

PRESSE INFORMATION

Nürnberg, 26. Februar 2025

Tourismusrekord 2024 mit 3,8 Mio. Übernachtungen

Erstmals verzeichnet der Tourismus in Nürnberg 2024 ein Jahresergebnis von über 3,8 Millionen Übernachtungen, ein Plus von 8,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Entwicklung der Übernachtungszahlen in Nürnberg liegt damit weiterhin über dem Trend des deutschlandweiten Tourismus, der einen Zuwachs von 1,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnete. Die Zahl der touristischen Ankünfte in Nürnberg stieg um 9,8 Prozent auf über zwei Millionen. Auch die Bettenauslastung erhöhte sich leicht und erreichte 47 Prozent.

Nürnberg's Wirtschafts- und Wissenschaftsreferentin Dr. Andrea Heilmaier betont: „Der Erfolg Nürnberg's als Tourismusdestination liegt in der attraktiven Kombination eines international renommierten, äußerst erfolgreichen Messestandorts mit einer Innenstadt, die mit einem reichen historischen Erbe, kulturellen Highlights, einer vielfältigen Gastronomieszene und attraktiven Einzelhandelsangeboten punktet und dabei hervorragend mit dem Auto, mit dem Flugzeug, mit der Bahn und per Schiff angebunden ist. Die Weiterentwicklung dieser Erfolgsfaktoren ist für mich der Schlüssel für Nürnberg's künftigen touristischen Erfolg.“

„Dieses Rekordergebnis bestätigt die starke Nachfrage nach Nürnberg als Reiseziel – sowohl national als auch international. Die Stadt mit ihren vielfältigen Sehenswürdigkeiten, einer breit aufgestellten Hotellandschaft und facettenreicher Kulinarik überzeugt Leisure- und Businessreisende gleichermaßen. Zudem war 2024 ein sehr erfolgreiches Messejahr, welches die hohe Bedeutung Nürnberg's als Messestandort unterstreicht und maßgeblich zur positiven Entwicklung beigetragen hat“, so Yvonne Coulin, Geschäftsführerin der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg (CTZ).

Rekordmonate über das ganze Jahr

Alle Monate des Jahres 2024 verzeichneten durchweg positive Zuwachsraten bei den Übernachtungen aus dem In- und Ausland, sowohl in den starken Business-Monaten aufgrund von turnusgemäß stattfindenden Fachmessen als auch in den klassischen Leisure-Monaten. Zehn Monate stellten dabei neue Rekorde auf, bis auf Januar und September erreichten die übrigen Monate die höchsten Übernachtungszahlen seit Beginn der Statistik. Zwei absolute

Rekordzahlen konnten der Juli (387.875 Übernachtungen, Plus 7,9 Prozent) und der Dezember (387.682 Übernachtungen, Plus 5,9 Prozent) aufweisen. Sie übertrafen den bisher übernachtungsstärksten Monat Juli im Jahr 2019 (366.151 Übernachtungen) um 21.724 (Juli 2024) beziehungsweise 21.531 (Dezember 2024) Übernachtungen.

Positive Entwicklungen in den Auslandsmärkten

Mit 66 Prozent Anteil an den gesamten Übernachtungen bleibt Deutschland der wichtigste Quellmarkt: 2.546.618 Gäste aus dem Inland übernachteten in Nürnberg, eine Steigerung von 6,2 Prozent zum Vorjahr. Die Übernachtungen ausländischer Gäste stiegen auf 1.317.883 Millionen (Plus 14,6 Prozent), davon entfallen 899.204 Übernachtungen (Plus 12,3 Prozent) auf das europäische Ausland.

Starke internationale Nachfrage – China zurück in den Top 10

Die USA bleiben mit 172.088 Übernachtungen (Plus 14,8 Prozent) der stärkste Auslandsmarkt für Nürnberg, gefolgt von Italien (97.594 Übernachtungen / Plus 23,6 Prozent) und Österreich (82.232 Übernachtungen / Plus 7,5 Prozent). China verzeichnete mit 42.667 Übernachtungen (Plus 48,2 Prozent) die höchsten Zuwächse und kehrte damit erstmals seit der Corona-Pandemie auf Platz 10 der internationalen Märkte zurück. Ebenfalls stark entwickelt hat sich Polen mit 62.511 Übernachtungen (Plus 28,2 Prozent). Einzig Großbritannien verzeichnet einen geringen Rückgang (82.187 Übernachtungen / Minus 2,9 Prozent), was vermutlich auf den Wegfall der Flugverbindung von British Airways zurückzuführen ist.

