

**der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg,
Geschäftsführerin Yvonne Coulin,
zur Pressekonferenz Christkindlesmarkt am 22. November 2016**

Mehr als 2,2 Millionen Besucher zählte der „Nürnberger Christkindlesmarkt“ im Jahr 2015, und alleine im Dezember wurden 273.058 Übernachtungen registriert – eine Steigerung von 5,4 Prozent zum Advent des Vorjahres. Rund 66 Prozent davon reisten aus Deutschland an. Die übernachtungsstärkste Gruppe aus dem Ausland stellten die US-Bürger dar, gefolgt von Österreich, Großbritannien, Italien und der Schweiz. Spanien und die Niederlande hatten unter den acht wichtigsten Reiseländern Russland und Japan abgelöst.

Die meisten Besucher kamen individuell, dazu fanden noch über 4.200 Reisebusse und 136 Kreuzfahrtschiffe den Weg zum Christkindlesmarkt 2015. „Reiseveranstalter erwarten von uns einen perfekten Service vor Ort und Unterstützung bei der Vorbereitung sowie Planung ihrer Tour.“, stellt Geschäftsführerin Yvonne Coulin von der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg fest. Alle relevanten Infos wie etwa zu Anfahrt, buchbaren Bausteinen, zur Werbematerialbestellung oder zum Weihnachtsspass sind auch auf einer zentralen Landingpage für die Reiseindustrie im Internet abrufbar. Bereits bei der Anfahrt macht die neu produzierte Image-DVD Lust auf den Christkindlesmarkt-Besuch.

Darüber hinaus schätzen die Busfahrer das Rundum-sorglos-Paket von CTZ und SÖR vor Ort: beschilderte Anfahrt, drei Ausstiegstellen mit

Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg
Frauentorgraben 3
90443 Nürnberg

Pressestelle
Telefon: +49 911 23 36-114
zilk@ctz-nuernberg.de

Sicherheitspersonal, Gäste- und Fahrer-Informationen sowie das Willkommenspaket für Busfahrer am Parkplatz.

Der Internetauftritt www.christkindlesmarkt.de zählt zu den beliebtesten Weihnachtsmarktseiten, und sicherlich ein Grund dafür ist die stetige Weiterentwicklung. Schon auf der Startseite ist das Thema des Tages zu finden mit Neuheiten, Geschenktipps und Ideen für den Marktbummel. Ganz neu sind fünf 360 Grad Panorama-Ansichten. In Ergänzung ist die Internet-Redaktion natürlich auch im Social Media Bereich aktiv. Die Facebook Seite zum Markt generierte durch ihre beinahe 26.000 qualitativ hochwertigen Fans eine hohe Viralität und Reichweite. Damit konnte ein Zuwachs an Kontakten von 20 Prozent zum letzten Jahr erreicht werden.

Im CTZ-Themenjahr „Kulinarik“ spielt die Genusswelt Christkindlesmarkt eine große Rolle, aber auch das passende Angebot rund um den Markt wie Lebkuchenbacken oder kulinarische Führungen finden sich im Prospekt oder im Internet. Und auch der Kulturschwerpunkt Karl IV. ist im Umfeld des Marktes gut eingebunden: vom Motivthema auf den Glühweintassen über spezielle Gästeführungen bis zur Umsetzung des historischen Stoffs als Musical „Der Kaiser und die Gauklerin“.

Mehr als 20 Journalisten aus fünf Ländern haben sich jetzt bereits zum Marktbesuch angemeldet, darunter die Deutsche Welle oder ein TV-Team von France 2. Am zweiten Wochenende im Anschluss an den „Travel Destination Germany Incoming & Brand Summit“ der Deutschen Zentrale für Tourismus in München haben internationale Journalisten die Gelegenheit, nach Nürnberg zu kommen und den Christkindlesmarkt kennenzulernen.