

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Deutschland
Das Reiseland



www.germany.travel

2022 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
Reiseabsichten	29
Impressum	30





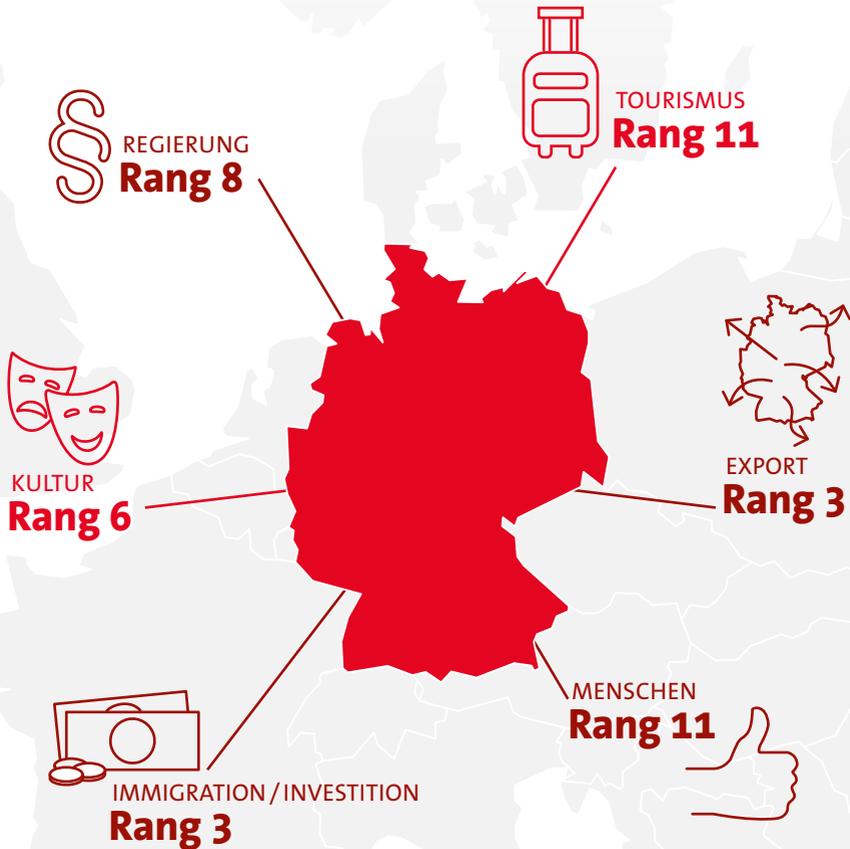
**Deutschland-
Incoming**

68,1

**Mio. Internationale
Übernachtungen 2022**

Quelle: Statistisches Bundesamt 2023

Deutschlands Image 2022 im Nation-Brands-Gesamtranking weiterhin auf **Platz 1**



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

Quelle: Anholt-Ipsos Nation Brands IndexSM 2022, Oktober 2022, Online Umfrage mit 60.081 Interviews in 20 Ländern weltweit, 60 untersuchte Länder

Wesentliche Attribute für das globale touristische Image Deutschlands



Historische Gebäude



Zeitgenössische Kultur



Lebendige Städte

Quelle: Anholt-Ipsos Nation Brands IndexSM 2022, Oktober 2022, weltweit 60 Nationen

Internationaler Tourismus wächst 2022 auf **917** Mio. Ankünfte

Quelle: World Tourism Organization (UNWTO), Stand: Jan. 2023



Wieder weltweites Wachstum 2022



+101,6%
Veränderung 2022 / 21

Recovery der internationalen
Ankünfte weltweit bei

62,6%

im Vergleich zu 2019*

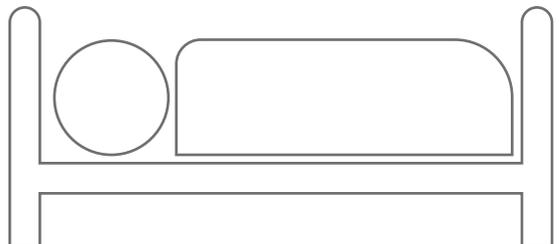
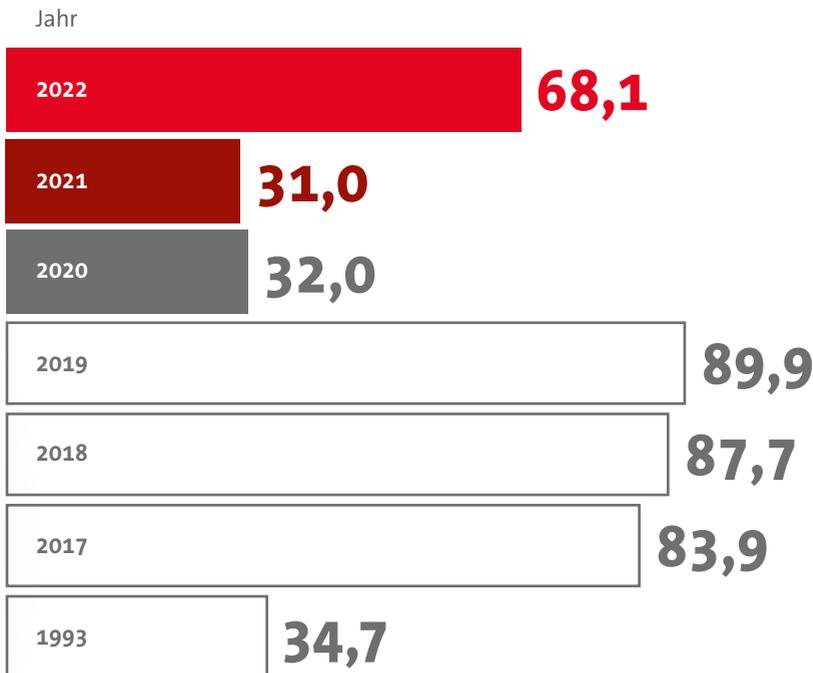
Recovery der Ankünfte in
Deutschland bereits bei

