

Deutschland
Das Reiseland



Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

Incoming-Tourismus Deutschland

Edition 2008



Zahlen, Fakten, Daten 2007



- 03 Einführung/Handlungsfelder
- 04 Welttourismus 2007
- 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 Urlaubszentren der Europäer
- 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
www.deutschland-tourismus.de
www.deutschland-extranet.de
 Grafik: M.A.D. Kommunikation,
 Offenbach/Main
 Druck: Hans Reuffürth GmbH
 Bildnachweis:
 TAM MUC/Allianz-Arena/
 DZT S. 02;
 Krüger, Torsten/DZT S. 02;
 Nürnberg Congress &
 Tourismus Zentrale/DZT S. 03;
 Laif Agentur für Photos &
 Reportagen GmbH/DZT S. 03

Edition 2008

3 (D) 2008

Einführung

Im sechsten Jahr erscheint nun schon zur IMEX 2008 in Frankfurt/Main und zum Germany Travel Mart (GTM) 2008 in München/Augsburg eine zusammenfassende Darstellung wichtiger Zahlen, Fakten und Daten 2007 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.

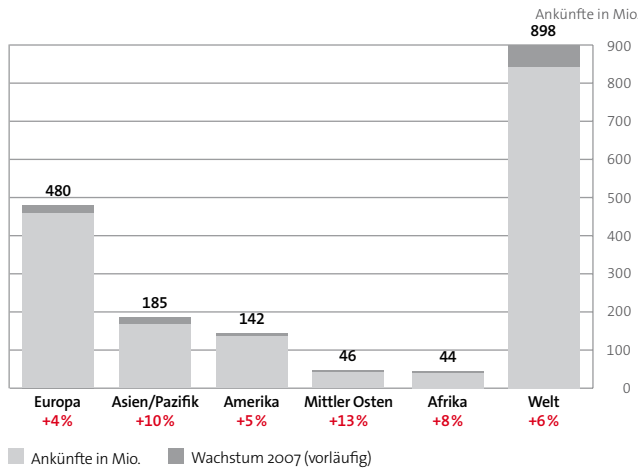
Die vorliegende Ausgabe basiert auf Studien der UNWTO, des WTTC und der DZT Unternehmensplanung u. a. vom World Travel Monitor, TNS-Infratest, F.U.R., Angaben des Statistischen Bundesamtes sowie internationaler und nationaler Verbände touristischer Leistungsträger.

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

Welttourismus 2007

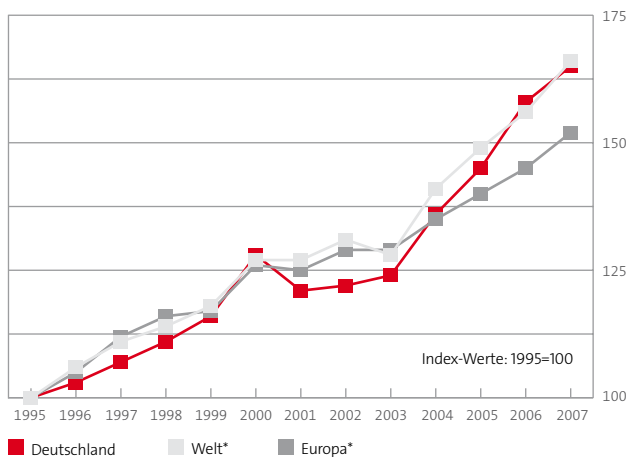
Laut UNWTO wurden 2007
898 Mio. (+ 6,1%) internationale Ankünfte registriert



Quelle: UNWTO 2008 (1), vorläufig

Entwicklung der internationalen Ankünfte Weltweit, in Europa und Deutschland

Deutschland legt seit 2003 deutlich an Dynamik zu und und generiert 2007 ein Wachstum in Höhe des Weltdurchschnitts



Quelle: UNWTO 2008 (1), Statistisches Bundesamt 2008 (4), * Daten für 2007 vorläufig

Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Beitrag der Tourismuswirtschaft 2008

Indirekte und direkte Effekte des Tourismus

| Rang | Land | Mrd.-US-\$ |
|----------|--------------------|--------------|
| 1 | USA | 1.442,8 |
| 2 | China | 508,6 |
| 3 | Japan | 438,1 |
| 4 | Deutschland | 316,2 |
| 5 | Frankreich | 307,0 |
| 6 | Spanien | 276,7 |
| 7 | UK | 262,3 |
| 8 | Italien | 226,1 |
| 9 | Kanada | 154,6 |
| 10 | Mexiko | 130,2 |

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/WTTC 2008 (2)

Beitrag der Tourismusindustrie 2008

Direkte Effekte des Tourismus

| Rang | Land | Mrd US-\$ |
|----------|--------------------|-------------|
| 1 | USA | 542,4 |
| 2 | Japan | 162,5 |
| 3 | Frankreich | 115,7 |
| 4 | China | 109,0 |
| 5 | Spanien | 102,5 |
| 6 | UK | 97,0 |
| 7 | Italien | 94,0 |
| 8 | Deutschland | 88,7 |
| 9 | Australien | 46,3 |
| 10 | Kanada | 45,8 |

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/WTTC 2008 (2)

Beschäftigte/Kapitalinvestitionen (KI) in der Tourismuswirtschaft 2008

| Rang | Land | Beschäftigte in Mio. |
|-----------|--------------------|----------------------|
| 1 | China | 74,5 |
| 2 | India | 30,5 |
| 3 | USA | 14,9 |
| 4 | Japan | 6,8 |
| 5 | Mexiko | 6,6 |
| 6 | Indonesien | 5,9 |
| 7 | Brasilien | 5,5 |
| 8 | Vietnam | 4,9 |
| 9 | Russland | 4,1 |
| 12 | Deutschland | 3,6 |

