



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Deutschland
Das Reiseland

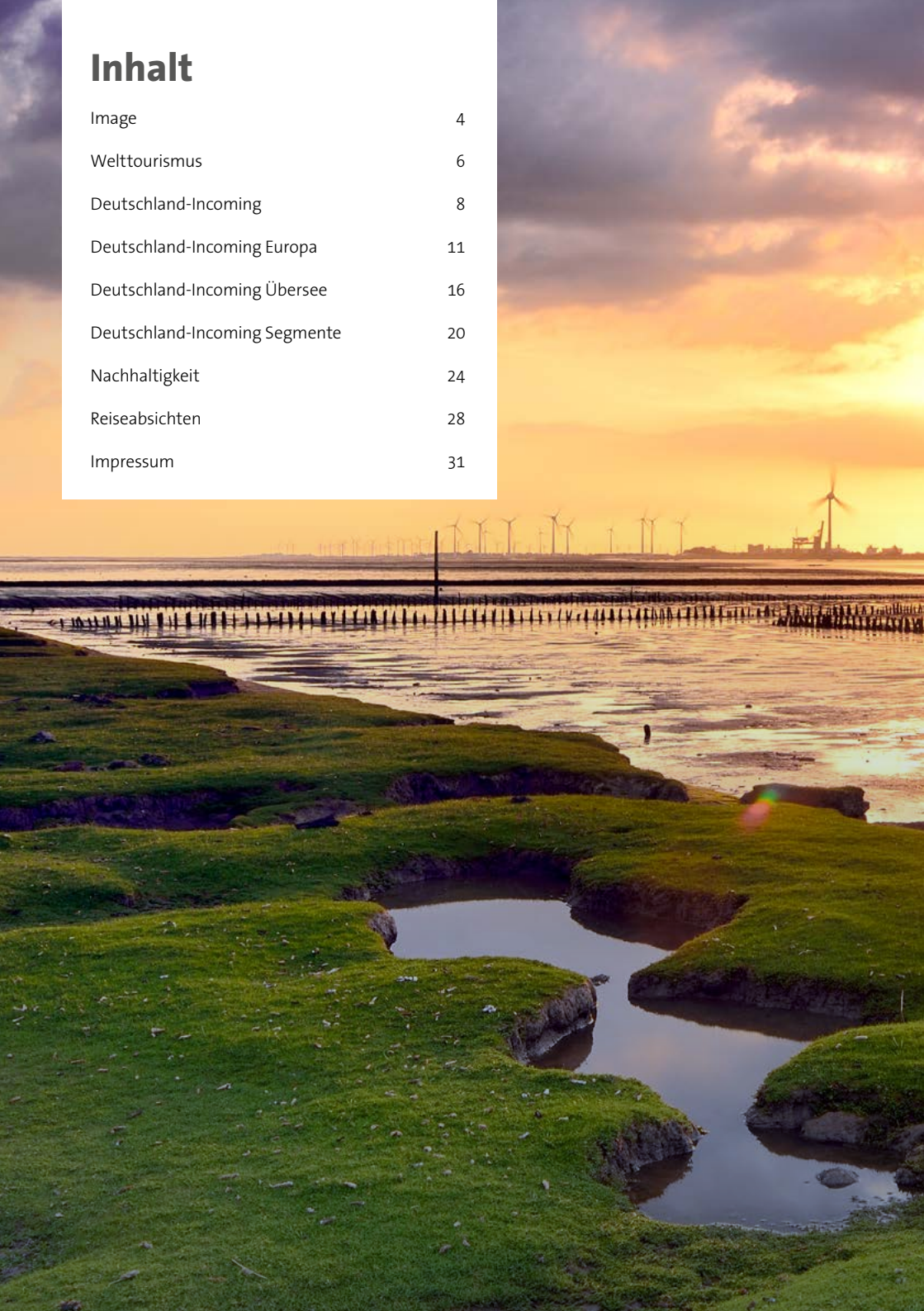


www.germany.travel

2023 ZAHLEN DATEN FAKTEN

Inhalt

Image	4
Welttourismus	6
Deutschland-Incoming	8
Deutschland-Incoming Europa	11
Deutschland-Incoming Übersee	16
Deutschland-Incoming Segmente	20
Nachhaltigkeit	24
Reiseabsichten	28
Impressum	31





Deutschland-
Incoming

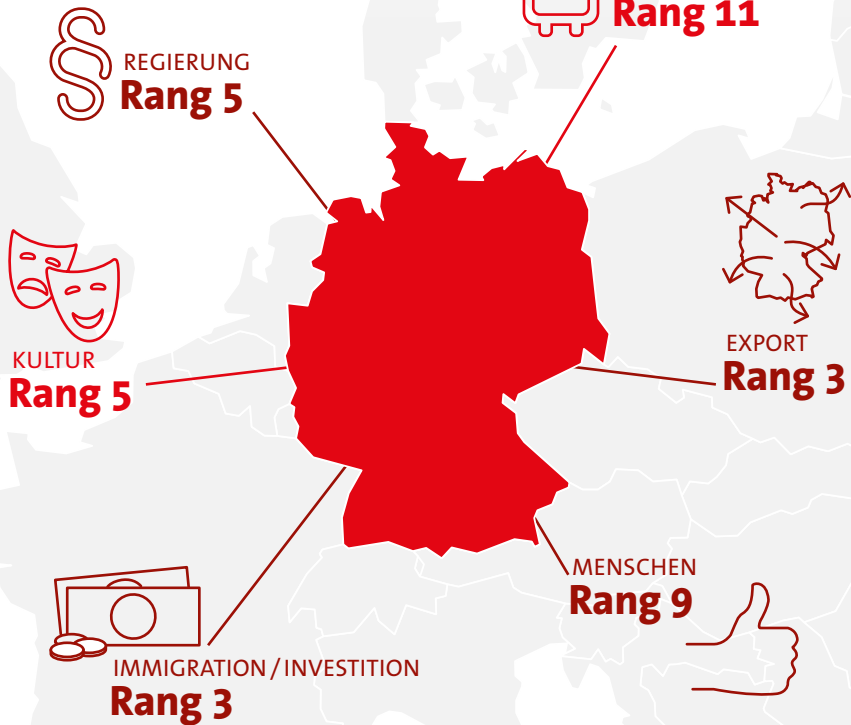
80,9

Mio. Internationale
Übernachtungen 2023

Quelle: Statistisches Bundesamt 2024

Deutschlands Image 2023 im Nation-Brands-Gesamtranking auf **Platz 2**

In den europäischen Märkten liegt Deutschland auf **Rang 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 2023, Oktober 2023, Online Umfrage mit 60.072 Interviews in 20 Ländern weltweit, 60 untersuchte Länder

Key Driver touristischer Attribute



Historische Gebäude



Lebendige Städte



Kulturelles Erbe



Landschaftliche Attraktivität

Quelle: Anholt-Ipsos Nation Brands IndexSM 2023, Oktober 2023, weltweit 60 Nationen