72%

im Vergleich zu 2019**

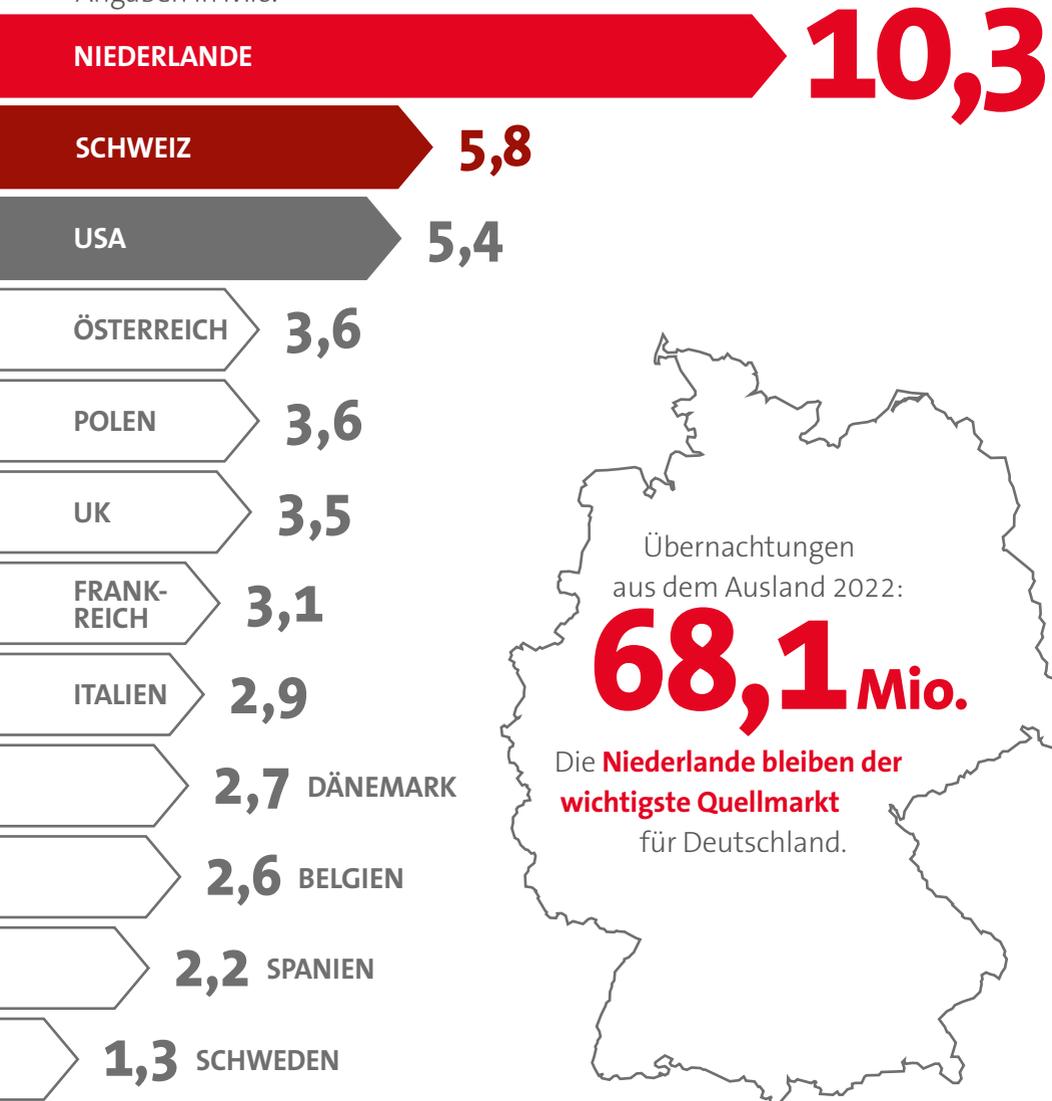
Bis 2019 sind die **Übernachtungen** **ausländischer Gäste** um **55,2 Mio. gestiegen**