Auszeichnung für Kampagne „Nürnberger Quartiere“

Die Kampagne „Nürnberger Quartiere – Liebe auf den ersten Schritt“ wurde am 19. Februar 2024 mit dem 1. Platz des ADAC Tourismuspreis Bayern ausgezeichnet. Die von der CTZ entwickelte Web-App lädt Gäste und Einheimische ein, Nürnbergs Altstadt abseits bekannter Pfade zu erkunden und versteckte Orte in sechs verschiedenen Quartieren zu entdecken. Mit Geschichten, Bildern, Videos und Audios schafft die App ein interaktives Erlebnis, stärkt die Vernetzung von Akteuren wie Kultur, Gastronomie und Einzelhandel und fördert die Aufenthaltsqualität. Die Kampagne setzt Impulse für die Entwicklung der Innenstadt und stärkt die emotionale Bindung zur Stadt.

Jahres-Kampagne „Dining Affairs“

Unter dem Motto „Dining Affairs – Die Genussvielfalt aus Nürnbergs Küchen“ präsentierte die CTZ 2024 die gehobene Gastronomie der Stadt. Mit neun Michelin-Restaurants und 15 Gault & Millau-Auszeichnungen zeigte sich Nürnberg als Zentrum für Fine Dining. Die Kampagne

beleuchtete regionale Stärken, wie die Produkte aus dem Knoblauchsland und der Fränkischen Schweiz, und stellte innovative Konzepte, wie das mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichnete „etz“ von Felix Schneider, in den Fokus. Medienvertreterinnen und -vertreter wurden über den neu gestalteten Media Room mit umfangreichem Content versorgt und konnten bei drei Medienreisen die kulinarische Vielfalt vor Ort erleben. „Dining Affairs“ positionierte Nürnberg erfolgreich als führende Fine-Dining-Destination in der DACH-Region.

Ausblick 2025: Musikfestival-Kampagne

Für das Jahr 2025 plant die CTZ eine Kampagne rund um die Musikfestivals in der Stadt. Im Fokus stehen sechs bedeutende Festivals, die Nürnberg als Musik- und Kulturstandort hervorheben. Im Frühjahr wird eine hybride Pressekonferenz erste Einblicke in die Kampagne geben, gefolgt von einer Landingpage mit Informationen für Endkunden und einem speziellen Bereich für Medienvertreterinnen und -vertreter. Ergänzt wird die Kampagne durch Medienreisen, die Journalistinnen und Journalisten die Möglichkeit bieten, die Festivals vor Ort zu erleben und darüber zu berichten. Ziel ist es, die Vielfalt der Nürnberger Musikszene stärker sichtbar zu machen und Besucherinnen und Besucher für diese besonderen Events zu begeistern.

Weiterführende Links

Monatliche Übernachtungszahlen 2024 für Nürnberg:

<https://tourismus.nuernberg.de/medien/daten-fakten/uebernachtungsstatistik/>

Web-App „Nürnberger Quartiere“: <https://quartiere-nuernberg.de>

Kampagne „Dining Affairs“: <https://tourismus.nuernberg.de/medien/dining-affairs/>

Mehr Informationen in Deutsch und Englisch finden Sie in unserem Media Room unter: <https://tourismus.nuernberg.de/medien/> und auf unseren Social-Media-Kanälen Facebook (@tourismus.nuernberg), Instagram (@nuernberg_travel) und LinkedIn (@Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg).

Pressekontakt:

Franziska Steyer | PR und Kommunikation | Frauentorgraben 3 | 90443 Nürnberg

Telefon: 0911 2336 113 | E-Mail: steyer@ctz-nuernberg.de