

Pressemeldung

Regensburg, 09. Februar 2023



Ankünfte und Übernachtungen in Regensburg fast wieder auf Vor-Corona-Niveau (2019)

Die Regensburg Tourismus GmbH präsentiert die aktuelle Tourismusbilanz: Anzahl der Gästeankünfte und Übernachtungen in 2022 erreichen nahezu die Zahlen aus dem Jahr 2019.

Regensburg. Die Zahl der Gästeankünfte in den Hotels der UNESCO-Welterbestadt stieg im vergangenen Jahr 2022 auf insgesamt 616.303 Ankünfte an. Auch die Übernachtungen bewegen sich wieder auf dem Vor-Corona-Niveau von 1,1 Millionen. Im Schnitt blieben die Gäste 1,8 Tage in der Domstadt. Mit 74,7 Prozent bilden die deutschen Gäste nach wie vor den größten Anteil an den Gesamtübernachtungen ab. Überdurchschnittlich stark stiegen die Übernachtungen aus dem Ausland, dabei sind Österreicher und die Niederländer die stärksten internationalen Gästegruppen. US-Amerikaner folgen auf Platz 3 und haben hohe Zuwachsraten. (Gäste, die eine private Unterkunft buchen, finden sich in der Statistik nicht wieder.)

Restart-Kampagne Regensburg|R|leben kam sehr gut an

Die Bemühungen der RTG und der Tourismusbranche auch in den schwierigen Zeiten nach Corona, den Tourismus in Regensburg attraktiv zu gestalten, gehen auf. Die 2022 ins Leben gerufene Restart-Kampagne zeigte überregional und auch im Ausland seine Wirkung. Mit neuen Ideen, wie einem Podcast, der Lauschtour, der Bewerbung der Spaziergang-Broschüren, mit welchen man Regensburg individuell erkunden kann, stieß man auf große Begeisterung bei den Gästen.

Das Marketing der RTG setzte in der Strategie auf neue und bewährte Märkte, Zielgruppen und Themen. Mit Erfolg: seit 2021 sind die angrenzenden Auslandsmärkte Niederlande, Italien und Tschechien neu im Portfolio, Steigerungen kamen in 2022 aus genau diesen Märkten.

Natürlich blieb Regensburg auch den klassischen Marketinginstrumenten treu und setzte auf bewährte überregionale Kampagnen der Bayern Tourismus Marketing GmbH, dem Tourismusverband Ostbayern und der Deutschen Zentrale für Tourismus, Regensburg war überall dabei.

Nachhaltigkeit, Saisonglättung und Digitalisierung im Fokus des Tourismuskonzepts

Immer mehr Reisende legen Wert auf Nachhaltigkeit. Um die Regensburger Betriebe da zu unterstützen, wurde in der Pandemie die „Nachhaltigkeitsoffensive für den Regensburg Tourismus“ gestartet. Gemeinsam mit aktuell 29 Partner:innen wurde Regensburg als eine der ersten Städte Deutschlands im Februar mit dem TourCert-Zertifikat ausgezeichnet und kann sich jetzt „nachhaltiges Reiseziel“ nennen. Bereits im Herbst letzten Jahres kam zusätzlich das Zertifikat „Reisen für Alle“ hinzu.

Auf der Seite www.regensburg-nachhaltig.de, die gemeinsam mit der Stadt Regensburg betrieben wird, wurden die Inhalte überarbeitet und erweitert und eine Plattform für alle nachhaltigen, fairen, regionalen und bio-Anlaufstellen in Regensburg geschaffen.

Damit Gäste immer wieder gerne nach Regensburg kommen und länger verweilen, spielen Veranstaltungen wie große und kleine Festivals, besondere Konzerte oder Ausstellungen eine entscheidende Rolle – auch oder besonders in der Nebensaison. Gemeinsam mit den Beteiligten aus der Tourismusbranche entstehen ständig neue Ideen für hochkarätige Produkte und Veranstaltungen, wie die Immersive-Art-Installation GENESIS oder das Jazzfestival Sparks & Visions – um nur zwei der erfolgreichen Beispiele der Belebung der Nebensaison zu nennen.

Auch in 2023 wird Regensburg wieder Besucher aus Nah und Fern willkommen heißen.

ca. 3.500 Worte mit Leerzeichen

Regensburg Tourismus GmbH

Carolyn Molski
Marketing & Kommunikation
Prinz-Ludwig-Straße 9
93055 Regensburg
phone: +49 941 507-2417
molski.carolyn@regensburg.de
www.regensburg.de/tourismus