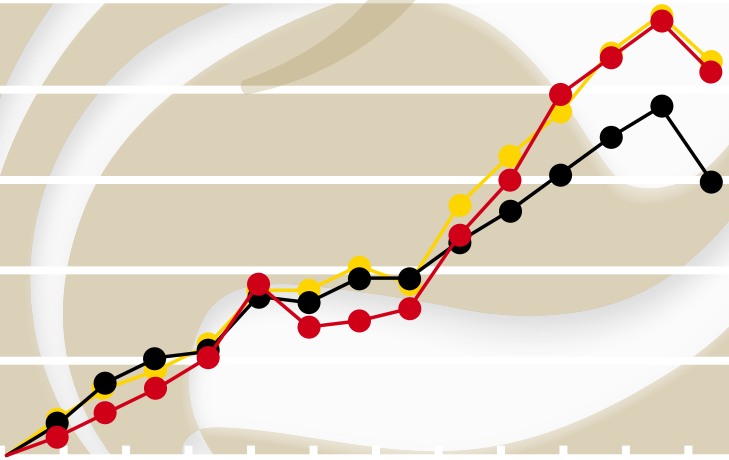




Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

Incoming-Tourismus Deutschland

Edition 2010

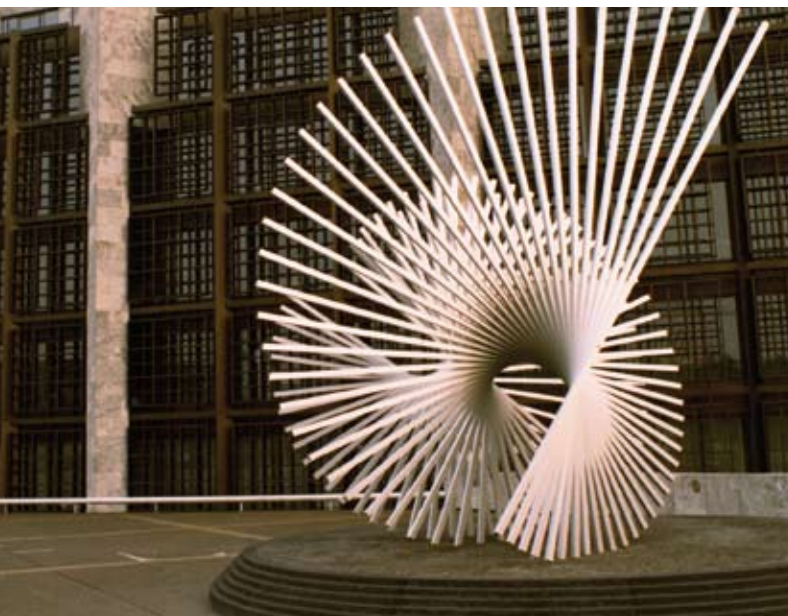


Zahlen, Daten, Fakten 2009

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie



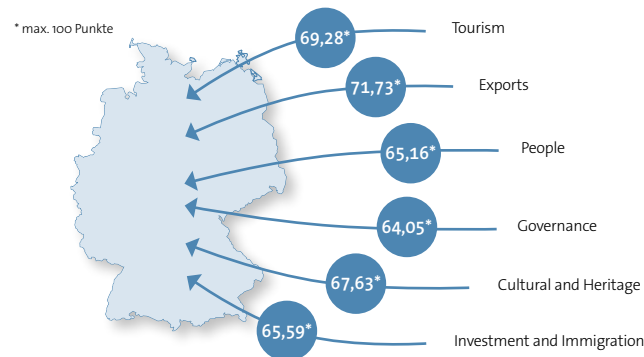
Einführung

Im achten Jahr erscheint nun schon zum Germany Travel Mart (GTM) 2010 in Mainz, Frankfurt am Main, Wiesbaden eine zusammenfassende Darstellung wichtiger Zahlen, Daten und Fakten 2009 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, EUROSTAT, des WTTC und der DZT Unternehmensplanung u. a. vom World Travel Monitor, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, Angaben des Statistischen Bundesamtes sowie internationaler und nationaler Verbände touristischer Leistungsträger.

Deutschland weltweit auf Platz 3

Standort Deutschland nachfrageseitig auf Platz 3 von weltweit 50 Nationen – nachhaltiger Erfolg seit der WM 2006. Tourismus einer von sechs wichtigen Standortfaktoren für das Image von Nationen.



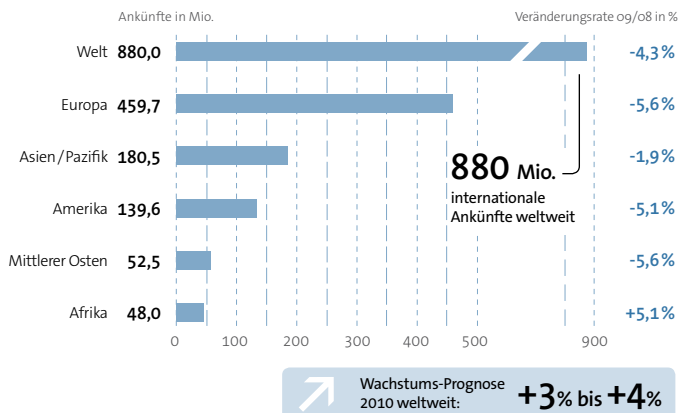
- | | |
|--|---|
| 03 Einführung/
Deutschland in der Welt | 13 Quellmärkte des Incoming-Tourismus/Flughäfen |
| 04 Welttourismus 2009/
Deutschland in Europa | 14 Geschäftsreisen/
Messen und Kongresse |
| 05 Wirtschaftskrise und Tourismus | 15 Geschäftsreiseziele der
Europäer/Geschäftsreisearten |
| 06 Wachstumsprognosen für
Europa/T&T Competitiveness
Index | 16 Reisegründe der Europäer/
Urlaubsakzente |
| 07 Wirtschaftliche Bedeutung des
Tourismus/Transportarten | 17 Angebotszufriedenheit/
Reiseanlässe |
| 08 Incoming in Deutschland –
Kennziffern | 18 Barrierefreiheit/Quellmärkte
Nordwest-, Südwesteuropa |
| 09 Hotelpreise in Europa/Quellre-
gionen des Incoming-Tourismus | 19 Quellmärkte Nordost- und
Südosteuropa |
| 10 Incoming – Bedeutung und
Verteilung/Saisonalität | 20 Reiseorganisation/
Quellmärkte Amerika/Israel |
| 11 UnterkunftsKapazitäten/
Unterkunftsformen | 21 Quellmarkt USA |
| 12 Städtetourismus | 22 Quellmarkt Asien/Tax-Free |
| | 23 Sonstige Quellmärkte/
DZT-Wachstumsprognose |

