

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Deutschland
Das Reiseland



www.germany.travel

2020

**ZAHLEN
DATEN
FAKTEN**

Inhalt

Einführung	4
Welttourismus	6
Deutschland-Incoming	8
Deutschland-Incoming Europa	11
Deutschland-Incoming Übersee	16
Deutschland-Incoming Segmente	20
Nachhaltigkeit	24
Destination Brand	28

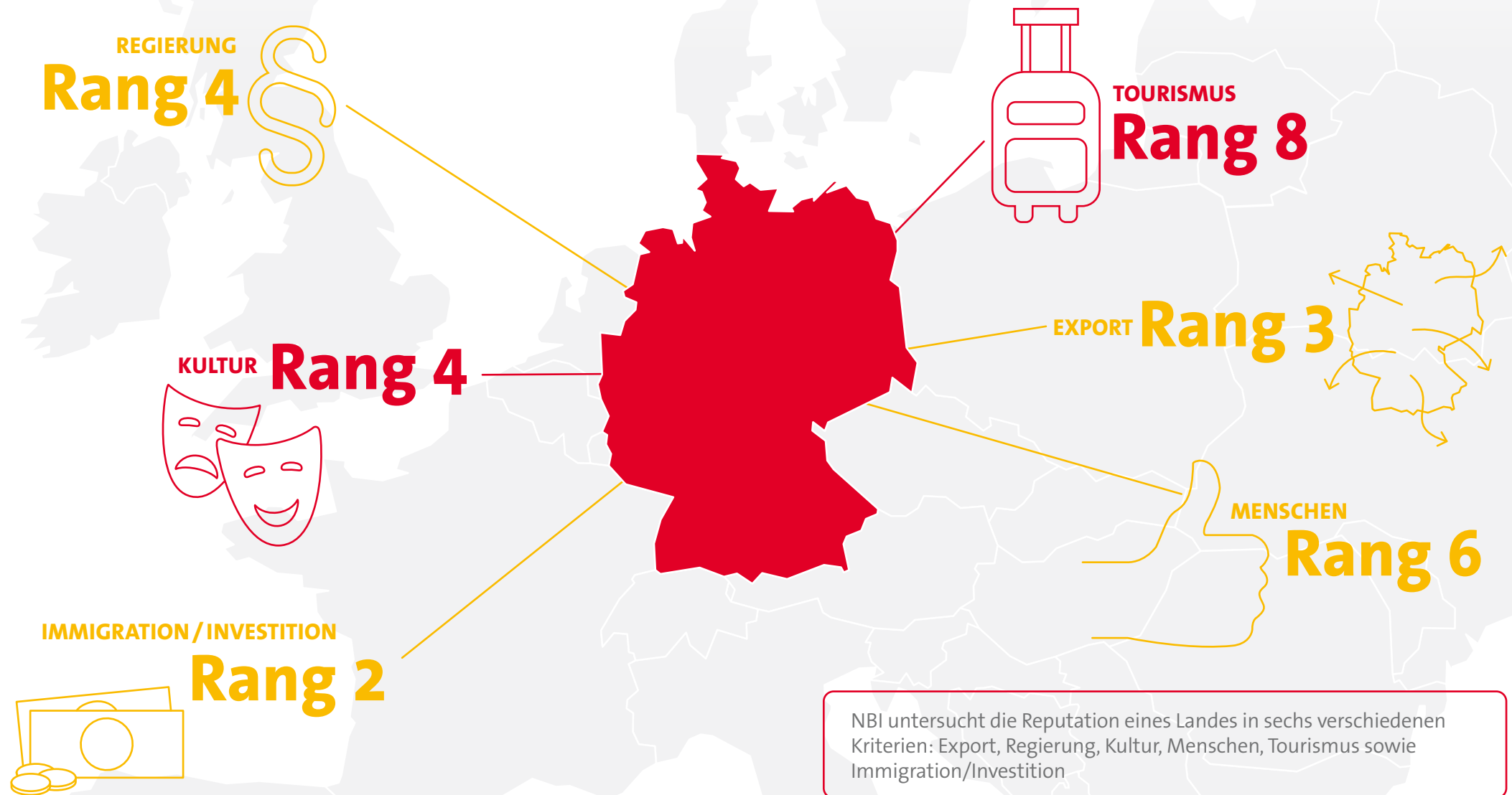
Deutschland-Incoming

32,0 Mio.
Internationale
Übernachtungen 2020

Quelle: Statistisches Bundesamt 2021



Deutschlands Image im Nation-Brand-Gesamtranking weiterhin auf Platz 1

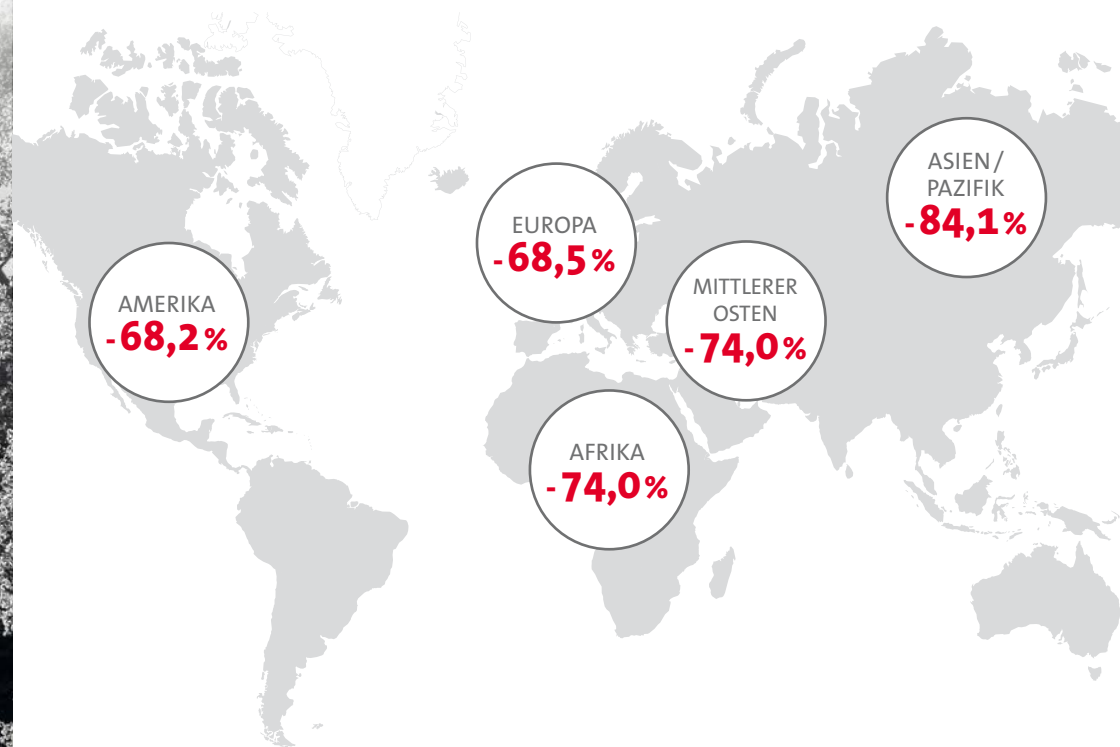


Internationaler
Tourismus fällt auf

398 Mio.
Ankünfte



Weltweite Auswirkung 2020 der Covid-19-Pandemie



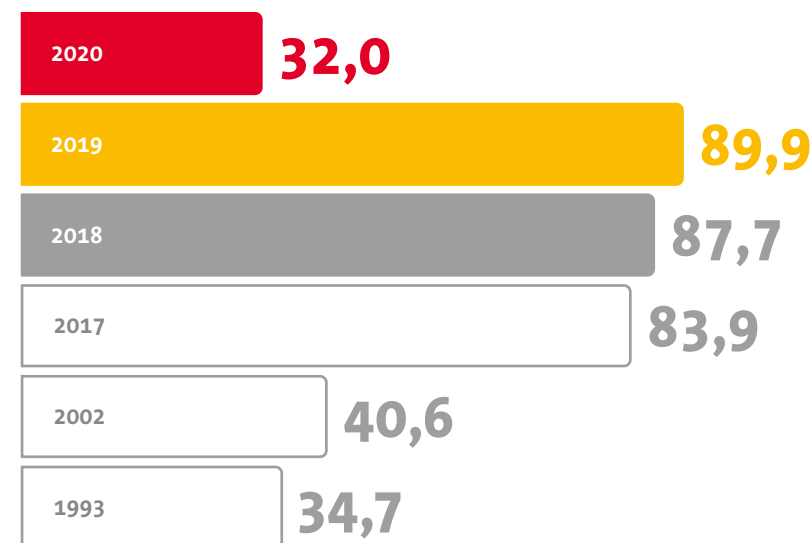
398 Mio.
internationale Ankünfte weltweit

-72,8%
Veränderung 2020/19

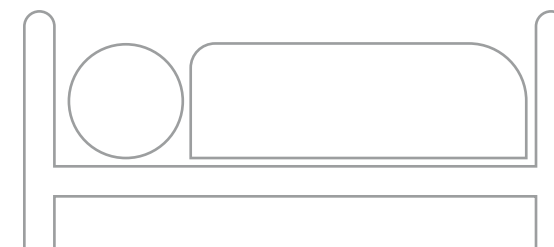
Bis 2019 sind die **Übernachtungen ausländischer Gäste** um **55,2 Mio. gestiegen**

Übernachtungen ausländischer Gäste
in Deutschland in Millionen seit 1993.

Jahr



Gesamtzahlen jeweils inkl.
Übernachtungen aus Ländern
ohne Angaben (2020: 480 Tsd.)

