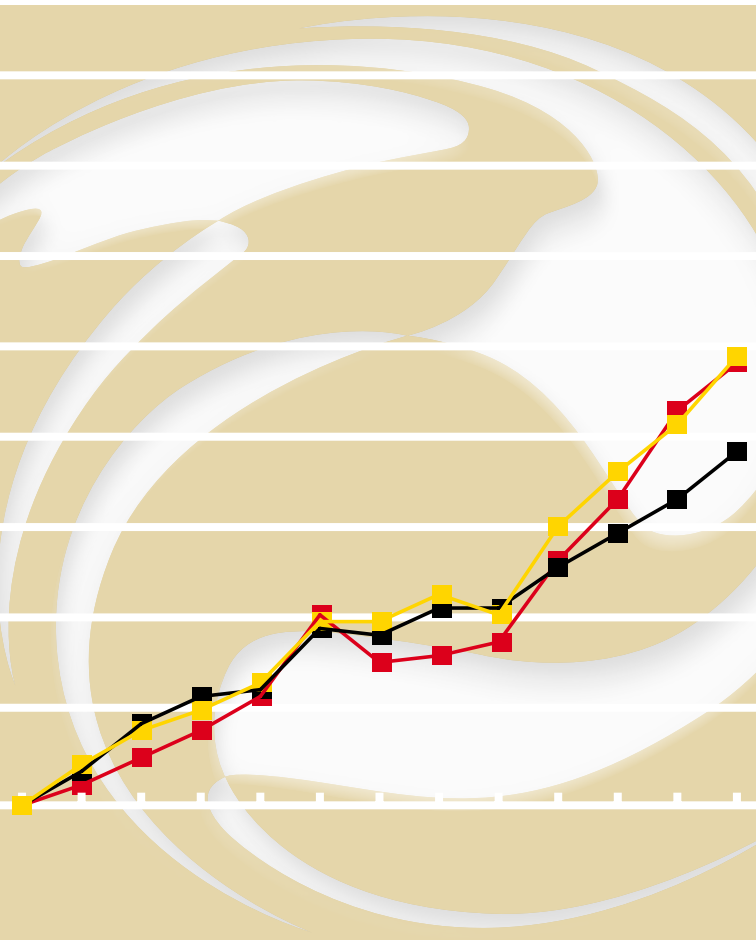




Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

# Incoming-Tourismus Deutschland

Edition 2009





- 03 Einführung/Handlungsfelder
- 04 Welttourismus 2008
- 05 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus
- 06 Wachstumsprognosen für Europa / Internet-Nutzung in Europa
- 07 Transportarten/Hotelpreise in Europa
- 08 Incoming in Deutschland
- 09 Incoming – Bedeutung und Verteilung
- 10 Saisonale Verteilung / UnterkunftsKapazitäten
- 11 Unterkunftsformen / Flughäfen
- 12 Städtetourismus
- 13 Geschäftsreisen
- 14 Quellmärkte des Incoming-Tourismus
- 15 Reiseanlässe der Europäer
- 16 Urlaubsakzente der Europäer / Angebotszufriedenheit
- 17 Quellmärkte Nordwest-, Südwest- und Nordosteuropa
- 18 Quellmärkte Südosteuropa / Reiseorganisation
- 19 Quellmärkte Amerika / Israel
- 20 Quellmarkt USA
- 21 Quellmarkt Asien
- 22 Sonstige Quellmärkte / T & T Competitiveness Index
- 23 Deutschland in der Welt / DZT-Wachstumsprognose

## Impressum

Herausgeber:  
Deutsche Zentrale für  
Tourismus e.V. (DZT)  
Unternehmensplanung/  
Partnermanagement und  
Marktforschung  
Beethovenstraße 69  
60325 Frankfurt am Main  
Telefon: +49 (0)69 97464-0  
Telefax: +49 (0)69 751903  
E-Mail: [mafo@d-z-t.com](mailto:mafo@d-z-t.com)  
[www.deutschland-tourismus.de](http://www.deutschland-tourismus.de)  
[www.deutschland-extranet.de](http://www.deutschland-extranet.de)  
Grafik: M.A.D. Kommunikation,  
Offenbach/Main  
Druck: Hans Reuffurth GmbH  
Bildnachweis:  
Merten, Hans-Peter / DZT S. 02;  
Krüger, Torsten / DZT S. 02;  
Endler, Heinz / Look S. 03;  
Keute, Jochen / DZT S. 03

Edition 2009

2 (D) 2009



## Einführung

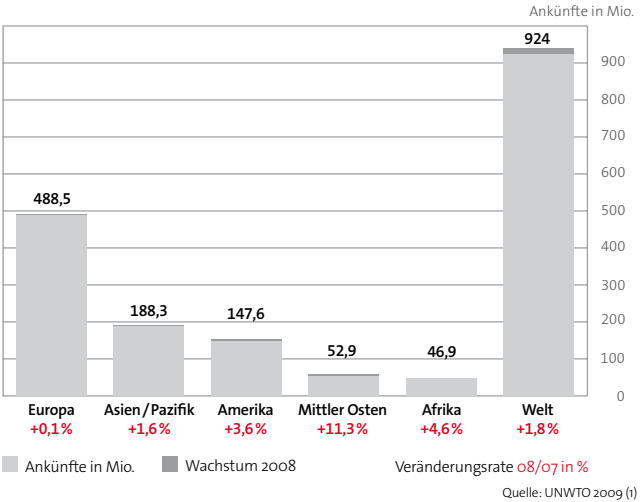
Im siebten Jahr erscheint nun schon zum Germany Travel Mart (GTM) 2009 in der Hansestadt Rostock und zur IMEX in Frankfurt/Main eine zusammenfassende Darstellung wichtiger Zahlen, Fakten und Daten 2008 zum Incoming/Inbound Tourismus nach Deutschland. Diese Publikation soll die Partner der DZT kontinuierlich 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 Handlungsfelder für den Incoming-Tourismus Deutschland