Quelle: TSA/WTTC 2008 (2)

| Rang | Land | KI in Mrd. US-\$ |
|----------|--------------------|------------------|
| 1 | USA | 285,6 |
| 2 | China | 224,6 |
| 3 | Spanien | 70,0 |
| 4 | Japan | 56,4 |
| 5 | Frankreich | 46,1 |
| 6 | UK | 45,9 |
| 7 | Deutschland | 39,7 |
| 8 | Italien | 38,9 |
| 9 | Russland | 38,4 |
| 10 | Australien | 35,7 |

Quelle: TSA/WTTC 2008 (2)

Wachstumsprognosen für Europa / Internet-Nutzung in Europa

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 | Marktanteile 1995 | Marktanteile 2020 |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|-------------------|-------------------|
| Europa | 336,0 | 527,0 | 717,0 | 3,1 | 59,8 | 45,9 |
| 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 |
| Südasiens | 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 |

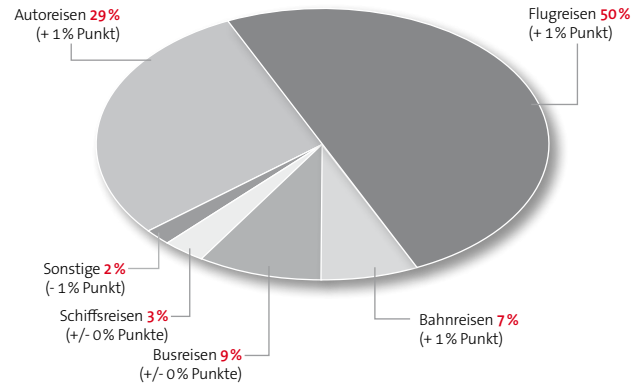
Wachstum weltweit 2007: **6,1%**

Quelle: UNWTO 2008 (1)

Transportarten / Hotelpreise in Europa

Verteilung internationaler Reisen der Europäer nach Transportart

„Luft“ und „Straße“ sind die dominierenden Kategorien bei Reisen in Europa. Auslandsreisen der Europäer 2007:



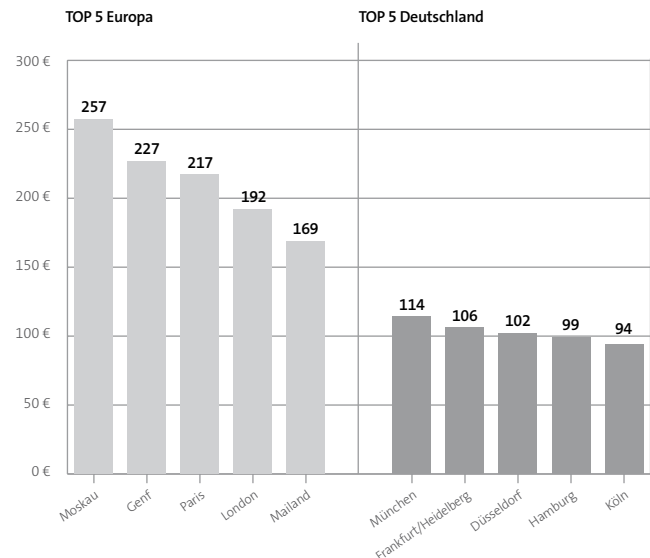
Quelle: DZT/WTM 2008 (5)

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

| Rang | Land | Anzahl User (Mio.) | Anteil Verbreitung % |
|------------------------|----------------|--------------------|----------------------|
| 1 | Deutschland | 53,2 | 64,6 |
| 2 | Großbritannien | 40,4 | 66,4 |
| 3 | Frankreich | 34,9 | 54,7 |
| 4 | Italien | 33,1 | 57,0 |
| 5 | Spanien | 22,8 | 56,5 |
| 6 | Niederlande | 14,5 | 87,8 |
| 7 | Polen | 11,4 | 29,6 |
| 8 | Portugal | 7,8 | 73,1 |
| 9 | Rumänien | 7,0 | 31,4 |
| 10 | Schweden | 7,0 | 77,3 |
| Gesamt 1 bis 10 | | 232,1 | 59,8 |
| EU gesamt | | 273,2 | 55,7 |

Quelle: Internet World Stats 2008 (12)

Durchschnittliche Zimmerpreise in europäischen und deutschen Städten 2007



Quelle: IHA/Deloitte 2008 (10)

Wichtige Kennziffern Deutschlands

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 2007 (in Mrd. Euro) | 2.423,0 | |
| BIP pro Kopf 2007 (in Euro) | 29.455 | |
| BIP-Wachstum (preisbereinigt in %) | | |
| | 2005 | + 0,8 |
| | 2006 | + 2,9 |
| | 2007 | + 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 2007 | | |
| Internationale Ankünfte in Tsd. (Incoming) | 24.400 | |
| Ankünfte per 100 Einwohner | 30 | |
| Deutschland-Tourismus 2007 | | |
| Übernachtungen aus dem Inland in Tsd. | 307.060 | |
| Wachstum Inland | + 3,0% | |
| Übernachtungen aus dem Ausland in Tsd. | 54.779 | |
| Wachstum Ausland | + 3,5% | |
| Übernachtungen insgesamt in Tsd. | 361.839 | |
| Wachstum insgesamt | + 3,0% | |
| davon Hotel/Pension | | |
| Übernachtungen aus dem Inland in Tsd. | 170.234 | |
| Übernachtungen aus dem Ausland in Tsd. | 44.441 | |
| Übernachtungen insgesamt in Tsd. | 214.675 | |
| Anzahl der Hotelbetten² (Stand Juli 2007) | | |
| Auslastung der Hotelbetten (2006: 35,9%) | 36,7% | |
| Outgoing Tourismus 2007³ | | |
| Reisen der Deutschen in Tsd. | 296.900 | |
| davon ins Ausland in Tsd. | 75.900 | |
| Urlaubsauslandsreisen per 100 Einwohner | 63 | |
| Tourismusbilanz 2007⁴ | | |
| Reiseausgaben (07/06: + 3%) | 60,5 Mrd. € | |
| Reiseeinnahmen (07/06: + 1%)** | 26,3 Mrd. € | |
| Internationale Tourismusbilanz (07/06: + 4%) | - 34,2 Mrd. € | |

