

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Deutschland
Das Reiseland



www.germany.travel

ZAHLEN
DATEN
FAKTE
2021

ZAHLEN

DATEN

FAKTE

ZAHLEN

DATEN

Inhalt

| | |
|-------------------------------|----|
| Einführung | 3 |
| Welttourismus | 5 |
| Deutschland-Incoming | 7 |
| Deutschland-Incoming Europa | 10 |
| Deutschland-Incoming Übersee | 15 |
| Deutschland-Incoming Segmente | 19 |
| Nachhaltigkeit | 23 |
| Destination Brand | 27 |
| Reiseabsichten | 28 |
| Impressum | 29 |

**Deutschland-
Incoming**

31,0

**Mio. Internationale
Übernachtungen 2021**

Quelle: Statistisches Bundesamt 2022

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



NBI untersucht die Reputation eines Landes in sechs verschiedenen Kriterien: Export, Regierung, Kultur, Menschen, Tourismus sowie Immigration/Investition

Quelle: The Anholt-IPSOS Nation-Brands-Index 2021 Report, Oktober 2021, Online Umfrage mit 60.081 Interviews in 20 Ländern weltweit, 60 untersuchte Länder

Wesentliche Treiber für das globale touristische Image Deutschlands



1. Historische Gebäude



2. Lebensqualität



3. Natural Beauty

Quelle: Anholt-IPSOS Nation-Brands-Index 2021, Performance & Treiber Analyse. Erhebung in Argentinien, Brasilien, Kanada, China, Frankreich, Deutschland, Indien, Italien, Japan, Mexico, Polen, Russland, Saudi Arabien, Südafrika, Südkorea, Schweden, Türkei, UK und USA.

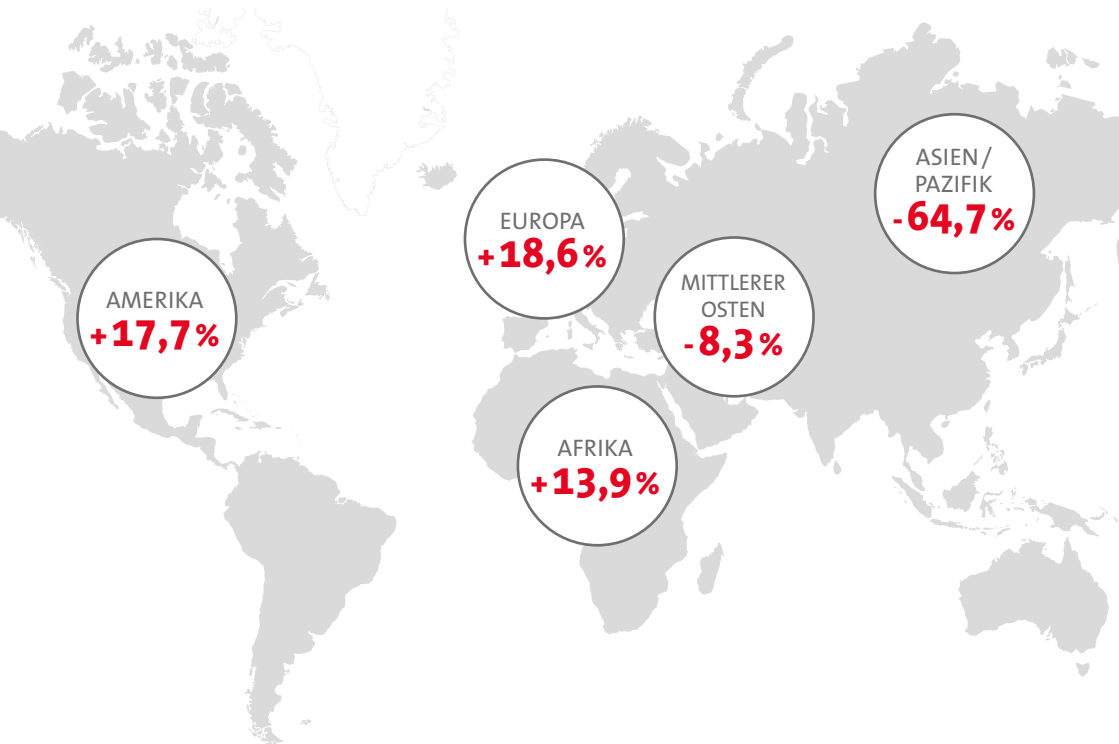
**Internationaler
Tourismus**

421 Mio.
Ankünfte



Weltweite Auswirkung 2021

der Covid-19-Pandemie



421 Mio.

internationale Ankünfte weltweit

+4,6%

Veränderung 2021 / 20

Quelle: World Tourism Organization (UNWTO), World Tourism Barometer, März 2022, alle Daten vorläufig

**Weltweite
Nachfrage** bis 2019

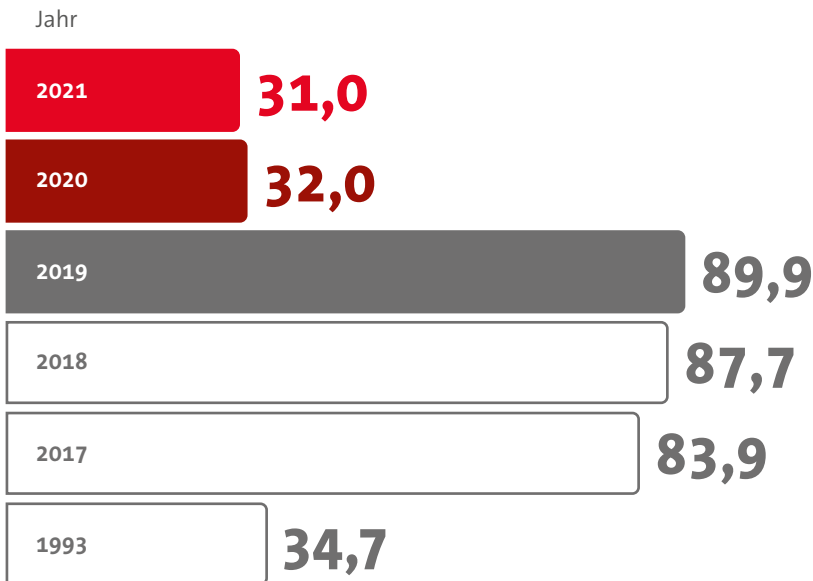
+159%

2021 mit -10,6% unter dem Niveau von 1993

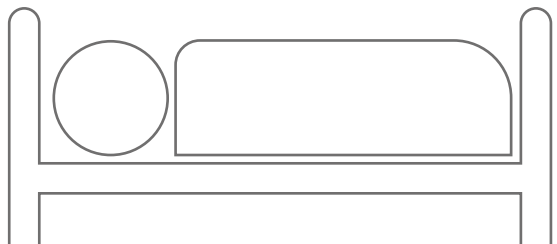


Bis 2019 sind die **Übernachtungen ausländischer Gäste** um **55,2 Mio. gestiegen**

Übernachtungen ausländischer Gäste
in Deutschland in Millionen seit 1993.

