

The background image is an aerial photograph of the Düsseldorf skyline. It features the "Düsseldorfer Schloss" (Düsseldorf Castle) on the left, a modern skyscraper with a glass facade in the center, and the "Friedrich-Ebert-Platz" with its white, curved building on the right. The city is surrounded by lush green parks and trees.

Zahlen treffen Emotion – „Wenn Nachfrage explodiert“

Jens Ihnsen + Managing Director

05.01.2026

# Destinations- Marketing

Visit  
Düssel-  
dorf

# Jens Ihnsen

Managing Director – Visit Düsseldorf

- +15 Jahre Erfahrung in der internationalen Hospitality Industrie (u. a. Radisson Hotel Group, Deutsche Hospitality, Swissôtel, Meliá Hotels International)
- +6 Jahre im Destinationsmarketing
- Neueröffnung & Set up von Hotels in Deutschland und dem Nahen Osten
- Verantwortlich für Marketing und Kongressansiedlung in Düsseldorf seit 2019
- Seit 2024 zuständig für die Positionierung Düsseldorfs als internationale Top-Destination im Tourismus
- Dozent an der HS Fresenius für Event-Management



Kennen Sie schon  
Düsseldorfs Superkraft?



06.07.2024

# Düsseldorf

# Nähe trifft Freiheit

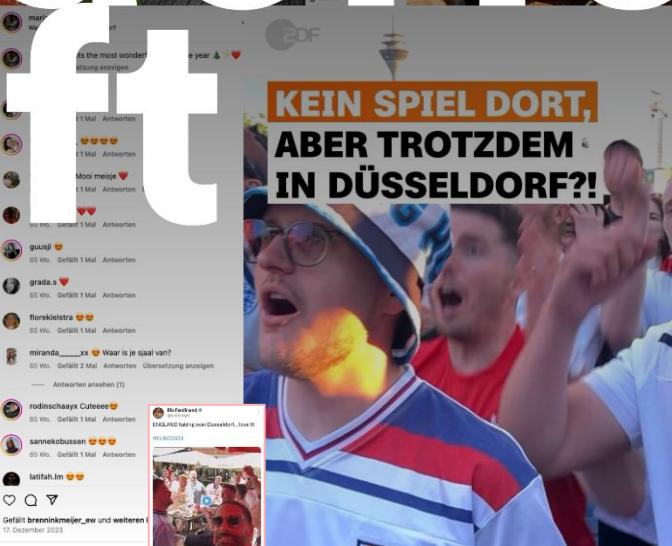
VIERTELFINALE  
ENG - SUI

8179

**"Ich habe mich die letzten Tage in NRW halt aufgehalten, in Gelsenkirchen, in Dortmund, in Düsseldorf Und irgendwie hat es diese Stadt geschafft, bei ganz vielen Fans im Ausland den Ruf zu erwerben, dass das quasi gerade die M-Metropole ist in Deutschland."**

# Düsseldorf Superkraft

Morgentour 🚲☀️  
Was für ein toller S  
@duesseldorf



Was für ein hartes Leben 😎

/ahnsinn !!



**Menschen, die  
Düsseldorf erleben,  
sind begeistert.**

**Für rund jede:n Vierte:n hat sich der Eindruck von Düsseldorf durch den aktuellen Aufenthalt verbessert**

Entwicklung des Eindrucks von Düsseldorf durch aktuellen Aufenthalt

26 %



■ Deutlich verbessert ■ Eher verbessert ■ Gleichgeblieben ■ Eher verschlechtert ■ Deutlich verschlechtert

**Für rund jede:n dritten Gast wurden die Erwartungen an den aktuellen Aufenthalt in Düsseldorf übertroffen**

Erwartungen – Erfüllung insgesamt

31 %



■ Deutlich übertraffen ■ Eher übertraffen ■ Genau getroffen ■ Eher enttäuscht ■ Deutlich enttäuscht

Menschen, die Düsseldorf erleben, sind begeistert.



**83 %**  
der Besucher:innen würden Düsseldorf erneut besuchen\*

Düsseldorf ist empfehlenswert!  
Die positiven Erlebnisse generieren  
einen Business Impact.



