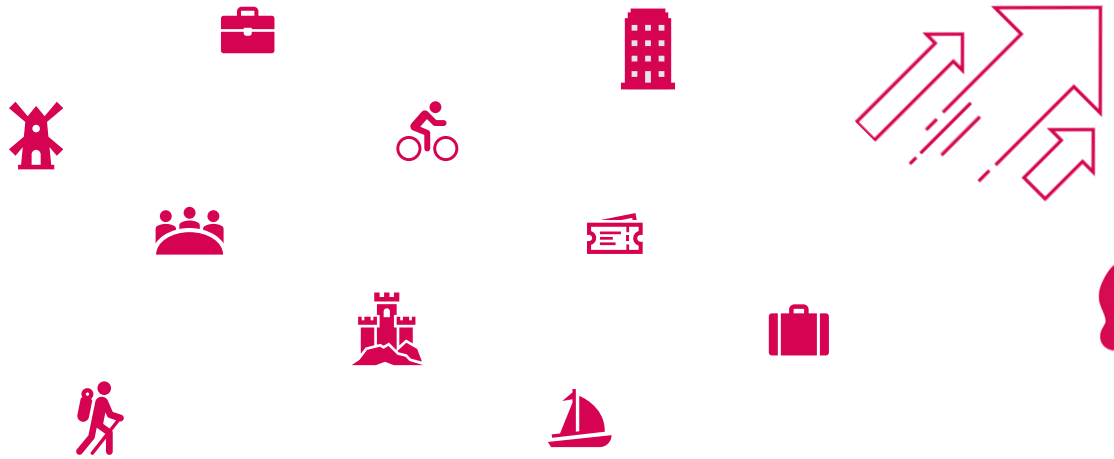
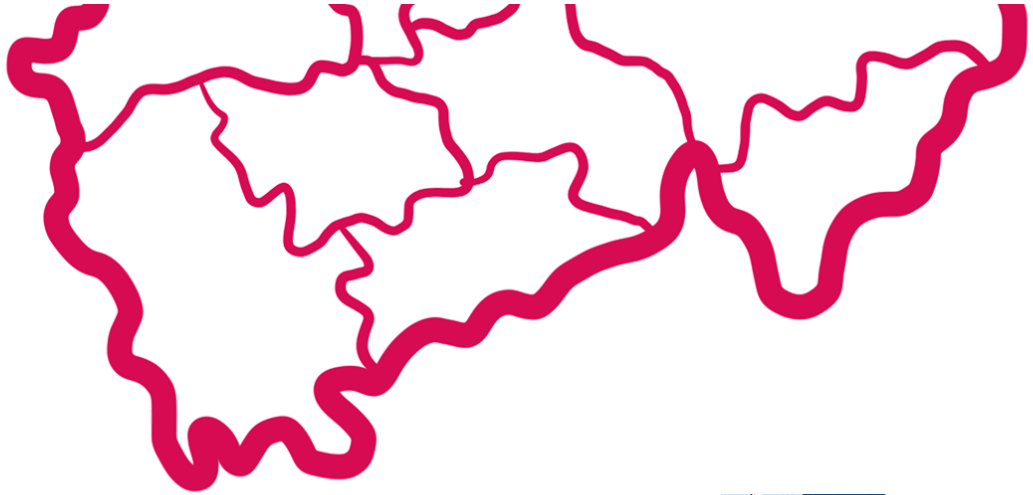


TOURISMUSBAROMETER NORDRHEIN-WESTFALEN

Präsentation des „Datenbarometer 2024“



dwif-Consulting GmbH | Karsten Heinsohn

VON OMNIKRISEN, ZUKUNFTSVISIONEN & CHANCEN

- DER TOURISMUS IN NRW IM WETTBEWERB

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

12. Juni 2024

Bild: Stahlkonstruktion des tanzenden Strommasts in Oberhausen © Johannes Höhn

IHK NRW

dwif

TAGESREISEN ALS WICHTIGE SÄULE DER BRANCHE:

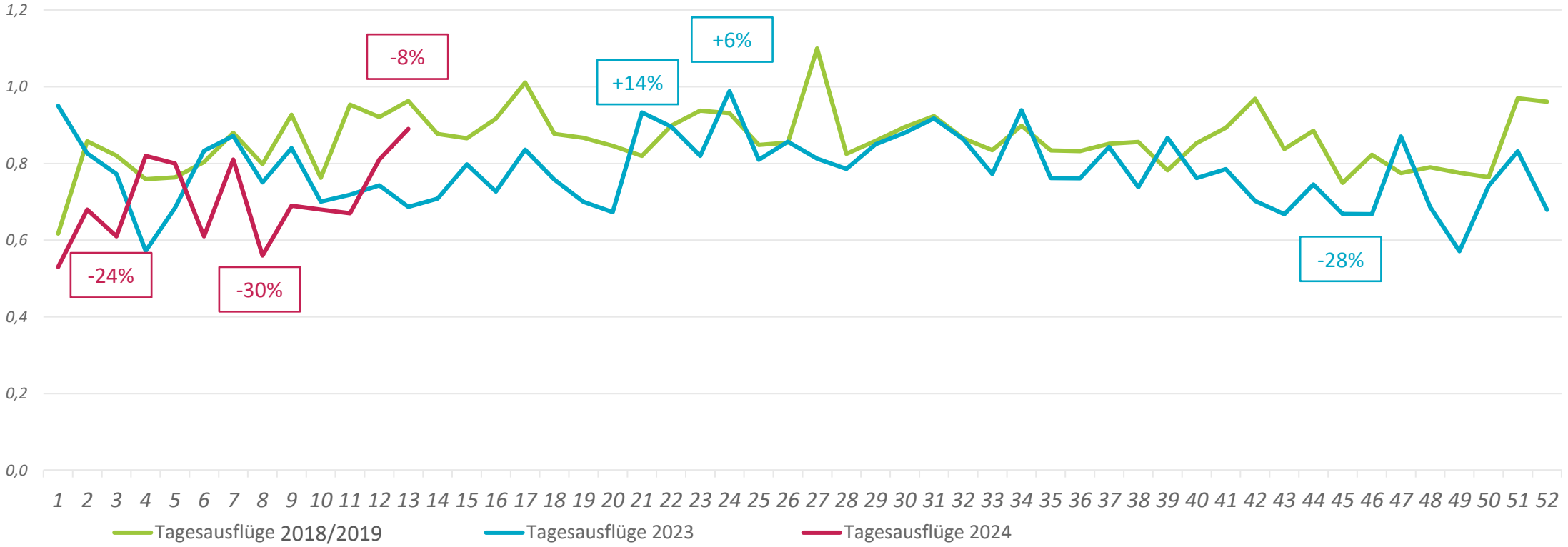
VERHALTENE ENTWICKLUNG

12. Juni 2024

Bild: Museumsmeile Bonn © Tourismus NRW e.V.

DWIF TAGESREISEN-EKG: ZURÜCKHALTUNG BEI AUSFLÜGEN

Tagesausflugsintensität: Durchschnitt der privaten Tagesausflüge pro Kopf in einer Kalenderwoche



12. Juni 2024

Quelle: dwif 2024, Daten dwif-Tagesreisenmonitor

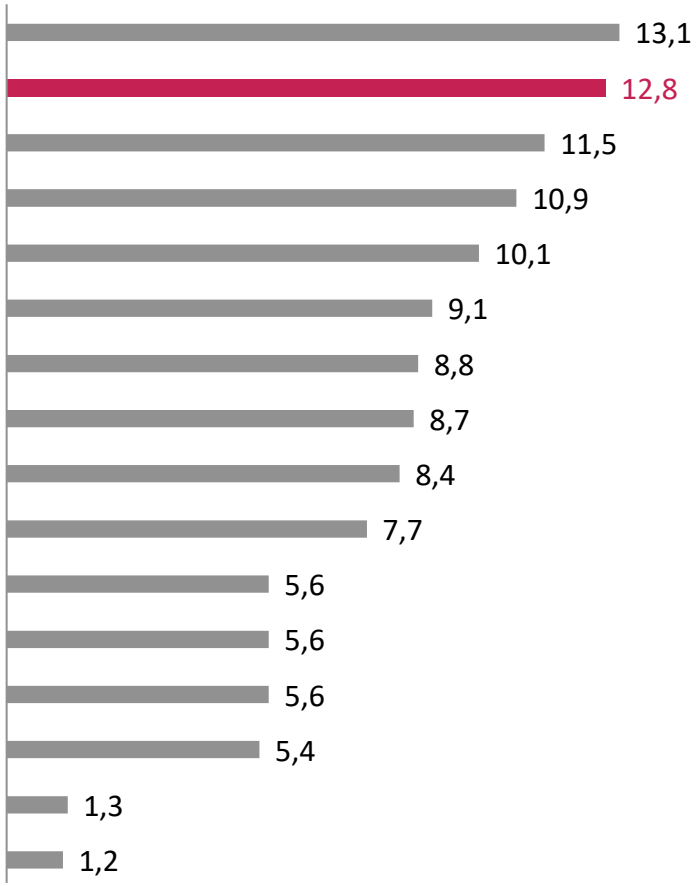
TOURISTISCHE ÜBERNACHTUNGSNACHFRAGE IN NRW

12. Juni 2024

Bild: Greifvogelstation Hellenthal © Johannes Höhn

2023: NRW TOP, AUSLANDSNACHFRAGE ZIEHT AN

Gewerbliche Übernachtungen 2023 ggü. 2022 in %



Hessen
Nordrhein-Westfalen
Berlin
Sachsen
Baden-Württemberg
Bremen
Thüringen
Bayern
Hamburg
Saarland
Niedersachsen
Rheinland-Pfalz
Sachsen-Anhalt
Brandenburg
Schleswig-Holstein
Mecklenburg-Vorpommern

D +8,1%

Inland +10,2%

Ausland +24,6%

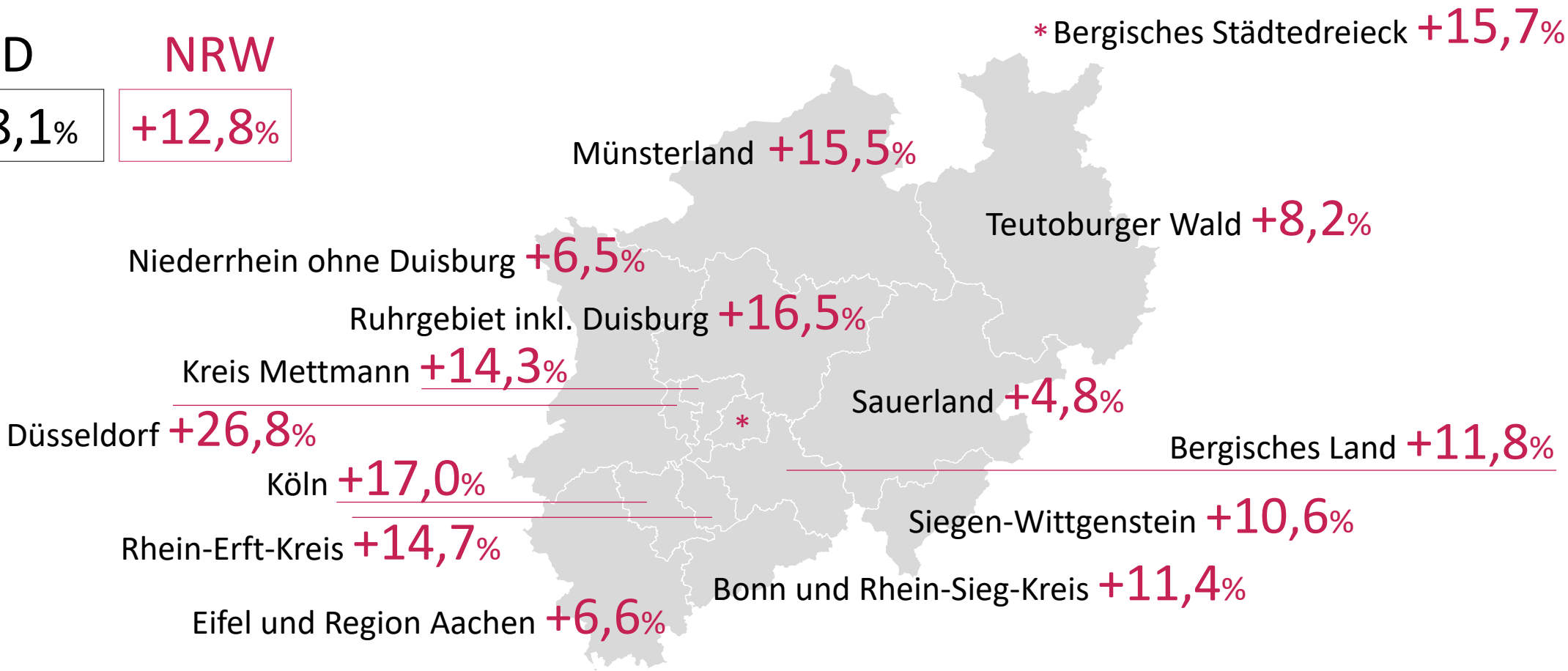
ÜN NRW:
2020: 28.488.938
2021: 29.608.783
2022: 47.534.621
2023: 53.599.215

