



Pressekonferenz zum Tourismusergebnis 2023

29. Februar 2024

Dr. Andrea Heilmaier

Wirtschafts- und Wissenschaftsreferentin der Stadt Nürnberg

Yvonne Coulin

Geschäftsführerin der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg

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



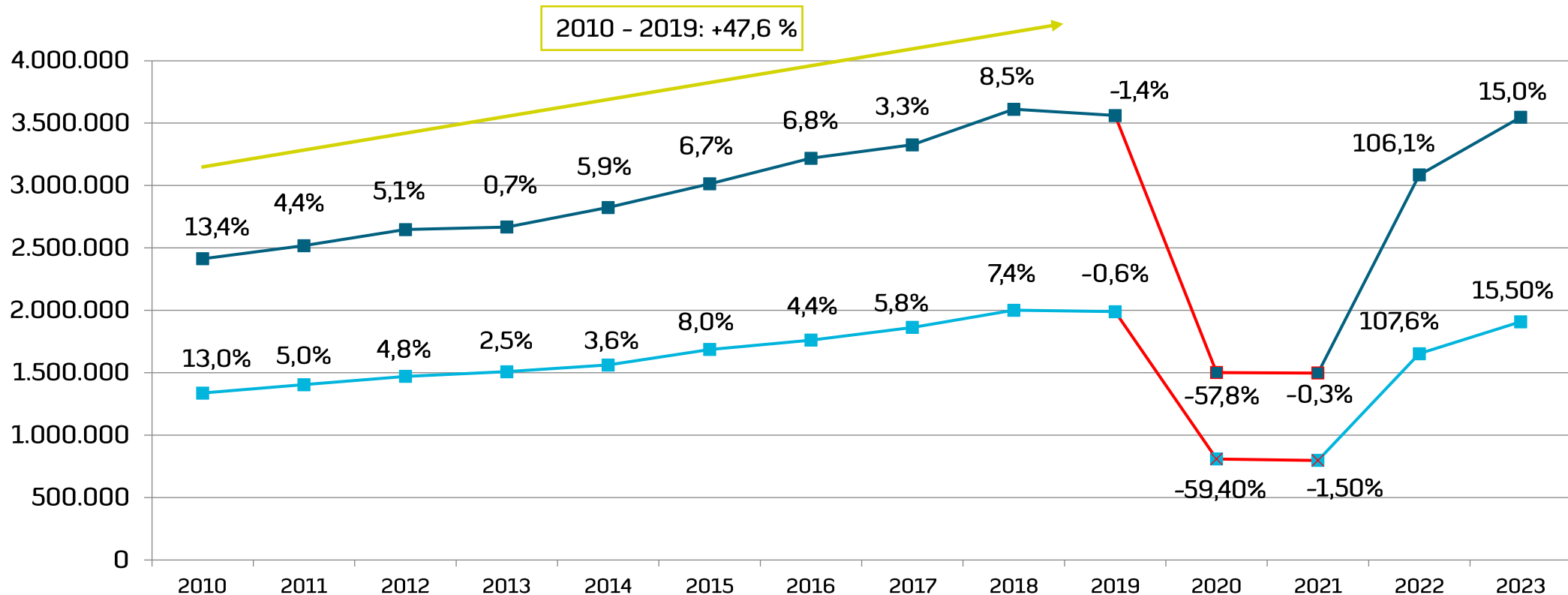
Tourismusentwicklung

Übernachtungen 2023

	ÜN 2023	Vergleich 2022	Vergleich 2019
Übernachtungen	3.547.061	+15,0 %	-0,4 %
Übernachtungen Inland	2.397.298	+12,3 %	+1,5 %
Übernachtungen Ausland	1.149.763	+21,1 %	-4,1 %
Ø Aufenthaltsdauer	1,8	1,8	1,8
Bettenauslastung (Hotellerie)	45,2	40,3	51,8
Deutschland 2023:	487,2 Mio.	+8,1 %	-1,7 %

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

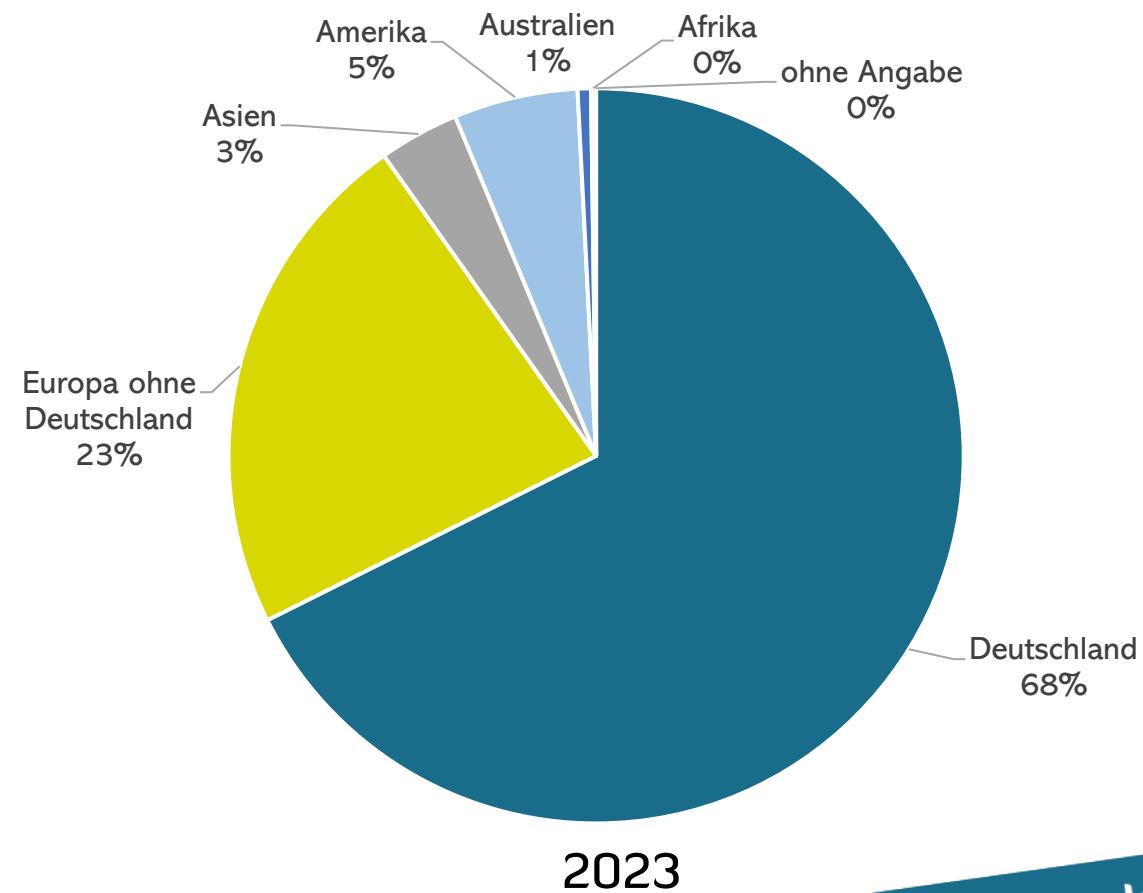
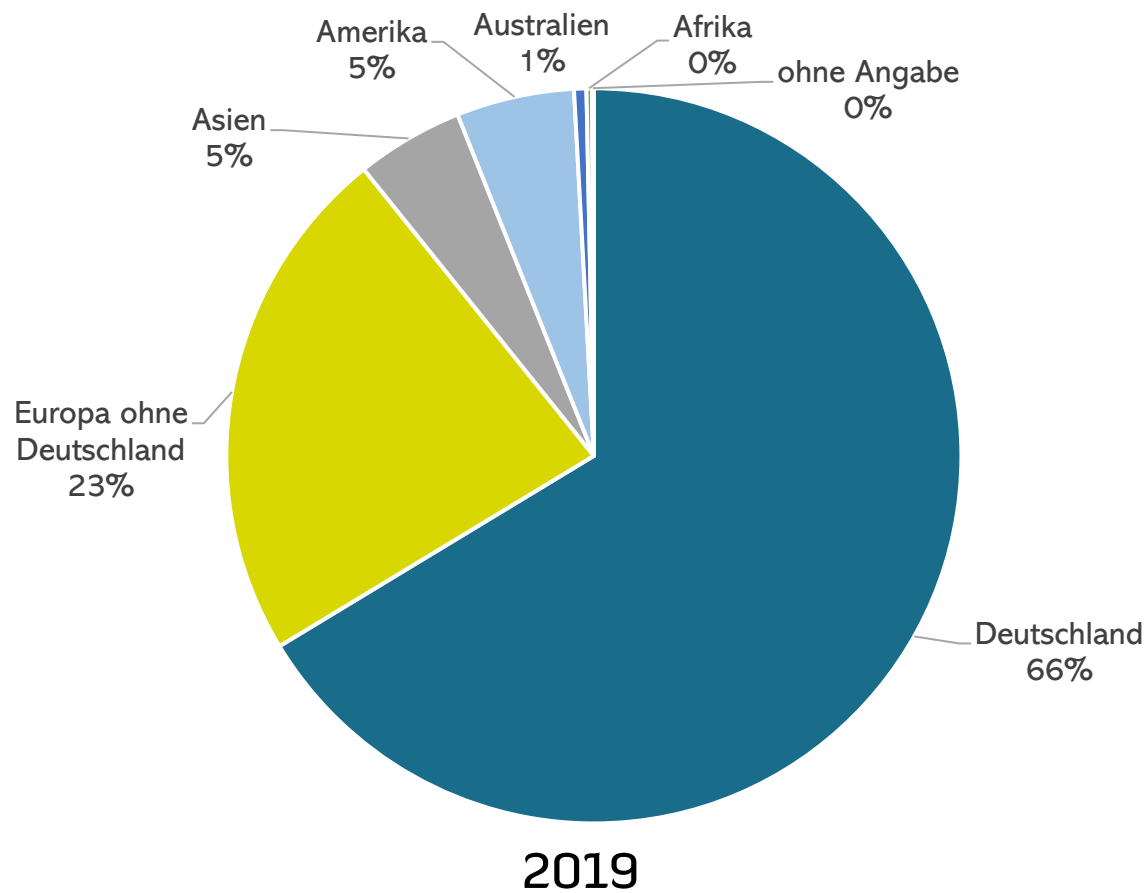
Tourismusentwicklung in Nürnberg 2010 - 2023