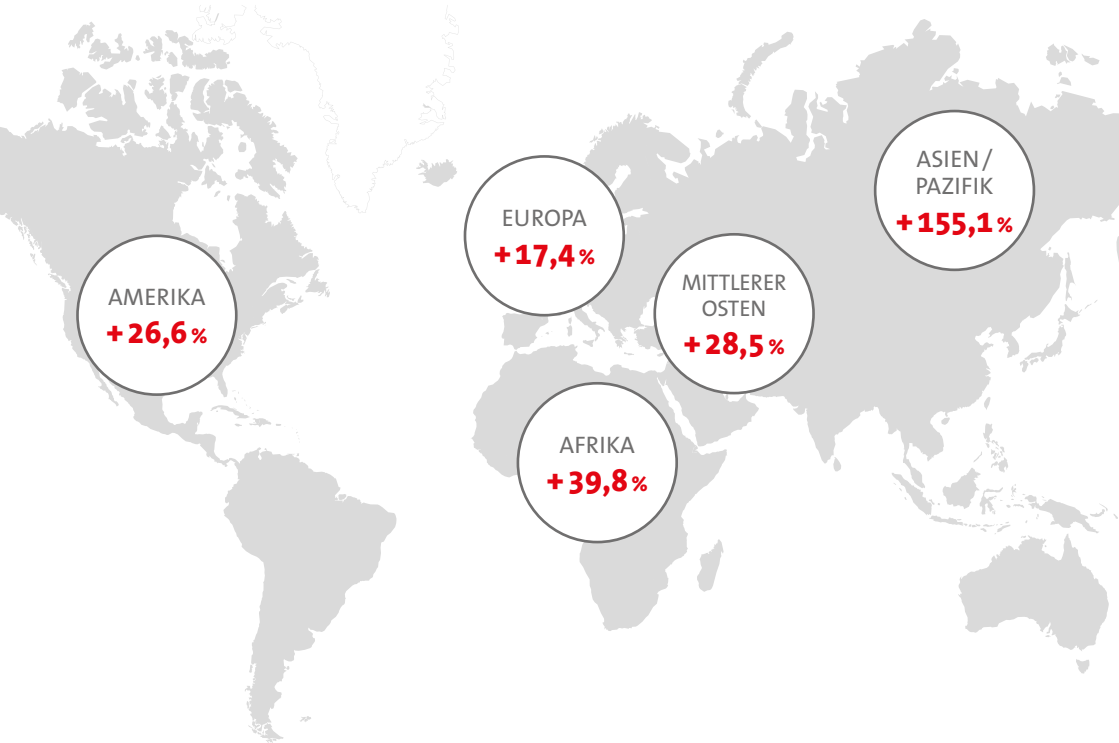
Internationaler
Tourismus
wächst
2023 auf

1.286
Mio. Ankünfte

Quelle: UN Tourism, Januar 2024, alle Daten vorläufig



Wieder weltweites Wachstum 2023



+33,9%
Veränderung 2023 / 22

Quelle: UN Tourism, Januar 2024, internationale Ankünfte, alle Daten vorläufig

Recovery der internationalen
Ankünfte weltweit bei

87,9%

im Vergleich zu 2019*

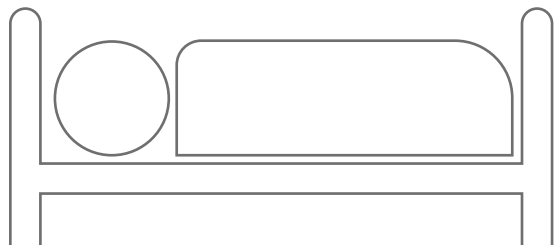
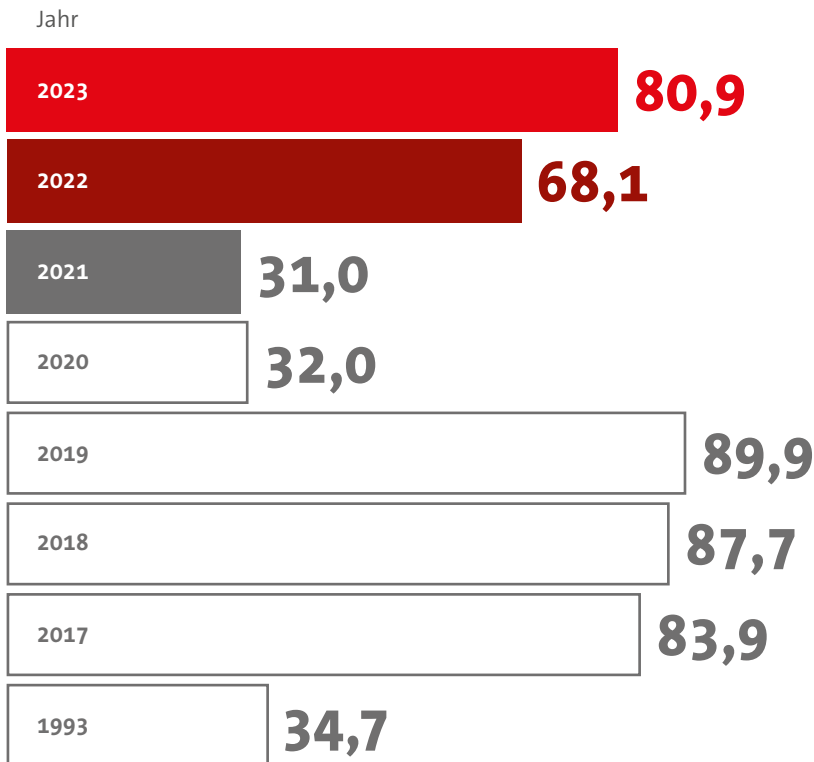
Recovery der Ankünfte in
Deutschland bereits bei