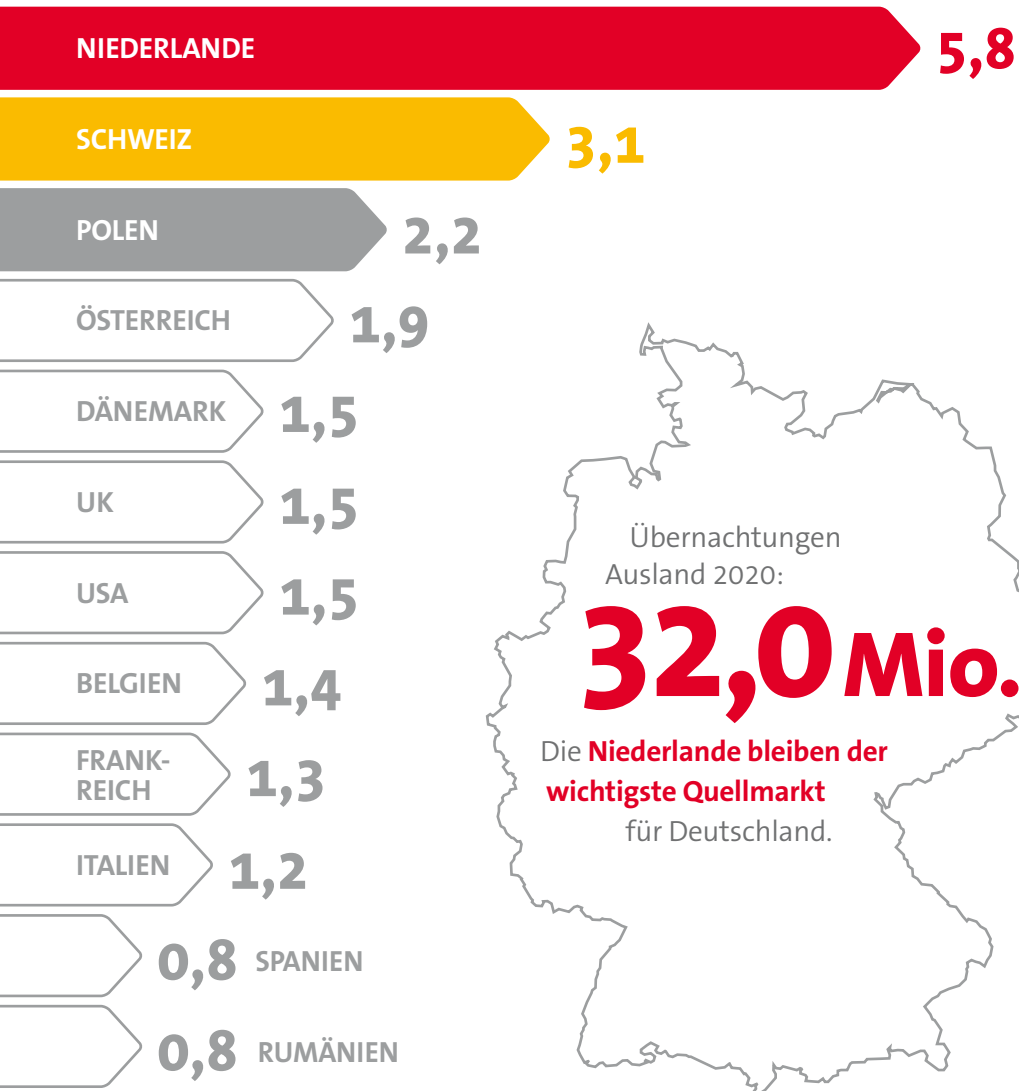


**Weltweite
Nachfrage** bis 2019

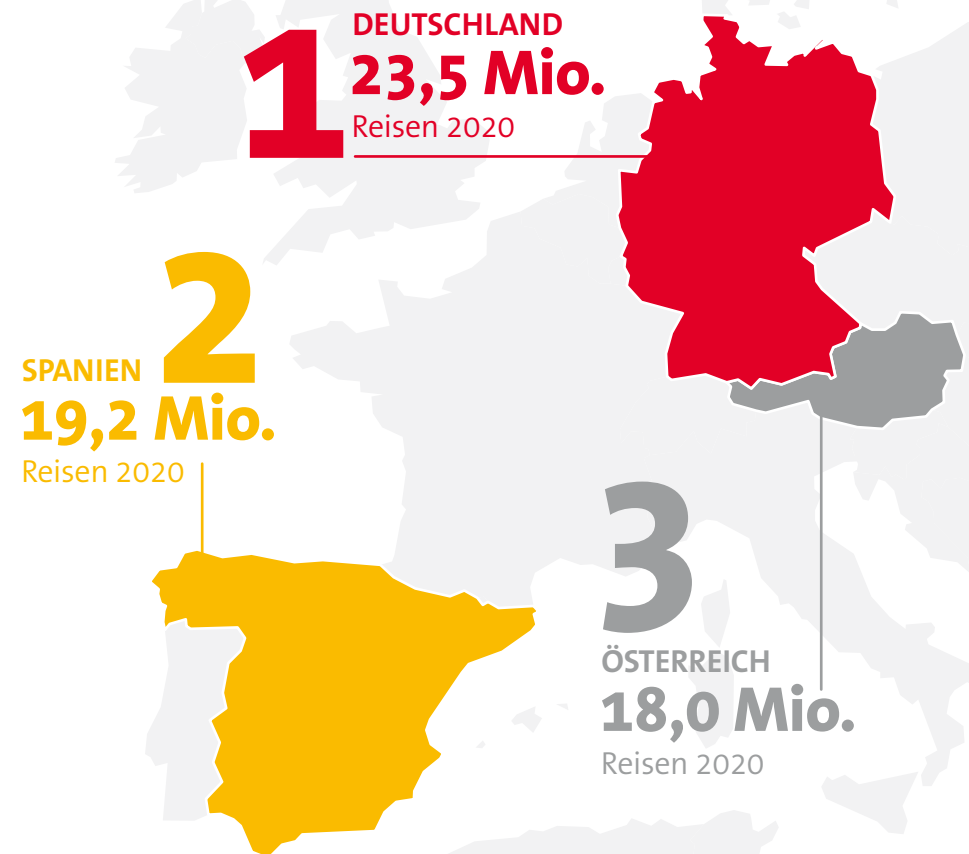
+159%

2020 mit - 7,8 % unter dem Niveau von 1993

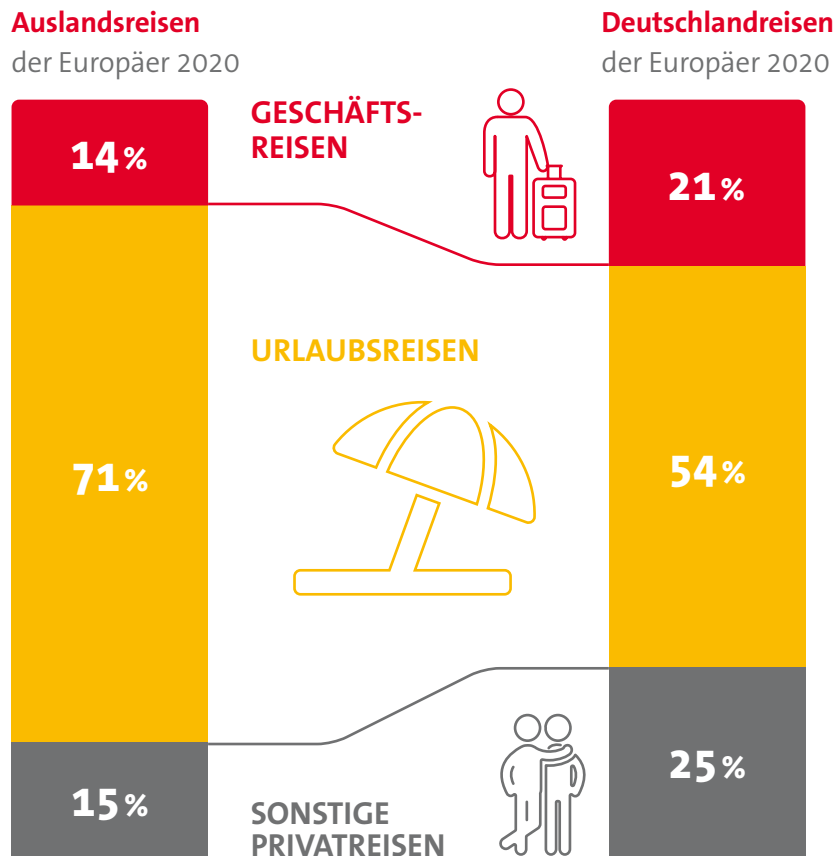
Wichtigste Quellmärkte weltweit für Deutschland 2020



Erstmals im Jahr 2020: Reiseland Deutschland **erster Platz als Zielmarkt** der Europäer



Deutschland hat **überproportionale Anteile** im internationalen Geschäftsreisemarkt



