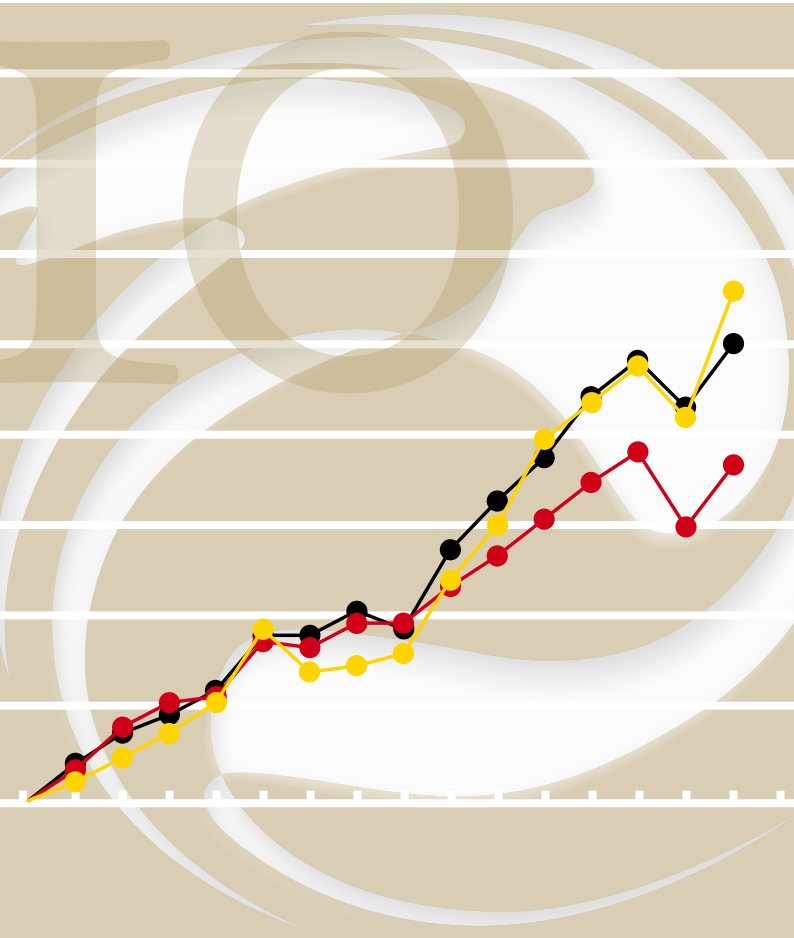




Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

# Incoming-Tourismus Deutschland

Edition 2011



Zahlen, Daten, Fakten 2010

Gefördert durch:





- 03 Einführung/  
Welttourismus 2010
- 04 Wachstumsprognose  
Welttourismus/  
Internationales Reiseziel  
Deutschland
- 05 Deutschland in der Welt
- 06 Deutschland in der Welt/  
T&T Competitiveness Index
- 07 Deutschland in Europa
- 08 Incoming in Deutschland –  
Kennziffern
- 09 Hotelpreise in Europa und  
Deutschland/Quellregionen  
des Incoming-Tourismus
- 10 Incoming – Bedeutung und  
Verteilung/Saisonalität
- 11 Unterkunftskapazitäten/  
Unternehmensformen
- 12 Städtetourismus
- 13 Quellmärkte des Incoming-  
Tourismus/Flughäfen
- 14 Geschäftsreisen/  
Messen und Kongresse
- 15 Geschäftsreiseziele der  
Europäer/Geschäftsreisearten
- 16 Reisegründe der Europäer/  
Urlaubsakzente
- 17 Verkehrsmittel/Modalsplit/  
Angebotszufriedenheit
- 18 Barrierefreiheit/Quellmärkte  
Nordwest-, Südwesteuropa
- 19 Quellmärkte Nordost- und  
Südosteuropa
- 20 Reiseorganisation/  
Quellmärkte Amerika/Israel
- 21 Quellmarkt USA
- 22 Quellmarkt Asien/  
Tax-Free-Einkauf
- 23 Sonstige Quellmärkte/  
DZT-Wachstumsprognose



## Einführung

Zum Germany Travel Mart (GTM) 2011 in Köln/Bonn erscheint nun schon zum neunten Mal eine zusammenfassende Darstellung wichtiger Zahlen, Daten und Fakten 2010 zum Incoming / Inbound Tourismus nach Deutschland. Diese Publikation soll die Partner der DZT kontinuierlich und zeitnah jährlich über die wichtigsten Marktforschungsergebnisse des jeweils abgelaufenen Tourismusjahres komprimiert informieren.

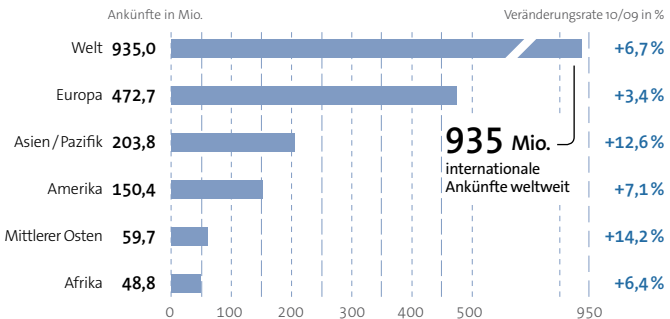
Die vorliegende Ausgabe basiert auf Studien der UNWTO, EUROSTAT, des WEF und der DZT Unternehmensplanung u. a. vom World Travel Monitor, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, Angaben des Statistischen Bundesamtes sowie internationaler und nationaler Verbände touristischer Leistungsträger.

### Welttourismus 2010

Quelle: UNWTO 2011 (1)

In 2010 weltweit wieder Zunahme der Ankünfte nach der Krise um + 7 Prozent

Asien und Mittlerer Osten sind die Zielmärkte mit größtem Wachstum internationaler Reisen



Wachstums-Prognose 2011 weltweit: **+4% bis +5%**

## Wachstumsprognose Welttourismus

Quelle: UNWTO 2011 (1)

## Wachstumsprognose Welttourismus 2020

Tourismus ist eine der weltweiten Wachstumsbranchen der Zukunft mit einem prognostizierten Wachstum von jährlich rund 3 Prozent nach Europa

	Ankünfte in Mio 1995	Ankünfte in Mio 2010	Ankünfte in Mio 2020*	Jährliches Wachstum % 1995–2020	Marktanteile % 1995	Marktanteile % 2020*
<b>Europa</b>	<b>336,0</b>	<b>472,7</b>	<b>717,0</b>	<b>3,1</b>	<b>59,8</b>	<b>45,9</b>
Amerika	110,0	150,4	282,0	3,8	19,3	18,1
Ostasien/Pazifik	81,0	192,8	397,0	6,5	14,4	25,4
Afrika	20,0	48,8	77,0	5,5	3,6	5,0
Mittlerer Osten	14,0	59,7	69,0	6,7	2,2	4,4
Südasiens	4,0	11,0	19,0	6,2	0,7	1,2
<b>Welt</b>	<b>565,0</b>	<b>935,0</b>	<b>1.561,0</b>	<b>4,1</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