88,0%

Jahr 2023 im Vergleich
zum Jahr 2019**

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

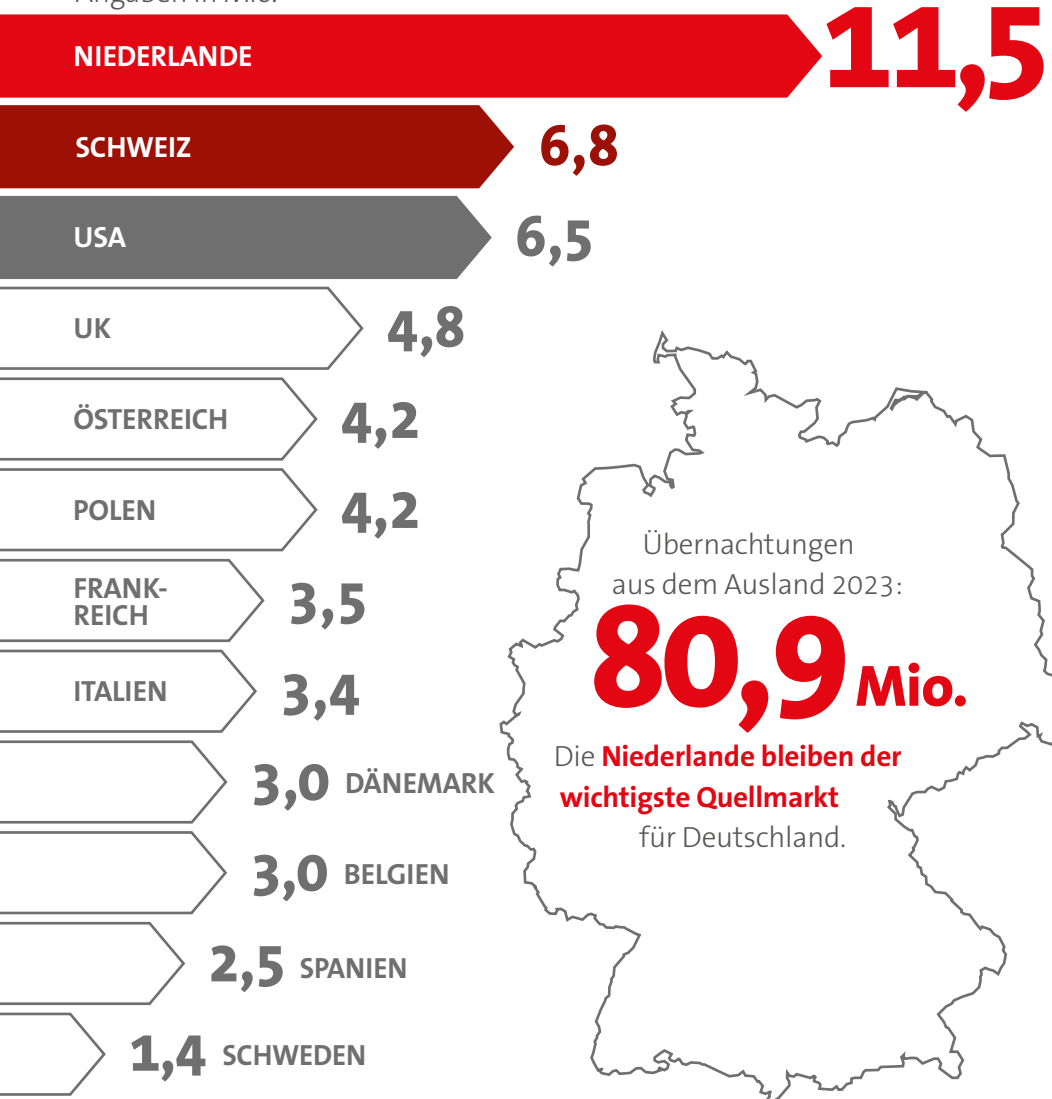
Übernachtungen ausländischer Gäste
in Deutschland in Millionen seit 1993



Quelle: Statistisches Bundesamt 2024

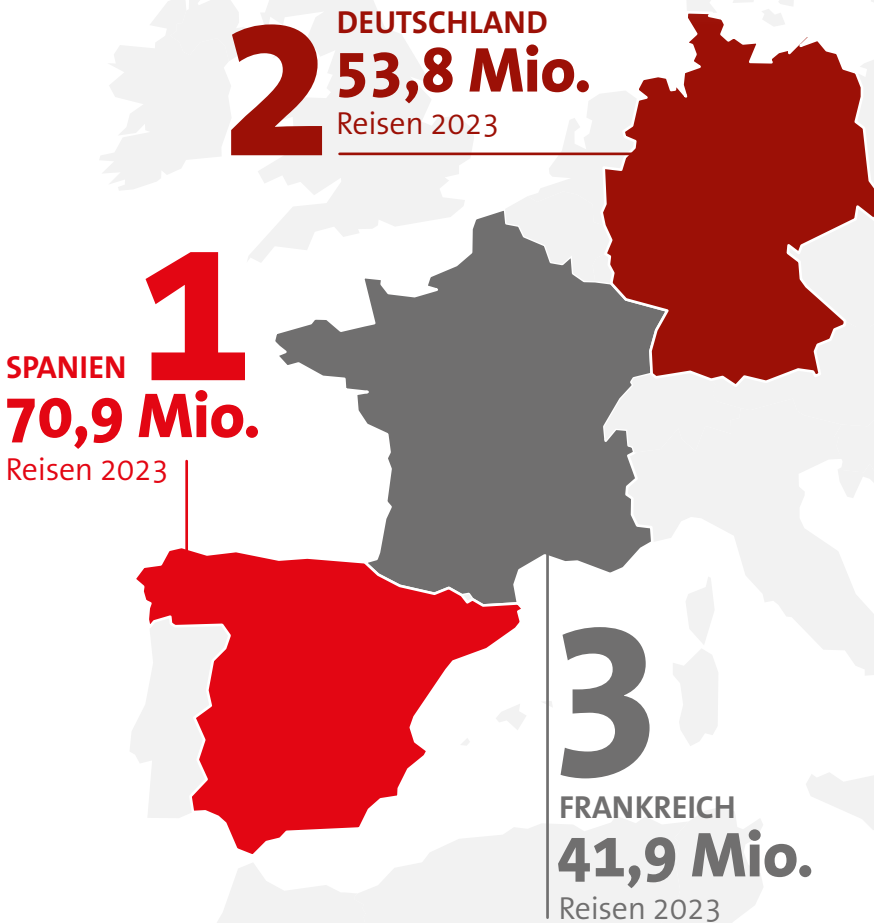
Wichtigste Quellmärkte weltweit für Deutschland 2023

Angaben in Mio.



