



Pressekonferenz zum Tourismusergebnis 2022

02. März 2023

Dr. Michael Fraas

Wirtschafts- und Wissenschaftsreferent der Stadt Nürnberg

Yvonne Coulin

Geschäftsführerin der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg

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

3.084.762
Übernachtungen

im Vergleich zu 2021: +106,1 %

im Vergleich zu 2019: - 13,4 %

2022: Gäste sind wieder zurück in Nürnberg



1.652.646
Ankünfte

im Vergleich zu 2021: +107,6 %

im Vergleich zu 2019: - 16,9 %



Nürnberg funktioniert als Städtereiseziel



Quelle: Florian Trykowski

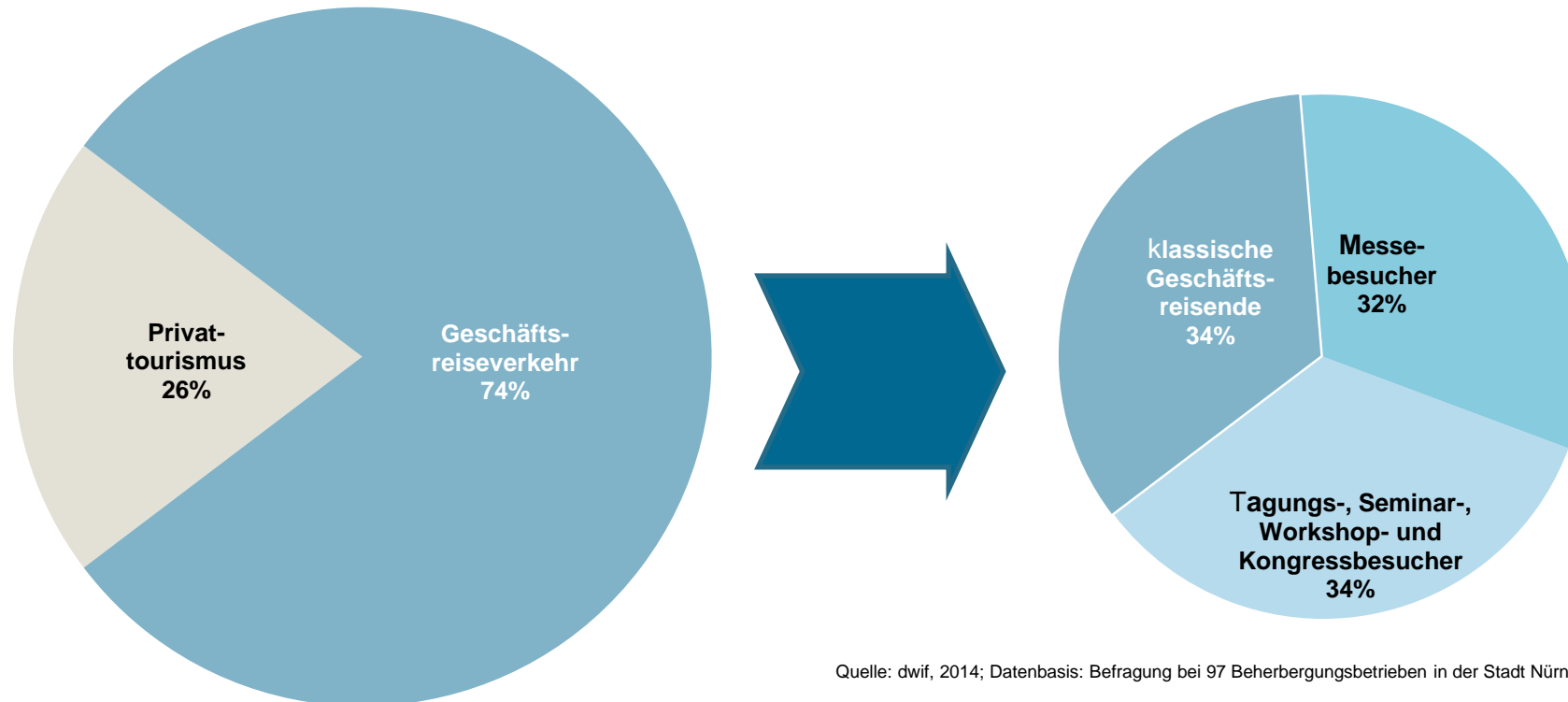
- Positive Entwicklung in den „Leisure“-Monaten
- Übernachtungsstärkster August aller Zeiten
- Starker Dezember auf Rang 3 unterstreicht die hohe Anziehungskraft des Nürnberger Christkindlesmarktes

Hohe Bedeutung des Geschäftsreiseverkehrs



Positive Entwicklung im Leisure Bereich kann pandemiebedingte Schwächung des Geschäftsreiseverkehrs nur abmildern – nicht ausgleichen

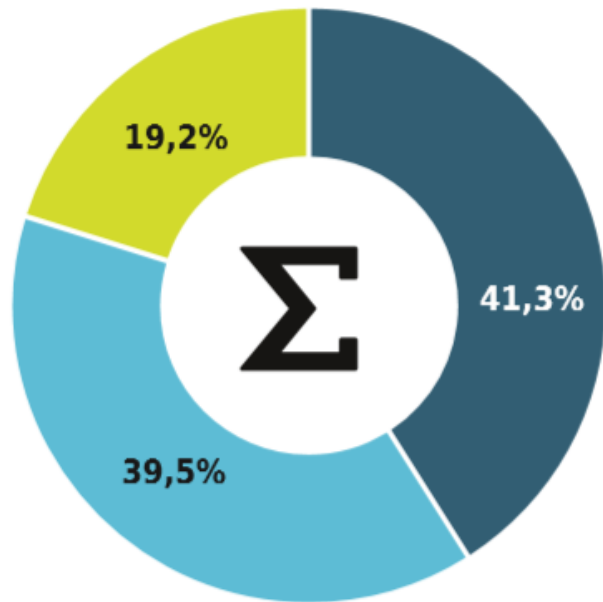
Zusammensetzung der Übernachtungszahlen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben



Quelle: dwif, 2014; Datenbasis: Befragung bei 97 Beherbergungsbetrieben in der Stadt Nürnberg

Tourismus stärkt Einzelhandel, Gastgewerbe und den Dienstleistungssektor in Nürnberg

Touristischer Umsatz für
Nürnberg im Jahr 2019
rund 2,1 Mrd. Euro



	Gastgewerbe	873,0 Mio. €
	Einzelhandel	836,1 Mio. €
	Dienstleistungen	405,7 Mio. €

Weiterentwicklung der Destination

Multifunktionalität der Stadt als Zukunftsfaktor

Für Nürnbergerinnen und Nürnberger

Stadtentwicklung

Aufenthaltsqualität, Ambiente,
Erlebnisqualität, Kultur, ...



Infrastruktur

Messe, Kongresswesen, Airport,
Personenschiffahrtshafen, ÖPNV

Für Gäste aus Nah und Fern

IFH-Studie „Vitale Innenstädte 2022“ stellt Nürnberger Innenstadt ein gutes Zeugnis aus



Gesamtattraktivität
gut

- Gute Noten für Aufenthaltsqualität, Ambiente und Flair.
=> Innenstadt ist attraktiv, sicher, erlebnisreich, familienfreundlich, lebendig und touristisch attraktiv
- Gäste in der Nürnberger Innenstadt sind jünger als in den vergleichbaren Städten

Attraktive Innenstadt in Zahlen

No. 1
Einzelhandels-
zentralität 

4,5% 
Geringe Leerstandsquote

No. 2 
Umsatzkennziffer

250.000m²
 Verkaufsfläche

11,3 Mio.
Passantinnen
und Passanten 

460 
Einzelhandels-
betriebe

 **6,5 km**
Fußgängerzone

285 
Gastronomische Betriebe

Nürnberger City Werkstatt



Steigerung der
Aufenthaltsqualität



Verbesserung der
Erlebnisqualität



Aktivierung der
Innenstadtquartiere



Generierung von
Innovationen für die
Innenstadt



Erhöhung der
Convenience



Das Besondere an der Nürnberger City Werkstatt



**Neues Rollen-
verständnis der
Akteurinnen und Akteure**



**Motto:
„einfach machen“**



**Ausprobieren und
Prototypen schaffen**



branchenübergreifend

Summer Street Adlerstraße



Nürnberger
City Werkstatt 

Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium
für Wohnen, Bau und Verkehr



Lebendiger Platz



Nürnberger
City Werkstatt 



Pop-Up-Stores



Nürnberger
City Werkstatt 

Gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium
für Wohnen, Bau und Verkehr



1. Festival für Circus und Straßentheater



Nürnberger
City Werkstatt 

Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium
für Wohnen, Bau und Verkehr



