

# PRESSE INFORMATION

tourismus.nuernberg.de

Nürnberg, 04. März 2021

## **Jahresergebnis 2020: Tourismusstandort Nürnberg durch Corona-Pandemie schwer getroffen**

- **Übernachtungen gehen um 57,8 Prozent auf 1,5 Millionen zurück**
- **Touristische Ankünfte sinken um 59,4 Prozent auf 800.000**
- **Durchschnittliche Bettenauslastung liegt bei 23,7 Prozent (Vorjahr: 51,8 Prozent)**
- **Drei strategische Kampagnen für 2021 geplant**

„Die Auswirkungen der Corona-Pandemie haben den Tourismus weltweit getroffen. Als Städtedestination sowie als Messe- und Kongressstadt mit einem Übernachtungsanteil von 70 Prozent Business-Reisender ist Nürnberg im Vergleich zu den Tourismusregionen besonders schwer betroffen,“ sagt Yvonne Coulin, Geschäftsführerin der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg (CTZ). Im direkten Vergleich mit den zehn größten Städtedestinationen in Deutschland landete Nürnberg bei den Übernachtungen auf Platz fünf. Durchschnittlich haben die Städtedestinationen 55,8 Prozent weniger Übernachtungen zu verzeichnen.

Deutlich werden die dramatischen Auswirkungen durch eine in Auftrag gegebene Berechnung des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institutes für Fremdenverkehr e. V. (dwif e. V.) für Nürnberg. Von März bis Dezember 2020 betragen die Umsatzaufälle im Übernachtungs- und Tagestourismus rund 819 Millionen Euro.

### **Geplante Kampagnen für 2021**

„Aufgrund unserer Erkenntnisse aus der aktuellen Marktforschung und dem daraus zu erwartenden neuen Reiseverhalten fußen unsere Marketing-Kampagnen in diesem Jahr auf drei Säulen: dem Tourismus unter dem Hashtag #Stadtglück, dem Business-Bereich mit Tagungen und Kongressen sowie dem

tourismus.nuernberg.de

Neuentdecken der Nürnberger Innenstadt unter dem Titel „Lebendige Stadt“, sagt Yvonne Coulin.

Bei den Quellmärkten wird der Fokus in diesem Jahr auf Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden liegen. Nachhaltig weiterentwickelt wird die Kampagne „Dein #Stadtglück in Nürnberg“ aus dem Vorjahr mit den Themen „Kultur“, „Kulinarik“ und „Outdoor Active“. Über analoge und digitale Kanäle wird zur einer Städtereise nach Nürnberg inspiriert. Angesprochen werden hier klassische Städtereisende, aber auch neue Zielgruppen, die Nürnberg neu entdecken sollen.

Um die MICE-Branche (Meetings, Incentives, Conventions und Events) zu stärken, legt eine weitere Kampagne mit dem Titel „Tagen in Nürnberg“ und dem Hashtag #MeetNuremberg den Fokus auf die Möglichkeiten von Tagungen und Kongressen in Nürnberg.

Ein gemeinsames Projekt mit der Nürnberger City-Werkstatt ist die digitale Kampagne „Lebendige Stadt“, die verschiedene Quartiere in der Innenstadt in den Vordergrund stellt und ein attraktives Erlebnis für alle Besucher schaffen soll.

### **Positiver Start ins Jahr 2020, dramatische Einbrüche durch Lockdowns**

Das Jahr 2020 startete positiv mit einem Plus von 6,2 Prozent bei den Übernachtungen (237.721) im Januar. Grund hierfür war u. a. das Stattfinden der Internationalen Spielwarenmesse. Mit Inkrafttreten des ersten Lockdowns zum 18. März 2020 und den damit verbundenen Einschränkungen verzeichnete der April mit einem Minus von 92,2 Prozent (20.932 Übernachtungen) den stärksten Rückgang aller Monate im vergangenen Jahr.