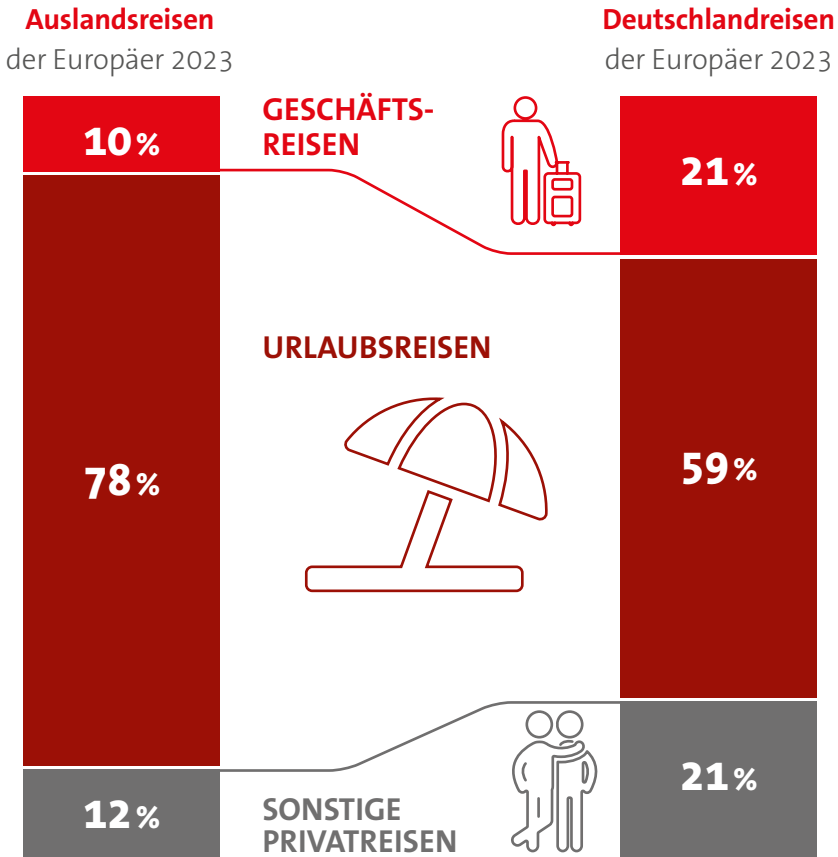
Quelle: Statistisches Bundesamt 2024

Reisen 2023: Destination Deutschland zweiter Platz als Zielmarkt der Europäer



Quelle: DZT/WTM 2023, IPK 2024, alle Daten vorläufig

Deutschland hat **überproportionale Anteile** am europäischen Geschäftsreisemarkt

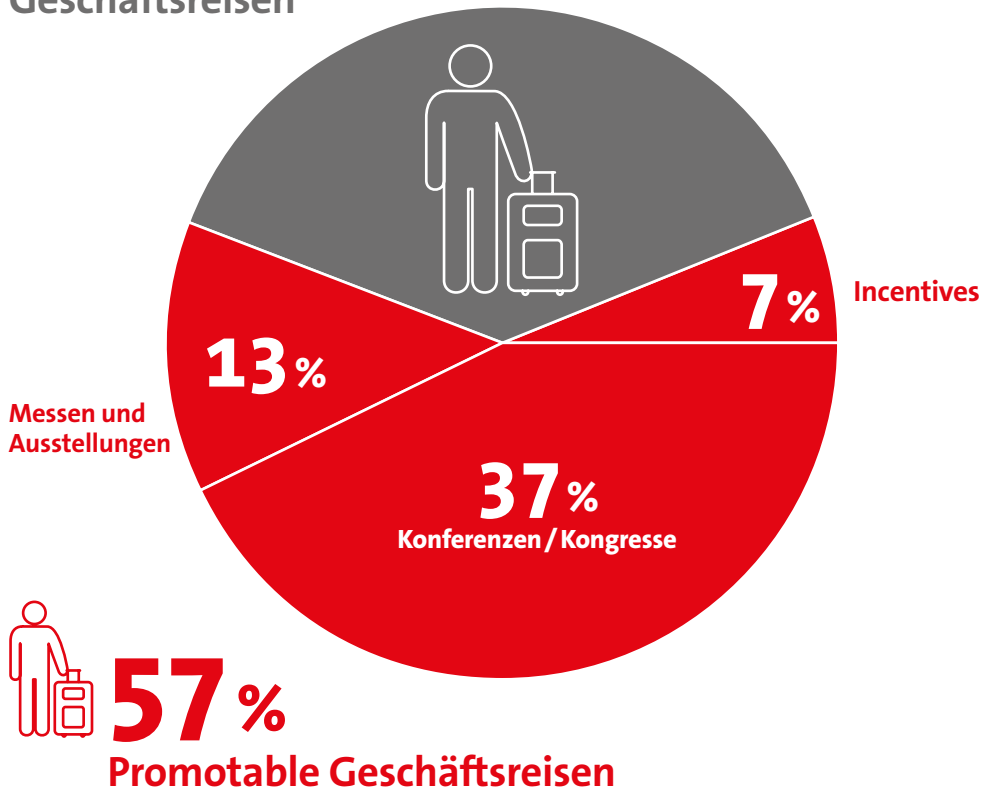


Quelle: DZT/WTM 2023, IPK 2024, alle Daten vorläufig

Promotable Geschäftsreisen der Europäer nach Deutschland haben 2023 mit **6,3 Mio.** den größten Marktanteil

Gesamtvolumen Geschäftsreisen aus Europa 2023: **11,1 Mio. Reisen**

43% Traditionelle Geschäftsreisen

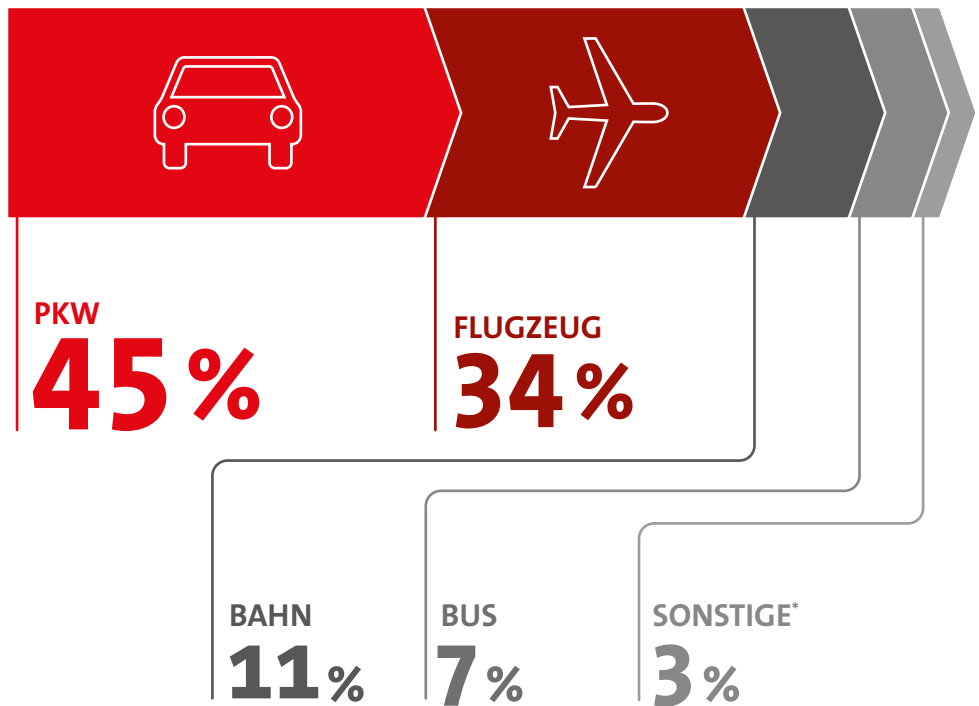


Quelle: DZT/WTM 2023, IPK 2024, alle Daten vorläufig

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

Alle Reisen europaweit nach Deutschland 2023: **53,8 Mio.**

Marktanteil



2023 lagen die Reiseausgaben** der Europäer bei Reisen nach Deutschland bei 46,0 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 2023, IPK 2024, alle Daten vorläufig