# 89 %

**der Besucher:innen würden Düsseldorf  
Freunden empfehlen\***

**Düsseldorf ist  
empfehlenswert.**



**Und wir wissen, dass Empfehlungen  
von Freunden und Bekannten einer der  
größten Auslöser für eine Reise sind.\*\***

\* Stadtmarkenbefragung Düsseldorf Marketing Juni/Juli 2024

\*\* SKOPOS /Düsseldorf Marketing 2022 Befragung zum deutschen Städtereisemarkt

**Düsseldorf Nähe trifft Freiheit**

# Die Herausforderung

Düsseldorf Nähe trifft Freiheit

Die Herausforderung

Kein Eiffelturm  
am Rhein



# **Unser Ansatz: vom Event zum Erlebnis!**

# Zielgruppenpotenziale



**2,1 Mio.**  
**Internationale  
Gäste**

1,17 Mio. Ankünfte  
2,11 Mio. Übernachtungen  
Ø 1,8 Tage Aufenthalt



**2 Mio.**  
**Großraum  
Düsseldorf**

27km Radius um  
Düsseldorf



**3,44 Mio.**  
**Nationale  
Gäste**

2,15 Mio. Ankünfte  
3,44 Mio. Übernachtungen  
Ø 1,6 Tage Aufenthalt



# Unsere Quellmarktstrategie

Priorisierung der Quellmärkte

## 1. Priorität

Deutschland

## 2. Priorität

Benelux, UK, Frankreich

**Schweiz/USA**

(Fokus Flusskreuzfahrten)

**Golfstaaten**

(Fokus Health Tourism)

## 3. Priorität

Spanien

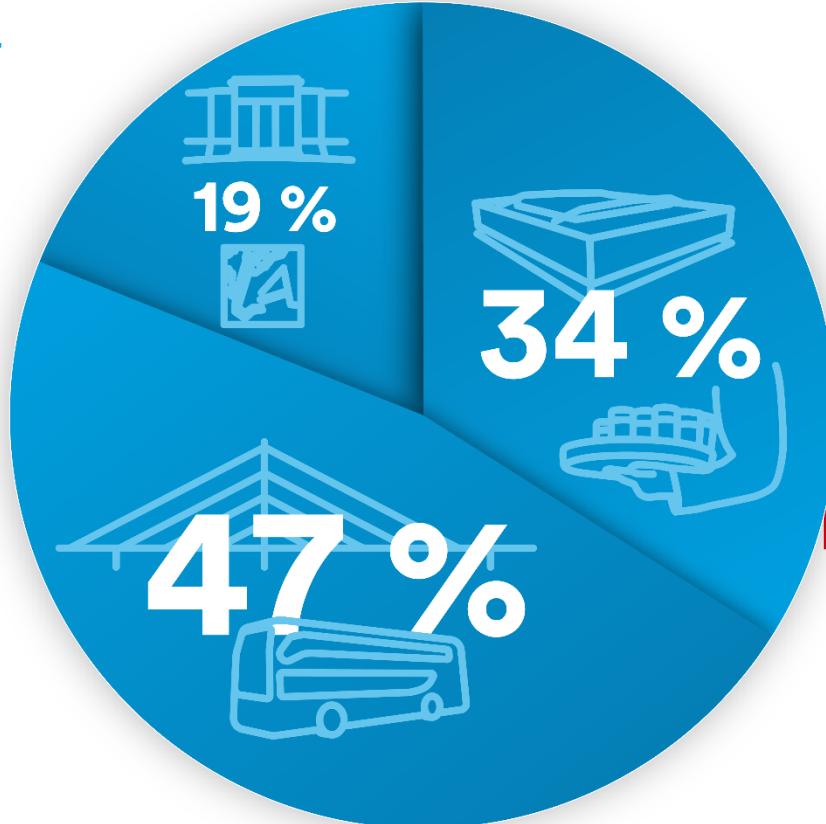
Italien

(Beobachtungsmärkte,  
nur Medienbetreuungen)

- Fokus auf Leisure-Tourismus
- Priorisierung der Tagesgäste vs. Übernachtungsgäste entsprechend Quellmarkt,  
Reiseanlass und Reiseart (Bsp. USA, Fokus auf Flusskreuzfahrten/Tagesgäste)