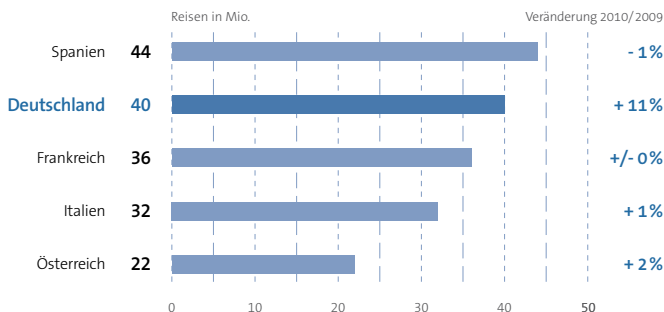
2010: **+6,7%** weltweit **+3,4%** Europa

## Internationales Reiseziel Deutschland

Quelle: DZT/WTM 2011 (5)

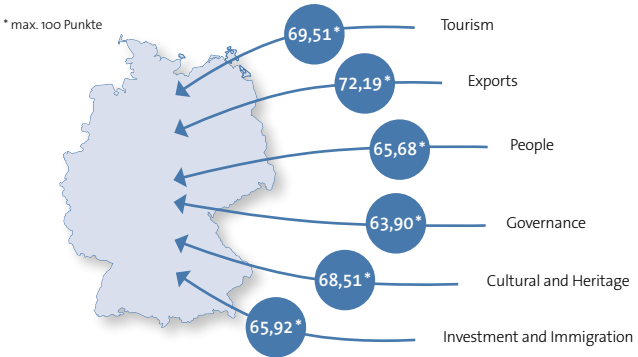
## Deutschland steht als Reiseziel der Europäer 2010 erstmals auf Platz zwei hinter Spanien

Deutschland mit höchster Wachstumsrate unter den TOP 5-Destinationen der europäischen Reisenden weltweit



## Deutschland weltweit auf Platz 2

Standort Deutschland nachfrageseitig auf Platz 2 von weltweit 50 Nationen – nachhaltiger Erfolg seit der WM 2006. Tourismus einer von sechs wichtigen Standortfaktoren für das Image von Nationen



## Deutschland unter den TOP 10 von 50 weltweiten Zielmärkten

Große Quell- und Zukunftsmärkte für das Reiseland Deutschland mit exzellenten Bewertungen

Image Kultur	Rang Deutschland	Image Tourismus	Rang Deutschland
<b>Deutschland gesamt</b>	<b>4</b>	<b>Deutschland gesamt</b>	<b>9</b>
USA	3	Russland	5
Russland	3	China	6
China	3	Indien	6
Frankreich	5	Japan	7
Indien	6	Brasilien	8

## Deutschland in der Welt

Quelle: Anholt-GfK Roper Nation-Brands-Index 2010 (7)

Nachhaltigkeit der Fußball-WM und sportliche Erfolge prägen das internationale Image genauso wie Museen, Design und Musik

Touristische und kulturelle Wortassoziationen: Deutschland wird weiterhin mit einer breiten Palette kultureller Aktivitäten verbunden

Anstrengend **Film** Erholsam **Faszinierend**  
**Lehrreich** Riskant **Modernes Design**  
 Langweilig **Museen** **Musik** Zirkus  
**Oper** Romantisch **Skulptur** Spirituell  
**Spannend** **Sport** Pop-Videos  
 Deprimierend **Straßenumzüge**

## T&amp;T Competitiveness Index

Quelle: World Economic Forum 2011 (3)

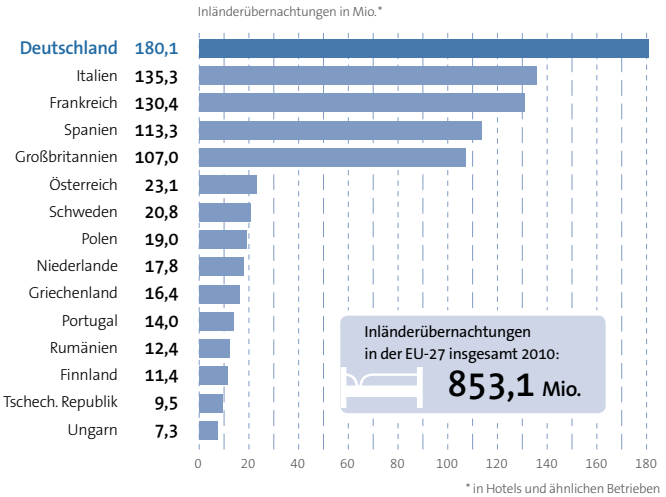
## Travel &amp; Tourism Competitiveness Index 2011

Deutschland angebotsseitig auf Platz 2 im weltweiten Vergleich von 139 Staaten

Land	2011		2009	
	Rang (139 Länder)	Index-Wert	Rang (133 Länder)	
Schweiz	1	5,68	1	
<b>Deutschland</b>	<b>2</b>	<b>5,50</b>	<b>3</b>	
Frankreich	3	5,41	4	
Österreich	4	5,41	2	
Schweden	5	5,34	7	
USA	6	5,30	8	
Großbritannien	7	5,30	11	
Spanien	8	5,29	6	
Kanada	9	5,29	5	
Singapur	10	5,23	10	

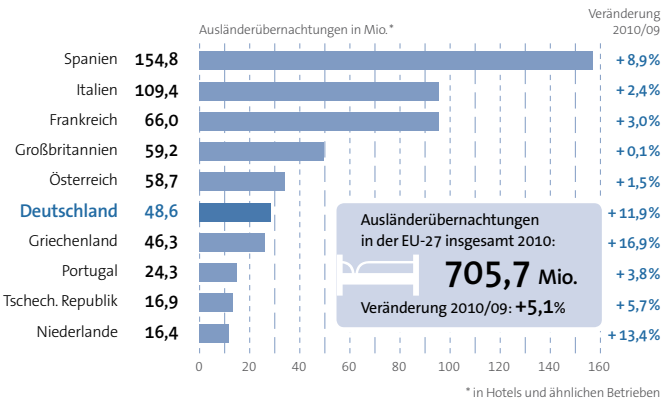
## Deutschland ist der größte touristische Binnenmarkt in der Europäischen Union

Deutschland mit einem Marktanteil von 21 Prozent auf Rang 1



## Deutschland hat einen Marktanteil von 7 Prozent an allen Ausländerübernachtungen in der EU

Deutschland auf Rang 6 bei Übernachtungen ausländischer Gäste mit überdurchschnittlicher Zuwachsrate



