

A vintage-style interior with a wooden cabinet, a lamp, and a window. The room features a wooden cabinet with glass doors, a lamp with a white shade, and a window with a view of greenery. The walls are peeling, and the furniture is classic and comfortable.

# KULTUR IN NORDRHEIN-WESTFALEN

*Zahlen, Daten, Fakten*

# INHALT – KULTUR IN NORDRHEIN-WESTFALEN

Fact Snack To Go S. 3

Kultur im Urlaub S. 4

Kultur während der Coronapandemie S. 7

Kultur in Nordrhein-Westfalen S. 9

Einordnung des Themas S.10

Event und Genuss S.13

Regionen S.14

Sinus-Milieus S.16

Medien und Digitalisierung im Bereich Kultur S.17

Weiteres S.20

Definitionen S.21

Quellen S.22

Ansprechpartner S.23

76 %

27 %



## Informationsbedarf ...

72 % (8 %-PUNKTE ÜBERDURCHSCHNITTLICH)



... der Kulturinteressierten in NRW benötigen Informationen vor Reiseantritt. Am häufigsten werden dabei das Internet und die sozialen Medien genutzt.

Quelle: Dwif Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2018/ 2019

## FACT SNACK TO GO

### Planungssicherheit

Reisen mit Fokus auf kulturellen Aktivitäten werden häufiger vorab gebucht als alle Reisen nach NRW...



Quelle: GfK DestinationMonitor. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km Entfernung

### Reisen mit Fokus auf kulturellen Aktivitäten in NRW...



SEHR GUT ODER GUT/  
SEHR WAHRSCHEINLICH  
ODER WAHRSCHEINLICH

Zufriedenheit: 95 %

Wiederbesuchsabsicht: 75 %

Weiterempfehlung: 89 %

Quelle: GfK DestinationMonitor 2019–2021. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km Entfernung

**HOTEL, FEWO,  
JUGENDHERBERGE,  
FAMILIE/ BEKANNT**

#### UNTERKUNFT

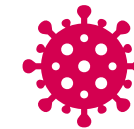


#### VERKEHRSMITTEL



**PKW, BAHN, BUS,  
UND FLUGZEUG**

Quelle: FUR Reiseanalyse 2018–2021. Urlaubsreisen ab 5 Tagen. Dwif Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2018/ 2019



### CORONAVIRUS

Für über die Hälfte der kulturell interessierten Reisenden hat sich das Urlaubsgefühl während der Coronapandemie verändert.

Quelle: FUR Reiseanalyse 2021. Urlaubsreisen ab 5 Tagen.

**Immer aktiv ...**  
Anders als für andere Reisende kommt für Kulturinteressierte „nichts tun“ nicht infrage.

Quelle: Dwif Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2018/ 2019

Die Top-Reiseart von Reisen mit Fokus auf kulturellen Aktivitäten in Deutschland ist die

**STÄDTEREISE**



Quelle: GfK DestinationMonitor 2019–2021. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km Entfernung.

NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN

Tourismus NRW e.V.



