

EDITION 2007

Incoming – Tourismus Deutschland



**ZAHLEN – FAKTEN –
DATEN 2006**

www.deutschland-tourismus.de
Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.



Deutschland



1. Einführung/Leitlinien	3
2. Welttourismus 2006	4
3. Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus	5
4. Wachstumsprognosen für Europa/ Internet-Nutzung in Europa	6
5. Transportarten/Hotelpreise in Europa	7
6. Incoming in Deutschland	8
7. Incoming – Bedeutung und Verteilung	9
8. Saisonale Verteilung/ UnterkunftsKapazitäten	10
9. Unterkunftsformen/Camping	11
10. Städtetourismus	12
11. Geschäftsreisen	13
12. Quellmärkte des Incoming-Tourismus	14
13. Reiseanlässe der Europäer	15
14. Urlaubsakzente der Europäer	16
15. Quellmärkte Nordwest-, Südwest- und Nordosteuropa	17
16. Quellmärkte Südosteuropa/ Reiseorganisation	18
17. Quellmärkte Amerika/Israel	19
18. Quellmarkt USA	20
19. Quellmarkt Asien	21
20. Sonstige Quellmärkte/ T & TC-Index	22
21. Deutschland in der Welt/ DZT-Wachstumsprognose	23

IMPRESSUM

Herausgeber:
Deutsche Zentrale für
Tourismus e. V. (DZT)
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0) 69/97464-0
Telefax: +49 (0) 69/751903
E-Mail: mafo@d-z-t.com
www.deutschland-tourismus.de
Grafik: Querformat, Ffm
Druck: Dreieich-Druck
Langen / Hessen
Bildnachweis:
J. Keute / DZT Titel;
M. Dlouhy / DZT S. 2;
Stadt Bochum Presseamt / DZT S. 2;
K.+D. Lehnartz / DZT S. 3;
Torsten Krüger DZT S. 3

3 (D) 2007

EINLEITUNG

Nun schon im fünften Jahr erscheint zum Germany Travel Mart (GTM) 2007 in Berlin/Potsdam eine zusammenfassende Darstellung wichtiger Zahlen, Fakten und Daten 2006 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.

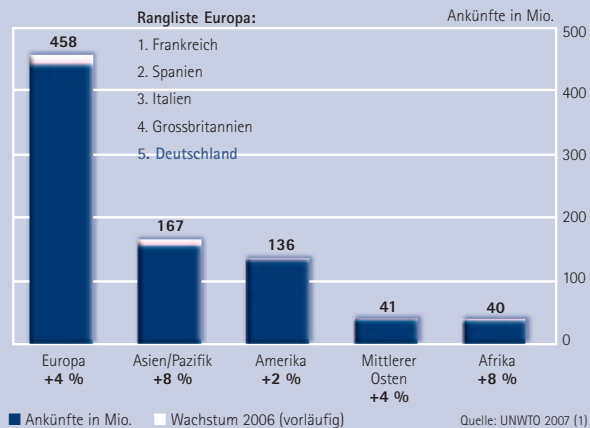
Die vorliegende Ausgabe basiert auf Studien der UNWTO, des WTTC und der DZT-Unternehmensplanung u.a. vom World Travel Monitor, TNS-Infratest, F.U.R., Angaben des Statistischen Bundesamtes sowie internationaler und nationaler Verbände touristischer Leistungsträger.

10 STRATEGISCHE LEITLINIEN FÜR DEN DEUTSCHLAND TOURISMUS

- 1 – Image des Reiselandes Deutschland stärken
- 2 – Wachstum des Tourismus auf Weltniveau erzielen
- 3 – Vernetzung und touristischer Ausbau Flug, Bahn und Straße
- 4 – Sicherung des Geschäftsreisestandorts Nr. 1 in Europa
- 5 – Herausforderungen der Soziodemografie international meistern
- 6 – Kulturstandort Deutschland touristisch nutzen und entwickeln
- 7 – Gesundheitstourismus vor allem national ausbauen
- 8 – Aufgrund Klimawandel Szenarien und Produkte entwickeln
- 9 – Internationalisierung der Städte und Regionen vorantreiben
- 10 – Multichanneling im Vertrieb weltweit nutzen

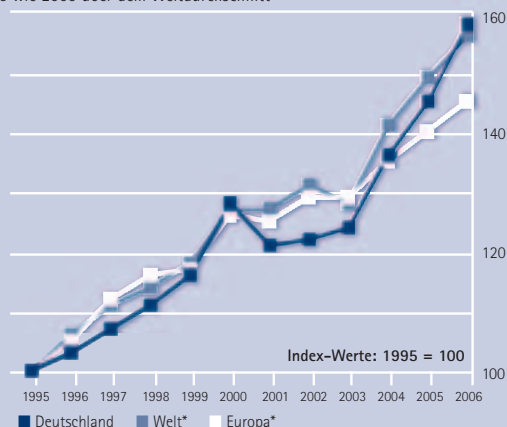
Quelle: DZT 2007 (6)

**LAUT UNWTO WURDEN 2006 842 MIO. (+ 4,5%)
INTERNATIONALE ANKÜNFTEN REGISTRIERT**



ENTWICKLUNG DER INTERNATIONALEN ANKÜNFTEN WELTWEIT, IN EUROPA UND DEUTSCHLAND

Deutschland legt seit 2003 deutlich an Dynamik zu und wächst 2006 wie 2000 über dem Weltdurchschnitt



BEITRAG DER TOURISMUSWIRTSCHAFT 2006

Indirekte und direkte Effekte des Tourismus

Rang	Land	Mrd. US-\$
1	USA	1.390,8
2	Japan	446,5
3	China	301,2
4	Deutschland	267,7
5	Frankreich	250,0
6	UK	212,8
7	Spanien	212,3
8	Italien	192,5
9	Kanada	131,8
10	Mexiko	118,4