Buchungsstellen / -kanäle bei Reisen von Europäern nach Deutschland 2023

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

**DIREKTBUCHUNG
UNTERKUNFT**

29%

REISEBÜRO

16%

**DIREKTBUCHUNG
TRANSPORT**

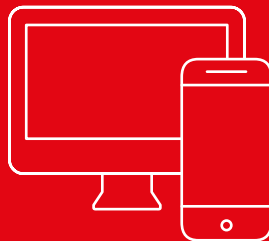
15%

**SONSTIGE
STELLEN***

11%

INTERNET

87%

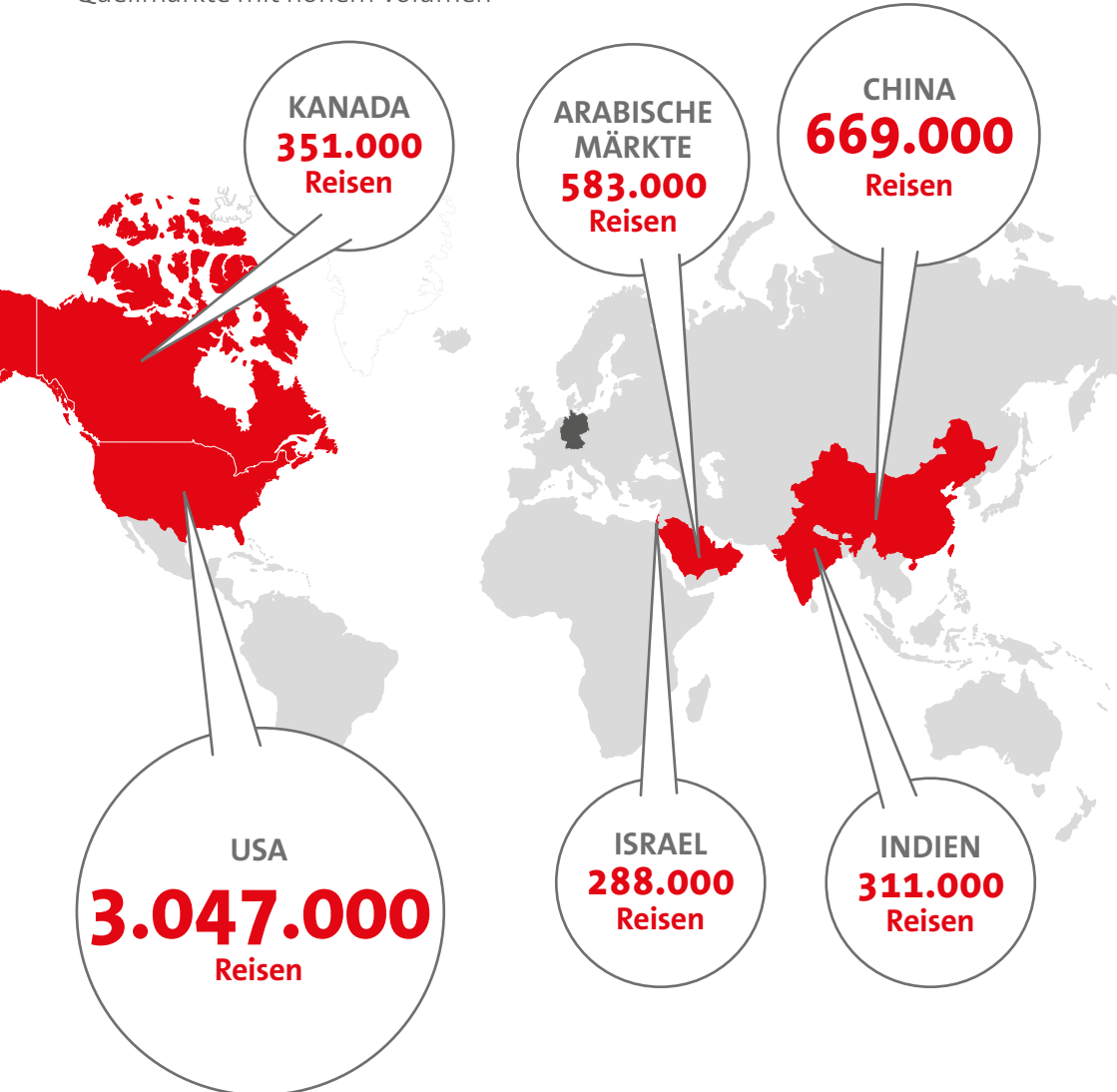


Anteil
Buchungsstellen
in % (2023)

*Verein, Zeitung, Kirche, Schule, Firmenreisebüro und sonstige Stellen; Mehrfachnennungen möglich, nur Reisen mit Vorausbuchung; Quelle: DZT/WTM 2023, IPK 2024, alle Daten vorläufig

Incoming aus den Überseemärkten nach Deutschland 2023

Quellmärkte mit hohem Volumen



Quelle: DZT/WTM 2023, IPK 2024

Buchungsstellen / -kanäle bei Reisen aus Übersee nach Deutschland 2023

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

REISEBÜRO

32%

DIREKTBUCHUNG
UNTERKUNFT

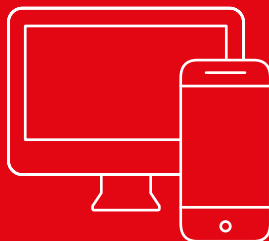
27%

DIREKTBUCHUNG
TRANSPORT

23%

INTERNET

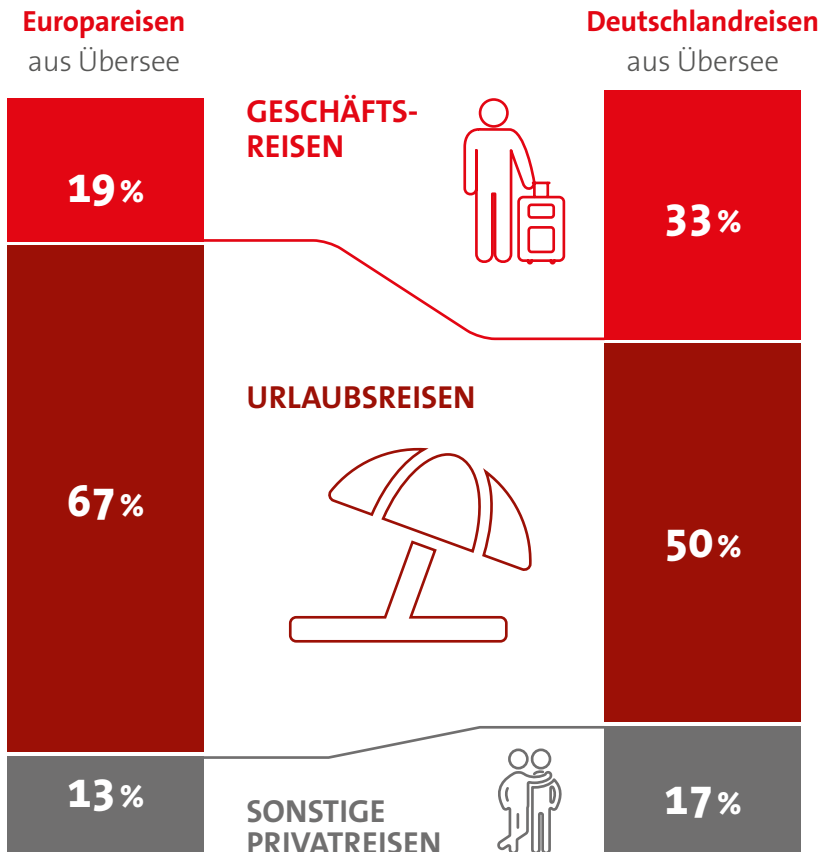
86%



Anteil
Buchungsstellen
in % (2023)

