

## Kölner Tourismus auf Erfolgskurs Qualitative Entwicklung des Tourismus im Fokus

- **Steigender Anteil von Gästen mit überdurchschnittlicher Kaufkraft**
- **Touristische Umsätze auf 5,49 Mrd. Euro gesteigert**
- **Rund 4,2 Mio. Gäste und erstmals mehr als 7 Mio. Übernachtungen**
- **Digitalisierung, Nachhaltigkeit und MICE als zentrale Handlungsfelder**
- **Ausblick 2025: Fortführung der Tourismusstrategie und Monitoring der Entwicklung mit Hilfe qualitativer Parameter**

**KÖLN, 25. Februar 2025** Der Tourismus in Köln bleibt eine Erfolgsgeschichte und setzt neben quantitativem Wachstum vor allem auch auf **qualitative Entwicklung**. Im Jahr 2024 konnte die Domstadt erneut starke Zahlen erzielen. Die **touristische Wertschöpfung** entwickelte sich weiter positiv und betrug **5,49 Mrd. Euro** – ein Plus von 5 % zum Vorjahr. Laut Statistischem Landesamt IT.NRW verzeichnete Köln rund **4,2 Millionen Gäste** in den Hotelbetrieben der Stadt, die erstmals die Marke von 7 Millionen **Übernachtungen** mit einem Wert von **7,1 Millionen** übertroffen haben. Im Vergleich zum Vorjahr, in dem das Vor-Corona-Niveau von 2019 wieder erreicht war, bedeutet das mit + 8 % (Ankünfte) und + 7,9 % (Übernachtungen) eine deutliche Steigerung. Dr. Jürgen Amann, Geschäftsführer der KölnTourismus GmbH, bewertet das Jahr 2024 als großen Erfolg: „Der touristische Rekord nach schwierigen Jahren macht uns stolz. Köln präsentierte sich erneut als attraktive Destination und erreichte dabei nicht nur starke quantitative Ergebnisse, sondern überzeugte auch qualitativ, wie etwa durch eine gestiegene Kaufkraft der Gäste. Vor allem die qualitativen Parameter sind essentiell für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus in Köln.“

### **Internationalität im Gästemix wächst, gesteigertes Angebot bei Hotelbetten, qualitative Kennzahlen im Fokus**

Deutschland bleibt mit einem Anteil von 64 % an den Gesamtübernachtungen wichtigster Quellmarkt – die Beibehaltung des Wachstumskurses bei der Binnen-nachfrage ist das **Ergebnis der erfolgreichen strategischen Neuausrichtung und einer konsequenten Zielgruppenansprache**. Der Erfolg der Zielgruppenarbeit spiegelt sich auch in den beiden stärksten Auslandsmärkten wider – das Vereinigte Königreich und die Niederlande weisen die gleiche Struktur der Sinus-Milieus wie Deutschland auf. Grundsätzlich haben Ankünfte (+ 15,7 %) und Übernachtungen (+ 16,2 %) aus dem Ausland zugenommen und sorgen für einen **internationaleren Gästemix** in Köln. Mit 37.752 angebotenen Hotelbetten setzte sich auch beim Angebot der Wachstumstrend fort, die Bettenauslastung erreichte einen Wert von 55,8 %.

Die **gezielte Ansprache ausgewählter Zielgruppen als zentralem Bestandteil der Strategie zur qualitativen Entwicklung des Tourismus zeigt Erfolg**. Der Anteil an Sinus-Leitmilieus unter den Gästen in Köln, zum Beispiel der Postmateriellen, hat in den letzten drei Jahren signifikant zugenommen. Der **Anteil an Gästen mit überdurchschnittlicher Kaufkraft stieg in Folge deutlich an**. „Es ist beeindruckend zu sehen, dass Köln nicht nur mehr Gäste begrüßen durfte, sondern auch zunehmend eine Klientel mit hoher Kaufkraft erreicht“, hebt Max Derichsweiler, Aufsichtsratsvorsitzender der KölnTourismus GmbH, hervor. „Diese Entwicklung unterstreicht die Qualität der Arbeit von KölnTourismus und die Stärke der touristischen Marke Köln.“ Die touristische Entwicklung seit 2020 im Benchmark der Magic Cities\* bescheinigt Köln mit 157 % einen Spitzenwert unter den betreffenden Städten und verweist, ebenso wie ein RevPar von 93,21 € in 2024, auf eine **kontinuierlich qualitative Entwicklung der Destination**.

## Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Stärkung von MICE als Säulen des Erfolgs in der Arbeit von KölnTourismus

Seit 2020 stehen drei zentrale Handlungsfelder im Zentrum der Arbeit von KölnTourismus bei: **Digitalisierung**, **Nachhaltigkeit** und die **Stärkung des MICE-Segments**. Auf die zunehmend digitale Customer Journey zahlte KölnTourismus nicht nur mit der **neu gestalteten, teildigitalisierten Tourist Information** im deutschen Städtetourismus ein, sondern auch mit der fortgeführten Arbeit rund um das Thema **Open Data**. Unternehmens- aber auch branchenintern baute KölnTourismus seine **Vorreiterrolle in der digitalen Transformation** weiter aus, beispielsweise durch die Nutzung und Weiterentwicklung der innovativen Corporate-KI-Lösung VisitKölnGPT. Die Führungsrolle beim Einsatz Künstlicher Intelligenz bei DMOs wurde durch die **Teilnahme im zentralen Netzwerk des KI Think Tank „Klnk Tank“** zur Entwicklung praxisorientierter Handlungsoptionen für den Tourismus, Standorte und Lebensräume gefestigt.

Nachhaltigkeit stand 2024 ebenfalls verstärkt im Fokus. Orientiert an den 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen, erarbeitete KölnTourismus nicht nur interne, sondern auch externe Maßnahmen. Dazu zählt beispielsweise die **Anpassung des Sortiments im Shop der Tourist Info zugunsten nachhaltiger und regionaler Produkte** im Zuge der Sanierung und Neukonzeptionierung der Tourist Information.

Die **Stärkung des MICE-Segments** (Meetings, Incentives, Conventions, Events) zählte auch 2024 zu den zentralen Schwerpunkten von KölnTourismus. Mit stetig **optimierten Tagungs- und Kongresskapazitäten** konnte Köln seine Attraktivität als Veranstaltungsstandort weiter ausbauen. Insgesamt fanden in 223 Veranstaltungsstätten bei mehr als 42.300 Veranstaltungen über 7,1 Millionen Teilnehmende\*\* einen herausragenden Rahmen für Kongresse und Events. Ebenso vertieft wurde die **strategische Ausrichtung des Cologne Convention Bureau (CCB) hin zum Knowledge Hub**. Im Rahmen des „MICE-Lab Cologne“ wurden innovative Workshops zum Einsatz von KI in der MICE-Branche für CCB-Partner\*innen angeboten. Durch diese Maßnahmen trägt Köln entscheidend dazu bei, ein **authentisches und unverwechselbares MICE-Erlebnis** zu schaffen, das sowohl Gäste als auch Partner\*innen überzeugt.

## Ausblick 2025: Strategiefortführung und Entwicklung weiterer qualitativer Kennziffern

KölnTourismus richtet seinen Blick 2025 weiterhin auf die **kontinuierliche, qualitative Entwicklung** des Tourismus und die **Stärkung Kölns als Top-Destination**. Die **Tourismusstrategie samt Zielgruppenfokus wird konsequent fortgeführt**, der Blick weiterhin auf **nachhaltige und zukunftsgerichtete Themen** gelenkt. Dazu gehören neben der Bindung innovativer und kreativer Gäste auch der Ausbau Kölns als Kunst- und Kulturstadt. Ein weiteres Augenmerk liegt auf der vernetzten Zusammenarbeit im Bereich Open Data und dem wichtigen Ziel, die Lebensqualität von Einheimischen und Gästen zu verbessern. Zusätzlich sollen **weitere Kennzahlen die qualitative Entwicklung des Tourismus in Köln abbilden**. „Wir richten unseren Fokus auch künftig nicht allein auf Übernachtungszahlen“, erklärt Dr. Jürgen Amann. „Mit einer klaren strategischen Ausrichtung legen wir den Grundstein für einen nachhaltigen Tourismus, der nicht nur wirtschaftlichen Erfolg, sondern auch Wertschätzung in der Kölner Stadtgemeinschaft einbringt.“

# PRESSEMITTEILUNG



Quellen: Statistisches Landesamt IT.NRW, Magic Cities Germany, Europäisches Institut für Tagungswirtschaft GmbH (EITW 2024), Deutscher Städtereisemonitor 2023, CoStar 2025, dwif 2025

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

\*\* der große Zuwachs bei den Teilnehmenden ist Veranstaltungen im Freizeitbereich zuzuordnen. Vor allem durch Veranstaltungen wie EM-Spiele oder Public Viewing.