# KULTUR IM URLAUB

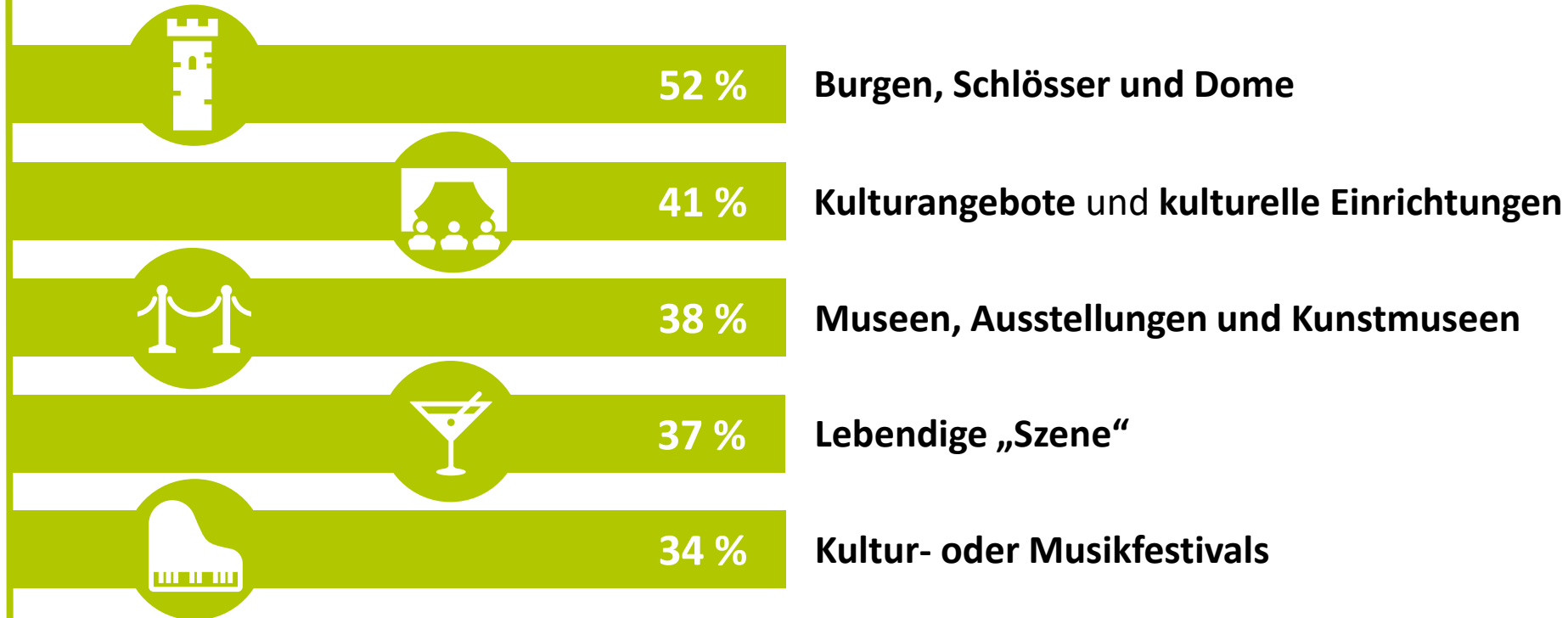
**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

# INTERESSE – KULTUR IM URLAUB



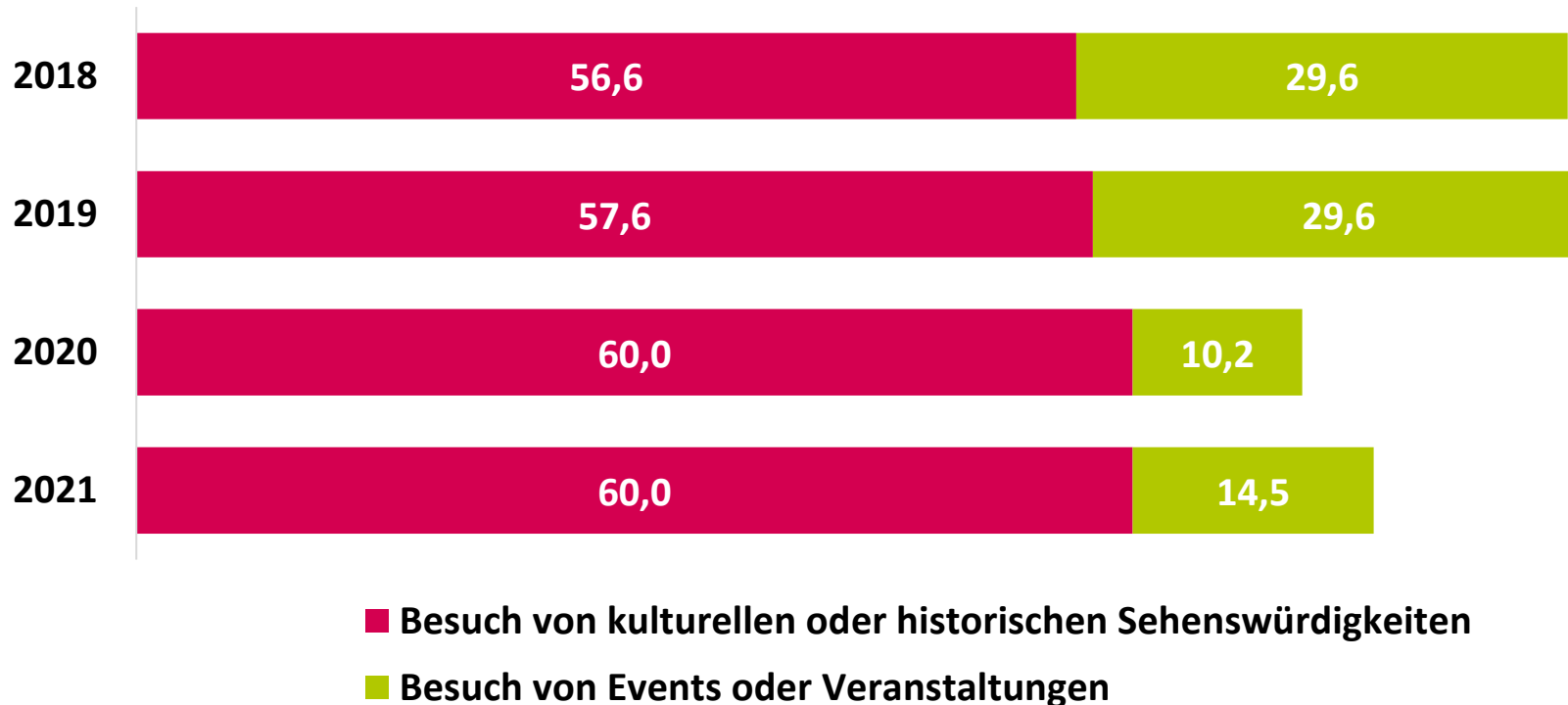
- **Sehr großes** oder **großes Interesse** hat die repräsentierte **Bevölkerung** an folgenden **kulturellen Aktivitäten** im Deutschlandurlaub:



