

Tourismusentwicklung 2022

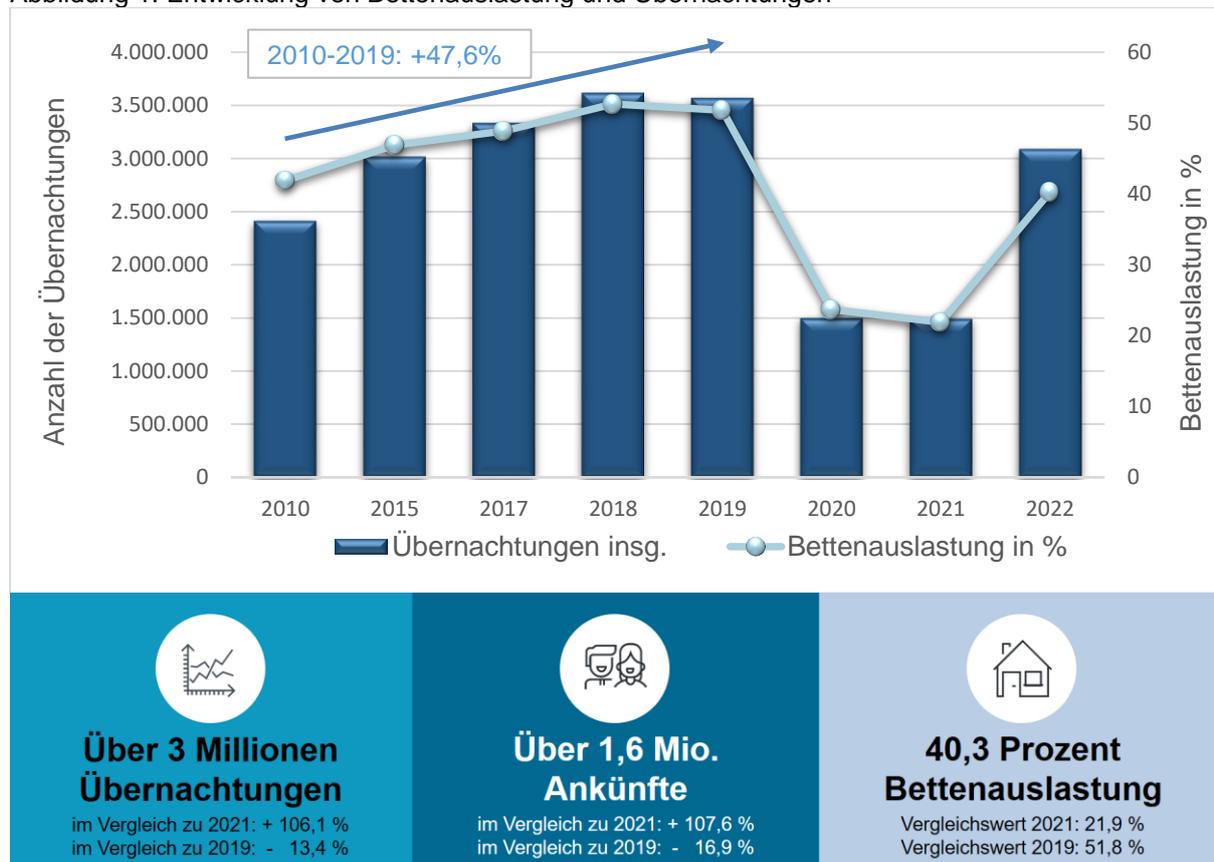
Sachverhaltsdarstellung:

Mit über 3 Millionen Übernachtungen ist das Tourismusergebnis 2022 deutlich positiver als erwartet ausgefallen und das, obwohl die Corona-Beschränkungen bis ins Frühjahr den Reiseverkehr gebremst hatten. Das lässt auf eine kontinuierliche Erholung des Städtetourismus in Nürnberg für 2023 schließen.

1. Kennzahlen zur Tourismusentwicklung 2022

Die statistischen Zahlen für das Jahr 2022 machen die Aufwärtstrend der Branche deutlich: mit knapp 3,1 Millionen Übernachtungen konnte das Vorjahresergebnis verdoppelt werden, lag aber noch 13 % unter dem Vorkrisenjahr 2019. Mehr als 1,6 Millionen Gäste reisten an. Das war ein Plus von knapp 108 Prozent im Vergleich zum Jahr 2021. Somit wurden sämtliche Prognosen bezüglich der Erholung des Tourismus in Nürnberg mehr als deutlich übertroffen, die Gäste kamen trotz hoher Energiepreise, Inflation und Ukraine-Krise schneller und zahlreicher als erwartet zurück. Grund hierfür waren unter anderem die in den Sommer verschobenen Messen und die tourismusrelevanten Punkt-zu-Punkt-Verbindungen des Flughafens Nürnberg. Die positive Entwicklung im Privattourismus konnte die pandemiebedingte Schwächung im Geschäftsreisesegment abfedern, allerdings nicht völlig auffangen.