## Deutschland

Hauptstadt		Berlin
Bundesländer		16
Flächenländer		13
Stadtstaaten		3
Mitglied der UNWTO (ehemals WTO)		seit 1976
Fläche (1.000 qkm)		357
Bevölkerung (Mio.)		82,1
Bruttoinlandsprodukt 2010 (in Mrd. Euro)		2.497,6
BIP pro Kopf 2010 (in Euro)		30.421
BIP-Wachstum (preisbereinigt in %)	2008	+ 1,3
	2009	- 4,7
	2010	+ 3,6

**Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus<sup>1</sup>**

Gesamtwirtschaftlicher Produktionswert der Tourismusindustrie		185 Mrd. €
Wertschöpfung der Tourismusbranche		94 Mrd. €
Direkter Anteil am BIP* (Stand: 2004)		3,2%

**Internationale Ankünfte 2010**

Internationale Ankünfte in Mio. (Incoming)		26,9
Ankünfte per 100 Einwohner		33

**Deutschland-Tourismus 2010**

Übernachtungen aus dem Inland in Tsd.		320.024
Wachstum Inland		+ 2,0%
Übernachtungen aus dem Ausland in Tsd.		60.310
Wachstum Ausland		+ 10,0%
Übernachtungen insgesamt in Tsd.		380.334
Wachstum insgesamt		+ 3,2%
Bruttoumsätze durch Übernachtungsgäste in Deutschland <sup>5</sup>		53,0 Mrd. €

**davon Hotel/Pension**

Übernachtungen aus dem Inland in Tsd.		179.956
Übernachtungen aus dem Ausland in Tsd.		48.386
Übernachtungen insgesamt in Tsd.		228.342
Anzahl der Hotelbetten <sup>2</sup> (Stand: Juli 2010)		1.721.729
Auslastung der Hotelzimmer <sup>6</sup>	(2009: 59,9%)	63,4%

**Outgoing Tourismus 2010<sup>3</sup>**

Reisen der Deutschen in Tsd.		308.300
davon ins Ausland in Tsd.		72.000
Urlaubsauslandsreisen per 100 Einwohner		62

**Incoming aus Europa 2010<sup>3</sup>**

Deutschlandreisen der Europäer in Tsd.		40.000
Ausgaben für die Deutschlandreise	pro Reise/Person: 497 €	pro Nacht/Person: 84 €
Aufenthaltsdauer in Deutschland (Durchschnitt)		6,3 Nächte

**Tourismusbilanz 2010<sup>4</sup>**

Reiseausgaben	(10/09: + 0,7%)	58,6 Mrd. €
Reiseeinnahmen	(10/09: + 5,3%)	26,2 Mrd. €
Internationale Tourismusbilanz	(10/09: - 2,7%)	- 32,4 Mrd. €

**Reiseausgaben der Deutschen im Inland 2010<sup>3</sup> 66,7 Mrd. €**

<sup>1</sup> GWS im Auftrag des BMWA 2003, TSA-Basisjahr 2000 <sup>2</sup> In Hotels, Hotels garnis, Gasthöfen, Pensionen (nach Statistisches Bundesamt) <sup>3</sup> DZT/WTM 2011 (5) <sup>4</sup> Deutsche Bundesbank, April 2011 <sup>5</sup> DWIF, München 2010

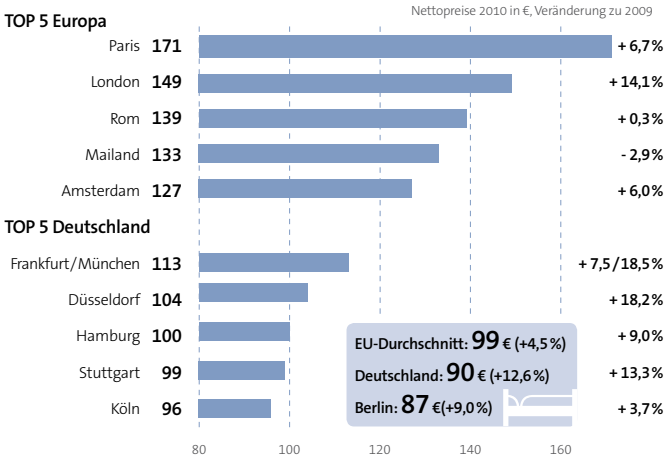
<sup>6</sup> IHA/STR Global 2011 \* ohne Geschäftsreisen, VFR-Reisen, Öffentliche Investitionen

## Hotelpreise in Europa und Deutschland

Quelle: IHA/STR Global 2011 (10)

International punktet Deutschland mit einem sehr guten Preis-/Leistungsverhältnis im Hotelbereich

Durchschnittliche Zimmerpreise in europäischen und deutschen Städten

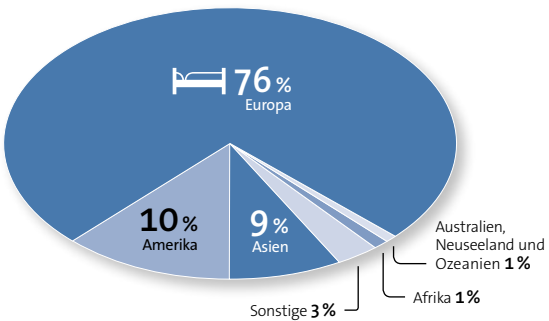


## Quellregionen des Incoming-Tourismus

Quelle: Statistisches Bundesamt 2011(4)

Verteilung der Übernachtungen nach Kontinenten in Prozent in Deutschland

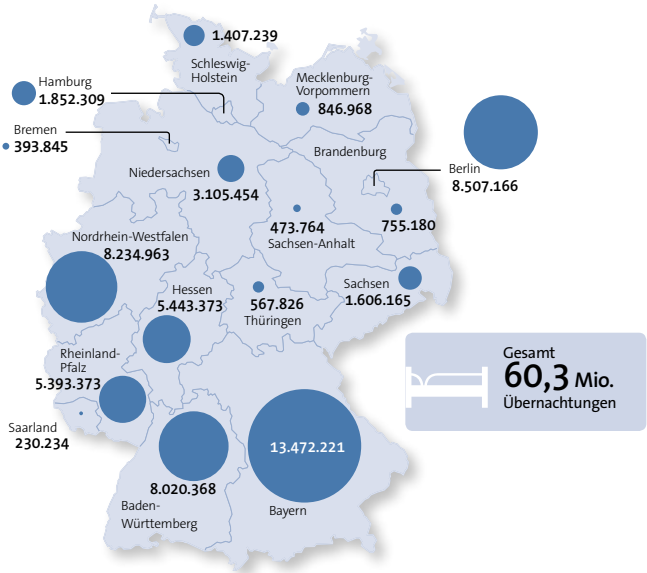
Europa mit einem Wachstum von + 8,9% in 2010 weiterhin wichtigste Quellregion. Asien vergrößert Marktanteil