# AKTIVITÄTEN – KULTUR IM URLAUB



- Der Anteil an Besuchen von Events und Veranstaltungen in Deutschland ist aufgrund der **Auswirkungen der Coronapandemie** besonders zurückgegangen, wohingegen **der Besuch kultureller oder historischer Sehenswürdigkeiten** über die Jahre **tendenziell gestiegen** ist. Im letzten Jahr konnte sich das Volumen bei Events wieder **etwas erholen**:





# KULTUR WÄHREND DER CORONAPANDEMIE

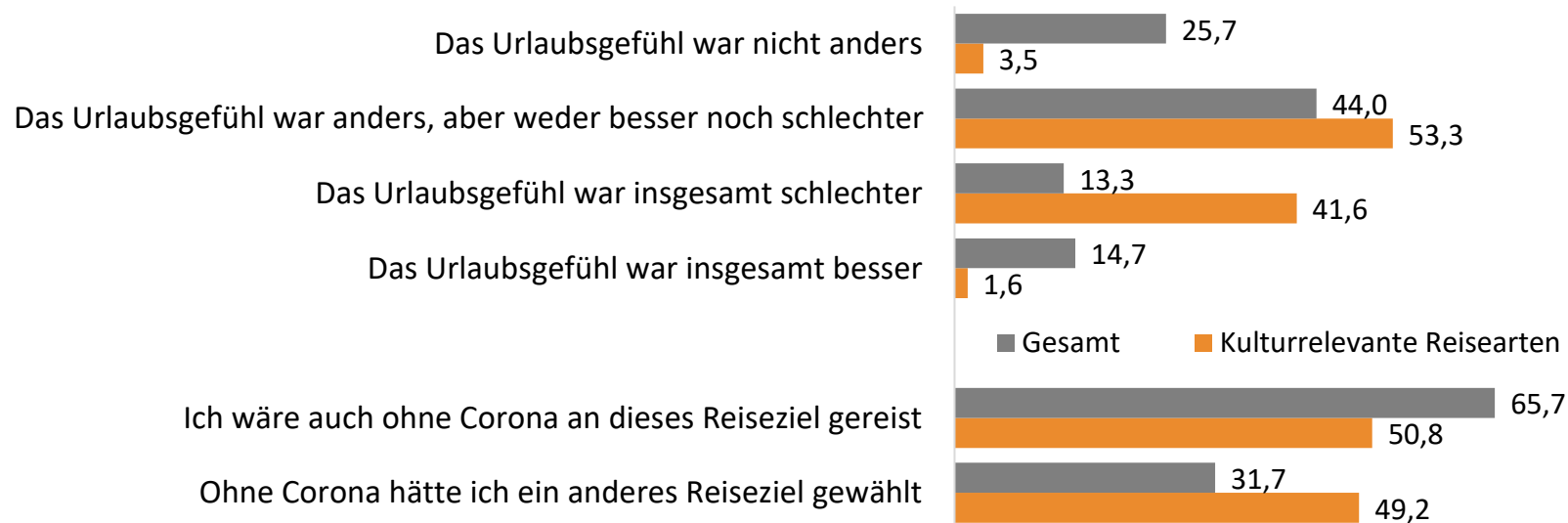
**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