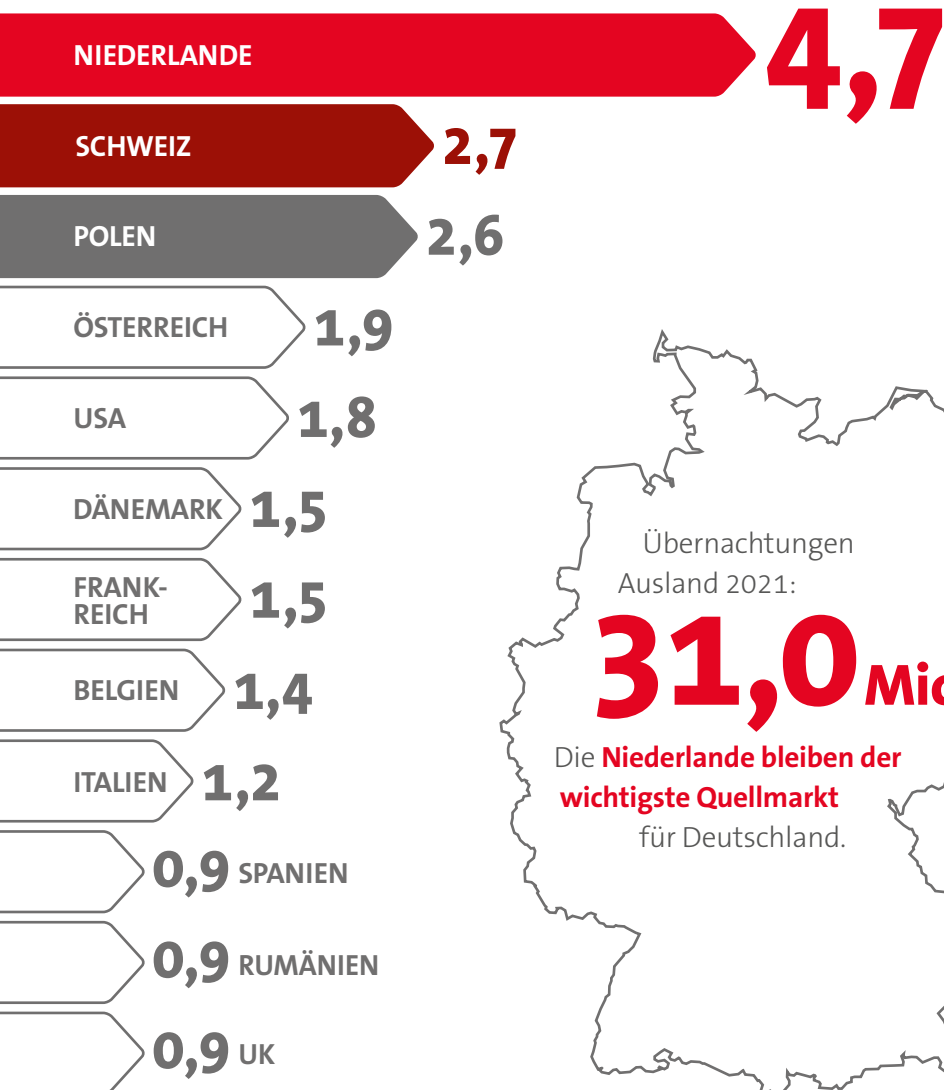


Gesamtzahlen jeweils inkl.
Übernachtungen aus Ländern
ohne Angaben (2021: 371 Tsd.)