Quelle: dwif 2024, Daten Statistisches Bundesamt

STÄDTISCHE REGIONEN MIT GROßEN ZUWÄCHSEN

Gewerbliche Übernachtungen 2023 ggü. 2022 in den Destinationen

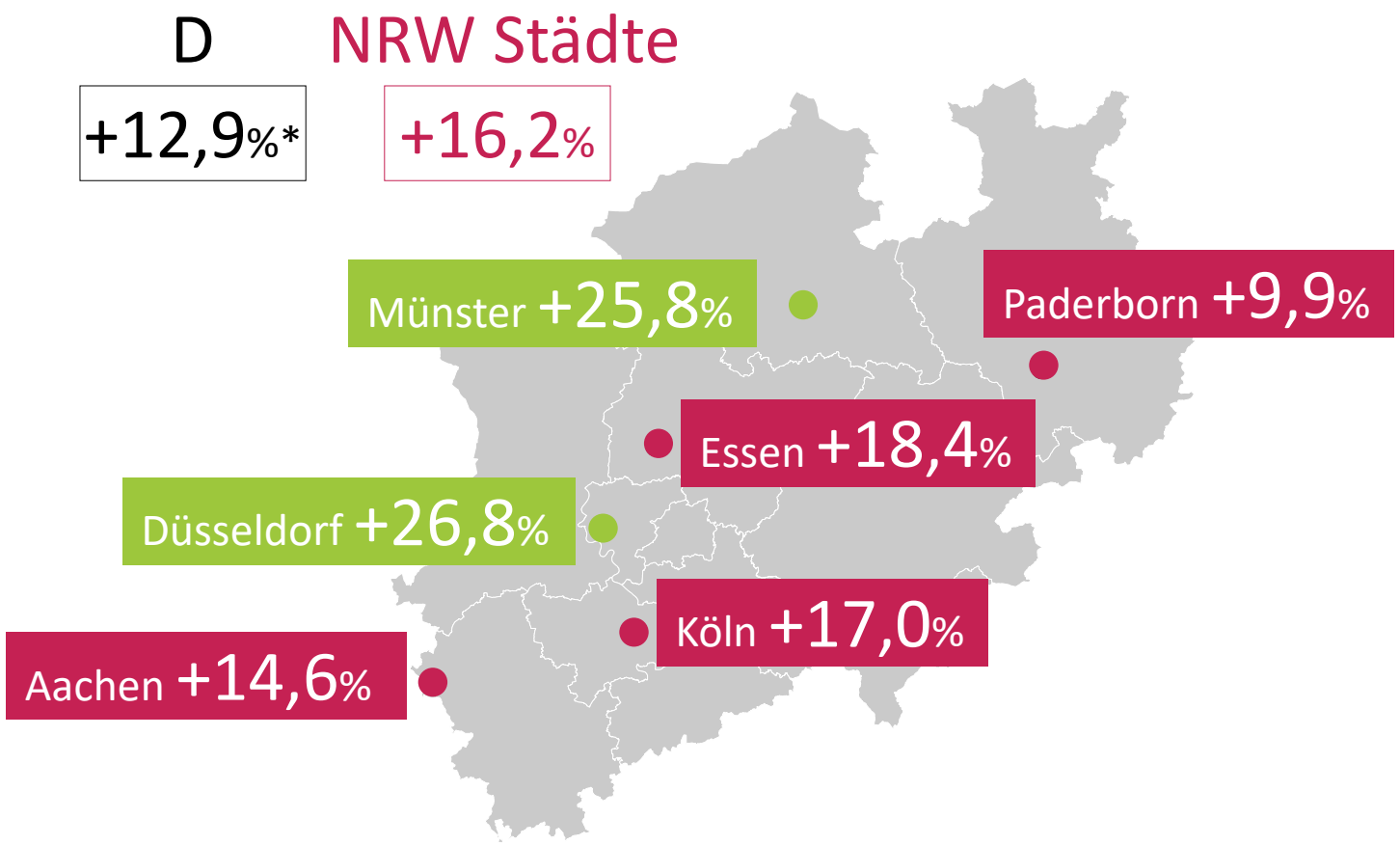
D	NRW
+8,1%	+12,8%



Quelle: dwif 2024, Daten Statistisches Bundesamt, IT.NRW, Kartengrundlage GfK

STÄDTEREISEN: DEUTLICHE ERHOLUNG IN DEN STÄDTEN

Gewerbliche Übernachtungen 2023 ggü. 2022 in ausgewählten Städten



Übernachtungen Städte-Ranking 2023*
1. Berlin
2. München
3. Hamburg
…
5. Köln
6. Düsseldorf
…
16. Münster
18. Essen

Quelle: dwif 2024, Daten Statistisches Bundesamt, IT.NRW,
*dwif-Städteradar Deutschland (Städte ab 25.000 EW/100.000 Übernachtungen), Kartengrundlage GfK

TIN-INN: HOTELS AUS ALTEN SEEFRACHT-CONTAINERN

12. Juni 2024

Quelle: www.tin-inn.com

ALLE BETRIEBSTYPEN MIT ZUWÄCHSEN

Gewerbliche Übernachtungen 2023 ggü. 2022 in %

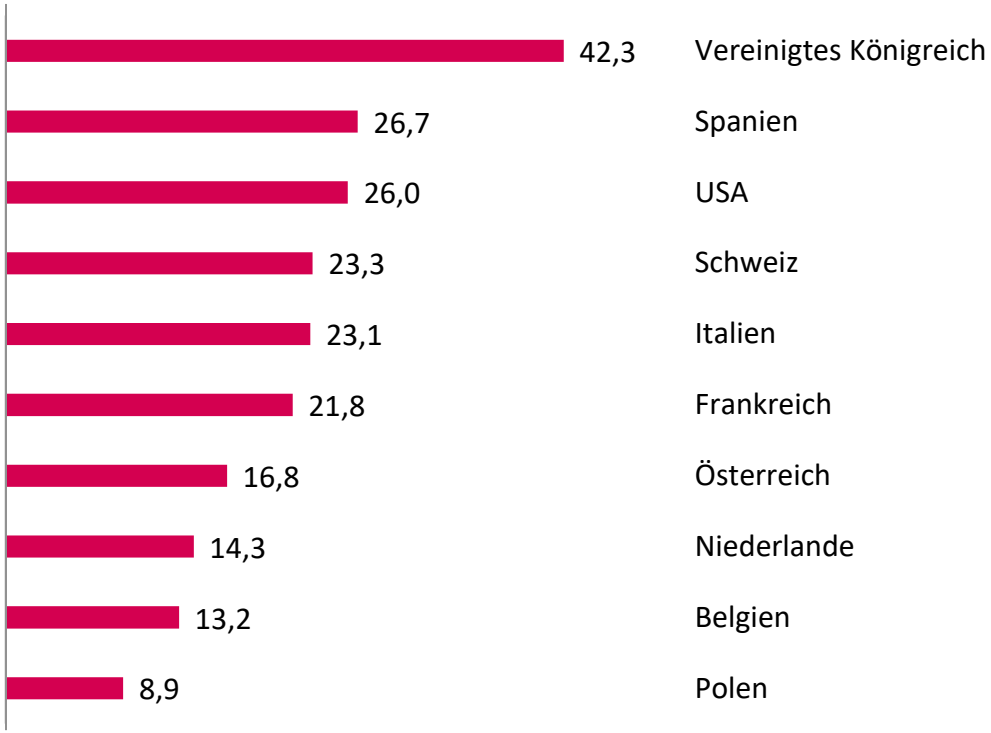
Gruppenunterkünfte	+15,6
Hotellerie	+14,7
Vorsorge- und Reha-Kliniken	+7,1
Camping	+7,2
Ferienzentren/-häuser/-wohnungen	+2,3

Quelle: dwif 2024, Daten IT.NRW
Bild: © Tourismus NRW e.V. Foto Holger Hage

TOP 10 HERKUNFTSMÄRKTE

Gewerbliche Übernachtungen 2023 ggü. 2022 (in %)

Inland	+10,2%
Ausland	+24,6%



Quelle: dwif 2024, Daten IT.NRW
Bild: Street Art Mauer in Köln Mülheim © Johannes Höhn, Künstler Mista Sed (Augsburg, DEU), Wuffelpuffelz, 2016

2023: MEHR INLÄNDISCHE GÄSTE, MEHR KURZURLAUBE

Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km im Jahr 2023 (Veränderung ggü. 2022 in %)

2023

Übernachtungen durch Urlaubsreisen

14,1 Mio. (+1%)

Übernachtungen durch Urlaubsreisen (1-3 ÜN)

7,35 Mio. (+22%)

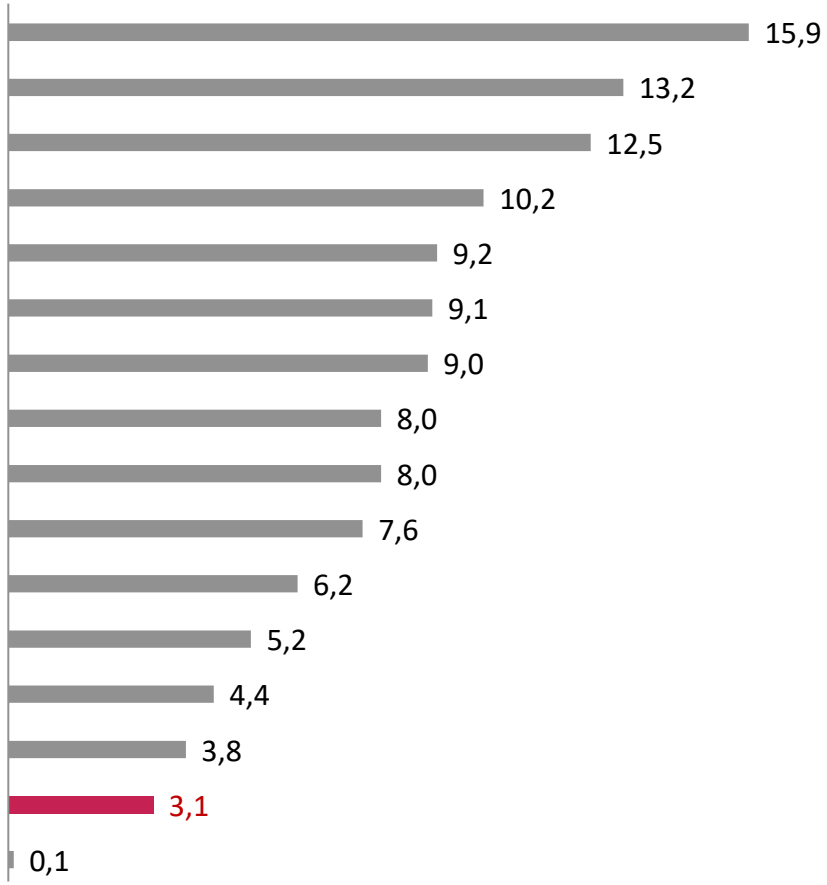
Übernachtungen durch Urlaubsreisen (≥ 4 ÜN)

6,75 Mio. (-14%)

Daten: Consumer Panel Services GfK DestinationMonitor Nordrhein-Westfalen
Bild: Tiger & Turtle Ruhrgebiet © Tourismus NRW e.V.

Q1/2024: JAHRESSTART MIT LEICHTEM WACHSTUM

Gewerbliche Übernachtungen Januar – März 2024 ggü. 2023 in %



Mecklenburg-Vorpommern
Rheinland-Pfalz
Schleswig-Holstein
Baden-Württemberg
Brandenburg
Niedersachsen
Sachsen
Bayern
Berlin
Hessen
Sachsen-Anhalt
Hamburg
Thüringen
Bremen
Nordrhein-Westfalen
Saarland