# VERÄNDERTES URLAUBSGEFÜHL



- Bei über 50 % der **Kulturreisen in NRW** war das **Urlaubsgefühl aufgrund der Coronapandemie anders**, aber weder besser noch schlechter.
- Gleichzeitig ist das **Urlaubsgefühl bei kulturellen Reisen** aber auch **deutlich häufiger schlechter** als bei allen Reisen in NRW (41,6 %).
- Zudem fällt auf, dass **Kulturreisende ohne Corona ein anderes Reiseziel** gewählt hätten als alle Reisende in Nordrhein-Westfalen.



Quelle: FUR Reiseanalyse 2021. Urlaubsreisen ab 5 Tagen. Angaben in Prozent





# KULTUR IN NORDRHEIN-WESTFALEN

**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

# THEMENEIGNUNG – KULTUR IN NRW

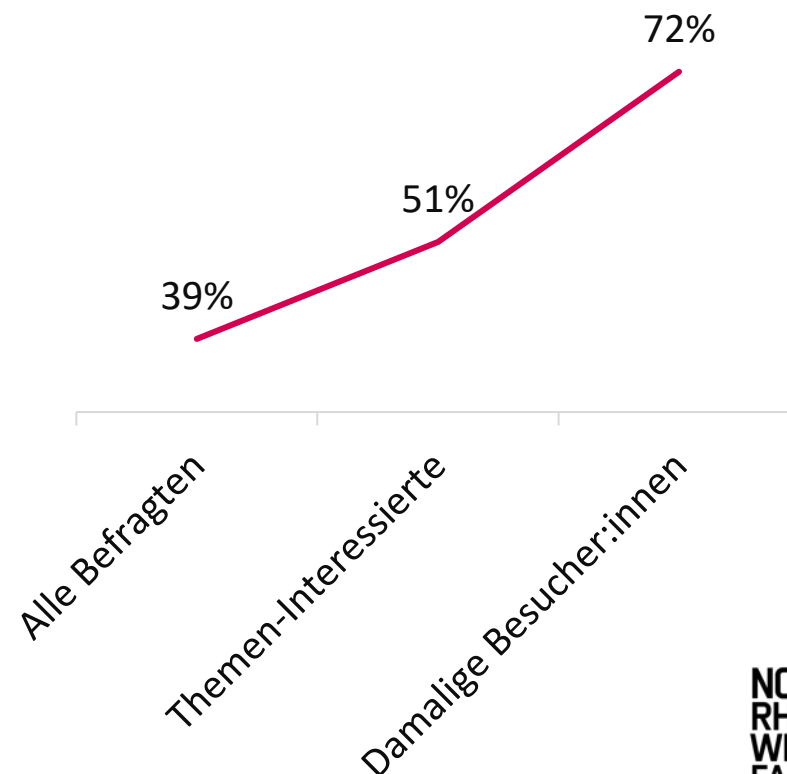


➤ **Deutlich überdurchschnittlich** – und damit auf **Platz 2** der höchsten Themeneignung – halten **39 %** der Befragten **NRW** für **sehr gut bis gut geeignet** für den **Besuch kultureller Einrichtungen** und die **Nutzung von Kulturangeboten**. Dies entsprach hochgerechnet 24,3 Millionen Personen.

➤ Von den Themen-Interessenten halten **51 % NRW** für **sehr gut oder gut geeignet für kulturelle Urlaubsaktivitäten** – hochgerechnet 12,8 Millionen.