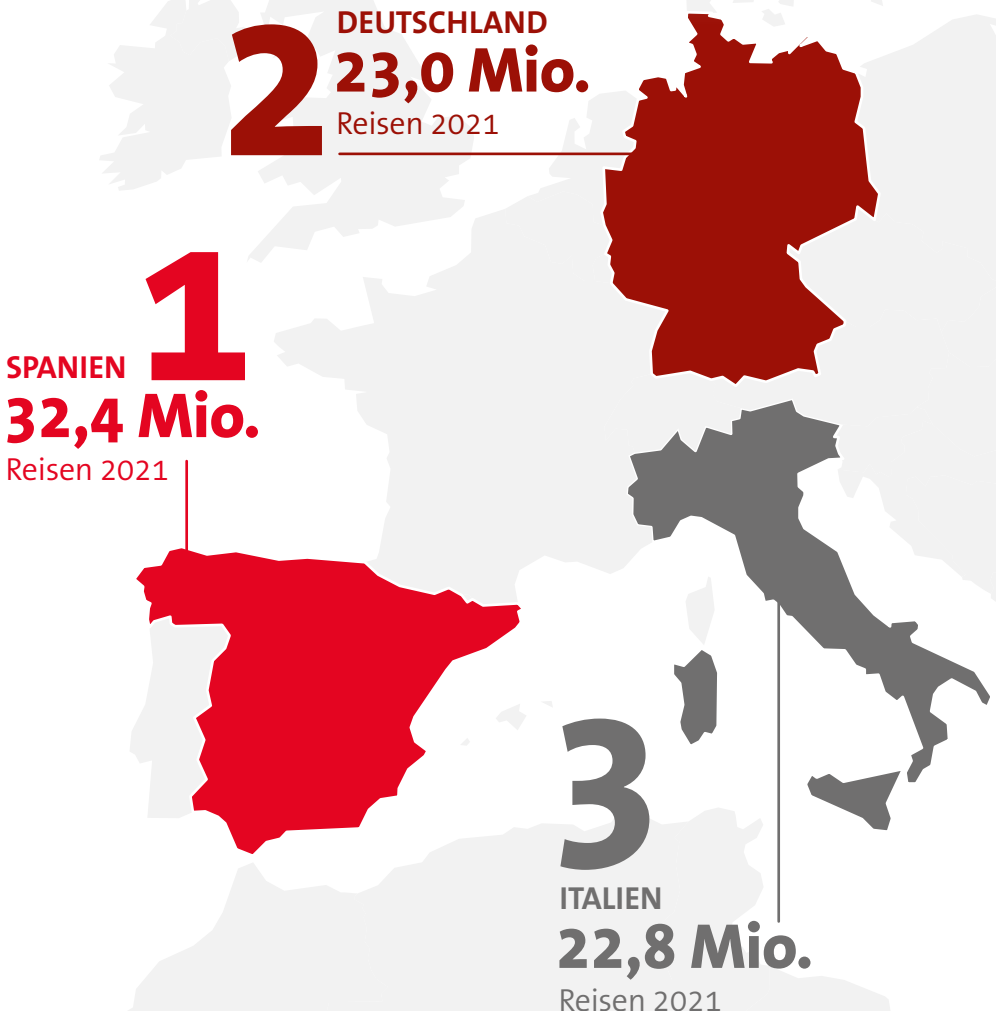
Quelle: Statistisches Bundesamt 2022

Wichtigste Quellmärkte weltweit für Deutschland 2021



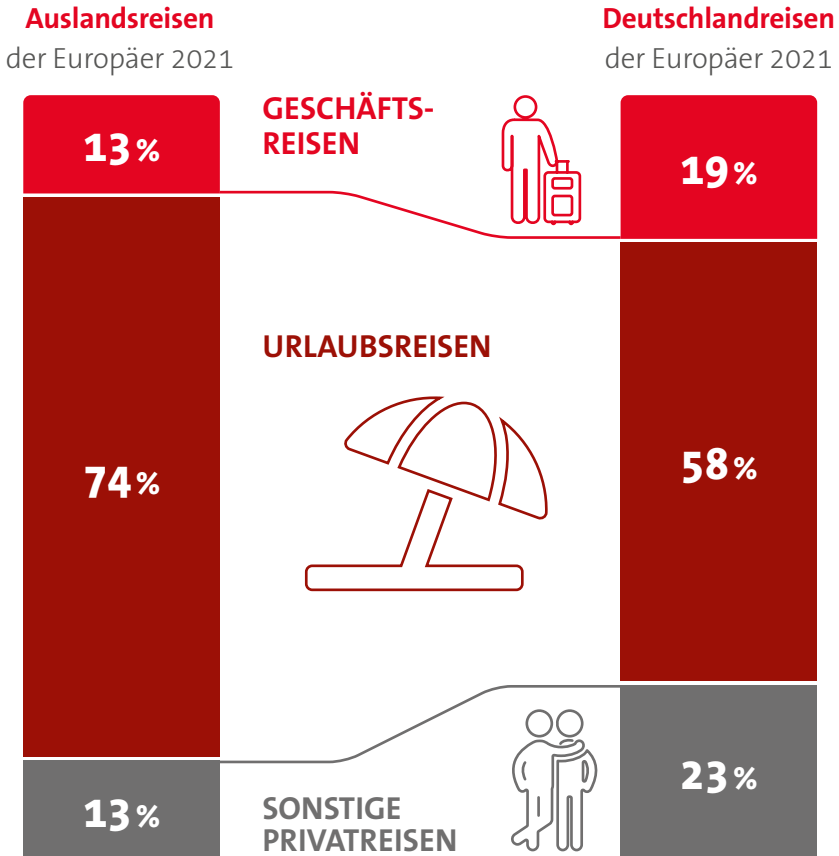
Quelle: Statistisches Bundesamt 2022

2021: Reiseland Deutschland **zweiter Platz** **als Zielmarkt** der Europäer



Quelle: DZT/WTM 2021, IPK 2022

Deutschland hat **überproportionale Anteile** am europäischen Geschäftsreisemarkt

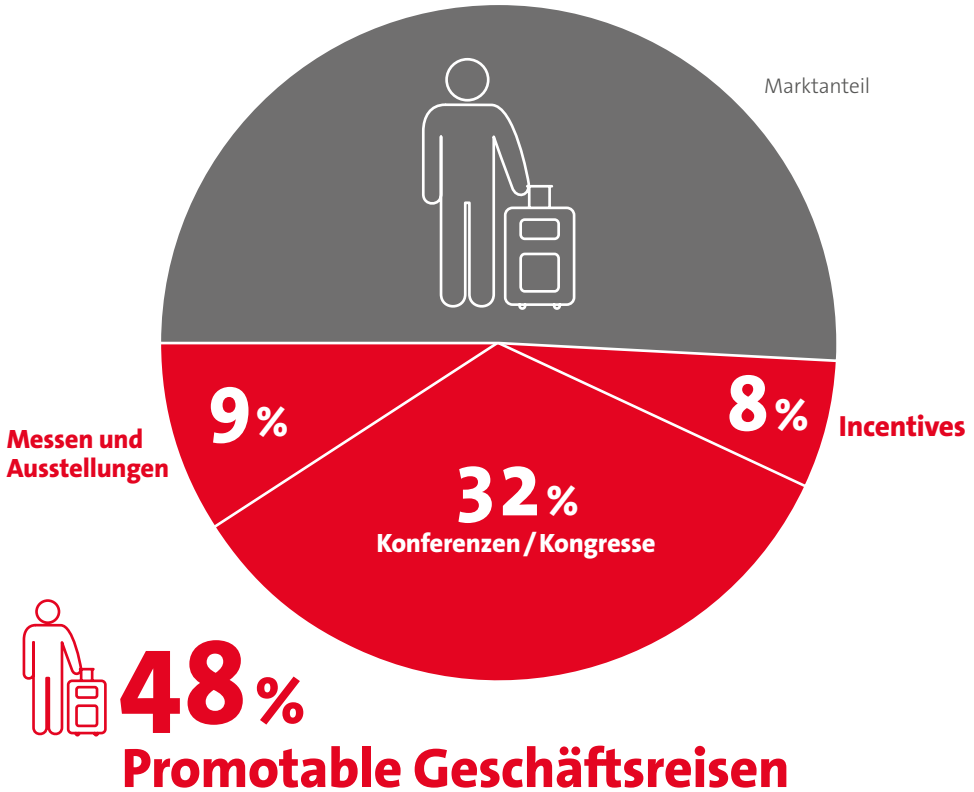


Quelle: DZT/WTM 2021, IPK 2022

Traditionelle Geschäftsreisen der Europäer nach Deutschland haben 2021 mit **2,3 Mio.** den größten Marktanteil