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	3.547.061
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	1.908.111











tourismus.nuernberg.de

Verteilung nach geografischer Herkunft: 2019 vs. 2023













tourismus.nuernberg.de

Übernachtungen nach Herkunftsländern

	Land	2023	Vergleich 2022	Platzierung 2022	Flugverbindungen
	Deutschland	2.397.298	+12,3 %		
1	USA	149.846	+24,1 %	1. 	
2	Großbritannien, Nordirland	84.601	+34,7 %	4. 	London Stansted, London Heathrow
3	Italien	78.963	+1,6 %	2. 	Bari, Bologna, Cagliari, Palermo, Lamezia, Neapel, Venedig, Olbia
4	Österreich	76.470	+11,0 %	3. 	Wien
5	Niederlande	69.690	+14,0 %	5. 	Amsterdam
6	Spanien	57.085	+19,7 %	6. 	Alicante, Lanzarote, Barcelona, Fuerteventura, Girona, Gran Canaria, Ibiza, Málaga, Palma de Mallorca, Sevilla, Teneriffa, Valencia
7	Schweiz	52.114	+20,0 %	7. 	Zürich
8	Polen	48.776	+21,2 %	8. 	Krakau
9	Frankreich	41.891	+20,5 %	9. 	Paris Charles de Gaulle, Paris Orly
10	Tschechische Republik	36.269	+15,7 %	10. 	

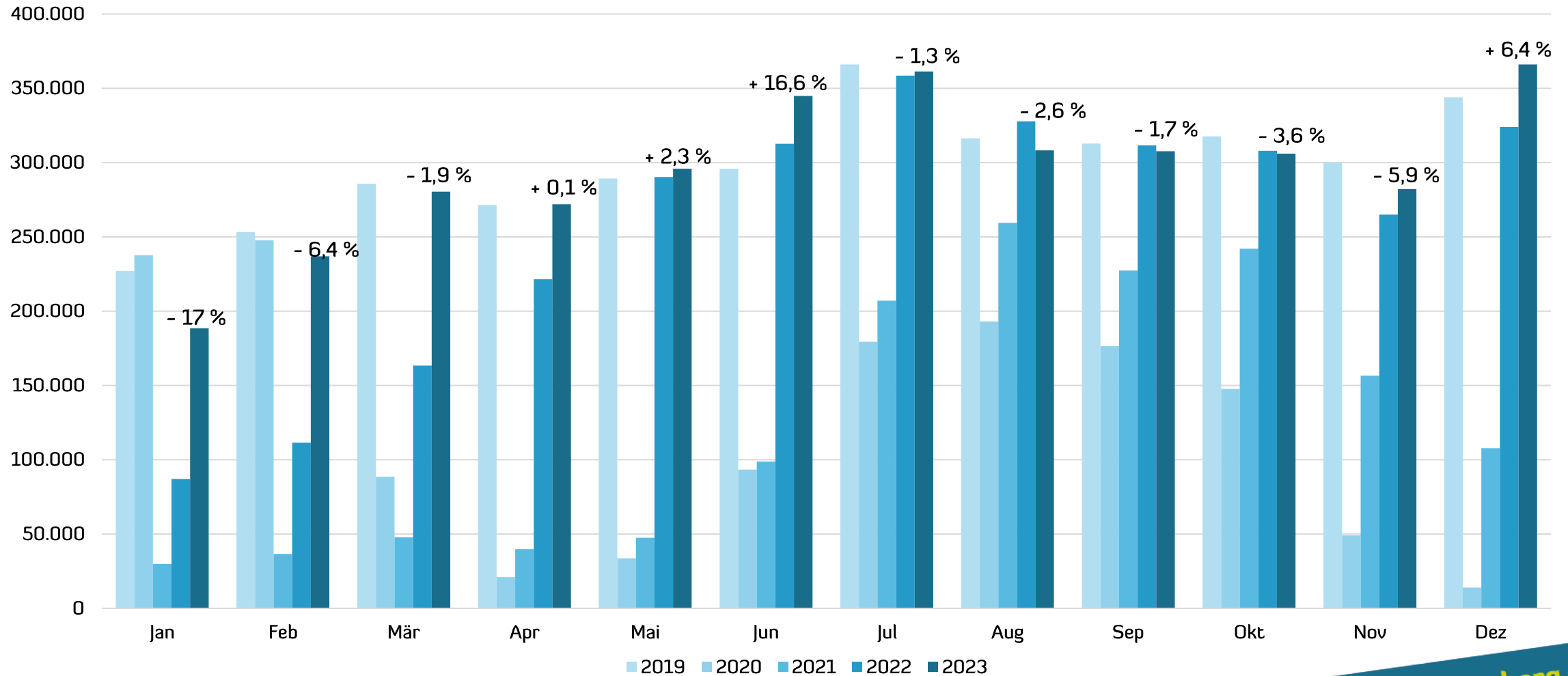


Übernachtungen nach Herkunftsländern

	Land	2023	Vergleich 2019	Platzierung 2019	Flugverbindungen
	Deutschland	2.397.298	+1,5 %		
1	USA	149.846	+9,1 %	1. 	
2	Großbritannien, Nordirland	84.601	-13,0 %	4. 	London Stansted, London Heathrow, Manchester
3	Italien	78.963	-27,2 %	2. 	Bari, Bologna, Cagliari, Palermo, Lamezia, Neapel, Venedig, Mailand-Bergamo, Olbia, Crotone, Pisa, Rom
4	Österreich	76.470	-1,1 %	3. 	Wien
5	Niederlande	69.690	+11,0 %	5. 	Amsterdam
6	Spanien	57.085	+8,2 %	7. 	Alicante, Lanzarote, Barcelona, Fuerteventura, Girona, Gran Canaria, Ibiza, Málaga, Palma de Mallorca, Sevilla, Teneriffa, Valencia, Madrid
7	Schweiz	52.114	-10,2 %	6. 	Zürich
8	Polen	48.776	+15,4 %	10. 	Krakau, Warschau
9	Frankreich	41.891	-5,8 %	9. 	Paris Charles de Gaulle, Lyon
10	Tschechische Republik	36.269	+19,6 %	12. 	