Incoming – Bedeutung und Verteilung

Quelle: Statistisches Bundesamt 2011 (4)

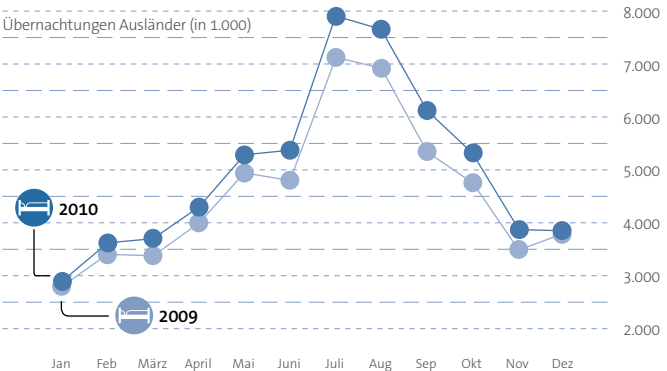
Ausländerübernachtungen 2010 in Deutschland nach Bundesländern



Saisonalität

Quelle: Statistisches Bundesamt 2011 (4)

Saisonale Verteilung der Ausländerübernachtungen im Incoming in Deutschland



## Unterkunftskapazitäten

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4) <sup>1</sup> Stand: Juli 2010

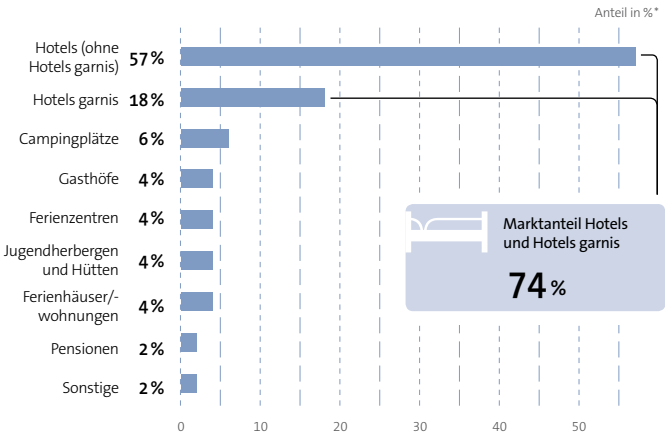
### Kapazitäten nach Betrieben in Deutschland 2010

Betriebsart	Geöffnete Betriebe <sup>1</sup>	Beherbergungskapazität Anteil in %*
Hotels (ohne Hotels garnis)	13.487	24,4
Hotels garnis	8.033	14,5
Gasthöfe	8.893	16,1
Pensionen	5.530	10,0
<b>Klassisches Beherbergungsgewerbe</b>	<b>35.943</b>	<b>65,0</b>
Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime	2.651	4,8
Ferienzentren	113	0,2
Ferienhäuser,- wohnungen	10.852	19,6
Hütten, Jugendherbergen	1.897	3,4
Campingplätze	2.952	5,3
Vorsorge- und Reha-Kliniken	907	1,6
<b>Alle Betriebe</b>	<b>55.315</b>	<b>100,0</b>

## Unterkunftsformen

Quelle: Statistisches Bundesamt 2011 (4)

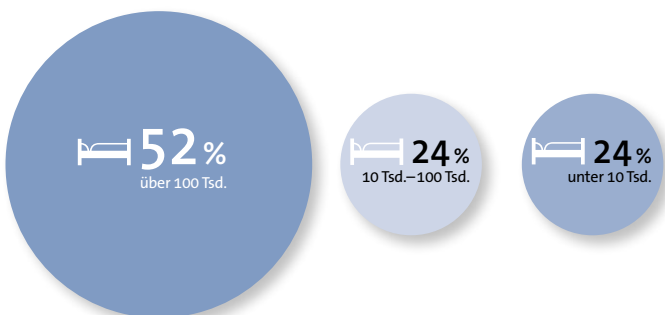
### Übernachtungen von Ausländern nach Unterkunftsform 2010 in Deutschland



\* Abweichungen rundungsbedingt

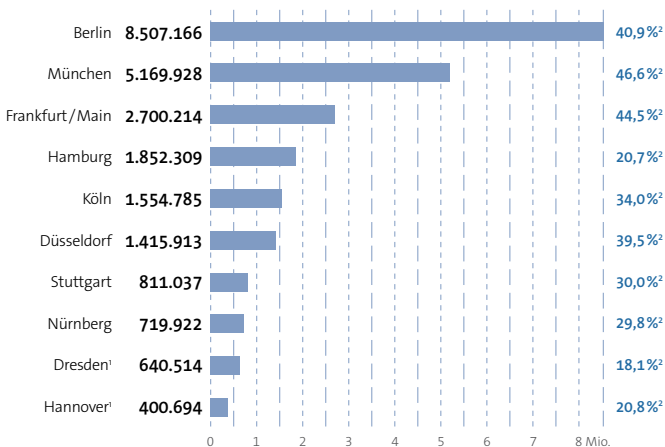
## Verteilung der Ausländerübernachtungen auf Städte nach Grössenklassen 2010 in Deutschland

52% der Ausländerübernachtungen finden in Städten mit über 100 Tsd. Einwohnern statt



## Top-Städte in Deutschland 2010 (Übernachtungen)

Die wichtigsten 10 Städte haben einen Marktanteil von fast 40% an allen Übernachtungen von ausländischen Gästen in Deutschland

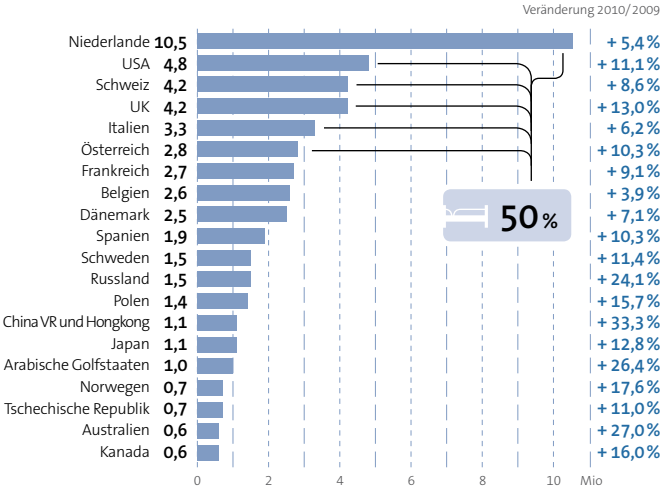


Quellmärkte des Incoming-Tourismus

Quelle: Statistisches Bundesamt 2011 (4)

Top 20-Quellmärkte für Deutschland nach Übernachtungen 2010

Die Niederlande als Quellmarkt Nr. 1 für Deutschland weit vorne

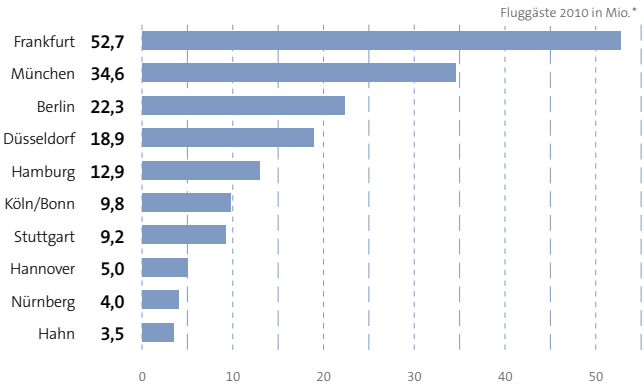


Flughäfen

Quelle: ADV 2011 (13)

Das Verkehrsaufkommen der internationalen Flughäfen in Deutschland steigt 2010 um +4,7 Prozent

Auf die TOP 10 Flughäfen entfallen 91 Prozent des Passagierolumens von 189 Mio.