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

² In Hotels, Hotel garnis, Gasthöfen, Pensionen, Gesamtjahr 2007 (nach Statistischem Bundesamt)

³ DZT/WTM 2008 (5)

⁴ Deutsche Bundesbank, März 2008

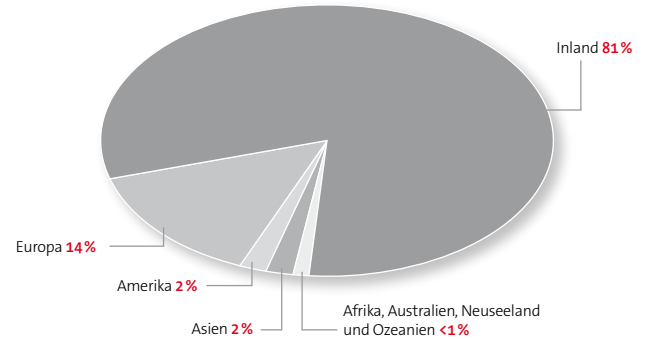
** ohne Geschäftsreisen, VFR-Reisen, Öffentliche Investitionen

Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4), DZT 2008 (6)

Incoming - Bedeutung und Verteilung

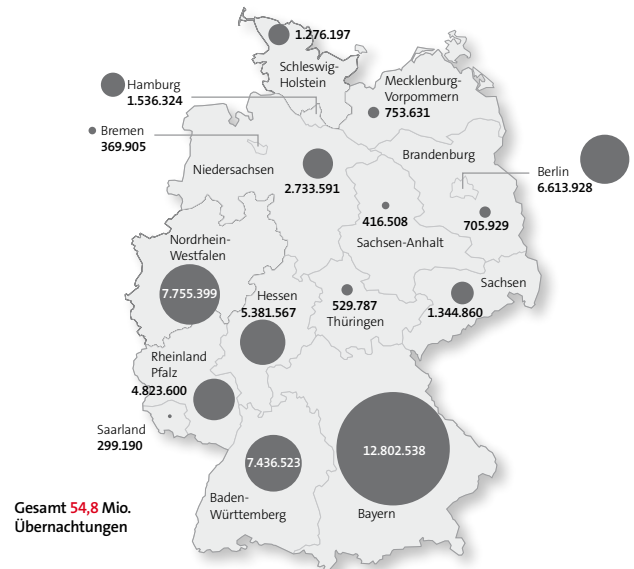
Verteilung der Gesamtankünfte 2007 in Deutschland nach Kontinenten

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



Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4)

Ausländerübernachtungen 2007 in Deutschland nach Bundesländern

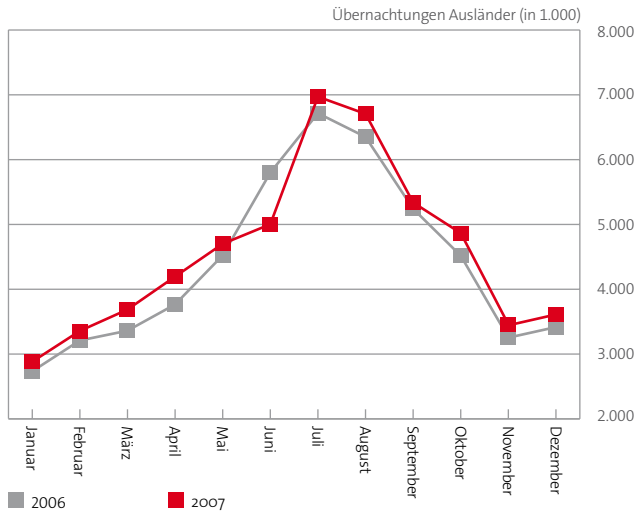


Gesamt 54,8 Mio. Übernachtungen

Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4)

Saisonale Verteilung / UnterkunftsKapazitäten

Saisonale Verteilung der Ausländerübernachtungen im Incoming in Deutschland



Kapazitäten nach Betrieben in Deutschland 2007

| Betriebsart | Beherbergungskapazität | |
|---|--|--------------|
| | Geöffnete Betriebe (Stand: Juli 2007) | Anteil in % |
| Hotels | 13.156 | 25,2 |
| Hotel garni | 8.200 | 15,7 |
| Gasthöfe | 9.351 | 17,9 |
| Pensionen | 5.234 | 10,0 |
| Klassisches Beherbergungsgewerbe | 35.941 | 68,9 |
| Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime | 2.784 | 5,3 |
| Ferienzentren | 87 | 0,2 |
| Ferienhäuser, -wohnungen | 10.600 | 20,3 |
| Hütten, Jugendherbergen | 1.728 | 3,3 |
| Vorsorge- und Reha-Kliniken | 941 | 1,8 |
| Alle Betriebe * | 52.168 | 100,0 |

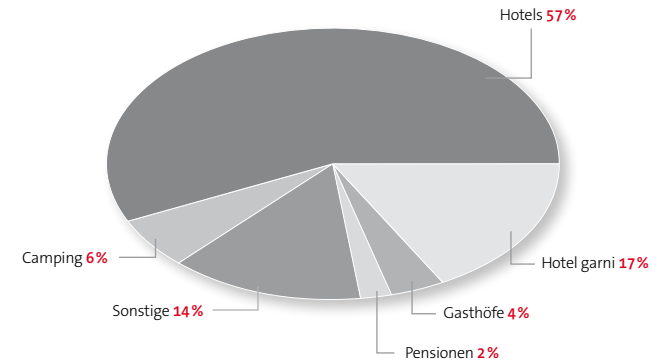
* inkl. 87 Boardinghouses (erstmalig erfasst 2004)

Quelle: Statistisches Bundesamt 2007 (4)

