

# DEUTSCHER STÄDTEREISEMONITOR 2024

## Exkurs: Nachhaltigkeit im Städtetourismus

Projektdurchführung TouristiCon GmbH  
im Auftrag von Magic Cities Germany e.V.

Mediaserver Hamburg / Maxim Schulz

Juni 2025 | Hamburg

Germany  
*Magic Cities*



TOURISTICON



Hamburg  
Tourismus

# MANAGEMENT SUMMARY

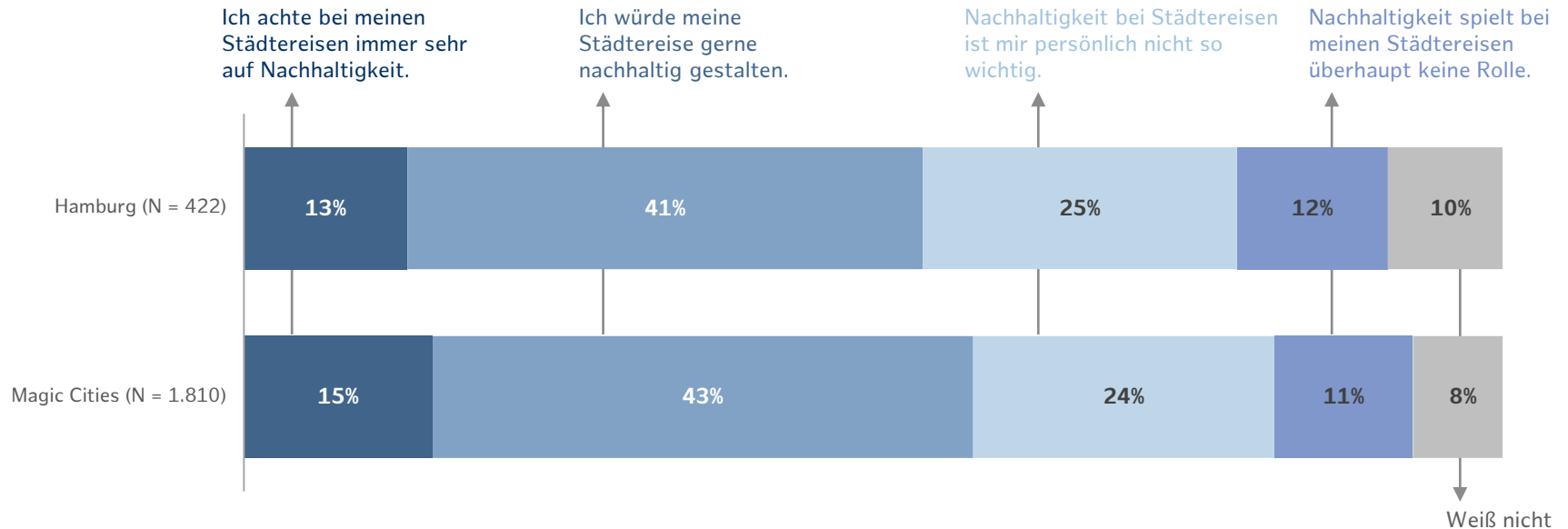
- Nachhaltigkeit wird zunehmend zum Maßstab für moderne Städtereisen, auch bei Reisen nach Hamburg. Besonders prägend ist dabei die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel (80%), Mülltrennung und -vermeidung (60%), Energiesparen am Reiseziel (59%) sowie die Wahl gut mit der Bahn erreichbarer Städte (56%). Weniger im Fokus steht bisher die Nutzung vegetarischer oder veganer Restaurants (11 %), die Unterstützung sozialer Produkte in der Stadt (15 %) und nachhaltiges Shopping (22 %). Dieses Muster zeigt sich nicht nur in Hamburg, sondern spiegelt eine übergreifende Tendenz in vielen anderen Städten wider.
- Ein erheblicher Teil der Reisenden hat den Wunsch, Hamburg nachhaltig zu entdecken. 41% der Planenden geben an, ihre Städtereise gerne nachhaltig gestalten zu wollen und 13% der Befragten achten bei der Buchung ihrer Städtereisen sogar sehr auf Nachhaltigkeit. Gleichzeitig zeigt sich aber auch: Für 25% spielt Nachhaltigkeit keine große Rolle bei der Reiseplanung. Das unterstreicht die Notwendigkeit, Angebote sichtbar und erlebbar zu machen, um nachhaltiges Verhalten zu fördern.
- Nachhaltigkeit in der Stadt wird dann relevant, wenn sie Teil konkreter Reisebestandteile ist. Besonders wichtig ist den Besucherinnen und Besuchern Nachhaltigkeit bei Ausflügen und bei der Mobilität innerhalb Hamburgs (60%). Auch bei der An- und Abreise wird auf Umweltaspekte geachtet (53%), wie auch bei der Verpflegung (38%). Deutlich weniger relevant ist Nachhaltigkeit hingegen bei der Wahl des Reiseveranstalters (6%).
- Viele Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel sind Reisenden sehr wichtig. Besondere Relevanz hat der Ausbau von Grünflächen (77%) und Maßnahmen wie Überschwemmungspräventionen (68%). Auch kostenlose Refill- und Trinkwasserstellen (62%) sowie die Beschattung öffentlicher Plätze (61%) werden geschätzt. Weniger bedeutend erscheinen Wassererzstäubungsanlagen (29%).
- Nachhaltigkeit muss auch finanziell mitgetragen werden, doch hier stoßen gute Absichten an Grenzen. Zwar wären 31% der Befragten bereit, für eine nachhaltige Städtereise nach Hamburg einen Aufpreis zu zahlen, beispielsweise für faire Löhne oder CO<sub>2</sub>-Kompensation. Doch 40% lehnen das klar ab, 29% sind unentschlossen. Die Zahlen verdeutlichen: Nachhaltigkeit braucht transparente Kommunikation und Mehrwert, nur dann entsteht auch Zahlungsbereitschaft.