Abbildung 1: Entwicklung von Bettenauslastung und Übernachtungen



Quelle: CTZ Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg, Bay. Landesamt für Statistik

Der deutliche Anstieg der Bettenkapazität auf über 20.000 Betten in der Hotellerie (vgl. 2019: 17.847 Betten) als Folge der langjährigen positiven Entwicklung zeigt sich in einer geringeren Bettenauslastung.

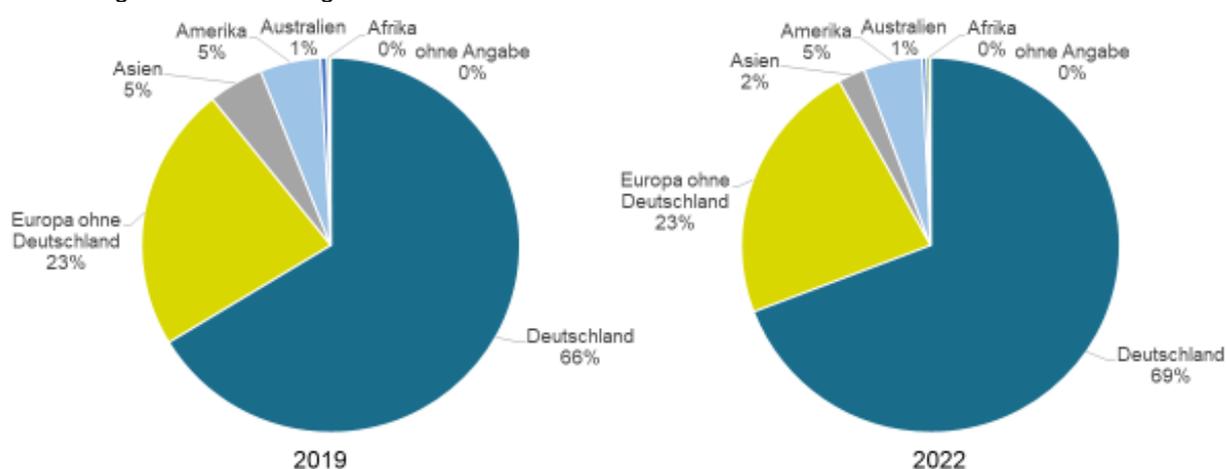
2. Neuer Übernachtungsrekord im Sommer, Erholung im Städtetourismus

Bedingt durch die Corona-Einschränkungen im 1. Quartal hat das touristische Jahr 2022 erst im Frühjahr begonnen. Im April wurde mit 221.518 Übernachtungen ein deutlicher Aufwärtstrend in Nürnberg verzeichnet (Minus 18,4 Prozent zu 2019). Der Mai war mit 290.380 Übernachtungen und einem Plus von 0,4 Prozent stärker als 2019 und der Juni übertraf mit 312.692 Übernachtungen das Vor-Corona-Jahr 2019 sogar deutlich (Plus 5,7 Prozent). Der August verbucht insgesamt 327.799 Übernachtungen und einen Zuwachs von 3,6 Prozent im Vergleich zu 2019. Er gilt somit als erfolgreichster August seit Beginn der statistischen Aufzeichnungen. Drittstärkster Monat im Jahresverlauf war der Dezember mit 323.995 Übernachtungen. Das unterstreicht die Anziehungskraft des Christkindlesmarktes und seine touristische Bedeutung für die Destination.

3. Internationaler Tourismus wächst wieder, USA und Niederlande stark

Nach wie vor ist Deutschland der wichtigste Quellmarkt für Nürnberg mit insgesamt 2.135.576 Übernachtungen. Mit einem Minus von 9,6 Prozent im Vergleich zu 2019 (2.362.132 Übernachtungen) konnte das Vor-Corona-Niveau fast wieder erreicht werden. Die europäischen Übernachtungen stiegen auf 701.627 (2019: 815.428 Übernachtungen), auf das gesamte Ausland bezogen wurden 949.186 Übernachtungen verzeichnet. Hervorragend entwickelte sich – nach Aufhebung der Reisebeschränkungen – der US-amerikanische Markt. Somit bleibt die USA mit 120.765 Übernachtungen – trotz eines Minus von 12 Prozent im Vergleich zum Vorkrisenjahr 2019 - weiterhin der wichtigste Auslandsmarkt für Nürnberg. Es folgten Italien mit 77.715 Übernachtungen, Österreich mit 68.880 Übernachtungen, Großbritannien mit 62.820 Übernachtungen und die Niederlande mit 61.118 Übernachtungen. Letztere erreichten knapp das Niveau von 2019 (Minus 2,6 Prozent). Der Blick auf die internationalen Gäste unterstreicht die Relevanz von Punkt-zu-Punkt Flugverbindungen für den Standort.