Welttourismus 2009

Quelle: UNWTO 2010 (1)

Laut UNWTO gehen die internat. Ankünfte weltweit in 2009 um -4 Prozent auf 880 Millionen zurück

Weltweite Krisen führen erstmals seit 2003 zu Rückgängen



Deutschland in Europa

Quelle: EUROSTAT 2010 (15)

Deutschland steht europaweit bei den Hotelübernachtungen an dritter Stelle

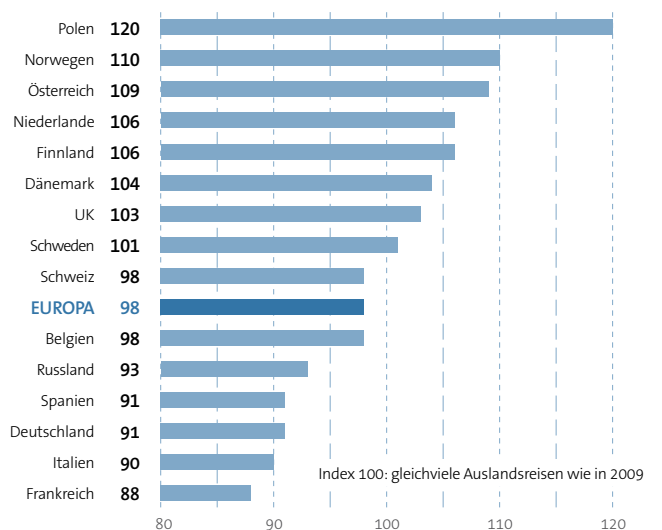
TOP 10 2009	Übernachtungen Inland/Ausland gesamt (Mio.)	Übernachtungen Ausland (Mio.)	%-Anteil Ausland
Spanien	251,1	141,6	56,4
Italien	237,7	102,2	43,0
Deutschland	215,8	43,2	20,0
Frankreich	191,2	63,8	33,4
UK	169,6	58,5	34,5
Österreich	80,0	57,7	72,1
Griechenland	59,5	42,6	71,6
Portugal	36,5	23,3	63,8
Schweiz	35,3	20,0	56,7
Niederlande	31,4	14,3	45,5

Wirtschaftskrise und Tourismus

Quelle: DZT/WTM 2010 (5)

Viele Europäer wollen 2010 wieder ins Ausland reisen

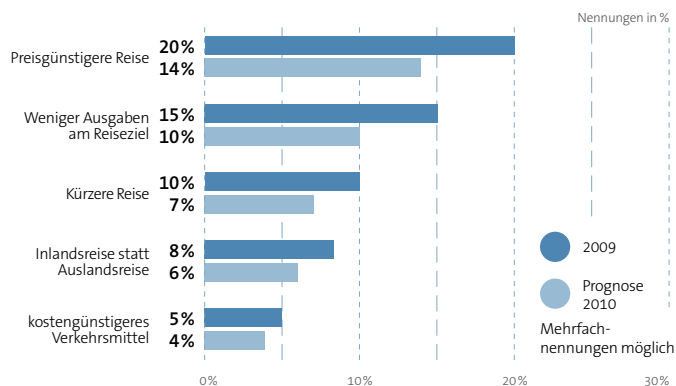
Index der Auslandsreiseabsichten 2010



Wirtschaftskrise und Tourismus

Quelle: DZT/WTM 2010 (5)

Eine Reduzierung der reisebedingten Ausgaben ist den Europäern wegen der Krise besonders wichtig



Wachstumsprognosen für Europa

Quelle: UNWTO 2009 (1)

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

↘ 2009: -4,3 % weltweit -5,6 % Europa

T&T Competitiveness Index

Quelle: World Economic Forum 2009 (3)

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)	Index-Wert
Schweiz	1	5,68	1	
Österreich	2	5,46	2	
Deutschland	3	5,41	3	
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	

Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Quelle: TSA/WTTC 2010 (2)

Beitrag der Tourismuswirtschaft 2010

Indirekte und direkte Effekte des Tourismus

Rang	Land	Mrd. US \$	Tourismus Satelliten Konto/ Tourism Satellite Account (TSA)
1	USA	1.375,9	
2	China	499,9	
3	Japan	459,3	
4	Frankreich	284,6	
5	Deutschland	273,4	
6	Spanien	237,9	
7	UK	231,1	
8	Italien	217,1	
9	Kanada	136,1	
10	Australien	123,1	

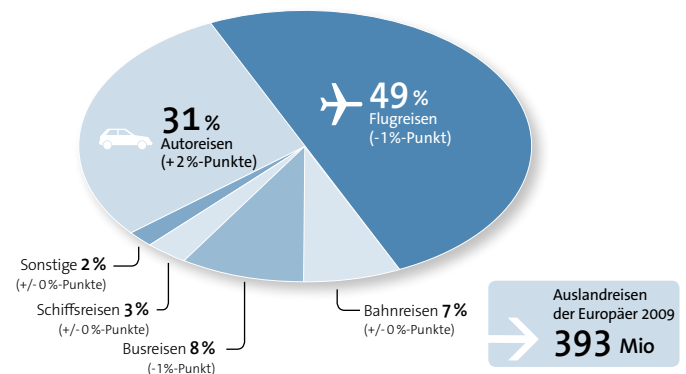
Die Tourismuswirtschaft (Tourismuswirtschaft bzw. -effekte im weitesten Sinne) zeigt den weitergehenden Einfluss der touristischen Nachfrage auf andere Bereiche der Volkswirtschaft, also alle Auswirkungen, die die touristische Nachfrage auf die jeweilige lokale oder nationale Volkswirtschaft hat (nachfrage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

Transportarten

DZT/WTM 2010 (5)

Verteilung internationaler Reisen der Europäer nach Transportart 2009

„Luft“ und „Straße“ sind die dominierenden Kategorien bei Reisen in Europa. Auslandsreisen der Europäer 2009: 393 Mio.



Incoming in Deutschland – Kennziffern

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4), DZT 2010 (6)

Deutschland

Hauptstadt	Berlin
Bundesländer	16
Flächenländer	13
Stadtstaaten	3
Mitglied der UNWTO (ehemals WTO)	seit 1976
Fläche (1.000 qkm)	357
Bevölkerung (Mio.)	82,2
Bruttoinlandsprodukt 2009 (in Mrd. Euro)	2.404,4
BIP pro Kopf 2009 (in Euro)	29.251
BIP-Wachstum (preisbereinigt in %)	2007 + 2,5
	2008 + 1,3
	2009 - 5,0

Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus¹

Gesamtwirtschaftlicher Produktionswert der Tourismusindustrie	185 Mrd. €
Wertschöpfung der Tourismusbranche	94 Mrd. €
Direkter Anteil am BIP* (Stand: 2004)	3,2%

Internationale Ankünfte 2009

Internationale Ankünfte in Tsd. (Incoming)	24,2
Ankünfte per 100 Einwohner	29

Deutschland-Tourismus 2009

Übernachtungen aus dem Inland in Tsd.	313.914
Wachstum Inland	0,3%
Übernachtungen aus dem Ausland in Tsd.	54.824
Wachstum Ausland	-3,0%
Übernachtungen insgesamt in Tsd.	368.737
Wachstum insgesamt	-0,2%
Bruttoumsätze durch Übernachtungsgäste in Deutschland ⁵	53,0 Mrd. €

davon Hotel/Pension

Übernachtungen aus dem Inland in Tsd.	172.767
Übernachtungen aus dem Ausland in Tsd.	43.470
Übernachtungen insgesamt in Tsd.	216.237
Anzahl der Hotelbetten ² (Stand: Juli 2009)	1.692.352
Auslastung der Hotelbetten (2008: 36,5%)	35,7%

Outgoing Tourism 2009³

Reisen der Deutschen in Tsd.	300.300
davon ins Ausland in Tsd.	72.600
Urlaubsauslandsreisen per 100 Einwohner	60

Incoming aus Europa 2009³

Deutschlandreisen der Europäer in Tsd.	35.800
Ausgaben für die Deutschlandreise pro Reise/Person: 536 € pro Nacht/Person: 80 €	
Aufenthaltsdauer in Deutschland (Durchschnitt)	6,7 Nächte

Tourismusbilanz 2009⁴

Reiseausgaben (09/08: - 6,3%)	58,0 Mrd. €
Reiseeinnahmen (09/08: - 8,5%)	24,9 Mrd. €
Internationale Tourismusbilanz (09/08: - 4,5%)	- 33,1 Mrd. €

Reiseausgaben der Deutschen im Inland 2009³

63,3 Mrd. €

¹ GWS im Auftrag des BMWA 2003, TSA-Basisjahr 2000 ² In Hotels, Hotel garnis, Gasthöfen, Pensionen (nach Statistischem Bundesamt) ³ DZT/WTM 2010 (5) ⁴ Deutsche Bundesbank, März 2010 ⁵ DWIF, München 2010
* ohne Geschäftsreisen, VFR-Reisen, Öffentliche Investitionen

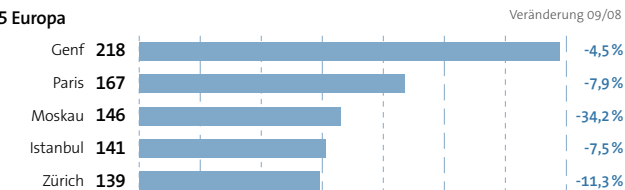
Hotelpreise in Europa

Quelle: IHA/STR Global 2009 (10)

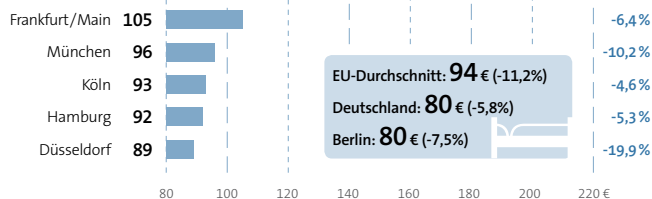
Durchschnittliche Zimmerpreise in europäischen und deutschen Städten

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

TOP 5 Europa



TOP 5 Deutschland

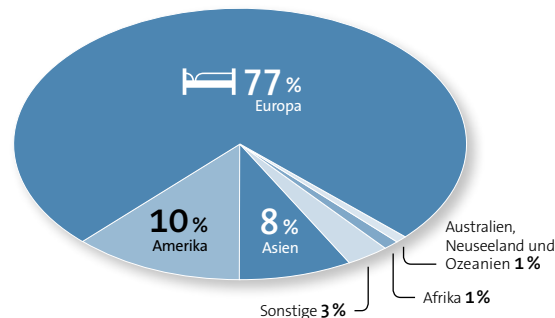


Quellregionen des Incoming-Tourismus

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4)

Verteilung der Übernachtungen nach Kontinenten in Prozent in Deutschland

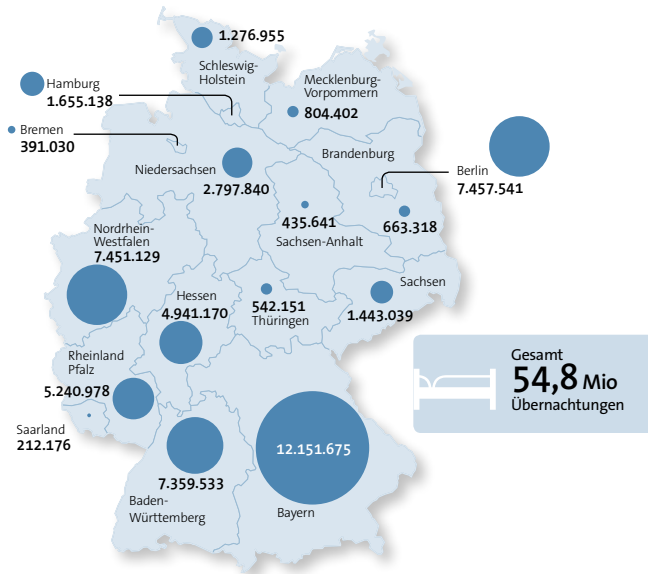
Europa hat mit einem unterdurchschnittlichen Rückgang von -1,7% in 2009 einen weiterhin wachsenden Marktanteil



Incoming – Bedeutung und Verteilung

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4)

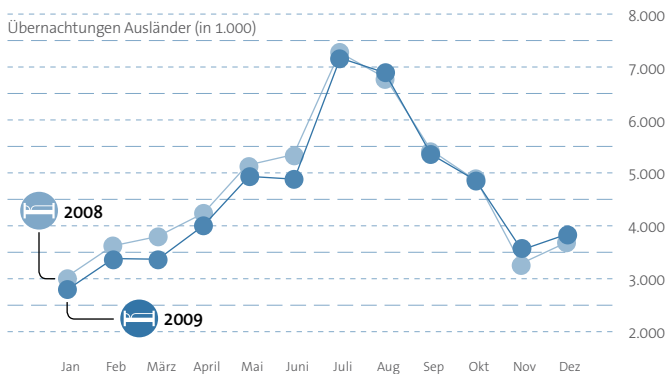
Ausländerübernachtungen 2009
in Deutschland nach Bundesländern



Saisonalität

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4)

Saisonale Verteilung der Ausländerübernachtungen
im Incoming in Deutschland



Unterkunftskapazitäten

Quelle: Statistisches Bundesamt 2009 (4) * Stand: Juli 2009

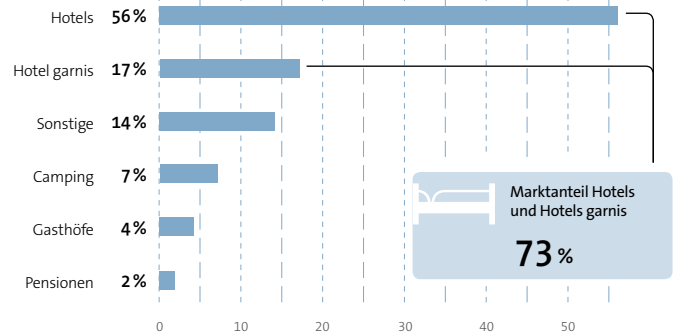
Kapazitäten nach Betrieben in Deutschland 2009

Betriebsart	Geöffnete Betriebe*	Beherbergungskapazität Anteil in %
Hotels	13.407	24,4
Hotel garni	8.065	14,7
Gasthöfe	8.981	16,4
Pensionen	5.418	9,9
Klassisches Beherbergungsgewerbe	35.871	65,3
Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime	2.647	4,8
Ferienzentren	111	0,2
Ferienhäuser,-wohnungen	10.725	19,5
Hütten, Jugendherbergen	1.853	3,4
Campingplätze	2.812	5,1
Vorsorge- und Reha-Kliniken	893	1,6
Alle Betriebe	54.912	100,0

Unterkunftsformen

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4)

Übernachtungen von Ausländern nach
Unterkunftsform 2009 in Deutschland

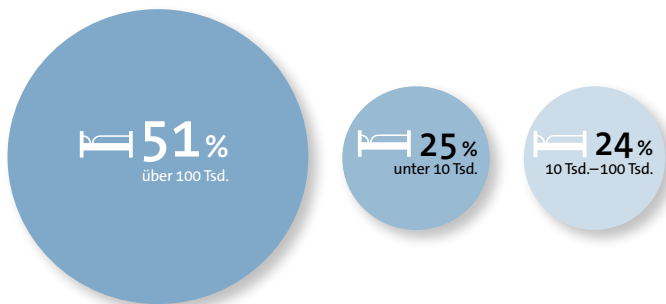


Städtetourismus

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4)

Verteilung der Ausländerübernachtungen auf Städte nach Größenklassen 2009 in Deutschland

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

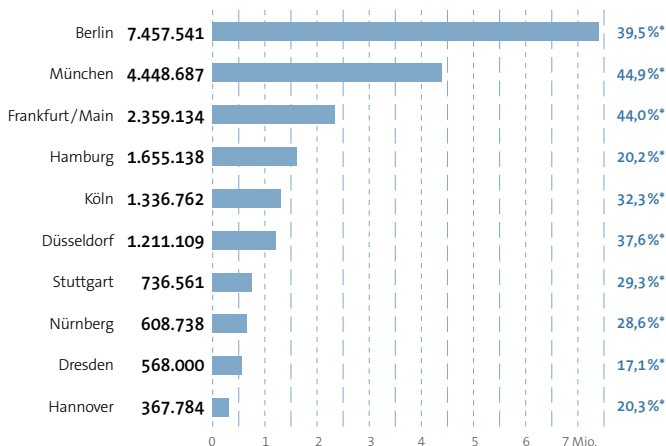


Städtetourismus

Quelle: Statistische Landesämter 2010 (11), DZT 2010 (6)

Top-Städte in Deutschland 2009 (Übernachtungen)

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



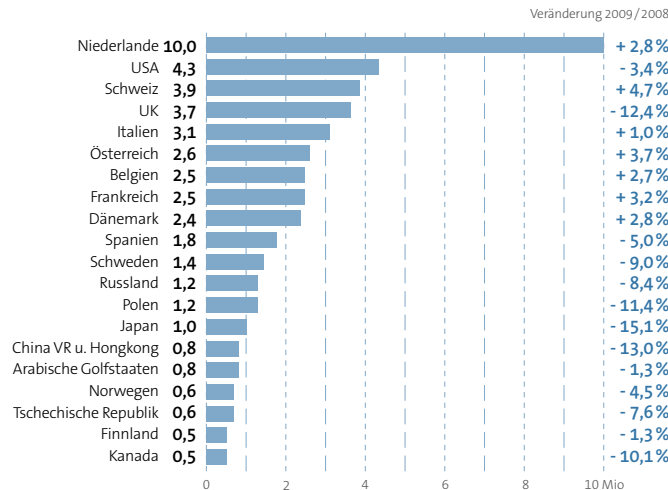
* Anteil der Ausländerübernachtungen an den Gesamtübernachtungen

Quellmärkte des Incoming-Tourismus

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4)

Top 20-Quellmärkte für Deutschland nach Übernachtungen 2009

Deutschland hat eine Vielzahl von Quellmärkten

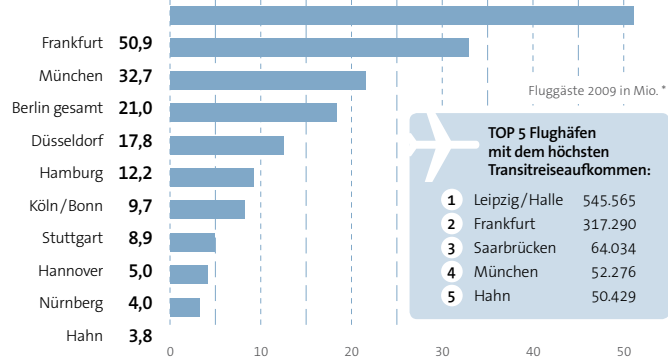


Flughäfen

Quelle: ADV 2010 (13)

Das Verkehrsaufkommen der internationalen Flughäfen in Deutschland geht krisenbedingt 2009 um -4,6 Prozent zurück

Auf die TOP 10 Flughäfen entfallen 91 Prozent des Passagierolumens von 182 Mio.



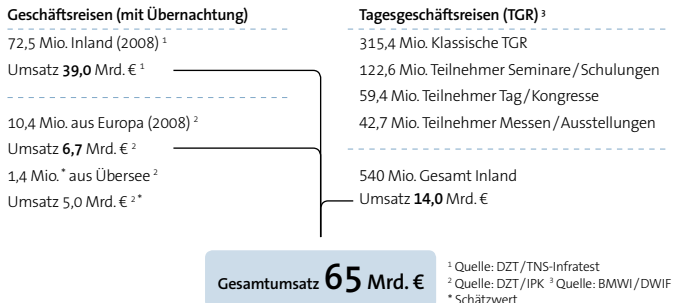
* inkl. Transitverkehr

Geschäftsreisen / Messen und Kongresse

Quelle: DZT 2009 (6)

Geschäftstourismus/-Reisen im Deutschland-Tourismus

Überblick über die Marktsegmente



Angebot im Messewesen / Aussteller

Stand: 1.1.2010

Die sechs größten Messe- und Ausstellungsgelände 2010 in Deutschland sind:

Ort	Halle (brutto in qm)	Freifläche (brutto in qm)	Rang weltweit
Hannover	495.265	58.070	1
Frankfurt/Main	345.697	95.721	4
Köln	284.000	100.000	5
Düsseldorf	262.704	43.000	6
München	180.000	360.000	18
Berlin	160.000	100.000	20

Quelle: AJUMA 2010 (8)

Tagungs- und Kongressmarkt in Deutschland

Gesamtüberblick

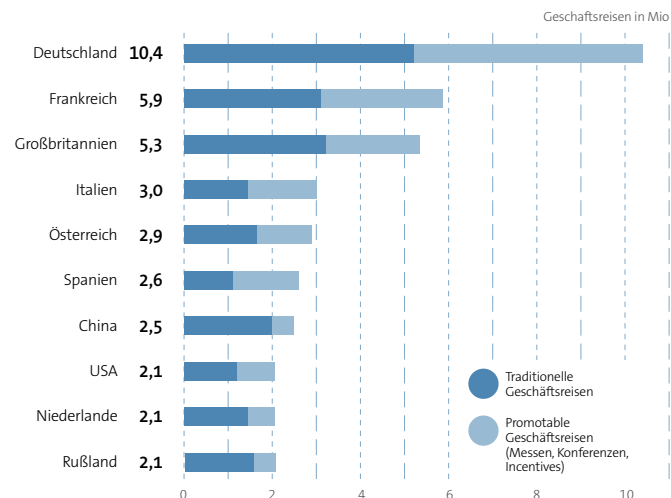
Angebotsituation	Nachfragesituation		
Tagungs- und Veranstaltungsstätten insgesamt ¹	6.200	Veranstaltungen	2,8 Mio.
Kongress- und VeranstaltungCenter (VC)	1.498	Durchschnittsdauer	1,4 Tage
Tagungshotels (TH)	3.091	Tagungen	64%
EventLocations (EL) ²	1.611	Events	36%
Tagungsräume insgesamt	64.000	Teilnehmer 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/Lockschuppen, Studio, Freizeitpark, Zoo, Bildungseinrichtung/Hochschule, Flughafen, Quelle: EITW 2008, 2009 (9)

Geschäftsreiseziele der Europäer

Quelle: DZT/WTM 2010 (5)

Deutschland ist der Spitzenreiter unter den TOP 10 Geschäftsreisezielen von Europäern

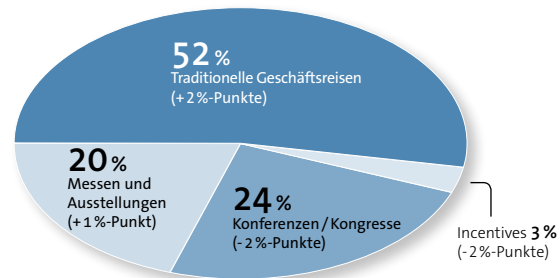


Geschäftsreisearten

Quelle: DZT/WTM 2010 (5)

Geschäftsreisearten bei den Geschäftsreisen der Europäer nach Deutschland 2009

Gesamtvolumen: 9,6 Mio. Reisen



Gesamtvolumen 9,6 Mio. Reisen

Reisegründe der Europäer

Quelle: DZT/WTM 2010 (5)

Reiseweck der Europäer bei Reisen ins Ausland und nach Deutschland 2009

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

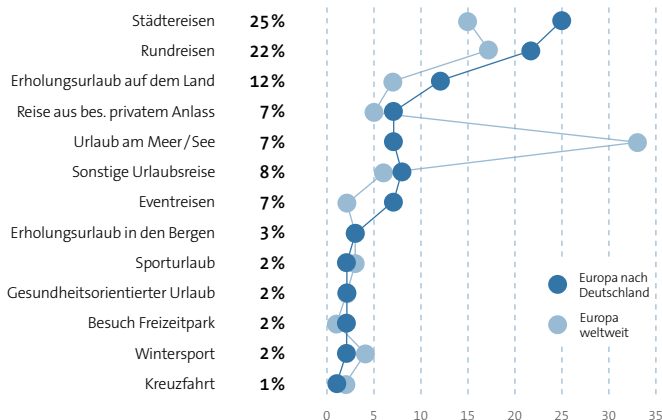
Reiseweck	Europa 2009 in Mio.	Deutschland 2009 in Mio.	Europa 2009 Anteil	Deutschland 2009 Anteil
Urlaubsreisen	277	20	70%	56%
Kurzurlaub 1-3 Nächte	56	9	14%	25%
Langurlaub 4+ Nächte	221	11	56%	31%
Verwandten- /und Bekanntebesuche (VFR)	27	3	7%	8%
Sonstige Reisen	30	3	8%	9%
Geschäftsreisen	59	10	15%	27%
Alle Reisen	393	36	100%	100%

Urlaubsakzente

Quelle: DZT/WTM 2010 (5)

Ranking der Motivation von Urlaubsreisen der Europäer nach Deutschland 2009

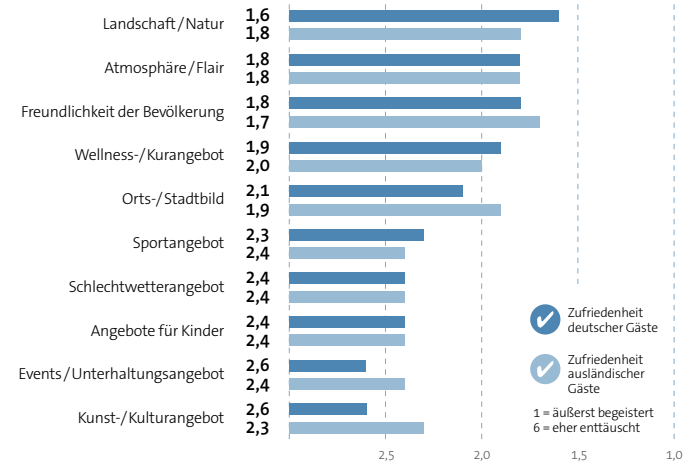
Deutschland hat seine Stärken 2009 bei den Städte- und Rundreisen



Angebotszufriedenheit

Quelle: DZT/ERV 2009 (14), gerundete Werte

Zufriedenheit der Gäste mit einzelnen Angebotsaspekten in deutschen Urlaubsdestinationen

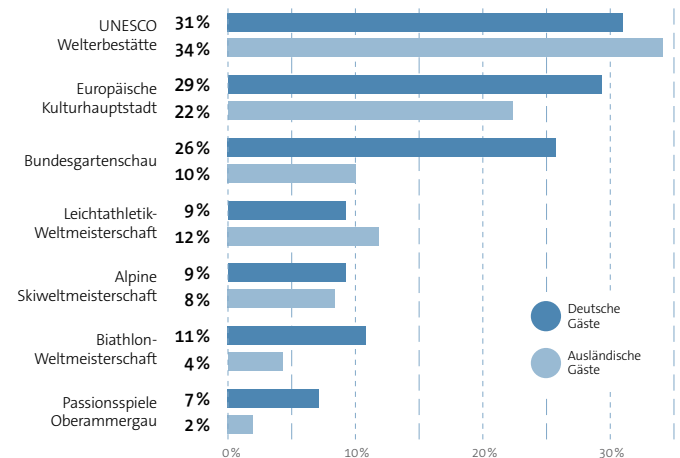


Reiseanlässe

Quelle: DZT/ERV 2009 (14), gerundete Werte

UNESCO-Welterbestätten und Kulturhauptstadt können Reisanlass sein

Reiseanlass, die jeweilige Stadt/Region zu besuchen

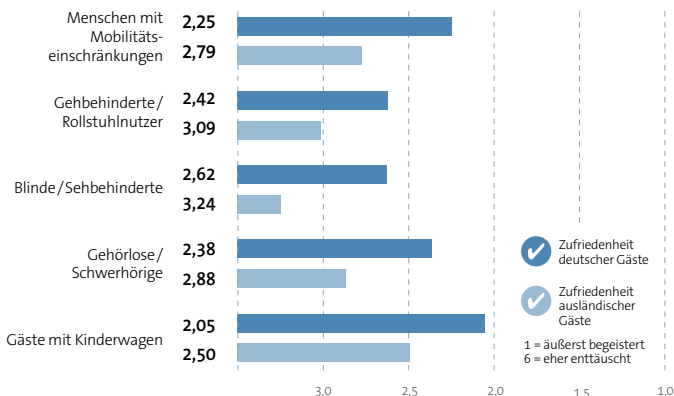


Barrierefreiheit

Quelle: DZT/ERV 2009 (14), gerundete Werte

Gute bis befriedigende Benotung der Barrierefreiheit aus dem In- und Ausland

War Ihr Urlaub barrierefrei?



Quellmärkte Nordwest-, Südwesteuropa

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4), DZT 2010 (6)

Quellmärkte Nordwest- und Südwesteuropa

Mit insgesamt 28,2 Mio. Übernachtungen in 2009 haben die Quellmärkte Nord- und Süd-Westeuropa einen Anteil von 51% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland.

Quellmärkte	Übernachtungen 2009	Prognose ÜN 2015	Einwohner Mio. ¹
Nord-Westeuropa	17.017.897	19.900.000	89,3
Niederlande	9.962.061	11.000.000	16,6
UK und Rep. Irland	4.029.182	5.000.000	61,6
Belgien	2.540.634	3.200.000	10,6
Luxemburg	486.020	700.000	0,5
Süd-Westeuropa	11.217.664	15.200.000	174,7
Schweiz	3.856.188	5.500.000	7,6
Italien	3.101.720	4.000.000	59,9
Frankreich	2.509.231	2.900.000	62,3
Spanien	1.750.525	2.800.000	44,9
Summe	28.235.561	35.100.000	264,0

51% aller Ausländerübernachtungen in Deutschland

Quellmärkte Nordosteuropa

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4), DZT 2010 (6)

Quellmärkte Nordosteuropa/Russland

Die Quellmärkte Nordosteuropa/Russland halten mit 7,5 Mio. Übernachtungen 2009 einen Anteil von 14% an allen Auslandsübernachtungen in Deutschland

Quellmärkte	Übernachtungen 2009	Prognose ÜN 2015	Einwohner Mio. ¹
Nord-Osteuropa / Russland	7.478.690	9.800.000	210,7
Dänemark	2.360.550	3.000.000	5,5
Schweden	1.359.645	1.900.000	9,2
Norwegen	623.853	700.000	4,8
Finnland	502.844	700.000	5,3
Polen	1.192.951	1.600.000	38,1
Russland	1.199.072	1.600.000	140,9
Baltische Staaten	239.775	300.000	6,9

14% aller Ausländerübernachtungen in Deutschland

Quellmärkte Südosteuropa

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4), DZT 2010 (6)

Quellmärkte Südosteuropa

Mit insgesamt rund 4 Mio. Übernachtungen 2009 haben die Quellmärkte in Südosteuropa einen Anteil von rund 7% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland:

Quellmärkte	Übernachtungen 2009	Prognose ÜN 2015	Einwohner Mio. ¹
Süd-Osteuropa	3.943.277	5.000.000	36,2
Österreich	2.573.826	3.400.000	8,4
Tschechische Republik	606.507	700.000	10,4
Ungarn	445.567	500.000	10,0
Slowakische Republik	177.673	200.000	5,4
Slowenien	139.704	200.000	2,0

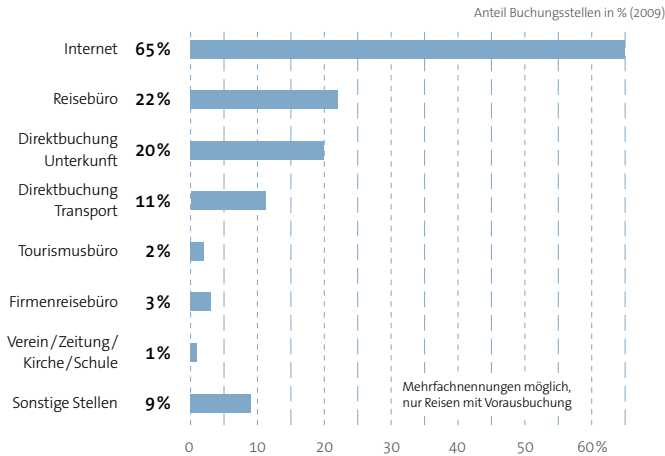
7% aller Ausländerübernachtungen in Deutschland

Reiseorganisation

Quelle: DZT/WTM 2010 (5)

Buchungsstellen /-Kanäle bei Reisen von Europäern nach Deutschland

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



Quellmärkte Amerika /Israel

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4), DZT 2010 (6)

Quellmärkte Amerika, Israel

Mit rund 6 Mio. Übernachtungen 2009 haben die Quellmärkte in Amerika und Israel einen Anteil von 11% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland. Die USA sind mit 4,3 Mio. Übernachtungen 2009 der wichtigste Überseemarkt.

Quellmärkte	Übernachtungen 2009	Prognose ÜN 2015	Einwohner Mio. ¹
gesamt	5.978.705	8.000.000	932,4
USA	4.291.305	5.500.000	314,7
Kanada	499.531	700.000	33,6
Mittel-/Südamerika	771.762	1.300.000	576,9
Amerika	5.562.598	7.500.000	925,2
Israel	416.107	500.000	7,2

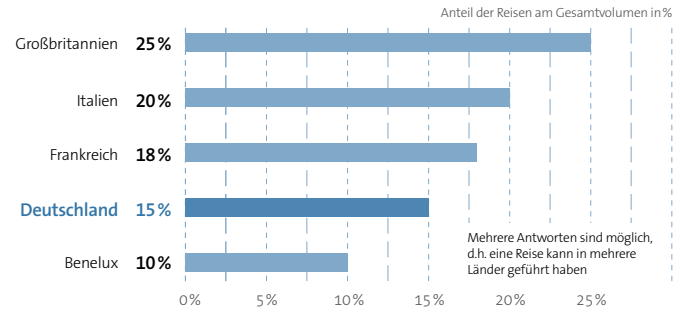
11% aller Ausländer-übernachtungen in Deutschland

Quellmarkt USA

Quelle: DZT/WTM 2008 (5)

Hauptreiseziele der US-Amerikaner in Europa

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

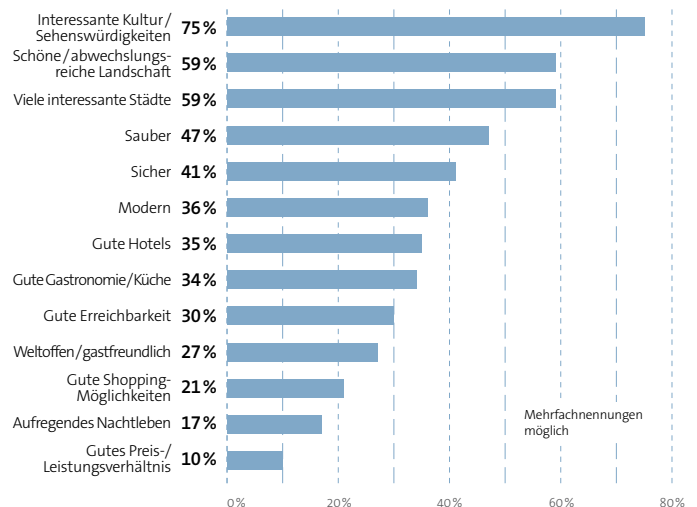


Quellmarkt USA

Quelle: DZT/WTM 2009 (5)

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

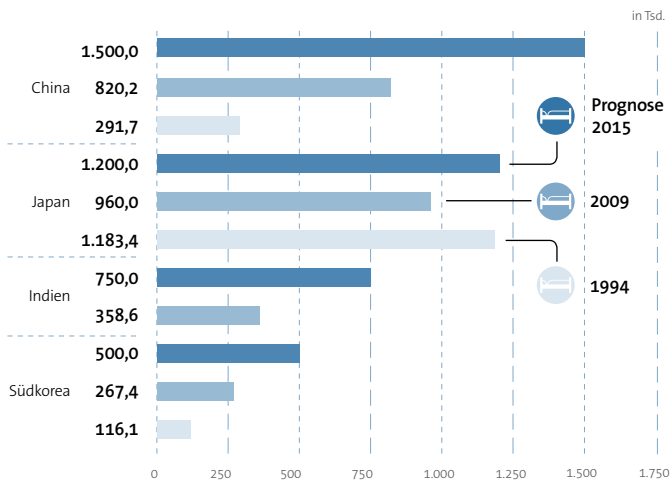
Image-Aspekte Deutschland (US-amerikanische Auslandsreisende)



Quellmarkt Asien

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4), DZT 2010 (6)

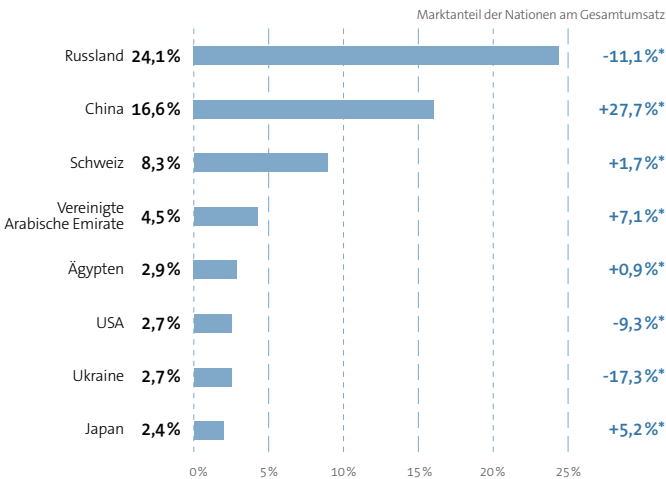
China wird für Deutschland mittelfristig der wichtigste Quellmarkt in Asien



Tax-Free-Einkauf

Quelle: Global Refund 2010 (12)

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



Sonstige Quellmärkte

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4), DZT 2010 (6)

Quellmärkte Asien, Afrika und Australien

Mit rund 5,1 Mio. Übernachtungen in 2009 haben die Quellmärkte in Asien, Afrika und Australien einen Anteil von rund 9% an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland.

	Übernachtungen 2009 ¹	Prognose ÜN 2015 ¹	Einwohner ² Mio. ¹
gesamt	5.070.665	6.650.000	5103,9
Japan	959.969	1.200.000	127,2
China/Hongkong	820.187	1.500.000	1.353,3
Indien	358.588	750.000	1.198,0
Südkorea	267.428	500.000	48,3
Arabische Golfstaaten	770.980	1.600.000	35,4
Asien	4.059.816	5.550.000	4061,2
Afrika	448.260	500.000	1007,7
Australien, Neuseeland und Ozeanien	562.589	600.000	35,0

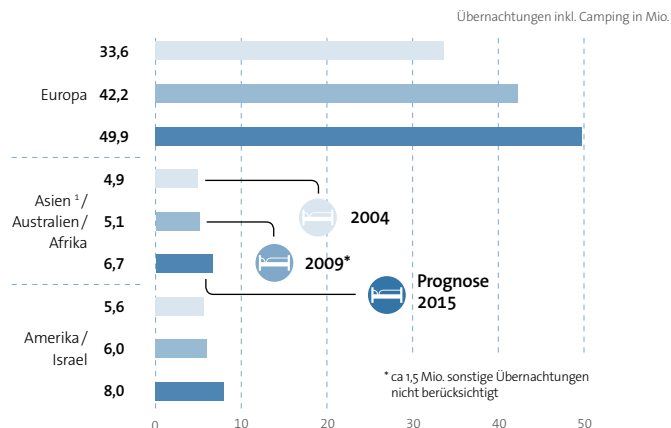
9% aller Ausländerübernachtungen

DZT-Wachstumsprognose

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010 (4), DZT 2010 (6)

Wachstumsprognose 2015 der DZT

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



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

Zu den Zielen der DZT mit ihren 6 Regionalmanagements und ihren 29 Auslandsvertretungen/Marketing- und 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 1/2010, Madrid 2010
- 2 TSA/WTTC World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2010 Executive Summary, UK 2010
- 3 World Economic Forum, Travel & Tourism Competitiveness Report 2009, Genf 2009
- 4 Statistisches Bundesamt, Jahresberichte und Monatsberichte 1995 bis 2009, Wiesbaden 2010
- 5 DZT/IPK-International, World Travel Monitor/In-Flight-Survey, Malta 2009, 2010, USA 2008
- 6 DZT-Marktforschung, Frankfurt 2009, 2010
- 7 DZT/Anholt-GfK Roper Nation-Brands-Index, USA 2009
- 8 AUMA, Messe-Trend, Kennzahlen, Berlin 2010
- 9 Meeting- und Event Barometer des EITW im Auftrag von EVVC, GCB, DZT; Wernigerode 2008, 2009
- 10 Hotelverband Deutschland (IHA)/STR Global, Hotelmarkt Deutschland, Branchenreport 2010, Berlin 2010
- 11 Statistische Landesämter 2010
- 12 Global Refund Deutschland, Düsseldorf 2010
- 13 ADV, Berlin 2010
- 14 DZT/Europäische Reiseversicherung AG, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, Frankfurt, München 2009
- 15 EUROSTAT, Luxemburg 2010

Bildnachweis

Seite 2: © Baumwollspinnerei Leipzig, Seite 3:
© Duisburg Innenhafen/Thomas Rubbin, Seite 3:
© Ruhr Tourismus/Jochen Schlutius

Impressum

Herausgeber:

Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT)
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt/Main
www.germany.travel
www.deutschland.extranet.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages