

Bilanz 2023: Kölner Tourismusstrategie zeigt erste Ergebnisse Destination auf Erfolgskurs

- **Mehr als 3,8 Mio. Gäste und rund 6,6 Mio. Übernachtungen – Tourismus ist zurück**
- **MICE: Veranstaltungsmarkt mit positiver Entwicklung**
- **Tourismusstrategie zeigt erste Ergebnisse**
- **Zielgruppenfokussierung und Profilschärfung gelingt**
- **Fokus 2024: Fortsetzung der qualitativen Tourismusentwicklung unter Einbeziehung der Kölner Communities**

KÖLN, 22. Februar 2024 Der Tourismus in Köln ist nach seiner Rückkehr 2022 stabil geblieben und sogar gewachsen – das zeigt die Gästebilanz 2023. Laut Statistischem Landesamt IT.NRW verzeichnete Köln mehr als **3,8 Millionen Gäste** und rund **6,6 Millionen Übernachtungen** in den Hotelbetrieben der Stadt. Im Vergleich zu 2022 entspricht das einem Plus von 20,4 Prozent bzw. 17 Prozent. Die Dommetropole hat damit wieder das Level von 2019 erreicht.

Max Derichsweiler, Aufsichtsratsvorsitzender der KölnTourismus GmbH, über diese Entwicklung: „Ich freue mich, dass sich der Tourismus in Köln nicht nur quantitativ, sondern vor allem qualitativ entwickelt. Die Tourismusstrategie von KölnTourismus zahlt maßgeblich auf diesen Fortschritt ein und trägt dazu bei, Köln als attraktives Städtereiseziel bei den relevanten Zielgruppen zu festigen.“

Rückkehr der promotablen Geschäftsreisen, Nahmärkte wichtig, Angebotssteigerung bei Hotelbetten und Tagungslocations

Der Wandel in der Tourismusstruktur, der bereits 2022 beobachtbar war, setzte sich in Teilen auch 2023 fort: So blieben die Nahmärkte weiterhin überproportional bedeutsam (Anteil von 90 Prozent). **Wichtigster Quellmarkt** bleibt **Deutschland** mit 66,6 Prozent Anteil an den Gesamtübernachtungen. Wichtigster Auslandsmarkt sind die Niederlande, vor Großbritannien. Positiv entwickelte sich auch das Angebotswachstum in der Hotellerie. Mit 37.616 angebotenen Hotelbetten liegt die Anzahl 4,3 Prozent über Vorjahresniveau. Während klassische Geschäftsreisen weiterhin und dauerhaft unter Vorkrisenniveau bleiben, ist der Bereich der promotablen Geschäftsreisen im Aufwärtstrend begriffen. Mehrere Messen waren im vergangenen Jahr äußerst gut frequentiert. Der MICE-Markt (Meetings, Incentives, Conventions, Events) belegt mit einer erhöhten durchschnittlichen Teilnehmendenzahl pro Veranstaltung den Strukturwandel im Geschäftsreisetourismus. Für 2024 wird mit Eröffnung des Confex nochmal ein deutlicher Zuwachs erwartet. Schon jetzt liegen dem Betreiber und Vermarkter Koelncongress zahlreiche Buchungen für die multifunktionale Kongress- und Eventlocation mit Kapazitäten von mehr als 6.000 Personen auf dem Gelände der Koelnmesse vor.

Tourismusstrategie zeigt erste Ergebnisse

Nicht nur quantitativ verzeichnet der Tourismus in Köln Erfolge. Auch qualitativ weisen verschiedene Parameter eine äußerst positive Entwicklung auf und lassen darauf schließen, dass der eingeschlagene Weg der Profilschärfung und Zielgruppenfokussierung von KölnTourismus erste Erfolge zeigt. Zum einen ist der Anteil jener Gäste, deren Besuch durch eine Kulturveranstaltung ausgelöst

wurde in Köln höher als in allen anderen Magic Cities*. Zum anderen haben die Bruttoumsätze aus dem Tourismus trotz des Ukrainekrieges und gestiegener Lebenshaltungskosten 2023 mit 5,24 Mrd. Euro das Niveau von 2019 beinahe wieder erreicht. Die Ausgaben im Gastgewerbe sind aufgrund der höheren Ausgaben von Freizeitgästen wieder auf Vorkrisenlevel. Auch weist der im internationalen Benchmark am stärksten gestiegene RevPar (Ertrag pro verfügbarem Zimmer) von 43,6 Prozent im Vergleich zu 2022 in der Kölner Sternehotellerie auf eine gesteigerte Nachfrage und Qualität der Destination hin. Ebenfalls ein wichtiger Indikator: Dass die Stärke der touristischen Marke Kölns größer ist, als die vieler Mitbewerber, belegte zuletzt eine Studie von Brand Trust.