Monatliche Übernachtungsentwicklung 2019 bis 2023

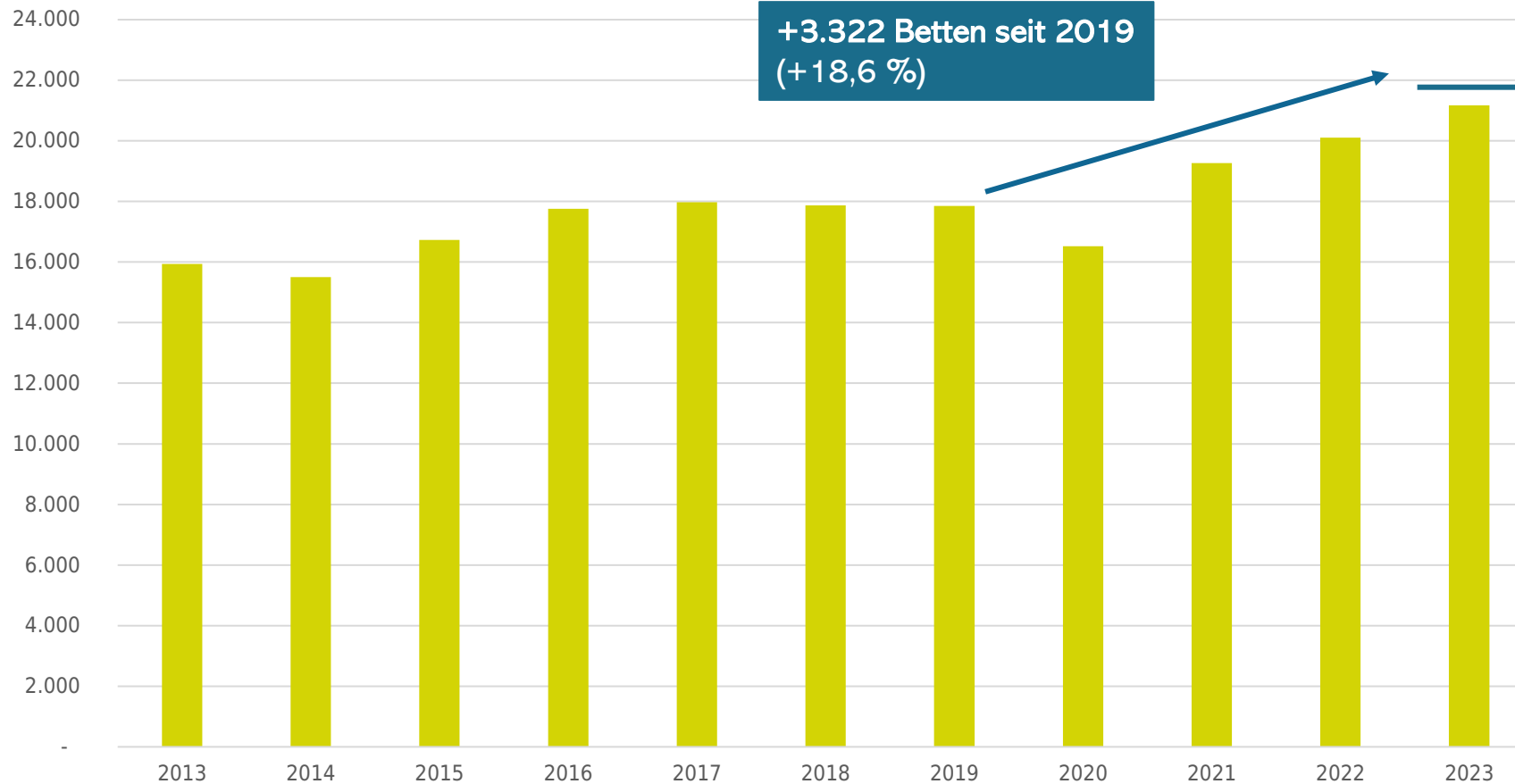


Prozentzahlen im Vgl. zu 2019

Quelle: Amt für Statistik Bayern



Entwicklung der Bettenanzahl in Nürnberg



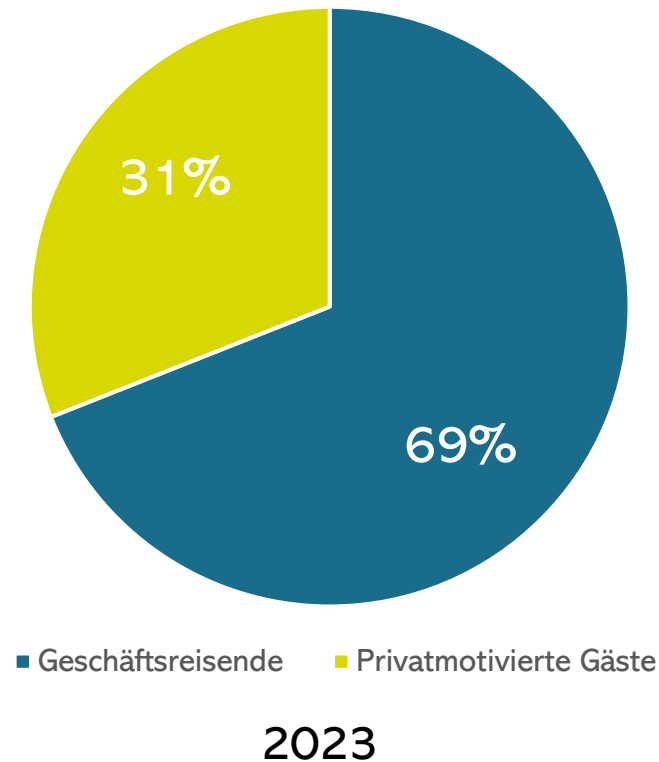
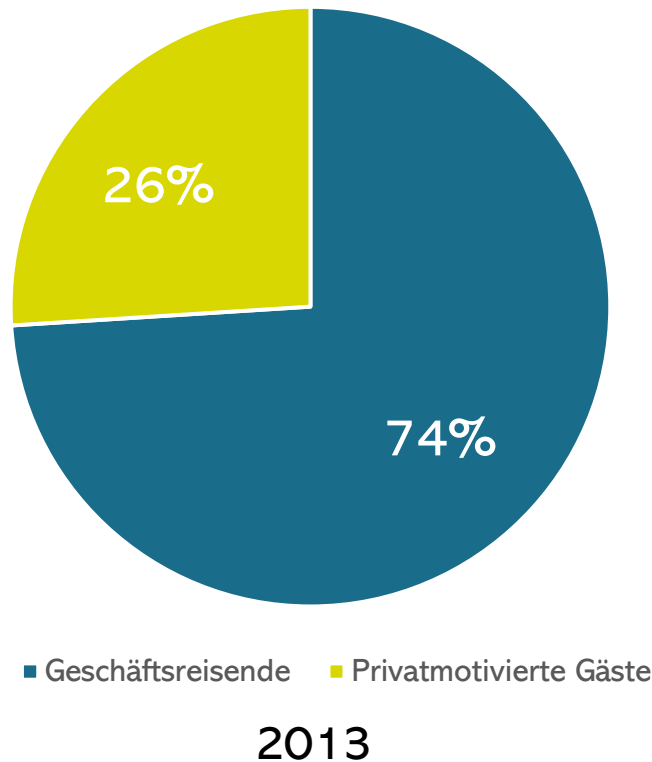
Dezemberwerte (Hotellerie) aus der offiziellen Statistik des Bayerischen Landesamt für Statistik

Beddenauslastung (Hotellerie)	2019	2022	2023
Nürnberg	51,8	40,3	45,2
Deutschland	45,7	40,0	42,9

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

Neue Befragung zur Zusammensetzung der Gästestruktur

Wie setzte sich die Struktur Ihrer Gäste in den letzten 12 Monaten (Juni 2022 bis Mai 2023) zusammen?

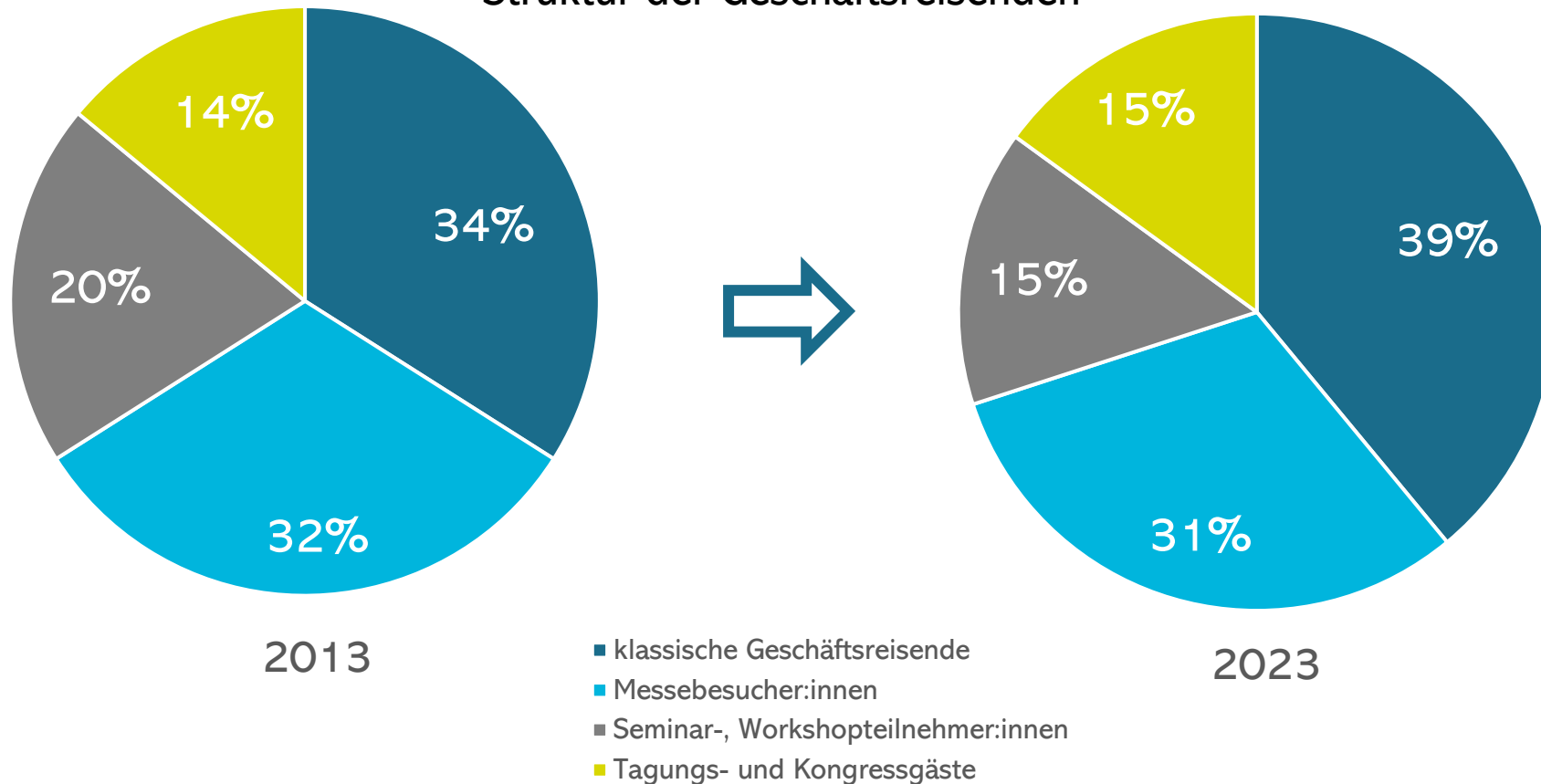


- Befragung der gewerblichen Beherbergungsbetriebe in der Stadt Nürnberg
- Durchführung durch die dwif-Consulting GmbH