Übernachtungen ausländischer Gäste
in Deutschland in Millionen seit 1993

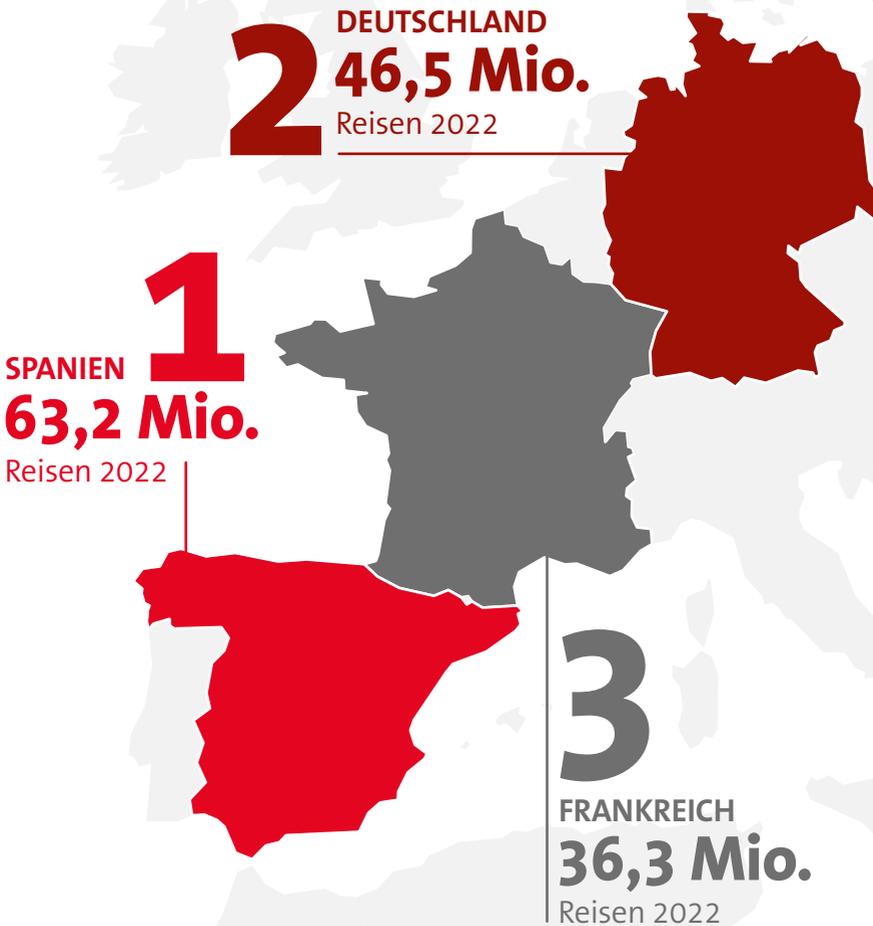


Wichtigste Quellmärkte weltweit für Deutschland 2022

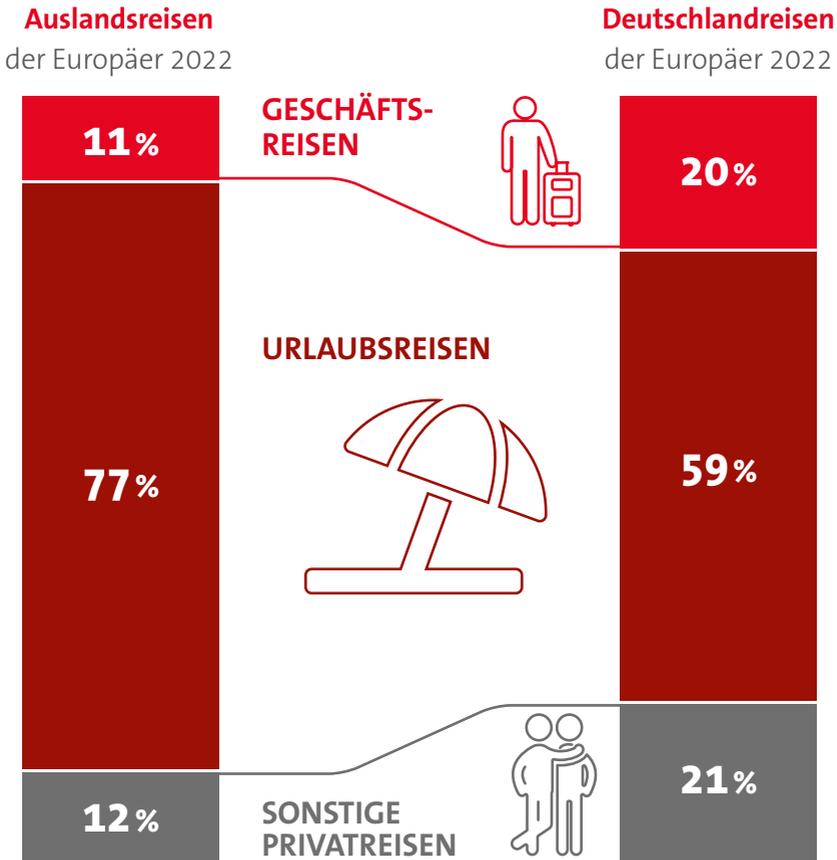
Angaben in Mio.



Reisen 2022: Destination Deutschland zweiter Platz als Zielmarkt der Europäer



Deutschland hat **überproportionale Anteile** am europäischen Geschäftsreisemarkt

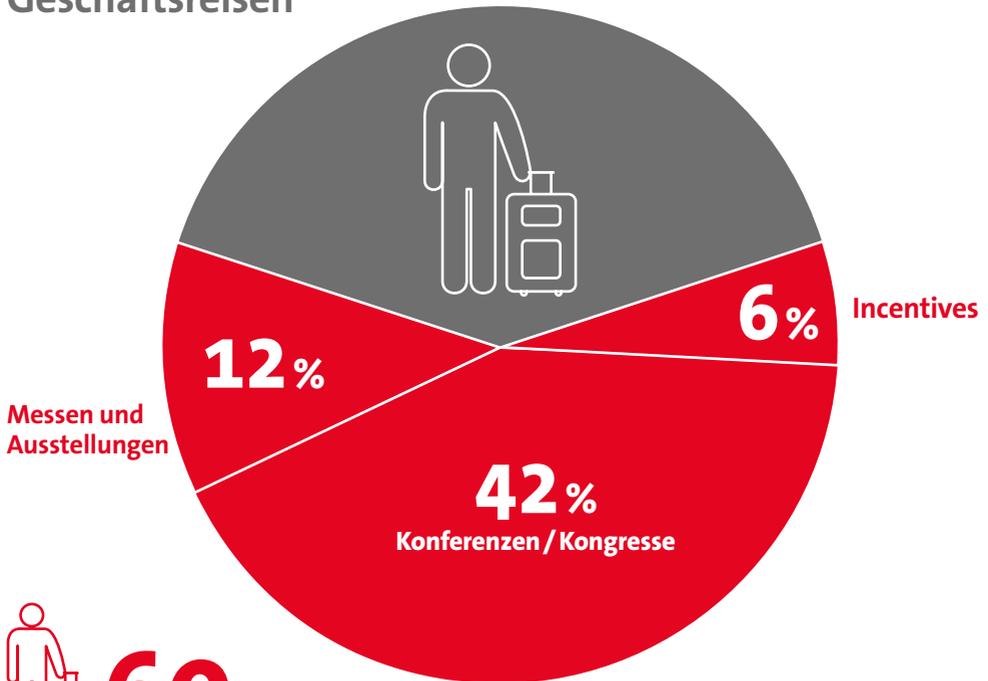


Quelle: DZT/WTM 2022, IPK 2023

Promotable Geschäftsreisen der Europäer nach Deutschland haben 2022 mit **5,5 Mio.** den größten Marktanteil

