

Tourismus in Nürnberg:

Touristische Entwicklung und Marketingaktivitäten der CTZ Nürnberg

Yvonne Coulin

Geschäftsführerin

Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg

tourismus.nuernberg.de

3,8

Millionen Übernachtungen in 2024



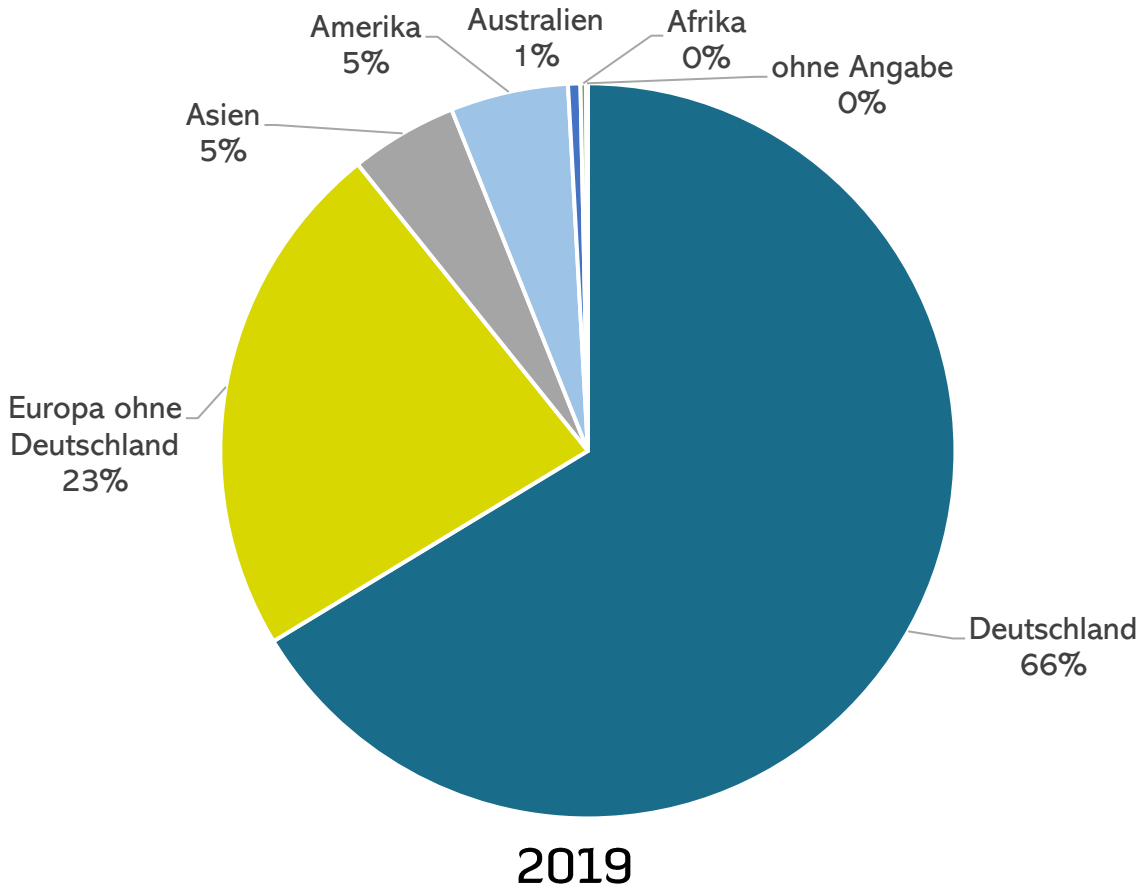
Übernachtungen 2024

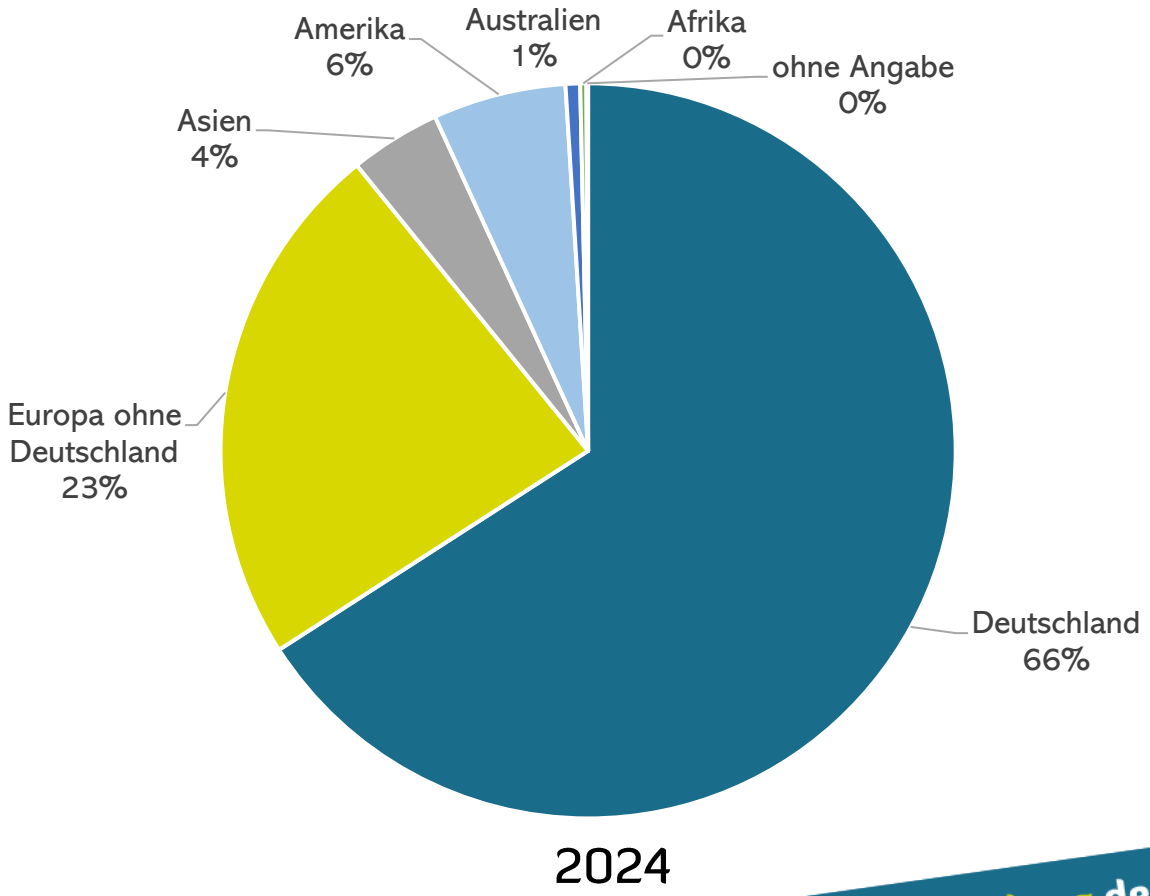
	ÜN 2024	Vergleich 2023	Vergleich 2019
Übernachtungen	3.864.501	+8,9 %	+8,5 %
Übernachtungen Inland	2.546.618	+6,2 %	+7,8 %
Übernachtungen Ausland	1.317.883	+14,6 %	+9,9 %
Ø Aufenthaltsdauer	1,8	1,8	1,8
Bettenauslastung (Hotellerie)	46,8	45,2	51,8
Deutschland 2024:	496,1 Mio.	+1,9 %	+0,1 %

tourismus.nuernberg.de

Quelle: Amt für Statistik Bayern

Verteilung nach geografischer Herkunft: 2019 vs. 2024





tourismus.nuernberg.de

Quelle: Amt für Statistik Bayern

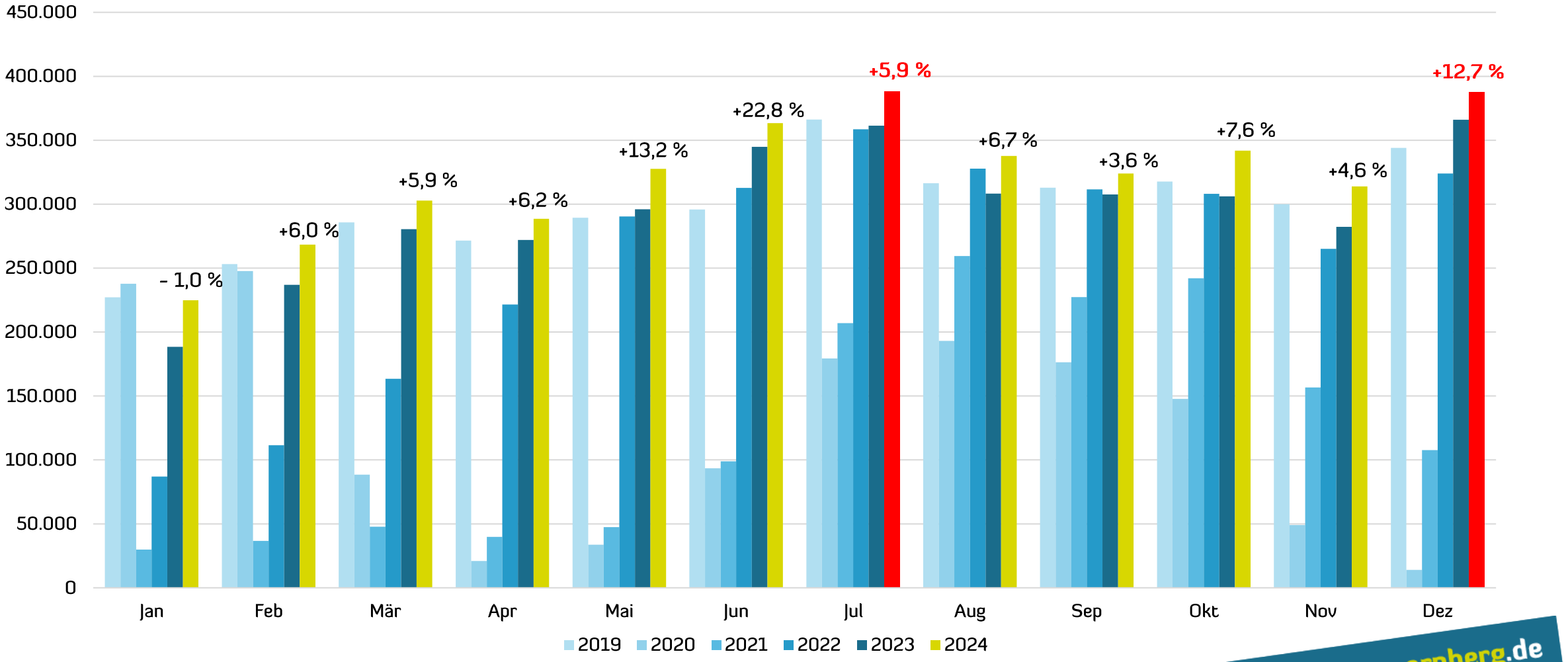
Übernachtungen nach Herkunftsländern

	Land	2024	Vergleich 2023	Platzierung 2023	Flugverbindungen
	Deutschland	2.546.618	+8,9 %		
1	**USA**	172.088	+14,8 %	1.	
2	**Italien**	97.594	+23,6 %	3.	Bari, Cagliari, Palermo, Neapel, Rom, Lamezia, Bologna, Venedig
3	**Österreich**	82.232	+7,5 %	4.	Wien
4	**Großbritannien, Nordirland**	82.187	-2,9 %	2.	London Stansted, London Heathrow
5	**Niederlande**	75.183	+7,9 %	5.	Amsterdam
6	**Polen**	62.511	+28,2 %	8.	Krakau
7	**Spanien**	58.759	+2,9 %	6.	Alicante, Barcelona, Fuerteventura, Girona, Gran Canaria, Málaga, Palma de Mallorca, Sevilla, Teneriffa, Valencia, Ibiza, Lanzarote
8	**Schweiz**	55.208	+5,9 %	7.	Zürich
9	**Frankreich**	47.334	+13,0 %	9.	Bastia/Korsika, Nizza, Paris Charles de Gaulle
10	**China**	42.667	+48,2 %	11.	