➤ Einen noch **höheren Eignungszuspruch** für das Urlaubsthema „Kultur“ erfährt **NRW** durch **Gäste, die NRW bereits in der Vergangenheit besuchten** (72 %). Diese machen hochgerechnet 13,3 Millionen Menschen aus.

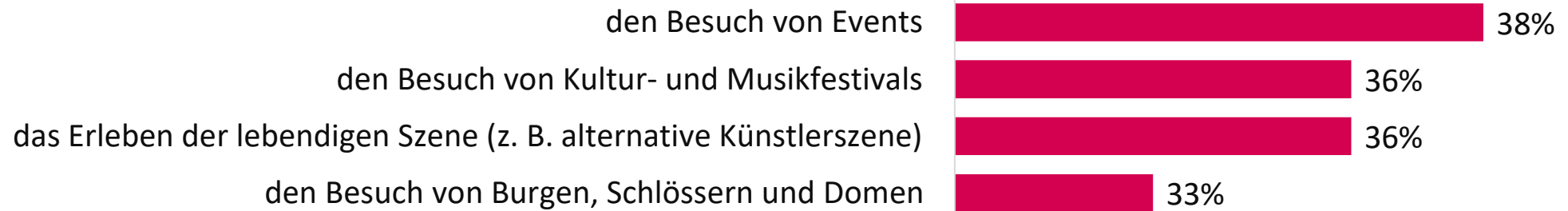
➤ **NRW-Besucher wissen um die kulturelle Eignung:**



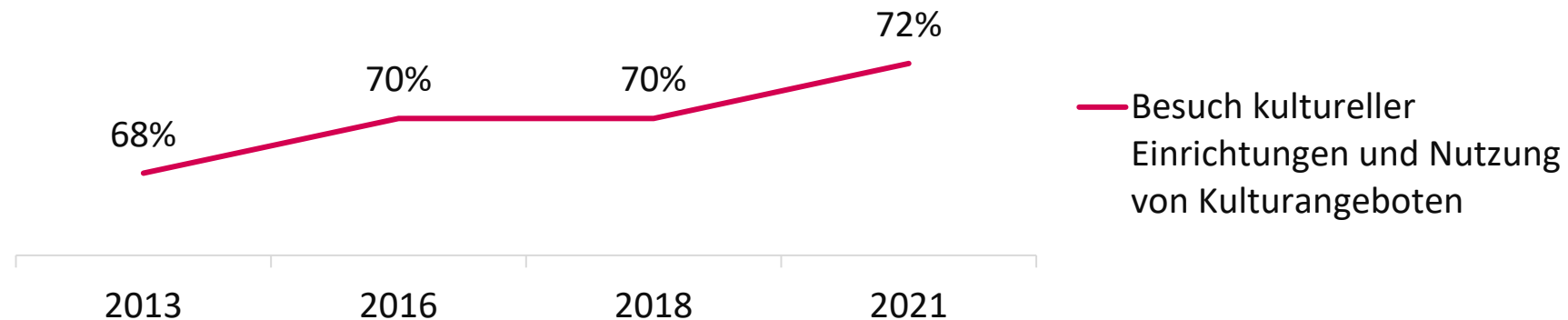
# THEMENEIGNUNG – KULTUR IN NRW



- **Sehr gut oder gut geeignet** halten die Befragten **NRW** außerdem für ...



- Die **Themeneignung für „Kultur“ steigt** laut Gästen, die Nordrhein-Westfalen in der Vergangenheit besuchten, **seit 2013**:



# WETTBEWERB – KULTUR IN NRW



NRW überdurchschnittlich geeignet im Bereich „Kultur“:



**RANG 9**

von 116 Destinationen\* für den Besuch **kultureller Einrichtungen** und der Nutzung von **Kulturangeboten**.



**16 %-PUNKTE**

**besser als der Durchschnitt\*** für die genannten kulturellen Aktivitäten



**ÜBER-Ø**

in den Themen „**Burgen, Schlösser und Dome**“, „**Events**“ und „**Kultur- und Musikfestivals**“ besuchen\*\*



**RANG 3**

von 14 Destinationen für den Besuch von **Kultur- und Musikfestivals**

# EVENT UND GENUSS – KULTUR IN NRW



- **Langzeit-Sieger:** NRW hält mit dem Genuss von kulinarischen oder gastronomischen Spezialitäten eine konstante Themeneignung von 36 % seit 2016.