D +8,2%
Inland +8,3%
Ausland +7,8%

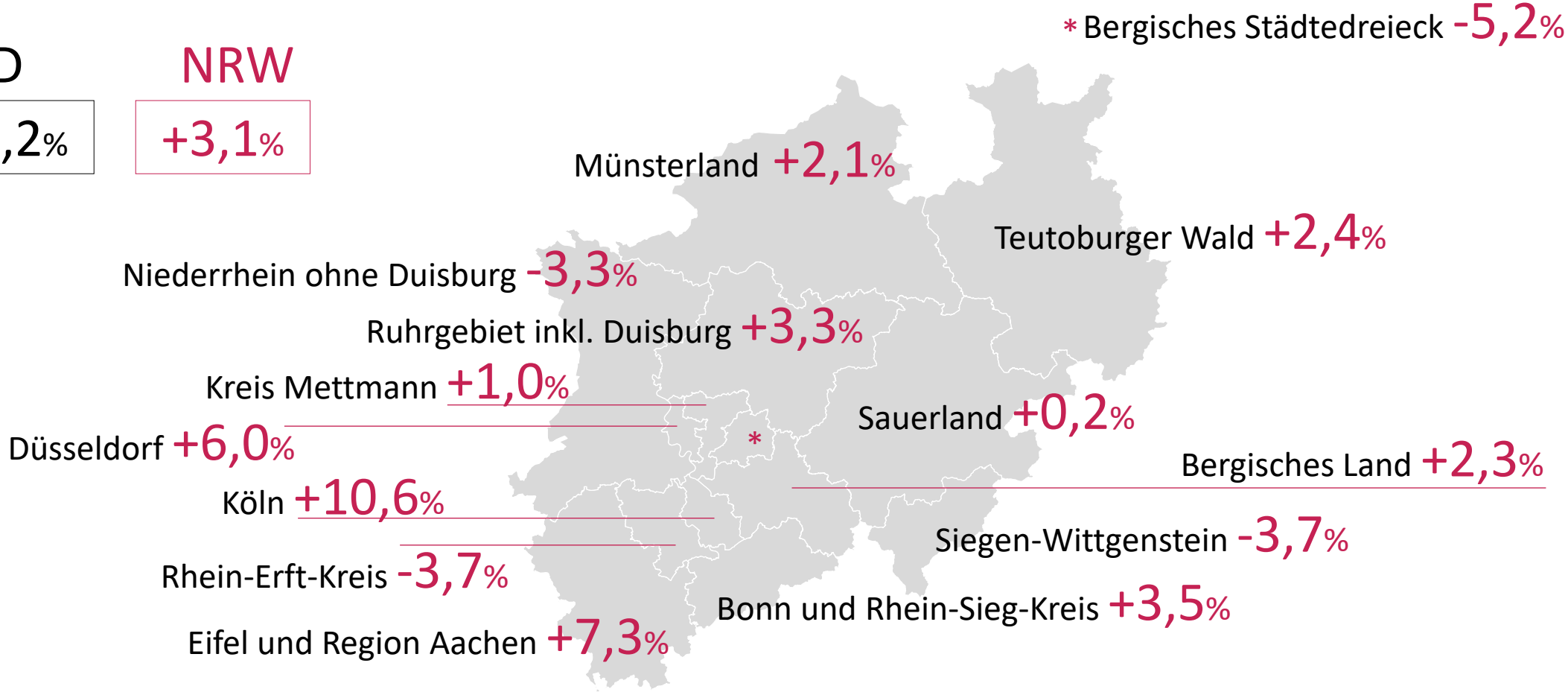
Inland +2,8%
Ausland +4,6%

Quelle: dwif 2024, Daten Statistisches Bundesamt

Q1/2024: SOLIDER JAHRESSTART IN DEN REGIONEN

Gewerbliche Übernachtungen Januar-März 2024 ggü. 2023 in den Destinationen

D	NRW
+8,2%	+3,1%

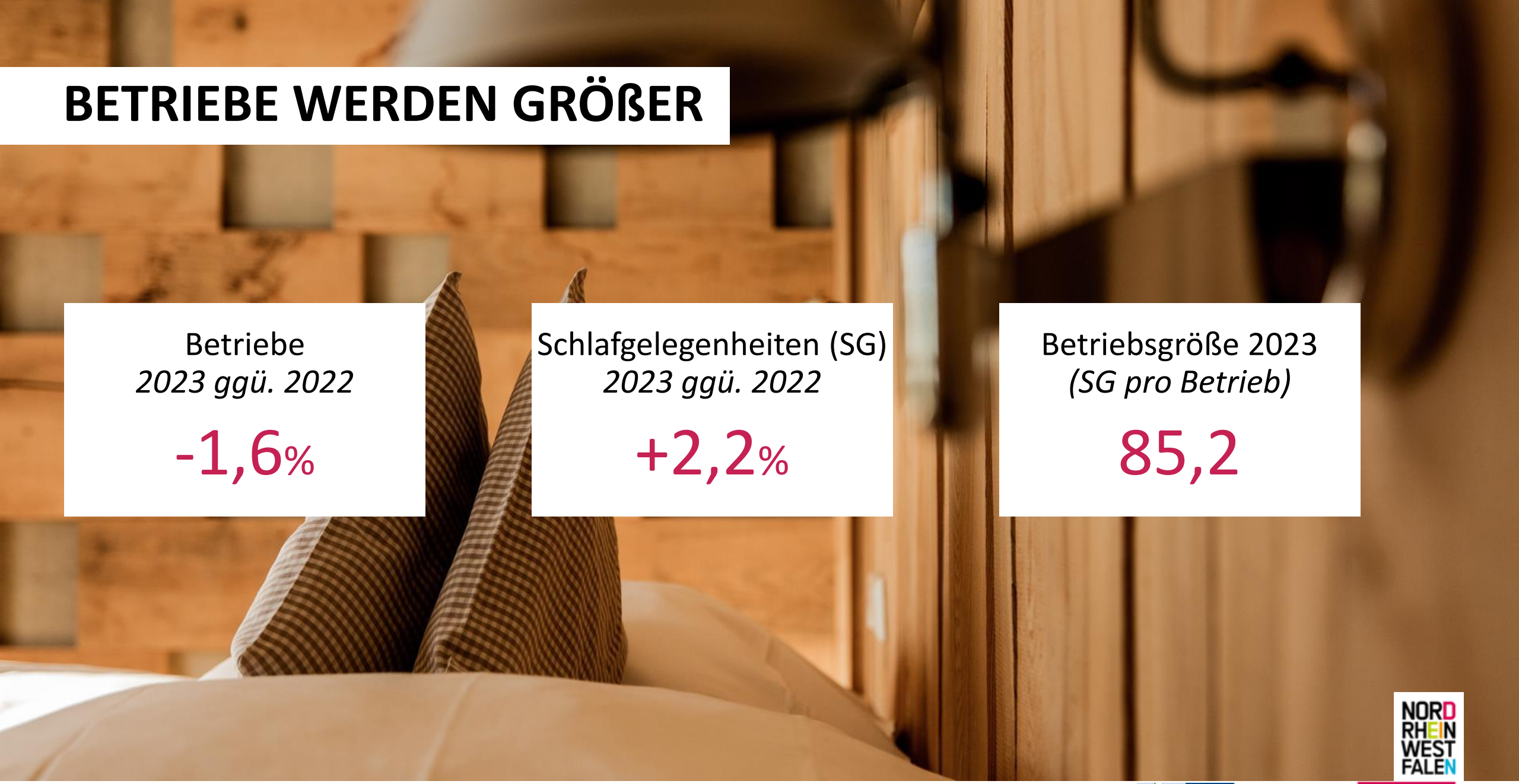


Quelle: dwif 2024, Daten Statistisches Bundesamt, IT.NRW, Kartengrundlage GfK

TOURISTISCHES ANGEBOT IN NORDRHEIN-WESTFALEN

 Bild: Holzhäuschen mit Sonnensegel © Tourismus NRW e.V. Foto Holger Hage

BETRIEBE WERDEN GRÖßER



Betriebe
2023 ggü. 2022

-1,6%

Schlafgelegenheiten (SG)
2023 ggü. 2022

+2,2%

Betriebsgröße 2023
(SG pro Betrieb)

85,2

Quelle: dwif 2024, Daten IT.NRW
Bild: Liebesgrün Sauerland © Tourismus NRW e.V.

HOTELLERIE MIT GRÖßTEM WACHSTUM

Schlafgelegenheiten 2023 ggü. 2022 in %

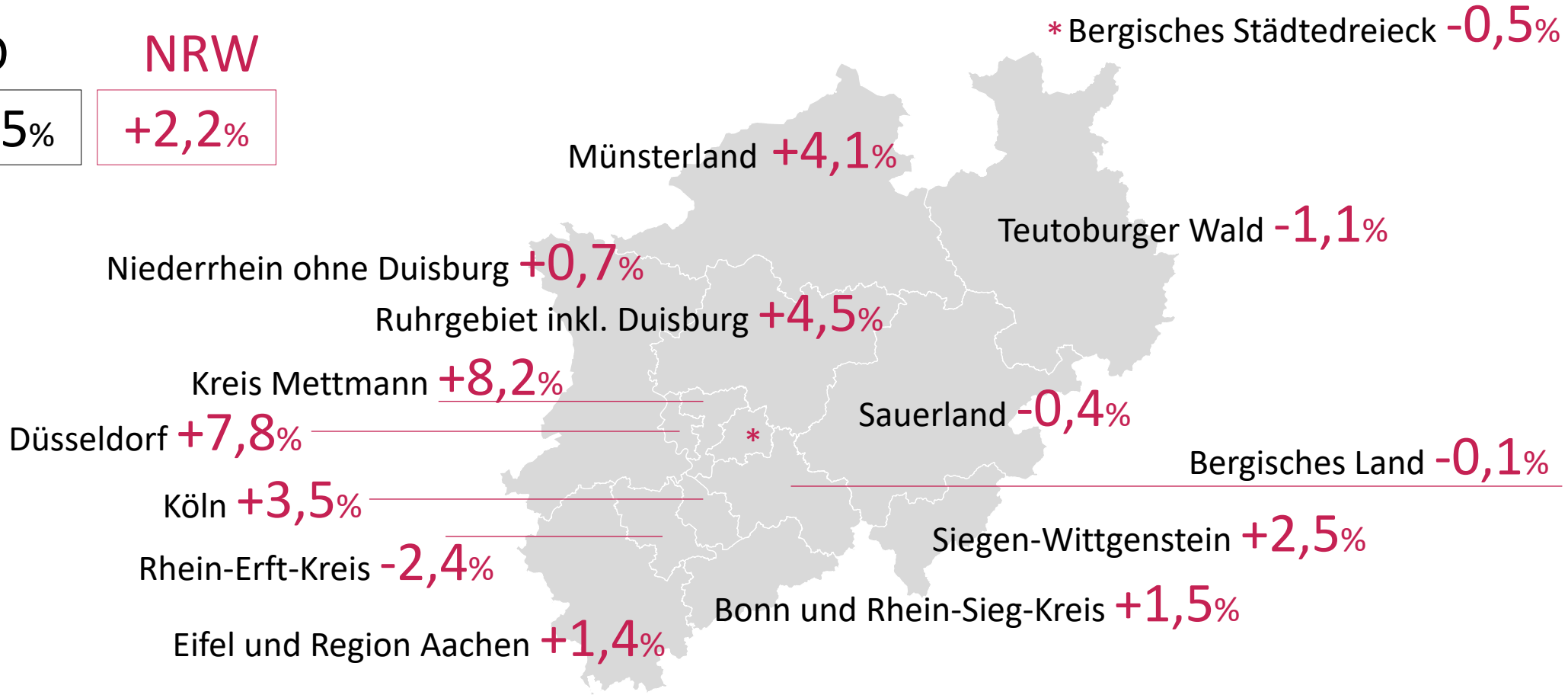
Hotellerie	+3,2
Vorsorge- und Reha-Kliniken	+2,5
Camping	+1,2
Ferienzentren/-häuser/-wohnungen	+0,8
Gruppenunterkünfte	-0,7

Quelle: dwif 2024, Daten IT.NRW
Bild: Dreischeibenhaus © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.

NEUE KAPAZITÄTEN IN STÄDTISCHEN REGIONEN

Schlafgelegenheiten 2023 ggü. 2022 in den Destinationen

D	NRW
+1,5%	+2,2%



Quelle: dwif 2024, Daten Statistisches Bundesamt, IT.NRW, Kartengrundlage GfK

ENTWICKLUNGEN IM GESCHÄFTSREISEMARKT

Bild: Foyer der Grand Hall Zollverein © Johannes Höhn

VERANSTALTERMARKT WÄCHST IN D 2023 ERNEUT

Erfolgsfaktor

Nachhaltigkeit

+24,4%

Umsatzveränderung 2023 ggü. 2022

Branche im Wandel

KI & agile Formate

Prognose 2024

337 *Mio.* *onsite-TN*

(+20%)

Quelle: Tourismus NRW e.V., Meeting- & Eventbarometer 2023
Bild: Königsallee und Kö Bogen Düsseldorf © Tourismus NRW e.V

Geschäftsreisen*

+12% Geschäftsreisen 2023 ggü. Vorjahr in NRW (Inland)

-9% ggü. 2019

NRW ist für 26% der Übernachtungs-geschäftsreisenden ein (sehr) relevantes Geschäftsreiseziel.

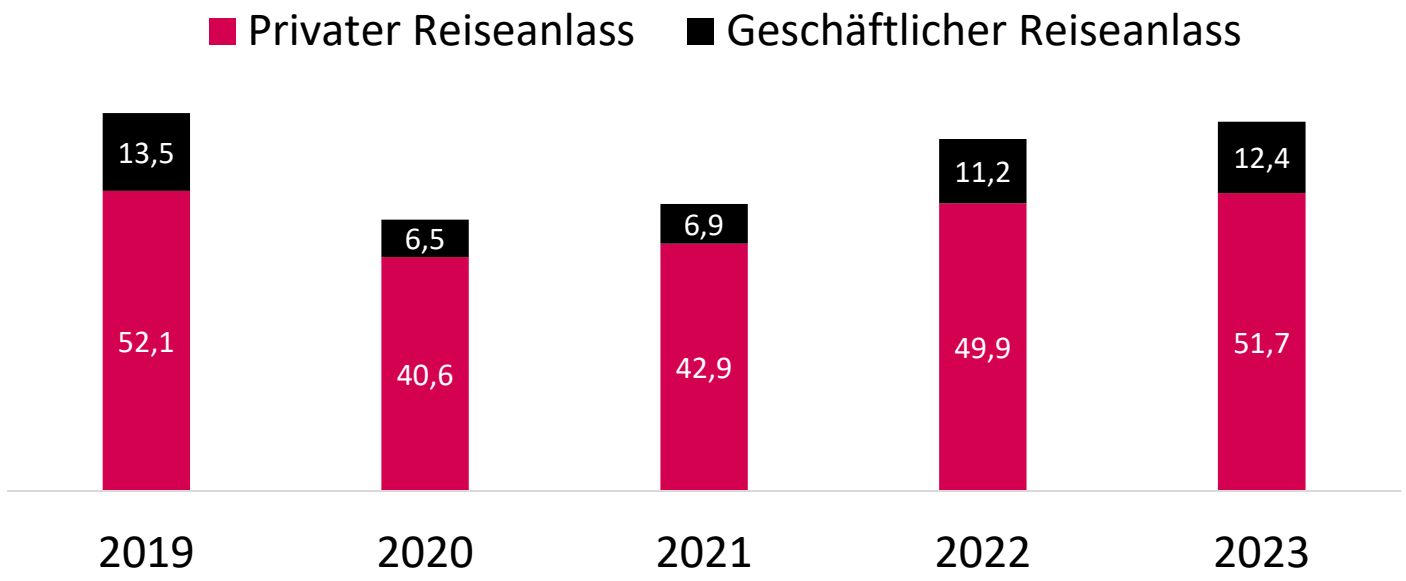
Top 5-Bewertungen

Erreichbarkeit/Anreisemöglichkeiten
gastronomisches Angebot
Beherbergungsangebot
Erreichbarkeit Meeting-, Tagungs-/Kongressstädte
Mobilitätsangebot vor Ort

Quelle: Inspektour Destination Brand 23 Business. Angebots- und Infrastrukturstudie. Quellmarkt Deutschland, Geschäftsreiseziel Nordrhein-Westfalen. *Consumer Panel Services GfK DestinationMonitor Nordrhein-Westfalen 2019-2023. Gesamtreisen der Inländer:innen ab einer Übernachtung, ab 50 km. Bild: freepik

GESCHÄFTSREISEMARKT MIT ZUWACHS

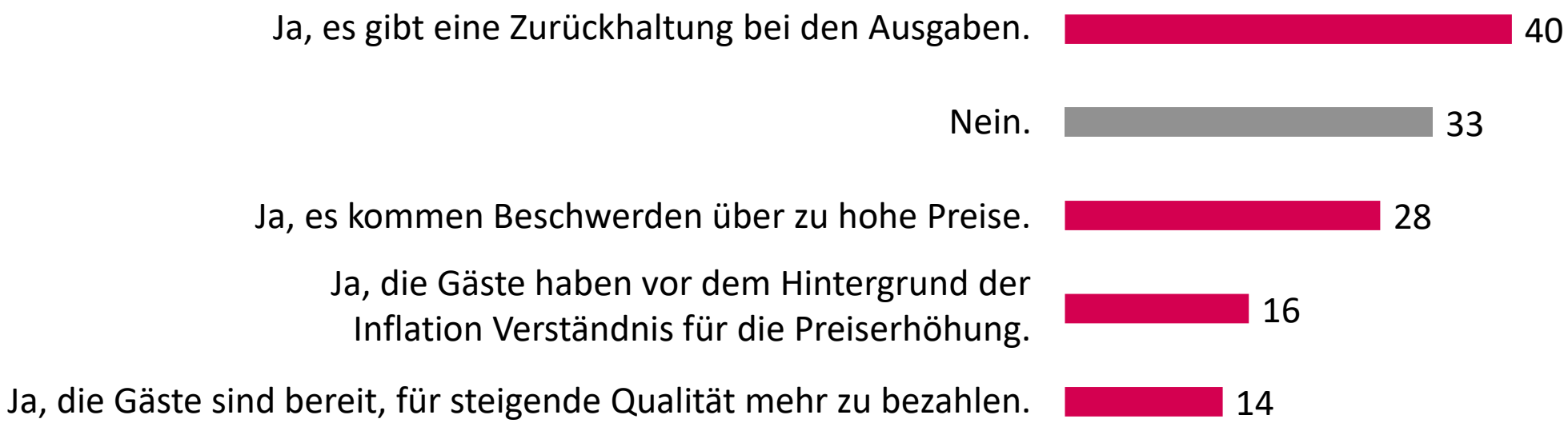
Übernachtungen der Inländer:innen in NRW 2019 – 2023 in Mio.