Mehrfachnennungen möglich, nur Reisen mit Vorausbuchung
Quelle: DZT / WTM 2023, IPK 2024, alle Daten vorläufig,

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

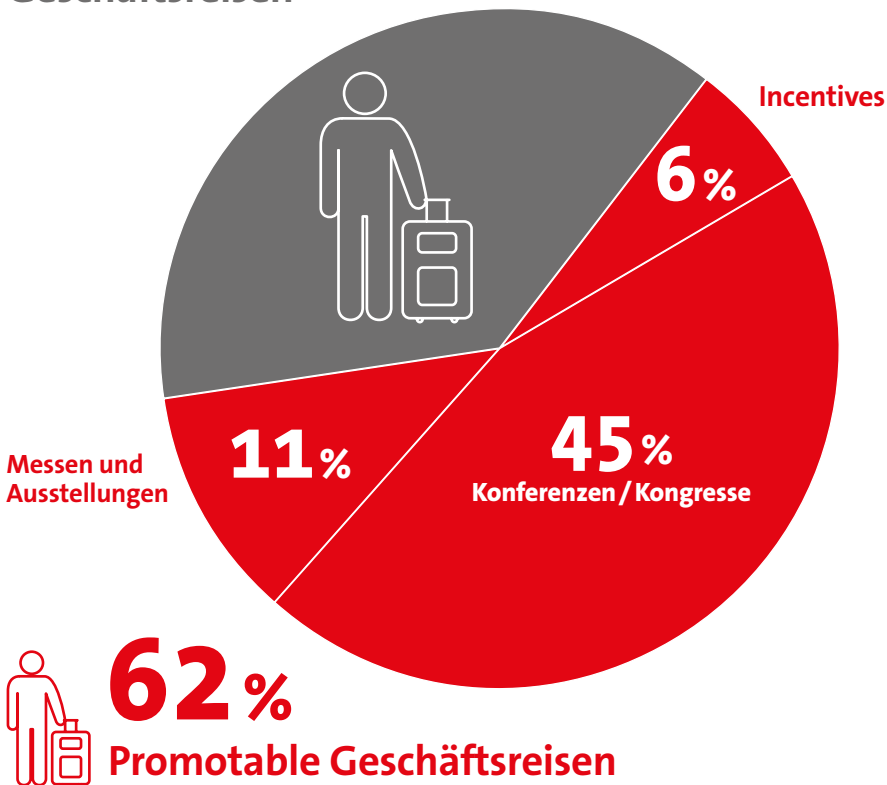


Quelle: DZT/WTM 2023, IPK 2024, alle Daten vorläufig
Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt.

Promotable Geschäftsreisen aus Übersee nach Deutschland haben 2023 den größten Marktanteil

Gesamtvolumen Geschäftsreisen aus Übersee 2023: **2,5 Mio. Reisen**

38% Traditionelle Geschäftsreisen



Quelle: DZT/WTM 2023, IPK 2024, alle Daten vorläufig

Ausländerübernachtungen im Jahr 2023

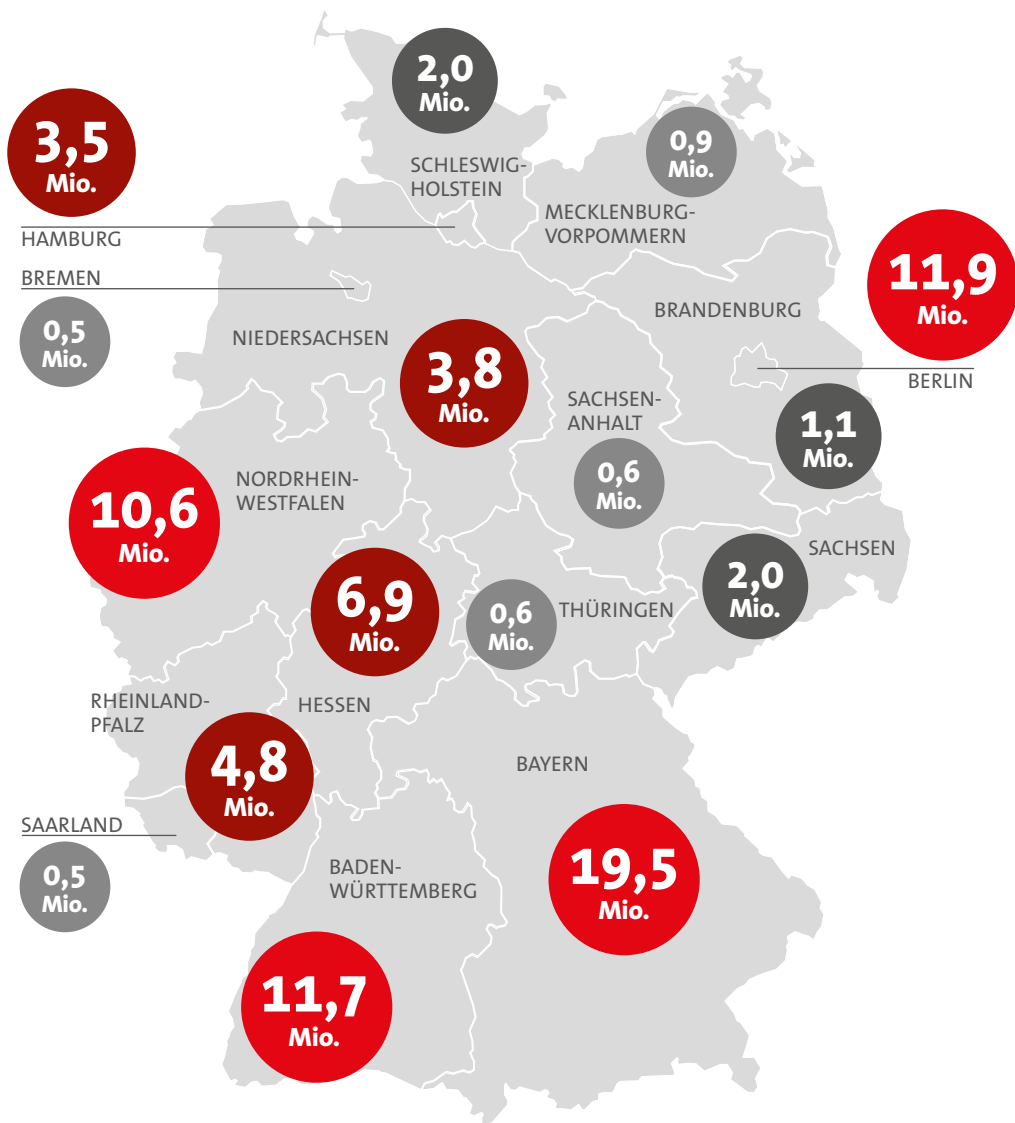
+18,8%

im Vergleich zu 2022

Quelle: Statistisches Bundesamt 2024



Ausländerübernachtungen nach Bundesländern



Quelle: Statistisches Bundesamt 2024

Deutsche **Metropolen** weiterhin gefragt

Verteilung der Ausländer-
übernachtungen auf Städte
nach Größenklassen 2023
in Deutschland