# FÜR REISENDE ZEIGT SICH EINE NACHHALTIGE STÄDTEREISE IN ...

	Magic Cities N = 1.810	Hamburg N = 422
Nutzung ÖPNV in der Stadt	73%	80%
Mülltrennung und -vermeidung	58%	60%
Energiesparen	59%	59%
Reise in Städte, die gut mit der Bahn erreichbar sind	54%	56%
Verzehr lokal produzierter oder Bio-Produkte	45%	44%
Faire Entlohnung von Arbeitenden im Tourismus	43%	41%
CO2-Kompensation der An- und Abreise	35%	36%
Nutzung nachhaltig zertifizierter Unterkünfte	36%	34%
Nachhaltiges Shopping	24%	22%
Unterstützung sozialer Produkte in der Stadt	20%	15%
Nutzung vegetarischer oder veganer Restaurants	17%	11%
Sonstiges	1%	1%

Quelle: TouristiCon GmbH 2024; Frage: Was verstehen Sie unter einer nachhaltigen Städtereise? (Mehrfachauswahl möglich); Basis: Planer:innen Magic Cities „ziemlich sicher“ sowie Planer:innen je Magic City „ziemlich sicher“ (Planer:innen, sind Personen, die eine Reise in eine der Magic Cities „ziemlich sicher“ planen / nach Hamburg „ziemlich sicher“ planen)