tourismus.nuernberg.de

Quelle: Amt für Statistik Bayern

Monatliche Übernachtungsentwicklung 2019 bis 2024

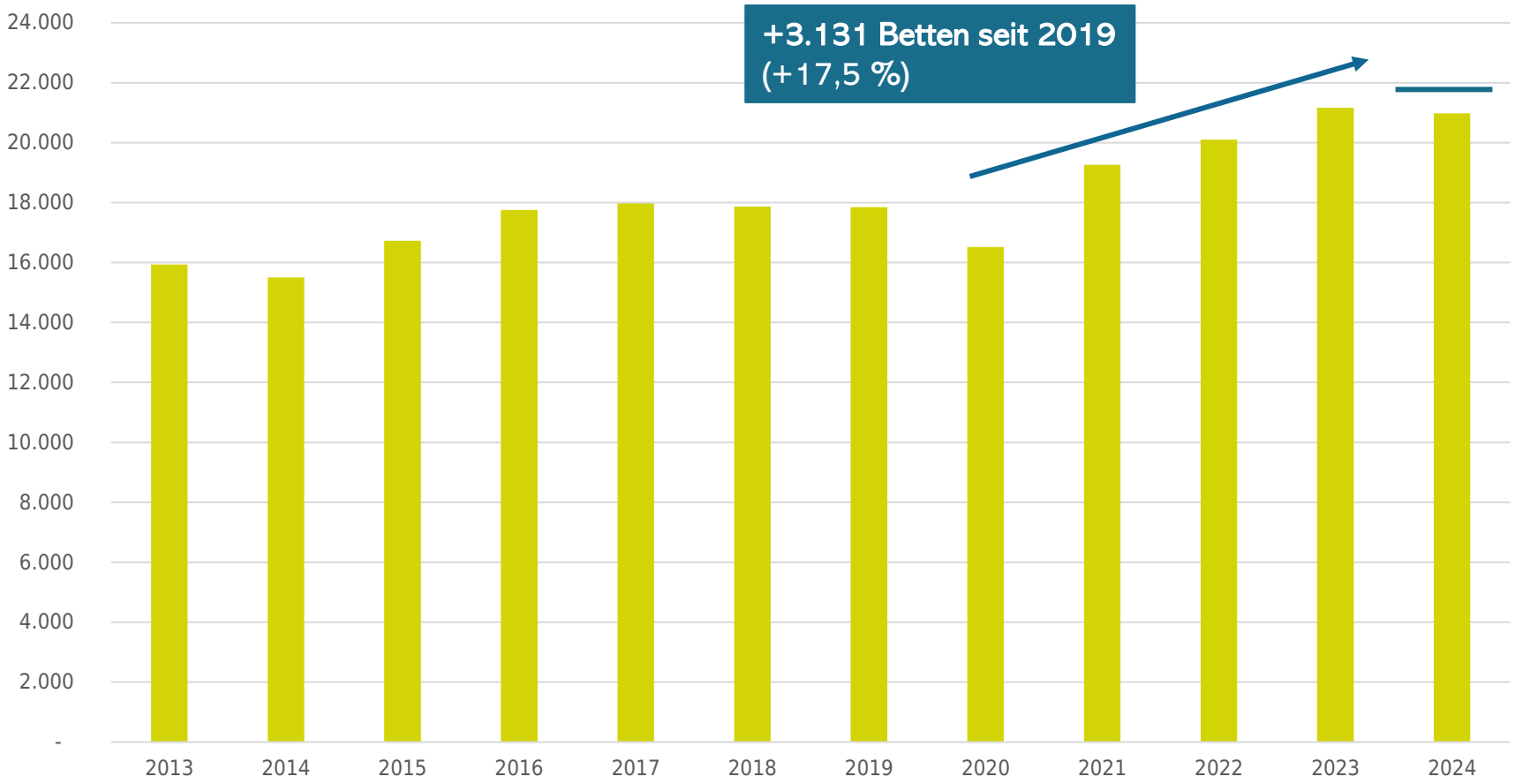


Prozentzahlen im Vgl. zu 2019

Quelle: Amt für Statistik Bayern

tourismus.nuernberg.de

Entwicklung der Bettenanzahl (Hotellerie) in Nürnberg



Dez. 2024: 20.978

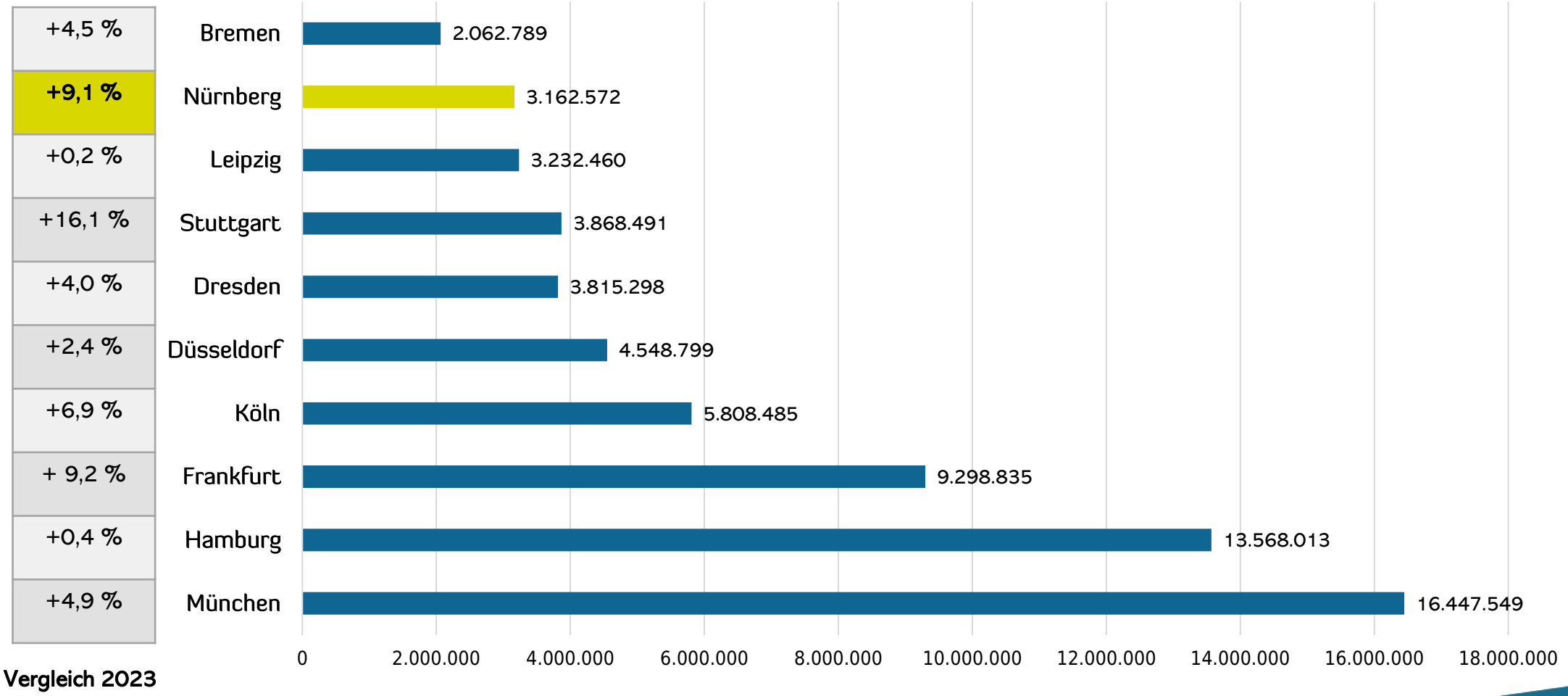
Dezemberwerte (Hotellerie) aus der offiziellen Statistik des Bayerischen Landesamt für Statistik

Belegungsrate (Zimmer)	2019	2023	2024
Nürnberg	72,8 %	63,7 %	66,1 %
Deutschland	71,4 %	64,9 %	66,9 %

tourismus.nuernberg.de

Quelle: Amt für Statistik Bayern; STR Global

Tourismusentwicklung: Benchmark Magic Cities November 2024



Übernachtungen von Januar bis November 2024

tourismus.nuernberg.de

Quelle: Pressemitteilungen und Webseiten der Städte, Magic Cities

Tourismusentwicklung: Benchmark Bayern

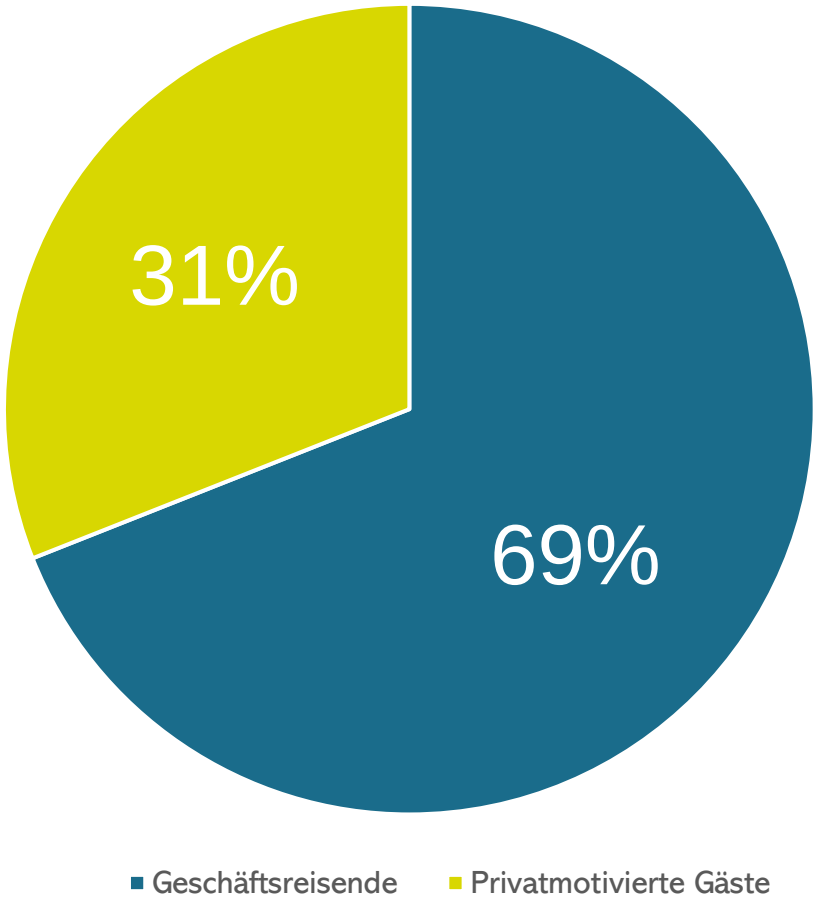
	Übernachtungen 2024	Vgl. 2019	Vgl. 2023
München	19.712.703	+7,8 %	+5,8 %
Nürnberg	3.864.501	+8,5 %	+8,9 %
Regensburg	1.365.186	+19,3 %	+3,0 %
Augsburg	1.196.946	+39,3 %	+5,6 %
Würzburg	1.072.741	+9,9 %	+12,2 %
Bamberg	842.297	+11,8 %	+4,3 %
Ingolstadt	652.502	+16,8 %	+0,9 %
Erlangen	687.859	+36,9 %	+7,2 %
Bayreuth	527.536	+19,8 %	+2,9 %
Fürth	325.604	-10,3 %	+6,9 %