57%

in Städten mit über
100 Tsd. Einwohnern

23%

in Städten mit
10 – 100 Tsd.
Einwohnern

20%

in Städten mit
unter 10.000
Einwohnern



Kultur wichtige Facette im weltweiten Deutschland-Marketing

1. Platz für Deutschland als
Kulturreiseziel¹ bei den
weltweiten Reisen der Europäer

25 % aller **Auslandsurlaubsreisen**
in Deutschland sind
Kulturreisen².

Note
1,8 Hohe Gesamtzufriedenheit³
bei Urlaubern aus dem Ausland
für den „**Kultururlaub**“

Quellen: ¹DZT/WTM 2023, IPK 2024; ²Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (Mai 2015–Okt 2023);

³Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, Skala: 1 = äußerst begeistert bis 6 = eher enttäuscht (Mai 2015–Okt 2023)

Deutschland auf **Rang 3** von 60 Ländern im Ranking der Nachhaltigkeitsaspekte im NBI

Rang **2**
**Erschwingliche,
saubere Energien**

Rang **3**
Klimaschutz

Rang **5**
**Zugang zu
Trinkwasser**

Rang **6**
**Verantwortungsvolle
Industrien**

Rang **9**
**Naturschutz und Wiederherstellung
von Lebensräumen**

Quelle: Anholt-Ipsos Nation Brands IndexSM 2023, Oktober 2023

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

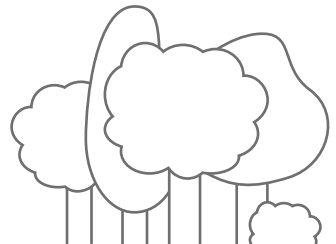
The 2023 SDG Index scores:
Germany 83,36 / Rank 4 of 166

4

Deutschland auf **Platz**³

16

von 63 Ländern,
**Climate Change
Performance Index
2023 (CCPI)**



Bedeutung der Nachhaltigkeit nimmt weltweit zu

24 % der weltweit Befragten schließen Destinationen ohne nachhaltige Angebote grundsätzlich aus.

„Ich habe einen Zug/Bus für die Anreise gewählt bzw. bei unvermeidbarem Flug den Flug ohne Zwischenstopp“



„Ich nutze vor Ort vor allem öffentliche Verkehrsmittel, lege die Strecken zu Fuß oder mit dem Rad zurück“



„Ich buche ein Eco zertifiziertes Hotel oder übernachte auf einem Eco zertifizierten Campingplatz“



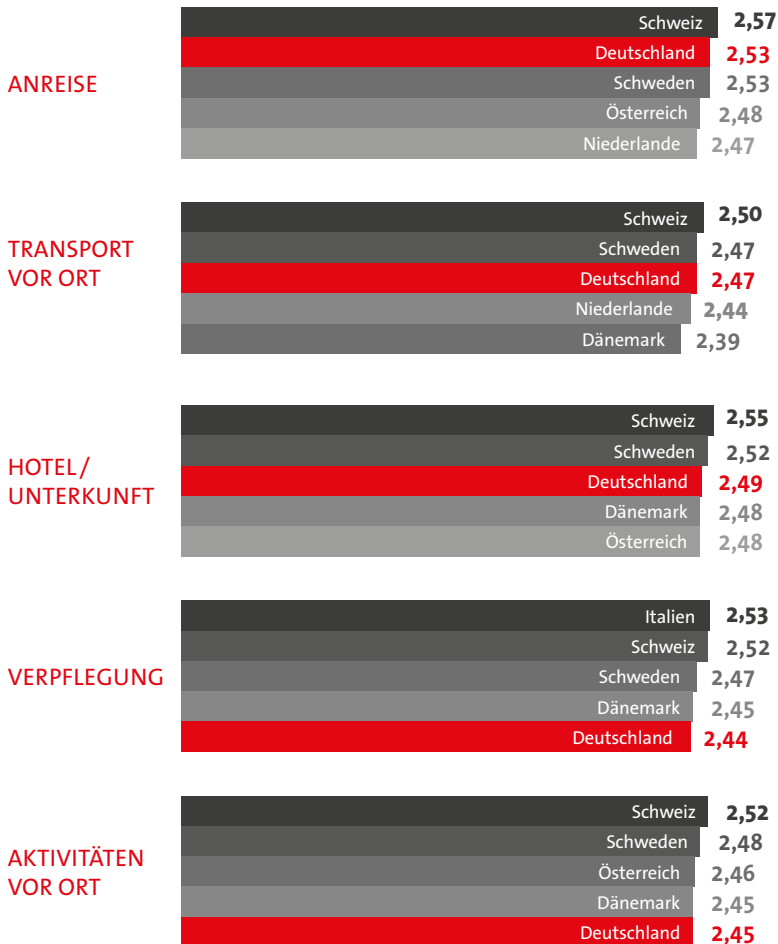
% = Stimme zu / Stimme teilweise zu

Quelle: Nachhaltigkeit & Reisen, Untersuchungsergebnisse aus 27 Quellmärkten, IPK International Oktober 2023 / Oktober 2022