\* ohne Transitverkehr

## Geschäftstourismus / -reisen im Deutschland-Tourismus

Überblick über die Marktsegmente

## Geschäftsreisen (mit Übernachtung)

72,5 Mio. Inland <sup>1</sup>Umsatz **39,0** Mrd. € <sup>1</sup>10,7 Mio. aus Europa <sup>2</sup>Umsatz **7,5** Mrd. € <sup>2</sup>1,4 Mio. aus Übersee <sup>2\*</sup>Umsatz **5,0** Mrd. € <sup>2\*</sup>Tagesgeschäftsreisen (TGR) <sup>3</sup>

315,4 Mio. Klassische TGR

122,6 Mio. Teilnehmer Seminare/Schulungen

59,4 Mio. Teilnehmer Tag/Kongresse

42,7 Mio. Teilnehmer Messen/Ausstellungen

540 Mio. Gesamt Inland

Umsatz **14,0** Mrd. €Gesamtumsatz **66** Mrd. €<sup>1</sup> Quelle: DZT/TNS-Infratest<sup>2</sup> Quelle: DZT/IPK <sup>3</sup> Quelle: BMWI/DWIF

\* Schätzwert

## Angebot im Messewesen / Aussteller

Stand: 1.1.2011

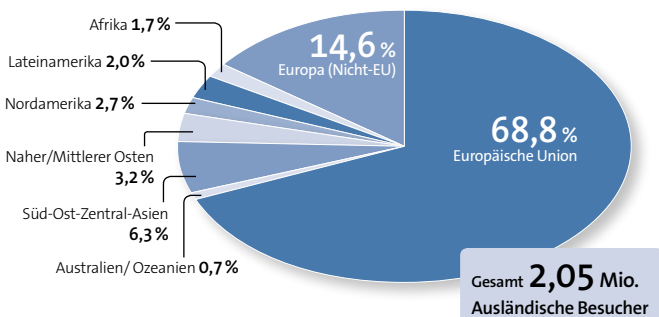
Die sechs größten Messe- und Ausstellungsgelände 2010 in Deutschland sind:

Ort	Halle (brutto in qm)	Freifläche (brutto in qm)	Rang weltweit
Hannover	495.265	58.070	1
Frankfurt/Main	345.697	95.721	4
Köln	284.000	100.000	5
Düsseldorf	262.704	43.000	6
München	180.000	360.000	18
Berlin	160.000	100.000	20

Quelle: AUMA 2011 (8)

## Messeplatz Deutschland

Ausländische Besucher 2009 / AUMA-Kategorie überregionale Messen

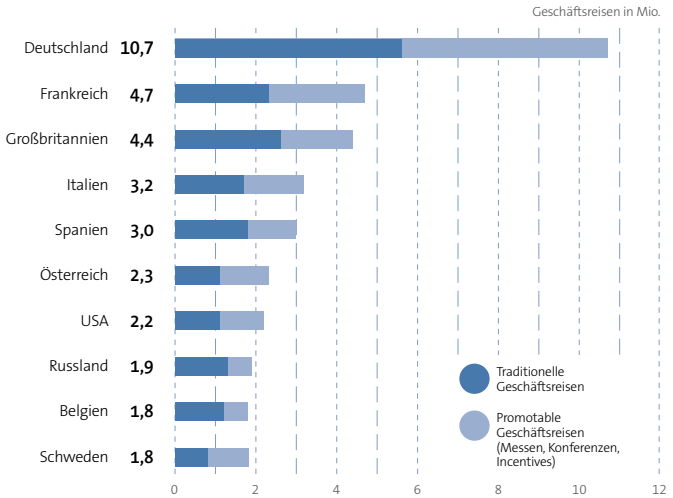


Quelle: AUMA 2010 (8)

## Geschäftsreiseziele der Europäer

Quelle: DZT / WTM 2011 (5)

### Deutschland ist der Spitzenreiter unter den TOP 10-Geschäftsreisezielen von Europäern



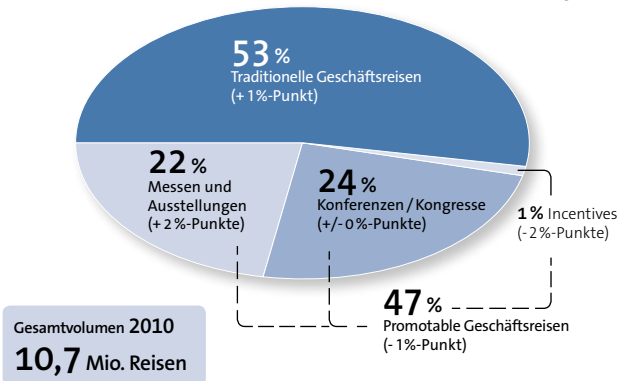
## Geschäftsreisearten

Quelle: DZT / WTM 2011 (5)

### Geschäftsreisearten bei den Geschäftsreisen der Europäer nach Deutschland 2010

Fast 50% Promotable Geschäftsreisen

Anteil (Veränderung zu 2009)



Reisegründe der Europäer

Quelle: DZT/WTM 2011 (5)

## Reisezweck der Europäer bei Reisen ins Ausland und nach Deutschland 2010

Deutschland hat überproportionale Anteile im internationalen Geschäftsreisemarkt und generiert steigende Nachfrage im Freizeitbereich