Zusammensetzung des Geschäftsreisesegments

Struktur der Geschäftsreisenden



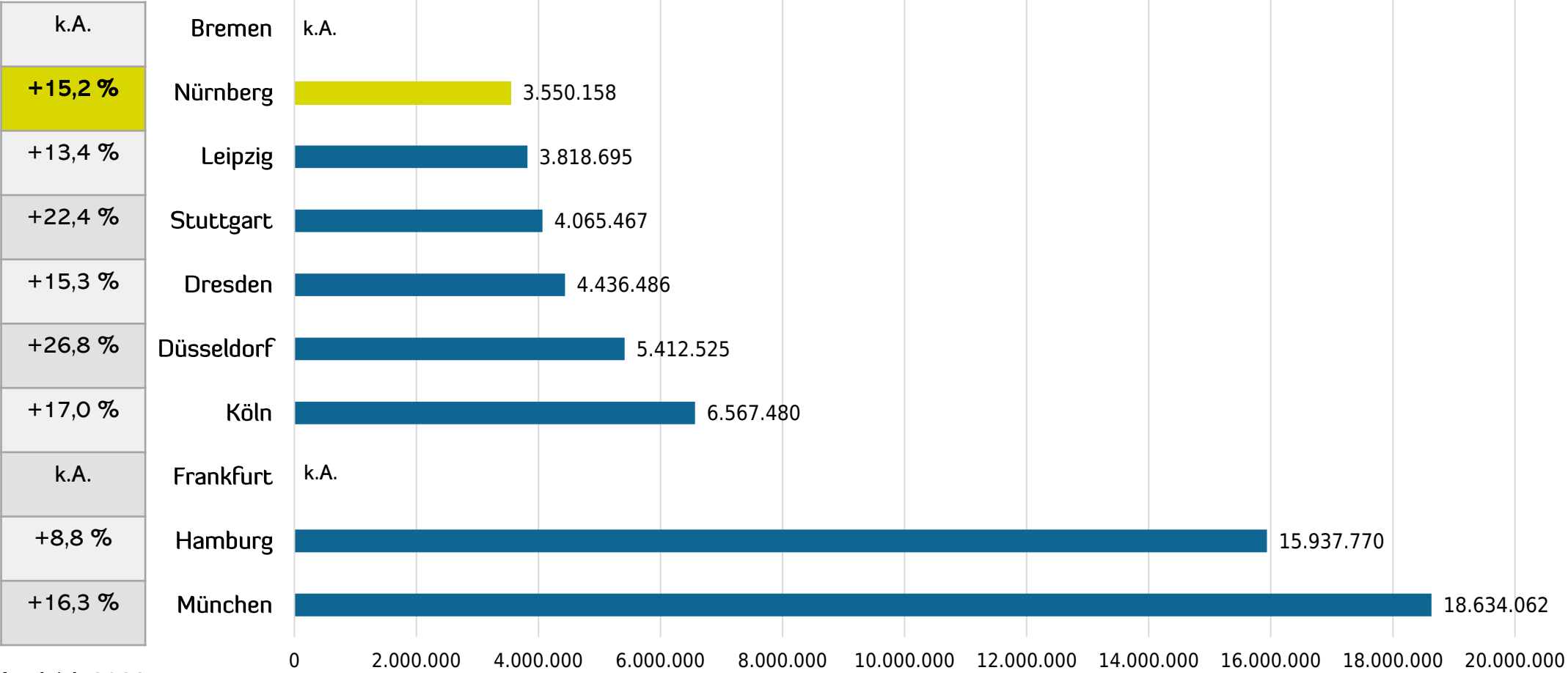
- Segment der Seminar- und Workshopteilnehmer:innen wird anteilig weniger
- Segment der klassischen Geschäftsreisenden nimmt anteilig zu
- Segmente der Messebesucher:innen und der Tagungs- und Kongressgäste blieben stabil



A photograph of a modern building facade with a semi-transparent dark grey rectangular box overlaid in the center. The building features a mix of light-colored panels and dark window frames. The sky is blue with white clouds, and the sun is visible in the upper left corner, creating a lens flare effect.

Benchmark

Tourismusentwicklung: Benchmark Magic Cities



Vergleich 2022

Übernachtungen von Januar bis Dezember 2023



Tourismusentwicklung: Benchmark Bayern

	Übernachtungen 2023	Vgl. 2019	Vgl. 2022
München	18.634.062	+1,9 %	+16,3 %
Nürnberg	3.547.061	-0,4 %	+15,4 %
Regensburg	1.325.044	+15,8 %	+17,6 %
Augsburg	1.133.421	+31,9 %	+24,2 %
Würzburg	956.294	-2 %	+15,4 %
Bamberg	807.294	+7,2 %	+11,2 %
Ingolstadt	646.797	+15,8 %	+20,1 %
Erlangen	641.479	+27,7 %	+9,8 %
Bayreuth	512.526	+16,4 %	+10,3 %
Fürth	304.564	-16,1	-1,9 %



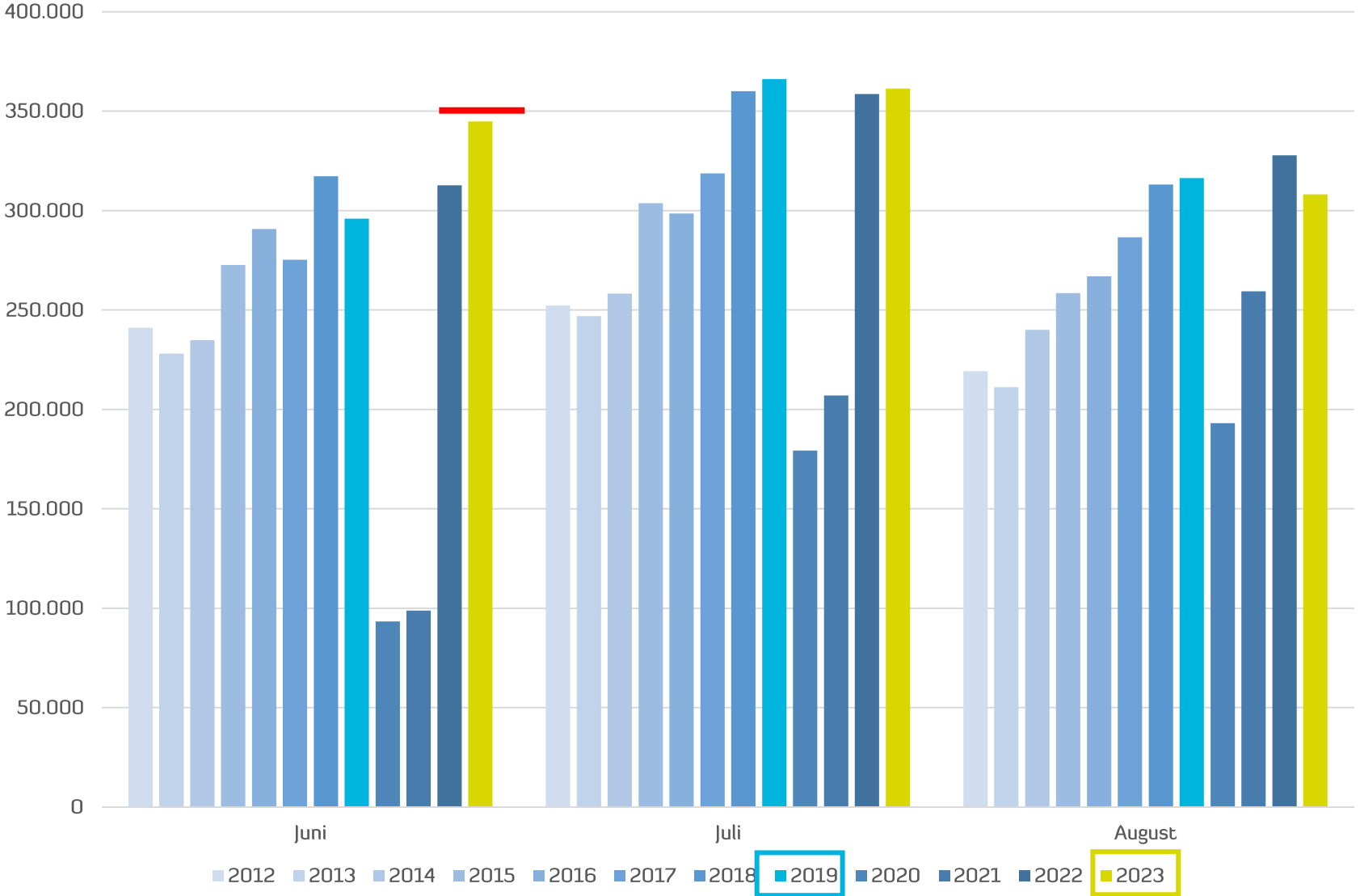
[tourismus.nuernberg.de](https://www.tourismus.nuernberg.de)