Gesamtvolumen Geschäftsreisen aus Europa 2022: **9,2 Mio. Reisen**

40% Traditionelle Geschäftsreisen

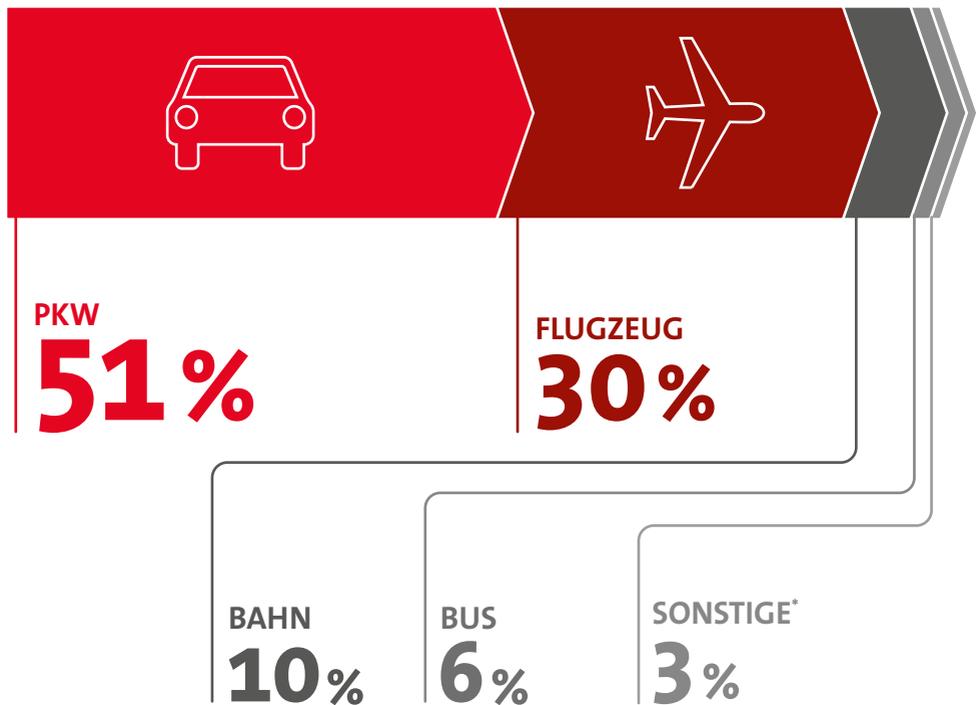


 **60%**
Promotable Geschäftsreisen

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

Alle Reisen europaweit nach Deutschland 2022: **46,5 Mio.**

Marktanteil



2022 lagen die Reiseausgaben** der Europäer bei Reisen nach Deutschland bei 32,1 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 2022, IPK 2023

Buchungsstellen / -kanäle bei Reisen von Europäern nach Deutschland 2022

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

**DIREKTBUCHUNG
UNTERKUNFT**

28%

REISEBÜRO

18%

**DIREKTBUCHUNG
TRANSPORT**

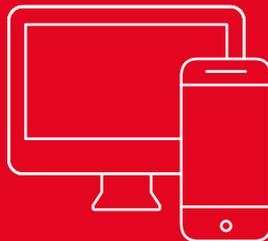
14%

**SONSTIGE
STELLEN***

11%

INTERNET

90%

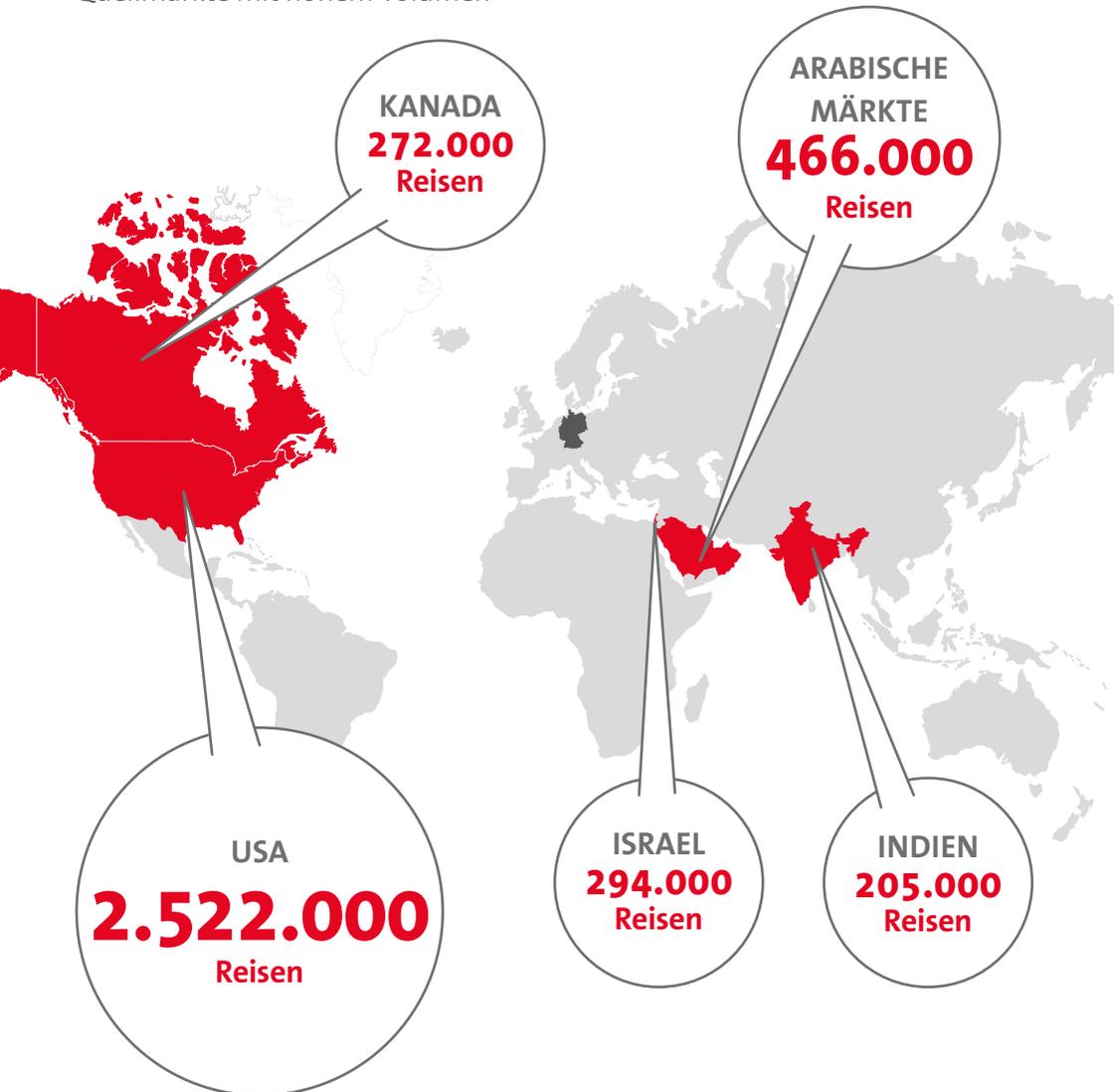


Anteil
Buchungsstellen
in % (2022)