Unterkunftsformen / Flughäfen

Übernachtungen von Ausländern nach Unterkunftsform 2007 in Deutschland

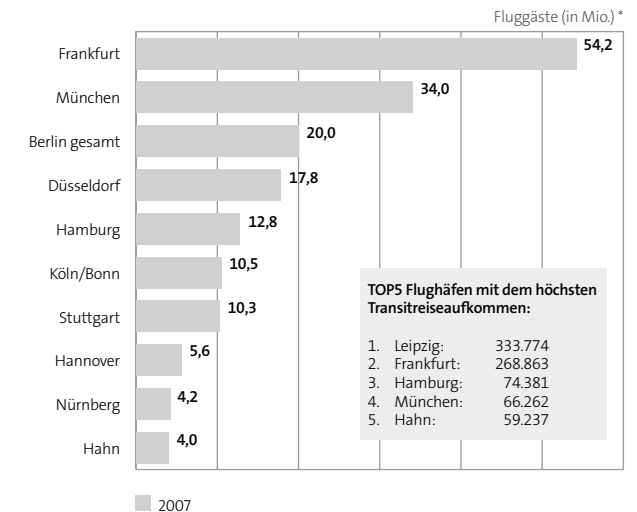
Hotels und Hotels garnis: Marktanteil 74%



Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4)

Das Verkehrsaufkommen der internationalen Flughäfen in Deutschland steigt 2007 um 6,0 Prozent

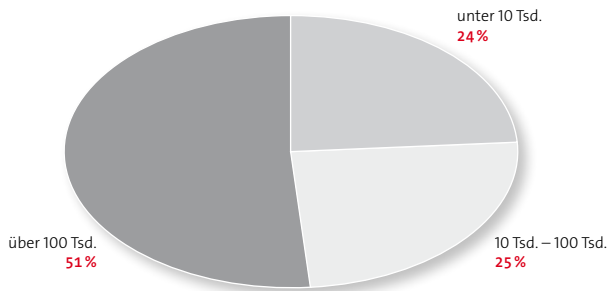
Auf die TOP 10 Flughäfen entfallen 94 Prozent des Passagivolumens von 184,7 Mio.



Städtetourismus

Verteilung der Ausländerübernachtungen auf Städte nach Größenklassen 2007 in Deutschland

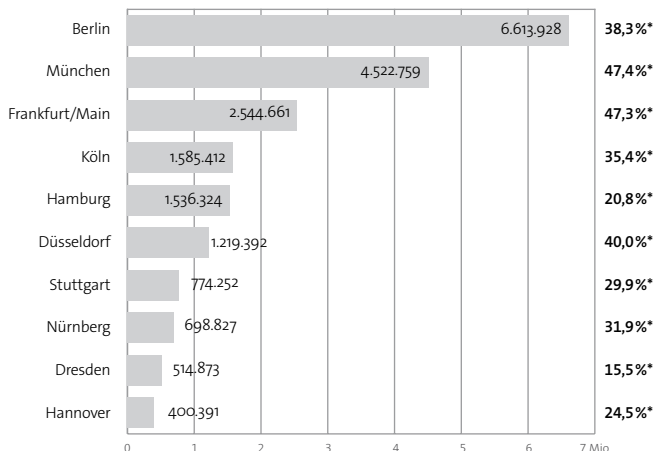
51% der Ausländerübernachtungen finden in Städten über 100 Tsd. Einwohner statt



Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4)

Top-Städte in Deutschland 2007 (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 2008 (11), DZT 2008 (6)

Geschäftsreisen

Geschäftstourismus/-Reisen im Deutschland-Tourismus

Überblick über die Marktsegmente

Geschäftsreisen (mit Übernachtung)

72,8 Mio. Inland (2007)
Umsatz 39,0 Mrd. €

Quelle: DZT/TNS-Infratest

10,3 Mio. aus Europa (2007)
Umsatz 8,4 Mrd. €
1,5 Mio. aus Übersee
Umsatz 5,3 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 66,7 Mrd. €

Quelle: DZT 2008 (6)

Angebot im Messewesen/Aussteller

Die sechs größten Messe- und Ausstellungsgelände 2007 in Deutschland sind:

| Ort | Halle (brutto in qm) | Freifläche (brutto in qm) | Rang innerhalb Europas |
|----------------|----------------------|---------------------------|------------------------|
| Hannover | 495.265 | 58.070 | 1 |
| Frankfurt/Main | 321.750 | 83.700 | 3 |
| Köln | 284.000 | 100.000 | 4 |
| Düsseldorf | 251.038 | 32.500 | 5 |
| München | 180.000 | 255.000 | 10 |
| Berlin | 160.000 | 100.000 | 12 |

Stand:1.11.2007

Quelle: AUJMA 2007 (8)

Tagungs- und Kongressmarkt in Deutschland

Gesamtüberblick

Angebotsituation

Tagungs- und
Veranstaltungsstätten
insgesamt¹

6.200

Kongress-und
VeranstaltungsCenter (VC)
Tagungshotels (TH)
EventLocations (EL)²

1.498

3.091

1.611

Tagungsräume insgesamt

64.000

Nachfragesituation

Veranstaltungen

2,8 Mio.

Durchschnittsdauer
Tagungen

1,4 Tage

Events

64%

Teilnehmer insgesamt

314,0 Mio.

davon aus dem Ausland

5,3%

Tagungs-Teilnehmer

123,9 Mio.

Event-Teilnehmer

190,1 Mio.

¹ Betriebe mit mindestens 100 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung

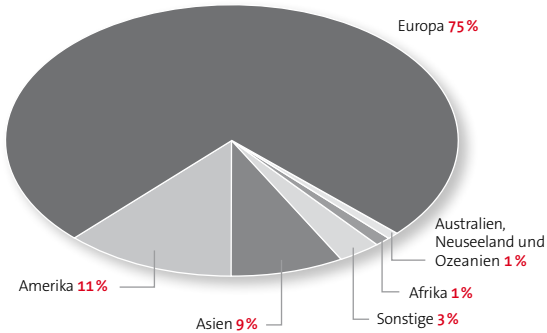
² Burg/Schloss, Kloster, Museum, Fabrikhalle/Lokschuppen, Studio, Freizeitpark, Zoo, Bildungseinrichtung/Hochschule, Flughafen

Quelle: EITW 2008 (9)