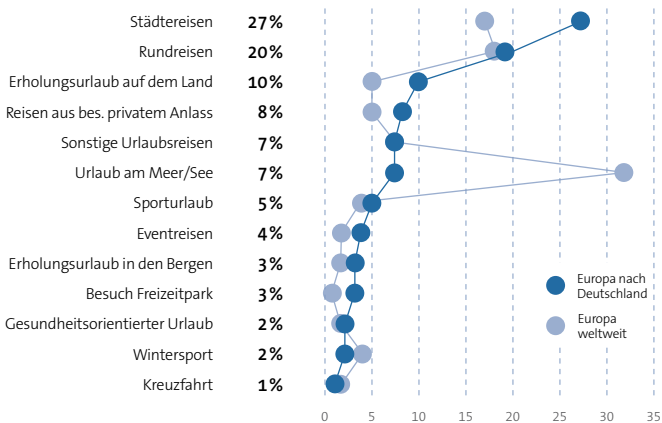
Reisezweck	Europa 2010 in Mio.*	Deutschland 2010 in Mio.*	Europa 2010 Anteil*	Deutschland 2010 Anteil*
Urlaubsreisen	286,7	21,4	71,6%	53,8%
Kurzurlaub 1-3 Nächte	63,9	9,4	16,0%	23,6%
Langurlaub 4+ Nächte	222,8	12,0	55,6%	30,2%
Verwandten- /und Bekanntenbesuche (VFR)	23,8	3,9	5,9%	9,8%
Sonstige Reisen	32,0	4,0	8,0%	10,1%
Geschäftsreisen	58,0	10,7	14,5%	26,9%
<b>Alle Reisen</b>	<b>400,6</b>	<b>39,8</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Urlaubsakzente

Quelle: DZT/WTM 2011 (5)

## Ranking der Motivation von Urlaubsreisen der Europäer nach Deutschland 2010

Deutschland hat seine Stärken 2010 bei den Städte- und Rundreisen



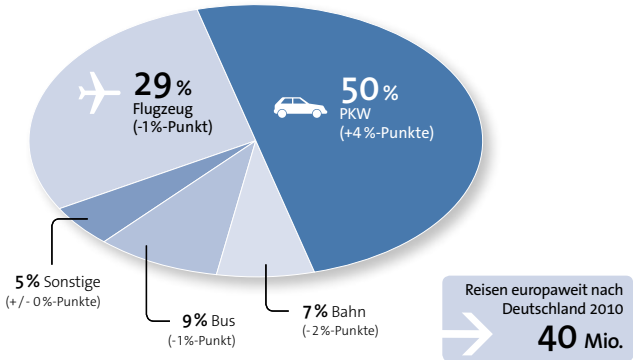
Verkehrsmittel/Modalsplit

Quelle: WTM 2011 (5)

## PKW und Flugzeug sind die wichtigsten Verkehrsmittel bei Reisen der Europäer nach Deutschland

Alle Reisen europaweit nach Deutschland 2010: 40 Mio.

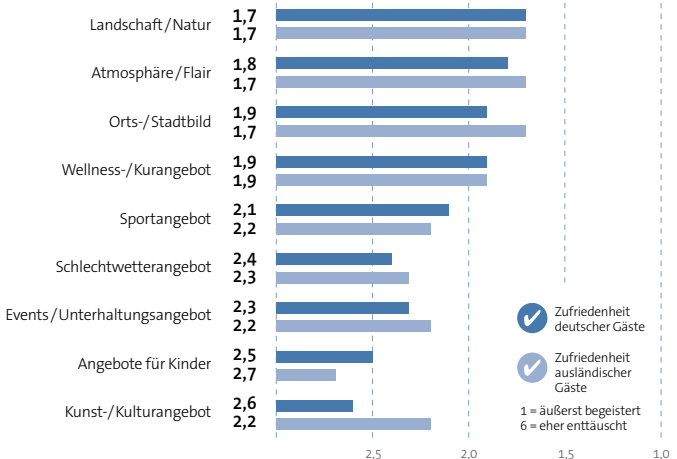
Anteil (Veränderung zu 2009)



Angebotszufriedenheit

Quelle: DZT/ERV 2011 (14), gerundete Werte

## Zufriedenheit der Gäste mit einzelnen Angebotsaspekten in deutschen Urlaubsdestinationen

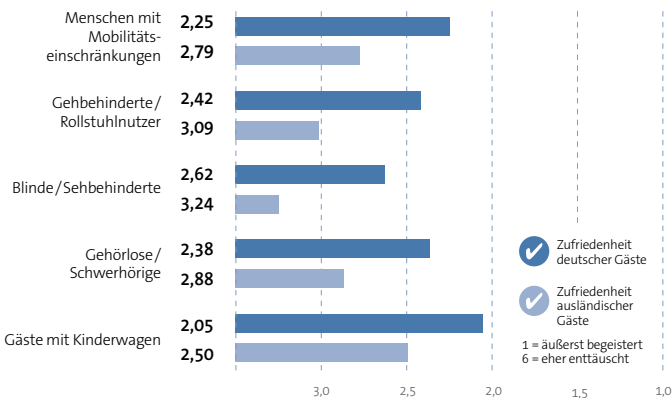


Barrierefreiheit

Quelle: DZT/ERV 2009 (14), gerundete Werte

## Gute bis befriedigende Benotung der Barrierefreiheit aus dem In- und Ausland

War Ihr Urlaub barrierefrei?




Quellmärkte Nordwest-, Südwesteuropa

Quelle: Statistisches Bundesamt 2011 (4), DZT 2010 (6)

## Quellmärkte Nordwest- und Südwesteuropa

Mit insgesamt 30,3 Mio. Übernachtungen in 2010 haben die Quellmärkte Nord- und Süd-Westeuropa einen Anteil von 50% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland

Quellmärkte	Übernachtungen 2010	Prognose ÜN 2020*	Einwohner Mio. <sup>1</sup>
<b>Nordwesteuropa</b>	<b>18.142.074</b>	<b>21.200.000</b>	<b>94,4</b>
Niederlande	10.483.114	11.000.000 bis 13.300.000	16,7
UK und Rep. Irland	4.512.029	4.300.000 bis 5.400.000	66,5
Belgien	2.639.425	2.700.000 bis 4.000.000	10,7
Luxemburg	507.506	800.000	0,5
<b>Südwesteuropa</b>	<b>12.147.646</b>	<b>18.200.000</b>	<b>175,6</b>
Schweiz	4.186.422	4.200.000 bis 7.100.000	7,6
Italien	3.295.849	5.100.000	60,1
Frankreich	2.735.869	3.600.000	62,6
Spanien	1.929.506	3.800.000	45,3
<b>Summe</b>	<b>30.289.720</b>	<b>39.400.000</b>	<b>270,0</b>


**Ausländerübernachtungen**  
 2010: **30,3 Mio.**    2020: **39,4 Mio.**


Quellmärkte Nordosteuropa

Quelle: Statistisches Bundesamt 2011 (4), DZT 2010 (6)

## Quellmärkte Nordosteuropa/Russland

Die Quellmärkte Nordosteuropa/Russland halten mit 8,5 Mio. Übernachtungen 2010 einen Anteil von 14 % an allen Auslandsübernachtungen in Deutschland