Tourismus Satelliten Konto /
Tourism Satellite Account (TSA)

Die **Tourismuswirtschaft** (Tourismuswirtschaft bzw. -effekte im weitesten Sinne) zeigt den weitergehenden Einfluss der touristischen Nachfrage auf andere Bereiche der Volkswirtschaft, also alle Auswirkungen, die die touristische Nachfrage auf die jeweilige lokale oder nationale Volkswirtschaft hat (nachfrageseitige Betrachtung)

Quelle: TSA / WTC 2007 (2)

BEITRAG DER TOURISMUSINDUSTRIE 2006

Direkte Effekte des Tourismus

Rang	Land	Mrd. US-\$
1	USA	518,4
2	Japan	168,5
3	Frankreich	95,8
4	Spanien	81,6
5	Italien	81,6
6	UK	79,9
7	Deutschland	78,0
8	China	63,4
9	Mexiko	42,0
10	Kanada	41,5

Tourismus Satelliten Konto /
Tourism Satellite Account (TSA)

Die **Tourismusindustrie** (tourismustypischer Bereich) zeigt die engeren ökonomischen Wirkungen, insbesondere Güter und Dienstleistungen, die direkt für Besucher erstellt werden, wie Beherbergung und Transport (angebotsseitige Betrachtung)

Quelle: TSA / WTC 2007 (2)

BESCHÄFTIGTE/KAPITALINVESTITIONEN (KI) IN DER TOURISMUSWIRTSCHAFT 2006

Rang	Land	Beschäftigte in Mio.
1	China	77,6
2	Indien	24,3
3	USA	15,6
4	Indonesien	7,3
5	Japan	6,9
6	Brasilien	5,5
7	Mexiko	5,0
8	Russland	4,5
9	Deutschland	4,0
10	Thailand	3,8

Rang	Land	KI in Mrd. US-\$
1	USA	282,0
2	China	135,1
3	Japan	56,0
4	Spanien	48,1
5	UK	33,4
6	Frankreich	30,9
7	Italien	29,0
8	Deutschland	27,7
9	Australien	23,3
10	Südkorea	22,1

Quelle: TSA / WTC 2007 (2)

Quelle: TSA / WTC 2007 (2)

WACHSTUMSPROGNOSEN FÜR EUROPA

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

	Ankünfte in Mio. 1995	Ankünfte in Mio. 2010	Ankünfte in Mio. 2020	Jährliches Wachstum % 1995-2020	Markt- anteile 1995	Markt- anteile 2020
Europa	338,4	527,3	717,0	3,0	59,8	45,9
Amerika	108,9	190,4	282,3	3,9	19,3	18,1
Ostasien/ Pazifik	81,4	195,2	397,2	6,5	14,4	25,4
Afrika	20,2	47,0	77,3	5,5	3,6	5,0
Mittlerer Osten	12,4	35,9	68,5	7,1	2,2	4,4
Südasiens	4,2	10,6	18,8	6,2	0,7	1,2
Welt	565,4	1.006,4	1.561,1	4,1	100,0	100,0

Wachstum weltweit 2006: + 4,5 %

Quelle: UNWTO 2006 (1)

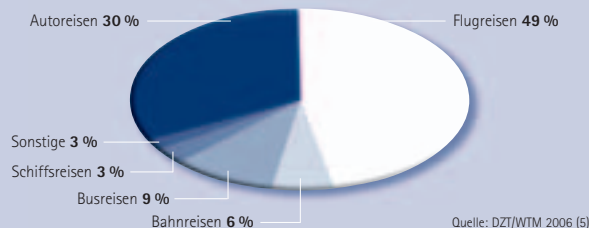
LÄNDER MIT DER HÖCHSTEN ZAHL AN INTERNET-NUTZERN IN EUROPA

Rang	Land	Anzahl User (Mio)	Anteil Verbreitung %
1	Deutschland	50,6	61,3
2	Großbritannien	37,6	62,3
3	Frankreich	30,8	50,3
4	Italien	30,8	51,7
5	Spanien	19,2	42,7
6	Polen	11,4	29,9
7	Niederlande	10,8	65,7
8	Portugal	7,8	73,8
9	Schweden	6,8	74,7
10	Belgien	5,1	48,5
Gesamt 1 bis 10		210,9	56,1
Europa gesamt		312,7	38,6

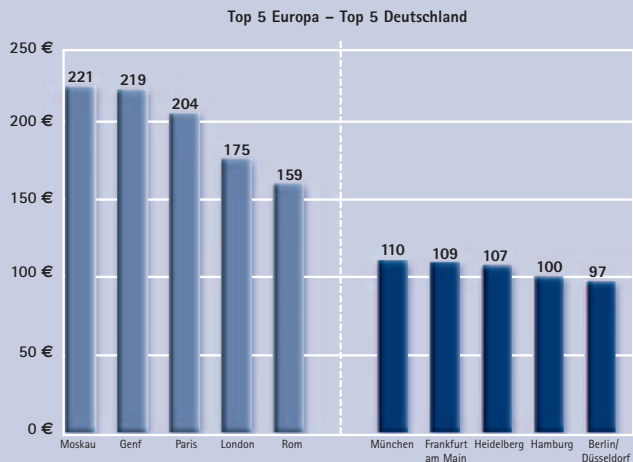
Quelle: Internet World Stats 2007 (12)

VERTEILUNG INTERNATIONALER REISEN DER EUROPÄER NACH TRANSPORTART 2006

„Luft“ und „Straße“ sind die dominierenden Kategorien bei Reisen in Europa. Auslandsreisen der Europäer 2006: 389 Mio.