Quellmärkte des Incoming-Tourismus

Verteilung der Übernachtungen nach Kontinenten in Prozent in Deutschland

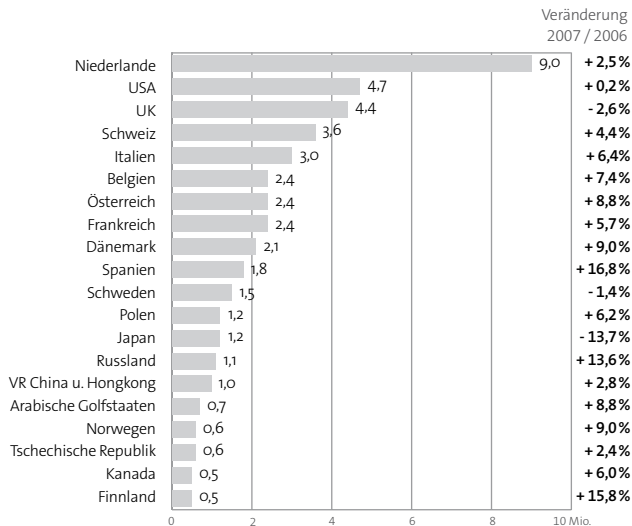
Europa hat mit +5,3 Prozent Zuwachs in 2007 einen weiterhin wachsenden Marktanteil



Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4)

Top 20-Quellmärkte für Deutschland nach Übernachtungen 2007

Deutschland hat eine Vielzahl von Quellmärkten



Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4)

Reiseanlässe der Europäer

Reisezweck der Europäer bei Reisen ins Ausland und nach Deutschland 2007

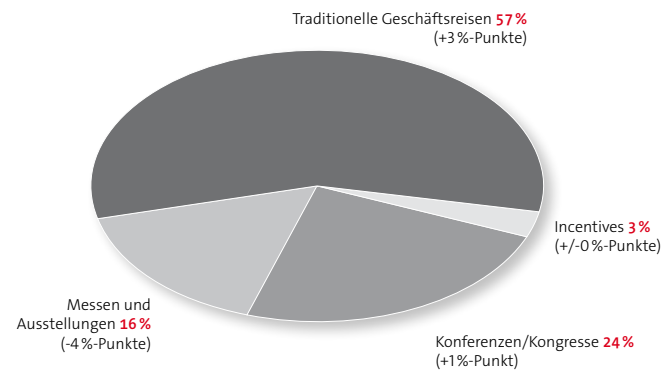
Deutschland hat überproportionale Anteile im internationalen Geschäftsreisemarkt und generiert steigende Nachfrage im Freizeitbereich

| Reisezweck | Europa 2007 in Mio. | Deutschland 2007 in Mio. | Europa 2007 Anteil | Deutschland 2007 Anteil |
|--|---------------------|--------------------------|--------------------|-------------------------|
| Urlaubsreisen | 279,0 | 18,8 | 68% | 53% |
| Kurzurlaub 1-3 Nächte | 48,6 | 7,5 | 12% | 21% |
| Langurlaub 4+ Nächte | 230,4 | 11,3 | 56% | 32% |
| Verwandten-/ und Bekanntebesuche (VFR) | 30,4 | 3,1 | 8% | 9% |
| Sonstige Reisen | 37,1 | 3,4 | 9% | 9% |
| Geschäftsreisen | 62,9 | 10,3 | 15% | 29% |
| Alle Reisen | 409,3 | 35,6 | 100% | 100% |

Quelle: DZT/WTM 2008 (5)

Geschäftsreisearten bei den Geschäftsreisen der Europäer nach Deutschland 2007

Gesamtvolumen: 10,3 Mio. Reisen

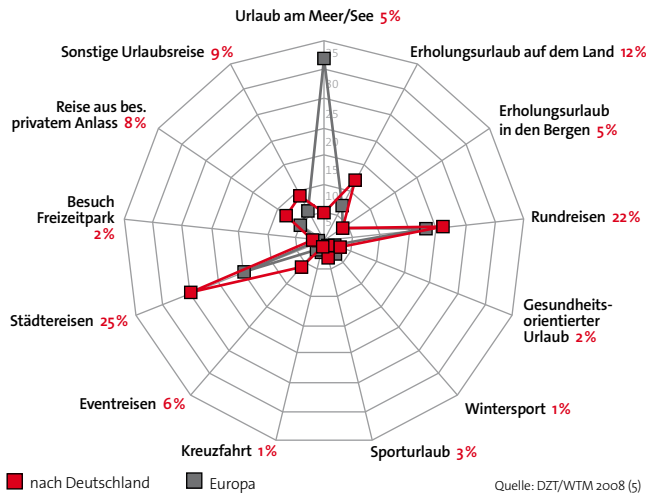


Quelle: DZT/WTM 2008 (5)

Urlabsakzente der Europäer

Ranking der Motivation von Urlaubsreisen der Europäer nach Deutschland 2007

Deutschland hat seine Stärken 2007 bei den Städte-/Event- und Rundreisen



Quellmärkte Nordwest-, Südwest- und Nordosteuroopa

Quellmärkte Nordwest- und Südwesteuropa

Mit insgesamt 27,1 Mio. Übernachtungen in 2007 haben die Quellmärkte Nord- und Süd-Westeuropa einen Anteil von fast 50% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland.

| Quellmärkte | Übernachtungen 2007 | Prognose ÜN 2015 | UAR in % ¹ | Einwohner Mio. ² |
|------------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|-----------------------------|
| Nord-Westeuropa | 16.266.119 | 19.000.000 | 81,1 | 88,2 |
| Niederlande | 8.996.531 | 9.500.000 | 113,3 | 16,4 |
| Großbritannien | 4.412.579 | 5.600.000 | 68,2 | 60,8 |
| Belgien | 2.421.613 | 3.200.000 | 101,3 | 10,5 |
| Luxemburg | 435.396 | 700.000 | 167,0 | 0,5 |
| Süd-Westeuropa | 10.823.726 | 16.100.000 | 33,9 | 172,3 |
| Schweiz | 3.603.045 | 5.500.000 | 135,7 | 7,5 |
| Italien | 3.036.460 | 4.400.000 | 26,5 | 58,9 |
| Frankreich | 2.351.218 | 2.900.000 | 34,1 | 61,7 |
| Spanien | 1.833.003 | 3.300.000 | 25,2 | 44,2 |
| Summe | 27.089.845 | 35.100.000 | 50,0 | 260,5 |