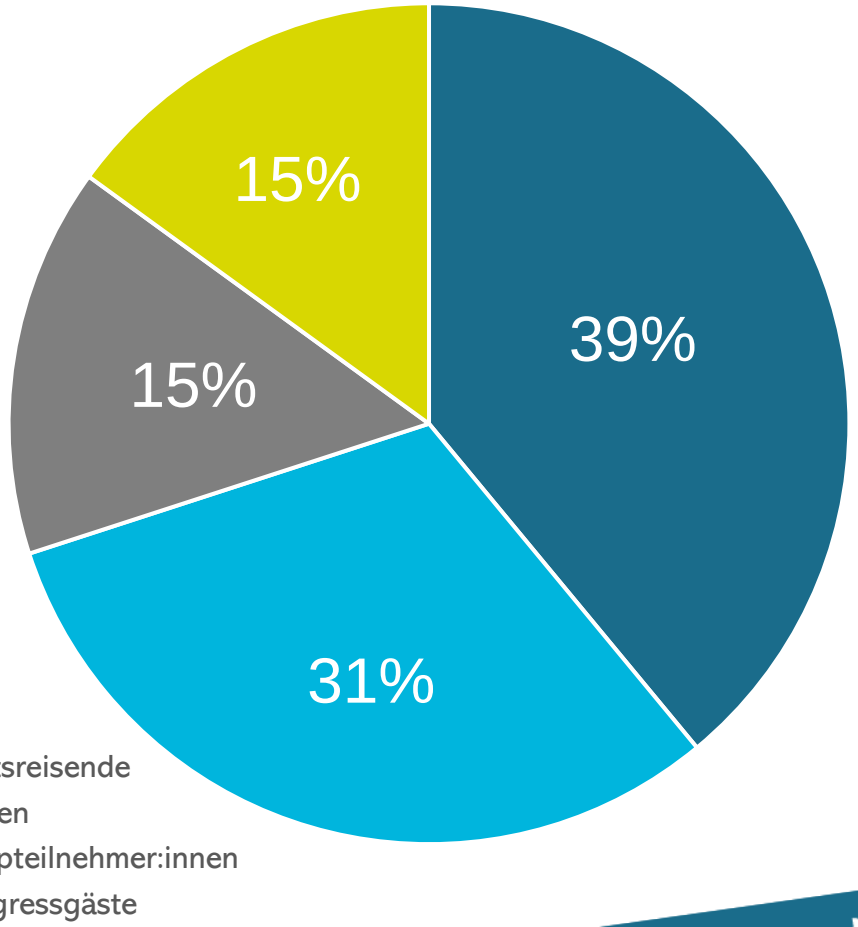
tourismus.nuernberg.de

Quelle: Amt für Statistik Bayern

Zusammensetzung der Gästestruktur

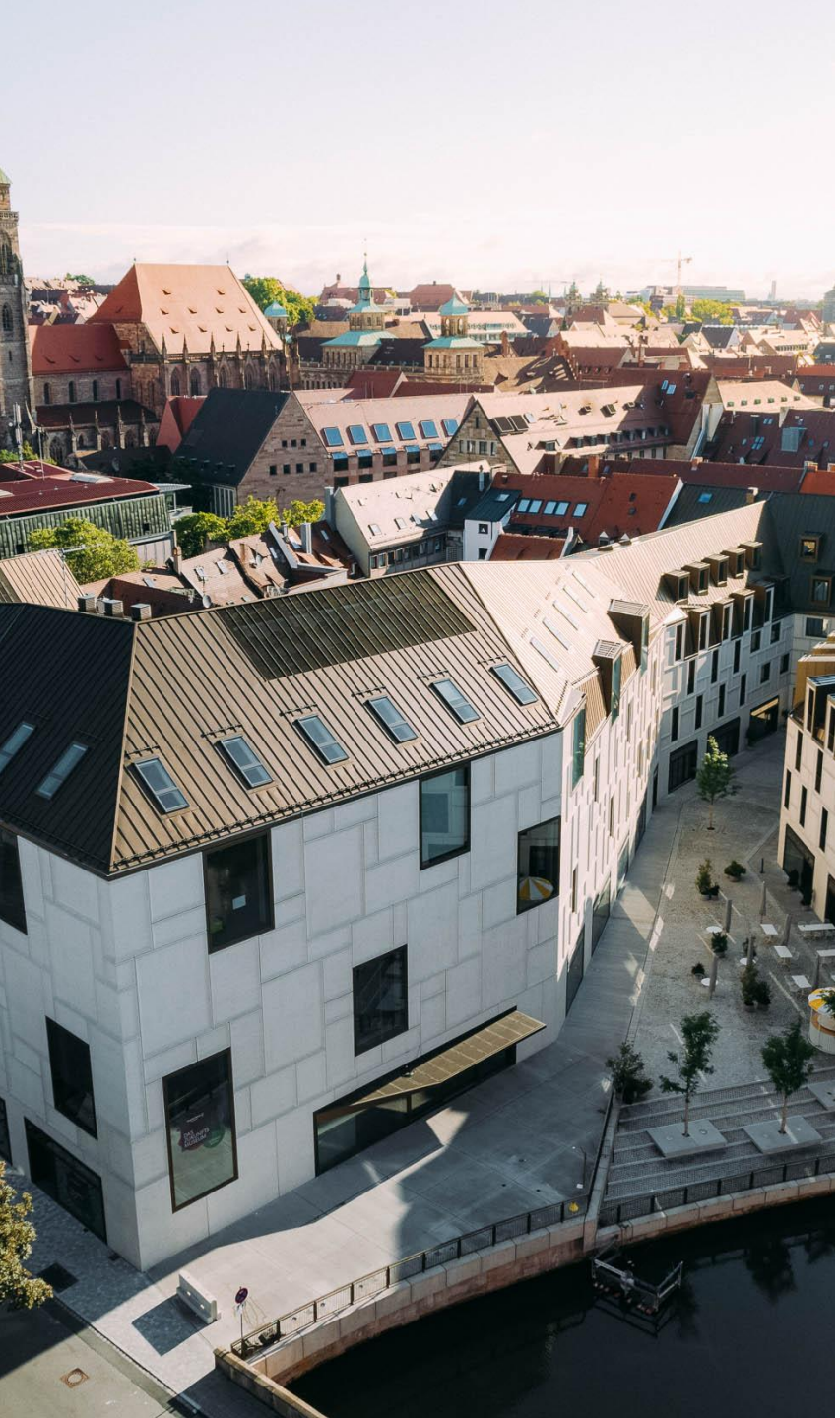


davon



tourismus.nuernberg.de

Quelle: dwif (2023); Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in Nürnberg, n=58



Der Wirtschaftsfaktor Tourismus Nürnberg

- Der Wirtschaftsfaktor Tourismus quantifiziert die **ökonomische Bedeutung des Tourismus** und verdeutlicht dessen **Rolle für Einkommen und Beschäftigung**
- Erhebung in ca. dreijährigem Turnus seit 2010 durch die dwif-Consulting GmbH
- 2023: Wiederaufnahme der Erhebung nach pandemiebedingter Pause

tourismus.nuernberg.de

Quelle: dwif (2025)

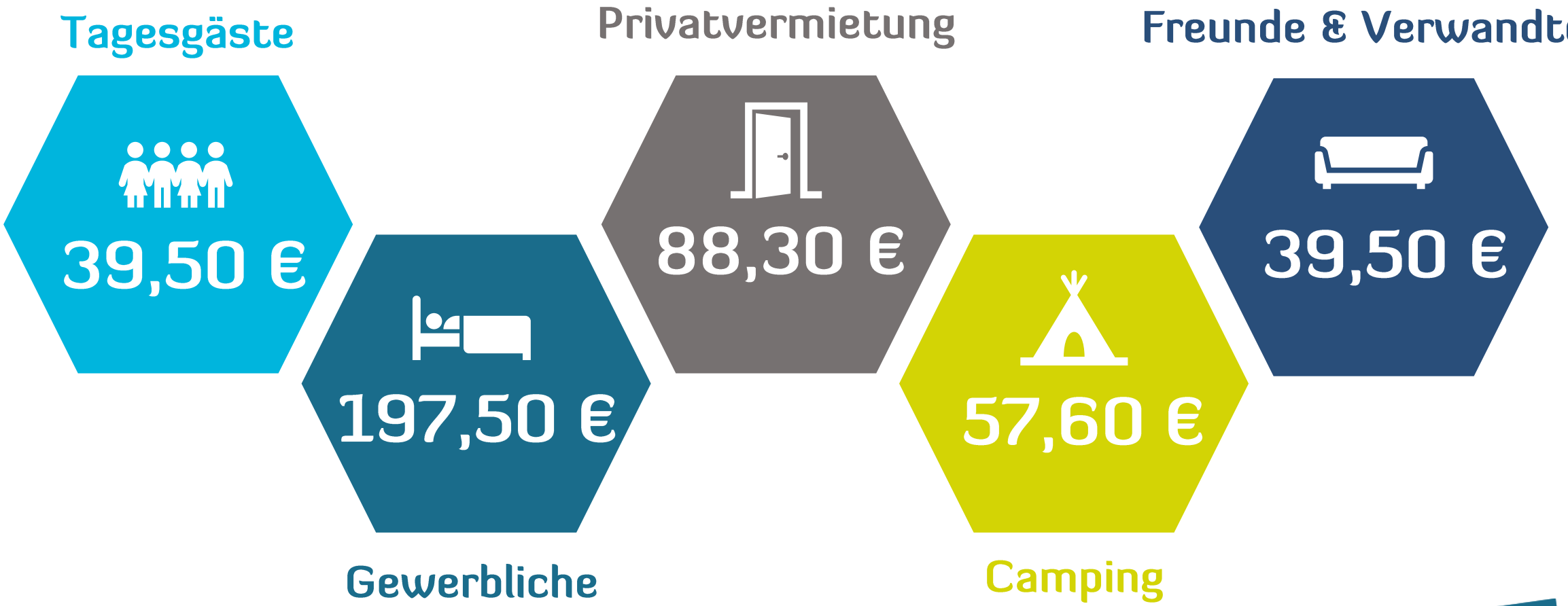


2,36 Mrd.€

Gesamtumsatz aus dem Tourismus im Jahr 2023

Quelle: dwif (2024): Wirtschaftsfaktor Tourismus Nürnberg 2023

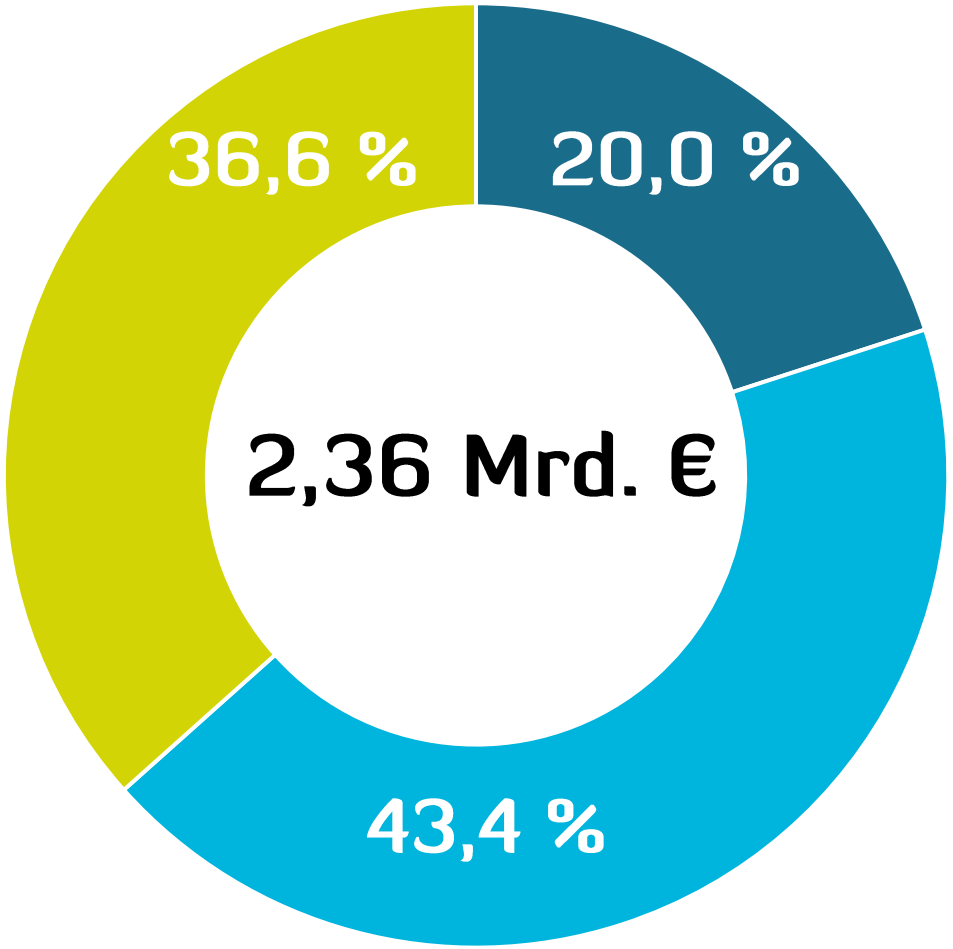
Ausgaben der Gäste vor Ort



tourismus.nuernberg.de

Quelle: dwif (2024): Wirtschaftsfaktor Tourismus Nürnberg 2023

Direkte Profiteure des Tourismus



Gastgewerbe
1,02 Mrd. €

Einzelhandel
863,2 Mio. €

Dienstleistungen
472,9 Mio. €

tourismus.nuernberg.de

Quelle: dwif (2024): Wirtschaftsfaktor Tourismus Nürnberg 2023



34.610 Personen

Einkommensäquivalent

Quelle: dwif (2024): Wirtschaftsfaktor Tourismus Nürnberg 2023



Tagesreisenmonitor: Erstmalige Sonderauswertung

40,0 Mio.

Tagesreisen für die Stadt Nürnberg im Jahr 2023

Quelle: dwif 2023

Tagesausflügler:innen in Nürnberg

VOLUMEN
32,5 Mio.