Klaragassenfest 2022



Nürnberger
City Werkstatt 

Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium
für Wohnen, Bau und Verkehr



Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur



Gelungener Re-Start am
Messestandort Nürnberg



Erholung am **Albrecht-Dürer--
Airport Nürnberg** mit über
3,2 Mio. Passagieren und neuen
Strecken

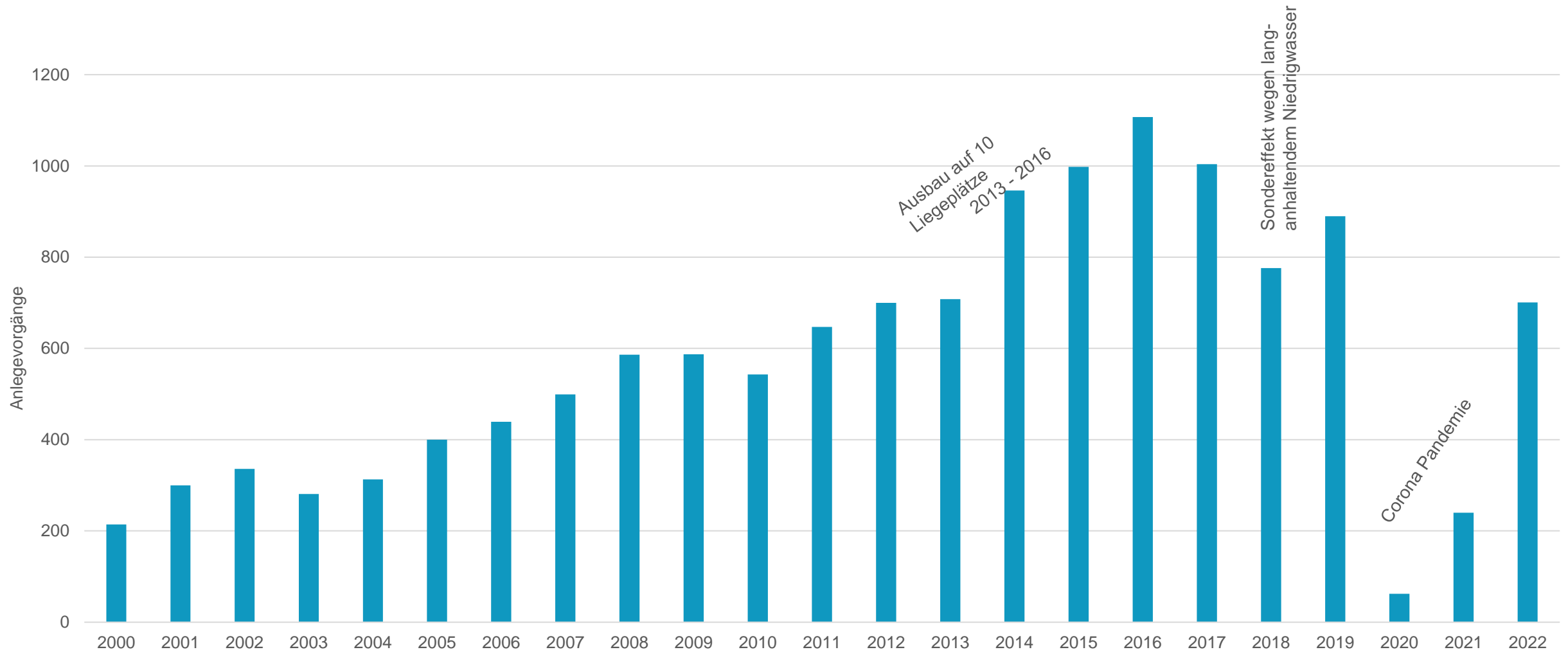


Comeback am
Personenschiffahrtshafen



Potenzialmarkt Kongress
Nachgewiesene **Angebotslücke** im
Segment 500 bis 1.000
Teilnehmerinnen und Teilnehmer
besteht unverändert

Anlagevorgänge seit 2000



Fazit: Tourismus ist mehr als ein Wirtschaftsfaktor



atmosphäre
lebensqualität
belebung der stadt
vibrant city

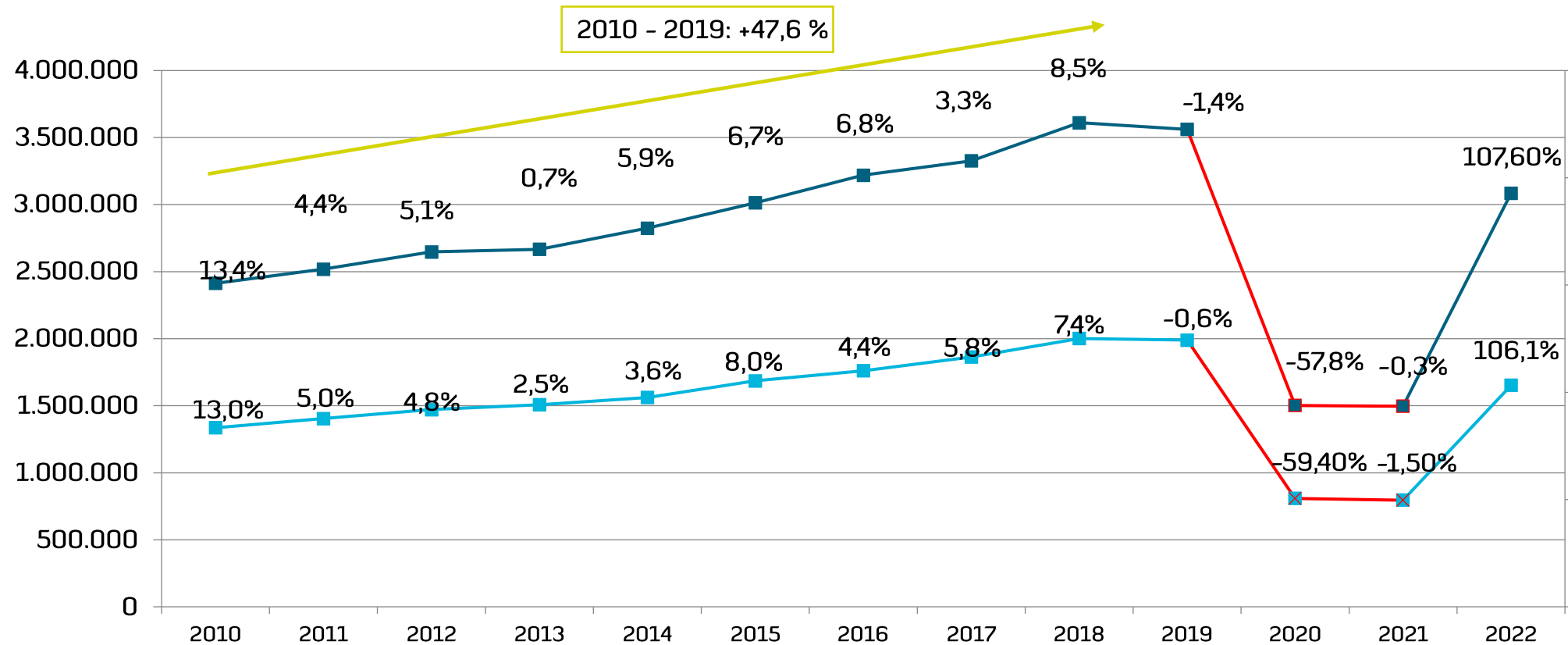
tourismus

Unser Ziel:
Nürnberg als lebendige Stadt für
Bürgerinnen und Bürger und
Gäste aus Nah und Fern
qualitativ und mit Augenmaß
weiterentwickeln.

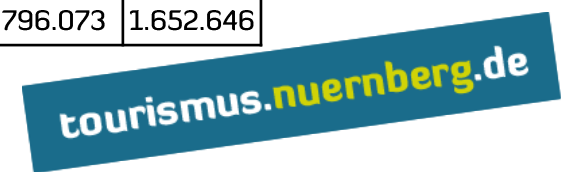
An aerial photograph of a historic town, likely in Central Europe, characterized by dense, multi-story buildings with prominent red-tiled roofs. The architecture is traditional, with many windows and gabled structures. A prominent stone tower, possibly a watchtower or part of a castle, stands out in the upper right quadrant. The town is surrounded by greenery, including trees and a park-like area with a path. A road with parked cars is visible on the right side. The overall scene is bright and sunny, suggesting a clear day.