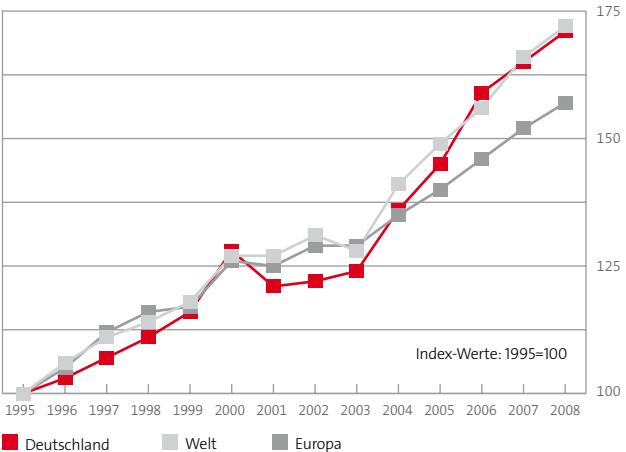
- 1 Image des Reiselandes Deutschland stärken
- 2 Wachstum des Tourismus auf Weltniveau erzielen
- 3 Vernetzung und touristischer Ausbau Flug, Bahn und Straße
- 4 Sicherung des Geschäftsreisestandorts Nr. 1 in Europa
- 5 Herausforderungen der Soziodemografie international meistern
- 6 Kulturstandort 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

Laut UNWTO wurden 2008  
924 Mio. (+1,8%) internationale Ankünfte registriert



## Entwicklung der internationalen Ankünfte weltweit, in Europa und Deutschland

Deutschland legt seit 2003 deutlich an Dynamik zu und generiert 2008 ein Wachstum auf Weltniveau



## Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

### Beitrag der Tourismuswirtschaft 2009

#### Indirekte und direkte Effekte des Tourismus

Rang	Land	Mrd- US-\$
1	USA	1.356,9
2	Japan	479,3
3	China	449,3
4	Frankreich	278,2
<b>5</b>	<b>Deutschland</b>	<b>267,3</b>
6	Spanien	251,5
7	Italien	212,5
8	UK	200,1
9	Mexiko	133,8
10	Kanada	110,4

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/W TTC 2009 (2)

### Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus 2009

#### Direkte Effekte des Tourismus

Rang	Land	Mrd US-\$
1	USA	503,4
2	Japan	177,6
3	China	107,3
4	Frankreich	103,6
5	Spanien	93,7
6	Italien	85,8
7	UK	76,2
<b>8</b>	<b>Deutschland</b>	<b>72,6</b>
9	Mexiko	44,8
10	Australien	36,9

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/W TTC 2009 (2)

### Touristische Nachfrage / Kapitalinvestitionen (KI) in der Tourismuswirtschaft 2009

Rang	Land	Nachfrage in Mrd. US-\$
1	USA	1.640,3
2	Japan	556,1
3	China	526,6
<b>4</b>	<b>Deutschland</b>	<b>438,4</b>
5	Frankreich	378,1
6	Spanien	310,0
7	UK	307,2
8	Italien	281,0
9	Kanada	176,8
10	Mexiko	158,2

Quelle: TSA/W TTC 2009 (2)

Rang	Land	KI in Mrd. US-\$
1	USA	262,3
2	China	165,4
3	Japan	65,2
4	Spanien	60,0
5	Italien	39,3
6	Frankreich	38,3
7	Russland	36,5
<b>8</b>	<b>Deutschland</b>	<b>32,8</b>
9	UK	31,0
10	Australien	30,9

Quelle: TSA/W TTC 2009 (2)

## Wachstumsprognosen für Europa

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	Markt- anteile % 1995	Markt- anteile % 2020
<b>Europa</b>	<b>336,0</b>	<b>527,0</b>	<b>717,0</b>	<b>3,1</b>	<b>59,8</b>	<b>45,9</b>
Amerika	110,0	190,0	282,0	3,8	19,3	18,1
Ostasien/ Pazifik	81,0	195,0	397,0	6,5	14,4	25,4
Afrika	20,0	47,0	77,0	5,5	3,6	5,0
Mittlerer Osten	14,0	36,0	69,0	6,7	2,2	4,4
Südasien	4,0	11,0	19,0	6,2	0,7	1,2
Welt	565,0	1.006,0	1.561,0	4,1	100,0	100,0

Wachstum weltweit 2008: **+1,8%**, Europa **+0,1%**

Quelle: UNWTO 2009 (1)

## Länder mit der höchsten Zahl an Internet-Nutzern in EU-Staaten

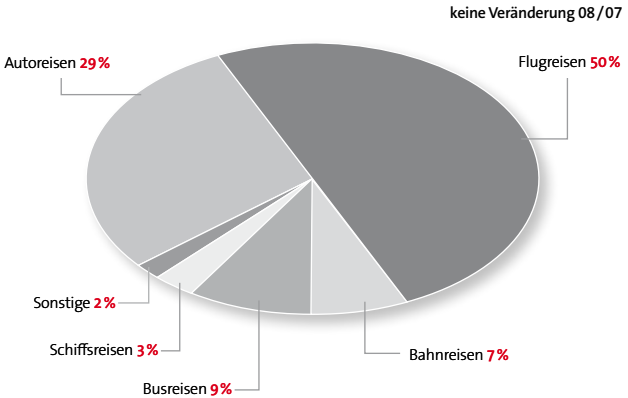
Rang	Land	Anzahl User (Mio.)	Anteil Verbreitung %
<b>1</b>	<b>Deutschland</b>	<b>55,2</b>	<b>67,0</b>
2	Großbritannien	43,2	70,9
3	Frankreich	40,1	64,6
4	Italien	28,3	48,6
5	Spanien	27,0	66,8
6	Polen	20,0	52,0
7	Niederlande	13,8	82,9
8	Rumänien	7,4	33,4
9	Schweden	7,3	80,7
10	Belgien	7,0	67,3
<b>Gesamt 1 bis 10</b>		<b>249,4</b>	<b>62,2</b>
<b>EU gesamt</b>		<b>297,0</b>	<b>60,7</b>

Quelle: Internet World Stats 04/2009 (12)

Transportarten/Hotelpreise in Europa

## Verteilung internationaler Reisen der Europäer nach Transportart 2008

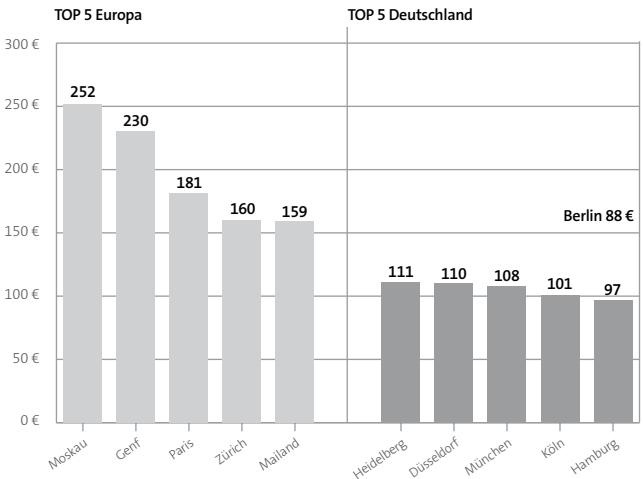
„Luft“ und „Straße“ sind die dominierenden Kategorien bei Reisen in Europa. Auslandsreisen der Europäer 2008: 422 Mio.