„Der fortgesetzte Aufwärtstrend gibt Anlass zur Freude,“ erklärt Dr. Jürgen Amann, Geschäftsführer der KölnTourismus GmbH. „Noch bemerkenswerter ist allerdings, dass wir uns auch im Bereich des qualitativen Tourismus stetig steigern und das ist der unermüdlichen Arbeit des gesamten Teams bei KölnTourismus und unseren touristischen Partnern in der Stadt zu verdanken. Die Tourismusstrategie zeigt erste Ergebnisse und das ist der schönste Preis für unsere Arbeit.“

Ausblick 2024: Fortgesetzte Digitalisierung, neue Tourist Info und viele Highlights

Das kommende Jahr steht für KölnTourismus vor allem im Zeichen der fortgesetzten Digitalisierung – sowohl bei Prozessen innerhalb der Organisation, als auch in der Tourismusarbeit und der Kommunikation. Neben der Arbeit mit und Weiterentwicklung von der hauseigenen Corporate KI-Lösung VisitKölnGPT hat die kontinuierliche Einspeisung strukturierter POI-Datensätze in den Data Hub NRW und den Knowledge Graph der DZT oberste Priorität. Hybride Produkte wie das K wie Köln Magazin, neue Mindwalks à la Le Journal Belgique und eine neue Urban Art Map für ein besonderes Stadterlebnis sind ebenfalls geplant und zahlen weiter auf die Zielgruppen und ihre Interessen ein. Auch die neue, aktuell noch im Umbau befindliche Tourist Info wird als Leuchtturmprojekt mit zahlreichen digitalen Teilaspekten den modernen Rahmen für ein persönliches Beratungserlebnis bieten. Zudem ermöglicht KölnTourismus Kölner*innen und Besuchenden ab dann, und wie ursprünglich bei der Konzeption in den 1950er Jahren angedacht, wieder Zugang auf die Empore im ersten Stock mit Blick auf den Dom. Die für Frühling geplante Eröffnung bietet dann auch den Gästen, die im Sommer zur Fußball-Europameisterschaft anreisen, eine wichtige Anlaufstelle in der Stadt.

„Für 2024 heißt unser Kurs weiterhin Digitalisierung. Wir richten unser Augenmerk auf die Profilschärfung der Marke Köln, die Schaffung von Angeboten für unsere Zielgruppen und die damit verbundene qualitative Entwicklung unserer Destination. Besonders für unsere neuen und sich weiterentwickelnden Produkte freue ich mich, dass wir stets mit lokalen Experten und Communities zusammenarbeiten und so mit unseren Partnern authentische Kölnerlebnisse schaffen, die nicht nur für Gäste, sondern auch für die Einheimischen unserer Stadt von Interesse sind“, erläutert Amann.

PRESEMITTEILUNG



Quellen: Statistisches Landesamt IT.NRW, Magic Cities Germany, Europäisches Institut für Tagungswirtschaft GmbH (EITW 2023) | Tagungsbarometer 2023, Deutscher Städtereisemonitor 2023, CoStar, dwif, Brand Trust.

*Magic Cities Germany ist der Zusammenschluss von zehn großen touristisch relevanten deutschen Städten zur gemeinsamen Vermarktung in den Fernmärkten.

Fotos und Präsentation unter: www.koelntourismus.de/service/presse/news/detail/bilanz-2023-koelner-tourismusstrategie-zeigt-erste-ergebnisse

Über KölnTourismus:

Die KölnTourismus GmbH ist die offizielle Tourismusorganisation für die Stadt Köln und somit erster Ansprechpartner für Besucher*innen aus aller Welt, sowohl für Geschäftsreisende als auch für Freizeit-Besucher*innen. KölnTourismus wirbt weltweit – mit seinen Partner*innen – für die Reisedestination und den Kongress-Standort Köln. Ziel ist neben der Steigerung des Images die Positionierung Kölns und der angrenzenden Region als attraktive Tourismusdestination und als herausgehobener Kongress-Standort im nationalen und internationalen Markt und damit einhergehend die Erhöhung der Wertschöpfung aus diesen Aufgabenstellungen für die Wirtschaft in der Stadt und der Region.

Kontakt:

Claudia Neumann, Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel. +49(0)221. 34643 230, claudia.neumann@koelntourismus.de
#visitkoeln