Promotable Geschäftsreisen der Europäer nach Deutschland haben 2020 mit **2,5 Mio.** den größten Marktanteil

Gesamtvolumen 2020:
5,0 Mio. Reisen (-63%)

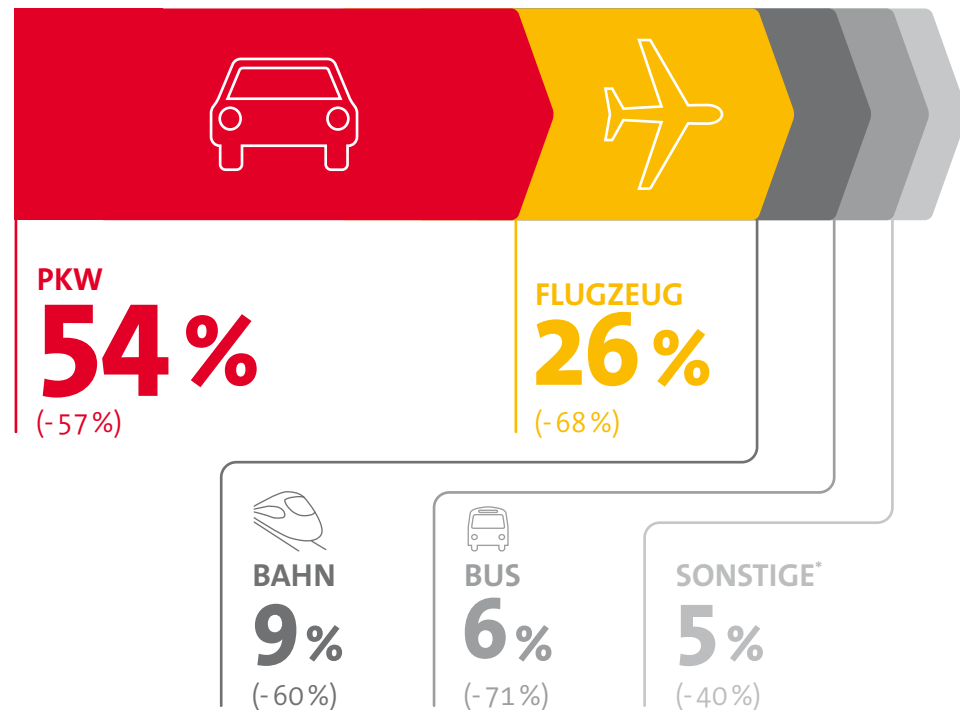
49% Traditionelle Geschäftsreisen
 (-58%)



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

Alle Reisen europaweit nach Deutschland 2020: **23,5 Mio.** (- 61%)

Marktanteil (Veränderung der Reisen zu 2019)



2020 lagen die Reiseausgaben** der Europäer bei Reisen nach Deutschland, - 66 Prozent zum Vorjahr, bei 13,3 Mrd. Euro.