EN - APOTHEKE

Der Sommer 2023



Entwicklung der Sommermonate



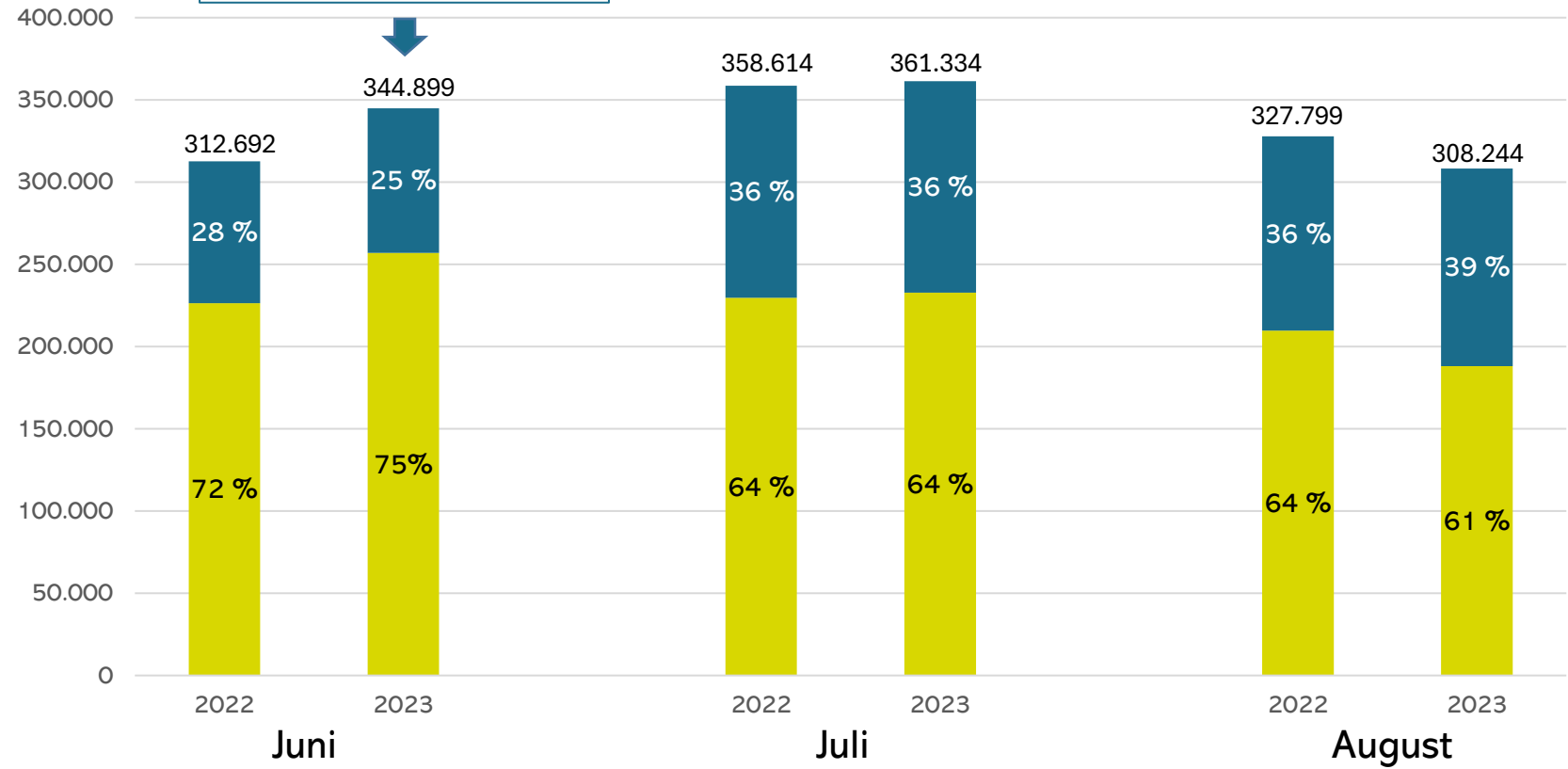
**Stärkster Juni seit
Aufzeichnung der
Übernachtungsstatistik**

tourismus.nuernberg.de

Quelle: Amt für Statistik Bayern

Vergleich Sommermonate 2022 und 2023

7. bis 11. Juni 2023:
Evangelischer Kirchentag



tourismus.nuernberg.de

Übernachtungen im Sommer 2023 nach Herkunftsländern

	Land	Juni-August 2023	Vergleich 2019	Ranking 2019	Durchschn. Aufenthaltsdauer
	Deutschland	677.952	625.918 (+8,3 %)		1,8
1	USA	37.077	36.341 (+2,0 %)	1 →	2,0
2	Niederlande	30.188	26.595 (+13,5 %)	3 ↑	1,4
3	Italien	26.817	32.331 (-17,1 %)	2 ↓	1,8
4	Großbritannien, Nordirland	24.412	19.427 (+25,7 %)	6 ↑	1,8
5	Österreich	22.356	22.413 (-0,3 %)	4 ↓	1,8
6	Spanien	17.360	20.703 (-16,1 %)	5 ↓	2,2
7	Dänemark	16.336	11.165 (+46,3 %)	11 ↑	1,5
8	Schweiz	15.169	15.731 (-3,6%)	7 ↓	0,8
9	Polen	14.514	13.114 (+10,7 %)	9 →	1,8
10	Frankreich	12.512	12.959 (-3,4 %)	10 →	1,7

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



Starker Sommer 2023 in der Tourist Information am Hauptmarkt

- Juni: 5.960 Kontakte
→ Vergleich 2019: 6.693 Kontakte
- Juli: 7.169 Kontakte
→ Vergleich 2019: 6.433 Kontakte
- August: 8.471 Kontakte
→ Vergleich 2019: 8.681 Kontakte