DURCHSCHNITTLICHE ZIMMERPREISE IN EUROPÄISCHEN UND DEUTSCHEN STÄDTEN 2006



DEUTSCHLAND

Hauptstadt	Berlin
Bundesländer	16
davon:	
Flächenländer	13
Stadtstaaten	3
Mitglied der UNWTO (ehemals WTO)	seit 1976
Fläche (1.000 qkm)	357
Bevölkerung (Mio.)	82,7
Bruttoinlandsprodukt 2006 (in Mrd. Euro)	2.302,7
BIP pro Kopf 2006 (in Euro)	27.844
BIP-Wachstum (preisbereinigt in %)	
	2004 +1,2
	2005 +0,9
	2006 +2,5

Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus¹

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

Internationale Ankünfte 2006

Internationale Ankünfte in Tsd. (Incoming)	23.569
Ankünfte per 100 Einwohner	29

Deutschland-Tourismus 2006

Übernachtungen aus dem Inland in Tsd.	298.277
Wachstum Inland	+0,9 %
Übernachtungen aus dem Ausland in Tsd.	52.947
Wachstum Ausland	+9,8 %
Übernachtungen insgesamt in Tsd.	351.224
Wachstum insgesamt	+2,1 %

davon Hotel/Pension

Übernachtungen aus dem Inland in Tsd.	165.355
Übernachtungen aus dem Ausland in Tsd.	42.821
Übernachtungen insgesamt in Tsd.	208.176

Anzahl der Zimmer (Juli 2006)

Auslastung der Hotelzimmer ²	(2005: 61,5 %)	62,8 %
---	----------------	--------

Outgoing-Tourismus 2006³

Reisen der Deutschen in Tsd.	286.700
davon ins Ausland in Tsd.	74.500
Urlaubsauslandsreisen per 100 Einwohner	63

Tourismusbilanz 2006⁴

Reiseausgaben	(06/05: -0,3 %)	59,6 Mrd. €
Reiseeinnahmen	(06/05: +11,5 %)	26,1 Mrd. €
Internationale Tourismusbilanz	(06/05: -8,0 %)	- 33,5 Mrd. €

1 GWS im Auftrag des BMWA 2003, TSA-Basisjahr 2000

2 DZT/IHA 2007 (10)

3 DZT/WTM 2006 (5)

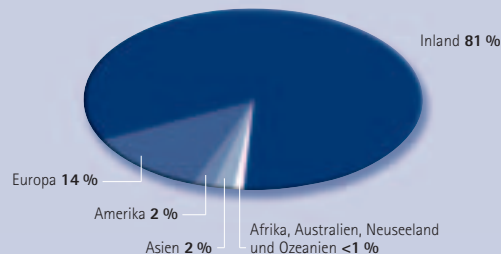
4 Deutsche Bundesbank 2007

* ohne Geschäftsreisen, VFR-Reisen, Öffentliche Investitionen

Quelle: UNWTO 2006 (1), Statistisches Bundesamt 2007 (4), DZT 2007 (6)

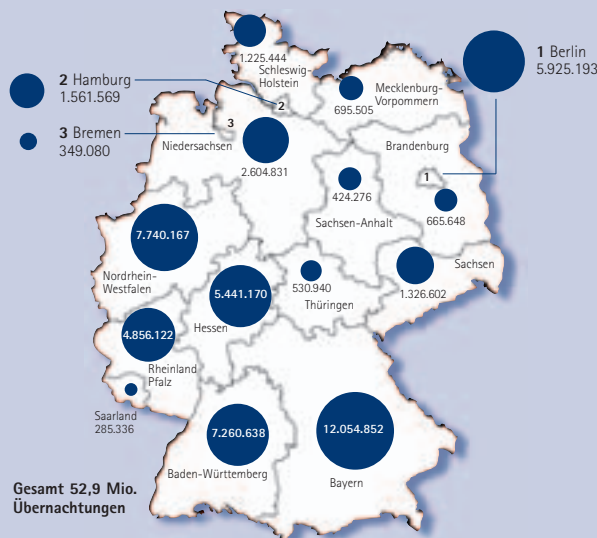
VERTEILUNG DER GESAMTANKÜNFT 2006 IN DEUTSCHLAND NACH KONTINENTEN

81 Prozent der Ankünfte 2006 in Deutschland sind Domestic-Reisen und 19 Prozent Incoming-Reisen



Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4)

AUSLÄNDERÜBERNACHTUNGEN 2006 IN DEUTSCHLAND NACH BUNDESLÄNDERN

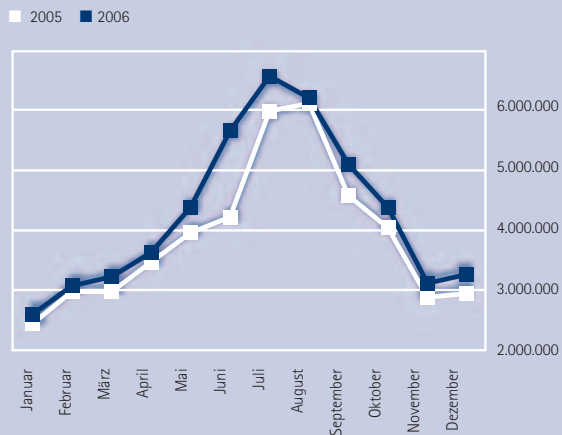


Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4)

SAISONALE VERTEILUNG/ UNTERKUNFTSKAPAZITÄTEN

UNTERKUNFTSFORMEN/CAMPING

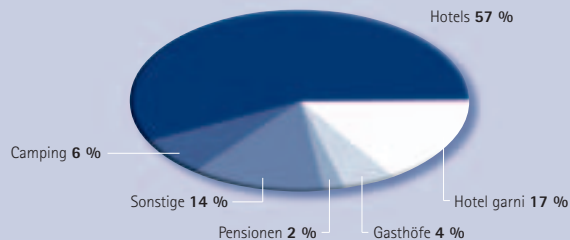
SAISONALE VERTEILUNG DER AUSLÄNDER- ÜBERNACHTUNGEN IM INCOMING IN DEUTSCHLAND



Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4)

