

PRESSE INFORMATION

tourismus.nuernberg.de

Nürnberg, 21. Februar 2019

Touristisches Jahresergebnis 2018: Neuer Rekord von 3,6 Millionen Übernachtungen in Nürnberg

- **Steigerung der Übernachtungen um 8,5 Prozent im Vergleich zu 2017**
- **Zunahme der ausländischen Übernachtungen um 10,8 Prozent**
- **Erstmals mehr als 2 Millionen touristische Ankünfte**

„Das Rekord-Ergebnis von 3,6 Millionen Übernachtungen bestätigt unsere Arbeit und die erfolgreiche Etablierung des Tourismusfonds im Jahr 2010. Wir konnten mit dieser wichtigen Säule der Tourismusfinanzierung die notwendigen Maßnahmen ergreifen, um Nürnberg erfolgreich als Städte-Destination zu positionieren“, so Yvonne Coulin, Geschäftsführerin der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg (CTZ) und Dr. Michael Fraas, der für Tourismus verantwortliche Wirtschaftsreferent der Stadt Nürnberg.

Neben dem neuen Rekord von 1.254.987 Millionen ausländischen Übernachtungen verzeichneten die Übernachtungen aus dem Inland ebenfalls eine positive Entwicklung. Sie stiegen um 7,4 Prozent auf insgesamt 2.355.626. Der Anteil der Übernachtungen aus Deutschland beträgt somit 65,2 Prozent und stellt den wichtigsten Quellmarkt für Nürnberg dar. Die touristischen Ankünfte überschritten erstmals die Marke von 2 Millionen, dank des Anstieges der inländischen Ankünfte um 7,1 Prozent (1.347.332 Ankünfte) und der ausländischen um 8,1 Prozent (653.885 Ankünfte).

Im Vergleich zum deutschlandweiten Tourismus liegt Nürnberg deutlich über dem Trend. Die deutsche Tourismusbranche verzeichnete bei den Gästeübernachtungen ein Plus von insgesamt 4,0 Prozent, wobei die inländischen Übernachtungen um 4,0 Prozent stiegen, die ausländischen um 5,0 Prozent.

Juli als stärkster Reisemonat

Erfolgreichster Monat war der Juli mit insgesamt 360.084 Übernachtungen, einem Zuwachs von 10,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Steigerung um

tourismus.nuernberg.de

knapp 41.000 Übernachtungen sorgt dafür, dass der Juli 2018 der übernachtungsstärkste Monat seit Beginn der Aufzeichnungen ist. Auf Platz zwei folgt der Dezember mit einem Plus von 4,0 Prozent (339.534 Übernachtungen). Dieser Anstieg macht ihn zum übernachtungsstärksten Dezember seit Erfassung der Statistik. Alle Monate des Jahres 2018 verzeichneten positive Zahlen, fünf Monate sogar mit zweistelligen Zuwächsen. Die Monate März und Juni überschritten erstmals die Grenze der 300.000 monatlichen Übernachtungen.

Positive Zuwachsraten in allen Quellmärkten

„Besonders erfreulich ist die durchweg positive Entwicklung aller unserer Quellmärkte. Vor allem die Steigerungen der amerikanischen, italienischen und polnischen Übernachtungen zeigen, wie wichtig der Ausbau der direkten Flugverbindungen und unsere aktiven Marktbearbeitungen sind“, sagt Yvonne Coulin. Zum ersten Mal wurde die Marke von 150.000 Übernachtungen (151.858 Übernachtungen) der amerikanischen Gäste überschritten, eine Steigerung von 11,9 Prozent im Vergleich zu 2017. Auch der Albrecht Dürer Airport Nürnberg verzeichnete 2018 einen neuen Rekord mit einem Zuwachs von 6,7 Prozent mehr Flugpassagieren. Dieser positive Trend setzt sich in den ansteigenden Übernachtungszahlen der Märkte mit direkten Flugverbindungen fort. So überschritt Italien erstmals die Marke von 100.000 Übernachtungen mit einer Steigerung von 10,6 Prozent (109.409 Übernachtungen) und Polen etablierte sich erstmals im Ranking der Top-Ten-Herkunftsländer. Mit einem starken Plus von 36,6 Prozent (37.513 Übernachtungen) verdrängt der polnische Markt Russland von Platz zehn auf elf.

Die Zuwachsraten der anderen europäischen Märkte sehen wie folgt aus: Großbritannien plus 6,3 Prozent (99.139 Übernachtungen), Österreich plus 11,3 Prozent (81.499 Übernachtungen), Spanien plus 13,1 Prozent (58.328 Übernachtungen) und Frankreich plus 12,1 Prozent (45.809 Übernachtungen). China, nach wie vor Nürnbergs wichtigster asiatischer Markt, verzeichnete ein Plus von 5,2 Prozent (58.228 Übernachtungen). Im Vorjahr verbuchten der niederländische und schweizerische Markt einen Rückgang. 2018 übernachteten wieder 1,2 Prozent mehr niederländische Gäste (60.903 Übernachtungen) in Nürnberg, die Übernachtungen der Schweizer stiegen um 3,8 Prozent (55.054 Übernachtungen).