# ZUSTIMMUNG ZU AUSSAGEN IN HINBLICK AUF NACHHALTIGE REISEN



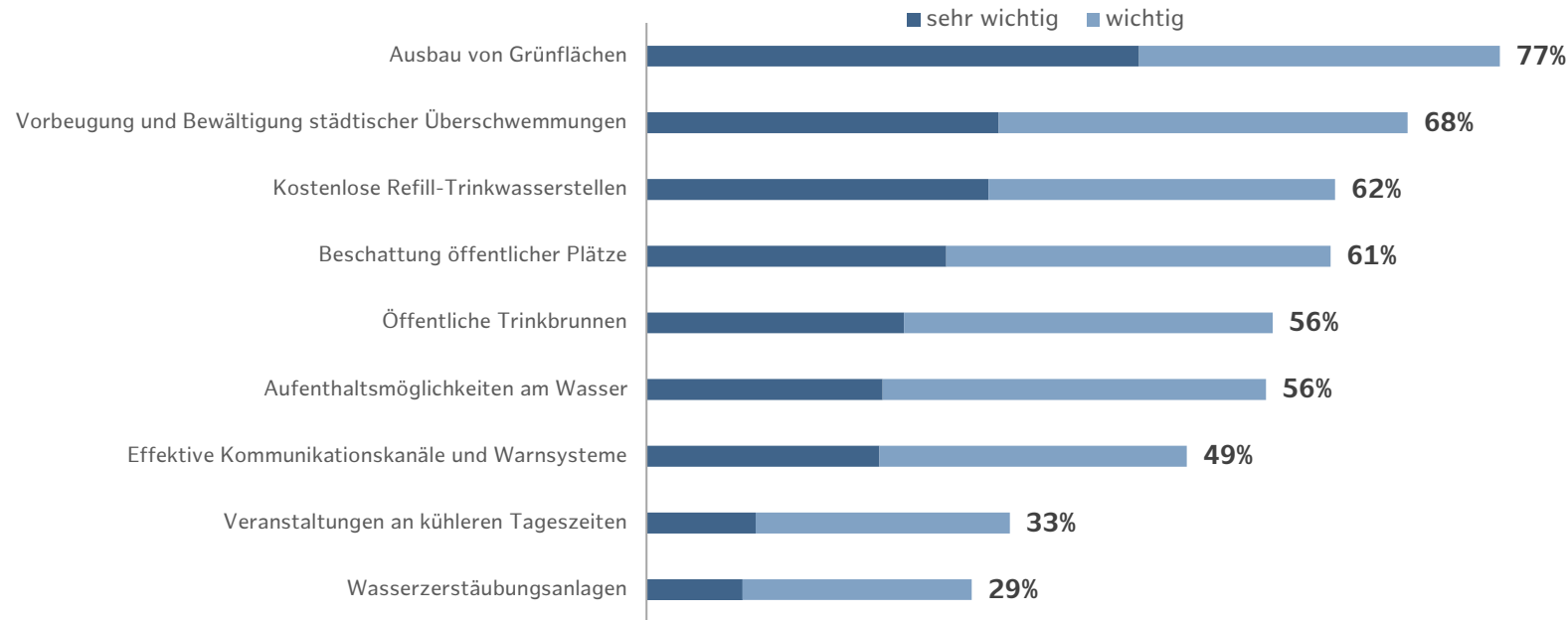
Quelle: TouristiCon GmbH 2024; Frage: Welcher dieser Aussagen zum nachhaltigen Reisen in Städte stimmen Sie generell zu?; Basis: Planer:innen Magic Cities „ziemlich sicher“ sowie Planer:innen je Magic City „ziemlich sicher“ (Planer:innen, sind Personen, die eine Reise in eine der Magic Cities „ziemlich sicher“ planen / nach Hamburg „ziemlich sicher“ planen)

# BEDEUTUNG EINZELNER REISEBESTANDTEILE AUS SICHT DER REISENDEN

	Magic Cities = 1.476	Hamburg = 332
Ausflüge bzw. Mobilität in der Stadt	54%	60%
An- und Abreise	51%	53%
Verpflegung	39%	38%
Auswahl der Unterkunft	35%	31%
Auswahl des Reiseziels	25%	19%
Auswahl des Reiseveranstalters	13%	6%
Sonstiges	1%	0,3%
Weiß nicht	10%	9%