ÜBERNACHTUNGEN VON AUSLÄNDERN NACH UNTERKUNFTSFORM 2006 IN DEUTSCHLAND

Hotels und Hotel garni mit hoher Bedeutung beim Incoming (74 % Marktanteil)



Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4)

KAPAZITÄTEN NACH BETRIEBEN IN DEUTSCHLAND

Beherbergungsbetriebe nach Betriebsart 2006 und Anteil der Betriebsart an der Gesamtzahl der Betriebe

Betriebsart	Beherbergungskapazität	
	Geöffnete Betriebe (Stand: Juli 2006)	Anteil in %
Hotels	13.071	25,0
Hotel garni	8.84	16,0
Gasthöfe	9.480	18,1
Pensionen	5.266	10,1
Klassisches Beherbergungsgewerbe	36.201	69,2
Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime	2.653	5,1
Ferienzentren	88	0,2
Ferienhäuser, -wohnungen	10.684	20,4
Hütten, Jugendherbergen	1.671	3,2
Vorsorge- und Reha-Kliniken	975	1,9
Alle Betriebe	52.341*	100,0

*inkl. 69 Boardinghouses (erstmalig erfasst 2004)

Quelle: Statistisches Bundesamt 2006 (4)

URLAUBS-CAMPINGPLÄTZE IN DEUTSCHLAND 2006 (GESAMT 2.568 PLÄTZE)*

Mit zusätzlich 3,3 Millionen Übernachtungen aus dem Ausland 2006 sind Campingplätze ein wichtiger Angebotsfaktor des Deutschland-Tourismus

Bundesland	Marktanteil Bundesländer Plätze	Anteil Aus- länderübernach- tungen pro BL
Bayern	16 %	18 %
Niedersachsen	13 %	8 %
Schleswig-Holstein	11 %	5 %
Baden-Württemberg	11 %	28 %
Rheinland-Pfalz	10 %	43 %
Nordrhein-Westfalen	8 %	21 %
Hessen	8 %	16 %
Mecklenburg-Vorpommern	7 %	6 %
Brandenburg	7 %	3 %
Sachsen	4 %	13 %
Sachsen-Anhalt	2 %	12 %
Thüringen	2 %	8 %
Saarland	1 %	14 %
Berlin	< 1 %	41 %
Hamburg/Bremen	< 1 %	< 1 %
Deutschland insgesamt	100 %	15 %

*Stand: Juli 2006

Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4)

VERTEILUNG DER AUSLÄNDERÜBERNACHTUNGEN AUF STÄDTE NACH GRÖSSENKLASSEN 2006 IN DEUTSCHLAND

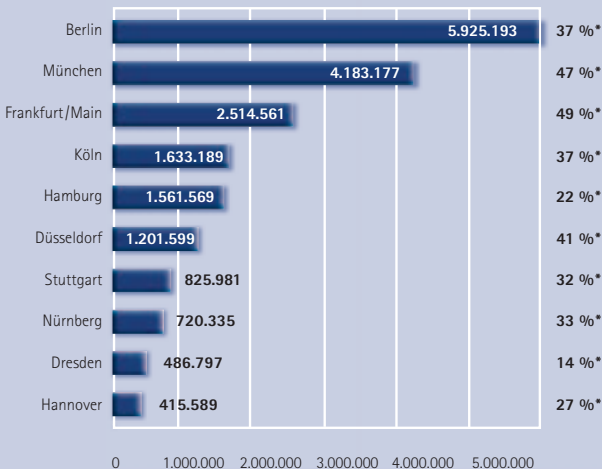
51 % der Ausländerübernachtungen finden in Städten über 100 Tsd. Einwohner statt



Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4)

TOP-STÄDTE IN DEUTSCHLAND 2006 (ÜBERNACHTUNGEN)

Die wichtigsten 10 Städte haben einen Marktanteil von 35 % an allen Übernachtungen von ausländischen Gästen in Deutschland



* Angaben in Prozent beziehen sich auf den Anteil der Ausländerübernachtungen an den Gesamtübernachtungen
Quelle: Statistische Landesämter 2007 (11), DZT 2007 (6)

GESCHÄFTSTOURISMUS/-REISEN IM DEUTSCHLAND-TOURISMUS

Überblick über die Marktsegmente

Geschäftsreisen (mit Übernachtung)

71,5 Mio. Inland in 2006
Umsatz 38,5 Mrd. €
Quelle: DZT/TNS-Infratest

9,7 Mio. aus Europa (2006)
Umsatz 6,3 Mrd. €

1,4 Mio. aus Übersee (2005)
Umsatz 4,5 Mrd. €
Quelle: DZT/IPK

Tagesgeschäftsreisen (TGR)

315,4 Mio. Klassische TGR
122,6 Mio. TN Seminare/Sch.
59,4 Mio. TN Tag/Kongresse
42,7 Mio. TN Messen/Ausst.

