tourismusfonds)	276.712 €	272.000 €
Service	135.841 €	84.000.€
Tourist Informationen	72.272 €	71.500 €
Nürnberg Card	44.642 €	13.000 €
Luther/Online Shop	13.419 €	15.000 €
Sonstige Einnahmen	2.242 €	
Beteiligungen (u.a. Publikationen, CKM)	208.608 €	233.000 €
Summe Erträge	3.471.636 €	3.406.400 €

Ertragszusammensetzung 2022 inkl. Tourismusfonds

Summe der Erträge:
3.471.636 €



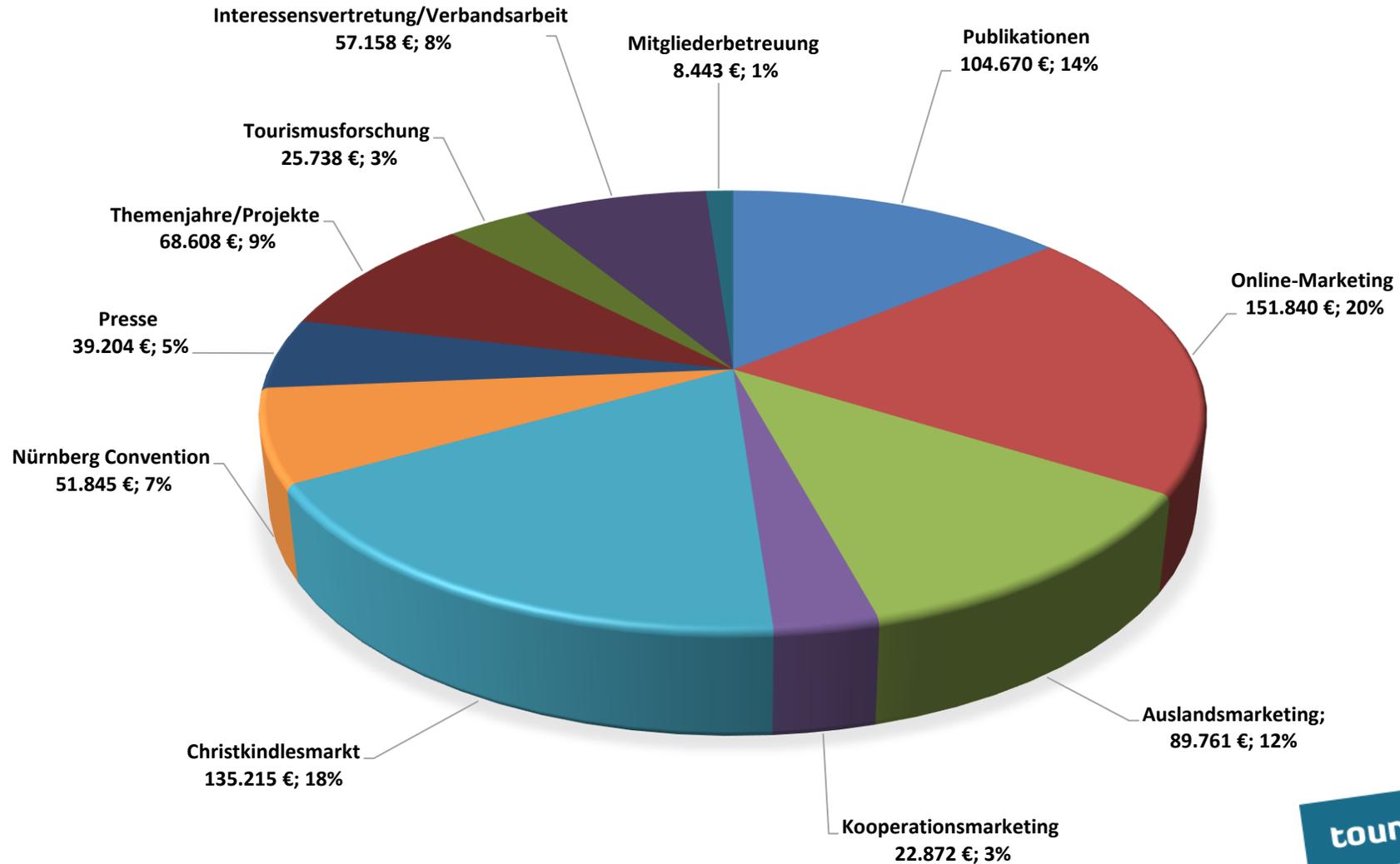
tourismus.nuernberg.de

Aufwendungen- Jahresabschluss 2022

Aufwendungen	Ist 2022	Plan 2022
Service (Versandpauschale, Luther)	19.442 €	24.500 €
Tourist Informationen (Online-Shop, Deko)	6.301€	6.500 €
Nürnberg Card	2.222 €	
Personalkosten	2.110.460 €	2.112.000 €
Verwaltung	500.287 €	477.600 €
Steuern	74.535 €	80.000 €
Marketing CTZ	755.353 €	727.700 €
Publikationen	104.670 €	117.000 €
Auslandsmarketing	89.761 €	90.000 €
Kooperationsmarketing	22.872 €	23.500 €
Nürnberg Convention	75.861 €	84.000 €
Christkindlesmarkt	135.215 €	148.000 €
Online-Marketing	151.840 €	125.000 €
Presse	39.204 €	35.200 €
Projekte	44.591 €	30.000 €
Tourismusforschung	25.738 €	12.500 €
Interessensvertretung/Verbandsarbeit	57.158 €	53.500 €
Mitgliederbetreuung	8443 €	9.000 €
Summe Aufwendungen	3.468.600 €	3.428.300 €