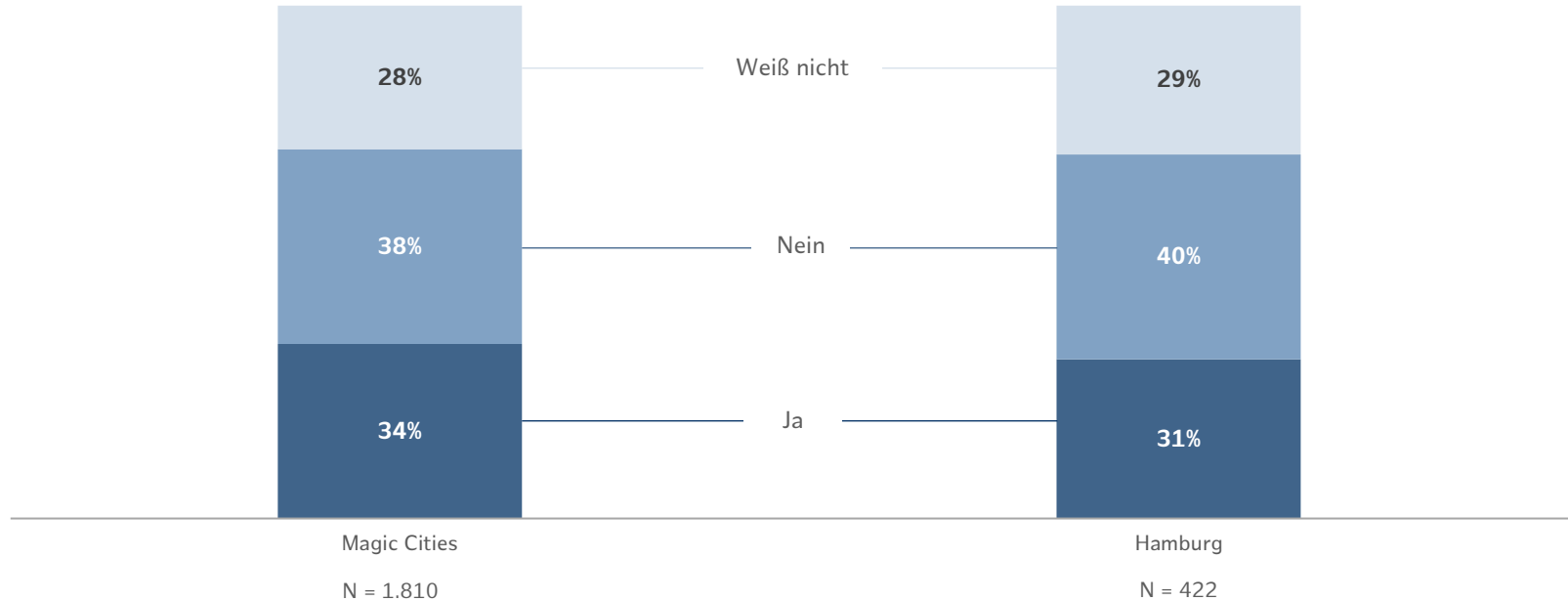
Quelle: TouristiCon GmbH 2024; Frage: Bei welchen der folgenden Reisebestandteile achten Sie auf Nachhaltigkeit? (Mehrfachauswahl möglich); Basis: Planer:innen Magic Cities „ziemlich sicher“ sowie Planer:innen je Magic City „ziemlich sicher“, die auf Nachhaltigkeit achten. (Planer:innen, sind Personen, die eine Reise in eine der Magic Cities „ziemlich sicher“ planen / nach Hamburg „ziemlich sicher“ planen)

# WICHTIGKEIT VON MAßNAHMEN ZUM KLIMAWANDEL



Quelle: TouristiCon GmbH 2024; N = 422; Frage: Für wie wichtig erachten Sie folgende Maßnahmen von Städten zu Anpassung an den Klimawandel?; Skala: 1 = absolut unwichtig bis 5 = sehr wichtig; Basis: Planer:innen Hamburg „ziemlich sicher“ (Planer:innen, sind Personen, die eine Reise in eine der Magic Cities „ziemlich sicher“ planen / nach Hamburg „ziemlich sicher“ planen)