Quelle: inspektour DestinationBrand 21, 2021

- Besonders interessant für den **Genuss landestypischer Spezialitäten** finden Befragte **Köln**, gefolgt vom **Münsterland, Ruhrgebiet**, von **Düsseldorf**, dem **Niederrhein** und von **Bonn**.

Quelle: INTEGRAL Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H-SINUS 2019

- Anders als der Durchschnitt gehört der **Genuss typischer Speisen und Getränke aus der Region** zu den **Top 10 Aktivitäten** von **kulturellen Reisen**.

Quelle: Dwif Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2018/2019

- Bei Reisen nach NRW, bei denen ein **Event oder eine Veranstaltung besucht** wurde, belegt die **Kulinarik** mit etwa **13 %** den **vierten Platz der Top-Aktivitäten**.

Quelle: GfK DestinationMonitor 2019-2021. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km Entfernung.

# REGIONEN – KULTUR IN NRW



4

- Der Besuch **kultureller und historischer Sehenswürdigkeiten** belegt Platz 4 der am meisten unternommenen Aktivitäten bei einer Kurz- oder längeren Reise in NRW. Die Region **Köln**, das **Ruhrgebiet**, **Bonn**, **Düsseldorf**, die Region **Aachen** und das **Münsterland** wurden dafür deutlich häufiger bereist als die anderen nordrhein-westfälischen Regionen.

- Die Top 3 Destinationen in NRW für Urlaubsreisen ab 5 Tagen sind das Sauerland, Köln und das Ruhrgebiet und für Kurzreisen Köln, das Ruhrgebiet sowie die Eifel, während die **Top 3 Regionen** bei **Kulturreisen** (Kurzreise oder längere Reisen) der **Rhein-Erft-Kreis**, **Bonn** sowie **Siegen-Wittgenstein** sind.

Quelle: INTEGRAL Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H-SINUS 2019



- Im Vergleich zu allen NRW-Reisen wird pro **Reise mit Fokus auf kulturellen Aktivitäten 10% mehr Geld vor Ort ausgegeben**.

Quelle: GfK DestinationMonitor 2019–2021. Ausgaben vor Ort wirksam je Reise.



# STADT VS. LAND – KULTUR IN NRW

## Städtereise in NRW

- Die **Top-Aktivität** auf Städtereisen ist der Besuch von **kulturellen oder historischen Sehenswürdigkeiten** (91 %) gefolgt von Spazieren gehen (42 %) und dem Genuss typischer Speisen und Getränke (41 %).
- Bei **Städtereisen mit Fokus auf kulturellen Aktivitäten** sind die Top-Aktivitäten **Kulinarik** (43 %), **Spazieren gehen** (42 %) sowie der **Aufenthalt in der Natur** (41 %).

## Landurlaub in NRW

- Auch bei **Urlaube auf dem Land** spielt der Besuch von **kulturellen und historischen Aktivitäten** (60,5 %) nach dem Aufenthalt in der Natur (80,9 %) die größte Rolle.
- Die meisten **Landurlaube mit Fokus auf kulturellen Aktivitäten** gehen neben dem **Aufenthalt in der Natur** verbringen **Zeit mit der Familie** oder gehen **Wandern** (65,1 % und 63,3 %).



# SINUS-MILIEUS – KULTUR IN NRW

- Das **Konservativ-Gehobene** Milieu, das **Expeditive** Milieu, das Milieu der **Performer**, das **Konsum-Hedonistische** Milieu und das **Postmaterielle** Milieu tätigt überdurchschnittlich oft eine **Kulturreise** und unternimmt andere kulturell relevante Reisen wie **Entdeckungsreisen, Studienreisen, Sightseeing- oder Städteurlaube**.
- **Kulturelle Aktivitäten** wie der **Besuch kultureller und historischer Sehenswürdigkeiten** werden **überdurchschnittlich** von den **Expeditiven, Konservativ-Gehobenen, Postmateriellen, Performern** und **Traditionellen** unternommen.
- Landestypische Aktivitäten wie der Genuss von Spezialitäten tätigen vor allem Zugehörige des **Postmateriellen** Milieus, des **Expeditiven** Milieus und des Milieus der **Performer** während ihres Aufenthalts.