Als Folge der Öffnungen nach dem ersten Lockdown ab dem 11. Mai 2020 zeigen die Zahlen der normalerweise sehr starken Sommermonate folgende Ergebnisse: Juli Minus 50,9 Prozent (179.366 Übernachtungen) und August Minus 39,7 Prozent (193.052 Übernachtungen).

Aufgrund des Lockdowns Light ab dem 2. November 2020, des zweiten harten Lockdowns ab dem 16. Dezember 2020 sowie der Absage des Christkindlesmarktes verzeichnete der Dezember 2020 ein Minus von 90,7 Prozent (31.969 Übernachtungen).

## **Steigender Trend zu Reisen innerhalb Deutschlands**

Im Krisenjahr 2020 bewährte sich der wichtigste Quellmarkt Nürnbergs, Deutschland, als Stütze. Mit 1.122.709 Übernachtungen stiegen die Übernachtungen deutscher Gäste von 66 Prozent im Vorjahr auf einen Anteil von 75 Prozent an, da die Deutschen aufgrund der Beschränkungen ihren Urlaub hauptsächlich im Inland verbrachten. Die ausländischen Märkte verloren insgesamt 68,4 Prozent (379.285 Übernachtungen), wobei Europa ein Minus von 62,5 Prozent (305.443 Übernachtungen) und Asien ein Minus von 81,4 Prozent (31.209 Übernachtungen) aufweisen. Die Ergebnisse der Top Drei-Auslandsmärkte Nürnbergs sind wie folgt: USA Minus 81 Prozent (26.071 Übernachtungen), Italien Minus 72 Prozent (30.379 Übernachtungen) und Österreich Minus 66,3 Prozent (26.066 Übernachtungen).

## **Digitale Kampagnen zur Unterstützung der Tourismusbranche**

Um in den beiden Lockdown-Phasen im Frühjahr und Winter die Branche vor Ort zu unterstützen, implementierte die CTZ die Webseite „Zusammen & Miteinander“. Hier wurden alle aktuellen Angebote der Gastronomie, digitale Kulturformate, Hotellerie und des Einzelhandels präsentiert und über Social-Media-Kanäle sowie lokale Influencer unter dem Hashtag #SupportYourLocals kommuniziert. Parallel dazu zielte ein Video unter dem Titel „Nürnberg vermisst Dich“ darauf ab, bei potenziellen Gästen Lust auf Nürnberg zu machen. Das Video wurde über die eigenen Social-Media-Kanäle gespielt und kam weltweit zum Einsatz.

Zur Ankurbelung des Tourismus nach Aufhebung des Lockdowns zu Pfingsten startete die CTZ die digitale Kampagne „Dein #Stadtglück in Nürnberg“. Die Städtedestination wurde mit den Themen „Outdoor Active“, „Kulinarik“ und „Entdecken“ auf den Online-Kanälen der CTZ sowie durch Blogger-Kooperationen vermarktet.

Mit der Bekanntgabe der Absage des Christkindlesmarktes entwickelte die CTZ, gemeinsam mit dem Marktamt und Presseamt der Stadt Nürnberg, Ideen für einen digitalen Weihnachtsmarkt. Es entstanden u. a. eine erweiterte digitale Budensuche, ein Imagevideo „Der Christkindlesmarkt vermisst Dich“, ein

Adventskalender mit dem Christkind sowie das Christkindlesmarkt-Paket „Das Gefühl für Zuhause“, um den Markt nach Hause zu den Menschen zu bringen.

### **Weiterführende Links**

Alle monatlichen Übernachtungszahlen 2020 für Nürnberg:

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

Landingpage „Zusammen & Miteinander“:

<https://tourismus.nuernberg.de/informieren/zusammen-miteinander/>

Dein #Stadtglück in Nürnberg: <https://nuernberg.travel/stadtglueck>

### 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 einer Tourist Information 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. Nürnberg gehört zu 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) #nuernberg\_travel #Stadtglück #tastenuernberg

### **Pressekontakt:**

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