¹ UAR = Urlaubsauslandsreiseintensität 2006

² Daten 2007

Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4), DZT 2008 (6)

Urlabsinhalte von Europäern bei Städtereisen in Europa und nach Deutschland

| Inhalte von Städtereisen* 2007 | Städtereisen der Europäer ins Ausland gesamt (Nennungen in %) | Rang | Städtereisen der Europäer nach Deutschland (Nennungen in %) | Rang |
|------------------------------------|---|------|---|------|
| Sightseeing und Sehenswürdigkeiten | 62% | 1 | 62% | 1 |
| Genießen von Atmosphäre/Ambiente | 49% | 2 | 58% | 2 |
| Einkaufen | 44% | 3 | 54% | 3 |
| Genießen von Essen und Trinken | 42% | 4 | 50% | 4 |
| Besuch von Museen | 40% | 5 | 43% | 5 |
| Nachtleben | 25% | 6 | 24% | 8 |
| Besuch von Parks/Grünanlagen | 24% | 7 | 28% | 6 |
| Besuch von Ausstellungen | 23% | 8 | 26% | 7 |

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

Quelle: DZT/WTM 2008 (5)

Quellmärkte Nordosteuroopa / Russland

Die Quellmärkte Nordosteuroopa/Russland halten mit knapp 7,4 Mio. Übernachtungen 2007 einen Anteil von 13,5% an allen Auslandsübernachtungen in Deutschland

| Quellmärkte | Übernachtungen 2007 | Prognose ÜN 2015 | UAR in % ¹ | Einwohner Mio. ² |
|----------------------------------|---------------------|------------------|-----------------------|-----------------------------|
| Nord-Osteuroopa/ Russland | 7.390.934 | 9.400.000 | 18,4 | 212,4 |
| Dänemark | 2.131.938 | 2.500.000 | 104,7 | 5,4 |
| Schweden | 1.500.265 | 1.900.000 | 62,1 | 9,1 |
| Norwegen | 627.073 | 700.000 | 83,2 | 4,6 |
| Finnland | 518.678 | 700.000 | 80,0 | 5,3 |
| Polen | 1.228.823 | 1.500.000 | 17,1 | 38,5 |
| Russland | 1.095.723 | 1.500.000 | 7,7 | 142,5 |
| Baltische Staaten | 288.434 | 600.000 | 28,5 | 7,0 |

¹ UAR = Urlaubsauslandsreiseintensität 2006

² Daten 2007

Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4), DZT 2008 (6)

Quellmärkte Südosteuropa / Reiseorganisation

Quellmärkte Südosteuropa

Mit insgesamt rund 3,8 Mio. Übernachtungen 2007 haben die Quellmärkte in Südosteuropa einen Anteil von rund 7% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland:

| Quellmärkte | Übernachtungen 2007 | Prognose ÜN 2015 | UAR in % ¹ | Einwohner Mio. ² |
|----------------------|---------------------|------------------|-----------------------|-----------------------------|
| Süd-Osteuropa | 3.753.682 | 4.800.000 | 56,0 | 35,9 |
| Österreich | 2.386.205 | 3.200.000 | 98,1 | 8,2 |
| Tschechien | 585.149 | 700.000 | 45,7 | 10,2 |
| Ungarn | 463.331 | 500.000 | 34,6 | 10,1 |
| Slowakei | 189.656 | 200.000 | 38,7 | 5,4 |
| Slowenien | 129.341 | 200.000 | 89,2 | 2,0 |

¹ UAR = Urlaubsauslandsreiseintensität 2006

² Daten 2007

Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4), DZT 2008 (6)

Quellmärkte Amerika / Israel

Quellmärkte Amerika, Israel

Mit insgesamt 6,4 Mio. Übernachtungen 2007 haben die Quellmärkte in Amerika und Israel einen Anteil von knapp 12% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland.

Die USA sind mit 4,7 Mio. Übernachtungen der wichtigste Überseemarkt.

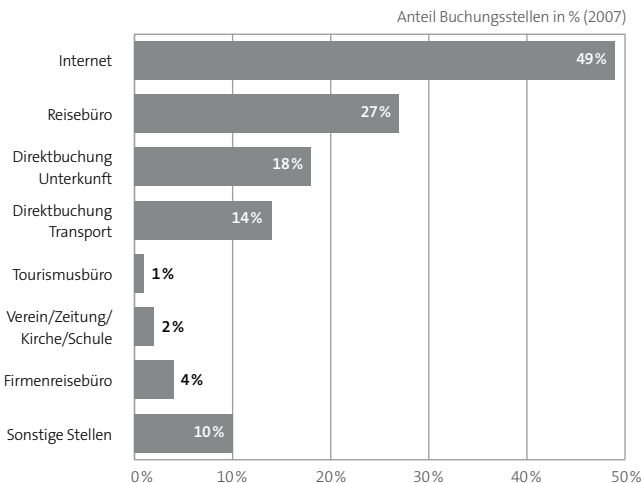
| Quellmärkte | Übernachtungen 2007 | Prognose ÜN 2015 | Einwohner Mio. ¹ |
|--------------------|---------------------|------------------|-----------------------------|
| gesamt | 6.417.225 | 8.000.000 | 912,2 |
| USA | 4.661.543 | 6.100.000 | 305,8 |
| Kanada | 531.179 | 700.000 | 32,9 |
| Mittel-/Südamerika | 854.632 | 700.000 | 566,6 |
| Amerika | 6.047.354 | 7.500.000 | 905,3 |
| Israel | 369.871 | 500.000 | 6,9 |

¹ Daten 2007

Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4), DZT 2008 (6)

