

## **Übernachtungen fast wieder auf Vor-Pandemie-Niveau Aufenthaltsdauer und Übernachtungen von Gästen in Wolfsburg nehmen weiter zu**

Wolfsburg, 15.04.2025 – Die aktuell veröffentlichten Übernachtungszahlen des Jahres 2024 für den Tourismusstandort Wolfsburg geben Anlass zur Hoffnung: Das Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN) erfasste für Wolfsburg im vergangenen Jahr über 626.000 Übernachtungen, was einer Steigerung um 13 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer stieg gleichzeitig von 1,8 auf 1,9 Nächte. Für die Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH (WMG) und den Tourismusbeirat begründet sich diese positive Entwicklung sowohl in der Attraktivität des Tourismusstandorts Wolfsburg als auch in den größeren Messen und Events des vergangenen Jahres, wie z.B. die IZB, das GTI-Fanfest, das EM-Base-Camp der niederländischen Nationalmannschaft oder auch die Driving Experience von Volkswagen. Erstmals seit Beginn der Corona-Pandemie stiegen die Übernachtungszahlen für ein ganzes Jahr wieder auf über 600.000 und nähern sich damit dem Rekordjahr 2019 mit 650.000 Übernachtungen weiter an. Insgesamt verzeichnete das LSN in Wolfsburg im vergangenen Jahr 626.058 Übernachtungen bei 334.973 Gästeankünften.

„2024 war nach dem Rekordjahr 2019 rein statistisch gesehen das zweitbeste Tourismusjahr für Wolfsburg. Das ist für sich allein gesehen eine gute Nachricht und Bestätigung für das gemeinsame Engagement der touristischen Partner“, erläutert Jens Hofschröder, Wirtschaftsdezernent und Geschäftsführer der WMG. „Vor allem für die überwiegend mittelständisch geprägte Tourismuswirtschaft ist die Steigerung von Übernachtungen und Aufenthaltsdauer enorm wichtig. Jedoch darf die positive Statistik nicht über die strukturellen Herausforderungen der Branche hinwegtäuschen. Bei einem gleichzeitig größeren Wettbewerb setzen Kostensteigerungen und verändertes Buchungsverhalten die Betriebe weiterhin unter hohen finanziellen Druck. Der Tourismus ist für Wolfsburg jedoch ein wichtiger Wirtschaftsfaktor – mit Auswirkungen weit über die Branche hinaus. Die positive Entwicklung bekräftigt uns daher, die gemeinsame Strategie für den Tourismusstandort fortzusetzen und die Qualitäten der Stadt mit überregionalen Kampagnen im MICE-Bereich mit Unterstützung unseres Convention Bureaus weiter sichtbar zu machen,“ so Hofschröder weiter.

2024 waren beim LSN für Wolfsburg im Durchschnitt 48 Unterkunftsbetriebe mit rd. 5.600 Betten gemeldet. Meldepflichtig sind Betriebe ab zehn Betten. Insgesamt konnten 334.973 Gästeankünfte verzeichnet werden. Das setzt den Trend der sich nach der Pandemie erholenden Zahlen fort.

**Pressekontakt:** Katharina Preihs | Telefon +49 5361 89994-56 | E-Mail [presse@wmg-wolfsburg.de](mailto:presse@wmg-wolfsburg.de) | [presse.wmg-wolfsburg.de](http://presse.wmg-wolfsburg.de)

Durchschnittlich verbringen Gäste 1,9 Nächte in Wolfsburg, was für eine Großstadt zwischen 100.000 und 250.000 Einwohnern ein ordentlicher Wert ist.

Christoph Neumann, Vorsitzender des Tourismusbeirats der WMG, ordnet ein: „Wir freuen uns über die positive Entwicklung, sehen aber auch die Bedeutung der großen Messen und Veranstaltungen im vergangenen Jahr. Diese werden für den Standort zunehmend wichtiger, denn die wirtschaftliche Lage ist für unsere Branche weiterhin angespannt. Einige Betriebe haben ihr Angebot im vergangenen Jahr aus Kostengründen und Personalmangel bereits reduzieren müssen oder kämpfen mit geringen Margen und einem hohen finanziellen Druck. Als Tourismusbeirat unterstützen wir daher umso mehr die gemeinsamen touristischen Maßnahmen der WMG, um die Qualitäten des Tourismusstandorts Wolfsburg weiter sichtbar zu machen und weitere Gäste in Wolfsburg willkommen zu heißen.“

Das Ziel von Tourismusbeirat und WMG ist es, mit vereinten Kräften intensiv um Freizeittouristen und Tagungsgäste zu werben und neue Zielgruppen zu erschließen. So hat die WMG gemeinsam mit ihren Partnern aus der Marketingkooperation – bestehend aus Autostadt Wolfsburg, Designer Outlets Wolfsburg, VfL Wolfsburg sowie phaeno – die Kampagnenstrategie für 2024 neu ausgerichtet und Wolfsburg unter anderem im Zuge der gemeinsamen „Familyeeeah!“-Kampagne reichweitenstark und zielgruppenorientiert als attraktive Destination für Familien positioniert. Im Bereich des Tagungstourismus in Wolfsburg konnte die WMG durch die vielfältigen Aktivitäten des Wolfsburg Convention Bureaus den Bekanntheitsgrad Wolfsburgs als attraktiven Tagungsstandort auch deutlich über die Regionsgrenzen hinaus steigern. Diese erfolgreiche Entwicklung ist nicht zuletzt das Ergebnis einer intensiven und partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit den Wolfsburger Tourismusakteuren, die darauf abzielt, Wolfsburgs Stärken als Tagungsstandort in einer gemeinschaftlich getragenen Vermarktungsstrategie zusammenzuführen.

**Pressekontakt:** Katharina Preihs | Telefon +49 5361 89994-56 | E-Mail [presse@wmg-wolfsburg.de](mailto:presse@wmg-wolfsburg.de) | [presse.wmg-wolfsburg.de](http://presse.wmg-wolfsburg.de)