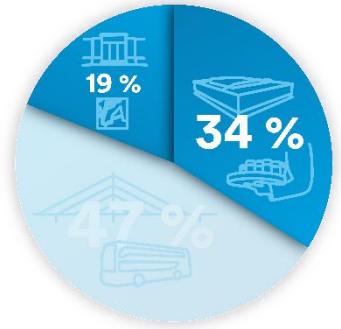
Die ganze Kultur  
einer Stadt selbst  
erleben

Bewusst gewählt,  
um möglichst viel  
zu erfahren



Einfach weg  
und raus aus  
dem Alltag

## Reise Bedürfnisse



# Wir schaffen touristische Erlebnisse in Düsseldorf.



Düsseldorf Nähe trifft Freiheit



## Wie wir mit den drei Reisemotivationen arbeiten wollen:

Nicht themengetrieben sondern bedürfnisgetrieben.



Düsseldorf  
passend  
zu den  
Bedürfnissen  
positionieren



Themen, Geschichten  
und Produkten mit der  
Positionierung  
verbinden und auf  
passenden Marketing-  
Channels distribuieren

# Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Düsseldorf



# Tourismus als Umsatzbringer für Deutschland & Düsseldorf

Bruttwertschöpfung 2023

## Tourismus

Deutschland

**136,00 Mrd. €**



Düsseldorf

**2,90 Mrd. €**



Bruttwertschöpfung 2024

## Tourismus

Deutschland

**144,40 Mrd. €**



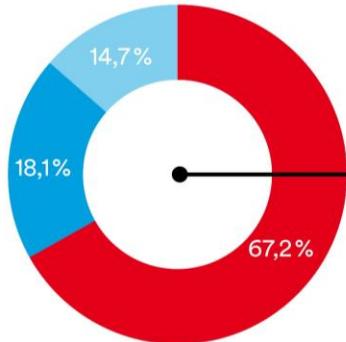
Düsseldorf

**2,95 Mrd. €**

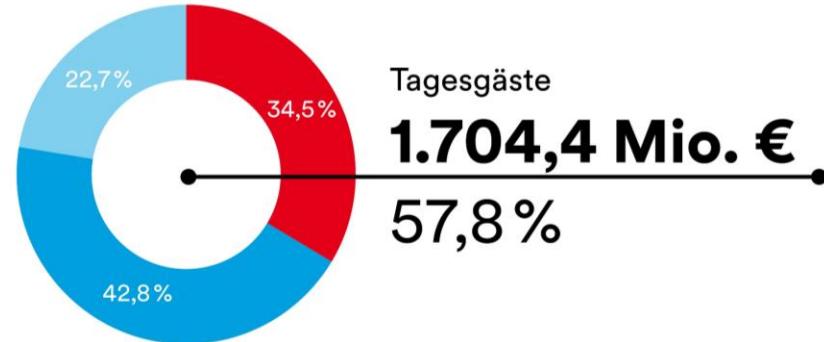


# Direkte Profiteure des Tourismus

Verteilung der Umsätze im Tourismus 2024 nach Branchen

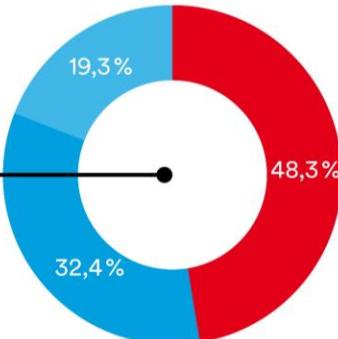


Übernachtungsgäste  
**1.246,1 Mio. €**  
42,2 %



Tagesgäste  
**1.704,4 Mio. €**  
57,8 %

Gesamt  
**2.950,5 Mio. €**



	Gastgewerbe	<b>1.425,2 Mio. €</b>
	Einzelhandel	<b>955,1 Mio. €</b>
	Dienstleistungen	<b>570,2 Mio. €</b>

# Beschäftigungsäquivalent

## Arbeitsmarkteffekte durch den Tourismus in Düsseldorf

Das Beschäftigungsäquivalent ermöglicht eine realistische Einschätzung der tatsächlichen Beschäftigungswirkung, indem verschiedene im Tourismus vorkommende Beschäftigungsformen in nach Branchen gewichtete durchschnittliche Arbeitnehmerentgelte umgerechnet werden. Durch diese Darstellung der Vollzeitäquivalente wird die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus vor Ort für den Arbeitsmarkt präziser abbildbar.

