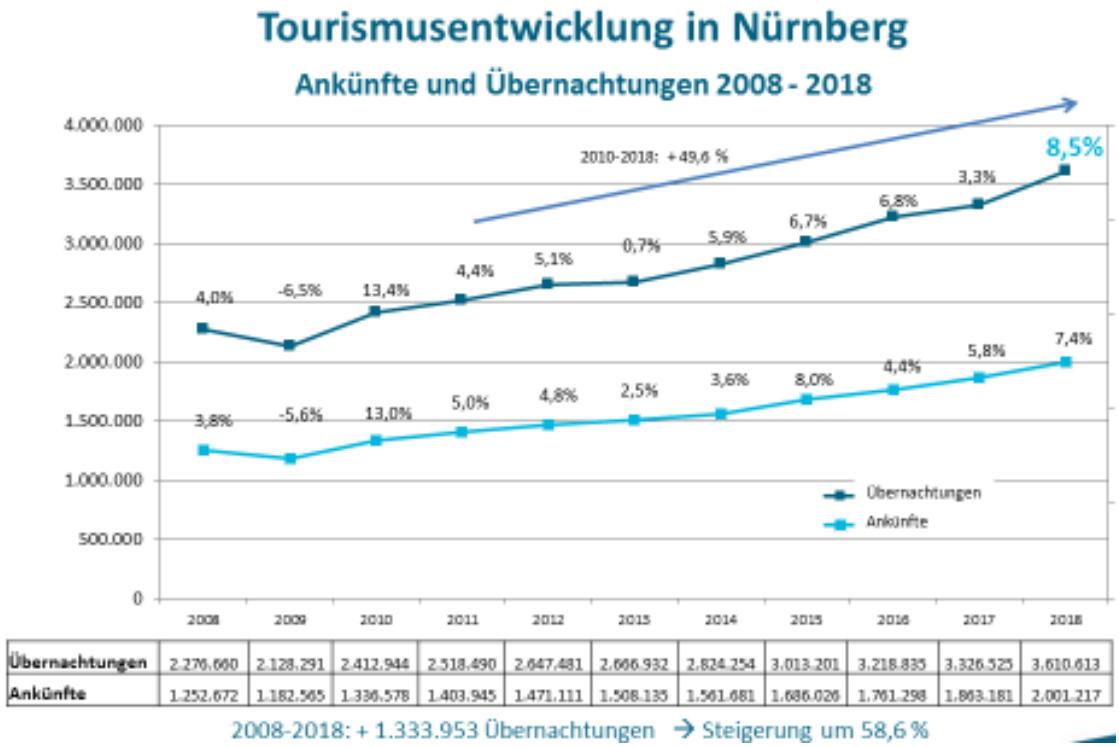
Städtetourismus in Nürnberg - Entwicklung 2018

Sachverhaltsdarstellung:

Jahresergebnis Tourismus 2018

Das Städtereiseziel Nürnberg hat in den letzten Jahren weiter an Attraktivität gewonnen. Mehr als 3,6 Millionen Übernachtungen im Jahr 2018 bedeuten ein erneutes Wachstum und ein Übernachtungsplus von 8,5 Prozent. Hiervon waren 1.254.987 Millionen ausländische Übernachtungen (+ 10,8 Prozent) und 2.355.626 inländische Übernachtungen (+ 7,4 Prozent). Der Anteil der Übernachtungen aus Deutschland beträgt somit 65,2 Prozent und Deutschland ist damit der wichtigste Quellmarkt für Nürnberg. Die touristischen Ankünfte überschritten erstmals die Marke von 2 Millionen dank des Anstiegs der inländischen Ankünfte um 7,1 Prozent (1.347.332 Ankünfte) und der ausländischen um 8,1 Prozent (653.885 Ankünfte). Im Vergleich zum deutschlandweiten Tourismus lagen die Zuwächse in Nürnberg damit mehr als doppelt so hoch. Die deutsche Tourismusbranche verzeichnete bei den Gästeübernachtungen ein Plus von insgesamt 4,0 Prozent, wobei die inländischen Übernachtungen um 4,0 Prozent stiegen, die ausländischen um 5,0 Prozent.