HAUPTANLASS
Besuch von Verwandten, Bekannten und Freunden

HAUPTSAISON
Leichter Schwerpunkt in den Frühlings- und Sommermonaten

HAUPTANREISEMITTEL
64% PKW, Motorrad, Wohnmobil (motorisierter Individualverkehr)
29% Bahn / ÖPNV

WOHNORT
im Umkreis von Ø 56 km
93% kommen aus Bayern

überwiegend 2-Personen-**HAUSHALTE**
Durchschnittsalter beträgt 42 Jahre

Rund die Hälfte verfügt über ein **HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN** von 2.500 € oder mehr

BERUFE
56% sind Angestellte

tourismus.nuernberg.de

Quelle: dwif (2024): Tagesreisenmonitor Nürnberg 2023



Die CTZ



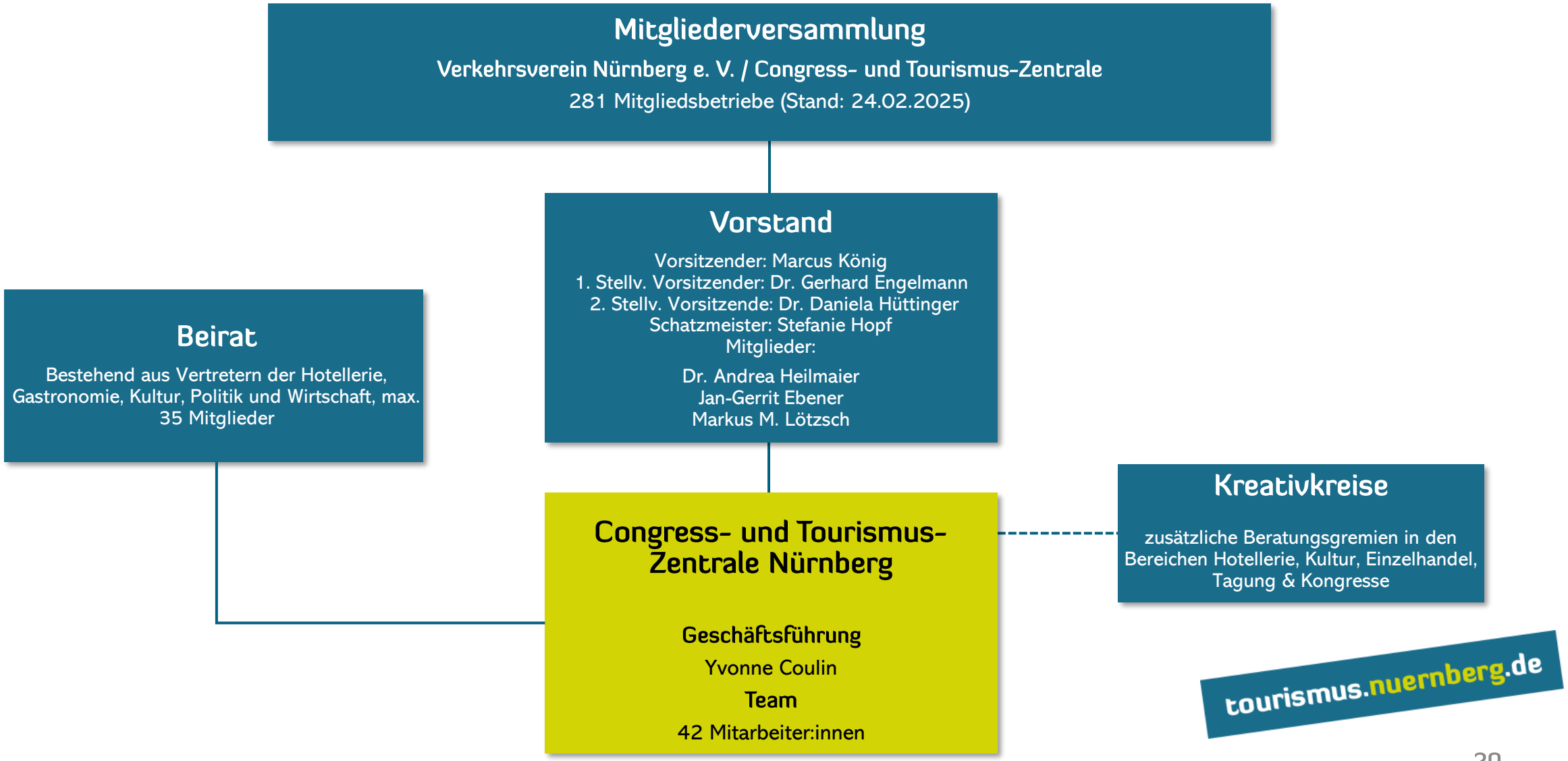
Die Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg

Destination Management Organisation (DMO) Nürnbergs

- Verkehrsverein Nürnberg → besteht seit über 100 Jahren
- **Mission** laut Satzung: *„örtlichen Fremdenverkehr fördern und vermehren“* → Städtetourismus in Nürnberg langfristig positiv positionieren

tourismus.nuernberg.de

Unternehmensstruktur



tourismus.nuernberg.de

Geschäftsbereiche der CTZ

Gästeservice



Tourist Informationen



Service-Zentrale

Marketing



Online Marketing
PR & Kommunikation
Publikationen
Auslandsmarketing
NürnbergConvention

tourismus.nuernberg.de


CTZ: Gästeservice



Tourist Informationen

- **Beratung von Tages- und Übernachtungsgästen**

  sowie Bürgern
  - TI am Hauptmarkt: ca. 170 Tsd. Besucher
    (⌀ 470 Besucher/Tag)
  - TI im Handwerkerhof: ca. 46 Tsd. Besucher
    (⌀ 240 Besucher/Tag)
- **Ticketverkauf**
- **Herausgabe von touristischem Informationsmaterial**
- **Warenverkauf**

tourismus.nuernberg.de





Service-Zentrale

- **Beratung** per Telefon und E-Mail (2024: ca. 400 Kontakte/Tag)
- **NürnbergCard**
- **Stadtführungsvermittlung**
- **Zimmervermittlung**
- **Versand** von Informationsmaterial
- Unterstützung bei der Organisation von **Gruppenreisen** und **Tagungen** für Reiseveranstalter und Unternehmen

tourismus.nuernberg.de



CTZ: Nürnberg Convention

NÜRNBERG MESSE

tourismus.nuernberg.de

Nürnberg Convention

- Gemeinsam betriebenes **Convention Bureau**
- Ziel: Nürnberg ist eine erfolgreiche Kongressdestination
- Weg: Ein intensives und gewinnbringendes innerstädtisches Netzwerk
- Aufgabenfelder: Marketing, Marktforschung, Service, Sales

→ Wissenschaftsstandort im Fokus des Kongressmarketings

NürnbergConvention
826 Follower:innen
2 Monate • Bearbeitet •

🌐 Kongress des Monats: EUKO 2024 – Zukunft in der Wirtschafts- und Unternehmenskommunikation

Im Oktober steht Nürnberg wieder im Fokus der internationalen Wissenschaft und Praxis! Die 24. interdisziplinäre Jahreskonferenz der EUKO (Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation) findet vom 24. bis 26. Oktober 2024 an der Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm statt.

Unter dem Thema „Fortschritt, Innovation, Vision – Szenarien, Bilder, Metaphern und sprachliche Konzepte von Zukunft in der Wirtschaftskommunikation" bringt die Tagung Forschende, Studierende und Praktiker*innen aus unterschiedlichen Fachbereichen zusammen. Gemeinsam werden Forschungsergebnisse und Best Practices zu innovativen Kommunikationskonzepten diskutiert.

💬 „Zukunft als Tagungsthema trifft genau die Diskussionen der Zeit", so Tagungsleiter Prof. Volker M. Banholzer. „Die interdisziplinäre und internationale Perspektive auf die Zukunft und die Darstellung von Zukunft erlaubt einen breitere Diskussion, die vor allem im europäischen Kontext sehr wichtig ist."

Prof. Volker Banholzer Uwe Mummert

Mehr Infos und das Tagungsprogramm ⬇️

#Wirtschaftskommunikation #EUKO2024 #Tagung #Innovation

Foto Credit Anna Wintermayr



Sie und 16 weitere Personen

1 Kommentar · 1 direkt geteilter Beitrag






CTZ: Marketing

Marktforschung

als Grundlage aller strategischen Entscheidungen der CTZ.

Zahlen, Daten & Benchmark

Bayerisches Landesamt für Statistik

Übernachtungsstatistik Nürnberg
Übernachtungsstatistik Franken
(jeweils monatlich)

Deutschland Das Reiseland

DZT Inbound Travel Dashboard

Germany Magic Cities

Übernachtungsstatistik (pro Quartal)

CITY DNA

TourMIS

str

Trend Report Nürnberg (monatlich)
inkl. RevPAR, ADR, Occupancy

HQ plus **HQ plus**

Trends

dwif

Qualitätsmonitor (jährlich)
Wirtschaftsfaktor Tourismus (alle 3 J.)
Tagesreisenmonitor

Germany Magic Cities

Deutscher Städtereisemonitor
RA **RA ReiseAnalyse**

DTV Deutscher Tourismusverband

Städtereisenstudie
Lebensqualität und Tourismus

DI Tourismusforschung | FH Westküste | TOURISTICON

ohm Technische Hochschule Nürnberg

Besucherbefragung Christkindlesmarkt

sinus

Sinus Milieus (mehrere Pakete)

CITY DNA

Benchmark Report (jährlich)
MKG-Report (jährlich)
City Tourism Monitor (pro Quartal)

Nürnberg Convention

GCB Meetings made in Germany

Meeting- & EventBarometer Deutschland (alle 2 Jahre)
Meeting- & EventBarometer Nürnberg (jährlich)
Future Meeting Space (jährlich)

ICCA

Association Survey (jährlich)
Statistics Report (jährlich

RA Germany Magic Cities

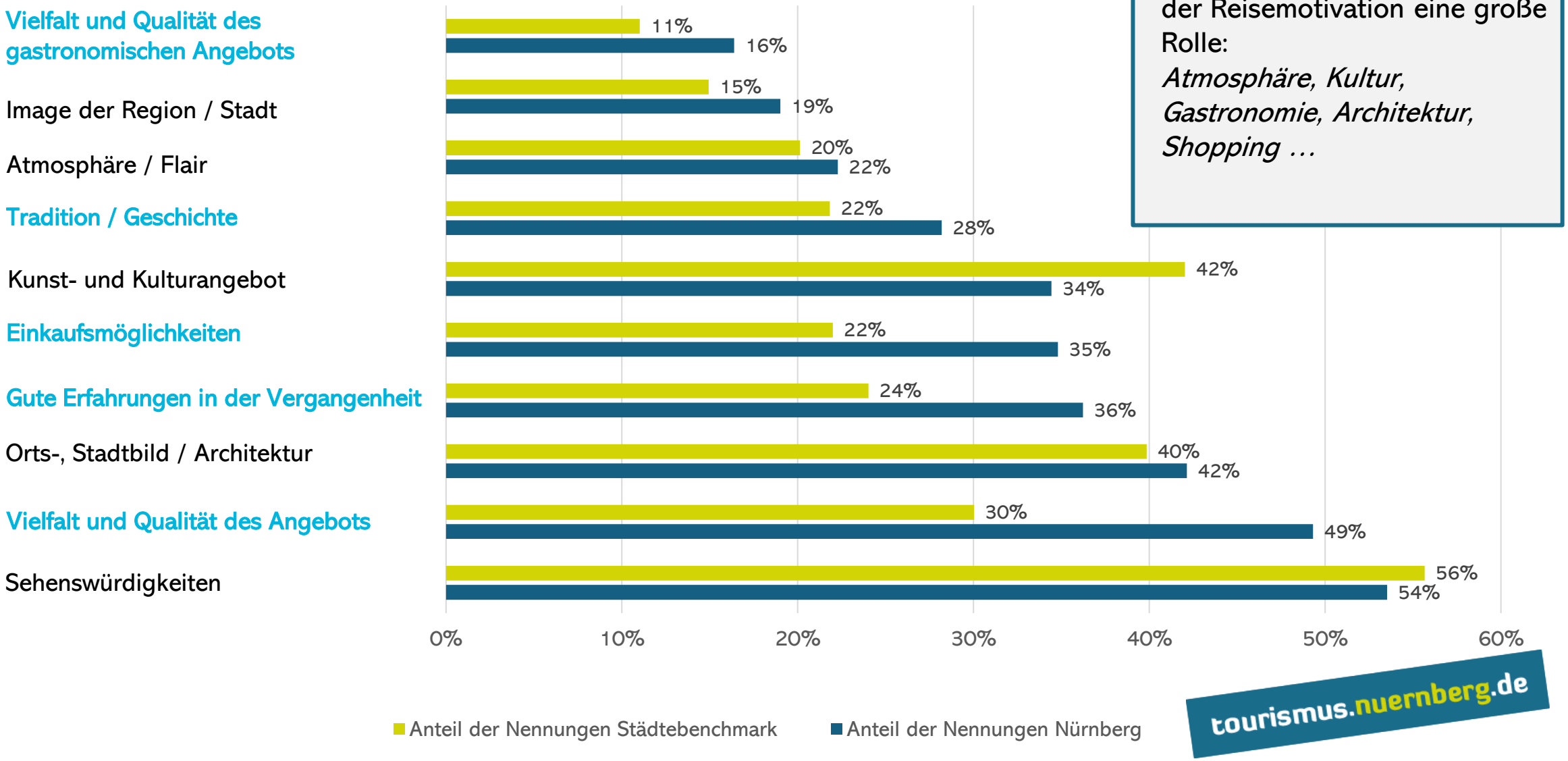
RA ReiseAnalyse business

CITY DNA

Meetings Statistics Report (alle 2 Jahre)