	2023		2024		Trend
	Anzahl	Anteil in %	Anzahl	Anteil in %	
<b>Beschäftigungsäquivalent Tourismus</b>	<b>38.050</b>	<b>8,4</b>	<b>38.690</b>	<b>8,4</b>	
<b>Beschäftigte Düsseldorf (gesamt)</b>	454.537	100,0	461.021	100,0	

# Statistik 2024

Übernachtungen unserer Fokusmärkte | Januar-Dezember



Visit  
Düssel-  
dorf

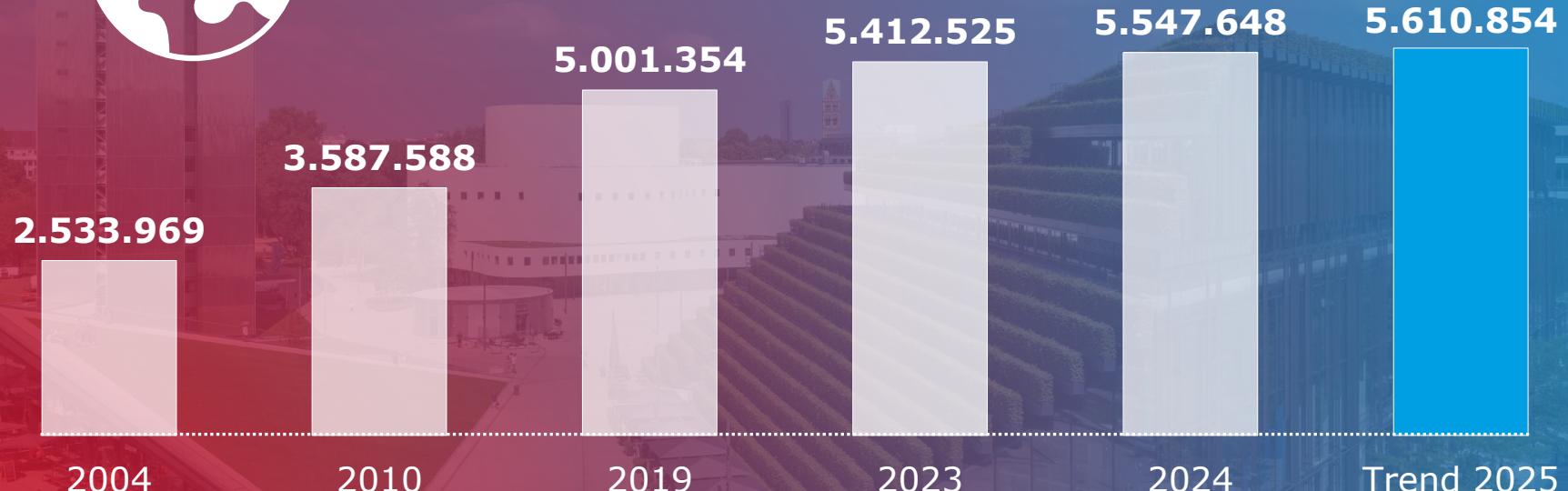
# Entwicklung des Übernachtungs-Tourismus in Düsseldorf

## Aktuelle Trends | Januar – September 2025



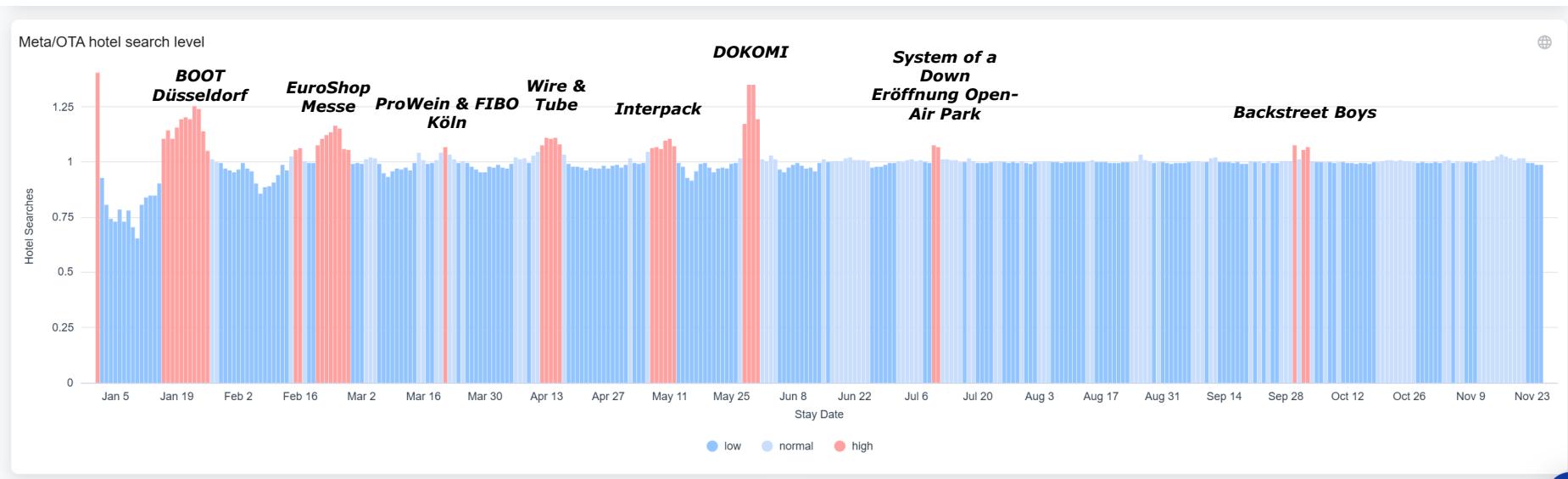
Visit  
Düssel-  
dorf

# Touristische Entwicklung Düsseldorfs



# META/ Hotel Search Level 2026

Stand: 12.12.2025



**Wir schaffen  
maßgeschneiderte  
Produkte passend  
zum Reiseanlass.**

# Art:walk 48



# DüsseldorfCard Plus

Mehr als 70 Angebote  
in 9 Städten



**Freie Fahrt mit Bus und Bahn  
an Rhein und Ruhr**  
Free travel on public transport  
in Rhine and Ruhr area



**Bis zu 100 % Ermäßigung bei über  
70 Angeboten an Rhein und Ruhr**  
Discounts of up to 100% on around  
70 offers in Rhine and Ruhr area



**48, 72, 96 Stunden als  
Einzel- oder als Gruppenticket**  
48, 72 or 96 hours  
as a single or group ticket



**Wir entwickeln  
Kampagnen mit  
Reichweite passend  
zu Düsseldorf**

# UEFA EURO 2024

## Everybody's Heimspiel



The UEFA EURO 2024  
championship in Düsseldorf.



Visit  
Düssel-  
dorf

Bleisure Travel in Düsseldorf

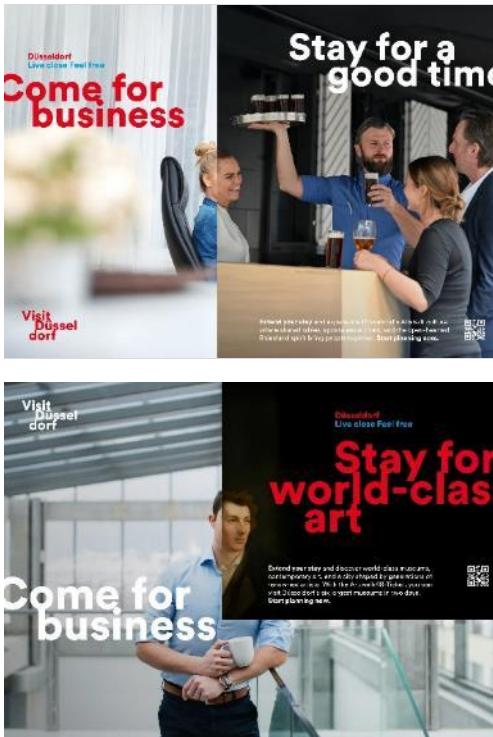
Bleisure  
to meet you!

Visit  
Düssel-  
dorf

# Bleisure-Kampagne



# Bleisure-Kampagne



## Take away

Großevents erzeugen Nachfrage – Destinationsmarketing entscheidet, ob daraus kurzfristiger Hype oder langfristiger Mehrwert entsteht.

# Düsseldorf

Nähe trifft Freiheit

Visit  
Düssel  
dorf

Herausgegeben von:  
Düsseldorf Tourismus GmbH  
Benrather Straße 9  
40213 Düsseldorf