540 Mio. Gesamt Inland
Umsatz 14,0 Mrd. €
Quelle: BMW/DWIF

Gesamtumsatz 63,3 Mrd. €
Quelle: DZT 2007 (9)

ANGEBOT IM MESSEWESEN/AUSSTELLER

Die sechs größten Messe- und Ausstellungsgelände 2006 in Deutschland sind:

Ort	Halle (brutto in qm)	Freifläche (brutto in qm)	Rang innerhalb Europas
Hannover	495.265	57.070	1
Frankfurt/Main	321.754	89.163	3
Köln	284.000	75.000	4
Düsseldorf	252.214	32.500	5
München	180.000	253.000	13
Berlin	160.000	100.000	14

Stand: 1.1.2006

Quelle: AUMA 2006 (8)

TAGUNGS- UND KONGRESSMARKT IN DEUTSCHLAND

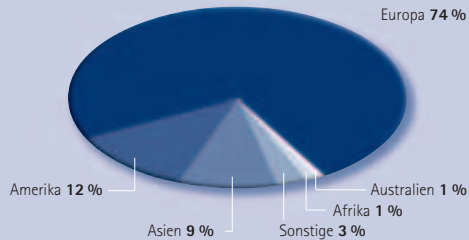
Gesamtüberblick

Angebotssituation	Nachfragesituation
Tagungs- und Veranstaltungsstätten insgesamt ¹	Veranstaltungen 2,6 Mio.
Kongress- und VeranstaltungsCenter (VC)	Durchschnittsdauer
Tagungshotels (TH)	Tagungen
EventLocations (EL) ²	Events
Tagungsräume insgesamt 64.000	Teilnehmer insgesamt 291,5 Mio.
	davon aus dem Ausland
	Tagungs-Teilnehmer
	Event-Teilnehmer

¹ Betriebe mit mindestens 100 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung
² Burg/Schloss, Kloster, Museum, Fabrikhalle/Loschuppen, Studio, Freizeitpark, Zoo, Bildungseinrichtung/ Hochschule, Flughafen
Quelle: ETW 2007 (9)

VERTEILUNG DER ÜBERNACHTUNGEN NACH KONTINENTEN IN PROZENT IN DEUTSCHLAND

Europa hat mit +8,7 % Zuwachs in 2006 einen weiterhin wachsenden Marktanteil

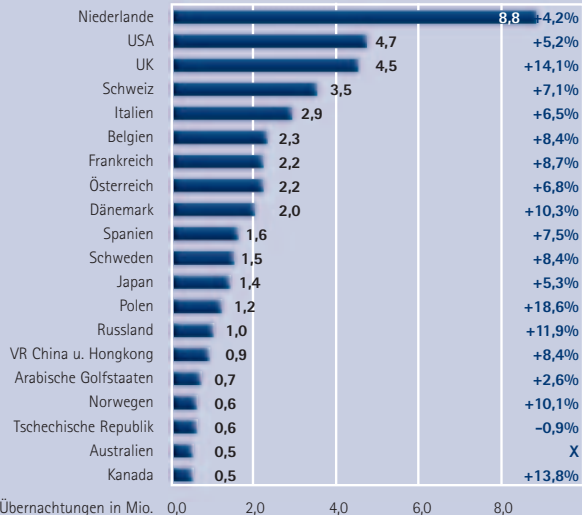


Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4)

TOP 20-QUELLMÄRKTE FÜR DEUTSCHLAND NACH ÜBERNACHTUNGEN 2005

Deutschland hat eine Vielzahl von Quellmärkten

Veränderung 2006/2005



X=keine Veränderungsrate, da erst ab 2006 erfasst

Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4)

REISEZWECK DER EUROPÄER BEI REISEN INS AUSLAND UND NACH DEUTSCHLAND 2006

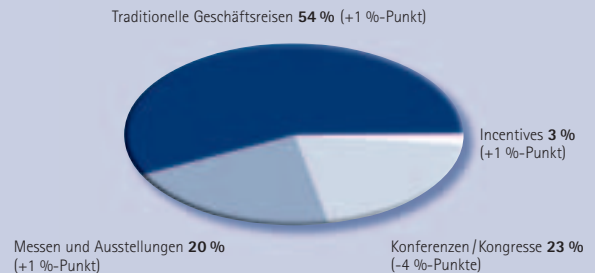
Deutschland hat überproportionale Anteile im internationalen Geschäftsreisemarkt und generiert steigende Nachfrage im Freizeitbereich

Reisezweck	Europa 2006 in Mio.	Deutschland 2006 in Mio.	Europa 2006 Anteil	Deutschland 2006 Anteil
Urlaubsreisen	262,7	17,4	68 %	52 %
Kurzurlaub 1-3 Nächte	50,2	7,0	13 %	21 %
Langurlaub 4+ Nächte	212,5	10,4	55 %	31 %
Verwandten-/ Bekanntenbesuche (VFR)	27,9	2,9	7 %	9 %
Sonstige Reisen	38,6	3,8	10 %	11 %
Geschäftsreisen	59,6	9,7	15 %	28 %
Alle Reisen	388,8	33,7	100 %	100 %

Quelle: DZT/WTM 2006 (5)

GESCHÄFTSREISEARTEN BEI DEN GESCHÄFTSREISEN DER EUROPÄER NACH DEUTSCHLAND 2006

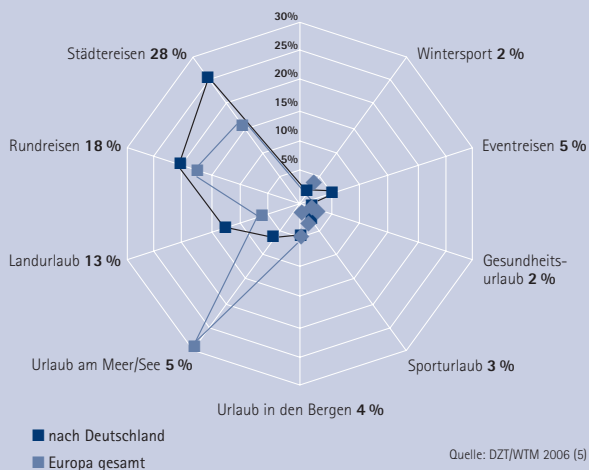
Gesamtvolumen: 9,7 Mio. Reisen



Quelle: DZT/WTM 2006 (5)

RANKING DER MOTIVATION VON URLAUBSREISEN DER EUROPÄER NACH DEUTSCHLAND 2006

Deutschland hat seine Stärken 2006 bei den Städte- und Sport-/Eventreisen



Quelle: DZT/WTM 2006 (5)