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

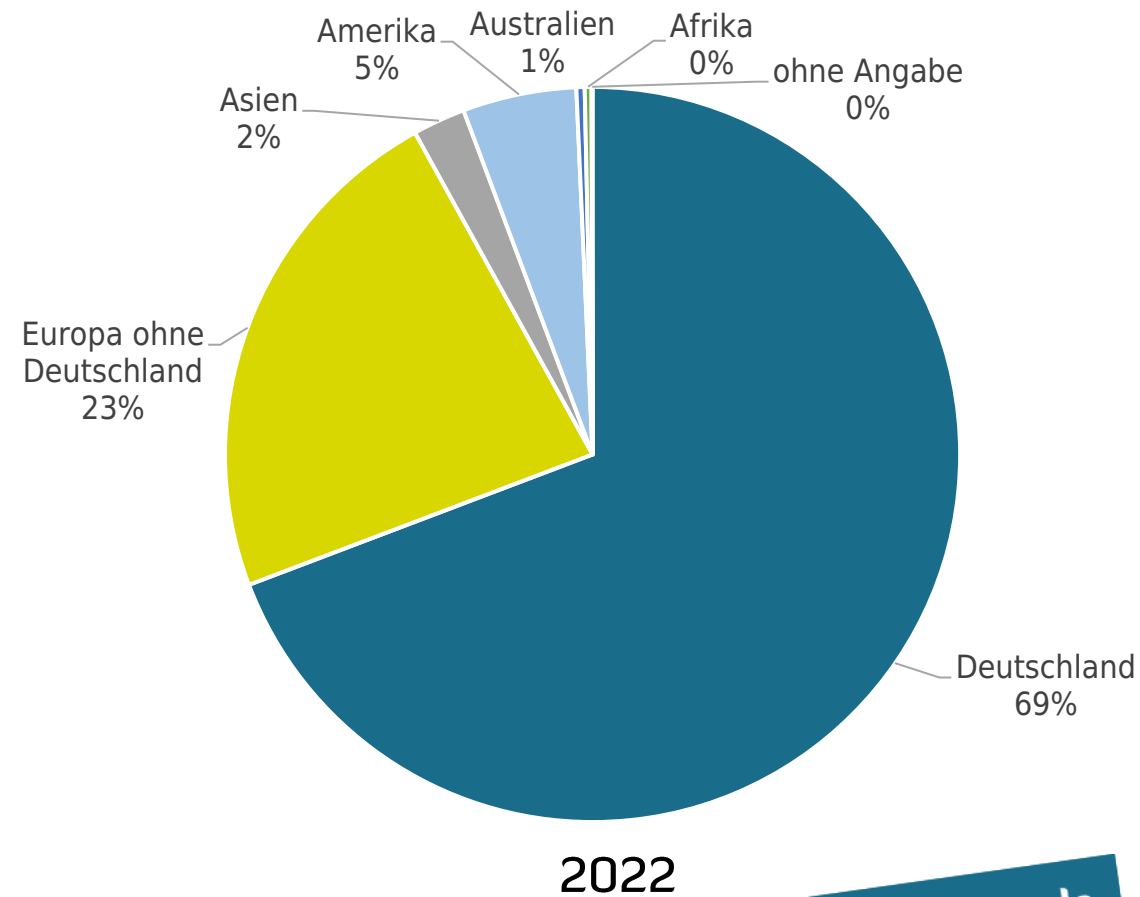
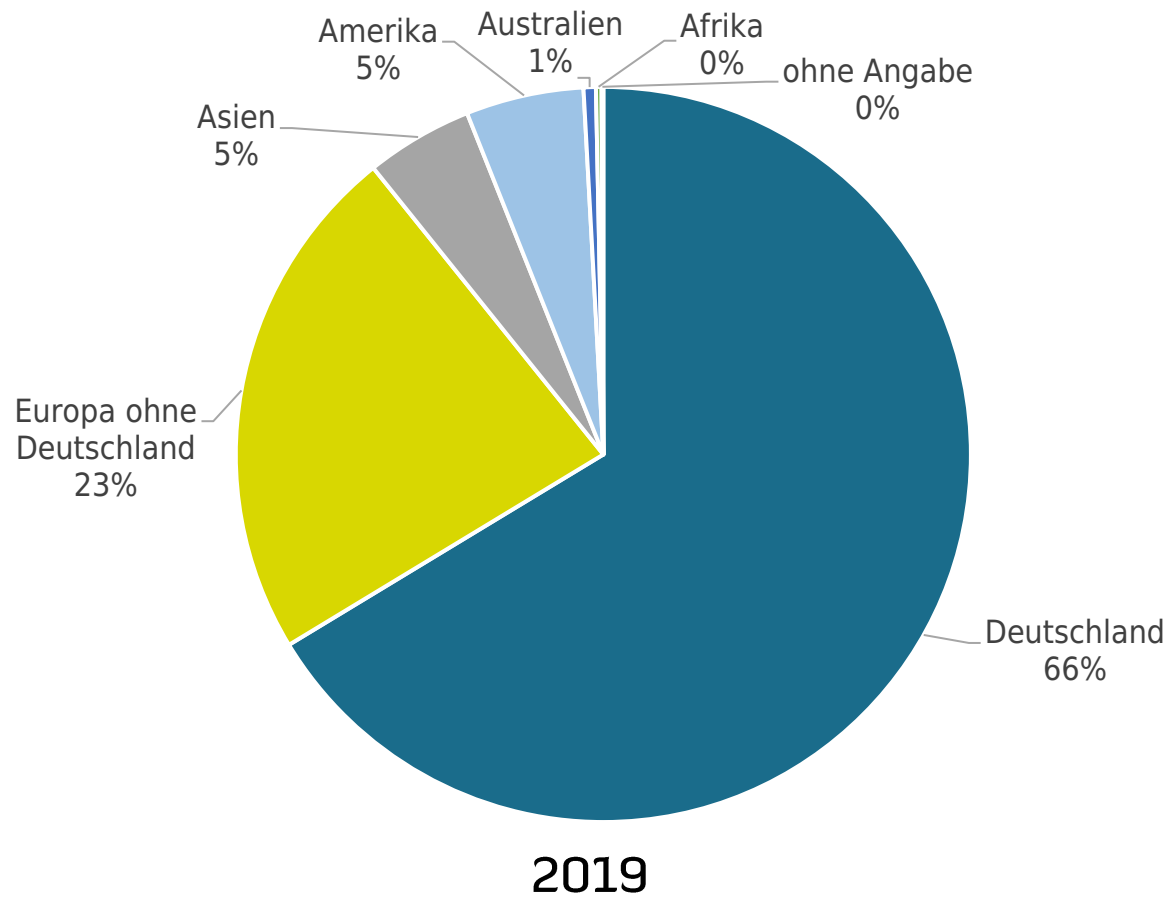