Quelle: DZT/WTM 2009 (5)

## Durchschnittliche Zimmerpreise in europäischen und deutschen Städten 2008

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



Quelle: IHA/STR Global 2009 (10)

## Deutschland

Hauptstadt		Berlin
Bundesländer		16
davon:		
Flächenländer		13
Stadtstaaten		3
Mitglied der UNWTO (ehemals WTO)		seit 1976
Fläche (1.000 qkm)		357
Bevölkerung (Mio.)		82,6
Bruttoinlandsprodukt 2008 (in Mrd. Euro)		2.492,0
BIP pro Kopf 2008 (in Euro)		30.342
BIP-Wachstum (preisbereinigt in %)	2006	+ 3,0
	2007	+ 2,5
	2008	+ 1,3
<b>Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus <sup>1</sup></b>		
Gesamtwirtschaftlicher Produktionswert der Tourismusindustrie		185 Mrd €
Wertschöpfung der Tourismusbranche		94 Mrd €
Direkter Anteil am BIP *		3,2%
<b>Internationale Ankünfte 2008</b>		
Internationale Ankünfte in Tsd. (Incoming)		24,9
Ankünfte per 100 Einwohner		30
<b>Deutschland-Tourismus 2008</b>		
Übernachtungen aus dem Inland in Tsd.		313.043
Wachstum Inland		+ 1,9%
Übernachtungen aus dem Ausland in Tsd.		56.537
Wachstum Ausland		+ 3,2%
Übernachtungen insgesamt in Tsd.		369.580
Wachstum insgesamt		+ 2,1%
<b>davon Hotel/Pension</b>		
Übernachtungen aus dem Inland in Tsd.		173.028
Übernachtungen aus dem Ausland in Tsd.		45.218
Übernachtungen insgesamt in Tsd.		218.246
<b>Anzahl der Hotelbetten <sup>2</sup> (Stand Juli 2008)</b>		
Auslastung der Hotelbetten	(2007: 36,7%)	36,5%
<b>Outgoing Tourismus 2008 <sup>3</sup></b>		
Reisen der Deutschen in Tsd.		302.200
davon ins Ausland in Tsd.		75.900
Urlaubsauslandsreisen per 100 Einwohner		63
<b>Incoming aus Europa 2008 <sup>3</sup></b>		
Deutschlandreisen der Europäer in Tsd.		37.300
Ausgaben für die Deutschlandreise	pro Reise/ Person: 531 €	pro Nacht/ Person: 79 €
Aufenthaltsdauer in Deutschland (Durchschnitt)		7,2 Nächte
<b>Tourismusbilanz 2008 <sup>4</sup></b>		
Reiseausgaben	(08/07: + 2,3%)	62,0 Mrd €
Reiseeinnahmen	(08/07: + 3,4%)	27,2 Mrd €
Internationale Tourismusbilanz	(08/07: + 1,3%)	- 34,8 Mrd €
<b>Reiseausgaben der Deutschen im Inland 2008 <sup>3</sup></b>		
		65,9 Mrd.€

<sup>1</sup> GWS im Auftrag des BMWA 2003, TSA-Basisjahr 2000

<sup>2</sup> In Hotels, Hotel garnis, Gasthöfen, Pensionen (nach Statistischem Bundesamt)

<sup>3</sup> DZT/WTM 2009 (5)

<sup>4</sup> Deutsche Bundesbank, März 2009

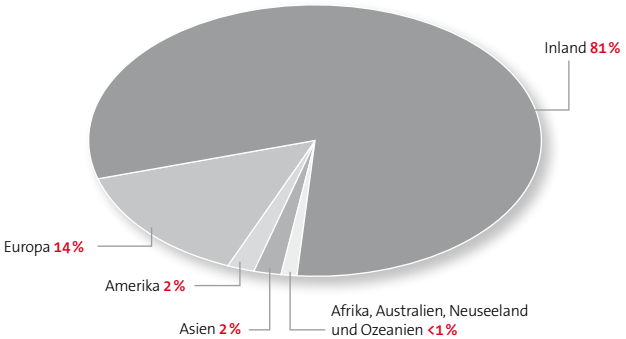
\* ohne Geschäftsreisen, VFR-Reisen, Öffentliche Investitionen



Incoming – Bedeutung und Verteilung

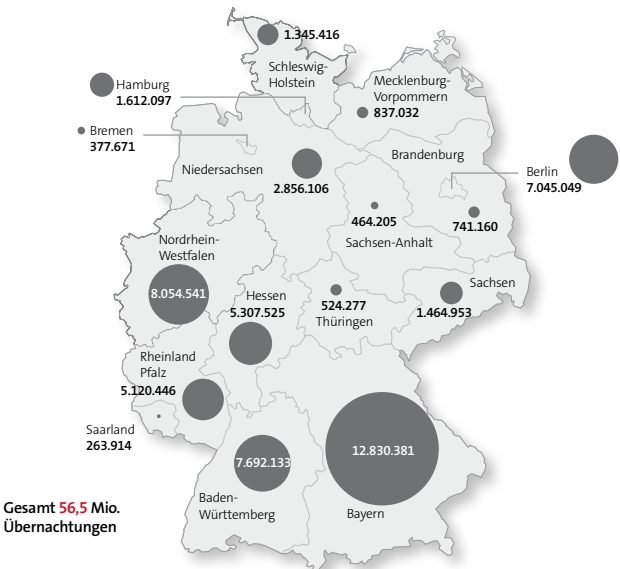
Verteilung der Gesamtankünfte 2008  
in Deutschland nach Kontinenten