Quelle: Consumer Panel Services GfK DestinationMonitor Nordrhein-Westfalen 2019-2023. Gesamtreisen der Inländer:innen ab einer Übernachtung, ab 50 km
Bild: WCCB Foyer © Johannes Höhn

ZUNEHMENDE PREISSENSIBILITÄT

Nehmen Sie Rückmeldungen der Gäste zum Preisniveau wahr? – Angaben in %, Mehrfachnennungen



Quelle: dwif 2024, Daten dwif-Stimmungsumfrage bei Orten und Regionen in Nordrhein-Westfalen Frühjahr 2024

ANSÄTZE FÜR MEHR DESTINATIONSVERANTWORTUNG

Aufgaben ganzheitlich bewerten & priorisieren

Netzwerk stärken & Themen/Herausforderungen gemeinsam angehen

Gastfreundschaft & Willkommenskultur ausbauen und Haltung zeigen

Resonanz stärken & Dialog mit Gästen/ Bevölkerung suchen

Eine starke Vision – ein Narrativ – für den Tourismus von morgen entwickeln

Quelle: dwif 2024
Bild: Winter-Weierbachtal in Siegen-Wittgenstein © Leo Thomas, Tourismus NRW e.V.

LAGE DER BETRIEBE: PREISSTEIGERUNGEN, PERSONALFRAGEN UND VERHALTENE STIMMUNG IM GASTGEWERBE

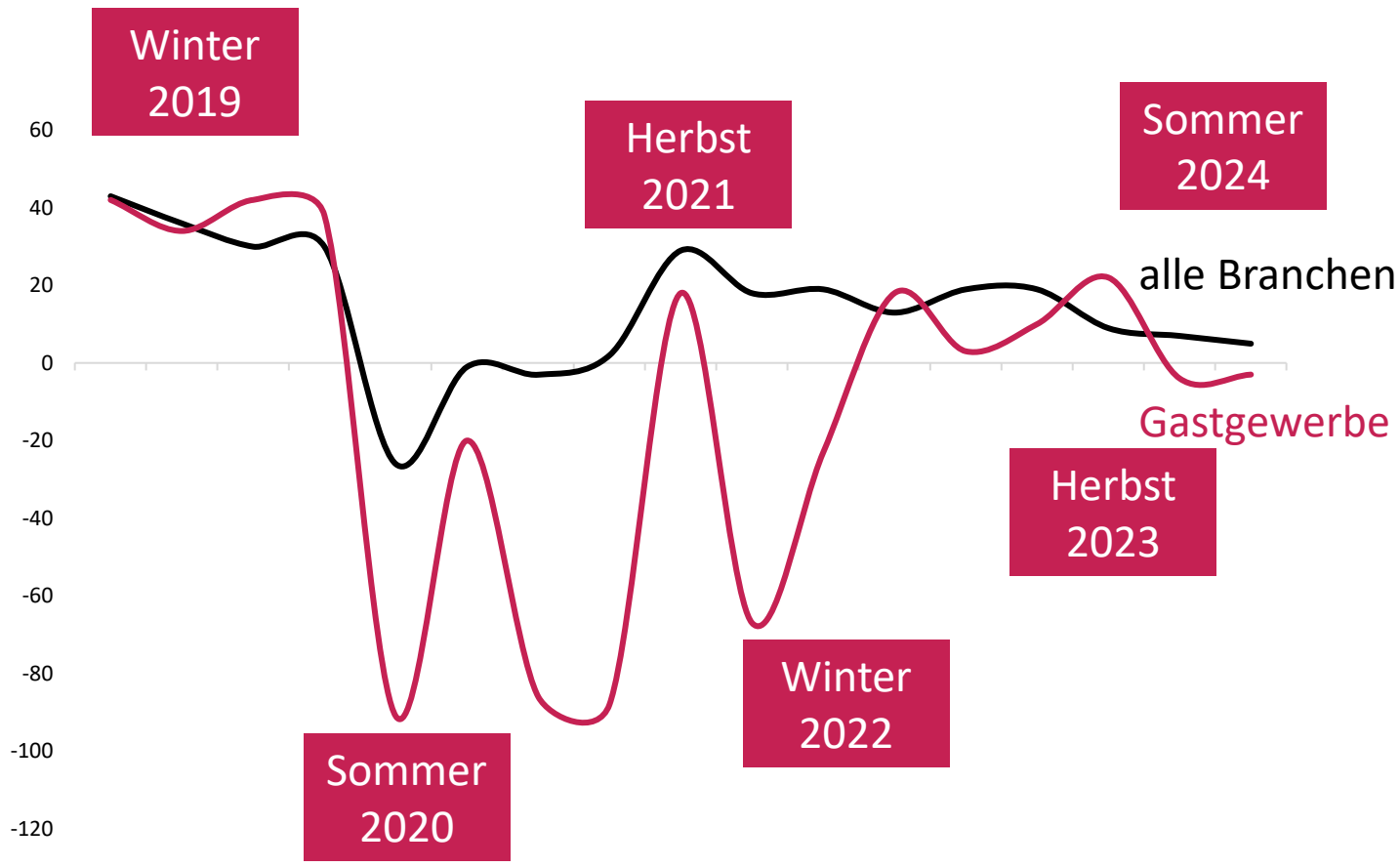
 Bild: Bild: © Tourismus NRW e.V. Tania Walck

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

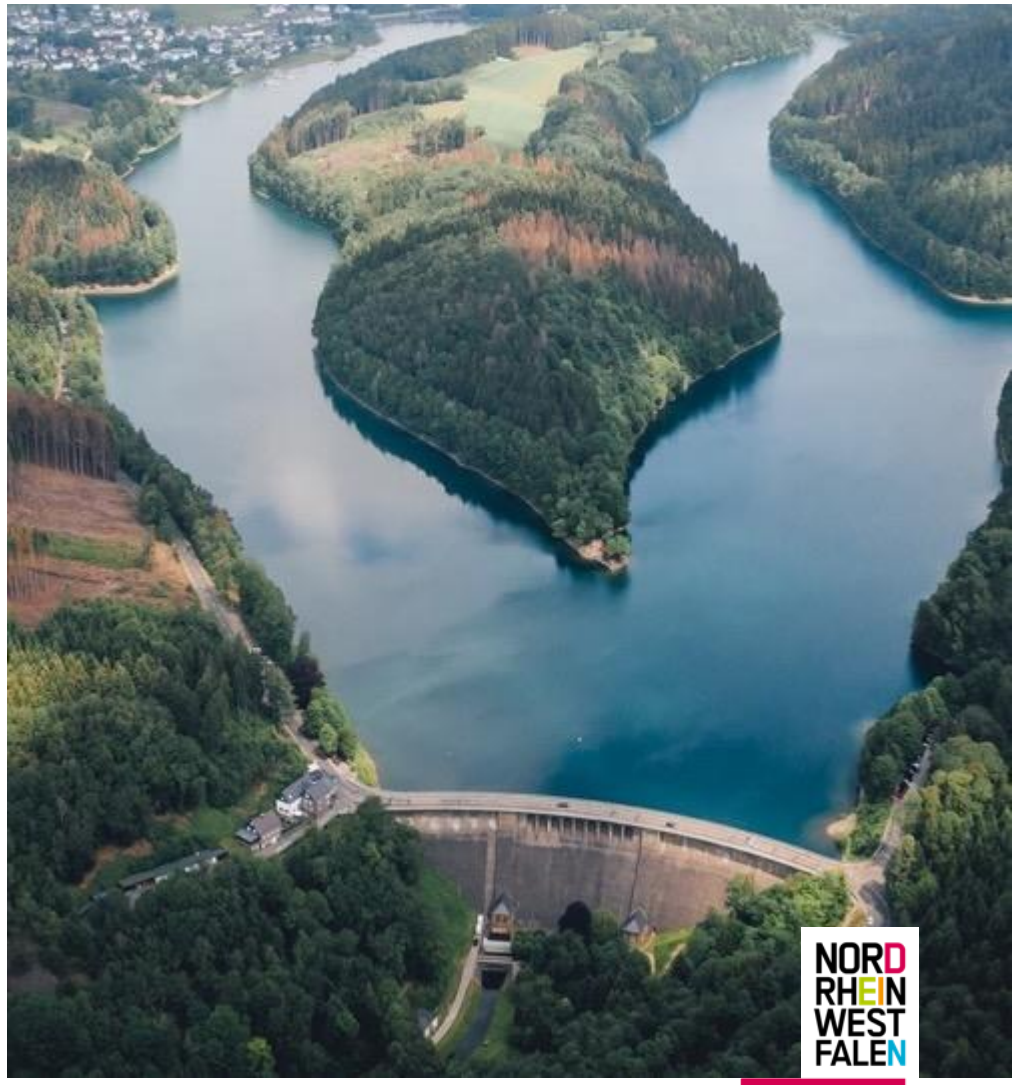
IHK NRW

dwif

GESCHÄFTSKLIMA: DIE STIMMUNG WIRD BESSER



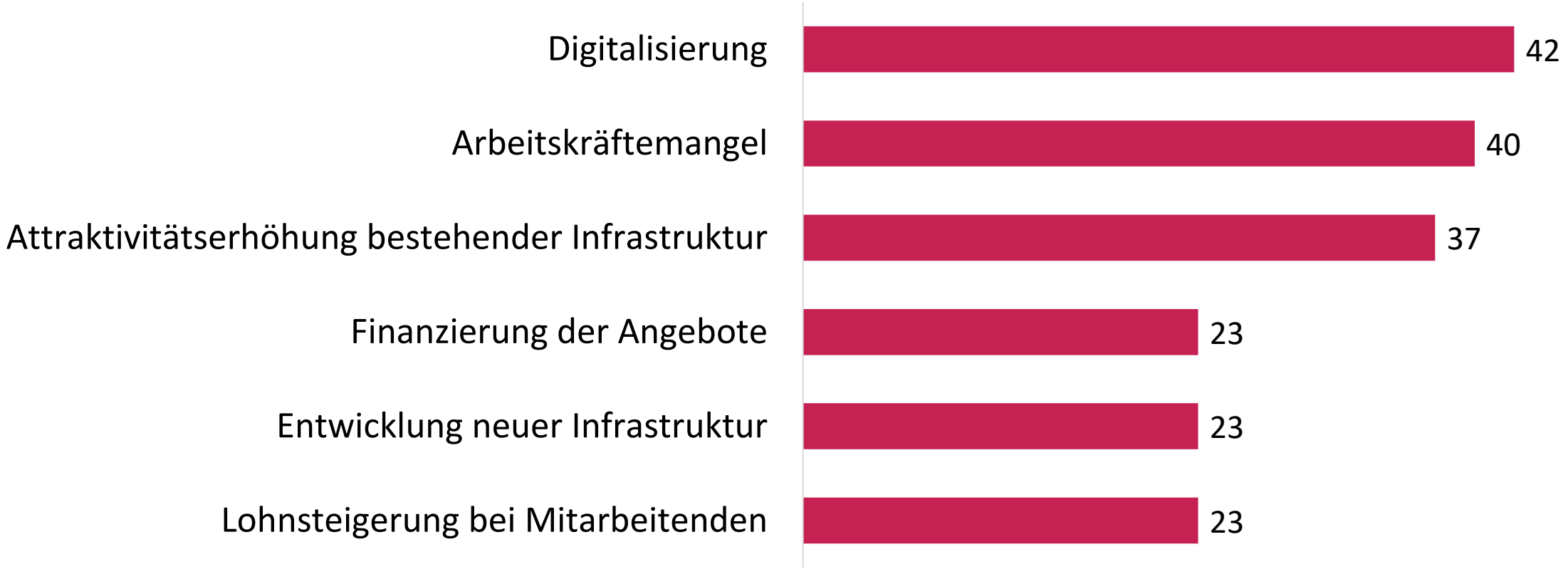
Saldo (Anteil Betriebe mit zufriedener Geschäftslage vs. mit unzufriedener Geschäftslage)



Quelle: dwif 2024, Daten DIHK Konjunkturumfrage
Bild: Aggertalsperre, Bergisches Land © Leo Thomas, Tourismus NRW e.V.

DREI GROßE HERAUSFORDERUNGEN 2024

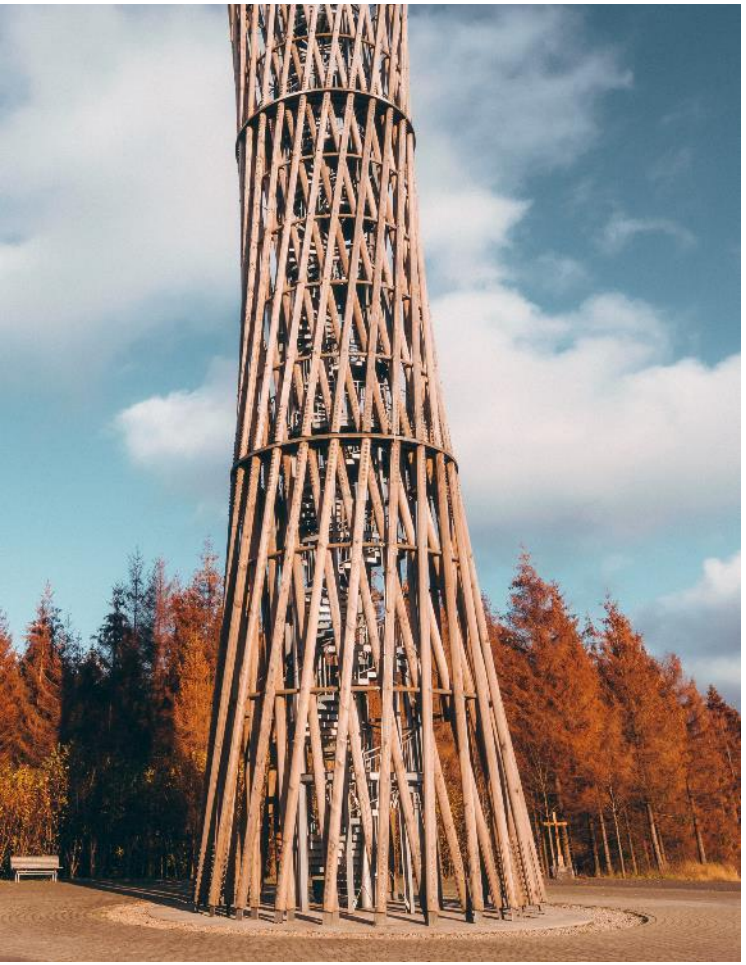
Was sind aus Ihrer Sicht die drei größten Herausforderungen, vor denen die Tourismusbranche derzeit steht? – Top 6 in %