Abbildung 1:



Quelle: CTZ, Landesamt für Statistik

Das gute Ergebnis des Jahres 2017 konnte damit im starken Messejahr 2018 noch deutlich übertroffen werden. Im Zeitraum von 10 Jahren konnten die Übernachtungen um knapp 60 % gesteigert werden. Dies liegt einerseits an einem besonders starken Messe- und Kongressgeschehen sowie dem Trend zu mehr Städtereisen.

Erfolgreichster touristischer Monat war der Juli mit insgesamt 360.084 Übernachtungen, einem Zuwachs von 10,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Steigerung um knapp 41.000 Übernachtungen sorgt dafür, dass der Juli 2018 der übernachtungsstärkste Monat

seit Beginn der Aufzeichnungen ist. Auf Platz zwei folgt der Dezember mit einem Plus von 4,0 Prozent (339.534 Übernachtungen). Dieser Anstieg macht ihn zum übernachtungsstärksten Dezember seit Erfassung der Statistik und ist ein starkes Indiz dafür, dass der Christkindlesmarkt Nürnberg eine wichtige touristische Marke mit anhaltend hoher Anziehungskraft ist.

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor[1] für Nürnberg. Im Jahr 2018 sorgte der Fremdenverkehr für einen Bruttoumsatz von 2,16 Milliarden Euro[2] in Nürnbergs Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel und Dienstleistungsgewerbe. Allein der Anstieg an Übernachtungen führte zu einem Umsatzplus von über 50 Millionen Euro[3] in 2018. Tourismus sichert standortgebundene Arbeitsplätze auf allen Qualifikationsniveaus, die nicht verlagert werden können und erzielt Einkommenseffekte von 946,5 Millionen Euro pro Jahr. Rein rechnerisch leben damit rund 35 000 Personen vom Tourismus in Nürnberg.

Entwicklung der touristischen Infrastruktur in Nürnberg

Messe und Airport als Impulsgeber

Messe und Flughafen sind wichtige Impulsgeber für die touristische Entwicklung des Standorts Nürnberg. 2018 verzeichnete der Albrecht Dürer Airport Nürnberg einen neuen Rekord mit einem Zuwachs von 6,7 Prozent mehr Flugpassagieren. Dieser positive Trend setzt sich in den ansteigenden Übernachtungszahlen der Märkte mit direkten Flugverbindungen fort. So überschritt Italien erstmals die Marke von 100.000 Übernachtungen mit einer Steigerung von 10,6 Prozent (109.409 Übernachtungen) und Polen etablierte sich erstmals im Ranking der Top-Ten-Herkunftsländer.

Abbildung 3:

Tourismusentwicklung in Nürnberg

Übernachtungen nach Herkunftsländern

Land	2018	Vergleich 2017	Platzierung Vorjahr	Vergleich Deutschland	Flugverbindungen:
Deutschland	2.355.626	+ 7,4 %			
1. USA	151.858	+ 11,9 %	1.	+ 8,8 %	
2. Italien	109.409	+ 10,6 %	2.	+ 0,6 %	Mailand/Bergamo 5x pro Woche seit 11/16 Rom täglich seit 11/16 Palermo 2x pro Woche seit 4/17 Bari 2x pro Woche seit 4/17
3. Großbritannien, Nordirland	99.139	+ 6,3 %	3.	+ 0,5 %	London 11x pro Woche seit 11/16 Manchester 5x pro Woche seit 11/16 Zusatzflüge London 22x zum Christkindlesmarkt
4. Österreich	81.499	+ 11,3 %	4.	+ 6,4 %	Wien 11 x pro Woche
5. Niederlande	60.903	+ 1,2 %	5.	- 0,5 %	Amsterdam 21x pro Woche
6. Spanien	58.328	+ 13,1 %	8.	- 1,1 %	Madrid 3x pro Woche seit 4/17 Barcelona 2x pro Woche seit 11/13
7. China	58.228	+ 5,2 %	6.	+ 10,6 %	
8. Schweiz	55.054	+ 3,8 %	7.	+ 0,9 %	Zürich 24x pro Woche
9. Frankreich	45.809	+ 12,1 %	9.	+ 2,1 %	Paris 27x pro Woche Neu: Lyon 6x pro Woche seit 09/17
10. Polen	37.513	+ 36,6 %	12.	+ 10,4 %	Neu: Krakau 2x pro Woche seit 11/17 Neu: Warschau 12x pro Woche seit 05/18
11. Russland	35.158	+ 11,6 %	10.	+ 20,3 %	
12. Rumänien	30.961	+ 9,7 %	11.	+ 18,6 %	Bukarest 2x pro Woche seit 10/14 Cluj-Napoca 2x pro Woche seit 10/14 Sibiu 3x pro Woche seit 08/16