Quellmärkte	Übernachtungen 2010	Prognose ÜN 2020*	Einwohner Mio. <sup>1</sup>
<b>Nordosteuropa/ Russland</b>	<b>8.497.163</b>	<b>10.800.000</b>	<b>210,2</b>
Dänemark	2.528.220	2.600.000 bis 3.800.000	5,5
Schweden	1.514.850	1.600.000 bis 1.800.000	9,3
Russland	1.486.471	2.000.000	140,4
Polen	1.380.549	1.600.000	38,0
Norwegen	733.407	900.000	4,9
Finnland	574.818	900.000	5,3
Baltische Staaten	278.848	500.000	6,8

 **Ausländerübernachtungen**  
2010: **8,5 Mio.**      2020: **10,8 Mio.**


Quellmärkte Südosteuropa

Quelle: Statistisches Bundesamt 2011 (4), DZT 2010 (6)

## Quellmärkte Südosteuropa

Mit insgesamt 4,4 Mio. Übernachtungen 2010 haben die Quellmärkte in Südosteuropa einen Anteil von rund 7% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland

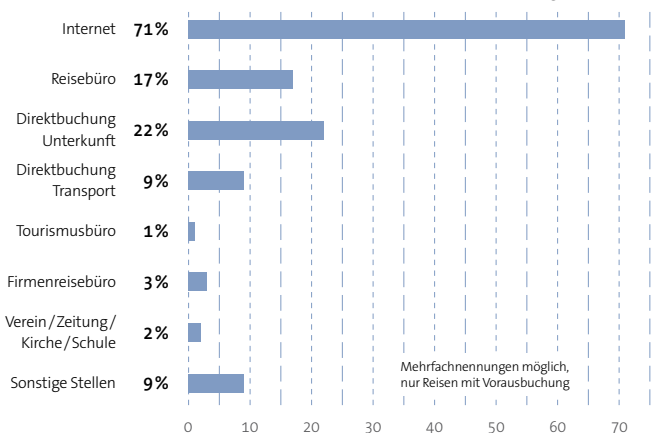
Quellmärkte	Übernachtungen 2010	Prognose ÜN 2020*	Einwohner Mio. <sup>1</sup>
<b>Südosteuropa</b>	<b>4.400.570</b>	<b>6.300.000</b>	<b>36,3</b>
Österreich	2.838.779	2.900.000 bis 4.470.000	8,4
Tschechische Republik	672.257	780.000	10,5
Ungarn	510.219	550.000	10,0
Slowakische Republik	220.444	720.000	5,4
Slowenien	158.871	580.000	2,0

 **Ausländerübernachtungen**  
2010: **4,4 Mio.**      2020: **6,3 Mio.**

## Buchungsstellen/-kanäle bei Reisen von Europäern nach Deutschland

Die Multichanneling-Strategie ist im internationalen Wettbewerb für Deutschlandreisen ein Muss.

Anteil Buchungsstellen in % (2010)




## Quellmärkte Amerika /Israel

Quelle: Statistisches Bundesamt 2011 (4), DZT 2010 (6)

## Quellmärkte Amerika, Israel

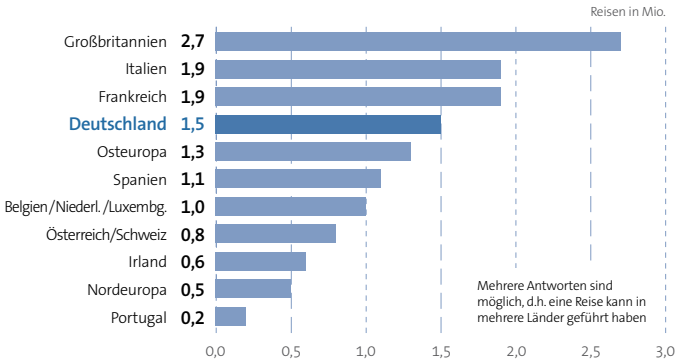
Mit rund 7 Mio. Übernachtungen 2010 haben die Quellmärkte in Amerika und Israel einen Anteil von 11% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland. Die USA sind mit 4,8 Mio. Übernachtungen 2010 der wichtigste Überseemarkt

Quellmärkte	Übernachtungen 2010	Prognose ÜN 2020*	Einwohner Mio. <sup>1</sup>
<b>Amerika/Israel</b>	<b>6.855.397</b>	<b>8.300.000</b>	<b>941,8</b>
USA	4.769.373	5.900.000	317,6
Kanada	579.401	850.000	33,9
Brasilien	482.319	830.000	195,4
<b>Mittel-/Südamerika</b>	<b>519.098</b>	<b>k.A.</b>	<b>583,0</b>
<b>Amerika gesamt</b>	<b>6.350.191</b>	<b>7.600.000</b>	<b>934,5</b>
<b>Israel</b>	<b>505.206</b>	<b>700.000</b>	<b>7,3</b>

 Ausländerübernachtungen  
2010: **6,9 Mio.**      2020: **8,3 Mio.**

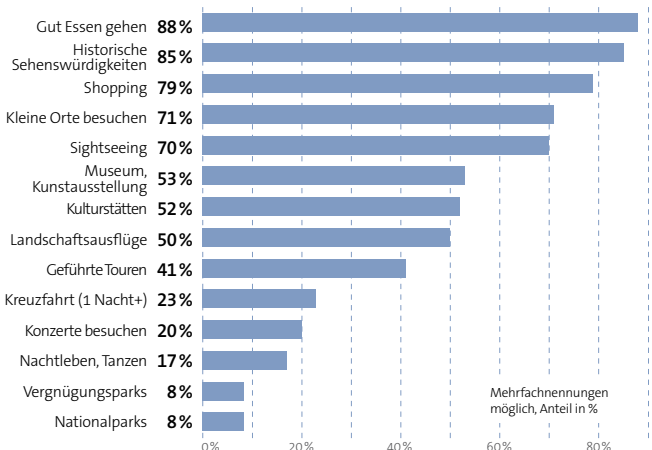
## Hauptreiseziele der US-Amerikaner in Europa

Gesamtreisevolumen aus den USA nach Europa 2009: 10,6 Mio. Reisen



## Gutes Essen, Sehenswürdigkeiten und Shopping sind die Hauptaktivitäten von US-Urlaubern in Deutschland

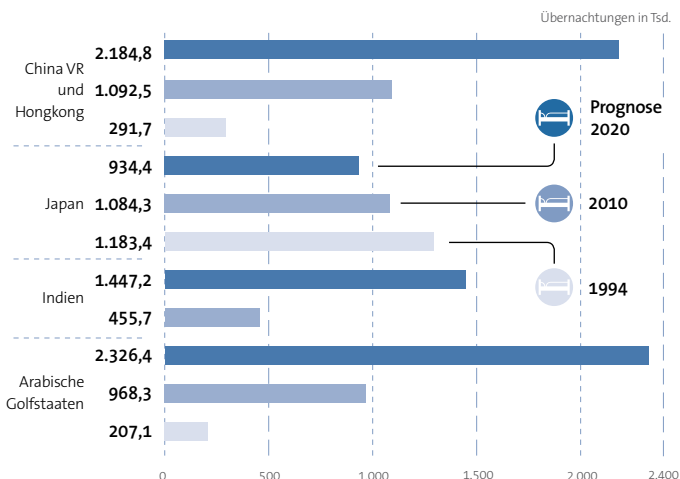
Urlaubsaktivitäten in Deutschland (US-amerikanische Auslandsreisende)