*Schiff, Motorrad, Fahrrad und sonstige Verkehrsmittel; **alle Reiseausgaben für Transport, Unterkunft, Verpflegung, Shopping etc. während des Deutschland-Aufenthaltes sowie im Rahmen der An-, (Weiter-) und Rückreise; Quelle: DZT/WTM 2020, IPK 2021

Buchungsstellen/-kanäle bei Reisen von Europäern nach Deutschland 2020

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

DIREKTBUCHUNG
UNTERKUNFT

27%

(- 62%)

REISEBÜRO

18%

(- 65%)

DIREKTBUCHUNG
TRANSPORT

17%

(- 63%)

SONSTIGE
STELLEN*

11%

2% ●
TOURISMUS-
BÜRO

INTERNET

83%

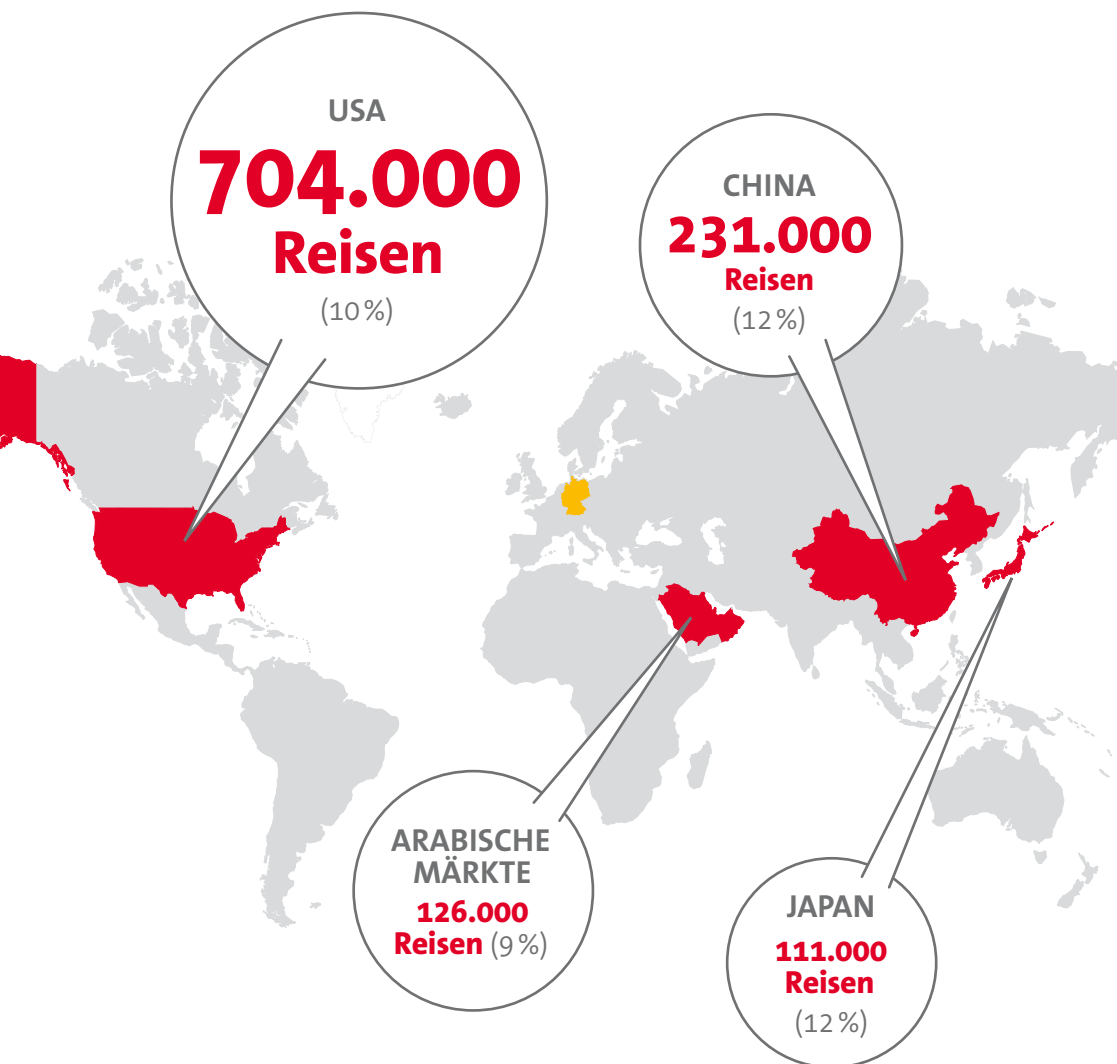
(- 64%)

Anteil
Buchungsstellen
in % (2020)

*Verein, Zeitung, Kirche, Schule, Firmenreisebüro und sonstige Stellen (Mehrfachnennungen möglich, nur Reisen mit Vorausbuchung; Quelle: DZT/WTM 2020, IPK 2021)

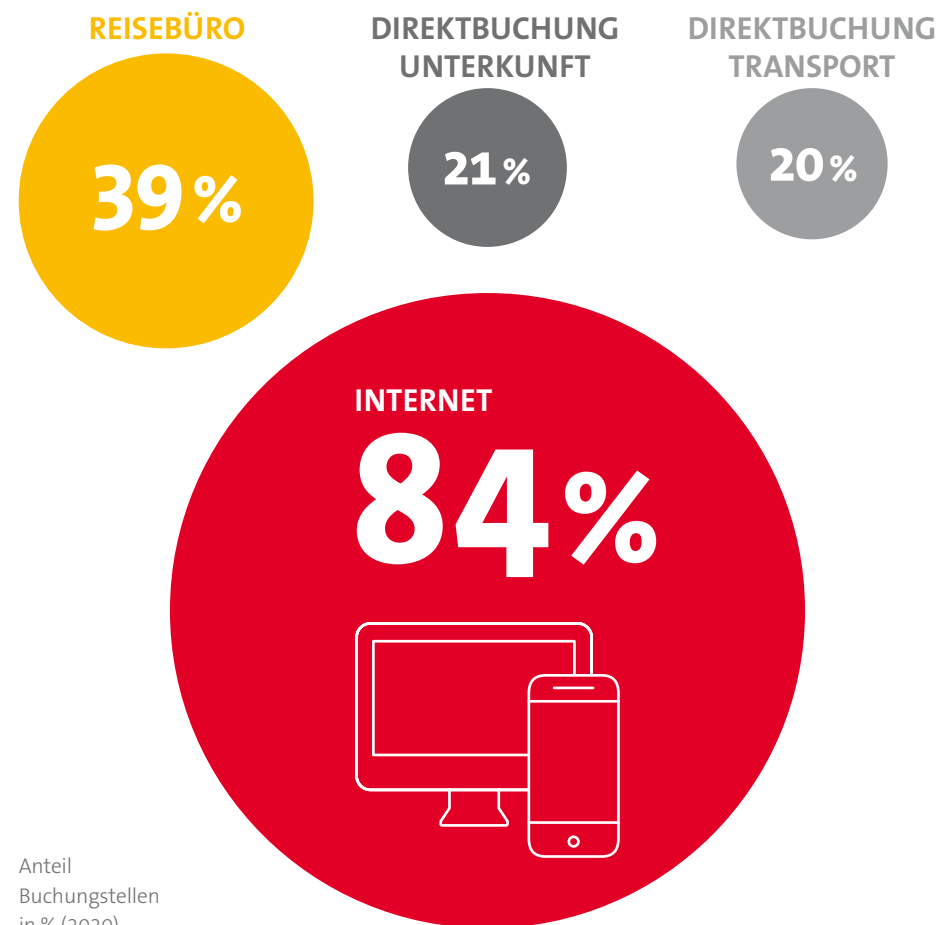
Größte Überseemärkte für Deutschland 2020