Verhältnis Inlands-/Auslandsankünfte: **81%** Domestic-Reisen / **19%** Incoming-Reisen



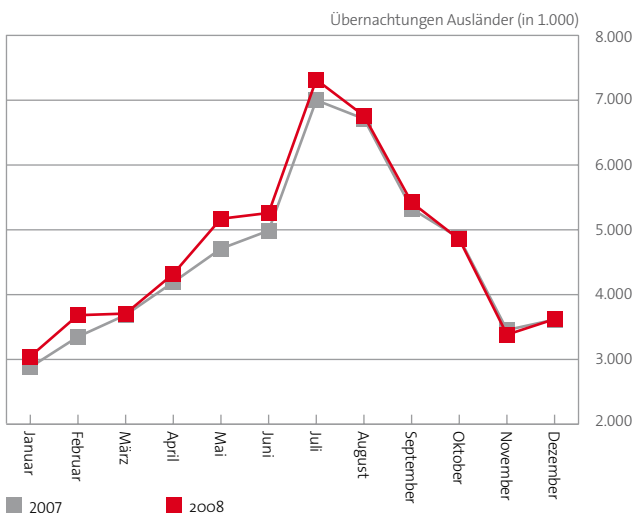
Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4)

Ausländerübernachtungen 2008 in Deutschland  
nach Bundesländern



Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4)

## Saisonale Verteilung der Ausländerübernachtungen im Incoming in Deutschland



Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4)

## Kapazitäten nach Betrieben in Deutschland 2008

Betriebsart	Beherbergungskapazität	
	Geöffnete Betriebe (Stand: Juli 2008)	Anteil in %
Hotels	13.281	25,5
Hotel garni	8.074	15,5
Gasthöfe	9.165	17,6
Pensionen	5.371	10,3
<b>Klassisches Beherbergungsgewerbe</b>	<b>35.891</b>	<b>68,8</b>
Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime	2.742	5,3
Ferienzentren	93	0,2
Ferienhäuser,- wohnungen	10.624	20,4
Hütten, Jugendherbergen	1.789	3,4
Vorsorge- und Reha-Kliniken	902	1,7
<b>Alle Betriebe *</b>	<b>52.143</b>	<b>100,0</b>

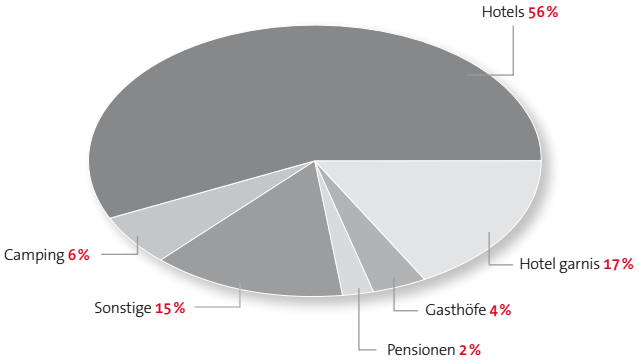
\* inkl. 102 Boardinghouses (erstmalig erfasst 2004)

Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4)

Unterkunftsformen/Flughäfen

# Übernachtungen von Ausländern nach Unterkunftsform 2008 in Deutschland

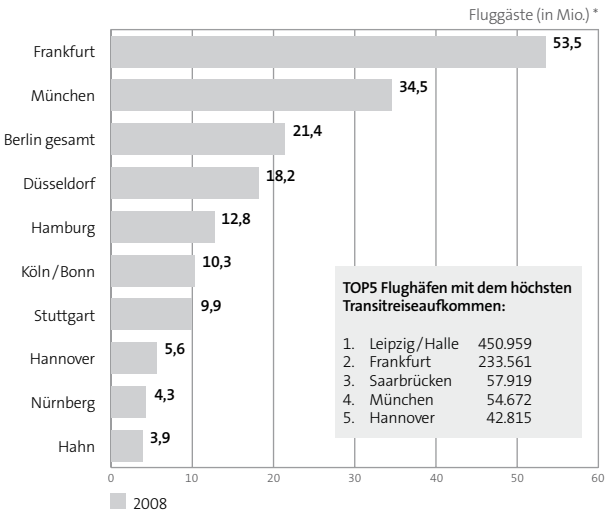
Hotels und Hotels garnis: Marktanteil **73%**



Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4)

# Das Verkehrsaufkommen der internationalen Flughäfen in Deutschland steigt 2008 um 1,1 Prozent

Auf die TOP 10 Flughäfen entfallen 91 Prozent des Passagiervolumens von 191 Millionen



Quelle: ADV 2009 (14), \* inkl. Transitverkehr

## Verteilung der Ausländerübernachtungen auf Städte nach Grössenklassen 2008 in Deutschland

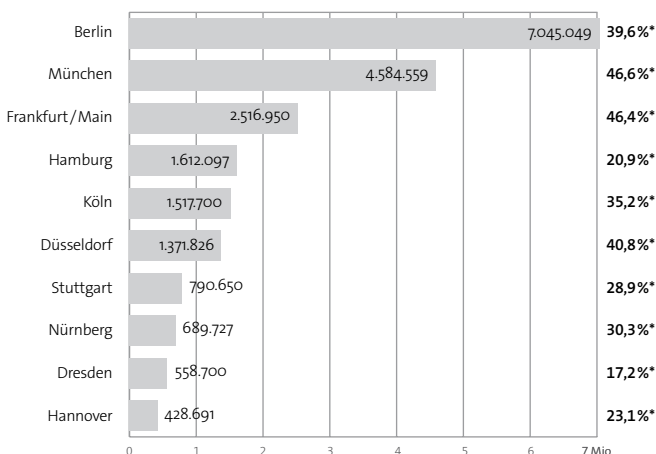
51% der Ausländerübernachtungen finden in Städten über 100 Tsd. Einwohner statt



Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4)

## Top-Städte in Deutschland 2008 (Übernachtungen)

Die wichtigsten 10 Städte haben einen Marktanteil von 37% an allen Übernachtungen von ausländischen Gästen in Deutschland.