Übernachtungen 2022

	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

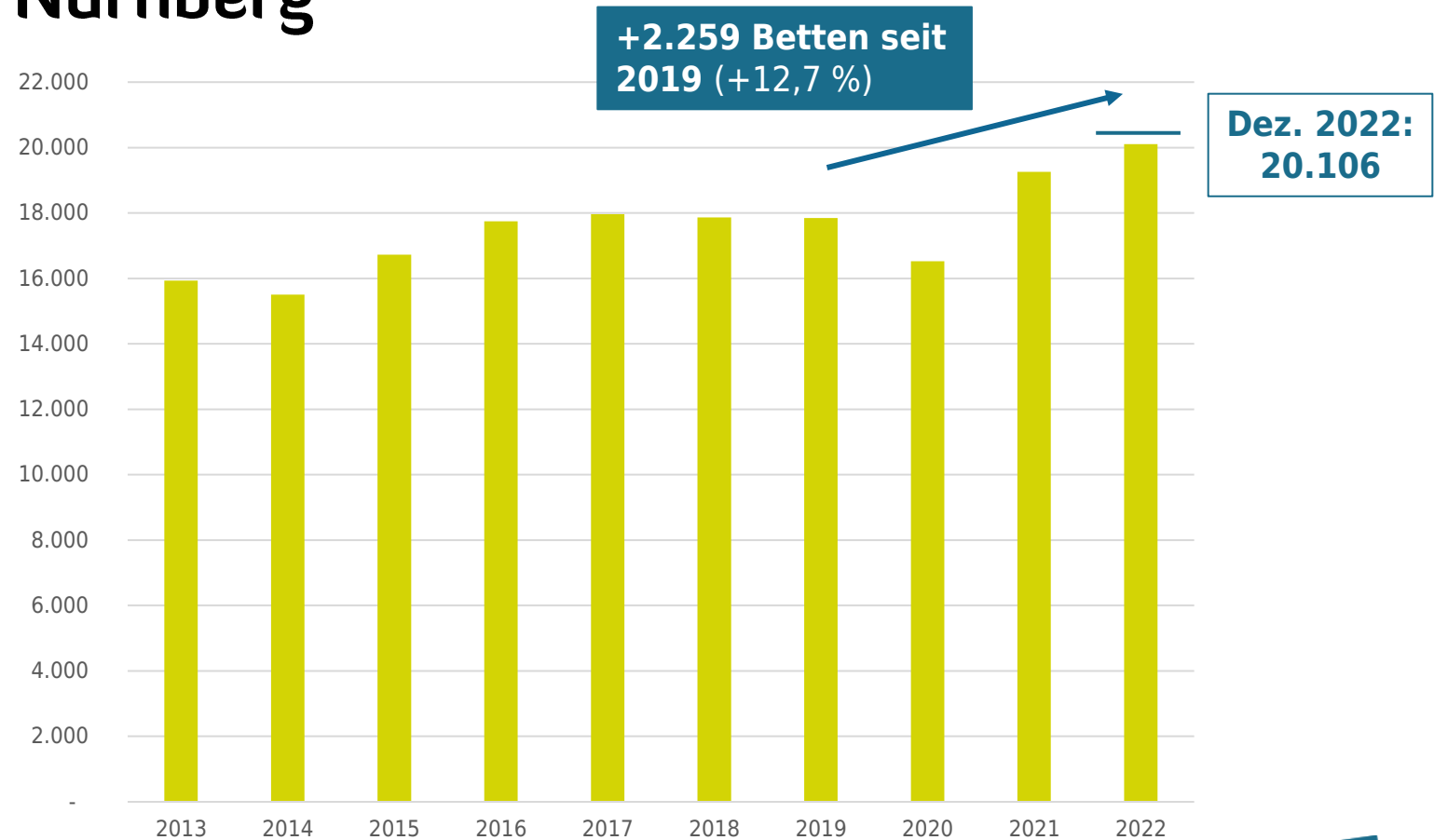
Übernachtungen nach Herkunftsländern

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

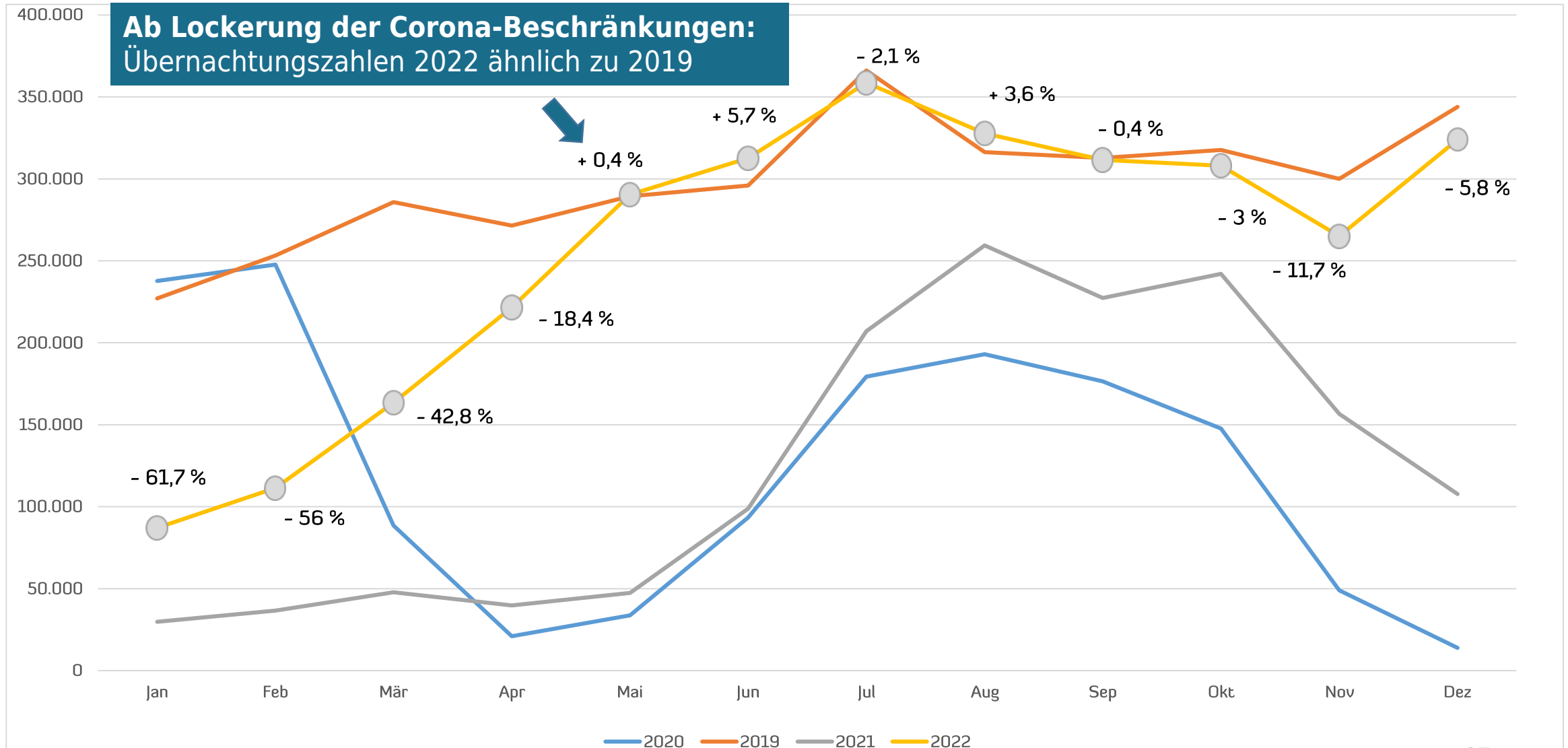
Entwicklung der Bettenanzahl in Nürnberg



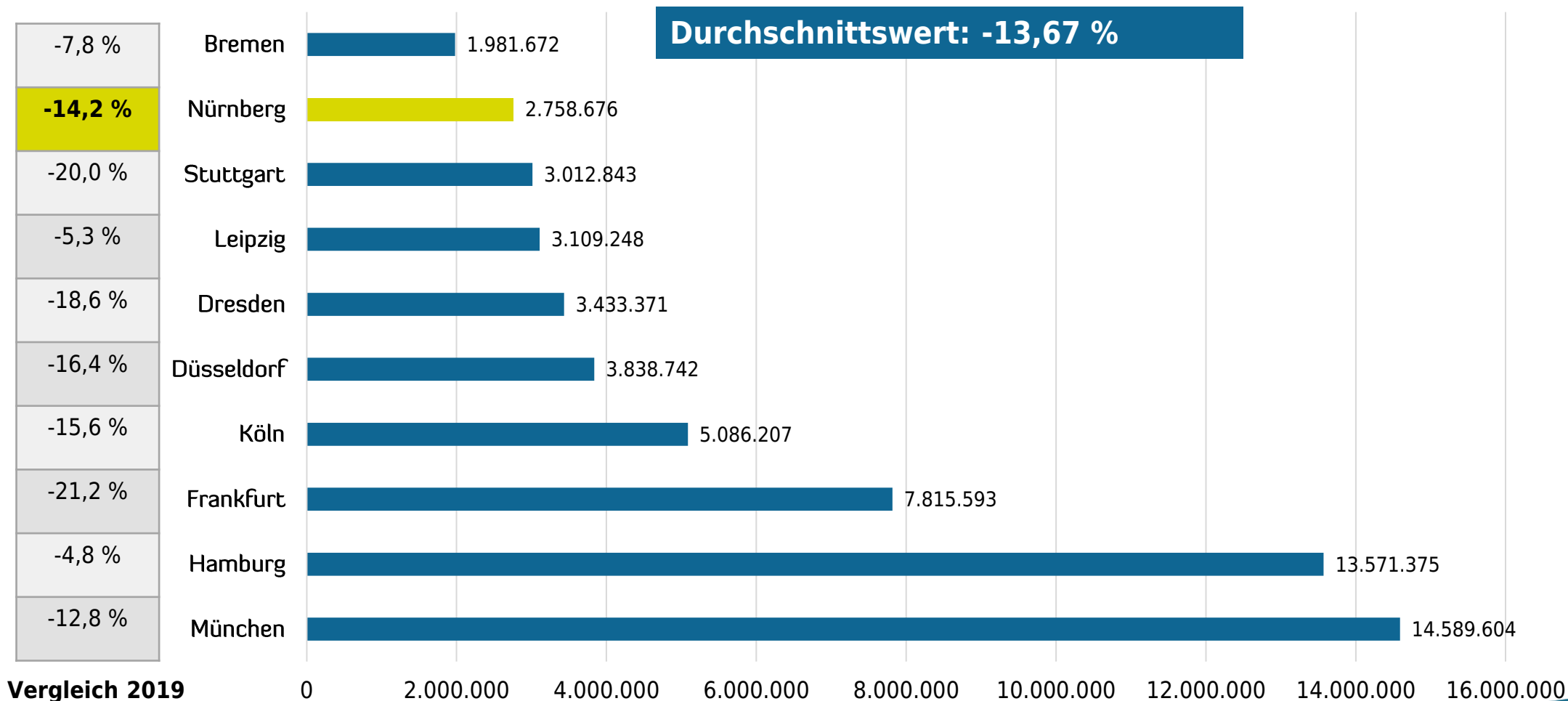
Dezemberwerte (Hotellerie) aus der offiziellen Statistik des Bayerischen Landesamt für Statistik