Verteilung Marketingbudget 2022

Marketingbudget 2022
755.353 Euro



tourismus.nuernberg.de

Bilanz 2022

Ertrag	3.471.636,84 €
– Aufwand	3.468.600,43 €
Jahresergebnis	3036,41 €
Eigenkapital 31.12.2021	256.959,68 €
Jahresergebnis/Kapitalveränderung	3036,41 €
Anteiliger Zuschuss gem. Rückforderungsbescheid Stadt Nürnberg	-45.179,00
Eigenkapital 31.12.2022	214.817,09 €



Entwurf Wirtschaftsplan 2023

[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)

Erträge – Entwurf Wirtschaftsplan 2023

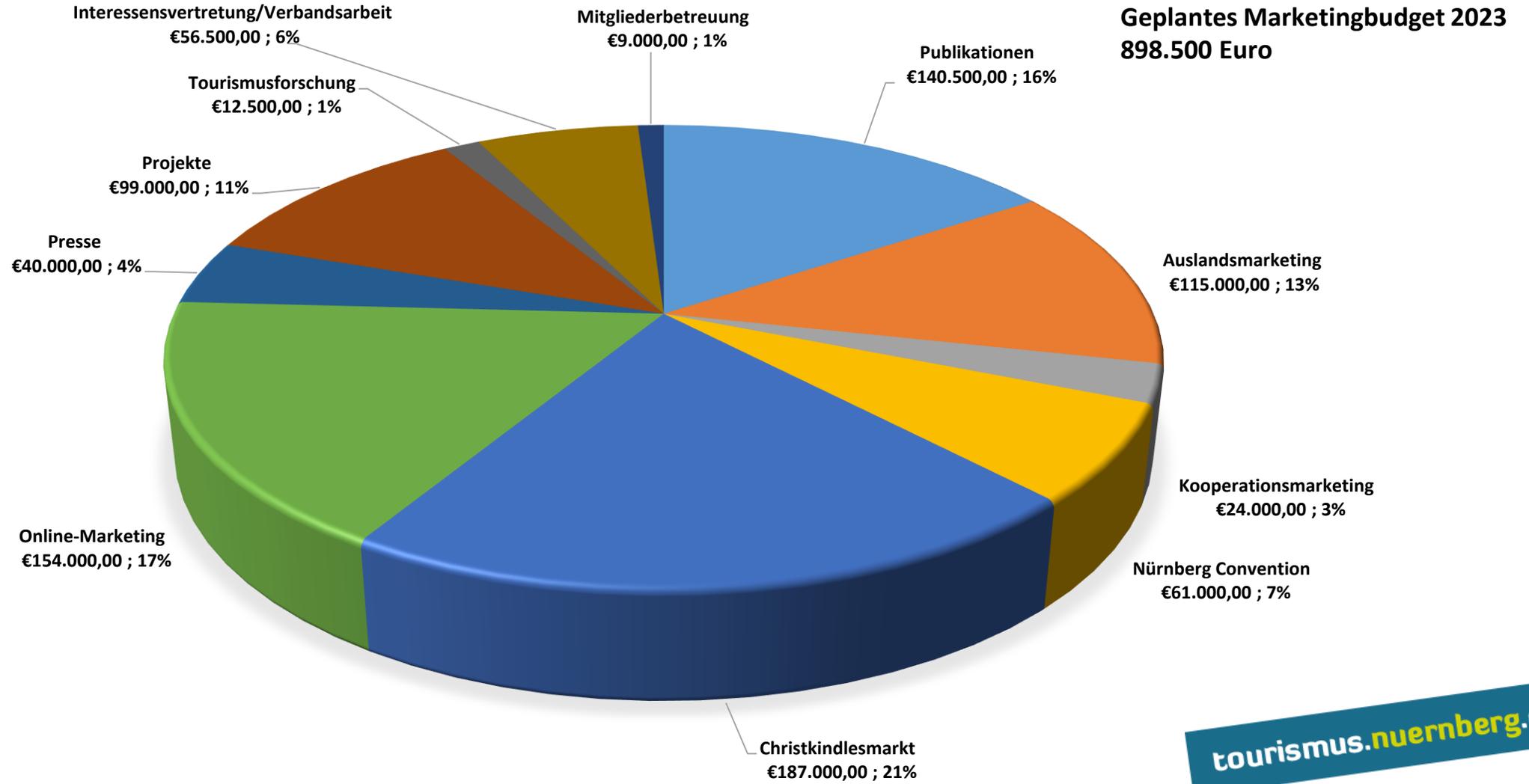
→ Anlage 4 Entwurf Wirtschaftsplan 2023

Erträge	Plan 2023	Ist 2022
Stadt Nürnberg inkl. Tourismusfonds	2.717.900 €	2.717.900 €
Mitgliedsbeiträge	427.000 €	276.712 €
Service	100.500 €	135.841 €
Tourist Informationen	71.500 €	72.272 €
Nürnberg Card	15.000 €	44.642 €
Luther/Online Shop	11.000 €	13.419 €
Sonstige Einnahmen	-	2.242 €
Beteiligungen (u.a. CKM, Publikationen, Strategische Partner)	253.000 €	208.608 €
Summe Erträge	3.595.900 €	3.471.636 €

Aufwendungen – Entwurf Wirtschaftsplan 2023

Aufwendungen	Plan 2023	Ist 2022
Nürnberg Card		2.222 €
Service (Versandpauschale, Luther)	24.500 €	19.442 €
Tourist Informationen (Deko)	4.300 €	6.301 €
Personalkosten	2.153.000 €	2.110.460 €
Verwaltung	473.100 €	500.287 €
Steuern	80.000 €	74.535 €
Marketing CTZ	898.500 €	755.353 €
Publikationen	140.500 €	104.670 €
Auslandsmarketing	115.000 €	89.761 €
Kooperationsmarketing	24.000 €	22.872 €
Nürnberg Convention	61.000 €	75.861 €
Christkindlesmarkt	187.000 €	135.215 €
Online-Marketing	154.000 €	151.840 €
Presse	40.000 €	39.204 €
Projekte	99.000 €	44.591 €
Tourismusforschung	12.500 €	25.738 €
Interessensvertretung/Verbandsarbeit	56.500 €	57.158 €
Mitgliederbetreuung	9.000 €	8.443 €
Summe Aufwendungen	3.633.400 €	3.468.600 €

Verteilung Marketingbudget 2023



Entwurf Wirtschaftsplan 2023

Erfolgsplan	Plan 2023	Ist 2022
Ertrag	3.595.900,00 €	3.471.636,84 €