*Verein, Zeitung, Kirche, Schule, Firmenreisebüro und sonstige Stellen; Mehrfachnennungen möglich, nur Reisen mit Vorausbuchung; Quelle: DZT / WTM 2022, IPK 2023

Incoming aus den Überseemärkten nach Deutschland 2022

Quellmärkte mit hohem Volumen



Quelle: DZT/WTM 2022, IPK 2023, alle Daten vorläufig

Buchungsstellen / -kanäle bei Reisen aus Übersee nach Deutschland 2022

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

REISEBÜRO

41%

DIREKTBUCHUNG
UNTERKUNFT

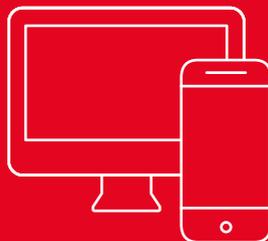
25%

DIREKTBUCHUNG
TRANSPORT

22%

INTERNET

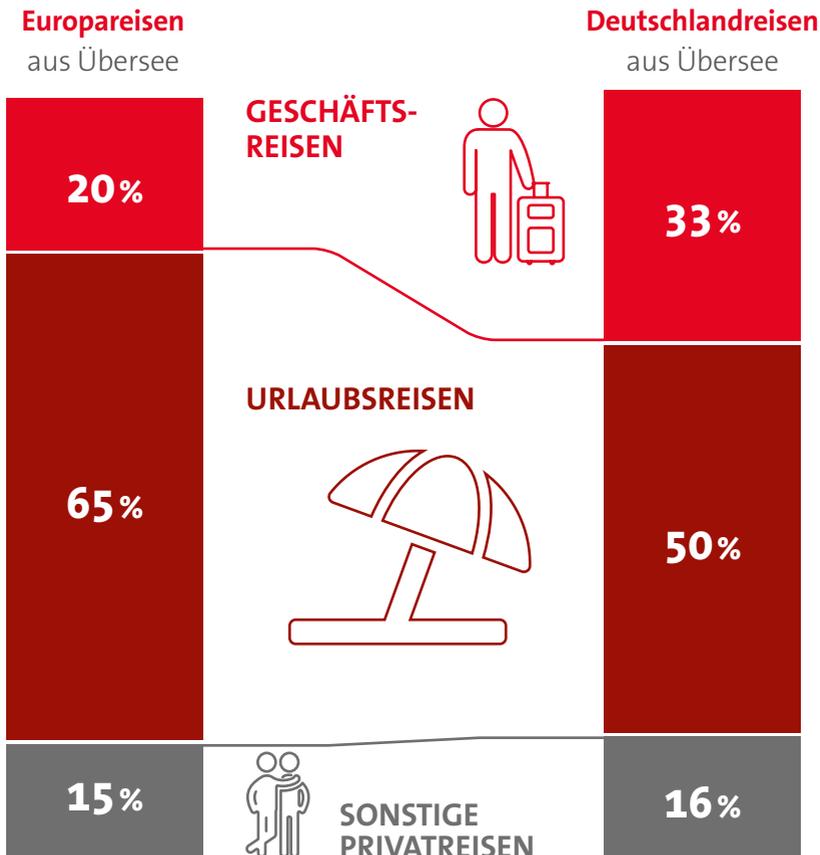
87%



Anteil
Buchungsstellen
in % (2022)

Quelle: DZT/WTM 2022, IPK 2023, alle Daten vorläufig,
nur Reisen mit Vorausbuchung (Mehrfachnennungen möglich)

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

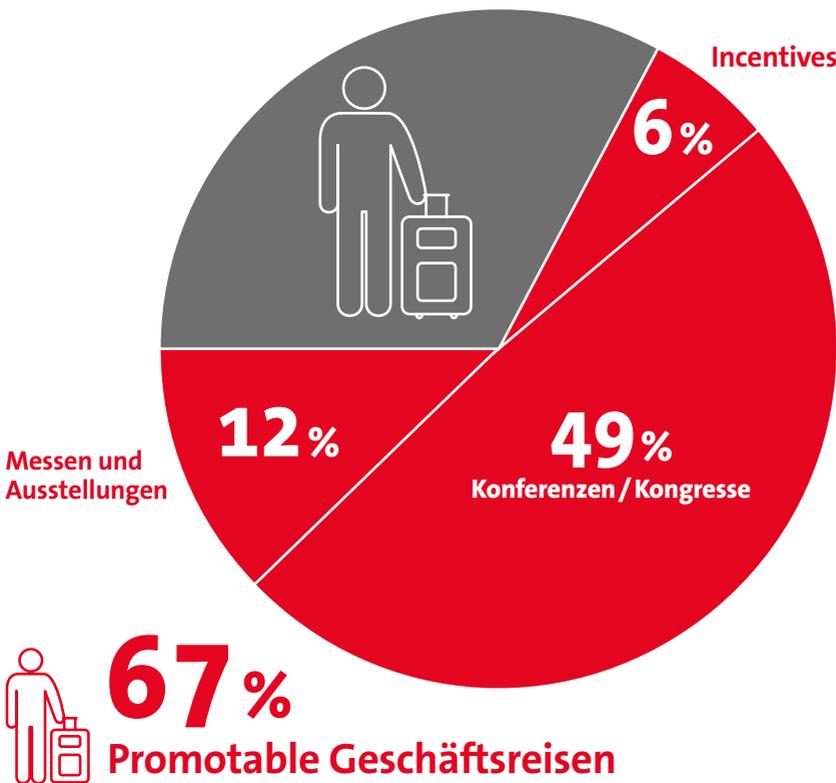


Quelle: DZT/WTM 2022, IPK 2023, alle Daten vorläufig
Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt.