# AUSGABE-BEREITSCHAFT FÜR DIE GESTALTUNG VON NACHHALTIGEN STÄDTEREISEN

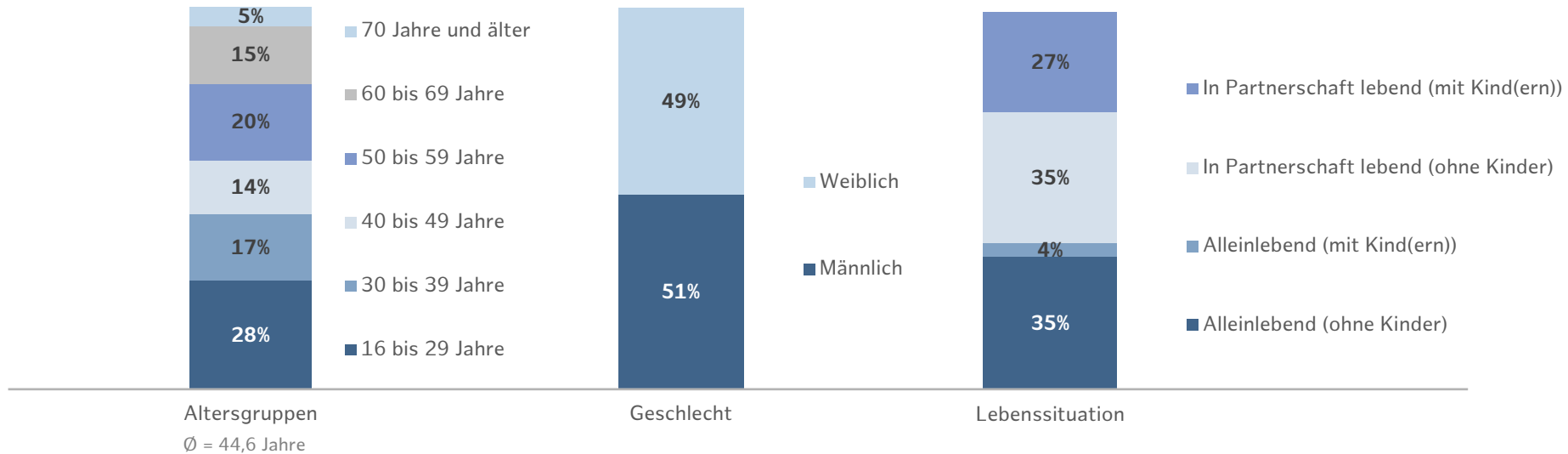


Quelle: TouristiCon GmbH 2024; Frage: Wären Sie bereit für eine nachhaltige Gestaltung der Städtereise (bspw. eine faire Entlohnung von Mitarbeitenden oder die CO2-Kompensation der An- und Abreise) einen Aufpreis zu zahlen? Basis: Planer:innen Magic Cities „ziemlich sicher“ sowie Planer:innen je Magic City Hamburg „ziemlich sicher“ (Planer:innen, sind Personen, die eine Reise in eine der Magic Cities „ziemlich sicher“ planen / nach Hamburg „ziemlich sicher“ planen)

# SOZIODEMOGRAPHIE

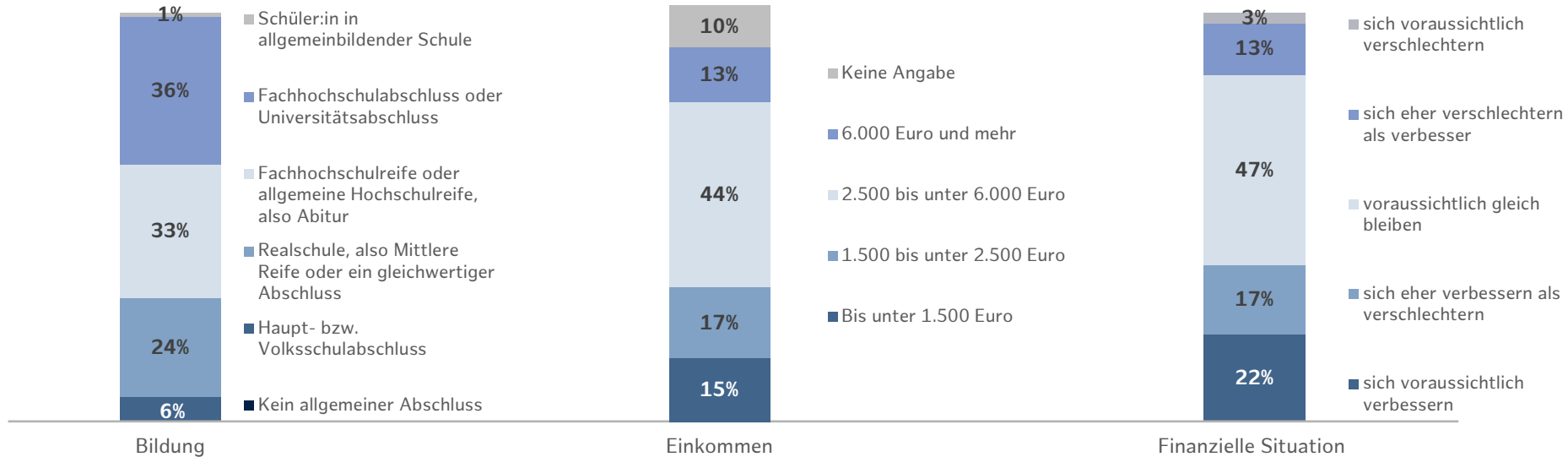
4

# SOZIODEMOGRAPHIE 1 / 2



Quelle: TouristiCon GmbH 2024; N = 798; Fragen: Wie alt sind Sie?; Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?; Wie ist Ihre derzeitige Lebenssituation?; Basis: Planer:innen Magic Cities „ziemlich sicher“

# SOZIODEMOGRAPHIE 2 / 2



Quelle: TouristiCon GmbH 2024; N = 798; Fragen: Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie?; Wenn Sie alles zusammenrechnen: Wie hoch ist dann etwa das monatliche Nettoeinkommen, das Sie alle zusammen im Haushalt haben, nach Abzug von Steuern und Sozialversicherung?; Wenn Sie einmal an die Zukunft denken: Wie wird sich Ihre persönliche finanzielle Situation in den nächsten 12 Monaten verändern?; Basis: Planer:innen Magic Cities „ziemlich sicher“

METHODIK

5

# METHODIK DER STUDIENREIHE: DEUTSCHER STÄDTEREISEMONITOR 2024

- Erhebung: Online
- Erhoben durch: Norstat
- Erhebungszeitraum: 28.03 bis 09.04.24
- Fallzahl gesamt: n = 3.310
- Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung in Privathaushalten in Deutschland, 16-75 Jahre (repräsentativ in den Quotenmerkmalen Alter, Herkunft und Geschlecht) = 61,2 Mio. Personen
- Fallzahl Städtereisende: n = 2.540 (Reisezeitraum April 2023 bis März 2024) = 47,0 Mio. Personen
- Fallzahl Städtereisende in eine Magic City: n = 1.787 (Reisezeitraum April 2023 bis März 2024) = 33,0 Mio. Personen
- Fallzahl Planer:innen einer Städtereise „ziemlich sicher“: n = 2.541 (Planungszeitraum April 2024 bis März 2025) = 47,0 Mio. Personen
- Fallzahl Planer:innen einer Städtereise „ziemlich sicher“ in eine Magic City: n = 1.810 (Planungszeitraum April 2024 bis März 2025) = 33,5 Mio. Personen
- Die Studie wurde im Auftrag der Magic Cities Germany e.V. wissenschaftlich von der Touristicon GmbH begleitet und von Norstat durchgeführt.

Studienübersicht	Einheit	DEST 1	DEST 2	DEST 3	DEST 4	DEST 5	DEST 6
Erhebungszeitraum	Datum	27.08 bis 07.09.20	31.03 bis 14.04.21	31.08 bis 10.09.21	01.04 bis 12.04.22	31.03 bis 16.04.23	28.03 bis 09.04.24
Grundgesamtheit	Mio. Personen	63,0	63,0	61,4	61,3	61,3	61,2
Fälle	n	5.000	4.211	6.179	5.767	5.916	3.310
Planungszeitraum	Datum	August 20 bis Juli 21	April 21 bis März 22	September 21 bis August 22	April 22 bis März 23	April 23 bis März 24	April 24 bis März 25
Zeitraum getätigte Reisen	Datum	August 17 bis Juli 20	-	September 18 bis August 21	April 21 bis März 22	April 22 bis März 23	April 23 bis März 24

# IHRE ANSPRECHPARTNERIN FÜR MARKTFORSCHUNG

**Aleksandra Lorkowski**  
**Leitung Marktforschung**

Hamburg Tourismus GmbH  
[lorkowski@hamburg-tourismus.de](mailto:lorkowski@hamburg-tourismus.de)  
Tel.: 0049 40 300 51 105

Mediaserver Hamburg / Andreas Vallbracht