– Aufwand	3.633.400,00 €	3.468.600,43 €
Jahressaldo	-37.500 €	3.036,41 €

Eigenkapital 31.12.2022	214.817,09 €
Jahressaldo/Kapitalveränderung	- 37.500 €
Eigenkapital 31.12.2023	177.317,09 €

Abstimmung

Beschlussvorschlag:

Die Mitgliederversammlung beschließt:

- 1. Der Wirtschaftsplan 2023 wird in der vorliegenden Form verabschiedet.**
- 2. Die Ansätze im Wirtschaftsplan sind in allen Positionen gegenseitig deckungsfähig.**

Abstimmung



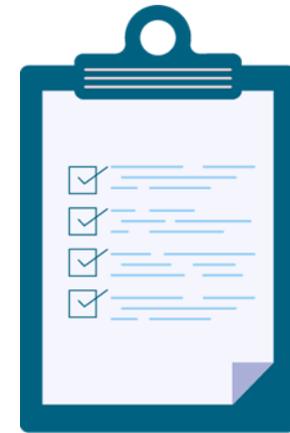
Vielen Dank!

TOP 5: Bericht der Rechnungsprüfer



Herr van Eesbeek, Sparkasse Nürnberg

TOP 6: Aussprache und Antrag auf Entlastung



Abstimmung

Beschlussvorschlag:

Die Mitgliederversammlung stimmt dem Antrag auf Entlastung zu.

Abstimmung

TOP 7: Nachwahlen des Beirats



Wahlvorschlag:

Ausgeschiedene Beiratsmitglieder

Name	Vorname	Organisation/ Unternehmen
Hirschfelder	Ferdinand	art & business hotel
Horka	Robert	Hotels Elch, Elch Boutique und Hauser, Restaurant Opatija
Kohstall	Jürgen	Airport Nürnberg



Nachbesetzung

Name	Vorname	Organisation/ Unternehmen
Domani	Thomas	Lehrieder Catering
Käser	Christian	Airport Nürnberg

Herr Domani hat im Voraus seine Zustimmung zur Kandidatur eingereicht, ist aber heute abwesend.

Abstimmung

Beschlussvorschlag:

**Die Mitgliederversammlung stimmt dem Wahlvorschlag für die
Nachwahlen des Beirats zu.**

Abstimmung

TOP 8: Anträge an die Mitgliederversammlung



TOP 9: Verschiedenes



An aerial photograph of a city, likely Regensburg, Germany, featuring a prominent castle on a hill in the background. The foreground is filled with various residential buildings, including modern multi-story structures and traditional houses with red-tiled roofs. The sky is bright blue with scattered white clouds. A semi-transparent grey rectangle is overlaid on the center of the image, containing white text.

Vielen Dank und
auf weiterhin gute
Zusammenarbeit!



Herzlichen Dank • Viel Erfolg • Auf Wiedersehen