Promotable Geschäftsreisen aus Übersee nach Deutschland haben 2022 den größten Marktanteil

Gesamtvolumen Geschäftsreisen aus Übersee 2022: **1,8 Mio. Reisen**

33% Traditionelle Geschäftsreisen



Quelle: DZT/WTM 2022, IPK 2023, alle Daten vorläufig

Ausländerübernachtungen

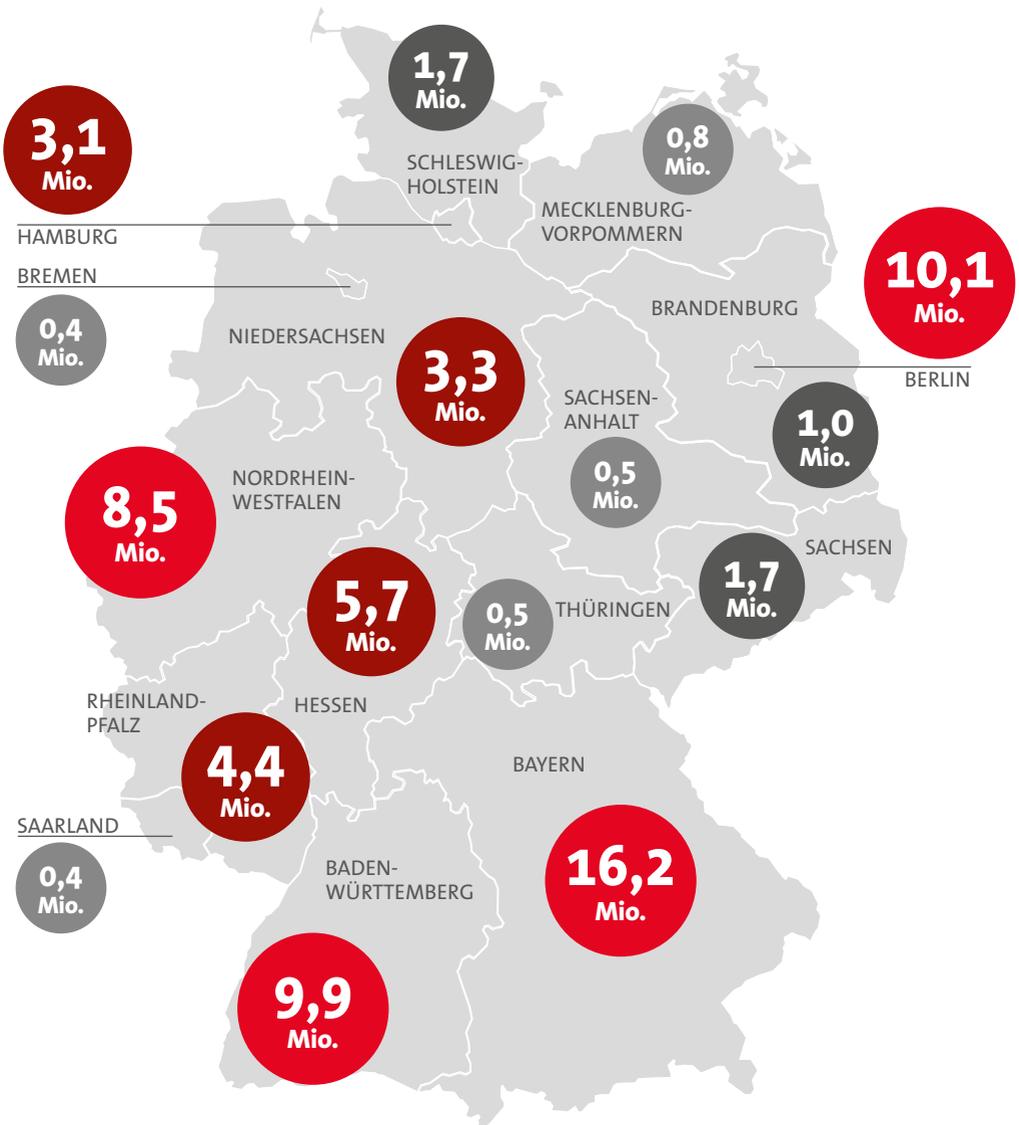
im Jahr 2022

+119,6%

im Vergleich zu 2021

Quelle: Statistisches Bundesamt 2023

Ausländerübernachtungen nach Bundesländern



Quelle: Statistisches Bundesamt 2023

Deutsche **Metropolen** weiterhin gefragt

Verteilung der Ausländer-
übernachtungen auf Städte
nach Größenklassen 2022
in Deutschland

55%

in Städten mit über
100 Tsd. Einwohnern

24%

in Städten mit
10 – 100 Tsd.
Einwohnern

21%

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 Gesamtzufriedenheit***
bei Urlaubern aus dem Ausland
für den „**Kultururlaub**“

Dringende **globale Themen** aus Sicht der Europäer

1 ● **Schutz der Umwelt** und
der **natürlichen Ressourcen** **30%**

2 ● **Armutsbekämpfung** **28%**

3 ● **Verbesserung der
Lebensbedingungen**
und der **Lebensqualität** **26%**

Deutschland im Bereich Nachhaltigkeit sehr gut positioniert

Deutschland auf **Rang**¹

3

bei der Beurteilung der Reiseziele nach Angebotspektrum im Hinblick auf Klima- und Umweltschutz/ Nachhaltigkeit

Deutschland auf **Rang**²

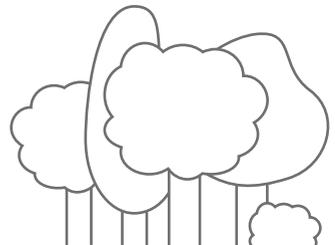
The 2022 SDG Index scores:
Germany 82,18 / Rank 6 of 163