Abbildung 2: Übernachtungen nach Herkunftsländern



Quelle: CTZ Congress- und Tourismus Zentrale Nürnberg

4. Starkes Comeback der Flusskreuzfahrten in Nürnberg

In der Flusskreuzfahrtsaison 2022 haben 701 Schiffe am Personenschiffahrtshafen Nürnberg, der von der Wirtschaftsförderung Nürnberg betrieben wird, festgemacht. Damit wurden aus dem Stand knapp vier Fünftel der Anlegevorgänge der Zeit vor Corona erreicht. Besonders beliebt waren die Flusskreuzfahrten 2022 bei amerikanischen Gästen (56 Prozent der Passagiere in 2022), gefolgt von Reisenden aus Deutschland und den Nachbarländern (19 Prozent) sowie Großbritannien mit elf Prozent. Gäste aus Australien und Asien waren auf Grund der anhaltenden Reisebeschränkungen unterrepräsentiert (neun Prozent).

5. Lebendige Innenstadt als Basis für einen erfolgreichen Tourismus

Nürnberg ist attraktiv für Gäste aus dem In- und Ausland. Damit das so bleibt, wird daran gearbeitet, mehr Grün, Aufenthaltsqualität, Erlebnisqualität, aber auch Innovationen und immer wieder Überraschendes in der Innenstadt umzusetzen. Das Motto ‚einfach machen‘ treibt die Initiative Nürnberger City Werkstatt (vgl. RWA vom 2.12.22), ein gemeinsames Projekt der Stadt Nürnberg, der IHK Nürnberg für Mittelfranken und der Congress- und Tourismus-Zentrale, an. Eine Quartiers-App, mobiles Grün auf verschiedenen Plätzen, bis hin zur ‚Grünen Klara‘, einer verkehrsberuhigten und begrüneten Straße mit viel Aufenthaltsqualität, das sind Beispiele für Projekte, die bereits in der Nürnberger City Werkstatt umgesetzt wurden - für Gäste gleichermaßen wie für die Nürnbergerinnen und Nürnberger.

Ein weiteres gutes Beispiel dafür ist auch die Web-App „Nürnberger Quartiere“ (Link: <https://quartiere-nuernberg.de/>). Sie bedient den Trend die Innenstadt lebendiger zu gestalten. Seit August 2022 sind die vorerst sechs geplanten Quartiere online und laden mit der eigens dafür entwickelten Web-App ein, entdeckt zu werden. In diesem Jahr rücken die Nürnberger Quartiere sowohl im nationalen als auch im internationalen Marketing der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg in den Fokus.

6. Multifunktionalität der Stadt als Zukunftsfaktor – auch für den Tourismus



Abbildung 3: Multifunktionalität der Stadt als Zukunftsfaktor

Der Wirtschaftsmotor Tourismus hat wieder Fahrt aufgenommen. Nürnberg funktioniert als Städtereiseziel – ein wichtiges Ergebnis aus dem Jahr 2022 für viele Branchen am Wirtschaftsstandort Nürnberg. Die gute Zusammenarbeit am Standort, intensives Marketing und intelligente Weichenstellungen für den Standort, wie der Tourismusfonds, zahlen sich aus. Dies ist angesichts des Verschwimmens der Grenzen zwischen touristischem Raum und Freizeitraum für Einheimische umso wichtiger. Der ganzheitliche Ansatz zur Weiterentwicklung Nürnbergs als „Lebendige Stadt“, der seitens des Wirtschafts- und Wissenschaftsreferates vorangetrieben wird, stärkt die Destination.

Anmerkung zur Diversity-Relevanz

Es bestehen keine Anhaltspunkte, dass diese Maßnahme bestimmte Personengruppen, beispielsweise unterschiedlichen Geschlechts, verschiedener ethnischer Herkunft, mit Behinderungen, unterschiedlichen Alters, sozialer Lage bevorteilt oder benachteiligt. Als Lizenznehmer des Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“ arbeitet die CTZ kontinuierlich daran, eine bessere Teilhabe für Menschen mit Einschränkungen zu ermöglichen. Die Maßnahme hat keine diskriminierende Auswirkungen und erschließt in Teilbereichen Potenziale für Gleichberechtigung bzw. Gleichstellung und Chancengleichheit.

Referat VII