Top 10 Gründe für die Destinationsentscheidung

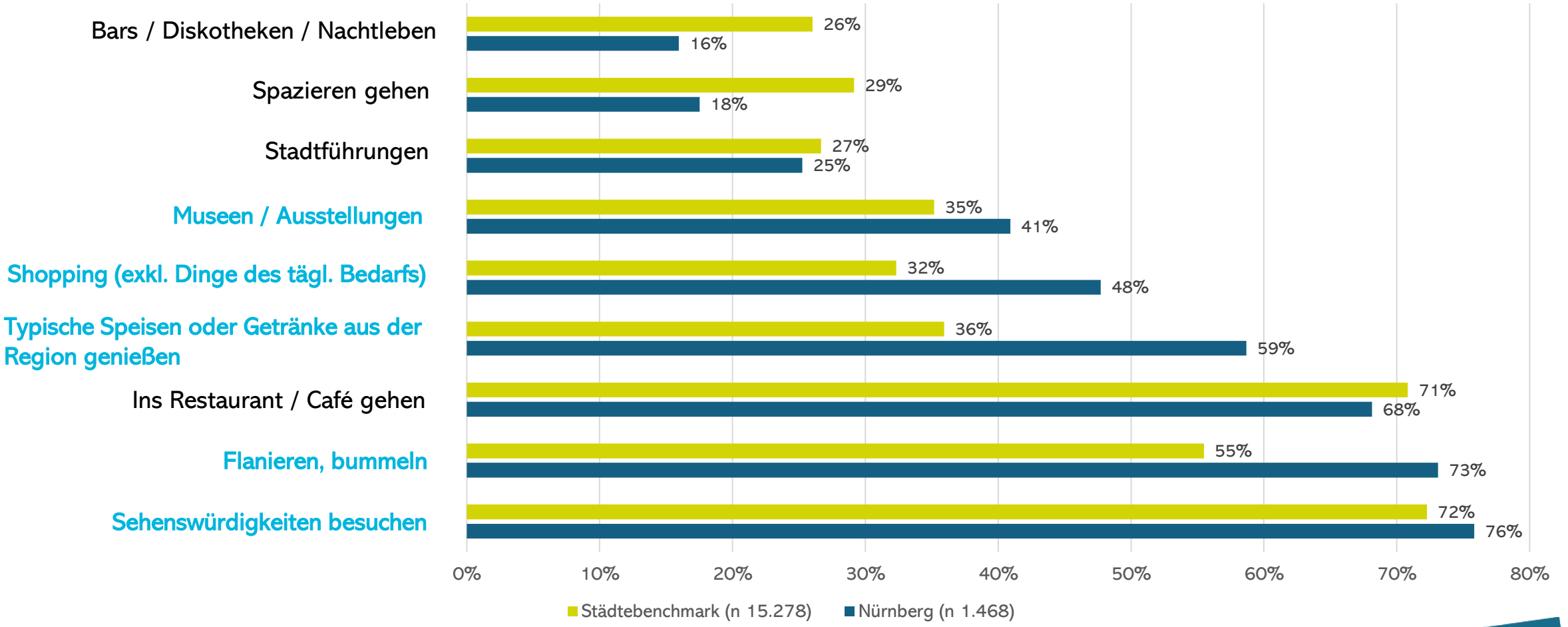
Das multioptionale „Gesamtpaket Stadt“ spielt bei der Reisemotivation eine große Rolle:
Atmosphäre, Kultur, Gastronomie, Architektur, Shopping …



tourismus.nuernberg.de

Quelle: Qualitätsmonitor, Nürnberg n = 1.460, Städtebenchmark (Magic Cities) n = 15.008 / 01.01.2018 - 30.06.2024

Top 10 Aktivitäten von Urlaubern



tourismus.nuernberg.de

Quelle: Qualitätsmonitor, 01.01.2018 - 30.06.2024

Der typische Nürnberg-Gast:

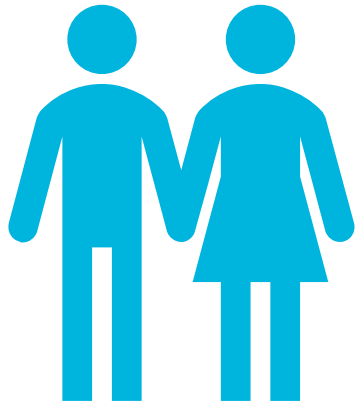
Alter: 43 Jahre

Angestellter

Mittlere Reife/ Realschulabschluss

Herkunfts-Bundesland: Nordrhein-Westfalen

Haushaltseinkommen: 4.000 €



Individueller Städtetrip

Reisepartner: Ehepartner

Buchung 1-2 Monate vor Anreise, meist online

Kommt wegen der Atmosphäre nach Nürnberg

Reist mit dem PKW an

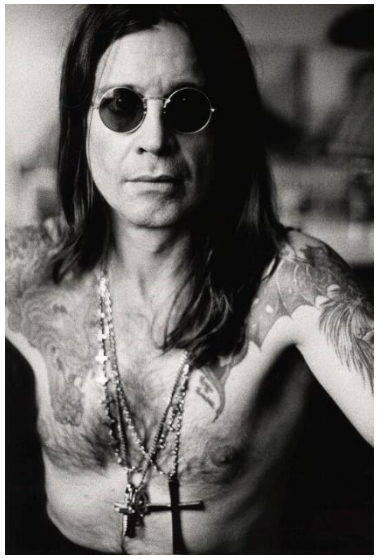
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland 2018

tourismus.nuernberg.de

Ein Beispiel für eine klassische Zielgruppenbeschreibung



- * 1948
- Männlich
- In England aufgewachsen
- Zwei Kinder
- Sehr wohlhabend
- Mag Hunde



Gute Basis, aber soziodemografische Daten reichen nicht aus.

Es fehlen Wertesysteme und Lebenswelten …

tourismus.nuernberg.de

Wer ist meine Zielgruppe?

Marktforschung als Basis

Klassische Zielgruppen

- Geschlecht
- Familienstand
- Alter
- Einkommen
- Bildungsniveau
- Interessen / Kaufverhalten



→ Soziodemografische Zahlen

Sinus Milieus

- Verhalten
- Einstellung
- Motivation
- Bewegung (Journey)
- Gefühle
- Beziehungen



→ Lebenswelten, Leitwerte, gesellschaftliche Orientierung

tourismus.nuernberg.de

Von Sinus Milieus zu Personas

Die Entwicklung der touristischen Personas der CTZ



2018

Entwicklung von touristischen Personas auf Basis der Sinus Milieus gemeinsam mit wichtigen Stakeholdern in der Stadt

→ Kompetenz & Know How von:

Presseamt, Wirtschaftsförderung, städtische und nicht-städtische Kultur (Museen, Projektbüro, Staatstheater etc.), Hotellerie, Gastronomie, Flughafen, Nürnberg Messe…

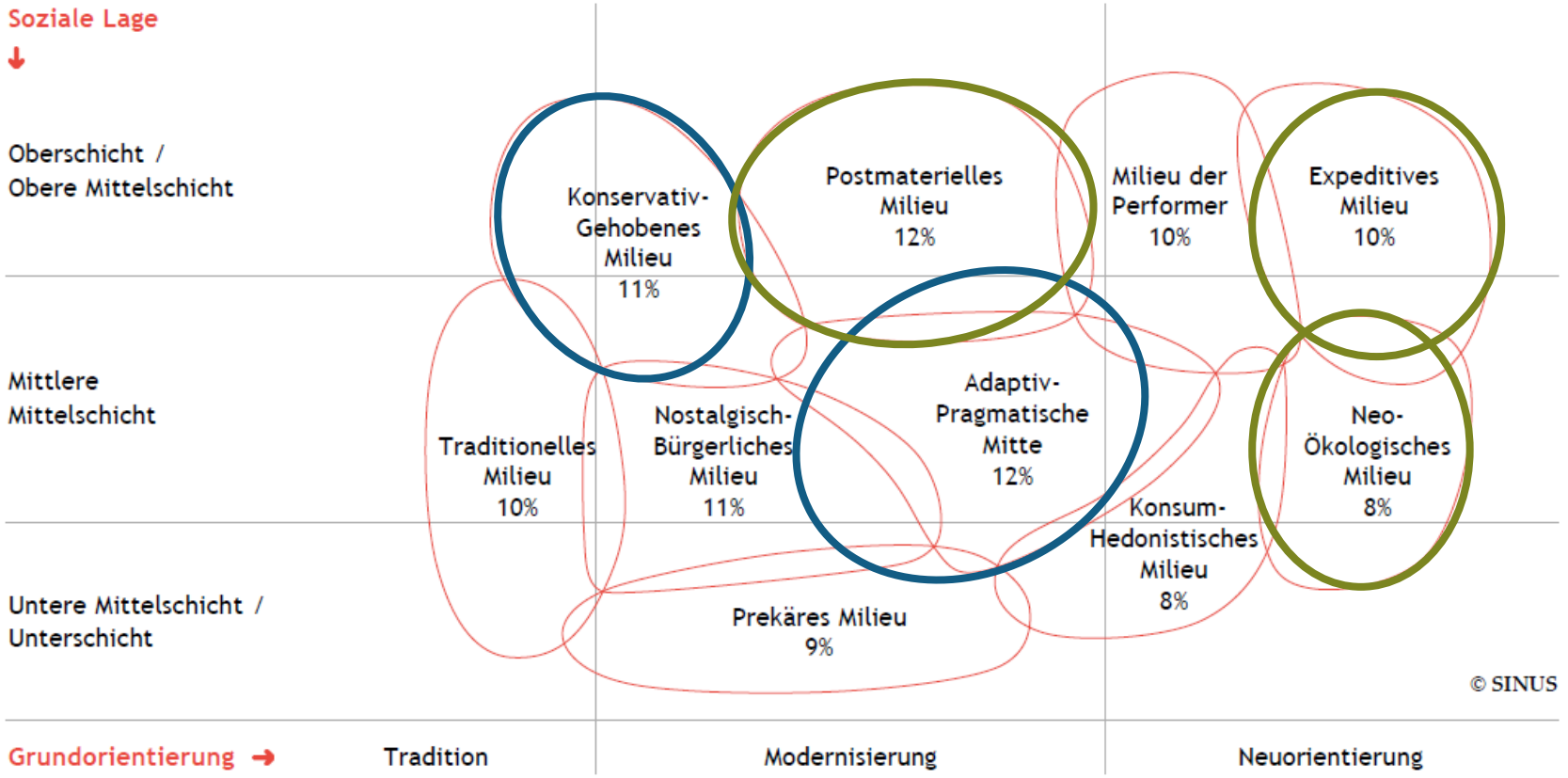
heute

Konsequente Orientierung an den touristischen Personas im Marketing für die Destination Nürnberg

tourismus.nuernberg.de

Besuchertypen in Nürnberg

Sinus-Milieus in Deutschland 2021/22



Aktuell

Perspektivisch

tourismus.nuernberg.de

Quelle: Sinus-Institut, Heidelberg

Sinus Milieus als strategischer Kern des Marketing-Mix



tourismus.nuernberg.de

Online Marketing

tourismus.nuernberg.de

tourismus.nuernberg.de

1,7 Mio. Seitenaufrufe

Beliebteste Seiten: Startseite, Sehenswürdigkeiten, Stadtführungen, Events

@Nürnberg erleben

@nuernberg_travel

Social Media

100.000 Abonnenten
1,25 Mio. erreichte Personen
65 Tsd. Likes

Rubriken wie „Veranstaltungstipps“ oder „Kulturdienstag“

Video Marketing

Newsletter Marketing

tourismus.nuernberg.de

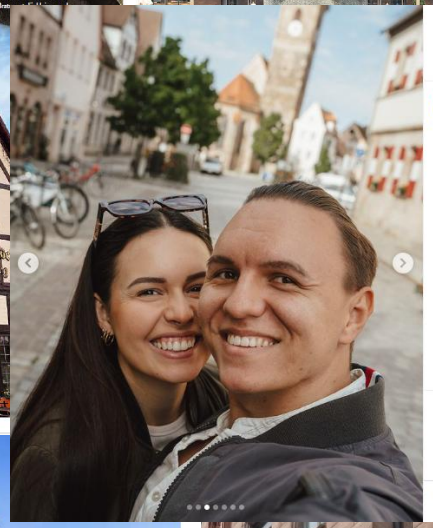




但费德勒问我：“如果一切不再可见，当它再次出现时，我们就不认识了，于是更不知道如何应对，这不是更危险吗？”

这些遗产见证着人类潜向深渊，又从深渊中爬出。它们像一个镜框，隐入历史的那些











Schwein, Salz und Gewürze gehören in die „Röstla“. Alles andere ist tabu

rantraum ein Menü regionaler Delikatessen: Vom fränkischen Laab Gai, das jeder thailändischen Garküche Ehre machen würde – fermentiertes Wildhasenkeulenfleisch, gesäuert durch Zierquittensaft und geschärft von vergorenen Moruga-Chilis – über klassische Charcuterie bis zum selbst gebackenen Sauerteigbrot. Zum Abschluss spazieren die Geschmacksknospen durch einen Nadelwald aus geräuchertem Schmand



Bratwurst-Patin Sofia Hilleprandt betreibt die Historische Bratwurstküche „Zum gulden Stern“ – und einen passenden Podcast