tourismus.nuernberg.de

Monatliche Übernachtungsentwicklung 2019 bis 2022



Tourismusentwicklung: Benchmark Magic Cities



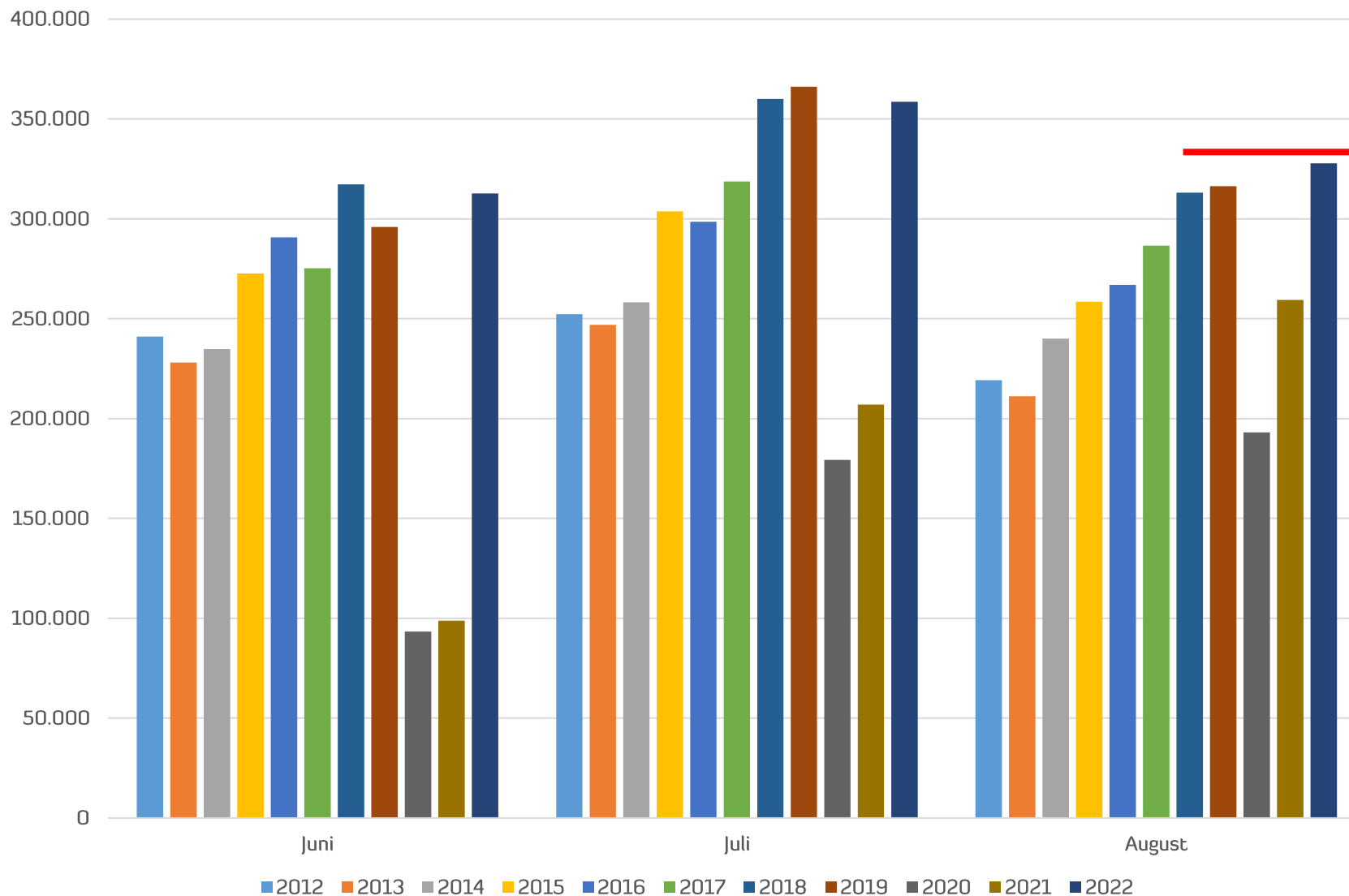
Übernachtungen von Januar bis November 2022

tourismus.nuernberg.de

A scenic view of a river at dusk. On the right, a large, multi-story wooden building with many windows and balconies is reflected in the water. In the background, a bridge with a modern design spans the river. Several small boats, including red and blue ones, are docked along the left bank. The sky is a mix of blue and orange, suggesting sunset. The overall atmosphere is peaceful and picturesque.

Der Sommer 2022

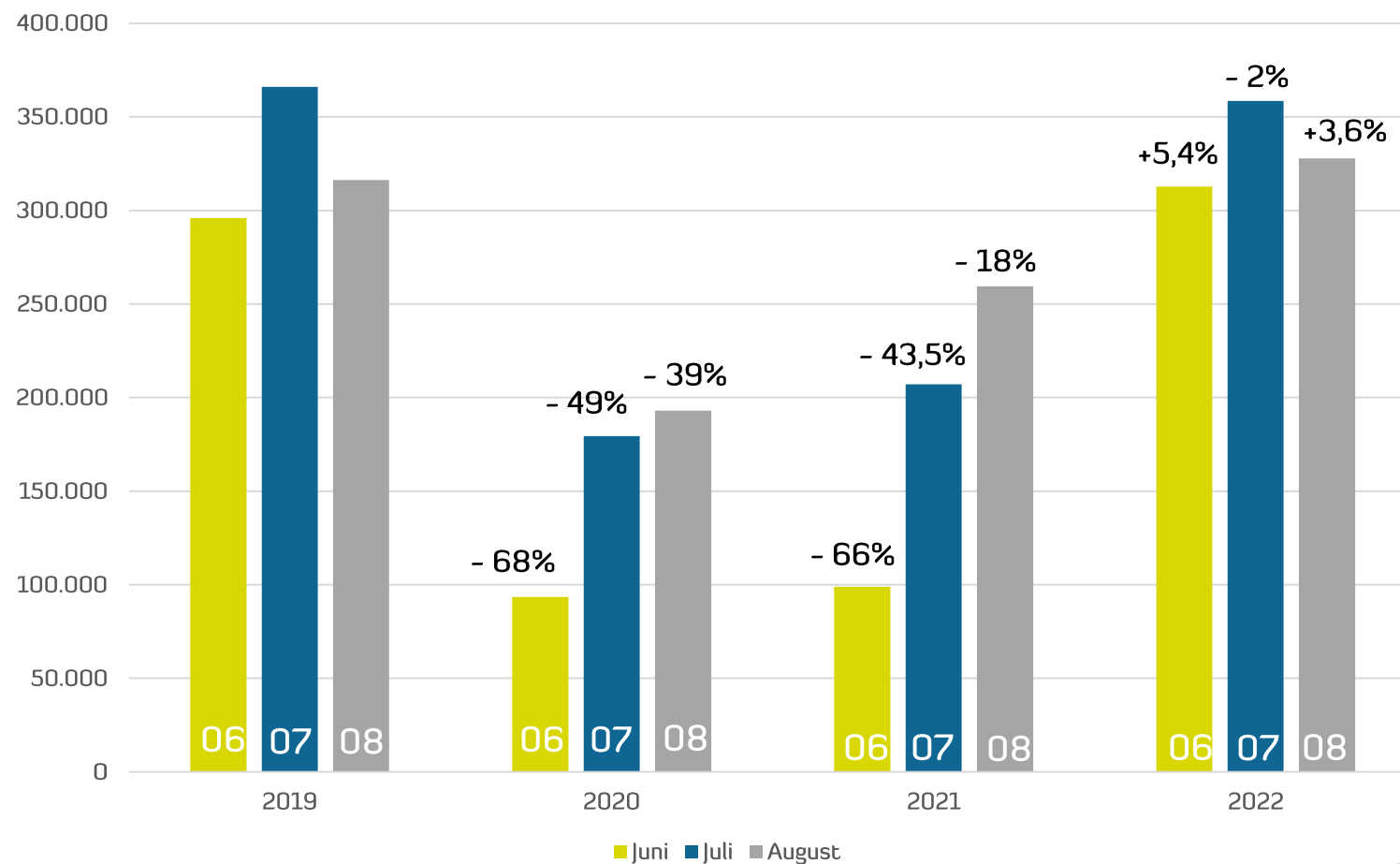
Entwicklung der Sommermonate



Stärkster August seit
Aufzeichnung der
Übernachtungsstatistik

tourismus.nuernberg.de

Vergleich Sommermonate 2019 bis 2022



Prozentzahlen im Vgl. zu 2019

tourismus.nuernberg.de

Leitmessen 2022

Sommer-Messen

embedded world	statt 15.3-17.3. verschoben auf 21.6.-23.6.
FENSTERBAU FRONTALE & HOLZ-HANDWERK	Statt 29.3.-01.4. verschoben auf 12.7.-15.7.
STADTLANDBIO	Statt 16.2.-17.2. verschoben auf 27.7.-28.7.
BIOFACH & VIVANESS	Statt 15.2.-18.2. verschoben auf 26.7.-29.7.
GaLaBau	14.9.-17.9.
POWTECH	Statt 30.8.-01.9. verschoben auf 27.9.-29.9.
Chillventa	11.10.-13.10.
Consumenta	verkürzt auf 26.10.-30.10.
SPS	Statt 22.11.-24.11. verschoben auf 08.11.-10.11.