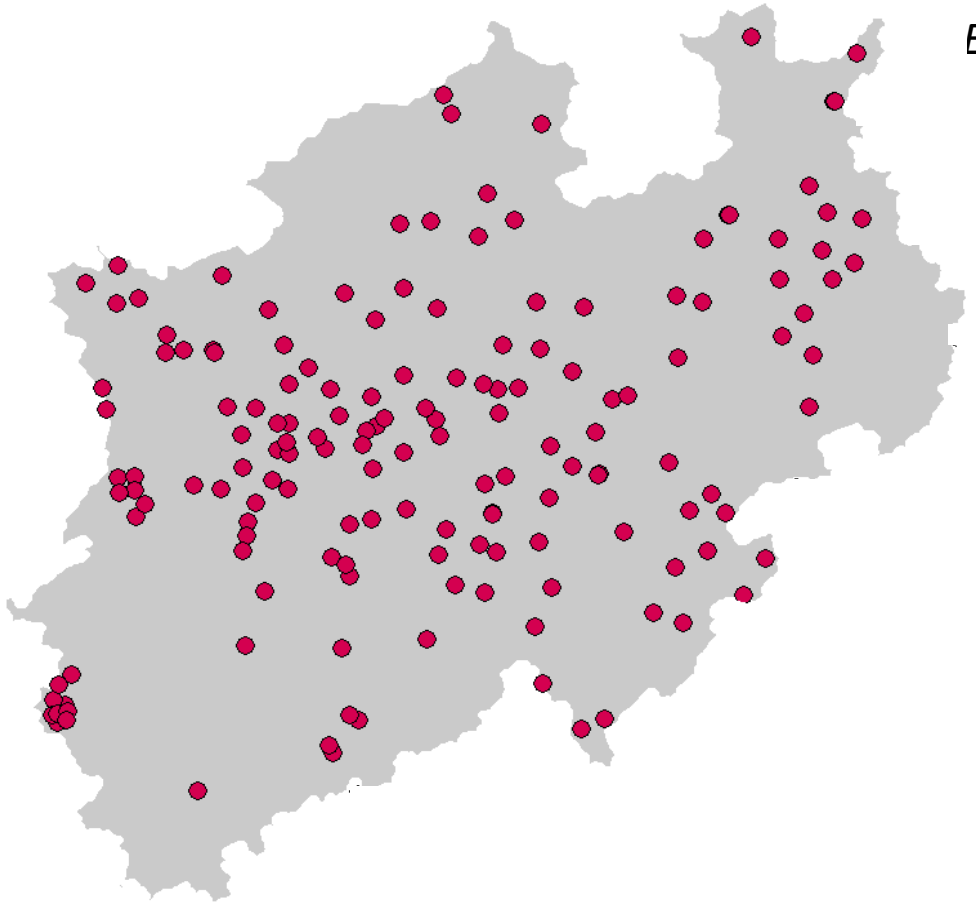


Quelle: dwif 2024, Daten: Stimmungsumfrage bei Orten und Regionen in NRW

FREIZEITWIRTSCHAFT NORDRHEIN-WESTFALEN

Exklusives Monitoring-Tool im Tourismusbarometer





Entwicklung der Besucherzahlen 2023 ggü. 2022

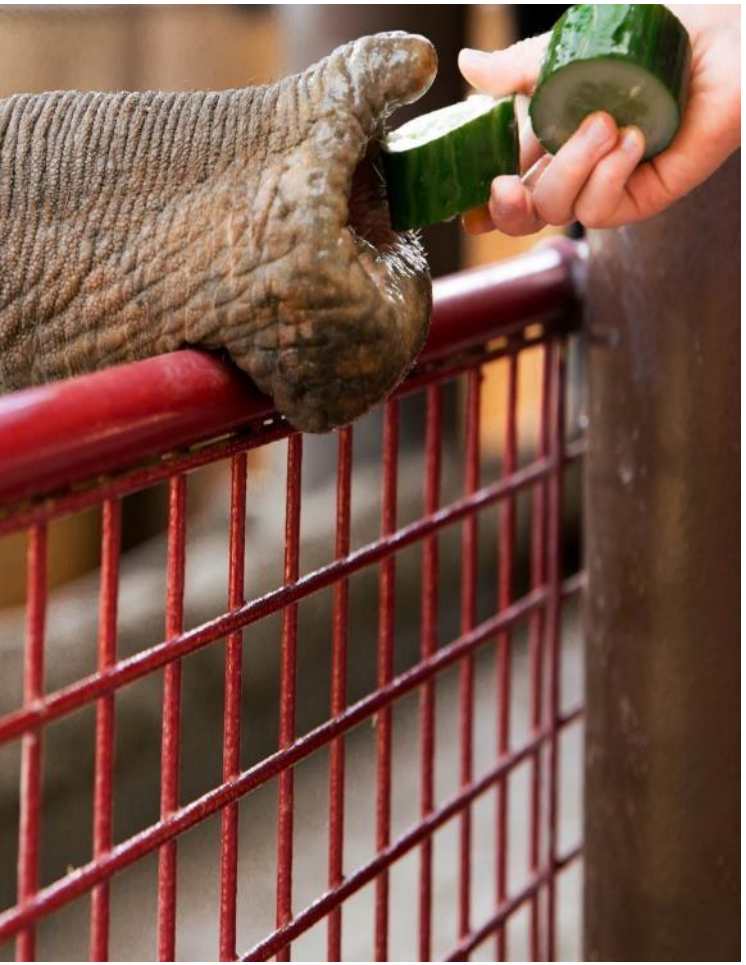
D	NRW
+6,7%	+4,8%

Daten aus 121 teilnehmenden Freizeiteinrichtungen

Quelle: dwif 2023, Daten: Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft, Kartengrundlage GfK,
Bild: Bild: Lörmecketurm, Warstein © Tourismus NRW e.V. Foto Johannes Höhn

FREIZEITWIRTSCHAFT ERHOLT SICH

Besucherentwicklung 2023 ggü. 2022 in %



NRW
+4,8

Stadtführungen
+22,3

Erlebnisbäder/Thermen
+11,1

Museen
+9,7

Freizeit-/Erlebniseinrichtungen
+1,4

Zoos/Tierparks
-2,8

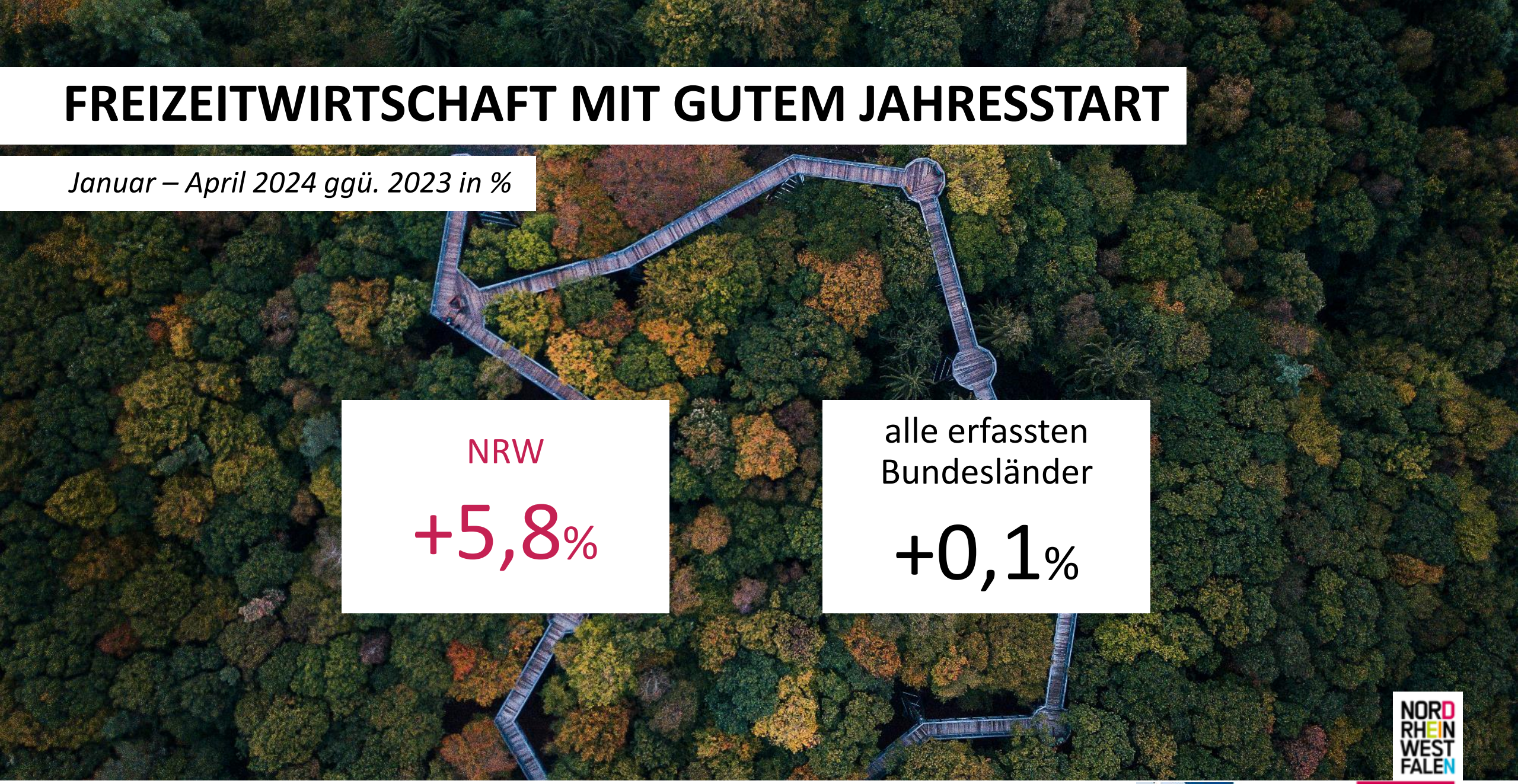
Quelle: dwif 2024, Daten: Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft
Bild: Allwetterzoo Münster © Tourismus NRW e.V.

INVESTITIONEN SIND WICHTIG – BEISPIEL ERLEBNISWELT AM HERMANNSDENKMAL

Quelle: www.hermannsdenkmal.de
Bild: Hermannsdenkmal, Teutoburger Wald © Tourismus NRW e.V.

FREIZEITWIRTSCHAFT MIT GUTEM JAHRESSTART

Januar – April 2024 ggü. 2023 in %



NRW

+5,8%

alle erfassten Bundesländer

+0,1%

Quelle: dwif 2024, Daten: Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft
Bild: Panarbora Baumwipfelpfad © Tourismus NRW e.V.

PREISE ZIEHEN WEITER AN

Entwicklung der Eintrittspreise in der Freizeitwirtschaft 2024 ggü. 2023

NRW

+6,5%

Zoos/Tierparks

+12,2%

Erlebnisbäder/ Thermen

+4,6%

Quelle: dwif 2024, Daten: Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft,
Bild: Wisent-Wildnis, Siegen-Wittgenstein © Tourismus NRW e.V.

INNENPERSPEKTIVE: PREISSTEIGERUNGEN JA, ABER GUTE BEWERTUNG DES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNISSES

Gastgewerbe

97% registrieren gestiegenes Preisniveau gegenüber Vorjahr

Beherbergung

77% bewerten das Preis-Leistungs-Verhältnis als „sehr gut/gut“

Gastronomie

79% bewerten das Preis-Leistungs-Verhältnis als „sehr gut/gut“

Quelle: dwif 2024, Daten dwif-Stimmungsumfrage bei Orten und Regionen in NRW Frühjahr 2024
Bild: Königsallee und Kö Bogen Düsseldorf © Tourismus NRW e.V

KENNZAHLEN HOTELLERIE: AUSLASTUNG MIT POTENZIAL

NRW 2023 ggü. 2019

	Preis	Auslastung
2019	104,20 €	69,9%
2023	113,50 €	63,1%
	+8,9%	-6,8ppt

Quelle: dwif 2024, Daten STR Global
Bild: Liebesgrün Sauerland © Tourismus NRW e.V. Foto Holger Hage

KOSTENSTRUKTUR EINES STÄDTISCHEN 3-STERNE-HOTELS

Vollhotel: 107 Betten, 62 Zimmer, 56 Beschäftigte (inkl. Azubis, Mini-Jobs und Teilzeitkräfte)

GuV-Daten für 2017
Annahmen 2024: Ø 25% Kostenanstieg seit 2017
(inkl. Arbeits- und Energiekosten)

Rechenbeispiel	2017	2024
Umsatz	2,8 Mio. €	2,8 Mio. €
Personalaufwand	42%	51%
Warenaufwand	18%	23%
Energie	4%	7%
Sonstiges	28%	34%
Gewinn vor Steuern	8%	-15%

+25%

Quelle: dwif 2024, dwif e.V. Betriebsvergleiche für das Gastgewerbe, Statistisches Bundesamt
Bild: Liebesgrün Sauerland © Tourismus NRW e.V., Foto Liebesgrün SLD

2024: EIN JAHR VOLLER NEUERÖFFNUNGEN

12 neue Hotels in Nordrhein-Westfalen

Quelle: www.nrw-tourismus.de
Bild: Bunte Häuserfassaden, Merowinger Str., Köln Südstadt © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.

ERSTE MONATE 2024: LEICHTE STEIGERUNGEN

NRW Januar – April 2024 ggü. Januar – April 2023

	Preis	Auslastung
2023	108,30 €	58,0%
2024	110,20 €	59,8%
	+1,8%	+1,8ppt

Quelle: dwif 2024, Daten STR Global
Bild: Factory Hotel Münster© Tourismus NRW e.V.

PERSONAL: ES BESTEHT WEITERHIN EIN HOHER BEDARF

Touristischer Arbeitsmarkt in NRW

Gastgewerbe im Vergleich 2023 ggü. 2019 (Stichmonat Juni)

Beherbergung	GfB
-8,1%	+3,1%

Gastronomie	SvB
+1,0%	-0,4%

Anteil Teilzeitbeschäftigte bei allen Tourismus-, Hotel- und Gaststättenberufen

2019	2023
50%	50%

Quelle: dwif 2024, Daten Bundesagentur für Arbeit
Bild: Liebesgrün Sauerland © Tourismus NRW e.V.