QUELLMÄRKTE NORDWEST- UND SÜDWESTEUROPA

Mit insgesamt 26,1 Mio. Übernachtungen in 2006 haben die Quellmärkte Nordwest- und Südwesteuropa einen Anteil von fast 50 % an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland

	Übernachtungen 2006	Prognose ÜB 2015	UAR in % ¹	Einwohner Mio. ²
Nordwesteuropa	15.984.165	17.700.000	81,1	87,1
Niederlande	8.778.441	9.500.000	113,3	16,4
Großbritannien	4.531.178	4.700.000	68,2	59,8
Belgien	2.254.192	2.900.000	101,3	10,4
Luxemburg	420.353	600.000	167,0	0,5
Südwesteuropa	10.099.081	14.200.000	33,9	169,5
Schweiz	3.451.905	5.400.000	135,7	7,3
Italien	2.853.427	3.900.000	26,5	58,1
Frankreich	2.223.960	2.400.000	34,1	60,7
Spanien	1.569.789	2.500.000	25,2	43,4
Summe	26.083.246	31.900.000	50,0	256,6

¹ UAR = Urlaubsauslandsreise-Intensität 2006

² Daten 2006

Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4), DZT 2006 (6)

URLAUBSINHALTE VON EUROPÄERN BEI STÄDTEREISEN IN EUROPA UND NACH DEUTSCHLAND

Inhalte von Städtereisen* 2006	Städtereisen der Europäer ins Ausland gesamt (Nennungen in %)	Rang	Städtereisen der Europäer nach Deutschland (Nennungen in %)	Rang
Sightseeing und Sehenswürdigkeiten	59	1	56	2
Genießen	49	2	61	1
Atmosphäre/Ambiente	40	5	41	5
Besuch von Museen	41	3	48	4
Genießen von Essen und Trinken	41	4	53	3
Einkaufen	23	8	30	6
Besuch von Ausstellungen	26	6	28	8
Nachtleben	25	7	29	7
Besuch von Parks/Grünanlagen				

* Reisen ab einer Übernachtung; ohne Motiv Verwandten- oder Bekanntenbesuche

Quelle: DZT/WTM 2006 (5)

QUELLMÄRKTE NORDOSTEUROPA/RUSSLAND

Die Quellmärkte Nordosteuropa/Russland halten mit knapp 7,0 Mio. Übernachtungen 2006 einen Anteil von 13 % an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland

	Übernachtungen 2006	Prognose ÜB 2015	UAR in % ¹	Einwohner Mio. ²
Nordosteuropa/Russland	6.852.866	7.200.000	18,4	212,4
Dänemark	1.956.103	2.000.000	104,7	5,4
Schweden	1.521.611	1.800.000	62,1	9,1
Norwegen	575.253	600.000	83,2	4,6
Finnland	447.951	600.000	80,0	5,3
Polen	1.156.982	1.200.000	17,1	38,5
Russland	964.888	1.000.000	7,7	142,5
Baltische Staaten	230.078	k.A.	28,5	7,0

¹ UAR = Urlaubsauslandsreise-Intensität 2006

² Daten 2006

Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4), DZT 2006 (6)

QUELLMÄRKTE SÜDOSTEUROPA

Mit insgesamt rund 3,4 Mio. Übernachtungen 2006 haben die Quellmärkte in Südosteuropa einen Anteil von rund 6 % an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland

	Übernachtungen 2006	Prognose Üb 2015	UAR in % ¹	Einwohner Mio. ²
Südosteuropa	3.429.402	4.130.000	56,0	35,9
Österreich	2.193.167	2.960.000	98,1	8,2
Tschechien	571.899	700.000	45,7	10,2
Ungarn	427.251	470.000	34,6	10,1
Slowakei	143.021	k.A.	38,7	5,4
Slowenien	94.064	k.A.	89,2	2,0

¹ UAR = Urlaubsauslandsreise-Intensität 2006

² Daten 2006

Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4), DZT 2006 (6)

QUELLMÄRKTE AMERIKA, ISRAEL

Mit insgesamt 6,7 Mio. Übernachtungen 2006 haben die Quellmärkte in Amerika und Israel einen Anteil von knapp 13 % an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland. Die USA sind mit 4,7 Mio. Übernachtungen 2006 der wichtigste Überseemarkt

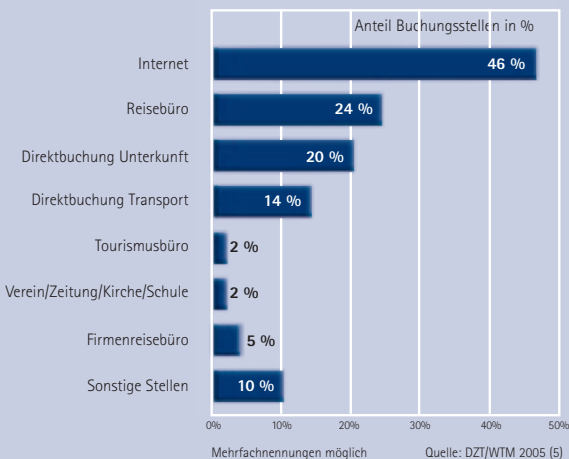
	Übernachtungen 2006	Prognose Üb 2015	Einwohner Mio. ¹
gesamt	6.703.485	8.200.000	903,9
USA	4.652.389	6.400.000	301,1
Kanada	501.286	600.000	32,6
Mittel-/Südamerika	1.176.285	800.000	563,4
Amerika	6.329.960	7.800.000	897,1
Israel	373.525	400.000	6,8

¹ Daten 2006

Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4), DZT 2006 (6)