Deutsche Schulferien 2022

Sommerferien in Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, NRW, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein

Sommerferien in allen Bundesländern außer Bayern

Herbstferien in Mecklenburg-Vorpommern, NRW, Schleswig-Holstein

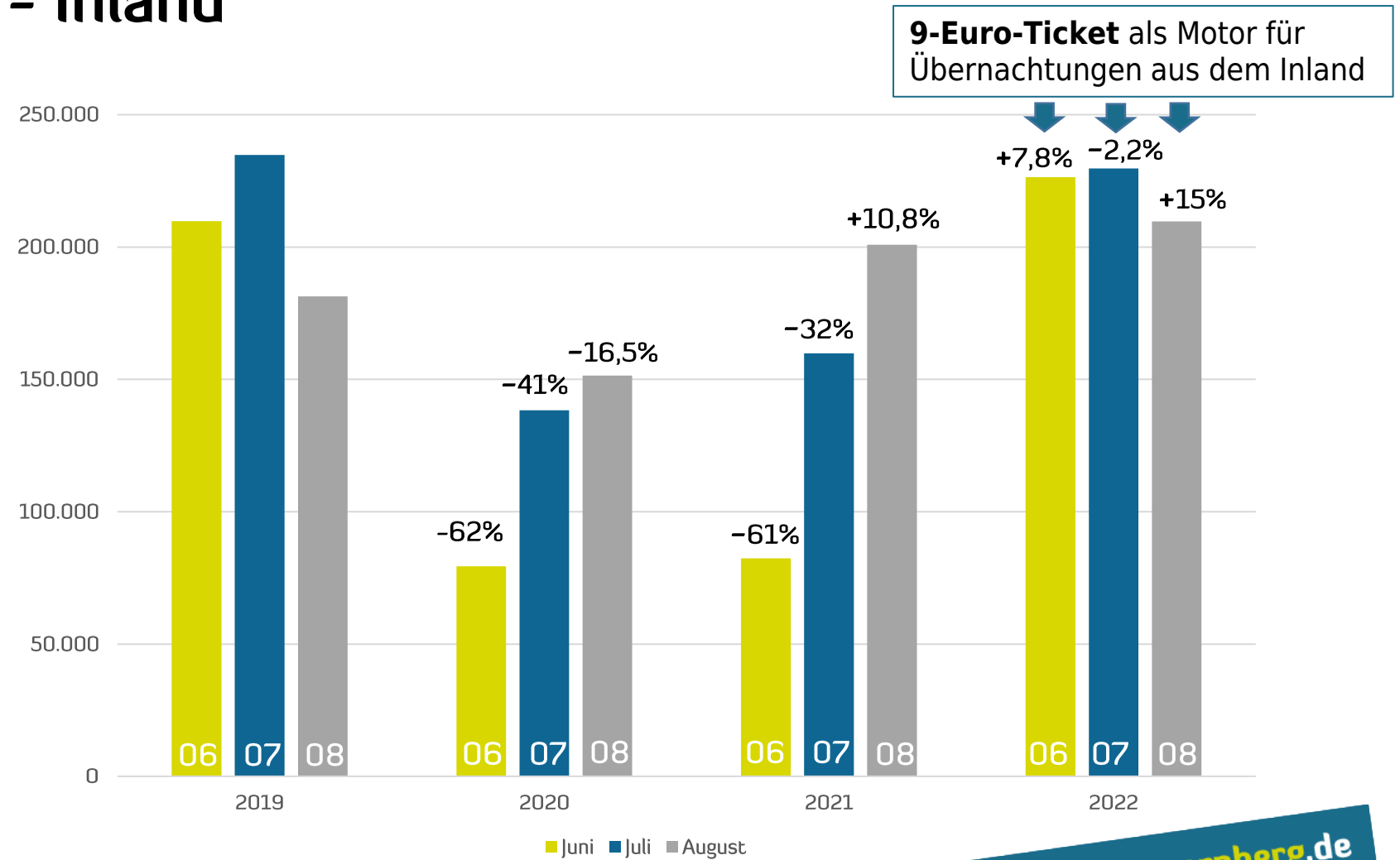
Herbstferien in Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen

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



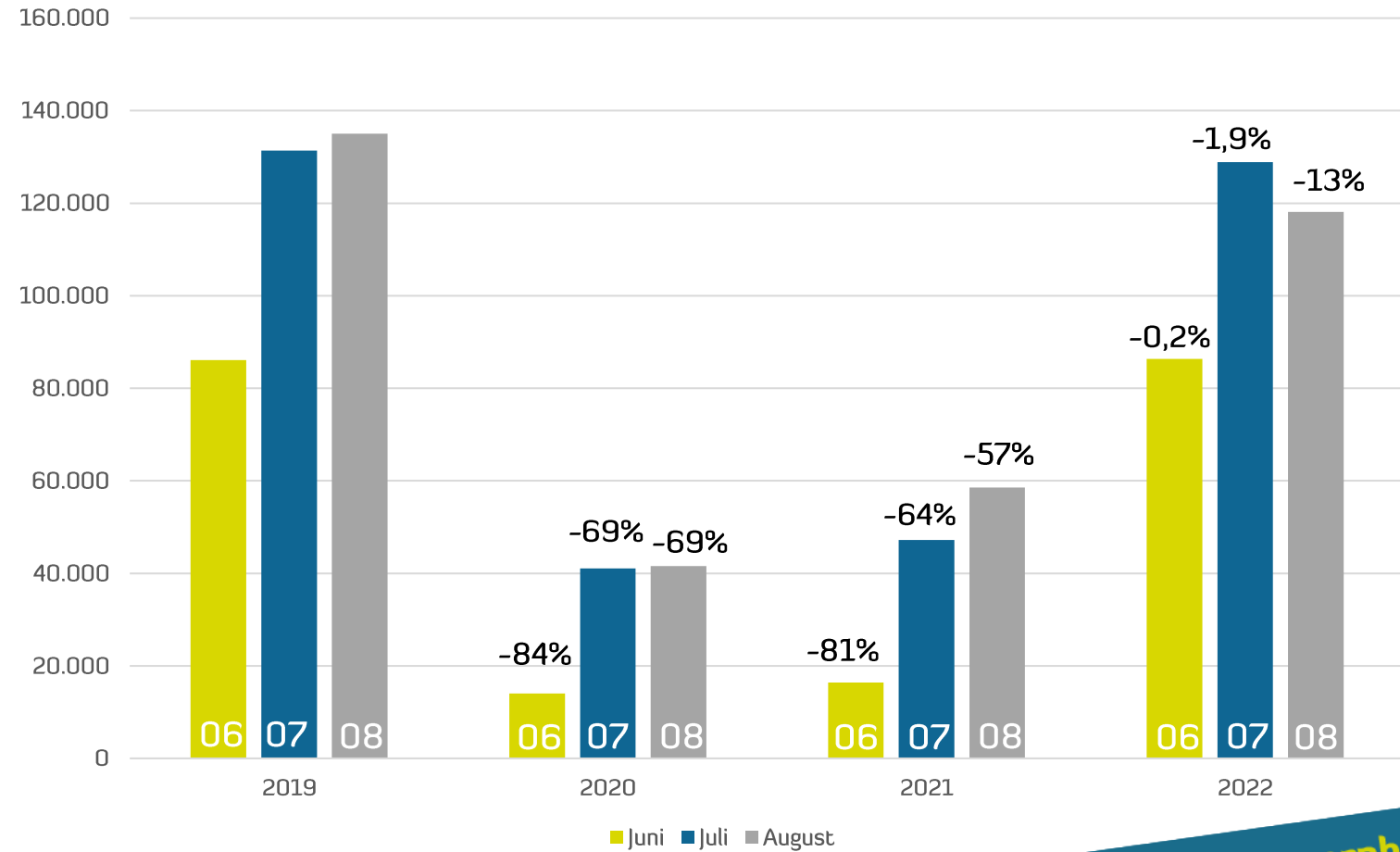
Vergleich Sommermonate 2019 bis 2022

- Inland





Vergleich Sommermonate 2019 bis 2022 - Ausland













Prozentzahlen im Vgl. zu 2019

Quelle: Amt für Statistik Bayern

tourismus.nuernberg.de

Übernachtungen im Sommer 2022 nach Herkunftsländern

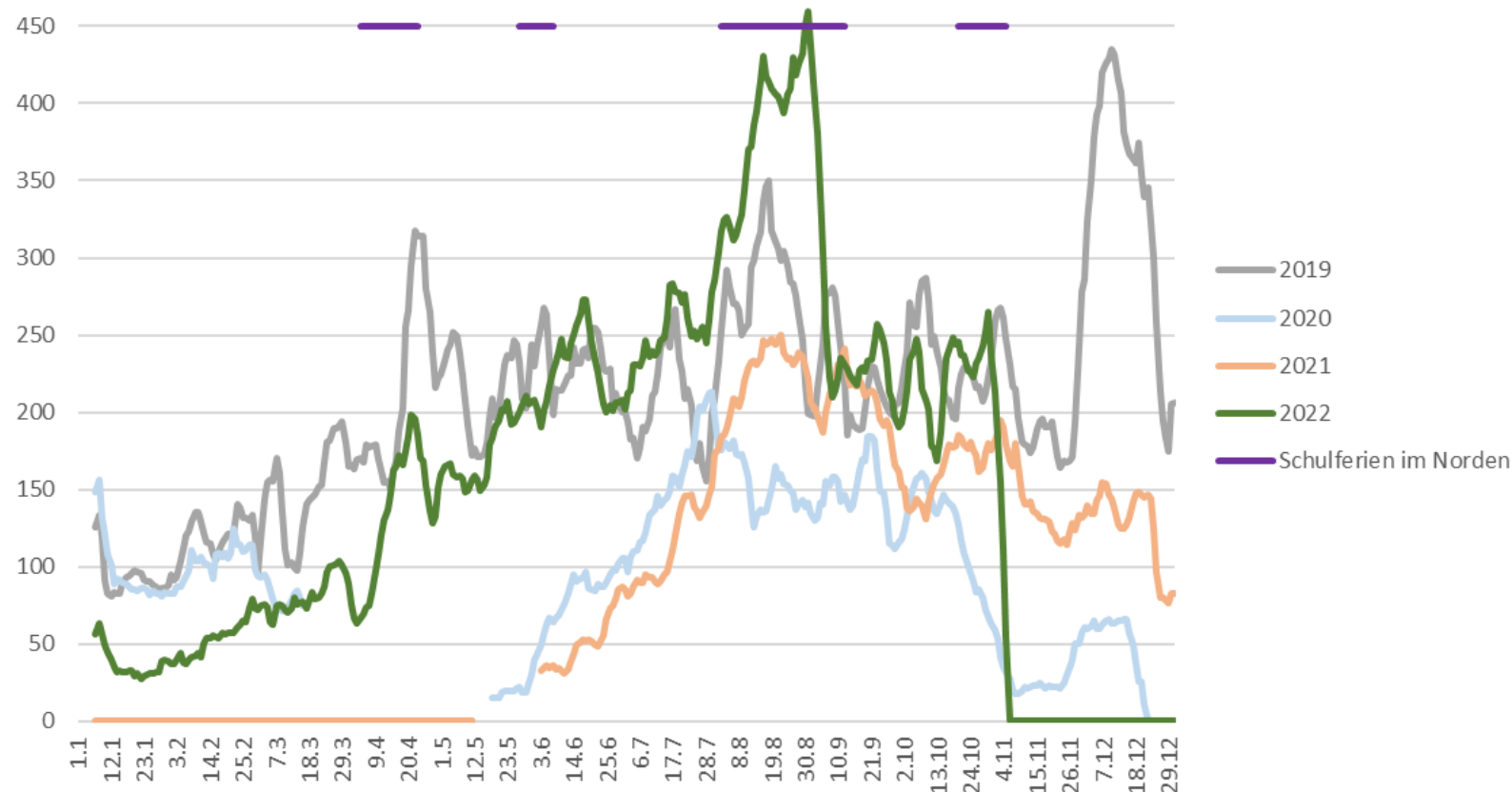
	Land	Juni-August 2022	Vergleich 2019	Ranking 2019	Durchschn. Aufenthaltsdauer
	Deutschland	665.771	625.918 (+6,4 %)		1,8
1	Italien	34.731	32.331 (+7,4 %)	2 	2,1
2	USA	34.442	36.341 (-5,2 %)	1 	2,0
3	Niederlande	29.362	26.595 (+10,4 %)	3 	1,4
4	Österreich	23.246	22.413 (+3,7 %)	4 	1,8
5	Großbritannien, Nordirland	19.867	19.427 (+2,3 %)	6 	1,8
6	Spanien	16.470	20.703 (-20,4 %)	5 	2,4
7	Polen	15.876	13.114 (+21,1 %)	9 	1,8
8	Schweiz	14.574	15.731 (-7,4 %)	7 	1,7
9	Dänemark	13.177	11.165 (+18,0 %)	11 	1,4
10	Frankreich	12.526	12.959 (-3,3 %)	10 	1,8

Starker Sommer 2022 auch in der Tourist Information

- ca. 70% nationale Tourist:innen
- **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