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

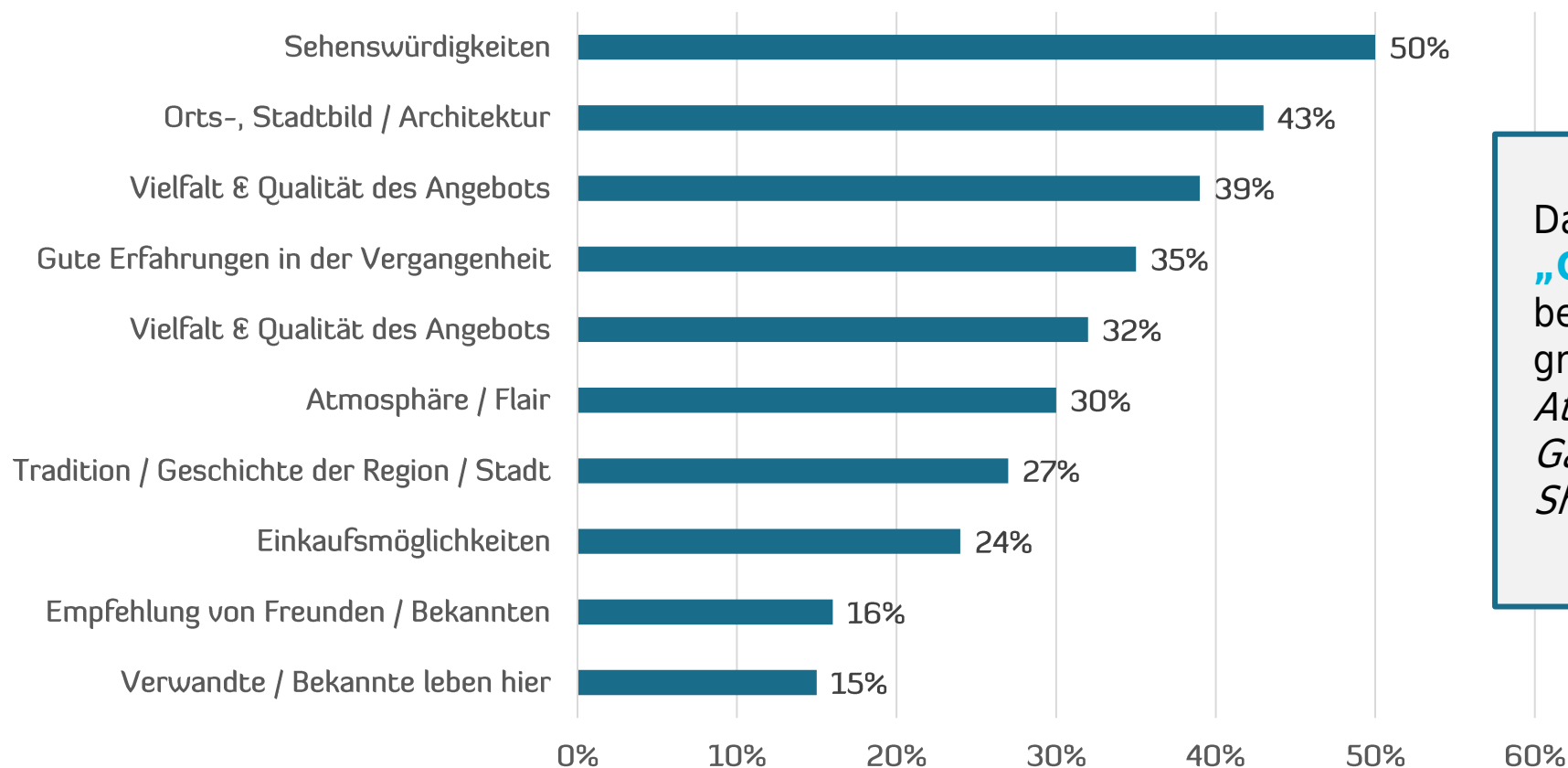


Gut Frequentierte Pop-up Tourist Information im Handwerkerhof

- Geöffnet während der Sommersaison von Mai bis September und während des Christkindlesmarktes
- insgesamt **13.081 Kontakte** an 126 Öffnungstagen
→ Durchschnittlich **103 Kontakte/Tag**
- In der Hauptsaison Juni - August rund **500 Kontakte** pro Woche bei vier Öffnungstagen

Top 10 Gründe für die Destinationsentscheidung

im Zeitraum 01/2011 bis 02/2020

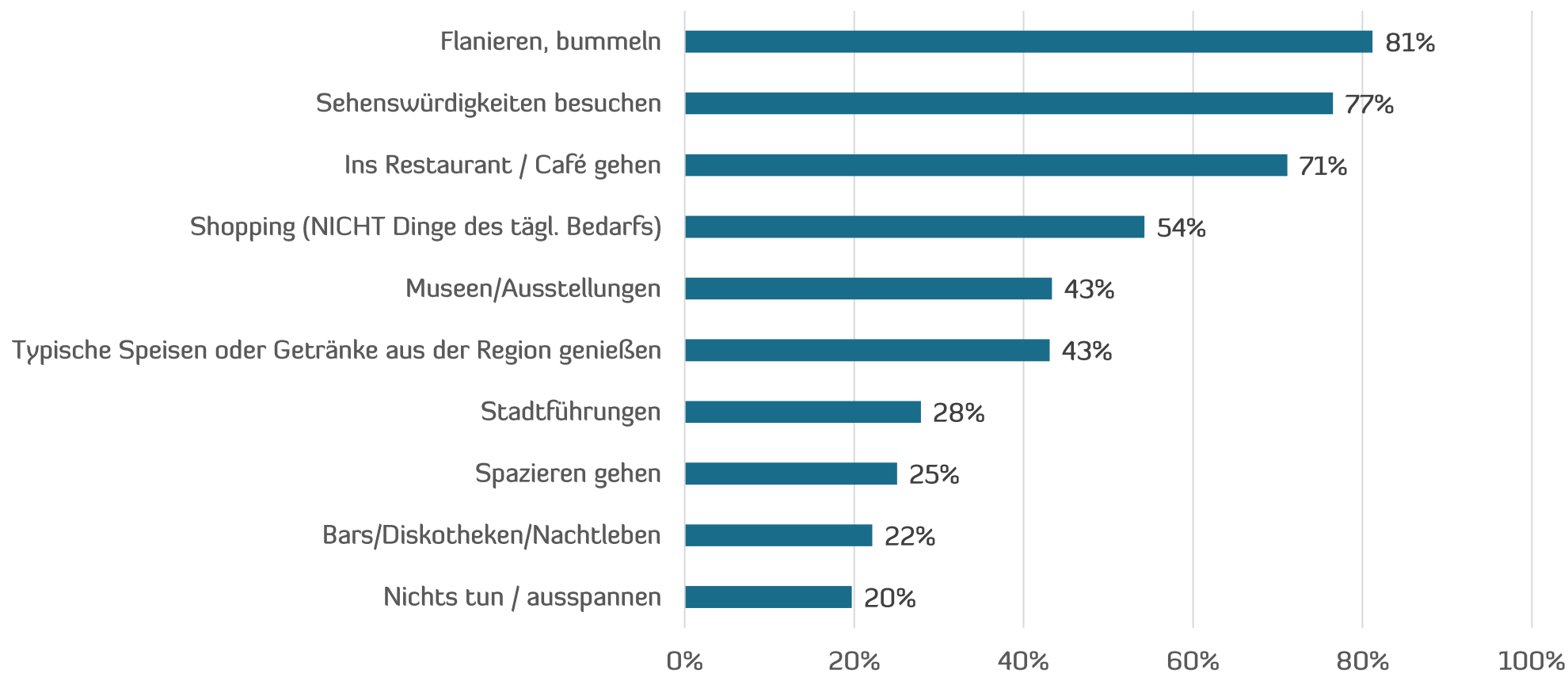


Das multioptionale „Gesamtpaket Stadt“ spielt bei der Reisemotivation eine große Rolle:
Atmosphäre, Kultur, Gastronomie, Architektur, Shopping ...

tourismus.nuernberg.de

Top 10 Aktivitäten vor Ort

im Zeitraum 01/2011 bis 02/2020



Besucherzahlen der Museen 2023

	2023	2022	
1 Kaiserburg	366.167	315.976	1 →
2 DB-Museum im Verkehrsmuseum	188.902	138.021	3 ↑
3 Dokumentationszentrum	173.782	152.677	2 ↓
4 Germanisches Nationalmuseum	153.554	117.808	4 →
5 Memorium Nürnberger Prozesse	136.175	95.064	8 ↑
6 Deutsches Museum Nürnberg	117.171	111.664	5 ↓
7 Spielzeugmuseum	115.453	99.916	6 ↓
8 Museum für Kommunikation	114.148	98.579	7 ↓
9 Albrecht-Dürer-Haus	83.034	70.039	9 →
10 Neues Museum	73.897	65.745	10 →

Besucherzahlen Tiergarten 2023: 1.097.366

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



Top 10-Nutzung der Nürnberg Card

		Eintritte	Platzierung Besucher Museen
1	Kaiserburg	7532	1
2	Dokumentationszentrum	4488	3
3	Albrecht-Dürer-Haus	4433	9
4	Tiergarten	4391	/
5	Spielzeugmuseum	4196	7
6	DB-Museum im Verkehrsmuseum	3260	2
7	Memorium Nürnberger Prozesse	3222	5
8	Germanisches Nationalmuseum	3211	4
9	Förderverein Felsengänge	2315	/
10	Deutsches Museum in Nürnberg	2313	6