\* Angaben in Prozent beziehen sich auf den Anteil der Ausländerübernachtungen an den Gesamtübernachtungen

Quelle: Statistische Landesämter 2009 (11), DZT 2009 (6)

## Geschäftsreisen

# Geschäftstourismus/-Reisen im Deutschland-Tourismus

Überblick über die Marktsegmente

### Geschäftsreisen (mit Übernachtung)

72,5 Mio. Inland (2008)  
Umsatz 39,0 Mrd. €

Quelle: DZT/TNS-Infratest

10,4 Mio. aus Europa (2008)  
Umsatz 6,7 Mrd. €  
1,4 Mio.\* aus Übersee  
Umsatz 5,0 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: BMWI/DWIF

**Gesamtumsatz 65 Mrd. €**

\* Schätzwert

Quelle: DZT 2009 (6)

## Angebot im Messewesen / Aussteller

Die sechs größten Messe- und Ausstellungsgelände 2009 in Deutschland sind:

Ort	Halle (brutto in qm)	Freifläche (brutto in qm)	Rang weltweit
Hannover	495.265	58.070	1
Frankfurt/Main	321.754	96.078	4
Köln	284.000	100.000	5
Düsseldorf	263.888	43.000	6
München	180.000	360.000	18
Berlin	160.000	100.000	20

Stand: 1.1.2009

Quelle: AUMA 2009 (8)

## Tagungs- und Kongressmarkt in Deutschland

Gesamtüberblick

### Angebotssituation

Tagungs- und  
Veranstaltungsstätten  
insgesamt<sup>1</sup> 6.200

Kongress- und  
VeranstaltungsCenter (VC) 1.498  
Tagungshotels (TH) 3.091  
EventLocations (EL)<sup>2</sup> 1.611

Tagungsräume insgesamt 64.000

### Nachfragesituation

Veranstaltungen 2,8 Mio.

Durchschnittsdauer 1,4 Tage  
Tagungen 64 %  
Events 36 %

Teilnehmer insgesamt 314,0 Mio.  
davon aus dem Ausland 5,3 %

Tagungs-Teilnehmer 123,9 Mio.  
Event-Teilnehmer 190,1 Mio.

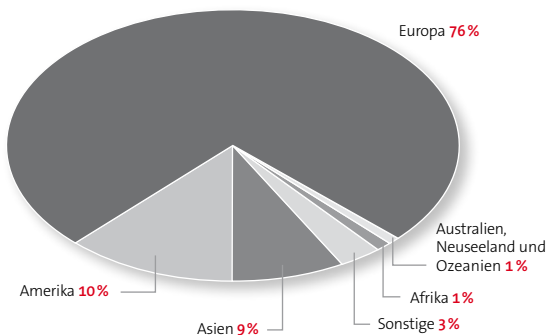
<sup>1</sup> Betriebe mit mindestens 100 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung

<sup>2</sup> Burg/Schloss, Kloster, Museum, Fabrikhalle/Lokschuppen, Studio, Freizeitpark, Zoo, Bildungseinrichtung/Hochschule, Flughafen

Quelle: EITW 2008 (9)

## Verteilung der Übernachtungen nach Kontinenten in Prozent in Deutschland

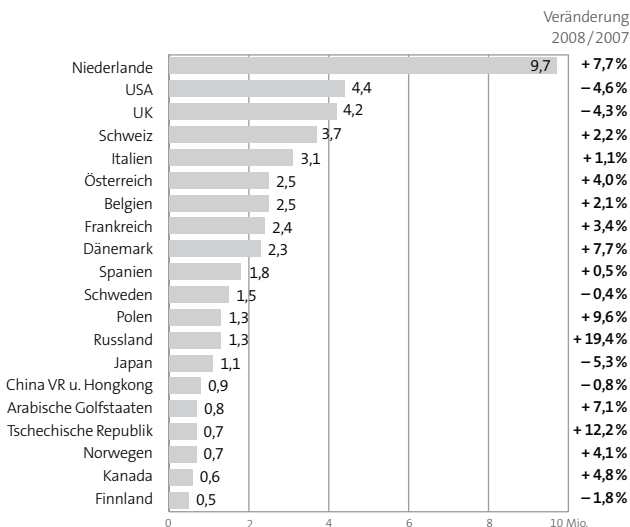
Europa hat mit + 4,6 Prozent Zuwachs in 2008 einen weiterhin wachsenden Marktanteil



Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4)

## Top 20-Quellmärkte für Deutschland nach Übernachtungen 2008

Deutschland hat eine Vielzahl von Quellmärkten



Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4)

Reiseanlässe der Europäer

## Reisezweck der Europäer bei Reisen ins Ausland und nach Deutschland 2008

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

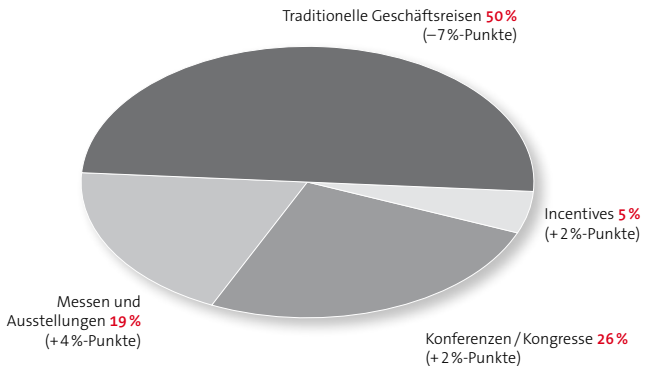
Reisezweck	Europa 2008 in Mio. <sup>1</sup>	Deutschland 2008 in Mio. <sup>1</sup>	Europa 2008 Anteil <sup>1</sup>	Deutschland 2008 Anteil <sup>1</sup>
Urlaubsreisen	294	20	70%	54%
Kurzurlaub 1-3 Nächte	54	8	13%	22%
Langurlaub 4+ Nächte	240	12	57%	31%
Verwandten- / und Bekanntebesuche (VFR)	28	3	7%	9%
Sonstige Reisen	35	4	8%	10%
Geschäftsreisen	64	10	15%	28%
<b>Alle Reisen</b>	<b>422</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

<sup>1</sup> rundungsbedingte Abweichungen

Quelle: DZT/WTM 2009 (5)