Quelle: CTZ, Landesamt für Statistik

[1] vgl. Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Nürnberg 2017, dwif consulting, München, Juli 2018
[2] Hochrechnung auf Basis der Studie Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Nürnberg 2017, dwif consulting, München, Juli 2018
[3] dito

Um als Messestandort auch zukünftig wettbewerbsfähig zu sein, ist die Modernisierung des Messegeländes entscheidend. Durch den Bau der Halle 3C entsteht die erforderliche „Pufferhalle“, die es bei künftigen Baumaßnahmen ermöglicht, dass auf dem Messegelände per Saldo keine Ausstellungsfläche wegfällt. Dies ist ein wichtiger Faktor für die Geschäftsreisedestination Nürnberg.

Flusskreuzschifffahrt
In der Flusskreuzfahrtsaison 2018 haben 775 Flusskreuzfahrtschiffe an dem von der Wirtschaftsförderung Nürnberg betriebenen Personenschifffahrtshafen am Main-Donau-Kanal in Nürnberg festgemacht. Dass von 1.000 erwarteten Anlegungen immerhin mehr als 75 % auch unter Niedrigwasserbedingungen möglich waren, ist ein großer Erfolg. Das langanhaltende Niedrigwasser im Sommer und Herbst 2018 bewirkte eine erschwerte Zufahrt über Donau und Main in den Main-Donau-Kanal. Für die neue Flusskreuzfahrtsaison 2019 liegen bereits jetzt rund 1.000 Buchungen vor. Auch Umweltschutzaspekten wird Rechnung getragen: Seit 2017 sind die Schiffe zur Landstromabnahme verpflichtet, so dass die Motoren während der Liegezeit stillstehen.

Fokus auf eine qualitätsvolle Entwicklung der Tourismusdestination Nürnberg

Das Rekord-Ergebnis von 3,6 Millionen Übernachtungen bestätigt die touristische Arbeit und die erfolgreiche Etablierung des Tourismusfonds im Jahr 2010. Mit dieser wichtigen Säule der Tourismusfinanzierung konnten die notwendigen Maßnahmen ergriffen werden, um Nürnberg erfolgreich als Städte-Destination zu positionieren.

Tourismus stärkt den Standort Nürnberg, sichert und schafft standortgebundene Arbeitsplätze und hat eine hohe Ausstrahlungskraft nach außen und innen. Als Imageträger und Botschafter transportiert der Tourismus ein positives, wertiges Nürnberg-Bild nach außen. Bestes Beispiel dafür ist die CTZ-Kampagne „Gast.Freunde.Nürnberg“, die Nürnbergs Gastgeber in den Mittelpunkt ihrer Marketingaktivitäten stellt. Acht Hoteliers, von großen Kettenhotels und kleinen, privat geführten Häusern, präsentierten 2018 als Testimonial des Monats unter dem Hashtag #SeiMeinGast ihre Geschichten, Häuser und persönlichen Lieblingsorte und warfen einen authentischen Blick auf Nürnberg. Die Kampagne wird 2019 fortgesetzt.

Der Fokus für die Zukunft liegt auf einer qualitätsvollen Weiterentwicklung der Tourismusdestination Nürnberg. Dies gilt für die Marktbearbeitung durch die CTZ wie auch für die Entwicklung der touristischen Infrastruktur oder das Engagement als Pilotdestination für „Reisen für Alle“, wobei das Thema „Barrierefreiheit im Tourismus“ für Nürnberg bearbeitet werden soll. Das Wirtschaftsreferat und eine Vielzahl von weiteren städtischen Dienststellen, Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg sowie die touristischen Partner arbeiten eng zusammen an einer qualitätsvollen Weiterentwicklung, denn dies stärkt den Standort für seine Gäste und somit auch für Nürnbergerinnen und Nürnberger.

Referat VII