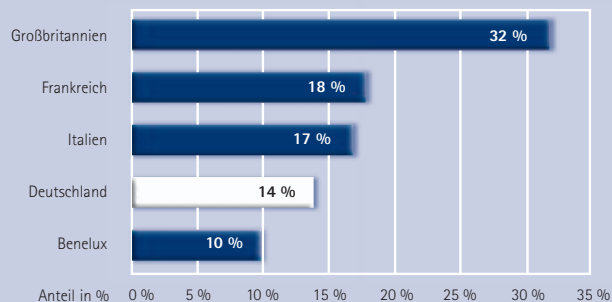
BUCHUNGSSTELLEN/-KANÄLE BEI REISEN VON EUROPÄERN NACH DEUTSCHLAND

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



HAUPTREISEZIELE DER US-AMERIKANER IN EUROPA 2005

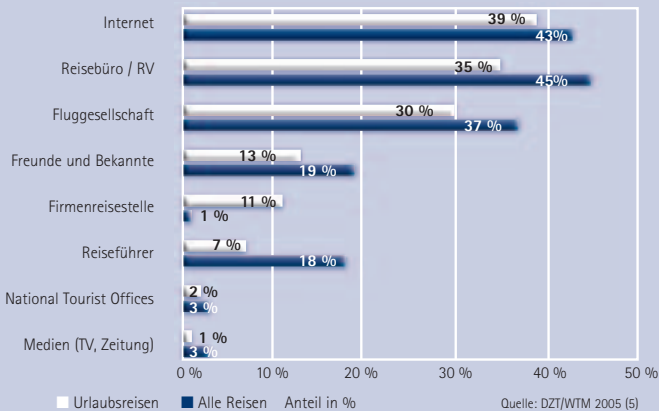
Gesamtreisevolumen aus den USA nach Europa 2005: 12,0 Mio. Reisen



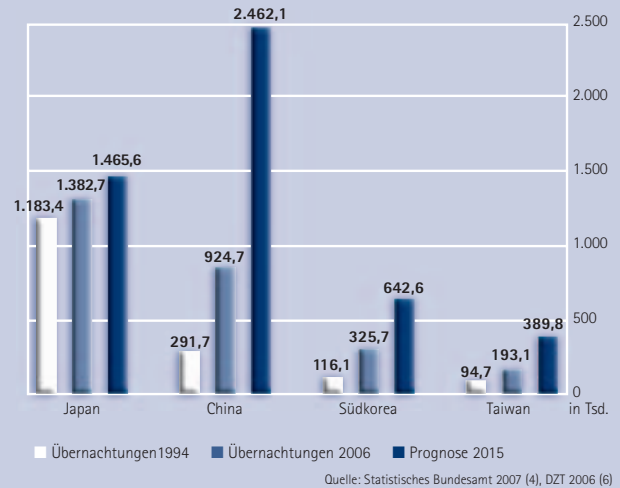
Mehrere Antworten sind möglich, d. h. eine Reise kann in mehrere Länder geführt haben

Quelle: DZT/WTM 2005 (5)

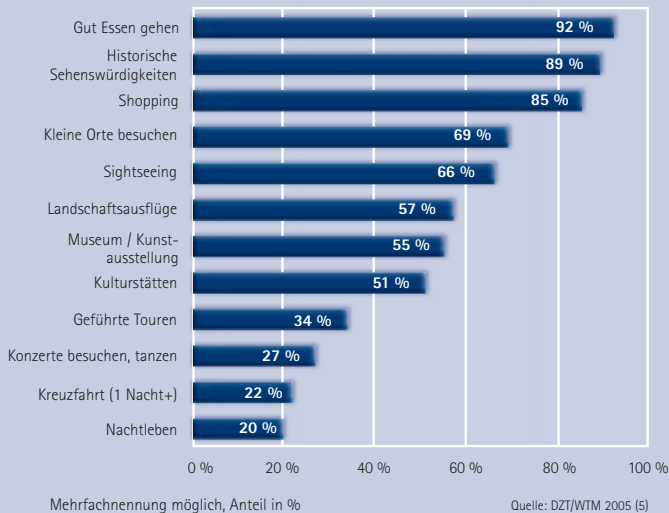
INFORMATIONSTELLEN FÜR DIE REISE NACH DEUTSCHLAND



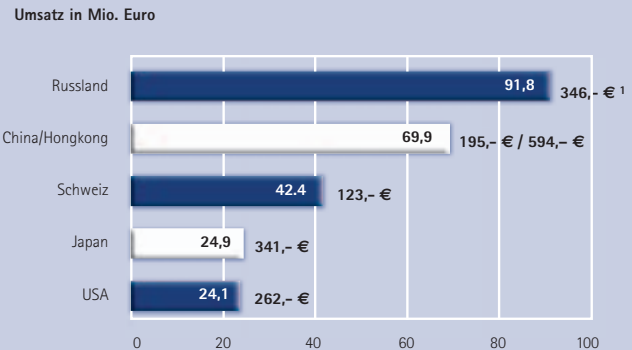
CHINA WIRD FÜR DEUTSCHLAND MITTELFRISTIG DER WICHTIGSTE QUELLMARKT IN ASIEN



URLAUBSAKTIVITÄTEN DER US-AMERIKANER IN DEUTSCHLAND



CHINA UND JAPAN GEHÖREN ZU DEN UMSATZSTÄRKSTEN QUELLMÄRKTEN BEIM TAX-FREE-EINKAUF IN DEUTSCHLAND



¹ Ausgaben bei einem durchschnittlichen Einkauf

Quelle: Global Refund 2007 (13)

SONSTIGE QUELLMÄRKTE / T & T COMPETITIVENESS INDEX

DEUTSCHLAND IN DER WELT/ DZT-WACHSTUMSPROGNOSE 2015

QUELLMÄRKTE ASIEN, AFRIKA UND AUSTRALIEN

Mit insgesamt 5,7 Mio. Übernachtungen 2006 haben die Quellmärkte in Asien, Afrika und Australien einen Anteil von rund 11 % an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland

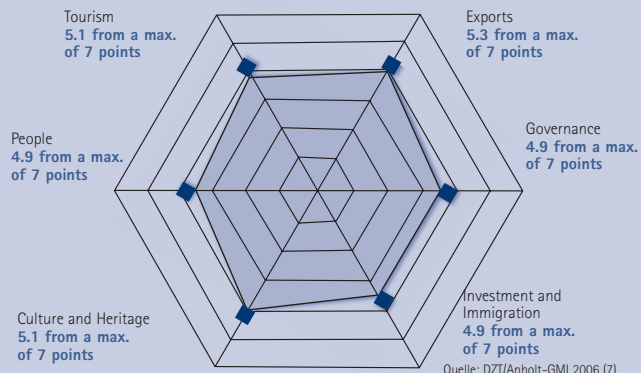
	Übernachtungen 2006*	Prognose Üb 2015*	Einwohner ¹ Mio.*
gesamt	5.736.970	7.600.000	4.909,2
Japan	1.382.668	1.500.000	128,2
China/Hongkong	924.676	2.500.000	1.323,6
Südkorea	325.683	600.000	48,0
Asien	4.643.251	6.400.000	3.951,0
Afrika	486.421	600.000	925,0
Australien, Neuseeland und Ozeanien	607.298	600.000	33,0

* ohne Israel
¹ Daten 2006

Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4), DZT 2006 (6)

DEUTSCHLAND IN DER WELT

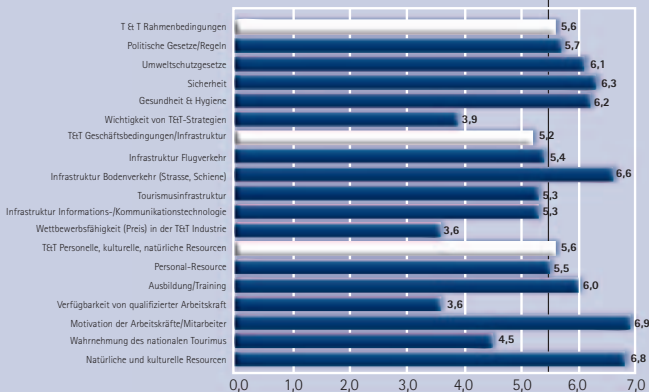
Deutschlands Image ist vor allem im Tourismus und bei der Kultur in 2006 gestiegen



TRAVEL & TOURISM COMPETITIVENESS INDEX

Deutschland liegt weltweit auf Platz 3 nach der Schweiz und Österreich

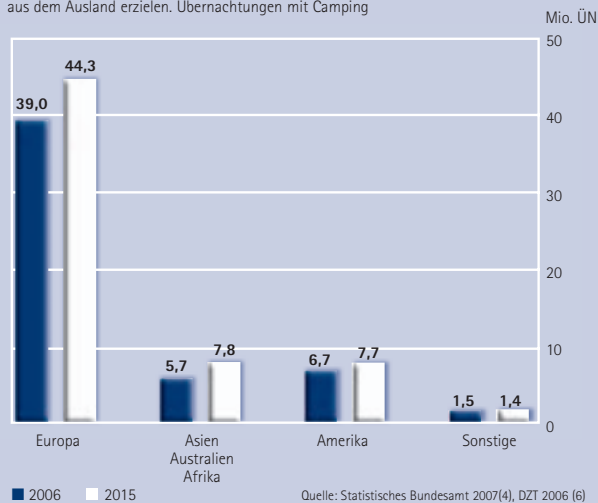
Gesamt-Indexwert 2007 für Deutschland: 5,5



Quelle: World Economic Forum 2007 (3)

WACHSTUMSPROGNOSE 2015 DER DZT

Mit erfolgreichem Marketing kann Deutschland 2015 knapp 61 Mio. Übernachtungen aus dem Ausland erzielen. Übernachtungen mit Camping





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 50 Jahren die Marketing- und Vertriebsaktivitäten für das Reiseland Deutschland im Ausland.

Zu den Zielen der DZT mit ihren 6 Regionalmanagements und ihren 29 Auslandsvertretungen/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 1/2007, Tourism Market Trends 2005 Edition, Spanien 2004-2006
- 2 TSA/ WTTC World Travel and Tourism Council, The 2006 Travel and Tourism Economic Research, Country League Tables, UK 2007
- 3 World Economic Forum, Travel & Tourism Competitiveness Report 2007, Genf 2007
- 4 Statistisches Bundesamt, Jahresberichte und Monatsberichte 1995 bis 2006, Wiesbaden 2007
- 5 DZT/IPK-International, World Travel Monitor/In-Flight-Survey 2005, Malta 2007, USA 2006
- 6 DZT-Marktforschung, Frankfurt 2006, 2007
- 7 DZT/Anholt-GMI, Nation Brands Index 2006, USA 2007
- 8 AUMA, Messe-Trends, Kennzahlen, Berlin 2006/2007
- 9 Meeting- und Event Barometer des EITW im Auftrag von EVVC, GCB, DZT; Wernigerode 2007
- 10 IHA/Deloitte, Hotelmarkt Deutschland, Branchenreport 2007, Berlin 2007
- 11 Statistische Landesämter 2007
- 12 Internet World Stats, USA 2007
- 13 Global Refund Deutschland, Düsseldorf 2007

Deutsche Zentrale
für Tourismus e. V. (DZT)
Beethovenstraße 69

60325 Frankfurt am Main

Telefon: +49 (0) 69/97464-0

Telefax: +49 (0) 69/751903

E-Mail: info@d-z-t.com

Internet: www.deutschland-tourismus.de