AUSBILDUNGSVERTRÄGE RÜCKLÄUFIG

Ausbildungsmarkt Gastgewerbe in Nordrhein-Westfalen

	Abgeschlossene Ausbildungsverträge (IHK NRW)	gemeldete Ausbildungsstellen (BfA)	Anteil unbesetzter Ausbildungsstellen (BfA)
2019	3.720	4.698	15,7%
2023	3.261	3.355	14,5%
	-12,3%	-28,6%	

Quelle: dwif 2024, Daten Bundesagentur für Arbeit, IHK NRW
Bild: Club Sir Walter © Tourismus NRW e.V. Foto Holger Hage

KONSOLIDIERUNGSPHASE SETZT EIN, VORBOTE EINER INSOLVENZWELLE

*Gastgewerbe 2023 ggü. 2019 (außer *2022 zu 2019)*

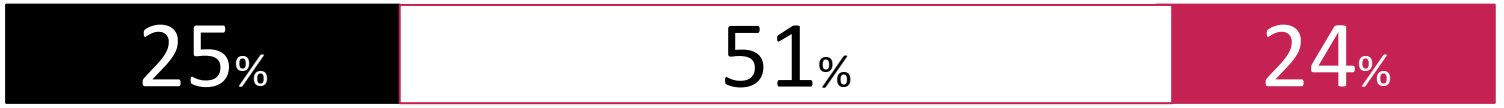
Gewerbeabmeldungen -14%	Gewerbeanmeldungen -12%
Anzahl Steuerpflichtige Unternehmen* -11%	Insolvenzen -33%

Quelle: dwif 2024, Daten Statistisches Bundesamt
Bild: Haus Sternberg © Tourismus NRW e.V. Foto , Bild Johannes Höhn

WIRTSCHAFTLICHE LAGE

IHK NRW Konjunkturumfrage Frühsommer 2024

Lageindikator

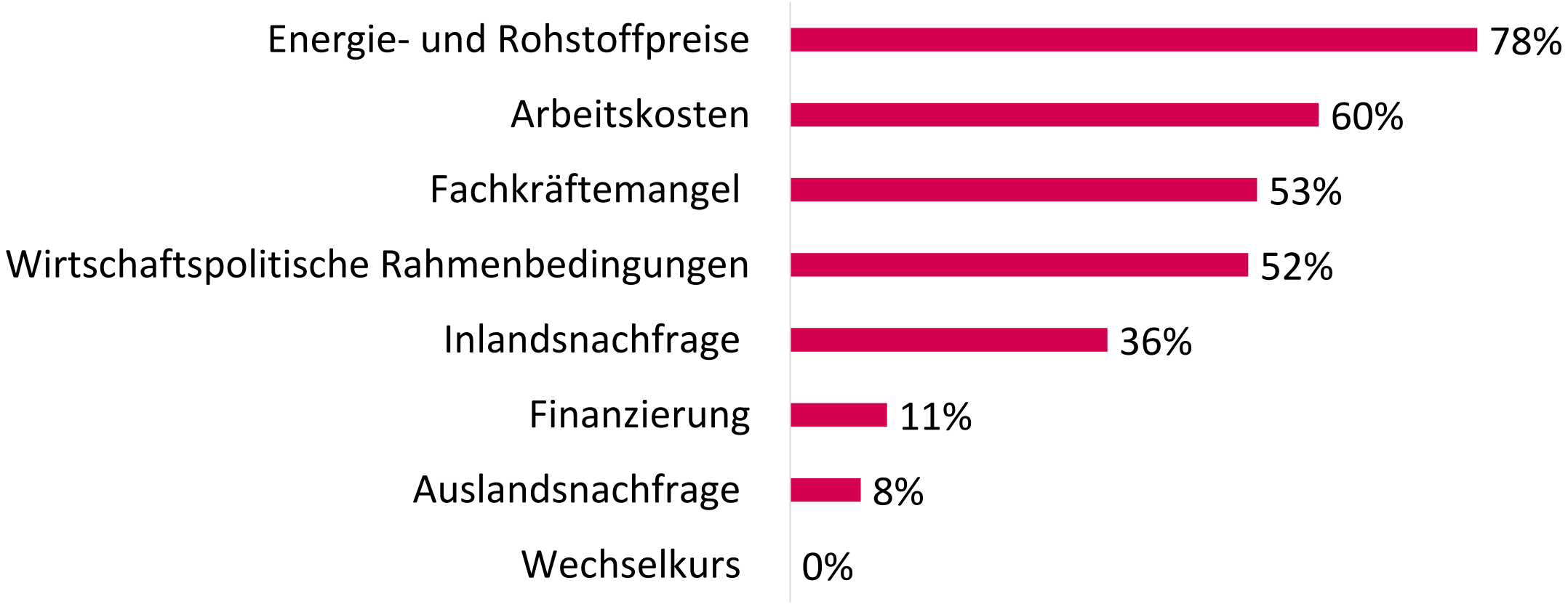


Erwartungsindikator

Quelle: dwif 2024, Daten IHK NRW
Bild: Romantikhotel Knippschild © Tourismus NRW e.V. Foto Holger Hage

RISIKEN FÜR DIE WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

Eigenbewertung der Risiken im nordrhein-westfälischen Gastgewerbe im Frühsommer 2024



Quelle: dwif 2024, Daten IHK NRW

PERSONALFRAGEN AUCH IN TOURISMUSORGANISATIONEN

Ergebnisse der dwif-Stimmungsumfrage bei Tourismusorganisationen in NRW

Gesamtetat

gut	25,0%
befriedigend	52,5%
schlecht	22,5%

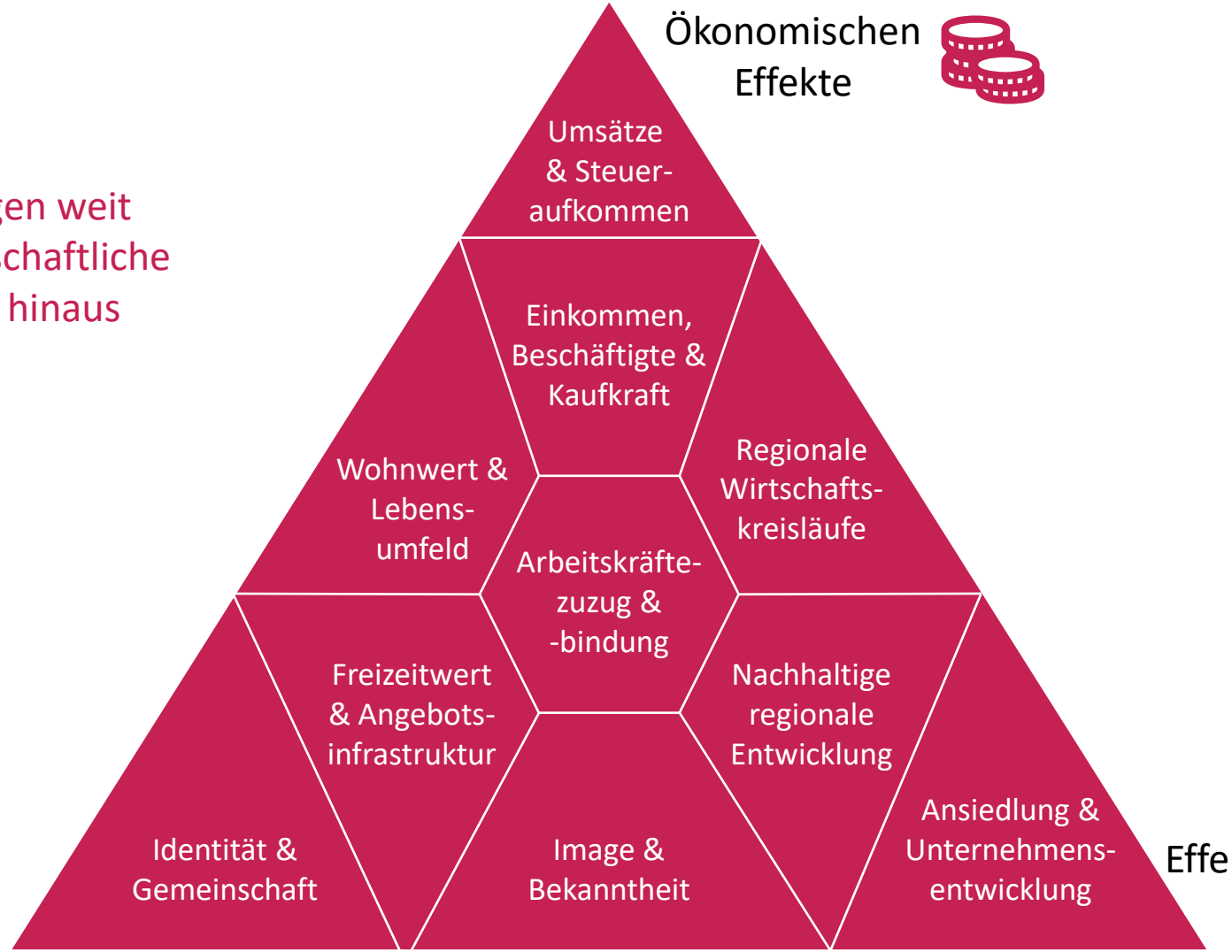
Personalausstattung

gut	23,1%
befriedigend	56,4%
schlecht	20,5%

Quelle: dwif 2024, Daten dwif-Stimmungsumfrage bei Orten und Regionen in NRW Frühjahr 2024

DAS TOURISTISCHE WIRKUNGSDREIECK

Auswirkungen weit über die wirtschaftliche Dimension hinaus



 Quelle: dwif 2023

STEIGENDE KOSTEN WERDEN VON DEN GÄSTEN NUR BEI EINER HOHEN ANGEBOTSQUALITÄT AKZEPTIERT.

12. Juni 2024

Bild: Museumsmeile Bonn © Tourismus NRW e.V.

FÜR MICH DAS BESTE! GÄSTE SUCHEN QUALITY TIME

Gelebtes Qualitätsmanagement

Infrastruktur & Servicequalität als wichtige Grundlage, aber die Erlebniswelt zählt

Was macht Gäste glücklich, was ist ihnen am wichtigsten?

Quelle: dwif 2024
Bild: freepik

STEIGERUNGSPOTENZIAL BEI DER GÄSTEBEWERTUNG

Gesamtbewertung des Aufenthalts in NRW

58% der befragten Urlaubsreisenden bewerten ihren Aufenthalt in Nordrhein-Westfalen mit „sehr gut“.

67% bewerten ihren Aufenthalt in Deutschland mit „sehr gut“.

Quelle: dwif 2024, Daten Consumer Panel Services GfK DestinationMonitor Deutschland 2024
Bild: Niers © Tourismus NRW e.V. Foto Johannes Höhn

DIE GÄSTE ZU BOTSCHAFTER:INNEN MACHEN

Bereitschaft zur Weiterempfehlung

58% der befragten Urlaubsreisenden würden das besuchte Reiseziel Nordrhein-Westfalen „ganz bestimmt“ Verwandten und Bekannten weiterempfehlen.

70% würden Deutschland „ganz bestimmt“ weiterempfehlen.

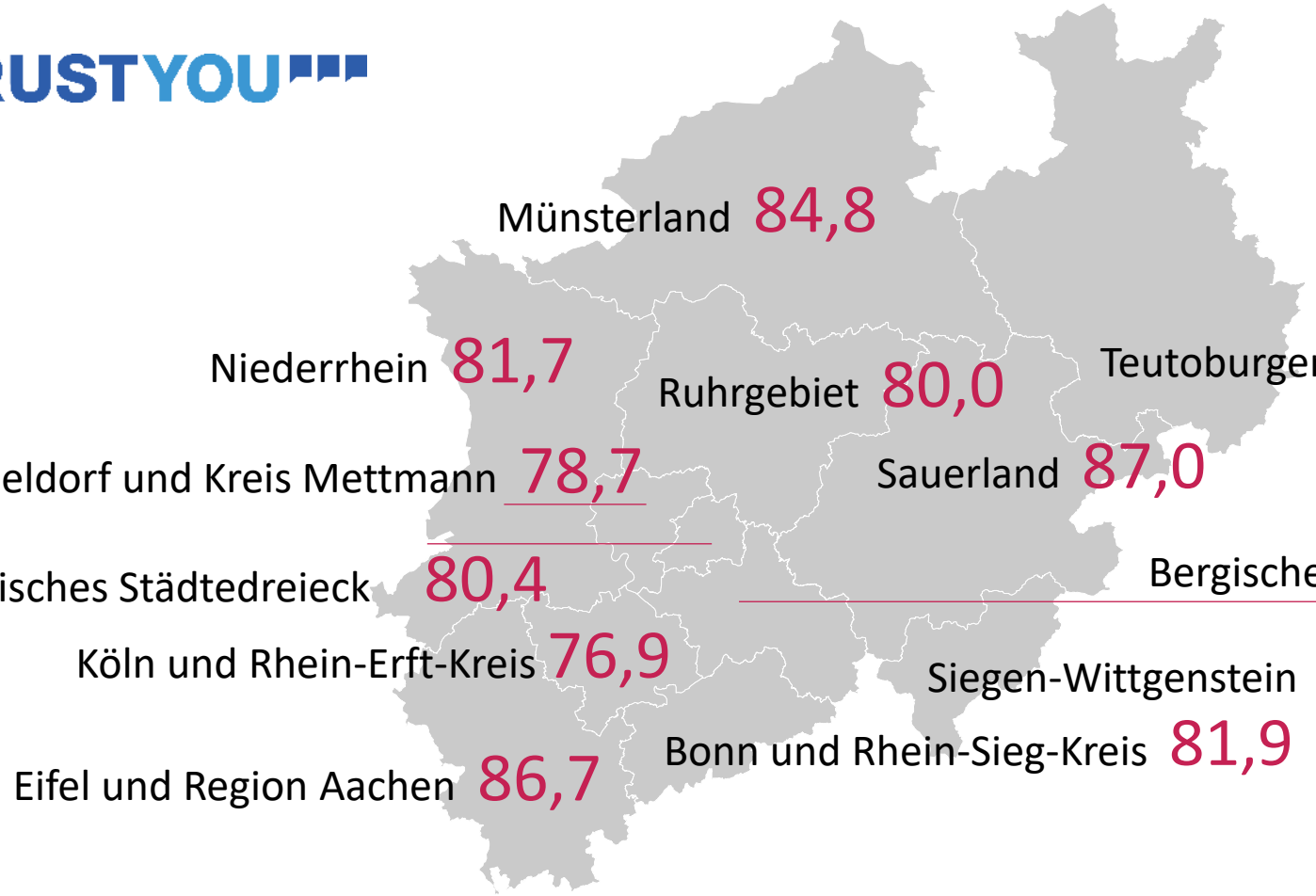
Quelle: dwif 2024, Daten Consumer Panel Services GfK DestinationMonitor Deutschland 2024
Bild: Kulturgut Haus Nottbeck © Tourismus NRW e.V. Foto Johannes Höhn

GÄSTEZUFRIEDENHEIT IN NRW LEICHT RÜCKLÄUFIG

Gästezufriedenheit mit Beherbergungsbetrieben laut TrustScore

TRUSTYOU

D	NRW	
86,8	82,9	TrustScore 2024 - 0-100 Punkte –
0,0	-0,2	2024 ggü. 2023 - in Punkten –
-0,6	-1,3	2024 ggü. 2020 - in Punkten -