Marktanteil Deutschlands an Europareise



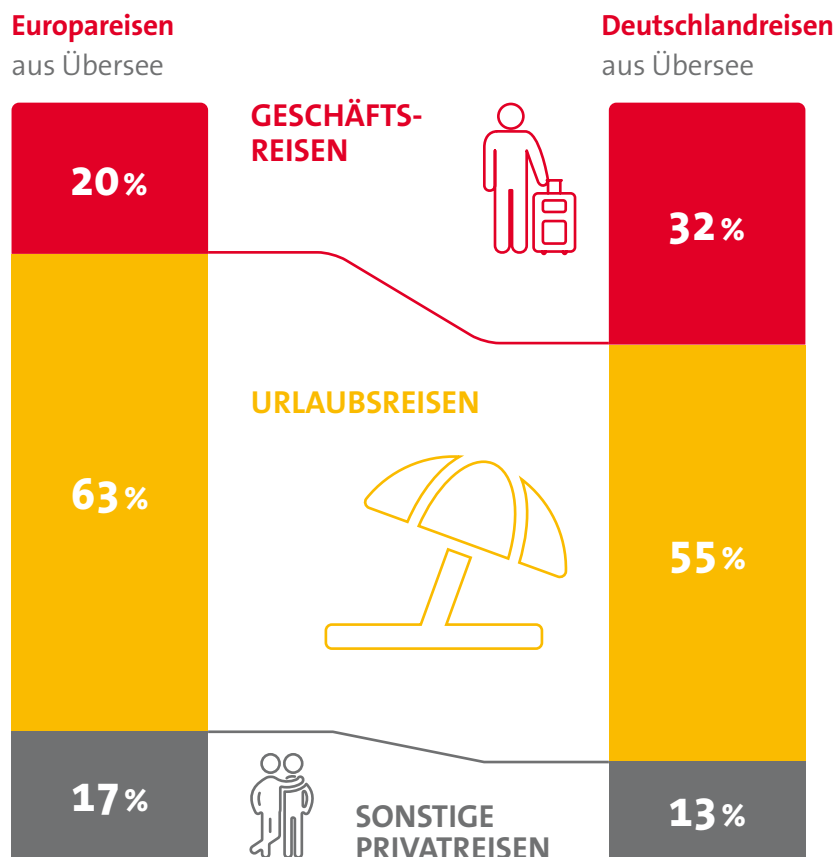
Buchungsstellen/-kanäle bei Reisen aus Übersee nach Deutschland 2020

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



Anteil
Buchungsstellen
in % (2020)