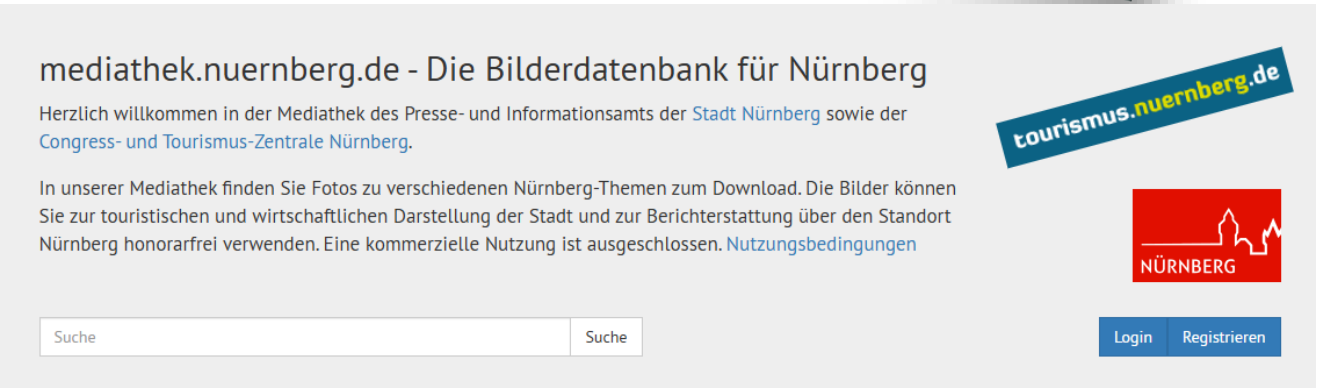
PR & Kommunikation

- ✓ Organisation und Betreuung von **Presse- und Blogger-Reisen**
- ✓ 2024: 163 betreuten Medienvertreter:innen aus 16 Ländern
  - **95 Journalisten**
  - **52 Blogger**
  - **16 Influencer**

- ✓ Produktion von **Hörfunkmaterial**
- ✓ Kooperation mit **Podcasts**

tourismus.nuernberg.de





Publikationen & Werbemittel

- ✓ **Mehrsprachige Auswahl an Publikationen**: z.B.
  - Stadtplan
  - Sehen & Erleben
  - Ideenkatalog für Einzel- und Gruppenreisen
- ✓ **Bereitstellung einer Mediendatenbank zur** Darstellung Nürnbergs

tourismus.nuernberg.de

Auslands- und Kooperationsmarketing

A-MÄRKTE

- ✓ USA
- ✓ Italien
- ✓ Großbritannien
- ✓ Niederlande
- ✓ Österreich
- ✓ Schweiz
- ✓ Polen
- ✓ Spanien

B-MÄRKTE

- ✓ China
- ✓ Frankreich
- ✓ Tschechien

Enge Zusammenarbeit u. A. mit

Bayern

Deutschland Das Reiseland

Franken Tourismus

CITY DESTINATIONS ALLIANCE

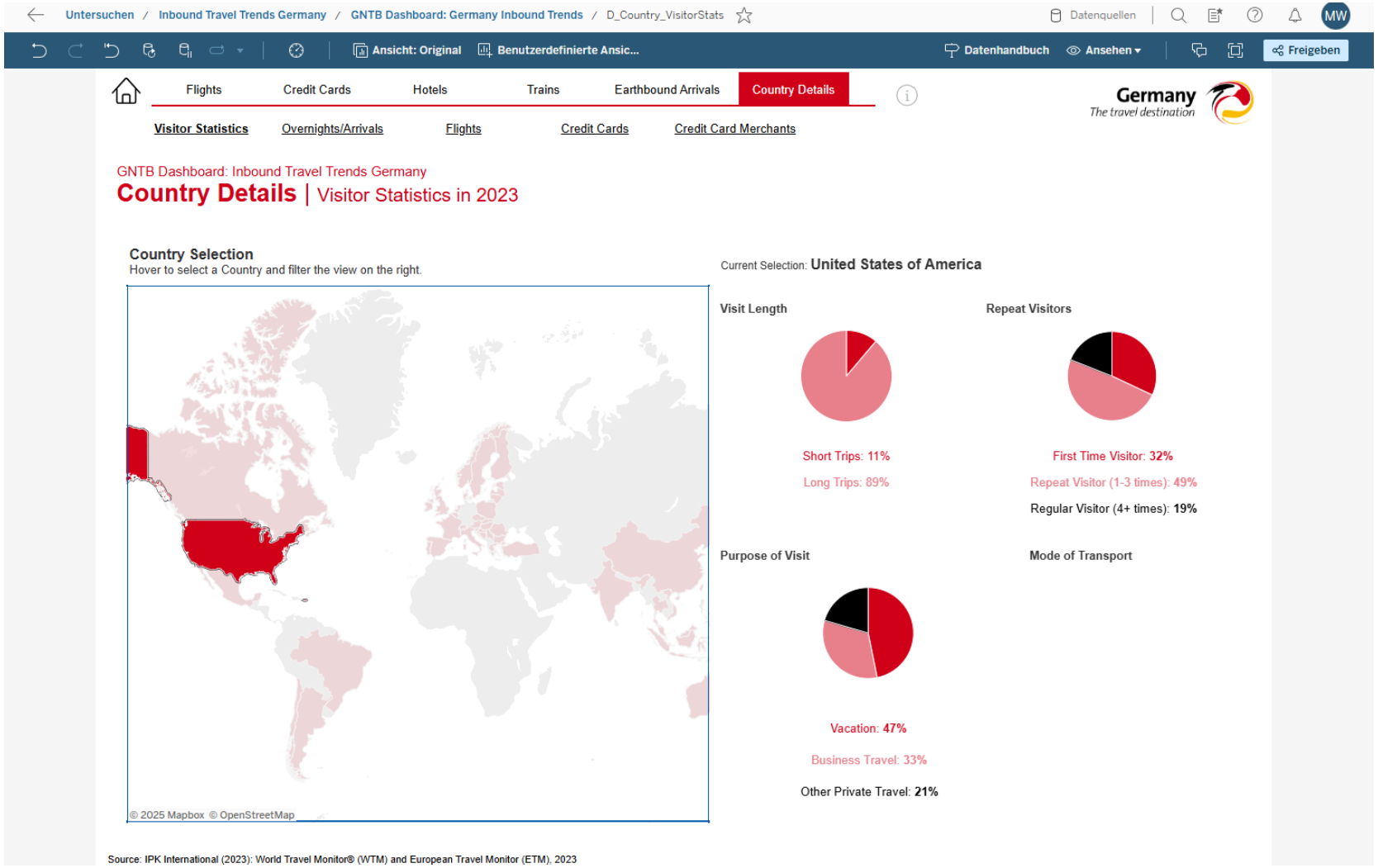
NÜRNBERG MESSE

ALBRECHT DÜRER AIRPORT NÜRNBERG

Neubewertung im 3-Jahres-Turnus auf Basis von aktuellen Marktentwicklungen

tourismus.nuernberg.de

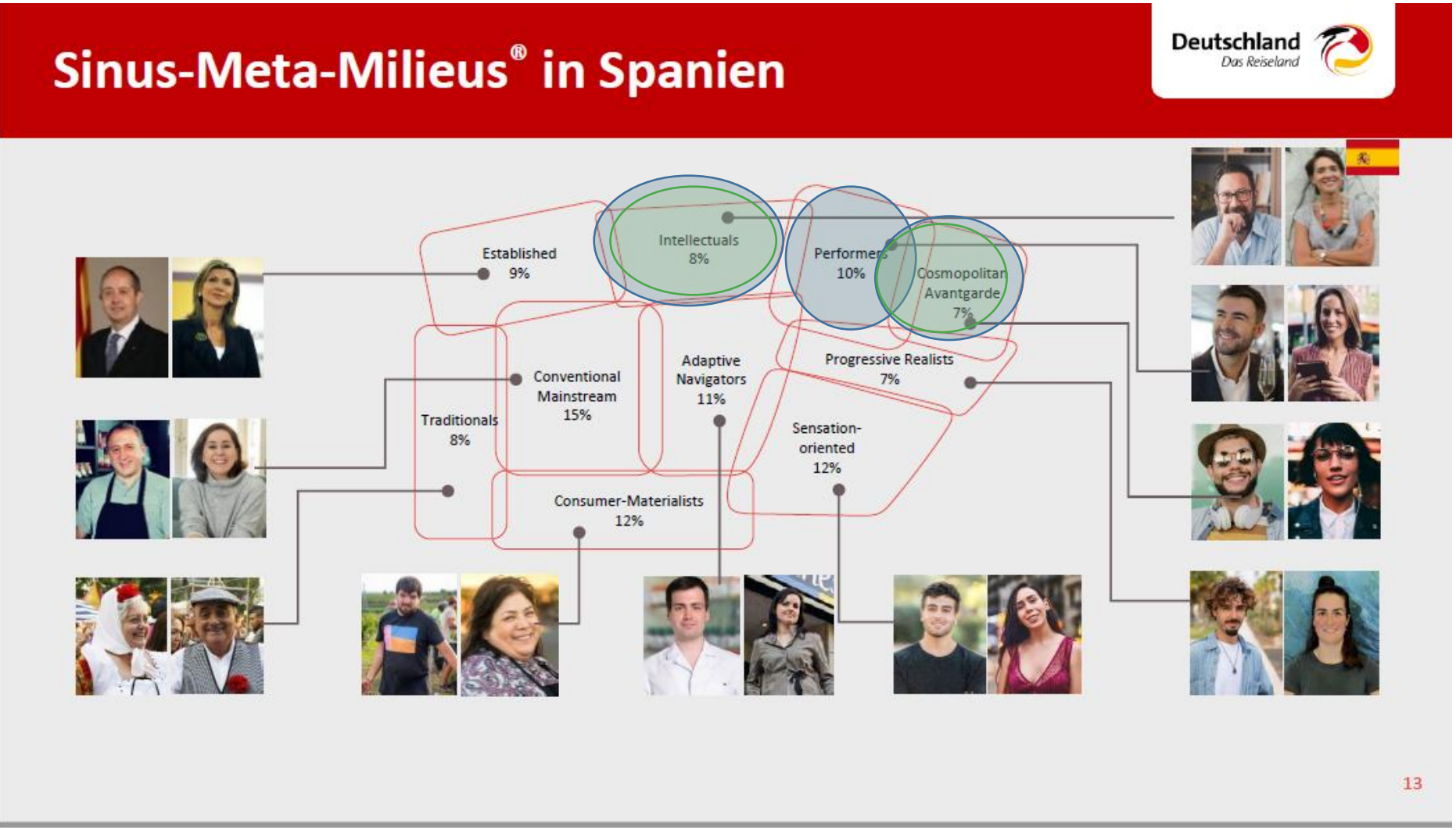
DZT-Dashboard



Strategische Marktbearbeitung auf Basis von marktspezifischer Forschung

tourismus.nuernberg.de

Internationale Sinus-Meta-Milieus



Vorgehen analog zum deutschen Markt:

- **Identifizierung** und Fokussierung auf **relevante Zielgruppen**/ Sinus-Milieus
- Identifizierung von Zielgruppen für **Spezialthemen**, z. B. Familien, Kulinarik

→ **passgenaue Ansprache** im internationalen Marketing

Milieus CTZ

Milieus DZT

tourismus.nuernberg.de



CTZ:
Marketing Christkindlesmarkt

Marketing Christkindlesmarkt

Christkindlesmarkt.de

Online Marketing

1,02 Mio. Seitenaufrufe

@Christkindlesmarkt

@christkindlesmarkt
nuernberg

Social Media

40.000 Abonnenten
700 Tsd. Erreichte Personen
46 Tsd. Likes



Publikationen

- Informationsbroschüre
- Stadt- und Budenplan
- Prospektmaterial für Reiseveranstalter
- Digital: Erlebniswege, Bühnenprogramm

tourismus.nuernberg.de



CTZ: Kommunikation Innenstadt & Altstadt



Neue Rolle der CTZ:

Fokus auf den Besucher, egal ob Touristen, Tagesgäste oder Einheimische

- **Nürnberger Sinus-Milieus** → passgenaue Ansprache der Einheimischen
- Digitale Kampagne **Nürnberger Quartiere** als Projekt der Nürnberger City Werkstatt
- **Enge Zusammenarbeit** mit dem Wirtschaftsreferat und der Wirtschaftsförderung

tourismus.nuernberg.de

Von Sinus Milieus zu Personas

Die Entwicklung der Nürnberger Personas



2023

Entwicklung von Nürnberger Personas auf Basis der Sinus Milieus gemeinsam mit vielen Partnern in der Stadt

→ Kompetenz & Know How von:

Amt für Kommunikation und Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung, Nürnberger Märkte, städtische und nicht-städtische Kultur (Museen, Projektbüro, KuKuQ, KuF, MUZ, ION, IHK, Stadtarchiv, Tiergarten, Bildungscampus, Amt für Soziales etc.) …

heute

Konsequente Orientierung an den Nürnberger Personas im Marketing für Nürnberg-Themen

→ Kommunikation Innenstadt

→ Nürnberger Quartiere

→ Christkindlesmarkt

tourismus.nuernberg.de

Nürnberger Quartiere



Ein Zusammenspiel von Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie, Kultur und Geschichte schafft Erlebnisraum für Tages-, Übernachtungsgäste und Besucher:innen.