9 € -Ticket war Treiber der hohen Besucherzahlen von Juni-August

7 Tage gleitender Durchschnitt - Besucher je Tag Hauptmarkt 18



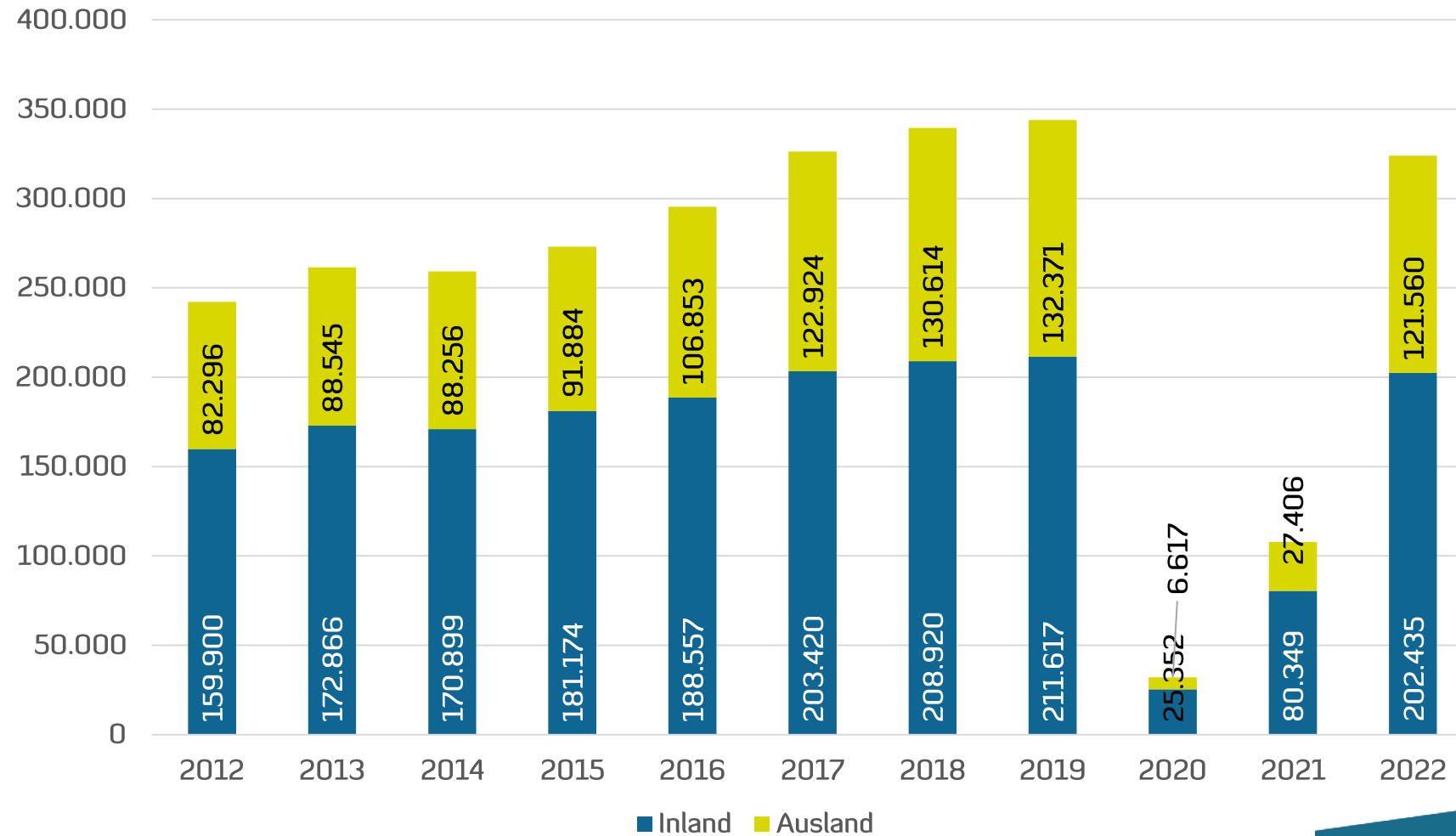


Christkindlesmarkt 2022

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 (Hotellerie)	52,1	63,3	

Entwicklung der Übernachtungen im Dezember 2012-2022



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. ↑

Tagestourismus zum CKM: Busanreise

	2015	2016	2017	2018	2019	2022
Dauer Christkindlesmarkt	28 Tage	30 Tage	24 Tage	25 Tage	26 Tage	30 Tage
Anzahl der Busse Gesamt	4.203	4.382	3.501	3.504	3.899	2.225
Differenz zum Vorjahr	- 2,07 %	+ 4,26 %	- 20,11%	+ 0,08 %	+ 11,26%	-42,93%
Ø Busse pro Tag	150	146	146	140	150	74

Trotz diesem Rückgang an Busgruppen kann eine durchwegs **positive Bilanz** für den Christkindlesmarkt gezogen werden!

- **Gute Frequentierung** und **Stimmung** bei den Ausstellern und Gastronomie
- Durchschnittliche **Auslastung Hotellerie** an Adventswochenenden: 85%
- Übernachtungen **nur 5,8 %** unter 2019 Niveau
- **Besuche in Tourist Information** mit 6.429 Besucher:innen auf 2019 Niveau



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, and a prominent tower with a dark roof and a small flag on top. The sky is a soft, hazy blue. The text 'Rückblick auf 2022' is overlaid in the center of the image in a large, white, sans-serif font.

Rückblick auf 2022



Gästeservice

Tourist Information & Info-Bike:

- Zw. **200-400 Kontakte/Tag** in TI
- Bis zu **170 Kontakte/Tag** mit Fahrrad (Fr-So in den Sommermonaten)
- Gesamtzahl Kontakte 2022: **74.925** Kontakte
→ Vergleich 2019: 131.074 Kontakte (noch 2 TIs!)

Service:

- Beratung per Mail und Telefon
- ca. **350 Kontakte/Tag**
- Gesamtzahl Kontakte 2022: **73.500** Kontakte
→ Vergleich 2019: 77.400 Kontakte

[tourismus.nuernberg.de](https://www.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
- Kampagne auf englisch verfügbar
- Technische Neuerungen: Routenplanung in der Around-Me-Funktion
- Quartiersgewinnspiel auf Instagram
- Ausbau der Coupon-Aktionen

tourismus.nuernberg.de

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



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

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



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



Internationales Marketing

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

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

Großbritannien

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



Internationales Marketing A-Märkte



Spanien

- Pop Up Event mit dem Airport in Valencia
- Reiseveranstalter-Workshop in Valencia
- Feel Good Kampagne mit der DZT und Icarion (Reiseveranstalter)

Niederlande

- Facebook Kampagne „Stop over Winter“ und Christkindlesmarkt

Österreich

- Podcast mit dem Schauspieler Simon Schwarz

Schweiz

- Kampagne mit der SBB



Viajes sostenibles en Alemania

Ver ofertas »



En colaboración con

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

© Florian Trykowski

Internationales Marketing B-Märkte

Polen

- Pop Up Event mit dem Airport in Krakau
- Online Kampagne mit der DZT

Tschechien

- Workshop mit Reiseveranstaltern in Prag

China

- 2 Online Webinare für Reiseagenten und Reiseveranstalter
- Inspirationskampagne auf Little Red Book

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

Marktübergreifende Aktionen und Kooperationsmarketing



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 Reiseveran-
stalter aus Europa

GTM in Oberammergau

Regensburg **Donauschifffahrtskonferenz**

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

Nürnberg Convention

- Neuer Slogan MEETeinander in Nürnberg:
unkompliziert | unaufgeregt | unerwartet
(Corporate Design mit Grafik von Künstler Julian Vogel)
- Eigener **Locationfinder**
(Private Label-Channel in Kooperation mit meetago®)
- Digitale Kommunikation über das **GCB**
(Newsletter, Social Media, etc.)
- In der eigenen Kommunikation: **Fokus auf LinkedIn**
- **Print/Advertorials:**
CIM, Verbändereport, Eventlocations Magazin

Nürnberg Convention Bureau



Foto: Kristof Götting

Das **Nürnberg Convention Bureau** unterstützt bei der Planung von Events und ist der zentrale Ansprechpartner bei allen Veranstaltungsfragen.

Nürnberg hat einiges zu bieten:

UNAUFGEREGT: Die Kaiserburg, die über der mittelalterlichen Altstadt thront, der weltberühmte Christkindlesmarkt mit dem Duft von Lebkuchen und Bratwürsten oder die Kunstwerke von Albrecht Dürer: Das ist typisch für Nürnberg. Auch der traditionsreiche und heimelige Stadtkern mit seinen kleinen Gässchen und Fachwerkhäusern, die kurzen Wege innerhalb der Stadt und die unaufgeregte aber herzliche Mentalität der Nürnberger*innen, prägt das Stadtbild und Lebensgefühl.

UNERWARTET: In Nürnberg steckt aber noch viel mehr: Die europäische Metropolregion Nürnberg hat 3,5 Millionen Einwohner*innen und Nürnberg ist mit und in ihr bestens vernetzt. Aber auch innerhalb der Stadtgrenzen besteht ein enger und reger Austausch unter den Nürnberger Partner*innen. Das lebendige Innovations-Ökosystem steht für Qualität und Expertise in der Destination. Für viele unerwartet, verbirgt sich ein ausgebauter Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort mit Hidden Champions und Global Playern, sowie eine angesehene und international erfolgreiche Messegesellschaft hinter dem Standort.

UNKOMPLIZIERT: NürnbergConvention ist eine Kooperation der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg und der NürnbergMesse. Die Kooperation garantiert den Kund*innen gebündelte Kompetenzen aus den zwei Häusern mit unterschiedlichen Schwerpunkten und zusätzlich einen unkomplizierten Anfrageprozess.

Nürnberg Convention

- **Digitale Workshops**
(u.a. BayTM Knowledge Break, No Limits MEET GERMANY)
- **Messen & Sales-Aktivitäten**
(u.a. IMEX Frankfurt, Verbändekongress Berlin, IBTM Barcelona, eigener Educational Famtrip)
- **Education & Kongresse**
(u.a. ICCA Kongress Krakau, Digi & Innovation Day, Zertifizierung zur Nachhaltigkeitsberaterin)
- Forschungsprojekt **Future Meeting Space** Phase 5:
Redefining Event Attendance



Messejahre 2022 und 2023

2022:

u.a.

embedded world (21.6.-23.6.)

FENSTERBAU FRONTALE &

HOLZ-HANDWERK (12.7.-15.7.)

STADTLANDBIO (27.7.-28.7.)

BIOFACH & VIVANESS (26.7.-29.7.)

GaLaBau (14.9.-17.9.)

POWTECH (27.9.-29.9.)

Consumenta (26.10.-30.10.)

Chillventa (11.10.-13.10.)

SPS (8.11.-10.11.)

2023:

u.a.

Spielwarenmesse (1.2.-5.2.)

BIOFACH & VIVANESS (14.2.-17.2.)

IWA OutdoorClassics (2.3.-5.3.)

embedded world (14.3.-16.3.)

European Coatings Show (28.3.-30.3.)

FeuerTrutz (21.6.-22.6.)

Consumenta (18.10.-5.11.)

BrauBeviale (28.11.-30.11.)

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





Ausblick auf 2023

Nürnberger Quartiere

- Inspiration & Reiseanlass schaffen
- Integration in das Auslandsmarketing (Presse-Events in jungen Märkten)
- Aktualisierte Landingpage mit neuem Kampagnenvideo
- Sichtbarkeit in der Stadt erhöhen
- Stadtführungen durch die Quartiere
- Neues Design der Print Produkte zur Kampagne (Plakate, Postkarten, Aufkleber)
- Nachhaltige Tüten im Quartiers-Design, u.a. Vertrieb in der Tourist-Info





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



**Vielen Dank
für die
Aufmerksamkeit.**

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