Top 5 Destinationen Reiseziele & Nachhaltigkeit

Benchmark 10 europäischer Nationen

Gut = 3, Mittel = 2, Schlecht = 1

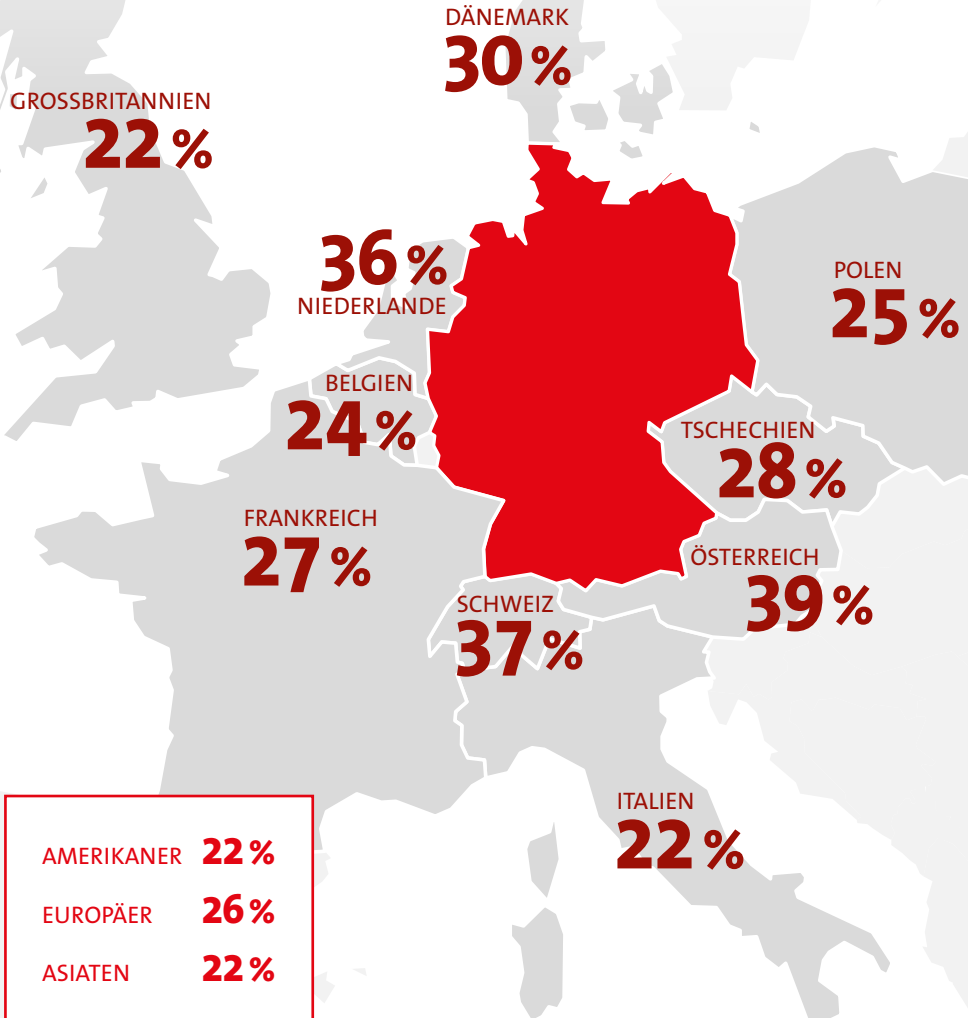


Wie beurteilen Sie die folgenden Reiseziele und ihr Angebotsspektrum im Hinblick auf Klima- und Umweltschutz / Nachhaltigkeit?

Quelle: Nachhaltigkeit & Reisen, Untersuchungsergebnisse aus 27 Quellmärkten, IPK International Oktober 2023

Reiseabsichten 2024

Absicht, in den nächsten **12 Monaten nach Deutschland zu reisen.**



Quelle: Nachhaltigkeit & Reisen, Untersuchungsergebnisse aus 27 Quellmärkten, IPK International Oktober 2023

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“

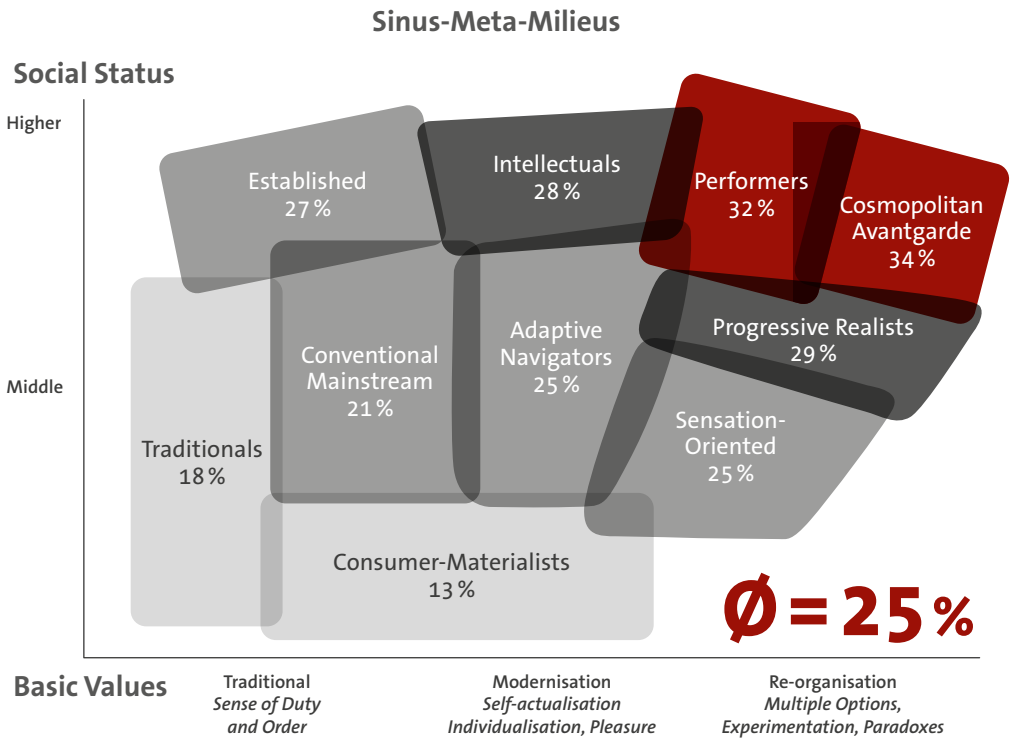
* Es handelt sich hier um Durchschnittswerte der Quellmärkte Österreich, Schweiz, Niederlande, Frankreich, Italien, Spanien, UK, USA und China basierend auf bevölkerungsrepräsentativen Online-Befragungen hinsichtlich des allgemeinen (d.h. reisezielunabhängigen) Interesses an der jeweiligen Urlaubsaktivität (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

Deutschlandreisende sind überdurchschnittlich in den Sinus Leit- und Zukunftsmilieus zu finden

Frage: In welcher dieser europäischen Länder/Regionen haben Sie in den letzten 5 Jahren Urlaub gemacht?

in den letzten 5 Jahren in Deutschland Urlaub gemacht



■ Überdurchschnittlich ■ Leicht überdurchschnittlich ■ Durchschnittlich ■ Unterdurchschnittlich

Quelle: Exklusivstudie des Sinus Instituts im Auftrag der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V., Oktober 2022, Basis: Österreich, Schweiz, UK, Frankreich, Italien, Spanien, Niederlande, Belgien, Dänemark, Schweden, Norwegen, Ungarn, Rumänien, Tschechien, Polen, USA, Kanada und Israel

Konzeption und Gestaltung



markenzeichen GmbH
www.markenzeichen.de

Druck

Burger Druck GmbH
www.burger-druck.de

Bildnachweise

S. 2 DZT / Francesco Carovillano; **S. 5 Foto 1–3** DZT / Francesco Carovillano;
S. 5 Foto 4 TMW / Felix Gänsicke; **S. 6** DZT / Dagmar Schwelle; **S. 8** www.anibaltrejo.com / Anibal Trejo;
S. 16 DZT / Francesco Carovillano; **S. 20** DZT / Jens Wegener; **S. 27** David Vasicek / David Vasicek

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