- Weinmarkt
- Augustinerhof
- Jakobsmarkt
- Handwerkerhof
- Burgviertel
- Lorenzer Platz
- Christkindlesmarkt (temporär)
- Neu 2025: Unschlittplatz

HIER SCANNEN

tourismus.nuernberg.de



ADAC

Gewinner Tourismuspreis Bayern 2024



Zukunftsinitiative Innenstadt:

Entwicklung einer B2C Kommunikationsstrategie

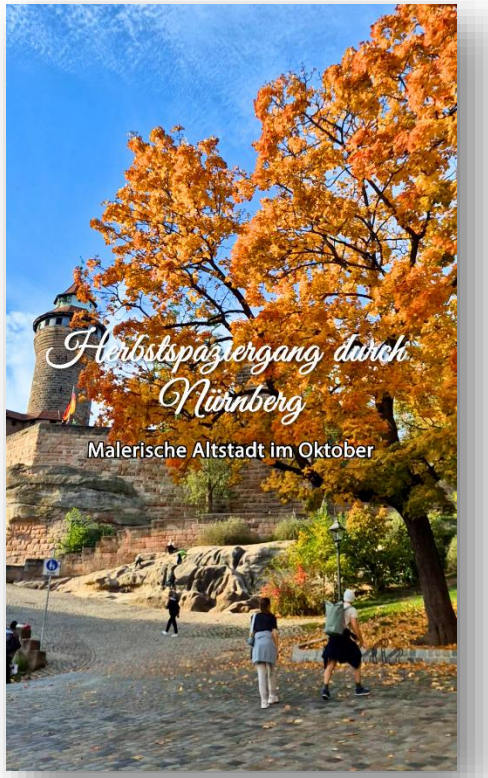
- Enge Kooperation mit dem **Stab Innenstadt** zur **Kommunikation an Endkunden**

- Ziel: Imagebildung der Nürnberger Innenstadt als **attraktive und belebte Destination mit einem vielfältigen Freizeitangebot für Bürger:innen und Besucher:innen**

tourismus.nuernberg.de

Instagram Kanal @citylife.nuernberg











- Themen: Gastro, Events und Veranstaltungen, Kultur, Shopping und Stadtimpressionen
- Nutzung von Synergieeffekten mit @nuernberg_travel und @quartiere.nuernberg

tourismus.nuernberg.de



CTZ vernetzt






Kooperation und Wissenstransfer

mit allen Akteuren, die mit Besucher:innen arbeiten.

Ziel: Die Destination Nürnberg gemeinsam weiterentwickeln.

Hotellerie & Gastronomie

Tagung & Kongresse

Kultur & Museen

Events

Innenstadt & Einzelhandel

Nachhaltigkeit

Erinnerungskultur

Gästeführer

tourismus.nuernberg.de

Kampagne „Dining Affairs“

- Insgesamt wurden über **2,7 Mio. Konten** auf Social Media erreicht
- u.a. vierseitiger **Beitrag im Focus** und zehnseitiger **Beitrag im Falstaff**



Avantgarde und Bratwurst

Beim Stichwort **Nürnberg** denkt man unweigerlich an Christkindlesmarkt und Lebkuchen. Dabei ist die Franken-Kapitale im Frühling viel schöner. Ein kulinarischer Spaziergang

TEXT VON **CHRISTOPH WIRTZ**

Was empfiehlt man Foodies aus New York, Tokio oder London auf Deutschlandbesuch? Einen Abstecher nach Berlin, klar. Aber sonst? Wo gibt's die volle Genusspackung auf engstem Raum – würzige Bratwurst zum schäumenden Bier und dazu jede Menge experimentierfreudige Spitzenküche? In Nürnberg! Gerade jetzt, wenn in den Fachwerkgassen die Tulpen leuchten, der gerade wieder eröffnete Bürgermeistergarten hoch über den Dächern der Stadt einem Blumenmeer gleicht und die ersten warmen Sonnenstrahlen auf der träge dahinfließenden Pegnitz tanzen.

Ganze elf Michelin-Sterne leuchten über neun Restaurants der Stadt, womit Nürnberg beim Verhältnis von Einwohnerzahl zu Spitzengastronomie ganz vorne im kulinarischen Metropolen-Ranking der Republik mitspielen dürfte. Zumal deren Bandbreite eine echte Überraschung und für Genussmenschen einen mindestens so gewichtigen Besuchsgrund wie die Kaiserburg

Küchenchef Yves Ollech mit seinem nachhaltigen Leaf-to-root-Ansatz; das elegant-entspannte Natursteintresen-Restaurant „Tisane“ René Steins oder das junge „Veles“ im Szeneviertel Gostenhof. Vor allem aber Felix Schneiders „Etz“, eines der prägendsten Restaurants der Republik. In einem Hinterhof der ehemaligen Bayerischen Metallwarenfabrik in Sankt



und Wurzeln, getrocknete Stör-Häute. Dazu eimergroße Einmachgläser mit Pfirsichen, Kürbis, Spargelspitzen, Quitten und Chilis, Körbe schwarzen Knoblauchs, dehydrierte Dill- und Fenchelblüten, Pilze, Blüten und Wildkräuter, eingelegte Löwenzahnkapern, Preiselbeeren, Trauben und Sauerkirschen. Man fühlt sich in einen Keller von Harry Potters Zauberschule Hogwarts versetzt. Was wohl macht Schneider mit den pulverschneeartigen Zander-Schuppen?

Der Koch als Gärtner

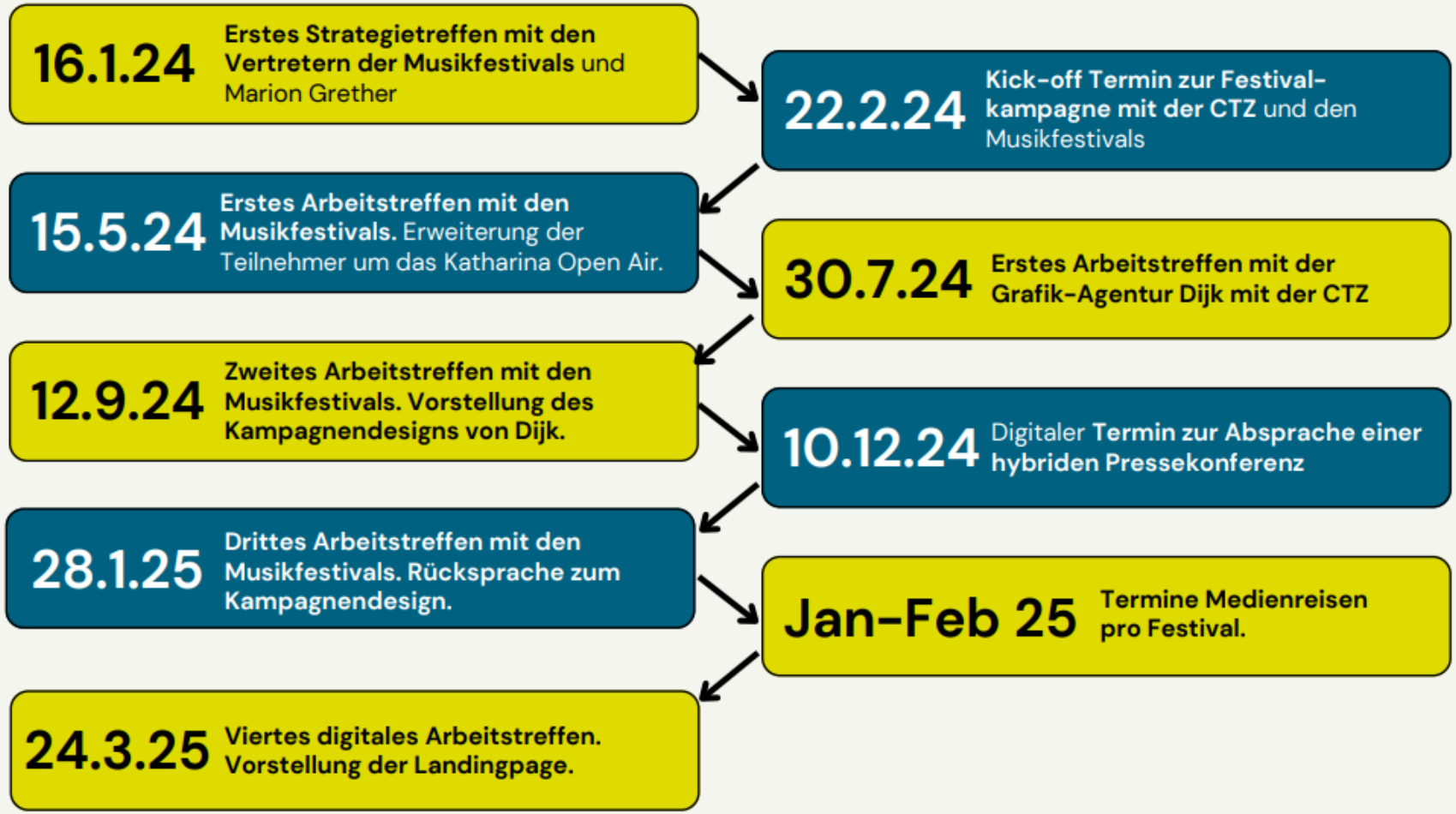
In Barrique-Fässern blubbern Soja- und Fischsaucen, Kimchi gärt vor sich hin. In Kühlräumen reifen Wildenten und Hechte, Rehe und Hasen aus der Nürnberger Region. „Im Knoblauchsland zwischen Nürnberg, Fürth und Erlangen wächst und gedeiht alles, was wir brauchen“, sagt Felix Schneider. Für seine radikal nachhaltige Küche schaufelt er höchstselbst den Kompost in seinem 3000-Quadratmeter-Garten vor den Toren der Stadt. Die Saison geht gerade wieder los. „Was uns umgibt,



Instagram @anette.sandner

Projektgruppe “Musikfestivals”

Teilnehmer: Musikfest ION, St. Katharina Open Air, Bardentreffen, Klassik Open Air, Nürnberg Pop und NUEJAZZ



Kampagne Musikfestivals

tourismus.nuernberg.de


Nicht nur hören,
sondern fühlen?
Klingt nach
Nürnberg.
tourismus.nuernberg.de
MUSIK
FESTIVALS
NÜRNBERG
KLINGT
NACH!



Ausblick



Das Reichsparteitagsgelände

- Eröffnung der Dauerausstellung des Dokumentationszentrum 2026
- Kongresshalle: Eröffnung **Spielstätte für Musiktheater und Tanz** des Staatstheaters Nürnberg ab der Spielzeit 2028/29
- Zeppelinfeld und Zeppelintribüne: Umgestaltung zum Lern- und Begegnungsort mit dem Bahnhof Dutzendteiches als Informationszentrum ab 2027
- Entwicklung Bahnhof Märzfeld zum Erinnerungsort ab 2025
- **Hohe Relevanz für den US-Markt**