Die positive Entwicklung des Marktes Südkorea im Jahr 2017 hat sich nicht bestätigt. Aufgelaufen zeigt sich ein Minus von 9,3 Prozent bei den Übernachtungen südkoreanischer Gäste.

Video-Kampagne „Gast.Freunde.Nürnberg“

Im Jahr 2018 stellte die CTZ mit der Kampagne „Gast.Freunde.Nürnberg“ Nürnbergs Gastgeber in den Mittelpunkt ihrer Marketingaktivitäten. „Durch die zunehmende Digitalisierung entstehen für uns neue Herausforderungen und Aufgaben. Hinzu kommt der Trend der Localhood, das heißt Touristen wollen zu „Einheimischen auf Zeit“ werden, um eine emotionale Verbindung zur Destination herzustellen. Deswegen geben wir mit unserer Video-Kampagne unseren Hoteliers, die ihre Stadt am besten kennen, die Möglichkeit, tolle Geschichten zu erzählen, ihre Lieblingsplätze zu verraten und der Destination ein individuelles Gesicht zu geben“, sagt Yvonne Coulin.

Acht Hoteliers, von großen Kettenhotels und kleinen, privat geführten Häusern, präsentierten als Testimonial des Monats unter dem Hashtag #SeiMeinGast ihre Geschichten, Häuser und persönlichen Lieblingsorte. Mit dabei waren neben einem Club Fan, auch ein tätowierter Rockstar, ein Hobbyflorist und die Hündin Fanny. In kurzen Videos, Eigenproduktionen der CTZ, nahmen die Testimonials den Zuschauer mit auf einen Spaziergang durch die Nachbarschaft ihrer Hotels. Neben einer interaktiven Karte sind unter <https://tourismus.nuernberg.de/buchen/deine-gastgeber/> alle Tipps mit weiteren Informationen aufgelistet. Die Nutzung von Instagram als Foto- und Video-Plattform lernten die Mitglieder der Tourismus-Zentrale in verschiedenen Workshops, die von Mitarbeitern der CTZ angeboten wurden, kennen. Mit Start der Kampagne haben zahlreiche Nürnberger Hotels eigene Instagram-Kanäle gestartet. Im Laufe des Jahres 2019 erzählen weitere Testimonials spannende Geschichten.

Fokus auf digitales Marketing 2019

In diesem Jahr liegt der Schwerpunkt der Marketing-Aktivitäten der CTZ auf dem weiteren Ausbau der digitalen Strategie. Für die Quellmärkte Italien, Niederlande, Österreich, Schweiz, Spanien, USA und Polen wurden Digital-Pakete der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) gebucht. Diese ermöglichen es Nürnberg, sich mit inspirierendem Bild- und Video-Content zielgenau in den verschiedenen Märkten online zu positionieren. Zudem setzt die CTZ die Schulung der touristischen Leistungsträger zum Thema Instagram- und Videomarketing fort.

Weiterführende Links

Alle monatlichen Übernachtungszahlen für Nürnberg 2018:

<https://tourismus.nuernberg.de/pressroom/pressematerial/zahlenstatistiken/>

Video-Kampagne „Gast.Freunde.Nürnberg“:

<https://tourismus.nuernberg.de/buchen/deine-gastgeber/>

Über die Congress- und Tourismus-Zentrale

Die Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg (CTZ) ist wichtiger Partner der Tourismusbranche in Nürnberg und als dieser für die nationale und internationale Vermarktung in den Bereichen Einzel- und Gruppenreisen sowie im Tagungs- und Kongresswesen zuständig. Zudem bietet die CTZ neben dem Betrieb zweier Tourist Informationen auch umfassende Serviceleistungen an. Der 1904 gegründete Verkehrsverein Nürnberg e.V. fungiert als Kompetenzzentrum für seine rund 300 Mitglieder aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Wirtschaft und Kultur.

Für das Jahr 2018 konnte Nürnberg mit 3,6 Millionen Übernachtungen erneut einen Rekord verzeichnen. Damit festigt die Stadt ihre Position in den Top 10 der wichtigsten deutschen Tourismusstädte. Mehr Informationen in Deutsch und Englisch finden Sie in unserem Pressroom unter: <https://tourismus.nuernberg.de/pressroom/> und auf unseren Social-Media-Kanälen Facebook (@tourismus.nuernberg), Instagram (@nuernberg_travel) und Twitter (@Nuernberg_Info).

Pressekontakt:

Sarah Mörsdorf | PR und Kommunikation | Frauentorgraben 3 | 90443 Nürnberg
Telefon: +49 (0) 911 2336 139 | E-Mail: moersdorf@ctz-nuernberg.de