Ein Drittel der Reisen aus Übersee nach Deutschland sind **Geschäftsreisen**

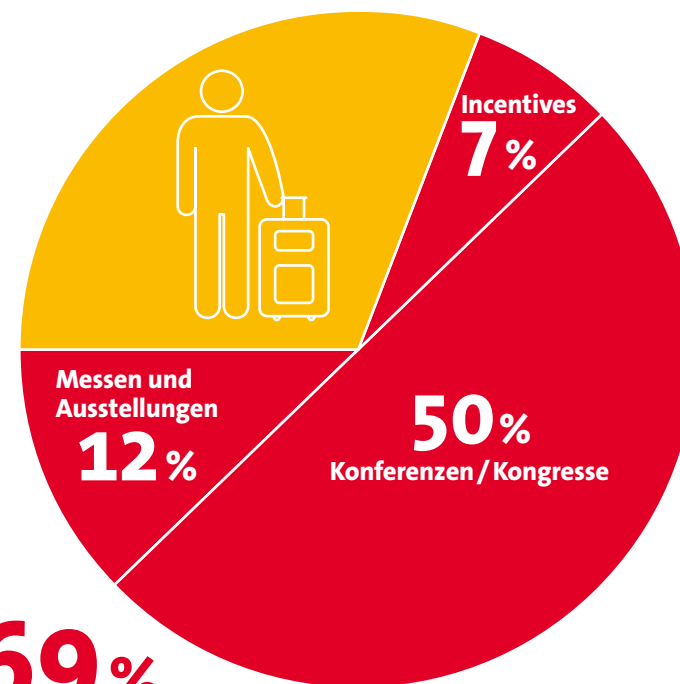


Promotable Geschäftsreisen

aus Übersee nach Deutschland haben 2020 den größten Marktanteil

Gesamtvolumen 2020:
0,6 Mio. Reisen

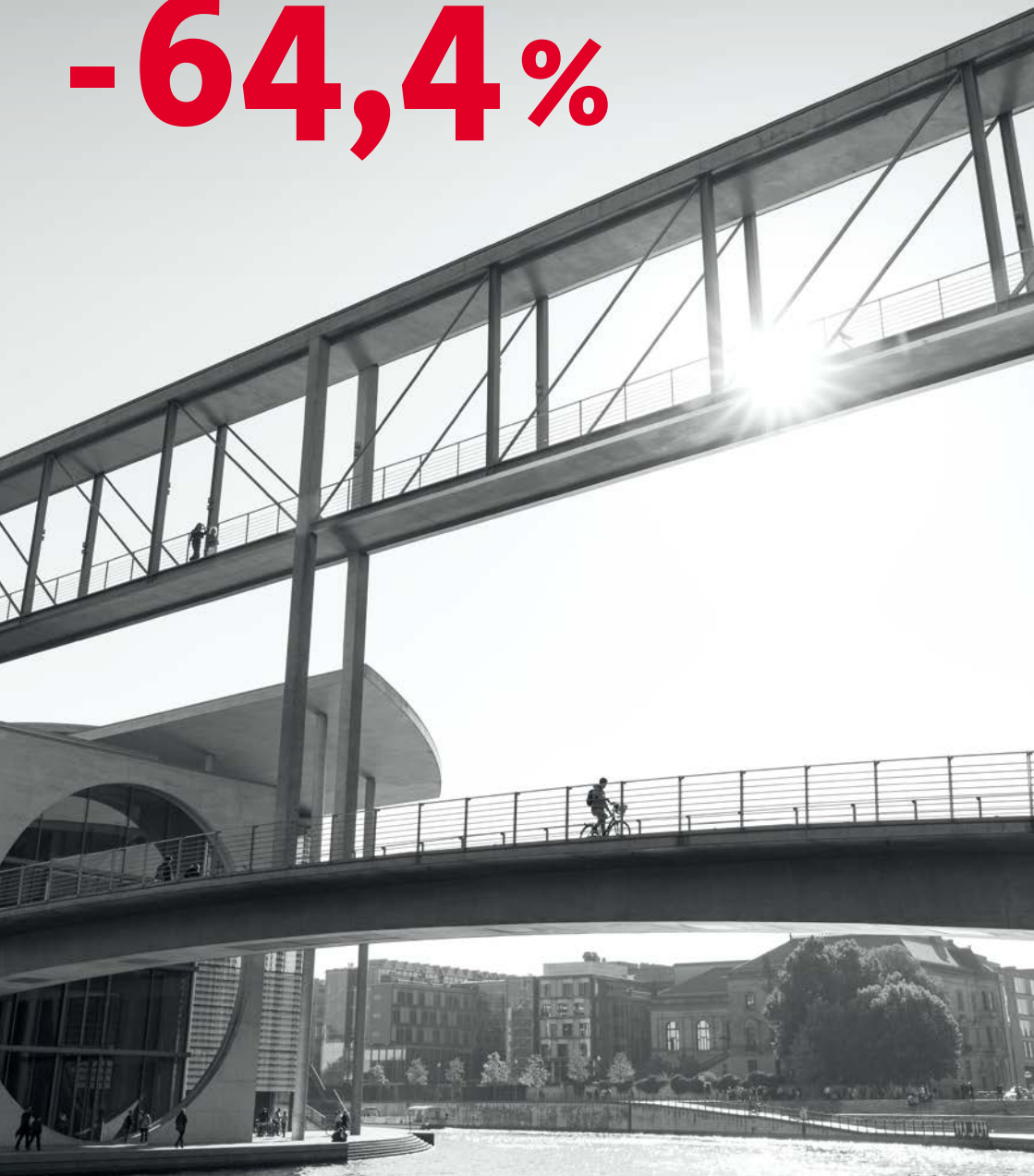
31% Traditionelle Geschäftsreisen



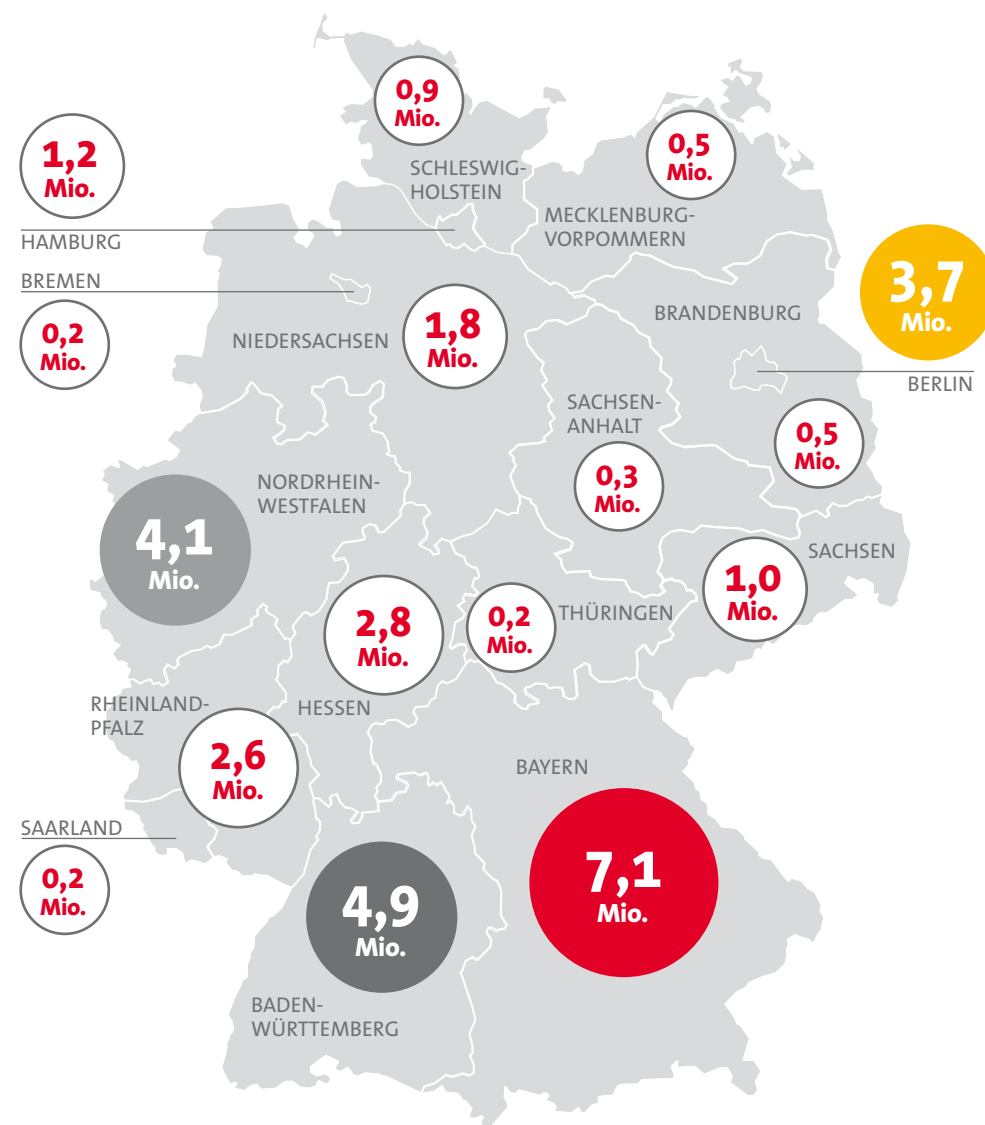
69% Promotable Geschäftsreisen

Ausländerübernachtungen im Jahr 2020

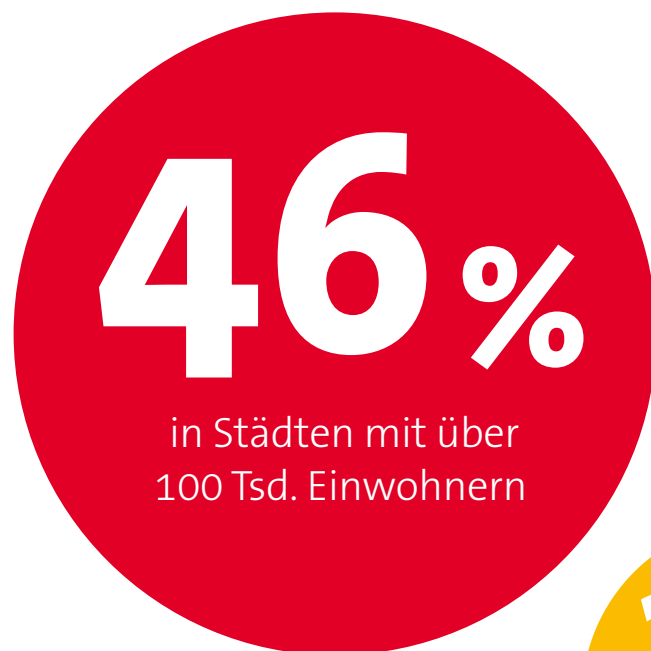
-64,4%



Ausländerübernachtungen nach Bundesländern



Deutsche **Metropolen** weiterhin gefragt



Verteilung der Ausländer-
übernachtungen auf Städte
nach Größenklassen 2020
in Deutschland.



