



Dank des EM-Halbfinalspiels in Dortmund und der drei Taylor Swift-Konzerte in Gelsenkirchen schnellten die Übernachtungszahlen insbesondere von Gästen aus dem Ausland auch im Juli in die Höhe. (Foto: RTG/Heike Elpers)

18.09.2024 08:49 CEST

Tourismusbilanz Metropole Ruhr: Der SWEM-Effekt: Taylor Swift und die Fußball-EM beflügeln auch im Juli den Tourismus

Auch im Juli schnellten die Übernachtungszahlen ausländischer Gäste verglichen mit dem Vorjahresmonat dank Fußball-EM und Taylor Swift um fast 30,0 Prozent in die Höhe. Gelsenkirchen, wo Taylor Swift im Juli drei Konzerte gab, verbuchte ein Plus von nahezu 40,0 Prozent bei den Übernachtungen ausländischer Gäste. Dortmund mit dem Halbfinale zwischen

den Niederlanden und England freute sich über einen Zuwachs von rund 24,0 Prozent ausländischer Übernachtungen. Auch die Nachbarstädte profitierten. Das teilt die Ruhr Tourismus GmbH aus Oberhausen heute mit.

Im Juli zählten die meldepflichtigen Beherbergungsbetriebe im Ruhrgebiet 429.673 Ankünfte und 834.196 Übernachtungen. Das sind rund 26,0 Prozent bzw. 17,4 Prozent mehr als im Juli 2023. Aus dem Ausland kamen 100.634 Gäste, die 178.618 Übernachtungen tätigten, was einem Zuwachs von 38,7 Prozent und 29,1 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat entspricht. Gelsenkirchen mit den Swift-Konzerten und Dortmund als Gastgeberstadt des Halbfinalspiels zwischen den Niederlanden und England verbuchten ein Plus von 39,7 Prozent und 23,6 Prozent bei den Übernachtungen ausländischer Gäste. Aber auch Bochum mit einem satten Plus von 101,2 Prozent mehr bei den Übernachtungen aus dem Ausland (13.838), Essen (+60,5 Prozent, 47.503) und Duisburg (+53,5 Prozent, 13.618) profitierten.

200.000 Swifties lassen 44 Millionen Euro in der Region

Pro Show kamen zwischen 60.000 und 70.000 Swifties zu den Konzerten in die Arena nach Gelsenkirchen. Deutlich mehr als die Hälfte von ihnen (rd. 150.000) stammten laut Veranstalter aus dem europäischen Ausland bzw. hatten eine Anreise von mehr als 100 Kilometern – und mussten folglich irgendwo schlafen, kauften ein, fuhren Bus oder Taxi. „Zusammen mit den Ausgaben der Tagesgäste gehen wir von einer zusätzlichen Wertschöpfung von mindestens 44 Millionen Euro aus“, sagt Ruhr Tourismus-Geschäftsführer Axel Biermann. „Hotels, Gastronomie und Einzelhandel haben von den Konzertbesuchern wirtschaftlich profitiert. Profitiert hat aber auch Gelsenkirchen, das als Swiftkirchen für positive Schlagzeilen weltweit gesorgt hat. Das hat zugleich auf die umliegenden Städte und das Ruhrgebiet insgesamt abgestrahlt.“

Nachhaltige Effekte erwartet

„Der weit überwiegende Teil der Musikfans (über 80 %) ist bereit, seinen Konzerturlaub in der Region zu verlängern. Damit erfahren die Städte, in denen internationale Künstler und Künstlerinnen auftreten, einen bemerkenswerten Aufschwung, der weit über die Konzerte hinausreicht. Solche Musikevents fördern somit den Tourismus in den Gastgeberstädten nachhaltig, steigern aber insbesondere auch die internationale Attraktivität des Ortes und der Region insgesamt.“

5,2 Millionen Übernachtungen bis Juli

Bezogen auf die ersten sieben Monate des Jahres meldeten die Beherbergungsbetriebe in der Metropole Ruhr rund 2,6 Millionen Ankünfte und 5,2 Millionen Übernachtungen. Das sind 8,6 % mehr Gäste (NRW: +5,2 %) und 5,2 % mehr Übernachtungen (NRW: +2,5 %) als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland im Ruhrgebiet stieg bis Juli 2024 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 20,1 % auf rund 981.000.

HINWEIS an die Redaktionen:

Die Zahlen werden monatlich von IT.NRW veröffentlicht. Die Beherbergungsstatistik für die Metropole Ruhr wird im Gegensatz zu IT.NRW von der Ruhr Tourismus GmbH inklusive der Zahlen vom Kreis Wesel und der Stadt Duisburg aufbereitet.

Bildcredits:

Fußball-Foto, Dortmund_Engned: RTG/Tim Kramer

Taylor Swift_Grafitti: RTG/Heike Elpers

Taylor Swift_Konzert: RTG/Eileen Elpers

HINWEIS an die Redaktionen:

Die Zahlen werden monatlich von IT.NRW veröffentlicht. Die Beherbergungsstatistik für die Metropole Ruhr wird im Gegensatz zu IT.NRW von der Ruhr Tourismus GmbH inklusive der Zahlen vom Kreis Wesel und der Stadt Duisburg aufbereitet.

Der Auftrag der RTG ist es, ein eigenständiges touristisches Regionalprofil zu entwickeln sowie die Bündelung von Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb zur Profilierung der Metropole Ruhr als neues und modernes Reiseziel voranzutreiben. Als Informations- und Koordinierungsstelle für die Metropole Ruhr ist die RTG zentraler Ansprechpartner – auch bei der Vernetzung der touristischen Partner in der Region.

Die Federführung folgender Projekte und Veranstaltungen liegt bei der RTG:

- [RUHR.TOPCARD](#)
- [radrevier.ruhr](#)
- [RuhrtalRadweg](#)
- [Römer-Lippe-Route](#)
- [Industriekultur.Ruhr](#)
- [RuhrKunstMuseen](#)
- [RuhrBühnen](#)
- [ExtraSchicht](#)
- [Tag der Trinkhallen](#)
- [!SING – DAY OF SONG](#)
- [RUHR.FUSSBALL](#)

Kontaktpersonen



Alexandra Hagenguth

Pressekontakt

Unternehmenskommunikation

a.hagenguth@ruhr-tourismus.de

0208 899 59 111