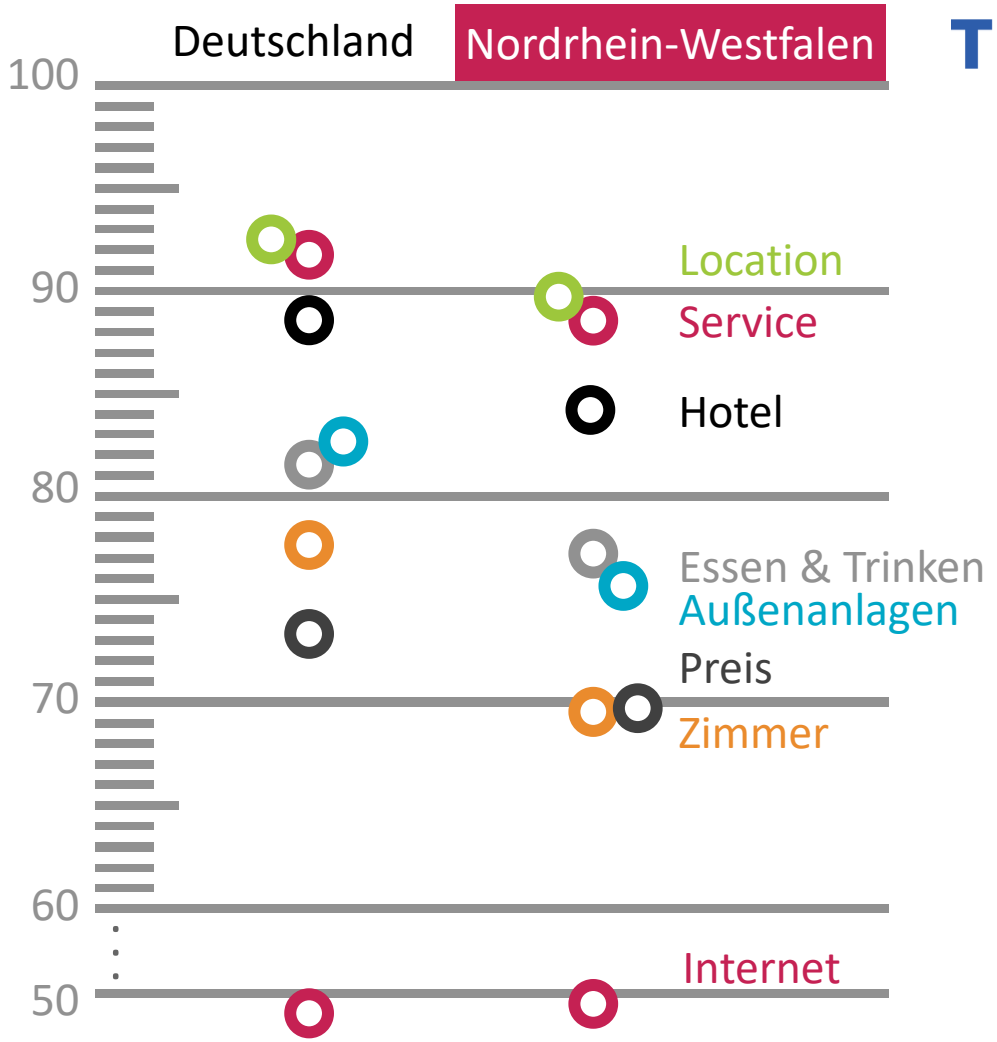
Quelle: dwif 2024, Daten TrustYou GmbH, Kartengrundlage GfK
Bild: freepik

dwif

IHK NRW

NORD RHEIN WEST FALEN Tourismus NRW e.V.

HARDWARE: INVESTITIONSOFFENSIVE STARTEN



Quelle: dwif 2024, Daten TrustYou GmbH
Bild: freepik

ZAHLUNGSBEREITSCHAFT AUSGESCHÖPFT?

Deutliche Mehrheit der Deutschen empfindet das Preisniveau als sehr hoch (stimme voll zu und stimme zu)

2022
70%

2024
82%

Tourismus NRW e.V.

Quelle: dwif 2024, Daten Repräsentative Online-Panel-Umfragen in Deutschland 2022 und 2024, n= 1.027
Bild: freepik

STÄDTE MIT POTENZIAL

TrustScore 2024 in Punkten (0 – 100 Punkte)

TRUSTYOU

Bergisches Städtedreieck	80,4
Ruhrgebiet	80,0
Städte D	79,7
Städtische Regionen D	79,2
Düsseldorf	78,5
Köln	76,4

Quelle: dwif 2024, Daten TrustYou GmbH
Bild: freepik

dwif

IHK NRW

NORD RHEIN WEST FALEN Tourismus NRW e.V.

AKTIVLABEL MIT ZUWÄCHSEN

Absolut in NRW 2024 und Entwicklung in NRW und D ggü. 2022

	NRW 2024	Entwicklung ggü. 2022 NRW	D
DTV-Klassifizierung Ferienwohnung/-haus	1.070	-13,5%	-13,6%
DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung	1.054	-2,0%	-2,1%
Bett+Bike-Betriebe	764	+1,2%	-2,9%
Wanderbares Deutschland	195	+6,6%	-1,2%
Servicequalität Deutschland	80	-26,6%	-15,8%

Quelle: dwif 2024, Daten Deutscher Tourismusverband Service GmbH, ADFC Bett+Bike Service GmbH, Deutscher Wanderverband, DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH

WARUM MAN DIE QUALITÄTSLABEL NICHT AUS DEM BLICK VERLIEREN SOLLTE!

Zertifizierte/klassifizierte Betriebe

haben einen höheren TrustScore als nicht zertifizierte Betriebe.

Die Gästezufriedenheit ist in Pandemiezeiten weniger stark gesunken, als in nicht zertifizierten Betrieben.

QLÜCKS-IDENTITÄT

PORTAL

Wegweiser

DMO

Erlebnis-Architekt

Prozess-Coach

BETRIEB

Profit für Gastlichkeit

INITIATIVEN

Nutzenstifter

Quelle: dwif 2024
Bild:freepik

FAZIT UND AUSBLICK

 Bild: Panarbora Bergisches Land © Tourismus NRW e.V.

AKTUELLE GROßWETTERLAGE: OPTIMISMUS IN NRW

+2,4%

Inflationsrate

Mai 2024

+3,8%

Reallohnwachstum

Q1 2024

11%

Sparquote 2023 stabil

Q1 2024 ↗

aber: wer spart, spart heute anders

Das Reisen bleibt beim Konsum besonders wichtig.

Mehrfachreisen +

Reisefrequenz auf Vor-Corona-Niveau

grenzüberschreitender Tourismus ++

Urlaubsausgaben +++

2024: Zuversichtliche Touristiker

95% erwarten eine steigende/ gleichbleibende Nachfrage

Quellen: Statistisches Bundesamt, DSGV-Vermögensbarometer 2023, FUR-Reiseanalyse, Tourismusanalyse, dwif-Stimmungsumfrage bei Orten und Regionen in NRW Frühjahr 2024, GfK

Bild: Emscher Kunst Tanzender Strommast Oberhausen © Johannes Höhn

dwif

IHK NRW

NORD RHEIN WEST FALEN Tourismus NRW e.V.

EM 2024 GIBT RÜCKENWIND FÜR DIE SOMMERMONATE

Erwartungen der Touristiker:innen an die Monate
Juni bis August 2024 ggü. 2023

54% erwarten eine steigende Nachfrage

41% erwarten eine gleichbleibende Nachfrage

5% erwarten eine sinkende Nachfrage

Quelle: dwif 2024, Daten Stimmungsumfrage bei Orten und Regionen in NRW Frühjahr 2024
Bild: ©l u-photo_Fotolia

FUßBALL-EUROPAMEISTERSCHAFT 2024

CHANCE AUF EIN NEUES SOMMERMÄRCHEN?

United by Football – Vereint im Herzen Europas

Bild: Ruhrfussball Gelsenkirchen Halde Rungenberg Pöhlen © Dennis Stratmann

dwif

IHK NRW

NORD RHEIN WEST FALEN Tourismus NRW e.V.

DIE ERWARTUNGEN SIND GROß

Presseticker

„So rechnen wir … mit einem Zuwachs von bis zu 4% bei den internationalen Übernachtungen, die durch das Event initiiert werden können."
Petra Hedorfer, Geschäftsführerin Deutsche Zentrale für Tourismus

„Wir rechnen damit, dass es einen deutlichen Anstieg der Touristenzahlen in Deutschland geben wird. Die Übernachtungszahlen dürften im Vergleich zum Vorjahreszeitraum spürbar steigen, vor allem in den Austragungsorten der EM-Spiele wird sich der Zuwachs bemerkbar machen."
Reinhard Meyer, Präsident des Deutscher Tourismusverband e.V.

„Sportliche Großereignisse sind kein Konjunkturfeuerwerk … die emotionale Rendite der EM ist nicht zu unterschätzen."
Institut der deutschen Wirtschaft

Erwartungen der dt. Bevölkerung

- positive Auswirkungen → Sport-infrastruktur → wirtschaftliche Lage in Deutschland
- Verbesserung des Ansehens von Deutschland im Ausland

Uni Hohenheim (repräsentativen Umfrage unter 1.000 Personen in Deutschland)

WACHSTUMSIMPULSE UND/ODER IMAGEIMPULSE?

Presseticker

Das IWH erwartet den größten EM-Effekt nichtsdesto-trotz im Gastgewerbe. Die Einnahmen von Hotels und Gaststätten würden dadurch um rund 250 Millionen Euro steigen.

„Sportliche Großereignisse sind kein Konjunktur-feuerwerk … die emotionale Rendite der EM ist nicht zu unterschätzen."
Institut der deutschen Wirtschaft (IWH)

Buchungsstand der Betriebe in den Ausrichterstädten im EM-Zeitraum im Vergleich zum Vorjahr:

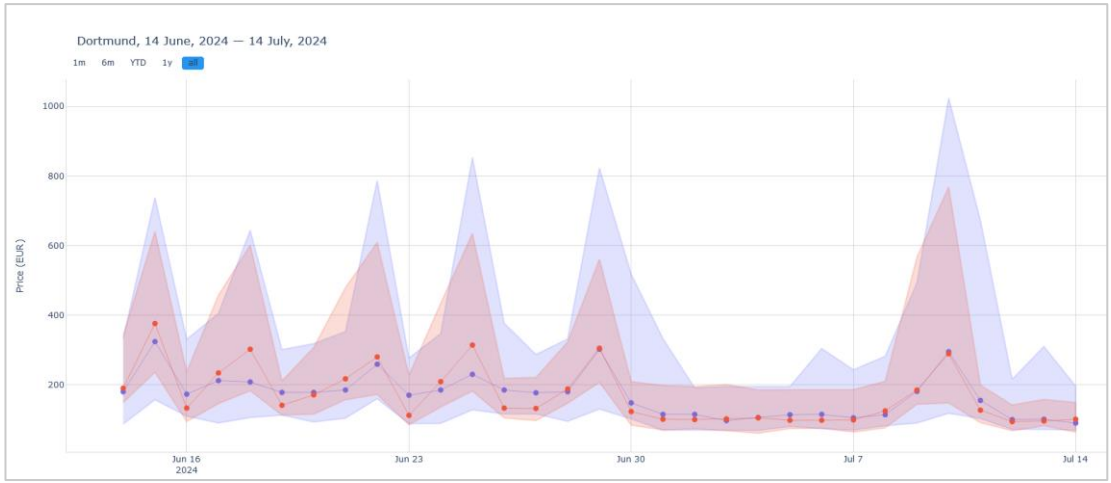
besser	konstant	schlechter
29,4%	36,0%	34,6%

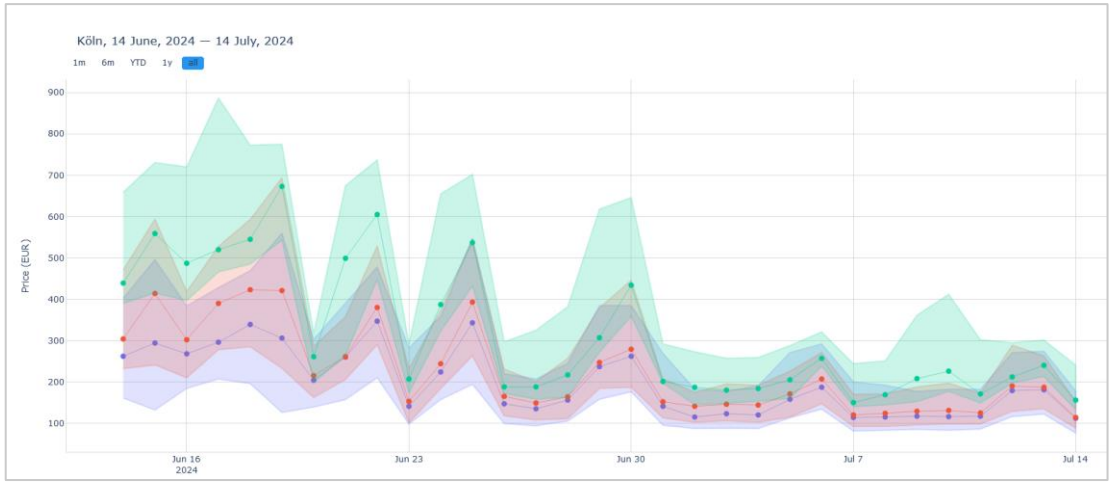
Aktuelle Umfrage Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA)

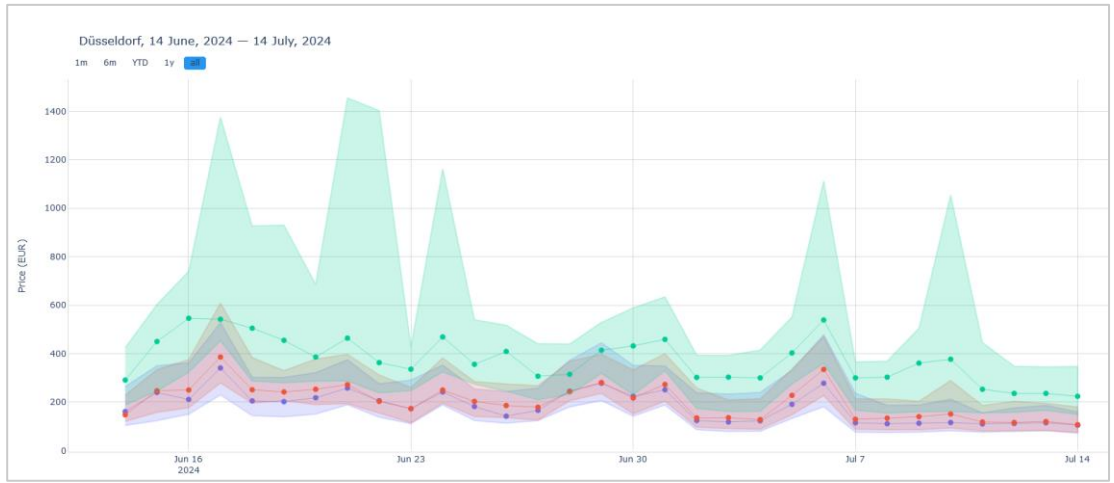
„Auch wenn nicht alle Gastgeber unmittelbar von einem sportlichen Mega-Ereignis wie der EM profitieren, sind die möglichen positiven Effekte für eine Stimmungsaufhellung im Land sowie für die Stärkung des Tourismusstandortes Deutschland nicht zu unterschätzen."
Ingrid Hartges, DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin

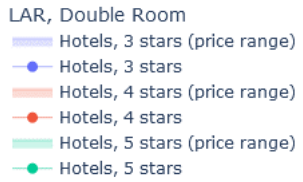
FORECAST PREISE EM 2024: DEUTLICHE PEAKS ZU DEN SPIELEN, KAUM EFFEKTE IM ÜBRIGEN ZEITRAUM

Forecast-Daten – Preisstellung über Scraping-Daten bei Buchungsplattformen







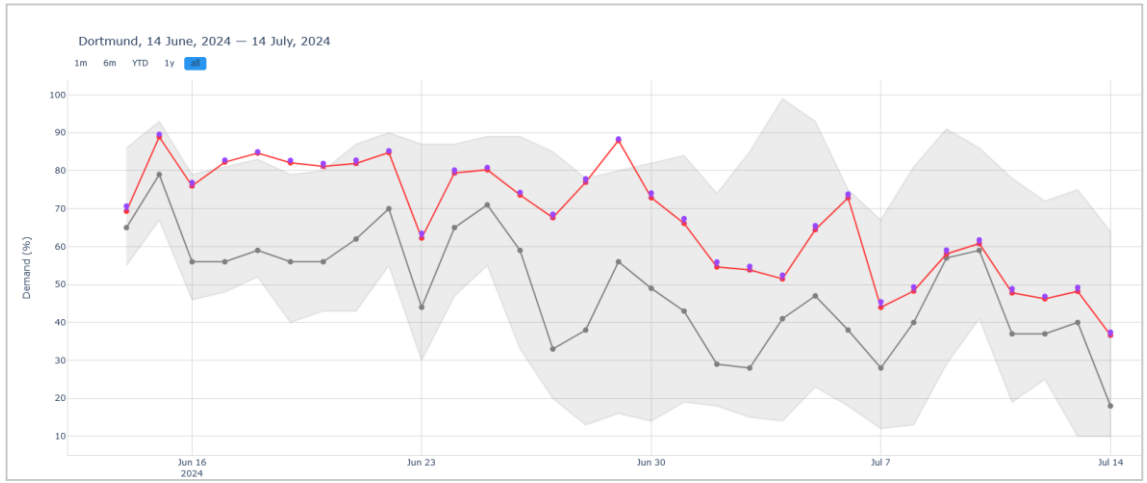


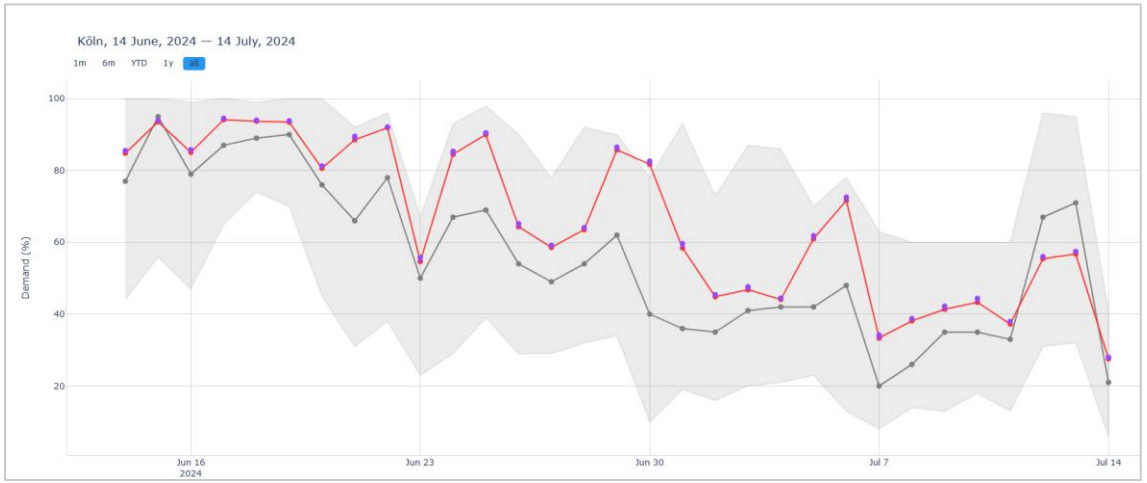
12. Juni 2024

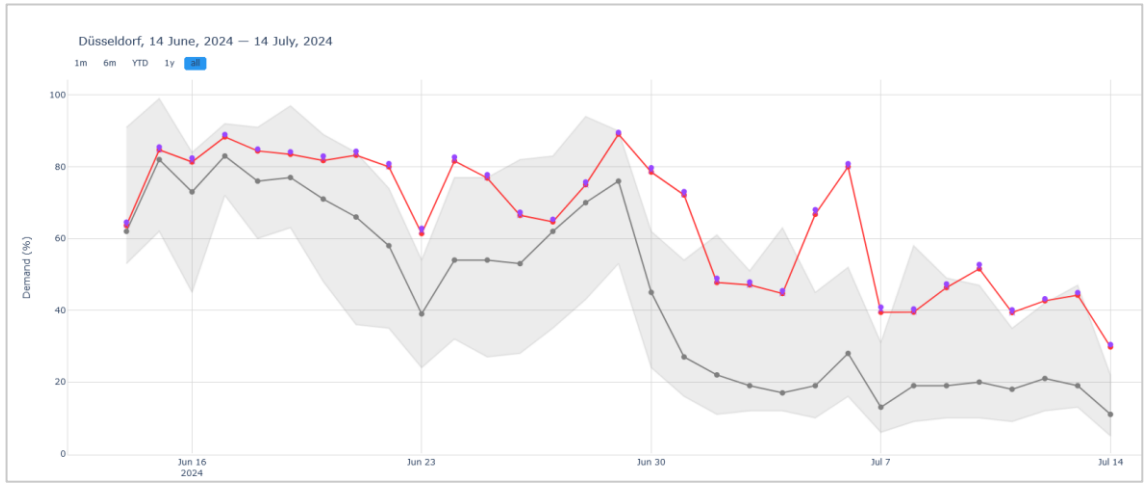
Quelle: dwif 2024, Daten HQ plus 2024

FORECAST AUSLASTUNG EM 2024: SPIELTAGE GUT GEBUCHT

Forecast-Daten – Auslastung über Scraping-Daten bei Buchungsplattformen







 Quelle: dwif 2024, Daten HQ plus 2024

Rahmenbedingungen verbessern sich, gute Ausgangslage für den NRW-Tourismus

Gastfreundschaft und Willkommenskultur ausbauen und Haltung zeigen

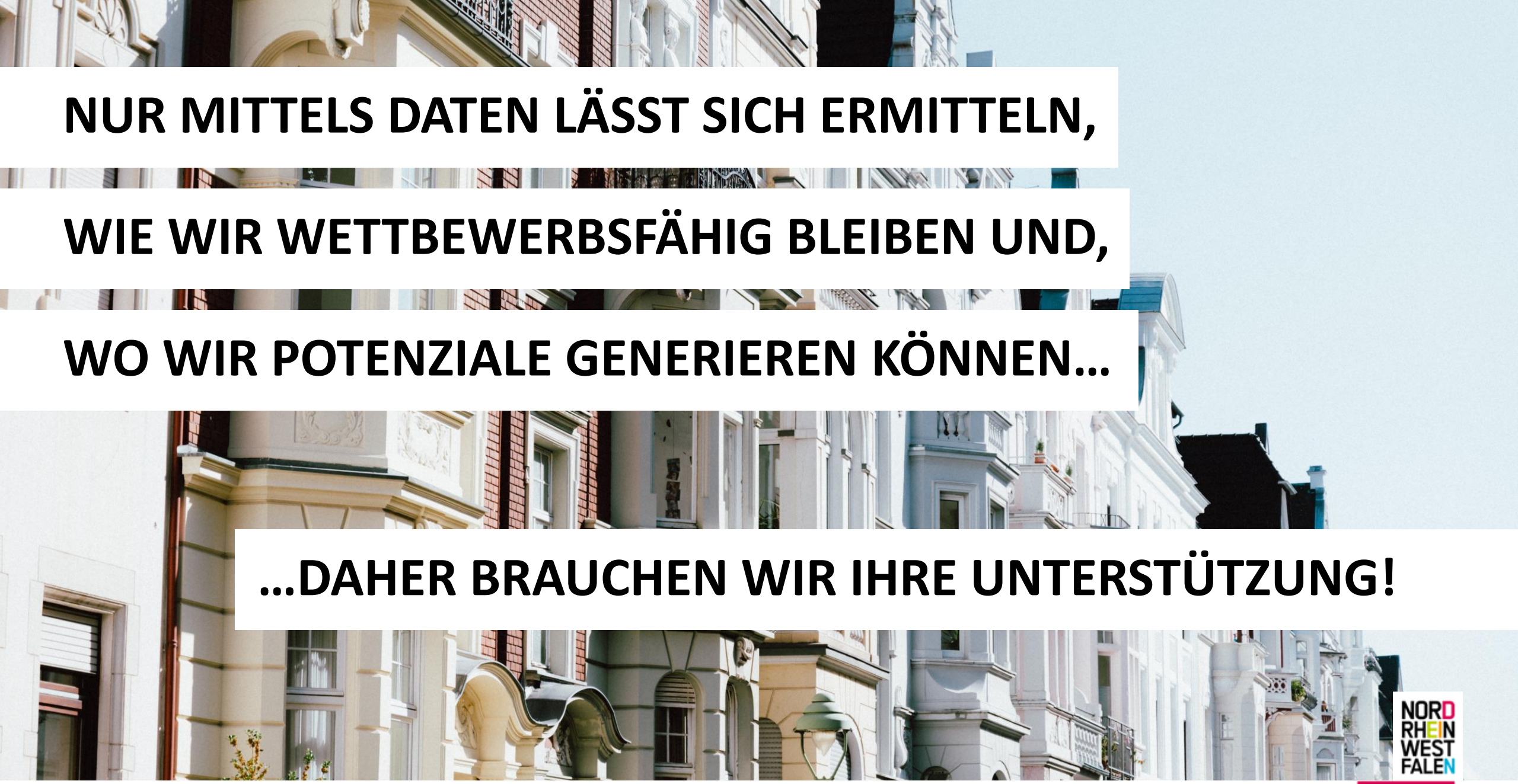
Zahlungsbereitschaft (noch) vorhanden, aber weitere Preissteigerungen notwendig

Direkte Wirkungen zeitliche und räumlich begrenzt

Steigerung der Nachfrage aus dem Ausland, aber auch Verdrängungseffekte

Mediale Präsenz nutzen, positive Wirkung auf Image und Bekanntheit (inter)national

Bild: Phantasialand Brühl Kettenkarussel Wellenflug Themenwelt Berlin © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.



NUR MITTELS DATEN LÄSST SICH ERMITTELN,

WIE WIR WETTBEWERBSFÄHIG BLEIBEN UND,

WO WIR POTENZIALE GENERIEREN KÖNNEN…

…DAHER BRAUCHEN WIR IHRE UNTERSTÜTZUNG!

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

Bild: Altbauten Rittershausstraße Bonn © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.

LANDESWEITE GÄSTEBEFRAGUNG

Umfassende Einblicke in unsere Gästestruktur

Eckdaten/ Methodik:

- *Repräsentative Online-Erhebung von Urlaubsgästen in Nordrhein-Westfalen*
- *Feldzeit: Mai 2024 bis einschl. April 2025 mit Option auf jährliche Verlängerung*
- *Fragen entlang der gesamten Customer Journey*
- *Acht Sprachversionen laut Top-Quellmärkte und Landestourismusstrategie*

➢ Wir brauchen Unterstützung bei der Distribution & Interviewakquise!

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

WARUM IST IHRE TEILNAHME SO WICHTIG?

Basis für **Benchmarking** und zur Beurteilung der **Wettbewerbsfähigkeit**

Basis für **Investitions- und tourismuspolitische Entscheidungen** sowie zur Berechnung der **ökonomischen Bedeutung des Tourismus**

Wir bieten Ihnen **Exklusiv-Einblicke** in die **Studienergebnisse**

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

Bild: Eifelsteig Etappe 7 Aufstieg Kalvarienberg © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.

WIE SIE UNS UNTERSTÜTZEN KÖNNEN?

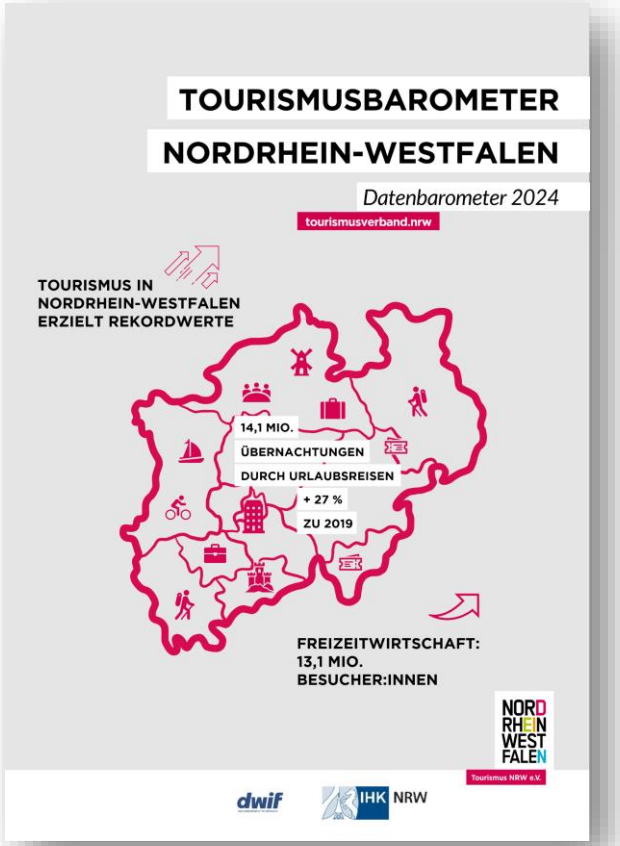
1. *DIGITAL & KOSTENFREI: Einbindung der Befragung in **Webseiten**, **Apps**, **sozialen Medien**, **Newslettern**, über **WLAN-Hotspots**, **Kundendateien/ Buchungs-Systeme** etc.*

2. *ANALOG & KOSTENFREI: Verteilen/Hinweisen der Befragung mithilfe von **Postkarten und Aufstellern**: Bestellen Sie diese kostenlos bei uns per Mail – wir beliefern Sie gerne!*

3. *EINBINDEN & GEWINNEN: Nutzen Sie die Chance auf **Geldgewinne** pro Quartal!*

Alle Informationen unter:
tourismusverband.nrw/wissen/marktforschung/gaestebefragung-nrw

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

Bericht ab sofort verfügbar unter:

tourismusverband.nrw/wissen/marktforschung#datenbarometer