Ländliche Regionen wichtige Facette im weltweiten Deutschland-Marketing

2. **Platz** für Deutschland als
Naturreiseziel* bei den
weltweiten Reisen der Europäer.

28 % der ausländischen
Deutschlandurlauber halten
Natur und **Landschaft** für
ein **wichtiges Reisemotiv****.

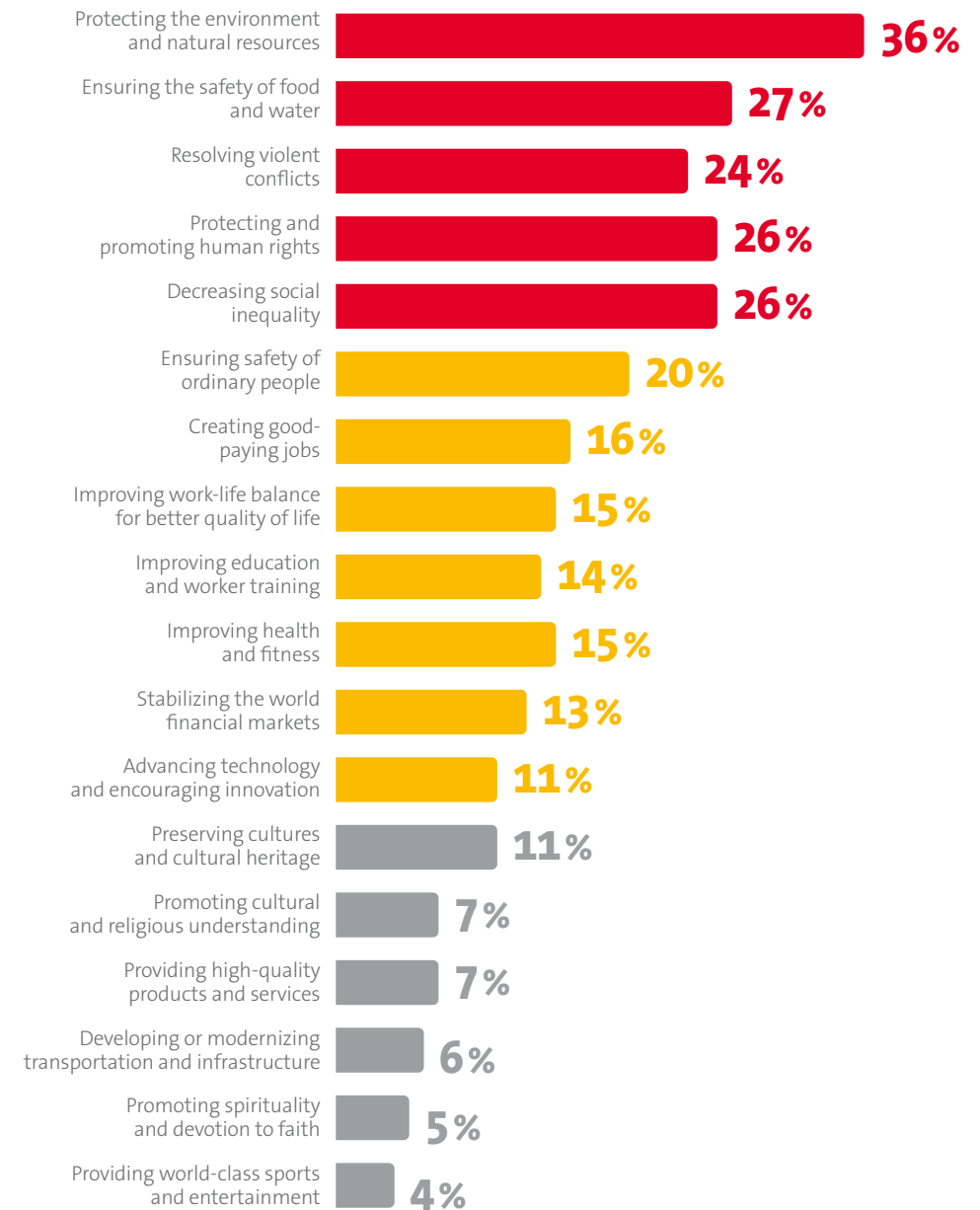
1,7 hohe Gesamtzufrieden-
heit*** bei Urlaubern
aus dem Ausland in den
„**Ländlichen Regionen**“

Platz 1 für Deutschland im Ranking:
18 % der Befragten weltweit trauen
Deutschland zu, als Nation in den nächsten
 fünf Jahren **am besten gegen die**
Bedrohung durch den Klimawandel
vorzugehen.

zum Vgl: Kanada **16 %**, Schweden **14 %**, Japan **14 %**



Dringende **globale Themen**



Deutschland im Bereich **Nachhaltigkeit** sehr gut positioniert

Deutschland auf **Platz** ¹

7 bei der „**Verantwortungsvollen Regierungsführung gegenüber internationalen Umweltbelangen**“ von weltweit 50 Nationen

Deutschland auf **Rang** ²
The 2020 SDG Index scores:
 Germany 80,8 Score / Rank 5 of 166