52% Traditionelle Geschäftsreisen

Gesamtvolumen 2021:
4,4 Mio. Reisen

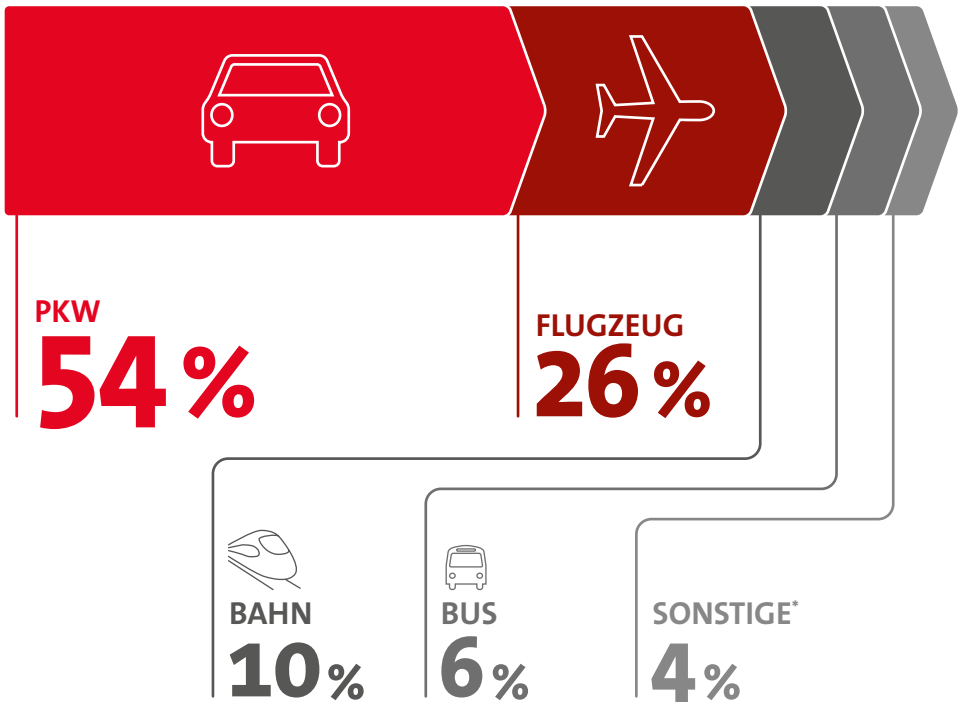


Quelle: DZT/WTM 2021, Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt

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

Alle Reisen europaweit nach Deutschland 2021: **23,0 Mio.**

Marktanteil



2021 lagen die Reiseausgaben** der Europäer bei Reisen nach Deutschland bei 14,4 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 2021, IPK 2022

Buchungsstellen / -kanäle bei Reisen von Europäern nach Deutschland 2021

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

**DIREKTBUCHUNG
UNTERKUNFT**

29%

REISEBÜRO

17%

**DIREKTBUCHUNG
TRANSPORT**

18%

**SONSTIGE
STELLEN***

13%

•
2%

**TOURISMUS-
BÜRO**

INTERNET

85%



Anteil
Buchungsstellen
in % (2021)

*Verein, Zeitung, Kirche, Schule, Firmenreisebüro und sonstige Stellen; Mehrfachnennungen möglich, nur Reisen mit Vorausbuchung; Quelle: DZT/WTM 2021, IPK 2022

Größte Überseemärkte für Deutschland 2021

Marktanteil Deutschlands an Europareise



Quelle: DZT/WTM 2021, IPK 2022

Buchungsstellen / -kanäle bei Reisen aus Übersee nach Deutschland 2021

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

REISEBÜRO

37%

**DIREKTBUCHUNG
UNTERKUNFT**

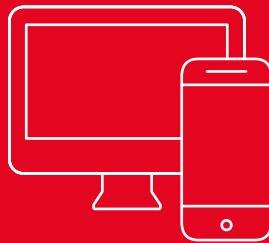
25%

**DIREKTBUCHUNG
TRANSPORT**

21%

INTERNET

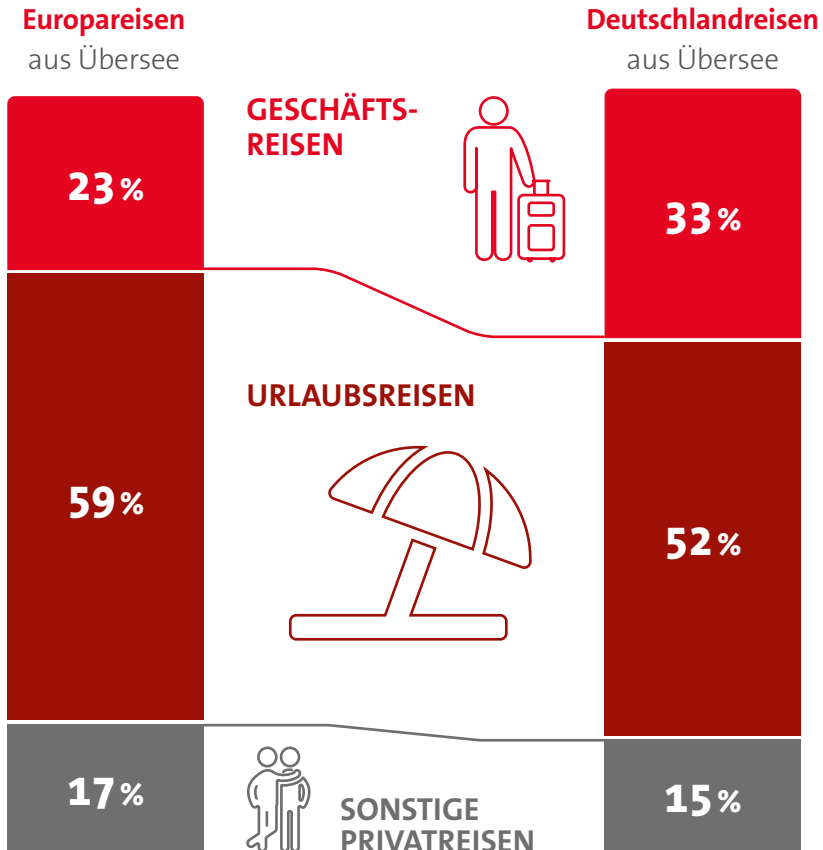
85%



Anteil
Buchungsstellen
in % (2021)

Quelle: DZT/WTM 2021, IPK 2022, nur Reisen mit Vorausbuchung (Mehrfachnennungen möglich)