## Geschäftsreisearten bei den Geschäftsreisen der Europäer nach Deutschland 2008

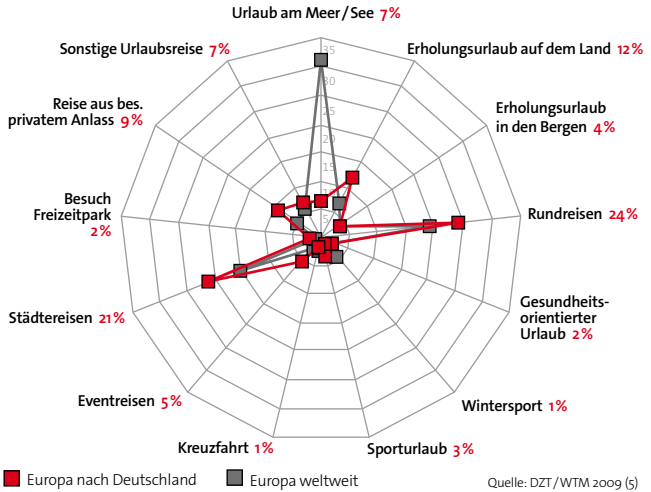
Gesamtvolumen: 10,4 Mio. Reisen



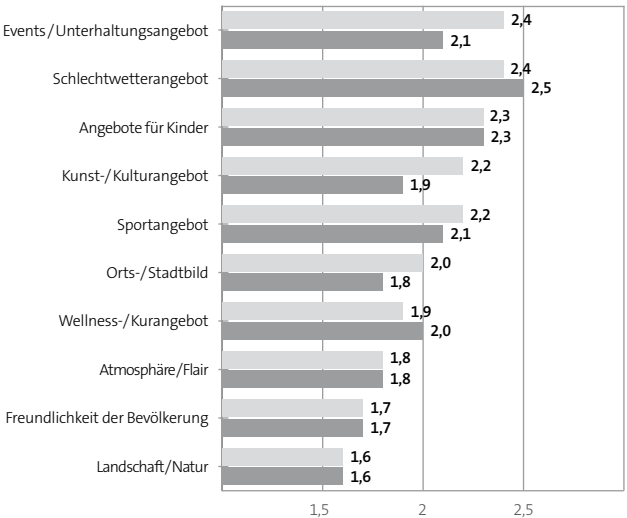
Quelle: DZT/WTM 2009 (5)

# Ranking der Motivation von Urlaubsreisen der Europäer nach Deutschland 2008

Deutschland hat seine Stärken 2008 bei den Städte- und Rundreisen



# Zufriedenheit der Gäste mit einzelnen Angebotsaspekten in deutschen Urlaubsdestinationen



Skala: 1 = äußerst begeistert bis 6 = eher enttäuscht

Quelle: DZT/ERV 2008 (15), gerundete Werte





## Quellmärkte Nordwest-, Südwest- und Nordosteuropa

### Quellmärkte Nordwest- und Südwesteuropa

Mit insgesamt 27,9 Mio. Übernachtungen in 2008 haben die Quellmärkte Nord- und Süd-Westeuropa einen Anteil von fast 50 % an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland.

Quellmärkte	Übernachtungen 2008	Prognose ÜN 2015	Einwohner Mio. <sup>1</sup>
<b>Nord-Westeuropa</b>	<b>16.839.935</b>	<b>19.500.000</b>	<b>88,4</b>
Niederlande	9.689.240	10.000.000	16,4
Großbritannien	4.222.415	5.600.000	61,0
Belgien	2.473.257	3.200.000	10,5
Luxemburg	455.023	700.000	0,5
<b>Süd-Westeuropa</b>	<b>11.026.637</b>	<b>16.100.000</b>	<b>172,9</b>
Schweiz	3.681.978	5.500.000	7,5
Italien	3.070.813	4.400.000	58,9
Frankreich	2.431.320	2.900.000	61,9
Spanien	1.842.526	3.300.000	44,6
<b>Summe</b>	<b>27.866.572</b>	<b>35.600.000</b>	<b>261,3</b>

<sup>1</sup> Daten 2008

Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4), DZT 2009 (6)

### Quellmärkte Nordosteuropa / Russland

Die Quellmärkte Nordosteuropa / Russland halten mit 7,9 Mio. Übernachtungen 2008 einen Anteil von 14 % an allen Auslandsübernachtungen in Deutschland

Quellmärkte	Übernachtungen 2008	Prognose ÜN 2015	Einwohner Mio. <sup>1</sup>
<b>Nord-Osteuropa / Russland</b>	<b>7.903.144</b>	<b>9.900.000</b>	<b>211,4</b>
Dänemark	2.296.078	2.500.000	5,5
Schweden	1.494.198	1.900.000	9,1
Norwegen	652.915	700.000	4,7
Finnland	509.257	700.000	5,3
Polen	1.346.876	2.000.000	38,0
Russland	1.308.499	1.500.000	141,8
Baltische Staaten	295.321	600.000	7,0

<sup>1</sup> Daten 2008

Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4), DZT 2009 (6)

## Quellmärkte Südosteuropa

Mit insgesamt rund 4,0 Mio. Übernachtungen 2008 haben die Quellmärkte in Südosteuropa einen Anteil von rund 7% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland:

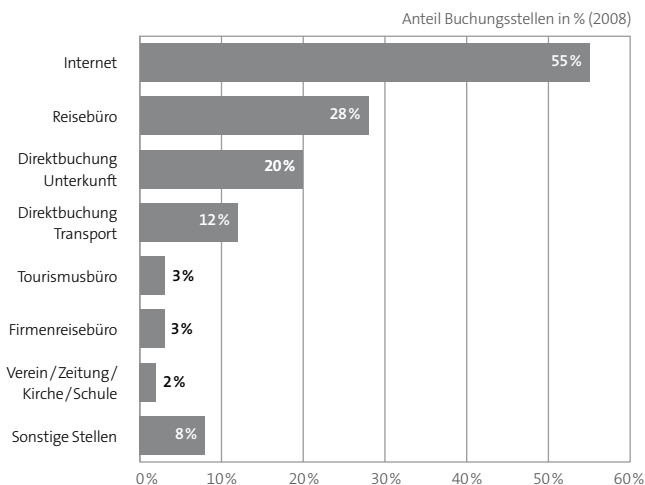
Quellmärkte	Übernachtungen 2008	Prognose ÜN 2015	Einwohner Mio. <sup>1</sup>
<b>Süd-Osteuropa</b>	<b>3.982.117</b>	<b>4.800.000</b>	<b>36,0</b>
Österreich	2.482.052	3.200.000	8,4
Tschechische Rep.	656.259	700.000	10,2
Ungarn	495.179	700.000	10,0
Slowakische Rep.	193.773	200.000	5,4
Slowenien	154.854	200.000	2,0

<sup>1</sup> Daten 2008

Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4), DZT 2009 (6)

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

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



Mehrfachnennungen möglich, nur Reisen mit Vorausbuchung

Quelle: DZT / WTM 2009 (5)

Quellmärkte Amerika / Israel

## Quellmärkte Amerika, Israel

Mit rund 6,3 Mio. Übernachtungen 2008 haben die Quellmärkte in Amerika und Israel einen Anteil von 11% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland.

