



Ein vielfältiges Freizeit- und Kulturangebot, Instagram-taugliche Industriekulissen und Angebote abseits bekannter Pfade macht das Ruhrgebiet zum attraktiven Reiseziel. (Foto: RTG/P.A., CC-BY-SA)

21.11.2024 11:07 CET

Tourismusbilanz fürs Ruhrgebiet: Leichte Rückgänge im September – Jahresentwicklung bleibt positiv

Die Zahl der Übernachtungsgäste im Ruhrgebiet sank mit rund 423.000 im September 2024 im Vergleich zum Vorjahresmonat um 1,3 Prozent (2023: rund 429.000). Gleichzeitig tätigten diese Gäste im September 2024 rund 815.000 Übernachtungen. Wie die Ruhr Tourismus GmbH aus Oberhausen

heute mitteilt, waren das 3,3 Prozent weniger als im September 2023.

Positiv entwickelten sich im September weiter die Ankünfte und Übernachtungen ausländischer Gäste: Die Zahl der Ankünfte aus dem Ausland lag im September 2024 mit rund 80.000 um fast 11,0 Prozent höher als im September 2023 (damals knapp 73.000). Bei den Übernachtungszahlen von ausländischen Gästen ist mit 148.000 eine starke Steigerung von 5,0 Prozent zum September 2023 (damals 141.000) zu verzeichnen.

Januar bis September 2024: 3,4 Prozent mehr Übernachtungen als im Vorjahreszeitraum

Die Gesamtzahl der Übernachtungsgäste im Ruhrgebiet stieg in den ersten neuen Monaten von 3,3 Millionen auf 3,5 Millionen. Dies entspricht einem Zuwachs von 6,3 Prozent und führte im Zeitraum Januar bis September zu insgesamt 6,8 Millionen Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben im Ruhrgebiet, was einer Zunahme von 3,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland stieg dabei von rund 1,1 Millionen in 2023 auf knapp 1,3 Millionen um 16,0 Prozent.

Trotz des schwächeren Septembers fällt die touristische Bilanz für die ersten drei Quartale für das Ruhrgebiet also positiv aus. Axel Biermann, Geschäftsführer der Ruhr Tourismus GmbH: „Wir sind insgesamt auf einem guten Kurs. Die Sondereffekte des Sommers haben spürbar zu den starken Zahlen beigetragen. Doch es sind vor allem kontinuierliche Investitionen in die Freizeit- und Eventinfrastruktur, die sich als sehr lohnenswert erweisen. Diese Investitionen, Instagram-taugliche Industriekulissen, digitale Angebote und weitere Marketingmaßnahmen vor allem im Social-Media-Bereich machen das Ruhrgebiet auch für internationale und jüngere Reisende attraktiv, die auf der Suche sind nach authentischen und weniger überlaufenen Reisezielen.“

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.

Ruhr Tourismus GmbH (RTG):

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](#)

Kontaktpersonen



Alexandra Hagenguth

Pressekontakt

Unternehmenskommunikation

a.hagenguth@ruhr-tourismus.de

0208 899 59 111