## Quellmarkt Asien

Quelle: Statistisches Bundesamt 2011 (4), DZT 2010 (6)

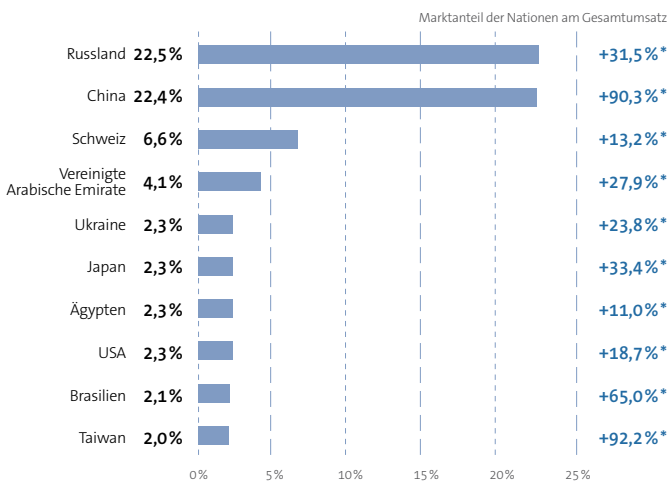
## China wird für Deutschland mittelfristig der wichtigste Quellmarkt in Asien



## Tax-Free-Einkauf

Quelle: Global Blue 2011 (12)

## Russland, China und die Schweiz gehören zu den umsatzstärksten Quellmärkten beim Tax-Free-Einkauf in Deutschland



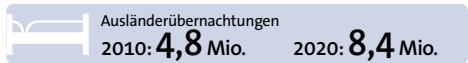
Sonstige Quellmärkte

Quelle: Statistisches Bundesamt 2011 (4), DZT 2010 (6)

## Quellmärkte Asien, Australien und Afrika

Mit rund 4,8 Mio. Übernachtungen in 2010 haben die Quellmärkte in Asien, Australien und Afrika einen Anteil von rund 8% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland

	Übernachtungen 2010	Prognose ÜN 2020*	Einwohner Mio. <sup>1</sup>
<b>Asien/Australien/Afrika</b>	<b>4.755.553</b>	<b>8.400.000</b>	<b>2.876,5</b>
China VR und Hongkong	1.092.470	2.200.000	1.361,8
Japan	1.084.285	900.000	127,0
Arabische Golfstaaten	968.336	2.300.000	39,2
Australien, Neuseeland und Ozeanien	710.952	900.000 <sup>2</sup>	35,0
Indien	455.655	1.500.000	1.214,5
Südkorea	294.829	600.000	48,5
Südafrika	149.026	k.A.	50,5



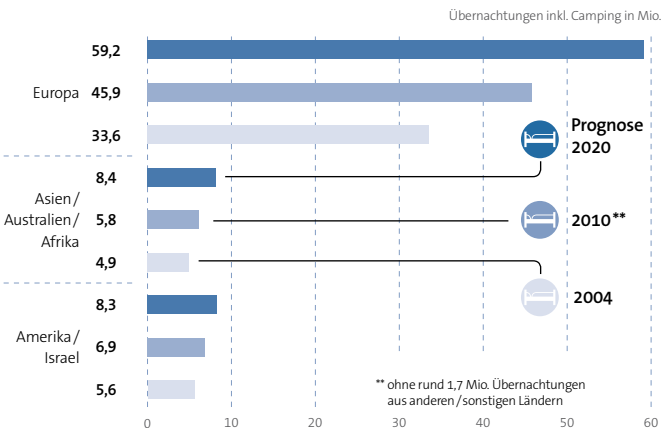
<sup>1</sup> Daten 2010 <sup>2</sup> nur Australien

DZT-Wachstumsprognose

Quelle: Statistisches Bundesamt 2011 (4), DZT 2010 (6)

## Wachstumsprognose 2020 der DZT

Mit erfolgreichem Marketing kann Deutschland 2020 70–80 Mio. Übernachtungen aus dem Ausland erzielen



\* Abweichungen rundungsbedingt

## Deutsche Zentrale für Tourismus

Die Deutsche Zentrale für Tourismus mit Sitz in Frankfurt am Main plant, koordiniert und realisiert im Auftrag der Bundesregierung seit mehr als 60 Jahren die Marketing- und Vertriebsaktivitäten für das Reiseland Deutschland im Ausland.

Zu den Zielen der DZT mit ihren 6 Regionalmanagements und ihren 29 Auslandsvertretungen/Marketing- und Vertriebsagenturen gehören die

- Stärkung des Wirtschaftsfaktors Deutschland
- Steigerung des Reiseaufkommens nach Deutschland
- Erhöhung der touristischen Exporte.

Als eingetragener Verein arbeitet die DZT nicht gewinnorientiert und verpflichtet sich zu Transparenz und Effizienz.

### Quellennachweis

- |  |   |
|--|---|
| 1 UNWTO World Tourism Organization, World Tourism Barometer 1/2011, Madrid 2011            | 9 Meeting- und Event Barometer des EITW im Auftrag von EVVC, GCB, DZT; Wernigerode 2009, 2010                   |
| 2 EUROSTAT, Luxemburg 2011   | 10 IHA/STR Global, Berlin 2011  |
| 3 World Economic Forum, Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, Genf 2011            | 11 Statistische Landesämter 2011  |
| 4 Statistisches Bundesamt, Jahresberichte und Monatsberichte 1995 bis 2010, Wiesbaden 2011 | 12 Global Blue Deutschland, Düsseldorf 2011   |
| 5 DZT/IPK-International, World Travel Monitor/In-Flight-Survey, Malta 2010, 2011, USA 2010 | 13 ADV, Berlin 2011   |
| 6 DZT-Marktforschung, Frankfurt 2010, 2011   | 14 DZT/Europäische Reiseversicherung AG, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, Frankfurt, München 2009 – 2011 |
| 7 DZT/Anholt-GfK Roper Nation-Brands-Index 2010, USA 2011                                  |   |
| 8 AUMA, Messe-Trend, Kennzahlen, Berlin 2011   |   |

### Bildnachweis

- Seite 2: © DZT / Jim McDonald;  
Seite 3: © DZT / Beethovenfest Bonn

### Impressum

Herausgeber:

**Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)**

Beethovenstraße 69

60325 Frankfurt/Main

www.germany.travel

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Technologie

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

**Deutschland**  
Das Reiseland