6

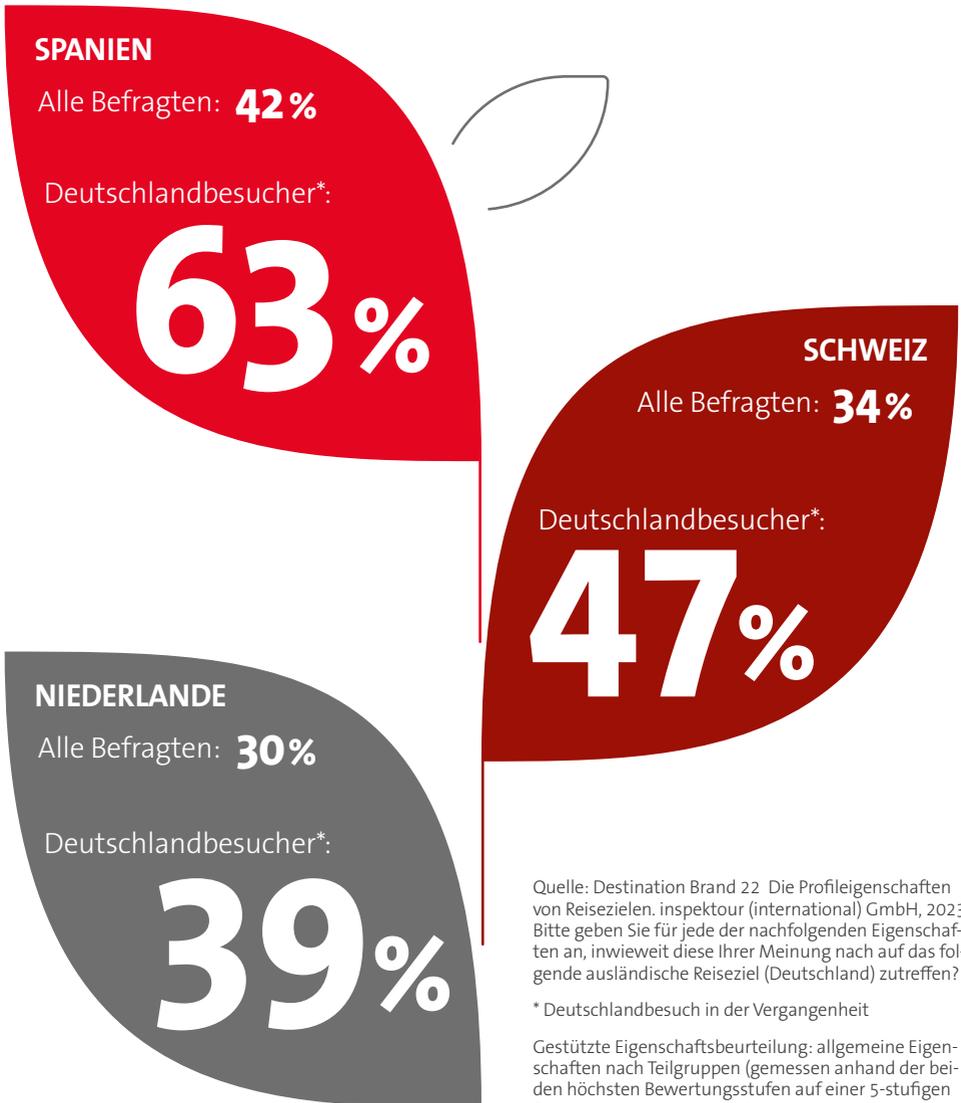
Deutschland auf **Platz**³

13

von 180 Ländern,
**Environmental
Performance Index
2022 (EPI)**



Wahrnehmung Deutschlands als **nachhaltiges Reiseziel** nimmt nach Aufenthalt zu



Quelle: Destination Brand 22. Die Profileigenschaften von Reisezielen. inspektour (international) GmbH, 2023. Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf das folgende ausländische Reiseziel (Deutschland) zutreffen?

* Deutschlandbesuch in der Vergangenheit

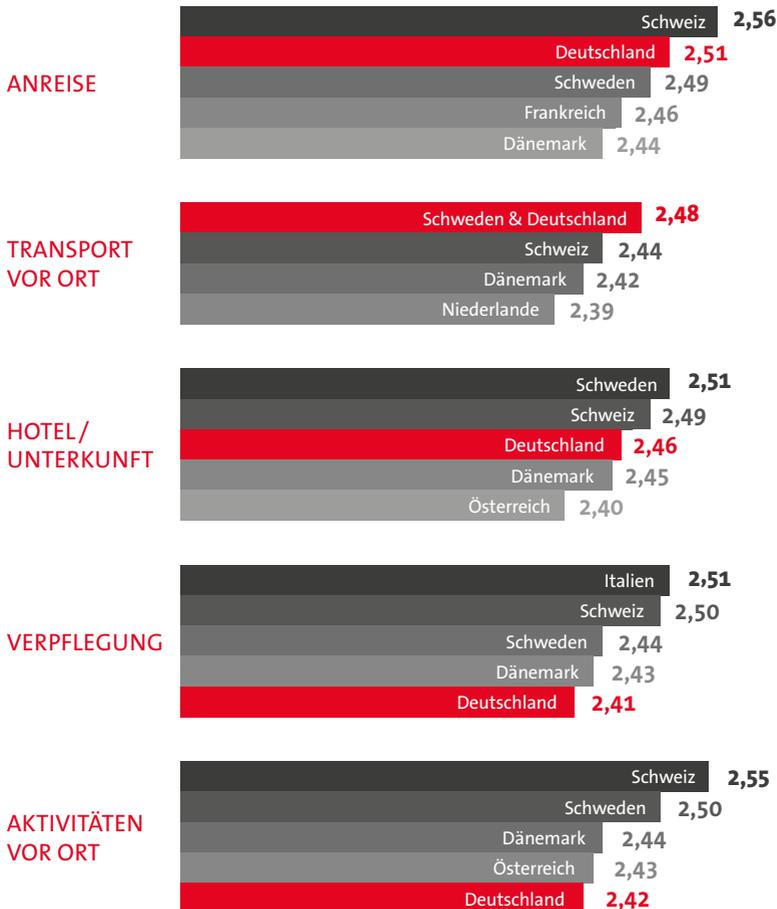
Gestützte Eigenschaftsbeurteilung: allgemeine Eigenschaften nach Teilgruppen (gemessen anhand der beiden höchsten Bewertungsstufen auf einer 5-stufigen Bewertungsskala von 5 = trifft vollkommen zu bis 1 = trifft überhaupt nicht zu) Anzahl der Befragten in DB2022:1.000 pro Quellmarkt