Die USA sind mit 4,4 Mio. Übernachtungen 2008 der wichtigste Überseemarkt.

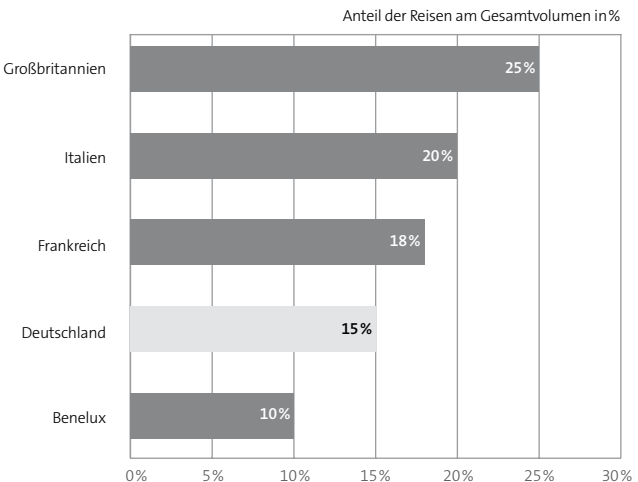
Quellmärkte	Übernachtungen 2008	Prognose ÜN 2015	Einwohner Mio. <sup>1</sup>
<b>gesamt</b>	<b>6.263.323</b>	<b>8.600.000</b>	<b>922,7</b>
USA	4.445.440	6.100.000	308,8
Kanada	556.503	700.000	33,2
Mittel-/Südamerika	878.941	1.300.000	573,7
<b>Amerika</b>	<b>5.880.884</b>	<b>8.100.000</b>	<b>915,7</b>
Israel	382.439	500.000	7,0

<sup>1</sup> Daten 2008

Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4), DZT 2009 (6)

## Hauptreiseziele der US-Amerikaner in Europa

Gesamtreisevolumen aus den USA nach Europa: 12,3 Mio. Reisen



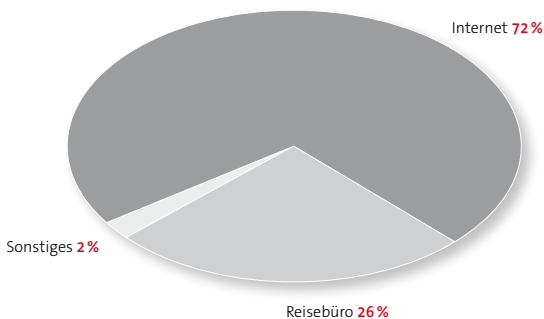
Mehrere Antworten sind möglich, d.h. eine Reise kann in mehrere Länder geführt haben

Quelle: DZT/WTM 2008 (5)

## Fast drei Viertel der US-Amerikaner wollen eine künftige Deutschlandreise über das Internet buchen

Buchungsart

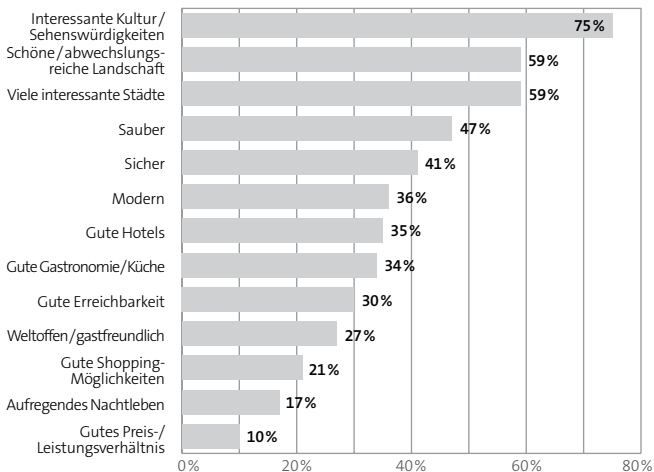
(US-Amerikaner mit Auslandsreiseerfahrung und Deutschland - Interesse)



Quelle: DZT/WTM 2009 (5)

## Der dominierende Image-Aspekt von Deutschland bei US-Amerikanern ist „interessante Kultur/ Sehenswürdigkeiten“

Image-Aspekte Deutschland (US-amerikanische Auslandsreisende)



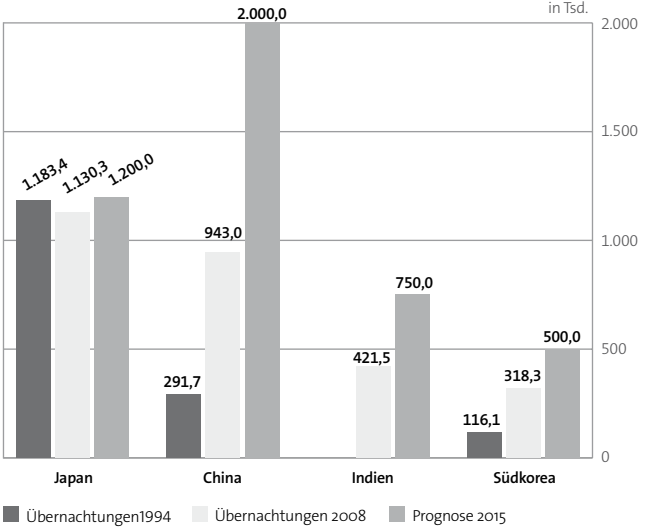
Mehrfachnennungen möglich

Quelle: DZT/WTM 2009 (5)



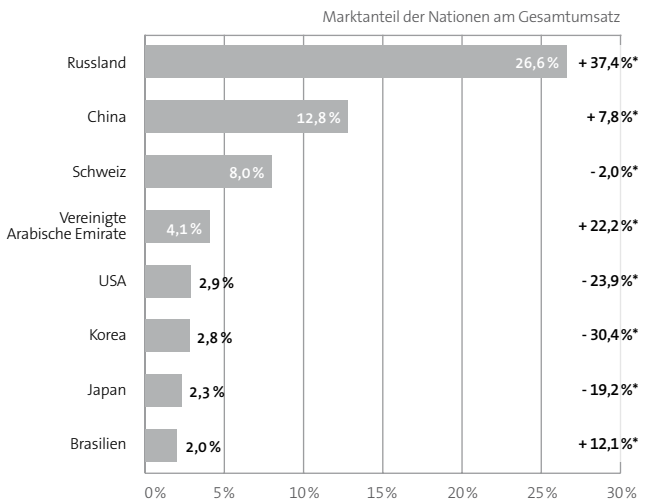
Quellmarkt Asien

China wird neben Indien für Deutschland mittelfristig der wichtigste Quellmarkt in Asien



Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4), DZT 2009 (6)

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



\* Veränderungsrate 2008/07

Quelle: Global Refund 2009 (13)

## Quellmärkte Asien, Afrika und Australien

Mit rund 6,0 Mio. Übernachtungen in 2008 haben die Quellmärkte in Asien, Afrika und Australien einen Anteil von rund 11% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland.

	Übernachtungen 2008*	Prognose ÜN 2015*	Einwohner <sup>1</sup> Mio.*
<b>gesamt</b>	<b>6.039.837</b>	<b>7.700.000</b>	<b>5.018,2</b>
Japan	1.130.328	1.200.000	127,9
China/Hongkong	942.988	2.000.000	1.343,6
Indien	421.514	750.000	1.186,2
Arabische Golfstaaten	776.550	1.600.000	33,5
<b>Asien</b>	<b>4.979.828</b>	<b>6.700.000</b>	<b>3.998,7</b>
<b>Afrika</b>	<b>463.399</b>	<b>400.000</b>	<b>985,7</b>
<b>Australien, Neuseeland und Ozeanien</b>	<b>596.610</b>	<b>600.000</b>	<b>33,8</b>

\* ohne Israel <sup>1</sup> Daten 2008

Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4), DZT 2009 (6)

## Travel & Tourism Competitiveness Index 2009

Deutschland liegt konstant seit 2007 weltweit auf Platz 3 nach der Schweiz und Österreich

Land	2009		2008	
	Rang (133 Länder)	Index-Wert	Rang (130 Länder)	
Schweiz	1	5,68	1	
Österreich	2	5,46	2	
<b>Deutschland</b>	<b>3</b>	<b>5,41</b>	<b>3</b>	
Frankreich	4	5,34	10	
Kanada	5	5,32	9	
Spanien	6	5,29	5	
Schweden	7	5,28	8	
USA	8	5,28	7	
Australien	9	5,24	4	
Singapur	10	5,24	16	
UK	11	5,22	6	
Hongkong	12	5,18	14	
Niederlande	13	5,09	18	
Dänemark	14	5,08	13	
Finnland	15	5,07	12	

Quelle: World Economic Forum 2009 (3)



Deutschland in der Welt / DZT-Wachstumsprognose 2015

## Deutschland in der Welt

Standort Deutschland nachfrageseitig auf Platz 1 von weltweit 20 Nationen – nachhaltiger Erfolg seit der WM 2006

Tourismus einer von sechs wichtigen Standortfaktoren für das Image von Nationen

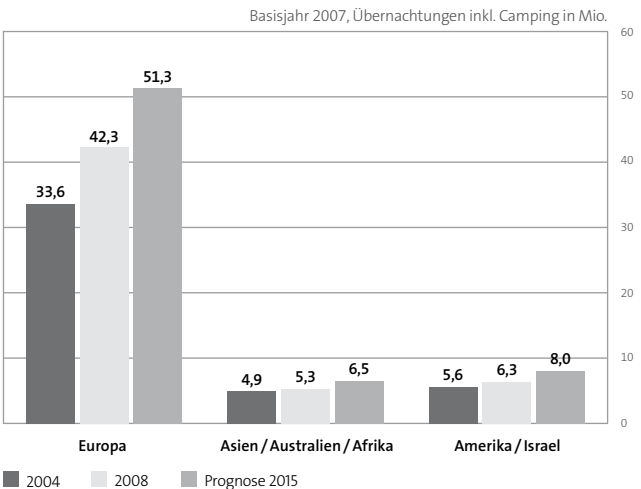


\* max. 100 Punkte

Quelle: DZT / Anholt-GfK Roper 2008 (7)

## Wachstumsprognose 2015 der DZT

Mit erfolgreichem Marketing kann Deutschland 2015 66 Mio. Übernachtungen aus dem Ausland erzielen.



Sonstige Übernachtungen mit einem Volumen von ca. zusätzlich 3 Mio. sind nicht berücksichtigt

Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4), DZT 2009 (6)

## 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 1/2009, Madrid 2009
- 2 TSA/WTTC World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2009, Executive Summary, UK 2009
- 3 World Economic Forum, Travel & Tourism Competitiveness Report 2009, Genf 2009
- 4 Statistisches Bundesamt, Jahresberichte und Monatsberichte 1995 bis 2008, Wiesbaden 2009
- 5 DZT/IPK-International, World Travel Monitor/ In-Flight-Survey, Malta 2009, USA 2008
- 6 DZT-Marktforschung, Frankfurt 2008, 2009
- 7 DZT/Anholt-GfK Roper Nation-Brands-Index, USA 2008
- 8 AUMA, Messe-Trend, Kennzahlen, Berlin 2009
- 9 Meeting- und Event Barometer des EITW im Auftrag von EVVC, GCB, DZT; Wernigerode 2008
- 10 IHA/STR Global, Hotelmarkt Deutschland, Branchenreport 2009, Berlin 2009
- 11 Statistische Landesämter 2009
- 12 Internet World Stats, USA 2009
- 13 Global Refund Deutschland, Düsseldorf 2009
- 14 ADV, Berlin 2009
- 15 DZT/Europäische Reiseversicherung AG, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, Frankfurt, München 2008

### 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](mailto:info@d-z-t.com)  
[www.deutschland-tourismus.de](http://www.deutschland-tourismus.de)  
[www.deutschland-extranet.de](http://www.deutschland-extranet.de)

Gefördert durch das  
Bundesministerium für  
Wirtschaft und Technologie  
aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages