

Nota de prensa

La ONAT presenta los 100 destinos turísticos más populares entre los viajeros extranjeros que visitan Alemania

Madrid, 23 de agosto de 2022 – Cerca de 15.000 visitantes internacionales del portal online de la Oficina Nacional Alemana de Turismo (ONAT), procedentes de 30 países, han elegido entre diciembre de 2021 y junio de 2022 sus destinos favoritos en Alemania. El ranking del Top 100 actual está disponible online desde este mismo momento en www.germany.travel/top100.

El ganador del año pasado, el Miniatur Wunderland de Hamburgo, ha sido el atractivo turístico que más nominaciones ha recibido. El Europa Park de Rust también ha conseguido defender su segundo puesto. Rothenburg ob der Tauber ocupa por vez primera el tercer puesto. Les siguen en los restantes puestos el castillo de Neuschwanstein, el Phantasialand de Brühl, Berlín, la capital, el Parque Nacional de la Selva Negra, el Kriminalmuseum de Rothenburg ob der Tauber, Dresde y el valle del Mosela.

Petra Hedorfer, presidenta de la junta directiva de la ONAT: “Desde hace 10 años el ranking del Top 100 ofrece una instantánea del grado de conocimiento y de la popularidad internacional que tienen en la red los destinos turísticos y los lugares dignos de ver del sector turístico alemán. La intensa participación que ha cosechado esta campaña también refleja el atractivo de la marca Alemania como destino turístico en el contexto de la competencia internacional”.

Desde 2012 los visitantes de la página web www.germany.travel pueden participar en esta campaña nombrando en un campo de texto libre los destinos turísticos alemanes más recomendables desde su punto de vista. A partir de esta información la ONAT confecciona el ranking del Top 100.

Además del ranking general, los resultados de esta encuesta se agrupan en diversos apartados: patrimonio de la humanidad reconocido por la UNESCO, ciudades, atractivos urbanos, atractivos naturales, parques zoológicos y de ocio, museos, parques nacionales, regiones, castillos y palacios.

Resumen de la clasificación actual en las distintas categorías del TOP 100 de 2022

Apartado “Patrimonio de la humanidad reconocido por la UNESCO”:

PUESTO

1	Catedral de Colonia, patrimonio de la humanidad reconocido por la UNESCO
2	Isla de los museos de Berlín, patrimonio de la humanidad reconocido por la UNESCO
3	Catedral de Espira, patrimonio de la humanidad reconocido por la UNESCO
4	Baden-Baden, patrimonio de la humanidad reconocido por la UNESCO
5	Palacio de Sanssouci, Potsdam, patrimonio de la humanidad reconocido por la UNESCO

Apartado “Ciudades”:

PUESTO

1	Rothenburg ob der Tauber
2	Berlín
3	Dresde
4	Hamburgo
5	Múnich

Apartado “Atractivos urbanos”:

PUESTO

1	Miniatur Wunderland, Hamburgo
2	Catedral de Colonia
3	Muro de Berlín
4	Filarmónica del Elba, Hamburgo
5	Zwinger de Dresde

Apartado “Atractivos naturales”:

PUESTO

1	Ruta Romántica
2	Rin
3	Lago del Rey
4	Zugspitze
5	Lago de Constanza

Fomentado por:


 en virtud de una decisión
 del Bundestag alemán

Apartado “Parques zoológicos y parques de ocio”:
PUESTO

1	Europa Park, Rust
2	Phantasialand, Brühl
3	LEGOLAND Deutschland Resort, Günzburg
4	Heide Park Resort, Soltau
5	Parque de atracciones Tripsdrill con Paraíso Silvestre, Tripsdrill

Apartado “Museos”:
PUESTO

1	Kriminalmuseum, Rothenburg ob der Tauber
2	Isla de los museos, Berlín
3	Mercedes Benz Museum, Stuttgart
4	Technikmuseum, Sinsheim
5	Museo Alemán, Múnich

Apartado “Parques nacionales”:
PUESTO

1	Parque Nacional de la Selva Negra
2	Parque Nacional de Berchtesgaden
3	Parque Nacional de la Suiza Sajona
4	Parque Nacional del Eifel
5	Parque Nacional del Harz

Apartado “Regiones”:
PUESTO

1	Valle del Mosela
2	Isla de Rügen
3	Isla de Mainau
4	Baviera
5	Isla de Sylt

Apartado “Castillos & palacios”:
PUESTO

1	Castillo de Neuschwanstein, Hohenschwangau
2	Castillo de Eltz
3	Palacio de Heidelberg
4	Castillo de los Hohenzollern, Bisingen
5	Palacio Sanssouci, Potsdam

Sobre la ONAT

La Oficina Nacional Alemana de Turismo (ONAT), en alemán Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (abreviado DZT), es el “Tourist Board” nacional de Alemania. Asume la representación de Alemania como destino turístico por encargo del Ministerio Federal de Economía y Protección del Clima que le brinda su patrocinio conforme a una resolución del Parlamento Alemán. La ONAT coopera estrechamente con socios del sector turístico alemán, asociaciones y empresas comerciales con los que desarrolla estrategias y campañas de marketing para seguir difundiendo en el extranjero la imagen positiva de los destinos alemanes y fomentar el turismo receptivo alemán.

La ONAT afronta los desafíos del relanzamiento del turismo con una estrategia de recuperación integrada por tres elementos:

- aumento del reconocimiento de marca destacando y definiendo con precisión el perfil de la marca Alemania como destino turístico teniendo en el punto de mira la sostenibilidad y la protección del clima
- gestión de relaciones y transferencia de know-how para apoyar a la industria turística de volumen mediano e
- investigación de mercado selectiva y análisis del cambio que ha experimentado la demanda de los clientes como fundamento de una forma de actuar basada en la evidencia.

Temas cruciales: sostenibilidad y digitalización

La ONAT fomenta un turismo sostenible orientado al futuro en armonía con los objetivos que persigue el gobierno federal. Y en este contexto los temas de la sostenibilidad y la digitalización están en el punto de mira.

La sostenibilidad es un tema central desde hace más de una década y se trabaja de forma estratégica en todos los ámbitos de la empresa, abarcando todas las secciones. En este sentido la ONAT sigue una estrategia sustentada por tres pilares que acopla la transferencia de conocimiento externa y el correspondiente plan de comunicación con una iniciativa de sostenibilidad interna propia de la organización. La ONAT aborda el tema de futuro del turismo responsable posicionando a Alemania en el marco de la competencia internacional como un destino turístico con ofertas sostenibles e inclusivas. Con la irrupción de la pandemia de coronavirus los valores han evolucionado hacia una mayor responsabilidad socioecológica en el comportamiento turístico internacional.

La ONAT es pionera en la implementación de tecnologías inmersivas (realidad virtual, aumentada y mixta), en el empleo de interfaces de conversación (p. ej., asistentes de voz) y de aplicaciones de inteligencia artificial (IA), por ejemplo, en chatbots. Para garantizar la visibilidad de las ofertas turísticas en plataformas de comercialización asistidas por IA, la ONAT coordina el proyecto conjunto Open Data del sector turístico alemán para el desarrollo de un gráfico de conocimiento.

La ONAT cuenta con delegaciones en veinticinco países que gestiona desde su sede central en Fráncfort del Meno.