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



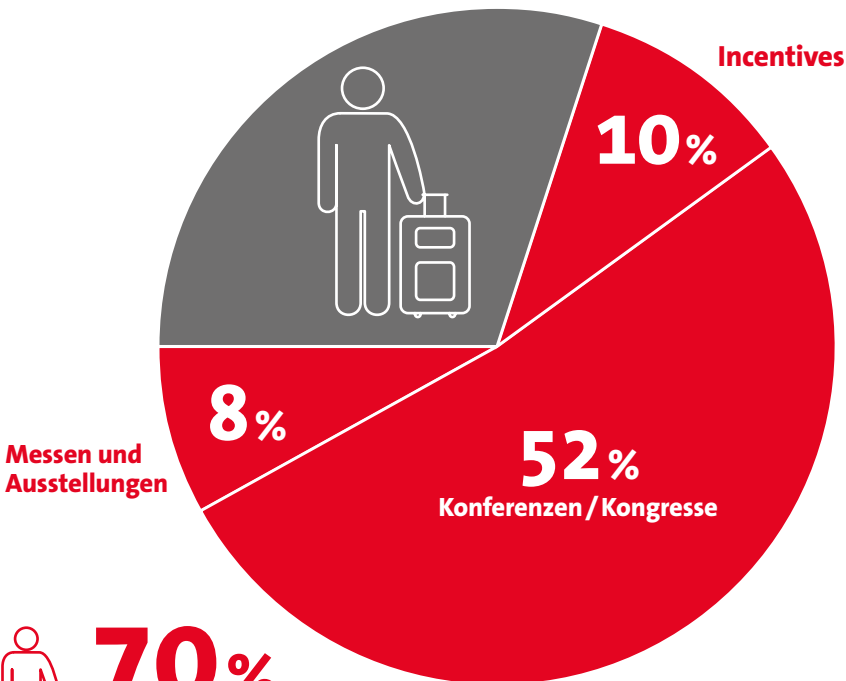
Quelle: DZT/WTM 2021, IPK 2022, Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt

Promotable Geschäftsreisen

aus Übersee nach Deutschland haben 2021 den größten Marktanteil

Gesamtvolumen 2021:
0,6 Mio. Reisen

30% Traditionelle Geschäftsreisen



70%

Promotable Geschäftsreisen

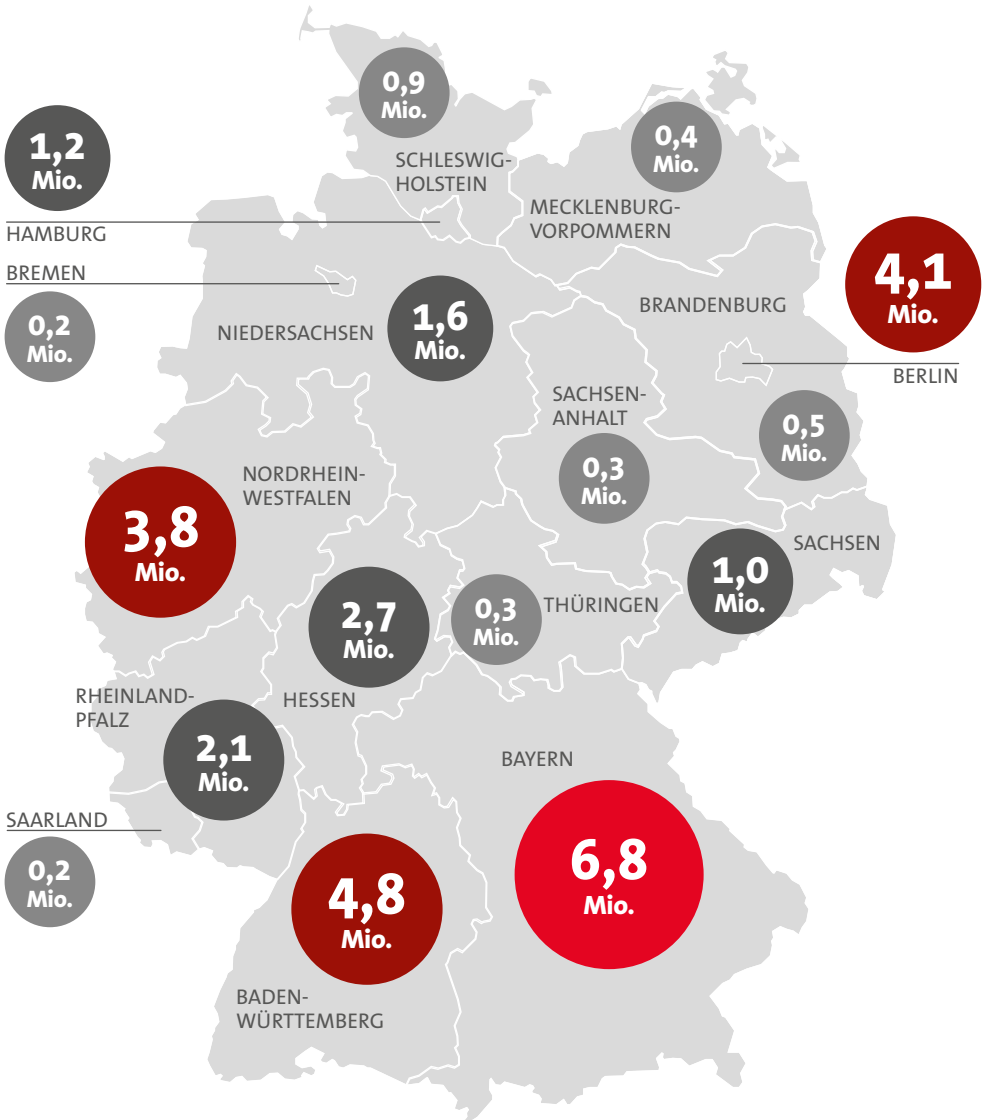
Quelle: DZT/WTM 22021, IPK 2022



Ausländerübernachtungen
im Jahr 2021

- 3,1%

Ausländerübernachtungen nach Bundesländern



Quelle: Statistisches Bundesamt 2022

Deutsche **Metropolen** weiterhin gefragt

49%

in Städten mit über
100 Tsd. Einwohnern

Verteilung der Ausländer-
übernachtungen auf Städte
nach Größenklassen 2021
in Deutschland.

27%

in Städten mit
10 – 100 Tsd.
Einwohnern

24%

in Städten mit
unter 10.000
Einwohnern



Kultur wichtige Facette im weltweiten Deutschland-Marketing

1. Platz für Deutschland als
Kulturreiseziel* bei den
weltweiten Reisen der Europäer.

26 % aller **Auslandsurlaubsreisen**
in Deutschland sind
Kulturreisen**.