Buchungsstellen/-Kanäle bei Reisen von Europäern nach Deutschland

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

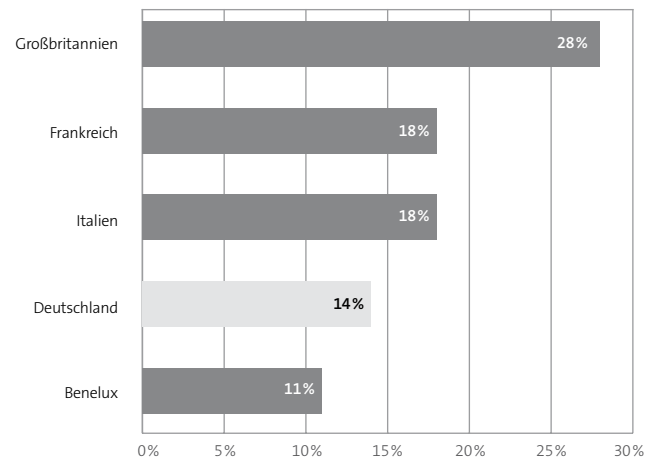


Mehrfachnennungen möglich, nur Reisen mit Vorausbuchung

Quelle: DZT/WTM 2008 (5)

Hauptreiseziele der US-Amerikaner in Europa

Gesamtreisevolumen aus den USA nach Europa 2006: 12,0 Mio. Reisen

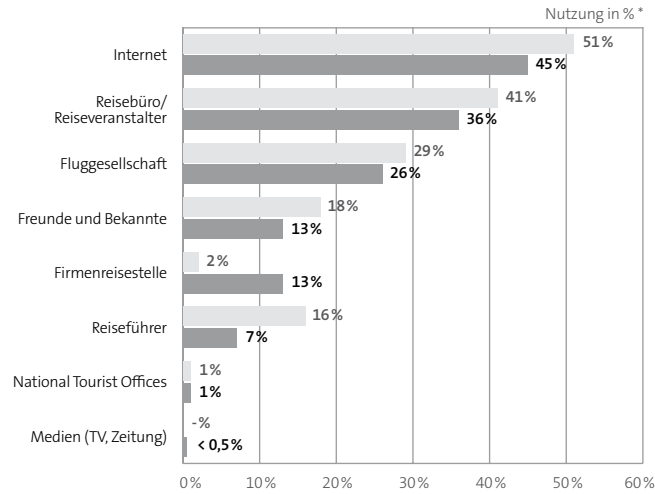


Mehrere Antworten sind möglich, d.h. eine Reise kann in mehrere Länder geführt haben

Quelle: DZT/WTM 2007 (5)

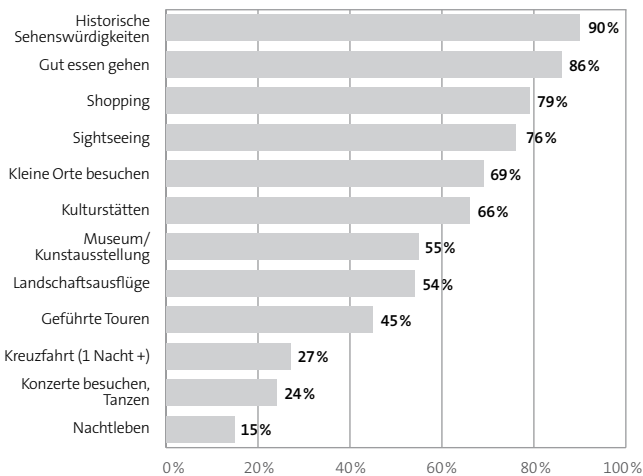
Quellmarkt USA

Informationsstellen für die Reise nach Deutschland



Quelle: DZT/WTM 2007 (5)

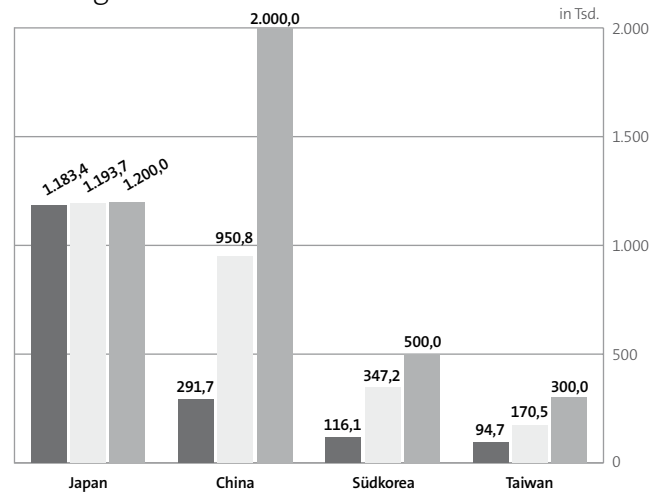
Urlaubsaktivitäten der US-Amerikaner in Deutschland



Quelle: DZT/WTM 2007 (5)

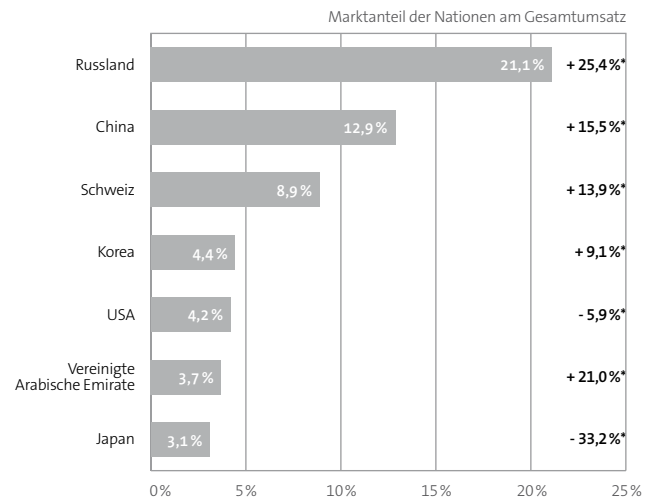
Quellmarkt Asien

China wird für Deutschland mittelfristig der wichtigste Quellmarkt in Asien



Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4), DZT 2008 (6)

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



Quelle: Global Refund 2008 (13)

Sonstige Quellmärkte / T & T Competitiveness Index

Quellmärkte Asien, Afrika und Australien

Mit insgesamt 5,2 Mio. Übernachtungen 2007 haben die Quellmärkte in Asien, Afrika und Australien einen Anteil von rund 10 % an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland

| | Übernachtungen 2007* | Prognose ÜN 2015* | Einwohner ' Mio.* |
|---|----------------------|-------------------|-------------------|
| gesamt | 5.165.668 | 6.500.000 | 4.954,7 |
| Japan | 1.193.745 | 1.200.000 | 128,0 |
| China/Hongkong | 950.759 | 2.000.000 | 1.343,5 |
| Asien, Afrika, Australien, Neuseeland, Ozeanien | 5.165.668 | 6.500.000 | 4.954,7 |

* ohne Israel ¹ Daten 2007

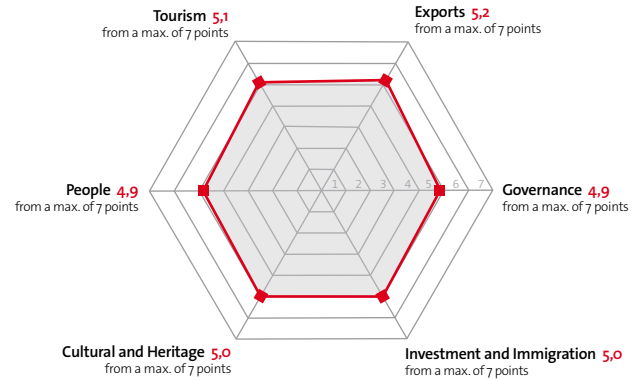
Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4), DZT 2008 (6)

Deutschland in der Welt / DZT-Wachstumsprognose 2015

Deutschland in der Welt

Tourismus einer von sechs wichtigen Standortfaktoren für das Image von Nationen.

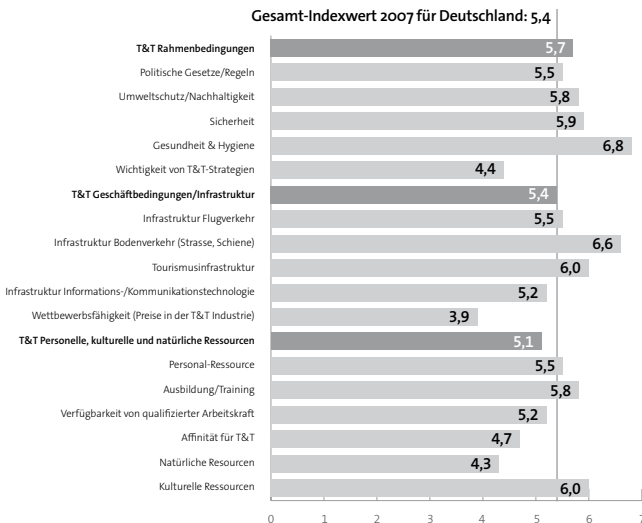
Standort Deutschland nachfrageseitig in Quartal 3 und Quartal 4 2007 erstmals auf Platz 1 von weltweit 36 Nationen – nachhaltiger Erfolg seit der WM 2006



Quelle: DZT/Anholt-GMI 4. Quartal 2007 (7)

Travel & Tourism Competitiveness Index

Deutschland liegt weltweit* auf Platz 3 nach der Schweiz und Österreich

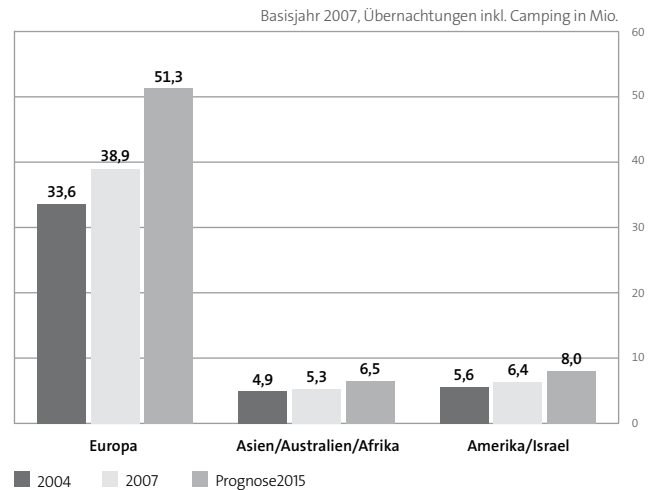


* insgesamt 130 Staaten

Quelle: World Economic Forum 2008 (3)

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 4 Mio. sind nicht berücksichtigt

Quelle: Statistisches Bundesamt 2008 (4), DZT 2008 (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 1/2008, Spanien 2008
- 2 TSA/ WTTC World Travel and Tourism Council, The 2008 Travel and Tourism Economic Research, Country League Tables, UK 2008
- 3 World Economic Forum, Travel & Tourism Competitiveness Report 2008, Genf 2008
- 4 Statistisches Bundesamt, Jahresberichte und Monatsberichte 1995 bis 2007, Wiesbaden 2008
- 5 DZT/IPK-International, World Travel Monitor/ In-Flight-Survey, Malta 2008, USA 2007
- 6 DZT-Marktforschung, Frankfurt 2007, 2008
- 7 DZT/Anholt-GMI, Nation Brands Index 2007, USA 2008
- 8 AUMA, Messe-Trend, Kennzahlen, Berlin 2007
- 9 Meeting- und Event Barometer des EITW im Auftrag von EVVC, GCB, DZT; Wernigerode 2008
- 10 IHA/Deloitte, Hotelmarkt Deutschland, Branchenreport 2008, Berlin 2008
- 11 Statistische Landesämter 2008
- 12 Internet World Stats, USA 2008
- 13 Global Refund Deutschland, Düsseldorf 2008
- 14 ADV, Berlin 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
www.deutschland-tourismus.de
www.deutschland-extranet.de