tourismus.nuernberg.de



Weitere Fokusthemen der nächsten Jahre

2028: 400 Jahre Christkindlesmarkt Nürnberg

2028: 500 Jahre Todestag Dürer

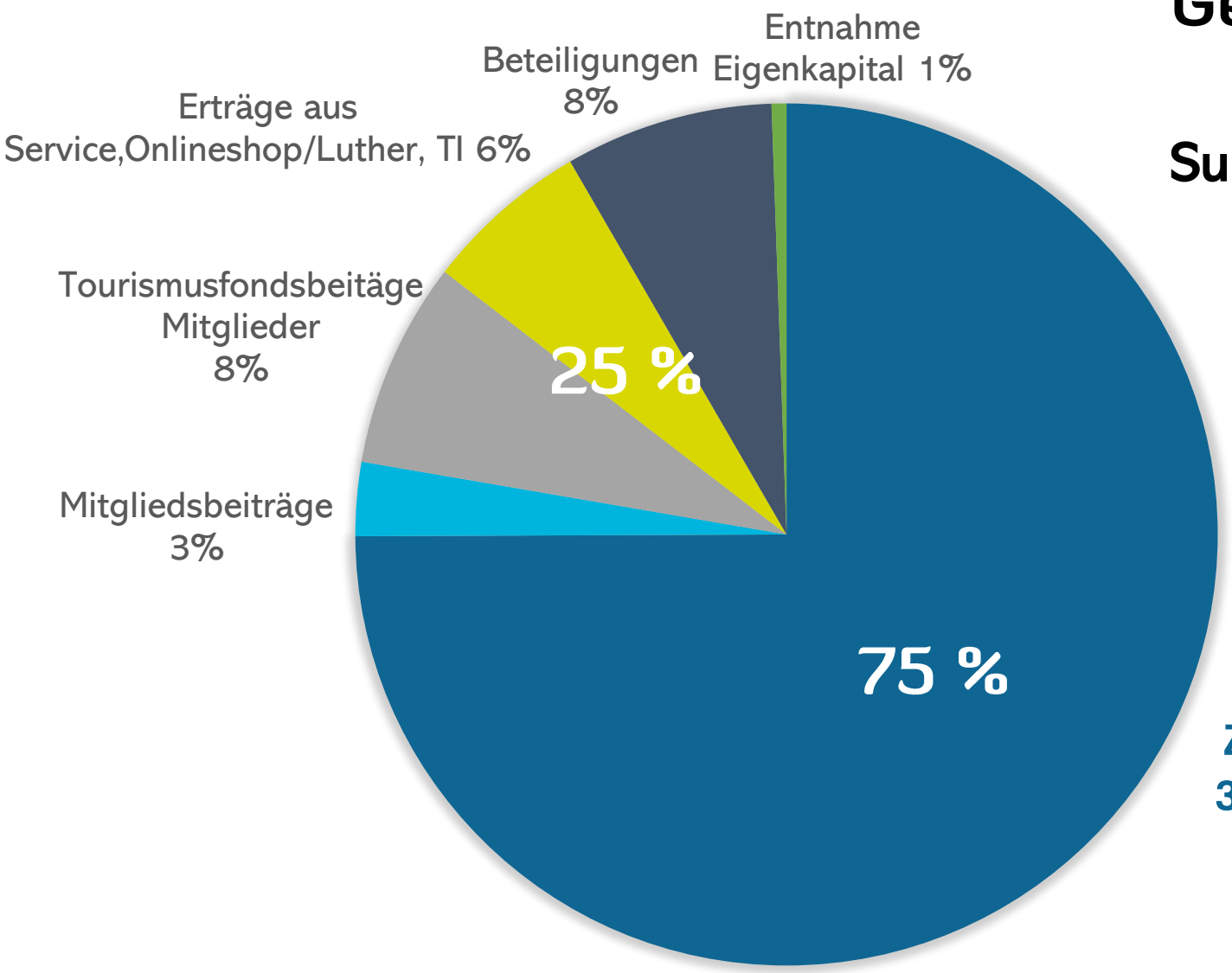
2030: bayerische Landesgartenschau 2030 mit dem Konzept „Urbane Gartenschau Nürnberg“

tourismus.nuernberg.de



Tourismusfinanzierung

Gesamtbudget 2025



Summe: 4.155.500 €

Zuwendung der Stadt Nürnberg:
3.113.941 € (75 % des CTZ-Gesamtbudgets)

tourismus.nuernberg.de

Geschäftsbereiche der CTZ

Gästeservice





Budget: 1,416 Mio. €
13,5 VZÄ

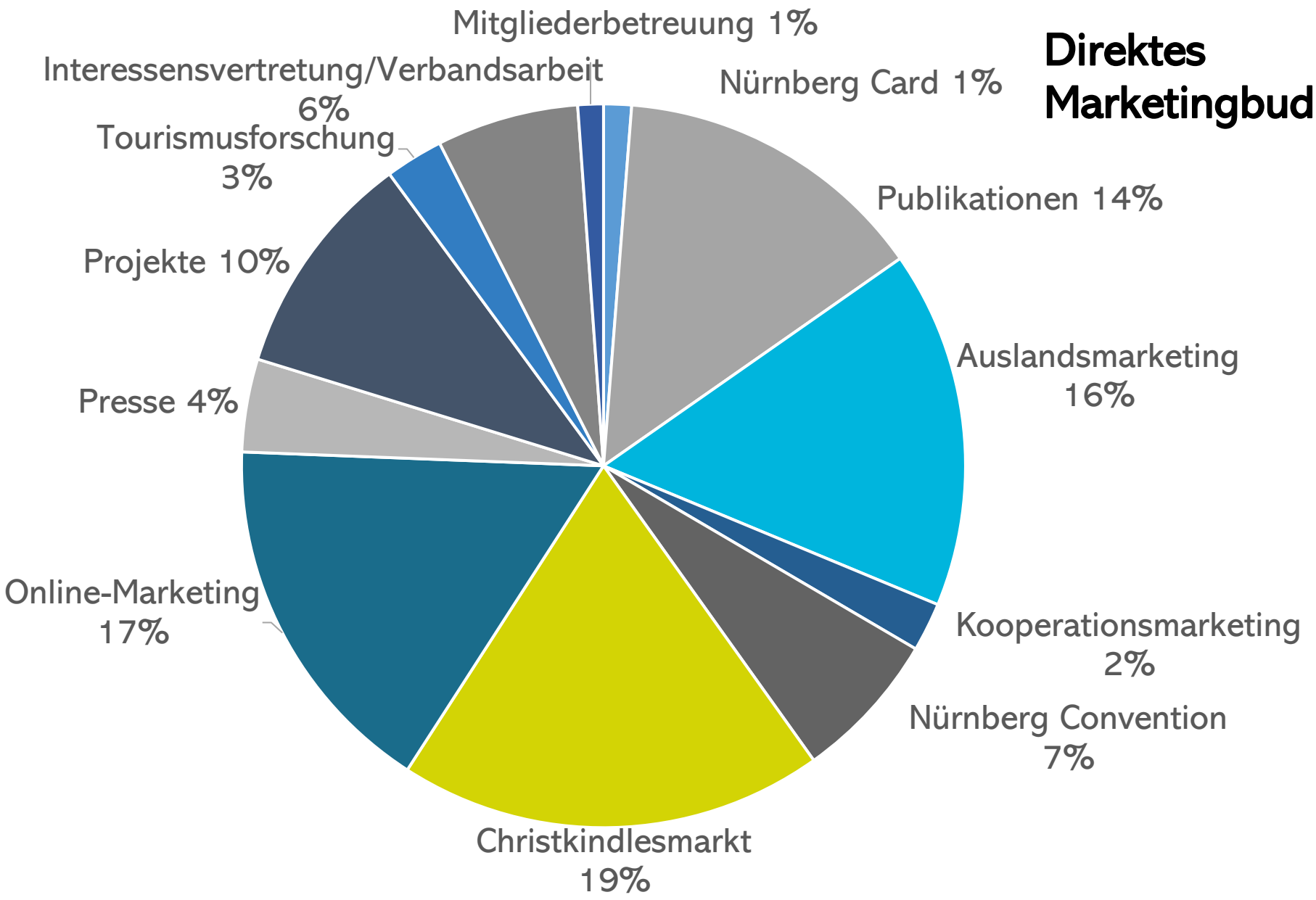
Marketing



Budget: 2,739 Mio. €
16 VZÄ

tourismus.nuernberg.de

Direktes Marketingbudget 2025: 964.000 €



tourismus.nuernberg.de



Tourismusfonds

- **Seit 15 Jahren: Freiwilliges Modell der Tourismusfinanzierung**

- **Zielsetzung**: Finanzierung von zusätzlichen Tourismusmarketing-Maßnahmen zur Steigerung der Übernachtungszahlen, Stärkung des Privattourismus, Erhöhung der Auslastung zu Schwachlastzeiten

- **Public Private Partnership Modell**: Freigabe der Sondermittel durch die Stadt Nürnberg nur dann, wenn die Mitglieder des Verkehrsvereins eine Kofinanzierung in gleicher Höhe erbringen

- **Marketingbudget durch den Tourismusfonds 2025: 642.000 €**

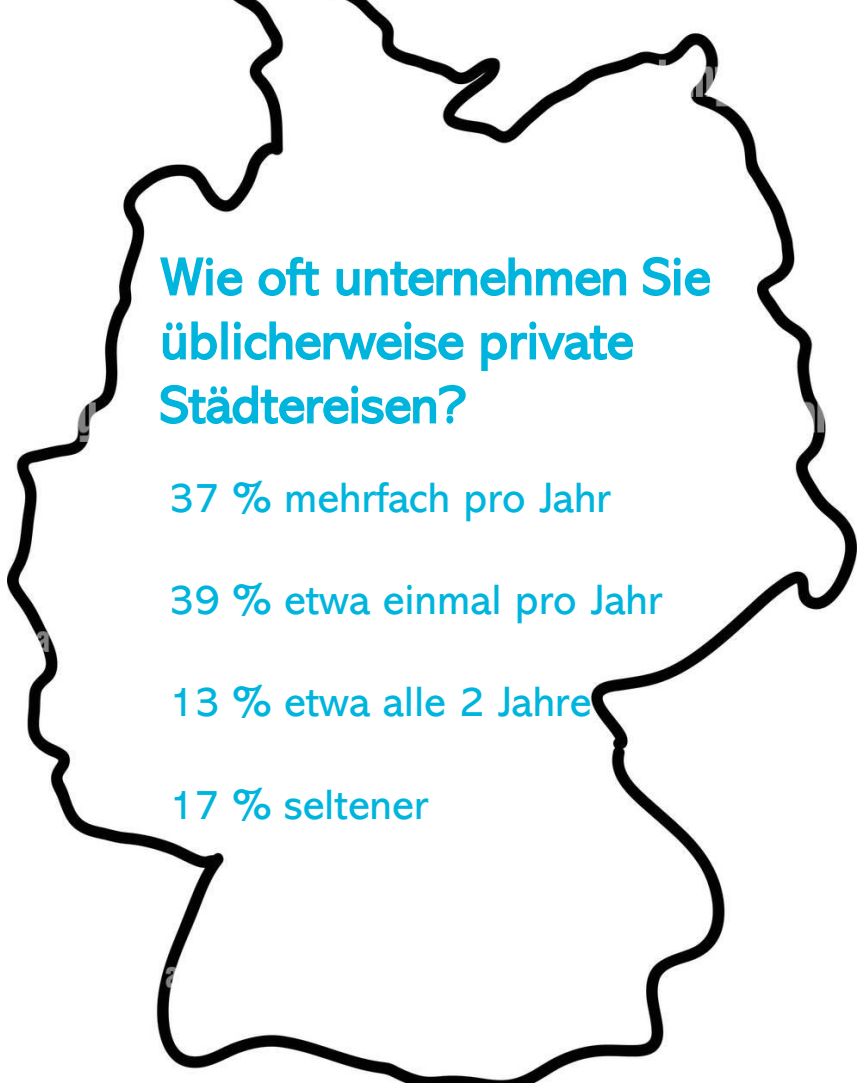
tourismus.nuernberg.de

Trends

Trends

Inlandstourismus: Städtereisen bleiben im Trend

- **82 %** der Deutschen haben in den letzten 3 Jahren eine Städtereise unternommen
- **75 %** der Deutschen unternehmen mindestens eine Städtereise pro Jahr
- Für **82 %** stellen Preissteigerungen kein Hindernis für eine Binnenstädtereise dar



tourismus.nuernberg.de

Quelle: ETI – Europäisches Tourismus Institut, PROJECT M, St. Elmo‘s Tourism (2024): Städtereisenstudie

Trends



Internationalisierung ist Grundlage für mittelfristiges Wachstum, um volatile Entwicklungen (geostrategisch und wirtschaftlich) aufzufangen!

- **Europa** ist größter Quellmarkt und bleibt Adressat Nummer 1 für Nürnberg Tourismus

- **Potenzialmärkte der Zukunft**:
  - ✓ Große Wachstumsmärkte sind Asien und Südamerika
  - ✓ **China** und **Indien** als größte Quellmärkte mit überdurchschnittlicher Reiseabsicht nach Deutschland
  - ✓ China wird sich als wichtigste **Säule für Wachstum** und Reisen nach Europa etablieren.

- Deutsche Zentrale für Tourismus rechnet mit einem **Plus von 7 %** an internationalen Übernachtungen nach Deutschland im Jahr 2025

tourismus.nuernberg.de

Quelle: Deutsche Zentrale für Tourismus (2025)

Trends

Künstliche Intelligenz als größter Transformationsprozess seit Einführung des Internets



Möglichkeiten:

- ✓ Personalisierte **Reiseempfehlungen**: z. B. Chatbots als Travel Agents
- ✓ Teil-**Automatisierung** des Gästeservice
- ✓ **Datengestützte Nachfrageprognosen**
- ✓ KI-unterstütztes **Marketing** und **Content-Erstellung**

Voraussetzung: Dateninfrastruktur

DMOs als **Data-Stewards:** Sicherstellung einer qualitativ-hochwertigen Datenstruktur zur Nutzung durch KI-Systeme (Open Data-Plattformen)

tourismus.nuernberg.de

Quelle: Deutsche Zentrale für Tourismus (2025)



Trends

Voraussetzung für Wachstum & Transformation

- **Wirtschaftliche Stabilität** national
  sonst:
  - Leisure: Städtereise als zweite Urlaubsreise entfällt
  - Business: Deutlich geringere Nachfrage

- **Tourismusfinanzierung als Basis**

tourismus.nuernberg.de

Quelle: Deutsche Zentrale für Tourismus (2025)



Millionen Übernachtungen in … ?



für die Unterstützung

tourismus.nuernberg.de