Note

1,8 hohe Gesamtzufrieden-
heit*** bei Urlaubern
aus dem Ausland in den
„Kultururlaub“.

Quellen: *DZT/WTM 2021, IPK 2022; **Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (Mai 2015 – Okt 2021), Mehrfachnennungen möglich; ***Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, Skala: 1 = „äußerst begeistert“ bis 6 = „eher enttäuscht“ (Mai 2015 – Okt 2021)

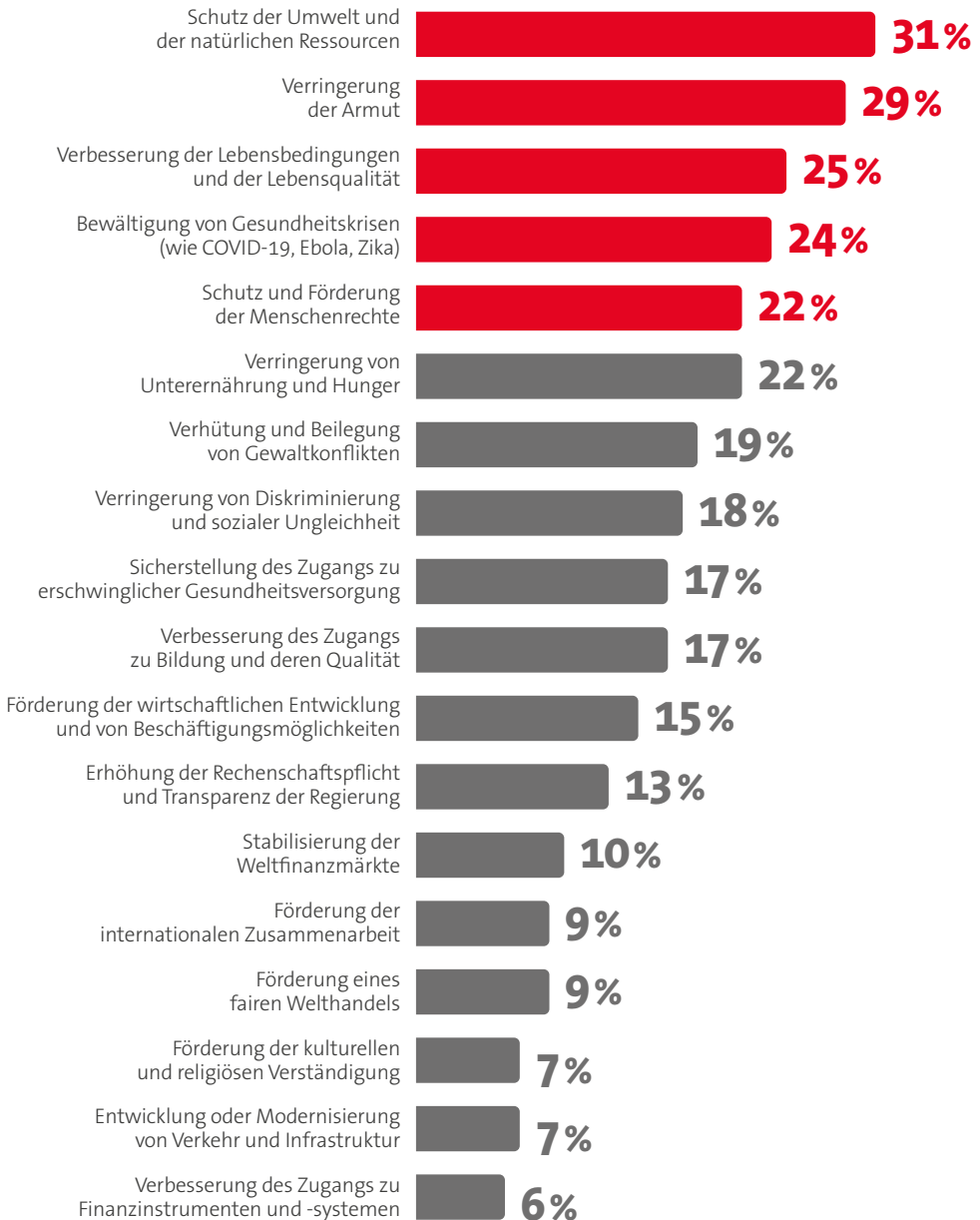
Bei den **5 wichtigsten globalen Themen** im Nation Brands Index belegt Deutschland mindestens den

2. Platz



59% der Befragten attestieren Deutschland eine **gute Performance** bei dem **Schutz der natürlichen Ressourcen.**

Dringende **globale Themen**



Quelle: Anholt-IPSOS Nation-Brands-Index 2021 Report, Oktober 2021

Deutschland im Bereich **Nachhaltigkeit** **sehr gut positioniert**

Deutschland auch im Bereich
der sozialen Nachhaltigkeit stark,

Platz ¹

2

in den Kategorien **Armutsbekämpfung**
und **Verbesserung der Lebensqualität**
von weltweit 60 Nationen.

Deutschland auf **Rang** ²

The 2021 SDG Index scores:

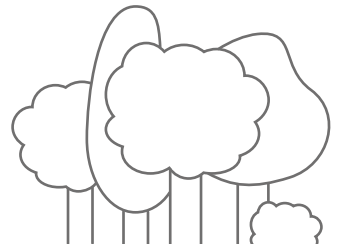
Germany 82,5 Score / Rank 4 of 165

4

Deutschland auf **Platz** ³

10

von 180 Ländern,
**Environmental
Performance Index
2020 (EPI)**

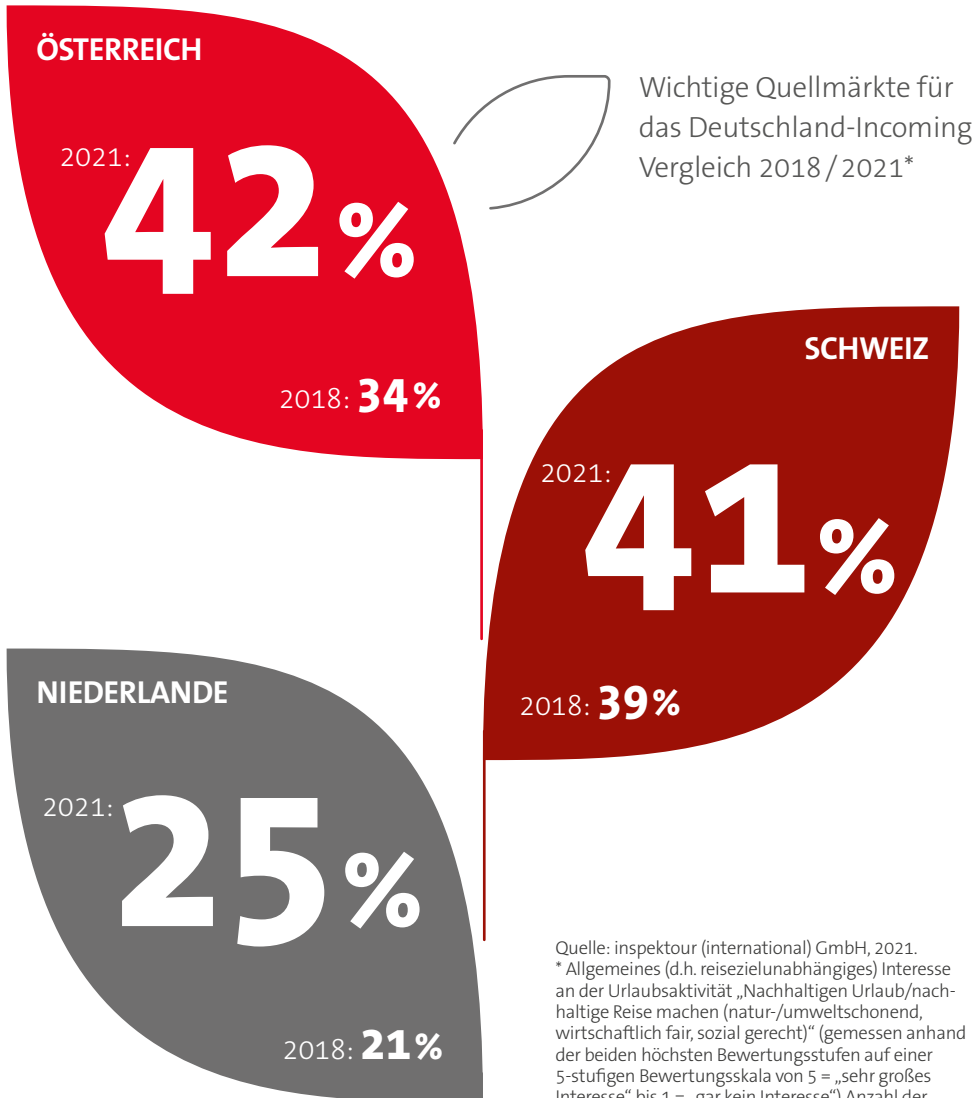


Quelle: 1 Anholt-IPSOS Nation-Brands-Index 2021 Report, Oktober 2021;

2 Sustainable Development Report 2021, SDG Index;

3 Environmental Performance Index 2020

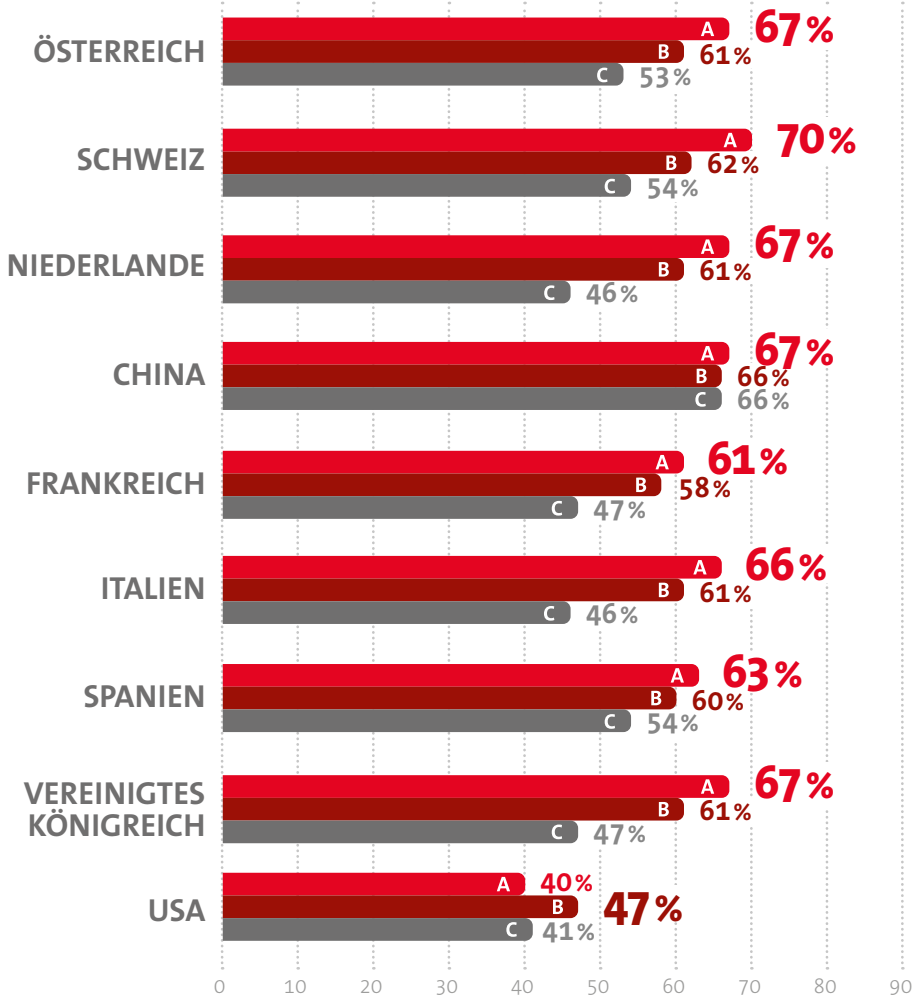
Interesse an **nachhaltigem** **Tourismus** wächst!