Top 5 Destinationen

Reiseziele & Nachhaltigkeit

Benchmark 10 europäischer Nationen

Gut = 3, Mittel = 2, Schlecht = 1



Wie beurteilen Sie die folgenden Reiseziele und ihr Angebotsspektrum im Hinblick auf Klima- und Umweltschutz/Nachhaltigkeit?

Quelle: Nachhaltigkeit & Reisen, Untersuchungsergebnisse aus 27 Quellmärkten, IPK International Oktober 2022

Die Interessen nachhaltig orientierter Urlauber: **Natur, Monumente und Kultur**

Besonders hohes Interesse hat die nachhaltig orientierte Zielgruppe an den Urlaubsaktivitäten:

83% „Sich in der **Natur** aufhalten“

74% „Burgen, Schlösser und Dome besuchen“

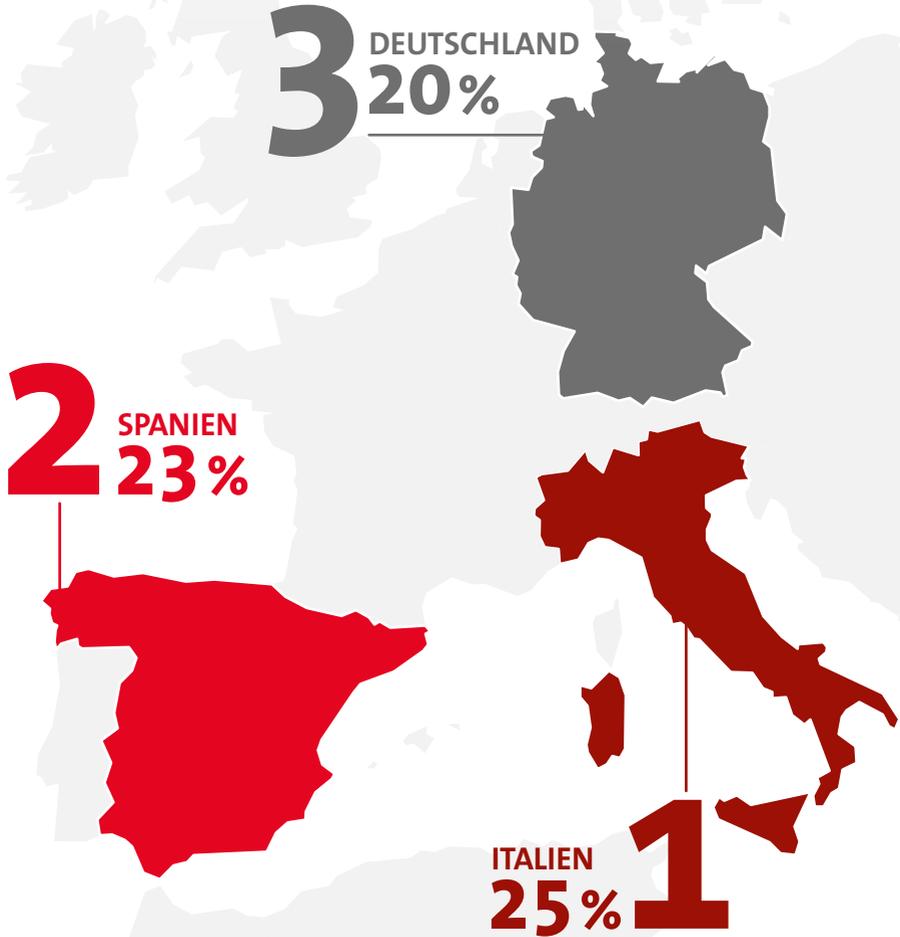
71% „Kulturelle Einrichtungen besuchen / **Kulturangebote** nutzen“

* Es handelt sich hier um Durchschnittswerte der Quellmärkte Österreich, Schweiz, Niederlande, Frankreich, Italien, Spanien, UK, USA und China basierend auf bevölkerungsrepräsentativen Online-Befragungen hinsichtlich des allgemeinen (d.h. reisezielunabhängigen) Interesses an der jeweiligen Urlaubsaktivität (jeweils Angabe der Top-Two-Box auf einer Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“).

Quelle: Destination Brand 21; inspektour (international) GmbH

Reiseabsichten weltweit*

von Januar – Dezember 2023, nach Destinationen



Quelle: Sonderstudie Reiseabsichten, Januar 2023, IPK International 2023, Mehrfachnennungen möglich;
* weltweit 16 ausgewählte Märkte

Konzeption und Gestaltung

markenzeichen GmbH
www.markenzeichen.de

Druck

Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG
www.zarbock.de



Bildnachweise

S. 2 gettyimages / Anton Petrus; **S. 5 oben und mitte** DZT / Francesco Carovillano; **S. 5 unten** DZT / Jens Wegener; **S. 8** AdobeStock / Westend61; **S. 16** AdobeStock / Tilo Grellmann; **S. 21** DZT / Jens Wegener; **S. 27** DZT / Michael Neuman

Herausgeber:	Gefördert durch:	Deutschland Das ReiseLand 
Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) Beethovenstraße 69 60325 Frankfurt/Main	 Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz	
www.germany.travel	aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages	



Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 974640
Fax +49 69 751903
info@germany.travel



www.germany.travel