Deutschland auf **Platz** ³

9 von 140,
Environmental Sustainability

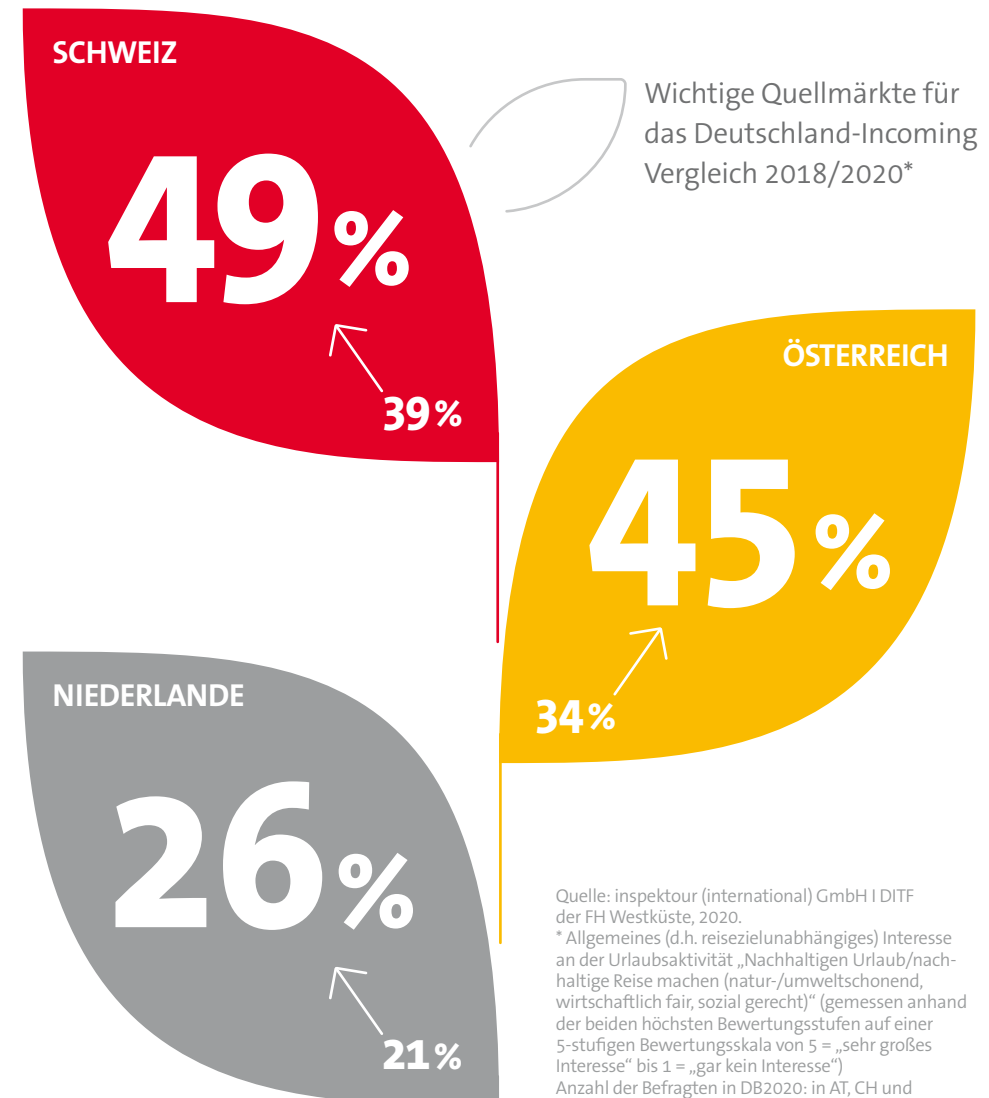


Quelle: 1 Anholt-IPSOS Nation-Brands-Index 2020 Report, Oktober 2020;

2 Sustainable Development Report 2020, SDG Index;

3 The travel and Tourism Competitiveness Report 2019

Interesse an **nachhaltigem Tourismus** wächst!



Quelle: inspektour (international) GmbH I DITF der FH Westküste, 2020.

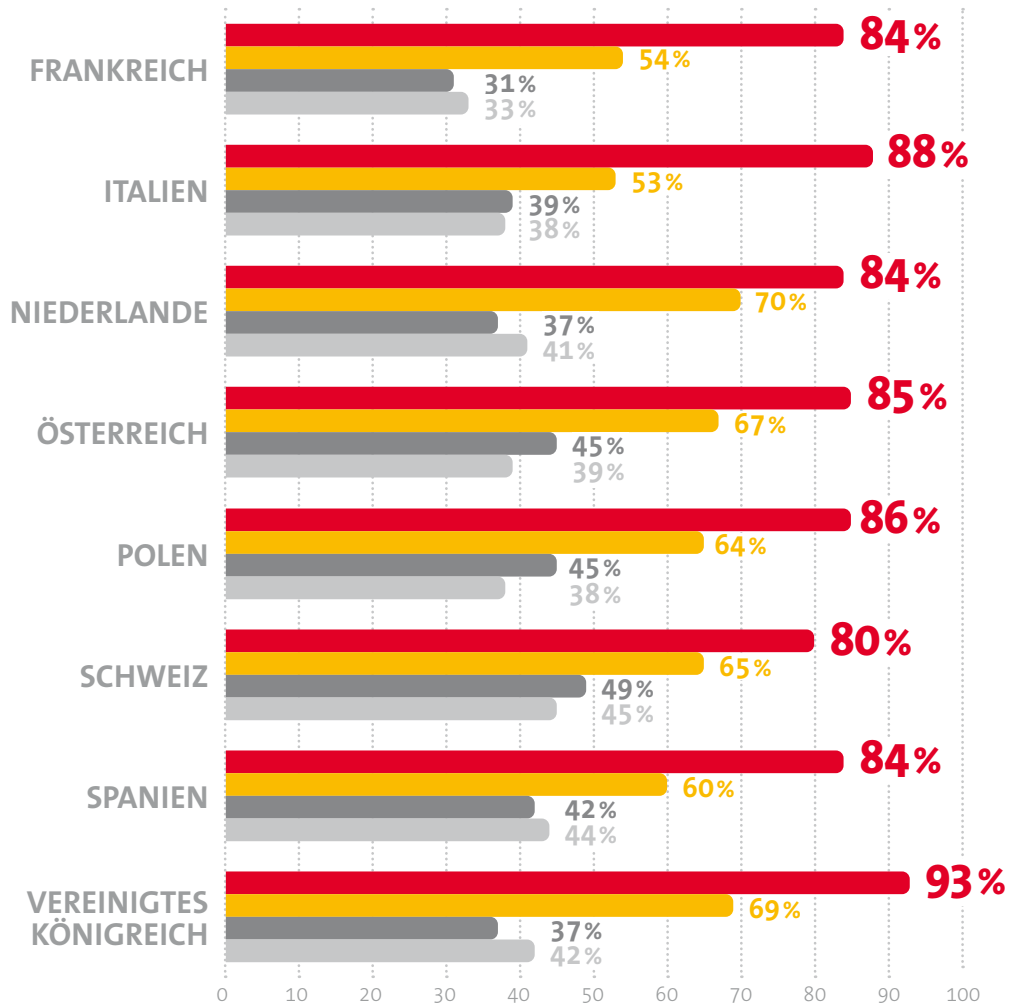
* Allgemeines (d.h. reisezielunabhängiges) Interesse an der Urlaubsaktivität „Nachhaltigen Urlaub/nachhaltige Reise machen (natur-/umweltschonend, wirtschaftlich fair, sozial gerecht)“ (gemessen anhand der beiden höchsten Bewertungsstufen auf einer 5-stufigen Bewertungsskala von 5 = „sehr großes Interesse“ bis 1 = „gar kein Interesse“)

Anzahl der Befragten in DB2020: in AT, CH und NL jeweils 1.000 Befragte

Anzahl der Befragten in DB2018: in AT = 2.000, in CH und NL = jeweils 3.000 Befragte

Hoher Bekanntheitsgrad Deutschlands als Grundlage für touristische Nachfrage

- Bekanntheit als Reiseziel
- Sympathie
- Besuchsbereitschaft für einen Kurzurlaub in den nächsten 3 Jahre
- Besuchsbereitschaft für einen längeren Urlaub in den nächsten 3 Jahre



Quelle: inspektour (international) GmbH | DITF der FH Westküste, 2020.
Basis: Anzahl der Befragten zum Reiseziel Deutschland: Je Quellmarkt 1.000 Befragte.
Bekanntheit Deutschlands als Reiseziel, Sympathie Deutschlands (Top-Two-Box),
Besuchsbereitschaft Deutschlands (Top-Two-Box), Kurzurlaub (1-3 Übernachtungen),
längerer Urlaub (mit 4 oder mehr Übernachtungen).



Konzeption und Gestaltung

M.A.D. Kommunikationsgesellschaft mbH
www.markenzeichen.de

Bildnachweise

S. 2 DZT/Jens Wegener; S. 6 DZT/Frank Blümmer Photography; S. 8 DZT/Guenter Standl;
S. 20 Getty Images/Westend61; S. 24 DZT/Florian Trykowski; S. 29 DZT/Christoph Jorda

Herausgeber:

Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT)
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt/Main

www.germany.travel

Gefördert durch:

 Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Deutschland
Das Reiseland 