Quelle: inspektour (international) GmbH, 2021.
* 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 DB2021: 1.000 - 3.000 pro Quellmarkt

Städtereisen besonders beliebt in Deutschland

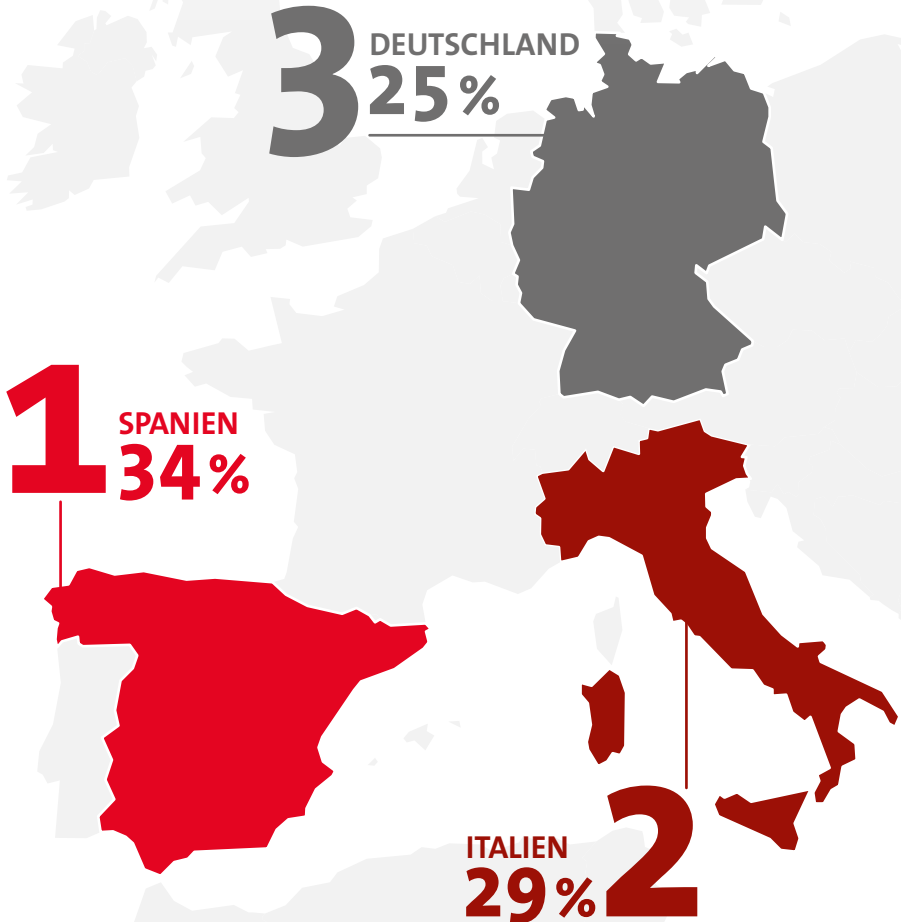
- A = Städtereise unternehmen
 ● B = Kult. Einrichtungen besuchen / Kulturangebote nutzen
● C = Kulinarische / gastronomische Spezialitäten genießen



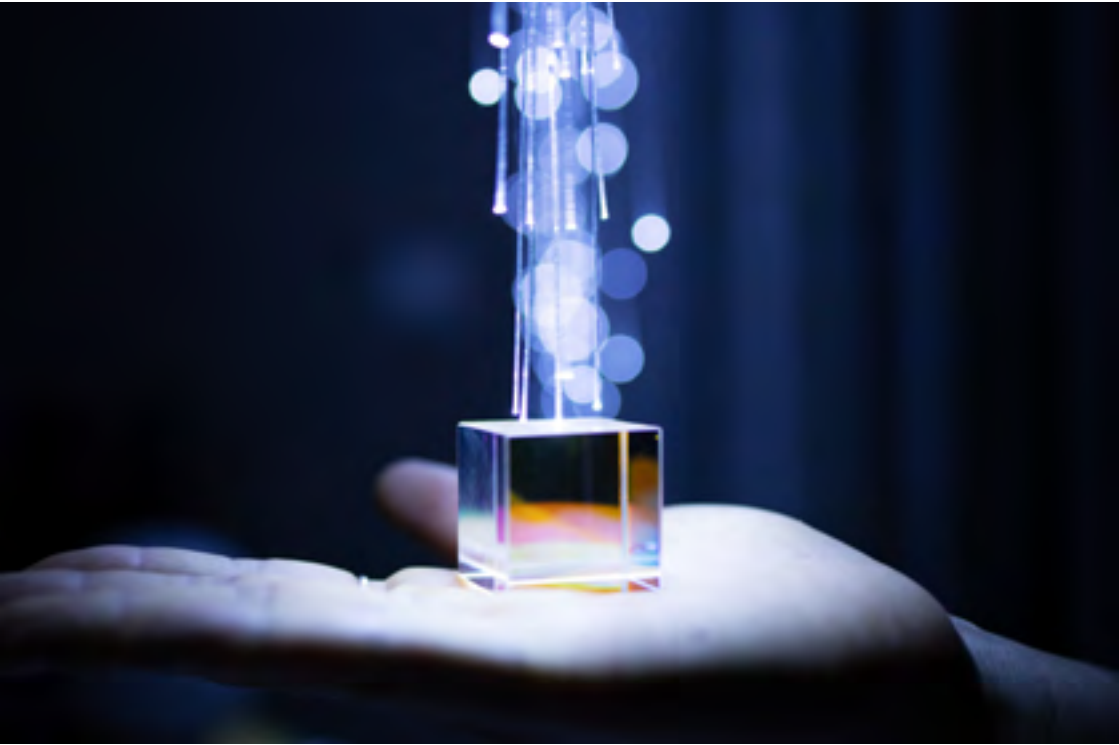
Quelle: inspektour (international) GmbH, 2021; Basis: alle Befragte (n = 1.000-3.000 je Quellmarkt), gestützte Themeneignung für ausgewählte allgemeine Themen (Städtereise unternehmen, Kult. Einrichtungen besuchen / Kulturangebote nutzen, Kulinarische / gastronomische Spezialitäten genießen) für das Reiziel Deutschland, basierend auf den Top-Two-Box-Werten auf einer auf Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“ (Angabe in % der Fälle) inkl. Hochrechnung des absoluten Volumens des Anteils an der repräsentierten Bevölkerung

Reiseabsichten der Europäer

von Januar – Dezember 2022, nach Destinationen



Quelle: COVID-19 Studie 6. Welle, IPK International 2022, Mehrfachnennungen möglich



Konzeption und Gestaltung

markenzeichen GmbH
www.markenzeichen.de

Bildnachweise

S. 2 Getty Images / Yuichiro Chino; S. 4 oben DZT / Francesco Carovillano; S. 4 Mitte DZT / Florian Trykowski;
S. 4 unten Getty Images / rusm; S. 5 AdobeStock / WavebreakmediaMicro; S. 7 AdobeStock / Rymden;
S. 15 Getty Images / Yuichiro Chino; S. 19 Getty Images / Andriy Onufriyenko; S. 25 Getty Images / Qi Yang

Herausgeber:

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

www.germany.travel

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Deutschland
Das ReiseLand 