Expeditive



© Tourismus NRW e.V., R. Sondermann

Postmaterielle



© Tourismus NRW e.V., T. Walck

Performer



NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN

Tourismus NRW e.V.





# MEDIEN UND DIGITALISIERUNG IM BEREICH KULTUR

**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

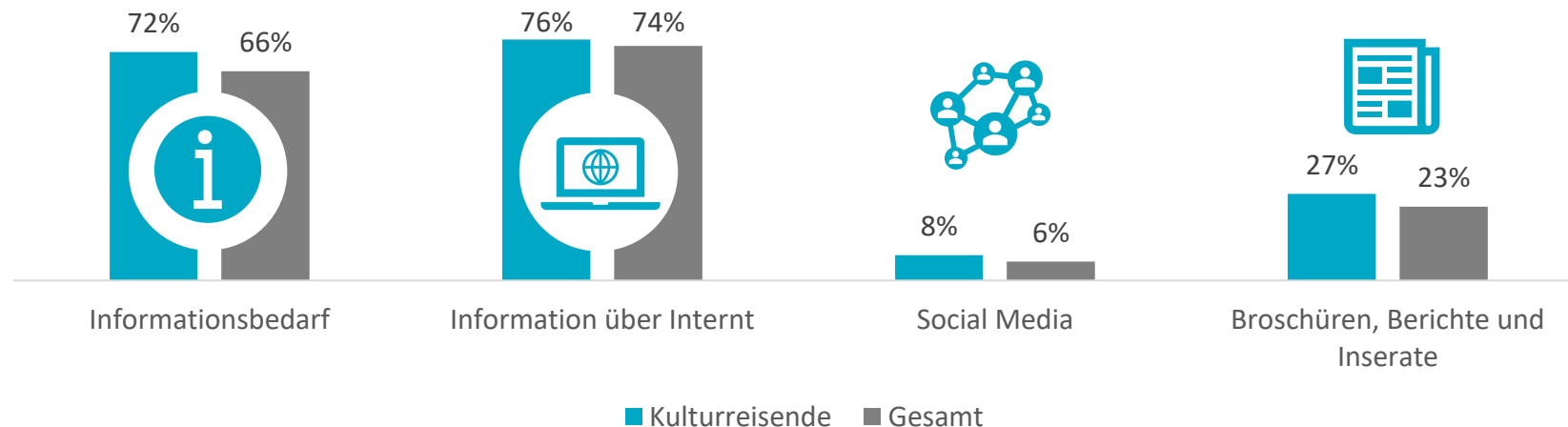
Tourismus NRW e.V.

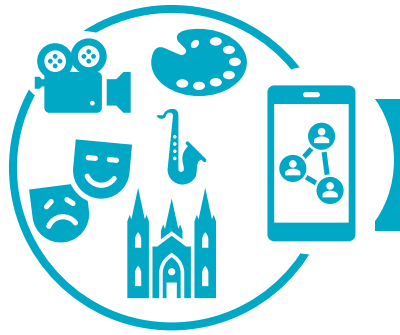
# MEDIENNUTZUNG ZUM THEMA KULTUR



## Digitale Medien ...

- **72 %** der **kulturinteressierten Reisenden** in NRW benötigen **Informationen vor Reiseantritt**, während lediglich zwei Drittel der anderen Reisenden Vorabinformationen benötigen.
- Dabei nutzt der **Großteil** das **Internet** und **soziale Medien**, wobei **Kulturreisende** diese **mehr nutzen** (je + 2 %-Punkte). Beliebter bei Kulturreisenden sind zudem Broschüren, Berichte und Inserate.





# DIGITALISIERUNG IM BEREICH KULTUR

## Virtueller Besuch von kulturellen Orten wie Museen:

- Digitale Führungen, z. B. im [Museum Ludwig](#)
- Digitale Guides, z. B. in der [Kunstsammlung NRW](#)
- Google Arts & Culture, z. B. im [Kunstpalast Düsseldorf](#)
- Online-Führungen, z. B. in der [Bundeskunsthalle](#), im [Pablo Picasso Museum](#) oder im [Von der Heydt-Museum](#)
- Online-Sammlungen und Apps, z. B. im [Museum Folkwang](#)



## Digital-analoge Kulturerlebnisse:

- Digital-analoge Radtour, z. B. entlang der [Beuys & Bikes-Route](#) oder entlang [des Limes](#)
- Digital-analoges Sightseeing, z. B. mit der Yona-App [in Krefeld](#) oder [Mönchengladbach](#)



**WEITERES**

**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

# DEFINITION KULTURELL INTERESSIERTE/ KULTURELLE AKTIVITÄTEN

Unter kulturell relevanten Reisen, Reisen mit Fokus auf kulturellen Aktivitäten, Kulturinteressierten oder kulturell interessierten Reisenden wurden entlang der Quellen folgende Urlaubsaktivitäten oder Reisearten zusammengefasst:

## Im **dwif Qualitätsmonitor:**

- Festivals und Events
- Museen/ Ausstellungen besuchen
- (Musicals)
- Pop/ Rockkonzerte
- Sehenswürdigkeiten besuchen
- (Stadt-)Führungen
- Theater-/ Kabarettbesuch
- UNESCO-Weltkulturerbestätten
- Oper/ Operette besuchen

## Im **GfK DestinationMonitor:**

- Besuch von kulturellen/  
historischen Sehenswürdigkeiten
- Besuch von Museen/Ausstellungen
- Besuch von Events/  
Veranstaltungen (z.B. Konzerte,  
Sportevents)
- Typische Speisen/ Getränke  
genießen

## In der **FUR Reiseanalyse:**

- Erlebnisreise/ Entdeckungsreise
- Studienreise
- Kulturreise
- Sightseeingurlaub
- Rundreise
- Städtereise



# QUELLEN

## **Dwif Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2018/ 2019**

Repräsentative Gästebefragung am 31.03.2019;  
n=1.000

## **FUR Reiseanalyse 2018-2021**

Repräsentative on- und offline Befragung der  
deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14  
Jahre; n=11.332

## **GfK DestinationMonitor 2018-2021**

Monatliche Befragung (online + offline) von ca.  
n = 36.000 Personen (netto) in ca. 18.000  
deutschen Haushalten

## **Inspektour Destination Brand 21 - Themenstudie**

Repräsentative Online-Erhebung der deutschen  
Wohnbevölkerung zwischen 14 bis 74 Jahre im  
Oktober und Dezember 2021, n=1.000

## **SINUS-Institut 2021**

Infopaket Corona: Repräsentative Online-  
Befragung der deutschen Bevölkerung  
zwischen 14 bis 74 Jahre im März 2021;  
n=1.400

Infopaket Medien: Repräsentative Befragung  
der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14  
Jahre in den Jahren 2019 bis 2021; n=30.469

## **Tourismus NRW e.V. und SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH**

CAWI-Befragung der Online-Bevölkerung von 18  
bis 69 Jahre zwischen Dezember 2019 und  
Januar 2020, n=19.391

# WEITERE INFORMATIONEN ZUM DOSSIER

<https://tourismusverband.nrw/>



## *Redaktion:*

*Leonie Jasper*

*Projektassistentin Marktforschung*

*Tel. 0211/91320-598*

[\*jasper@nrw-tourismus.de\*](mailto:jasper@nrw-tourismus.de)

## *Marktforschung:*

*Ann-Christin Ingenlath*

*Referentin Marktforschung*

*Tel. 0211/91320-540*

[\*ingenlath@nrw-tourismus.de\*](mailto:ingenlath@nrw-tourismus.de)

## *Ansprechpartner Bereich Kultur:*

*Jens Nieweg*

*Teamleiter Themenmanagement  
Kulturtourismus, Events, Genuss  
und Kooperation „Kulturkenner“*

*Tel. 0211/91320-516*

[\*nieweg@nrw-tourismus.de\*](mailto:nieweg@nrw-tourismus.de)

*Maximilian Hulisz*

*Referent Themenmanagement  
Kulturtourismus, Events, Genuss  
und Kooperation „Kulturkenner“*

*Tel. 0211/91320-550*

[\*hulisz@nrw-tourismus.de\*](mailto:hulisz@nrw-tourismus.de)

Tourismus NRW e.V., Völklinger Str. 4, 40219 Düsseldorf