Durchschnittliche
Nutzung lag bei 3,5
Eintritten pro
Nürnberg Card

tourismus.nuernberg.de

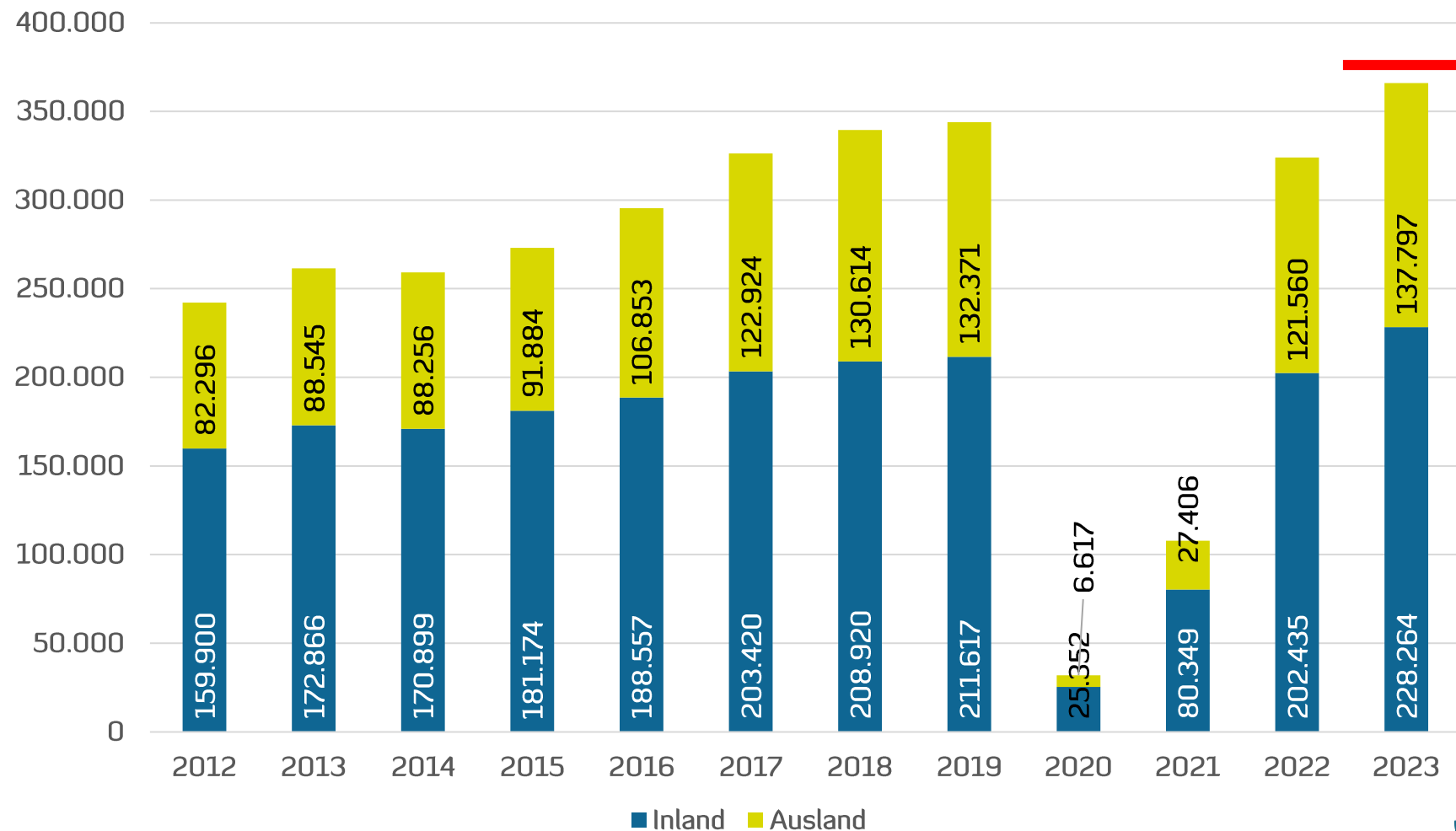


Christkindlesmarkt 2023

Übernachtungen im Dezember

	2023	Vergleich 2019	Vergleich 2019 in %
Übernachtungen	366.061	343.988	+6,4 %
Übernachtungen Inland	228.264	211.617	+7,9 %
Übernachtungen Ausland	137.797	132.371	+4,1 %
Bettenauslastung (Hotellerie)	54,8	63,3	

Entwicklung der Übernachtungen im Dezember 2012–2023



Stärkster Dezember seit Aufzeichnung der Übernachtungsstatistik und nur **90 Übernachtungen** fehlen zum **stärksten Monat** überhaupt

Übernachtungen im Dezember nach Herkunftsländern

	Land	Dez. 2023	Vergleich 2019	Platzierung 2019	Flugverbindungen
	Deutschland	228.264	211.617 (+7,9 %)		
1	USA	28.075	20.202 (+29,0 %)	1. →	
2	Großbritannien, Nordirland	11.257	9.731 (+15,7 %)	3. ↑	
3	Österreich	10.872	8.795 (+23,6 %)	4. ↑	
4	Spanien	10.185	6.056 (+68,2 %)	6. ↑	Barcelona, Lanzarote, Fuerteventura, Teneriffa, Gran Canaria, Palma de Mallorca, Málaga, Sevilla, Valencia, Alicante
5	Schweiz	6.453	6.952 (-7,2 %)	5. →	
6	Italien	6.215	12.428 (-50,0 %)	2. ↓	Palermo, Neapel, Rom, Mailand-Bergamo
7	Niederlande	4.631	3.456 (+33,0 %)	10. ↑	
8	Tschechische Republik	4.129	3.657 (+12,9 %)	9. ↑	
9	Frankreich	3.399	3.702 (-8,2 %)	8. ↓	
10	Polen	1.926	2.312 (-16,7 %)	13. ↑	

tourismus.nuernberg.de

Tagestourismus zum CKM: Busanreise

	2015	2016	2017	2018	2019	2022	2023
Dauer Christkindlesmarkt	28 Tage	30 Tage	24 Tage	25 Tage	26 Tage	30 Tage	24 Tage
Anzahl der Busse Gesamt	4.203	4.382	3.501	3.504	3.899	2.225	2.321
Differenz zum Vorjahr	- 2,07%	+ 4,26%	- 20,11%	+ 0,08%	+ 11,26%	-42,93%	+4,31%
Ø Busse pro Tag	150	146	146	140	150	74	97 (+31%)

- Gute Freqüentierung und Stimmung bei den Ausstellern und Gastronomie
- Durchschnittliche **Auslastung Hotellerie** an Adventswochenenden: 81%
- Übernachtungen 6,4 % über dem Niveau von 2019
- **Besuche in Tourist Information** mit 8.527 Besucher:innen auf 2019 Niveau





Rückblick auf 2023

Gästeservice

Tourist Information:

- Durchschnittlich **201 Kontakte/Tag** in der TI am Hauptmarkt
- Gesamtzahl Kontakte 2023: **72.665** Kontakte
→ Vergleich 2019: 131.074 Kontakte (noch 2 TIs!)
- Neues Besucherzählsystem seit Juni 2023: im Durchschnitt lassen sich **44%** der Besuchenden beraten

Service:

- Beratung per Mail und Telefon
- ca. **334 Kontakte/Tag**
- Gesamtzahl Kontakte 2023: **72.390** Kontakte
→ Vergleich 2019: 77.400 Kontakte

38. Deutscher Evangelischer Kirchentag

- 2000 Veranstaltungen an 120 Veranstaltungsorten in der Nürnberger Innenstadt, im Messezentrum Nürnberg und in Fürth
- Circa 130.000 Besucher
- Gemeinsame Stände mit Stadt Nürnberg auf Abend der Begegnungen und Messe
- **Kooperation mit Kirchentag** in verschiedenen Bereichen: Hotelvermittlung, Gästeservice, Unterstützung mit Kartenmaterial, Information der Mitglieder/Hotellerie, Ticketing, Workshops, uvm.





It's a Match! Mit nur 6 Klicks findest du das Quartier, welches am besten zu dir passt.

Ist es das vivre en France, die mediterrane Atmosphäre wie im Sommerurlaub oder doch die historische Kulisse, die dich verzaubert?

Finde hier deinen Quartierstyp

Rückblick auf 2023

Nürnberger Quartiere

Quartier Lorenzer Platz

Breze. Musik. Kirche.



NÜRNBERGER QUARTIERE



- Fokus auf nationales und internationales Marketing
- Eigene Landingpage mit Imagevideo und Erklärvideo
- Neues Design → Apfelpapiertüte / Plakate / Postkarten
- City Lights Kampagne in der Nürnberger Innenstadt
- Temporäres neues Quartier während des Christkindlesmarktes in der Web-App



tourismus.nuernberg.de

Nürnberger Quartiere

Zwei Q-Stühle in der Nürnberger Innenstadt

- Seit Dezember 2023
- Bildet Fotomotiv und Tor in die Innenstadt
- Größerer Stuhl steht 2024 am Unteren Bergauerplatz 8
- Kleines Q wandert durch die Quartiere
- Begleitprogramm vor Ort sowie auf den sozialen Medien der CTZ und der City Werkstatt



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

ADAC

Gewinner Tourismuspreis Bayern 2024

Rückblick auf 2023

Nürnberger Quartiere

1. Platz ADAC Tourismuspreis

- Das neue, dynamische und langfristig ausgelegte Konzept zusammen mit dem ganz neuen Blickwinkel auf die Innenstadt überzeugte die Jury
- Entwicklung und Attraktivität der Innenstädte zunehmend in den Fokus des Tourismus-Marketings rücken

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



Einkaufen

Geliebhaber, sich in Nürnberg mit kulinarischer Ausrüstung einzurüsten, gibt es viele. Hier eine kleine Auswahl:

WICKLEIN
Im Dögele-Stein der halbsüßen Gebäckereien werden die feinen Lebkuchen gleich im Laden gebacken. Das gibt Käse, kleine Schokolade und bei 16 Lebkuchen-Werkstätten kann man gleich selber Hand anlegen.
www.wicklein.de

WITTE
Seit 1972 sind die besten Adressen für Lebkuchen, von Mitterbach wittenburg.de

WURZELSEPP
Genau das, was es braucht: Kirschen, Tee, Essig und Öl.
www.wurzelsepp.de

BROT SCHWARZ
Das traditionelle Brotbacken mit unvollständigen Roggenmehl Brotbacken ist ein besonderes Handwerk.
www.brot-schwarz.de

YOUNEAR
Ein breites Assortiment an hochwertigen Spirituosen, Champagner, Wein, Bier und Bäckereien.
www.youyear.de



Vom Erinnern und Vergessen

Es kamen viele Gäste, die sich Gedanken über die Vergangenheit machten, um zu wissen, was es war und was es heute ist. Der Gedanke an die Vergangenheit ist ein wichtiger Bestandteil der Kultur, aber auch ein wichtiger Bestandteil der Identität. Die Vergangenheit ist ein Teil von uns, und wir müssen sie nicht vergessen. Wir müssen sie nur verstehen und schätzen. Die Vergangenheit ist ein Teil von uns, und wir müssen sie nicht vergessen. Wir müssen sie nur verstehen und schätzen.



Ein Schnitzportal aus dem 16. Jahrhundert, typisch für die Nürnberger Altstadt.

Was einen Platz im Team in der offenen Küche von Ross Stein (rechts unten) ersetzt, ergänzt eine großformatige Speisekarte mit Gerichten von Salaten und Aufschnittsalaten und Wagner-Lachs (links oben) und eine perfekt abgestimmte Blick-gegen-Blick-Wahl (Mitte).

Am Chef's Table

16 Plätze, ein stolzer Erben und eine offene Küche. Ein Essen im „Zuhause“ ist ein ganz besonderes Erlebnis nach dem Motto: „Weniger ist mehr.“

Sanft und einladend, als auch ein bisschen „Hausmannskost“ wie es das Motto einer guten Küche sein sollte, muss man es nicht unbedingt machen. In der Küche sind die Türen offen, 12 Minuten später beginnt der Service. Die Küche ist ein Ort, an dem man sich entspannen kann und sich ein bisschen von der Welt abschneiden kann. Die Küche ist ein Ort, an dem man sich entspannen kann und sich ein bisschen von der Welt abschneiden kann. Die Küche ist ein Ort, an dem man sich entspannen kann und sich ein bisschen von der Welt abschneiden kann.

Leinwand und Leinwand, und natürlich ein wenig Leinwand. Leinwand ist ein Material, das in der Küche verwendet wird. Leinwand ist ein Material, das in der Küche verwendet wird. Leinwand ist ein Material, das in der Küche verwendet wird. Leinwand ist ein Material, das in der Küche verwendet wird.

PR & Kommunikation

- 63 betreute Journalisten aus 11 Ländern
- Kooperation unter anderem mit National Geographic UK, dem Fokus Magazin, SAT.1 Bayern und der DZT (Themen: Nachhaltigkeit, LGBTQ, Kulinarik, Musikevents)
- 3 Meldungen im DPA-Presseportal mit insgesamt 6.600 Zugriffen
- 6 produzierte Hörfunk-Sequenzen



tourismus.nuernberg.de



Internationales Marketing

A-Märkte

USA

- Marketplace und Roadshow US & Kanada (Toronto, Boston & Atlanta)
- Kooperation mit Travel Leaders über die Magic Cities
- USA Advisory Board in Nürnberg
- Fam Trip SITA (großer Reisveranstalter in USA)
- Ganzjährig Bavarian Connection Maßnahmen mit Bayern Tourismus

Großbritannien

- Pop Up Event mit den Airport Taste of NUE in London
- City DNA Workshop London (Trade)
- Weihnachtskampagne zum CKM online mit Travelzoo



Internationales Marketing A-Märkte

Italien

- Eigene Bloggerreise aus Italien
- Besuch TTG Rimini als Besucher

Polen

- Social Media Kampagne: Nürnberger Quartiere (in Zusammenarbeit mit der DZT)
- Roadshow in Wrocław und Poznań

Spanien

- CKM-Besuch des Influencers Carlos Fortea (auf Einladung der DZT)
- Pop Up Event mit den Airport Taste of NUE in Sevilla & Barcelona
- Reiseveranstalter-Workshop in Valencia mit der DZT
- Exklusive TikTok-Kampagne; DZT

Internationales Marketing

A-Märkte

Niederlande

- Eigene Onlinekampagne mit Holidaygurus.nl
- DZT-Workshop in Amsterdam

Österreich

- Eigene Onlinekampagne mit Urlaubsgurus
- Trade/Presse Workshop Wien über TVF

Schweiz

- Eigene Onlinekampagne mit Holidaygurus.ch
- Exklusiver Beitrag zu Nürnberg im Magazin „Kochen“, DZT
- Advertorial im Prestige Travel Magazin; by.TM

! Ehemaliger A-Markt China erholt sich! !

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

Nürnberg Convention

- **Intensivierung der Zusammenarbeit im lokalen Innovationsökosystem**
(Netzwerk Wissenschaftsstadt, Jours mit UTN, FAU, Ohm, weiteren wichtigen wissenschaftlichen Playern)
- **Digitale Kommunikation über das GCB**
(Newsletter, digitale Imagebroschüre, Social Media)



Nürnberg Convention

- Eigene Kommunikation über LinkedIn
Fokusthema: Energie und Umwelt
- Neu eingeführter NürnbergConvention Newsletter
- Messen & Sales Aktivitäten
(u.a. IMEX Frankfurt, Verbändetag Berlin, IBTM
Barcelona, MICE Networking Belgien)
- Education
(DigiDay, Secon)



Messejahre 2023 und 2024

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.)

2024:

u.a.

Spielwarenmesse (30.1.-3.2.)

BIOFACH & VIVANESS (13.2.-16.2.)

IWA OutdoorClassics (29.2.-3.3.)

FENSTERBAU FRONTALE (19.3.-22.3.)

HOLZ-HANDWERK (19.3.-22.3.)

embedded world (9.4.-11.4.)

FeuerTrutz (26.6.-27.6.)

GaLaBau (11.9.-14.9.)

Chillventa (8.10.-11.10.)

it-sa (22.10.-24.10.)

Consumenta (18.10.-5.11.)

SPS (12.11.-14.11.)

BrauBeviale (28.11.-30.11.)



A scenic view of a historic town at sunset. In the foreground, a stone bridge with multiple arches spans across a river. The river's surface is calm, reflecting the buildings and trees. On the left bank, there are lush green trees and a modern building with a blue facade. In the center, a prominent half-timbered building with a steep gabled roof stands next to a tall, square stone tower. The sun is low on the right side of the frame, creating a warm, golden glow and casting long shadows. The overall atmosphere is peaceful and picturesque.

Ausblick auf 2024



Prognose zur Übernachtungsentwicklung

- nahezu vollständige Erholung der
Auslandsübernachtungen in Deutschland
- Städte- und Kulturtourismus sind das Erfolgssegment im
Incoming-Tourismus
- insbesondere bei Europäern: Deutschland als
Kulturreiseland No. 1
- 93% der Touristen kombinieren ihre Städtereise mit der
Region
- Trotz Herausforderungen wie Inflation oder Kriege: die
Reiselust ist nicht gemindert

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



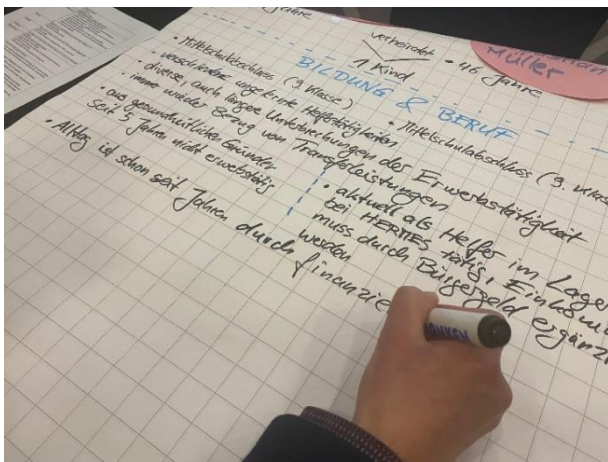
Multiplikatorenkampagne: Fokus Fine Dining

- **Hintergründe:** Hohe Sternerrestaurant-Dichte in Nürnberg & Fine Dining als krisenresistentes Trend-Thema
- **Vorstellung individueller Restaurant-Konzepte**, die in dieser Form nur in Nürnberg vorzufinden sind
- Im Mittelpunkt stehen nicht nur Sternerrestaurants
- Begleitthema: Gin und Whiskey
- Geplanter Start: im Frühjahr 2024



Verstetigung TI Handwerkerhof

- Während der Öffnung gute Frequentierung, obwohl die Pop-up Tourist Information noch in keinem Stadtplan verzeichnet war
- Es besteht weiterhin eine Nachfrage nach persönlicher touristischer Beratung
- Verstetigung des Pop-up-Betriebs mit saisonaler, täglicher Öffnung (April bis Oktober sowie Dezember)
- Ergänzt das touristische Serviceangebot in Nürnberg optimal



Kompetenzzentrum der CTZ

- Austausch mit den Mitgliedern und Partner:innen aus der Branche: Kreativkreis Hotellerie; Kreativkreis Kultur
- Workshops und Wissenstransfer für und in die Branche
- Aktive Mitarbeit in Arbeitskreisen und –gruppen der Magic Cities
- Teil der Knowledge Groups und Target Groups der CityDNA
- Ziel: die gesamte Destination Nürnberg im Marketing zu professionalisieren und methodisch in die (digitale) Zukunft zu führen



**Vielen Dank
für die
Aufmerksamkeit.**

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