

Zahlen Daten Fakten

2023

Das Tourismusjahr 2022 im Rückblick

Wir machen den Tourismus stark. In Deutschland.

Der Deutsche Tourismusverband (DTV) vertritt seit 1902 die Interessen der Tourismusorganisationen der Länder, Regionen und Orte in Deutschland. Oberste Ziele sind die Stärkung des Wirtschaftsfaktors Tourismus sowie die Entwicklung einer bedarfsgerechten touristischen Infrastruktur und eines zukunftsweisenden, nachhaltigen Qualitätstourismus in Deutschland. Der DTV vertritt die Interessen seiner rund 120 Mitglieder gegenüber Politik und Behörden, initiiert Projekte, fördert den Austausch und die Vernetzung innerhalb der Branche und entwickelt touristische Qualitätssysteme weiter.



Liebe Mitglieder, Partner und Freunde des DTV,



nach zwei pandemiegeprägten Jahren war der Deutschlandtourismus mit Zuversicht in das Jahr 2022 gestartet. Der Krieg in der Ukraine und seine Auswirkungen hat neue Belastungen gebracht und bestehende Herausforderungen wie das Thema Energieeinsparung und weitere Nachhaltigkeitserfordernisse stärker in den Fokus gerückt. Dennoch ist die Bilanz für 2022 für die Branche insgesamt positiv und gibt auch die Richtung für die nächsten Jahre vor: Anknüpfen an die Erfolge vor der Pandemie mit dem Bewusstsein dafür, was die Branche stark macht, nämlich Innovationen und Investitionen in Qualität und Nachhaltigkeit, und was Tourismus für die Lebensqualität und gleichwertigen Lebensverhältnisse bei uns bedeutet. Das ist eine gute Ausgangsbasis, die Herausforderungen der nächsten Jahre anzugehen. Ich wünsche Ihnen eine aufschlussreiche Lektüre.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink that reads "Reinhard Meyer". The signature is fluid and cursive, with the first name and last name clearly distinguishable.

Reinhard Meyer

Präsident Deutscher Tourismusverband e.V.

Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland

Wirtschaftliche Kennzahlen für das Jahr 2019



2,8 Mio. Erwerbstätige waren 2019 in Deutschland direkt im Tourismus beschäftigt. Das sind **6,1 %** der gesamten Erwerbstätigen im Inland.



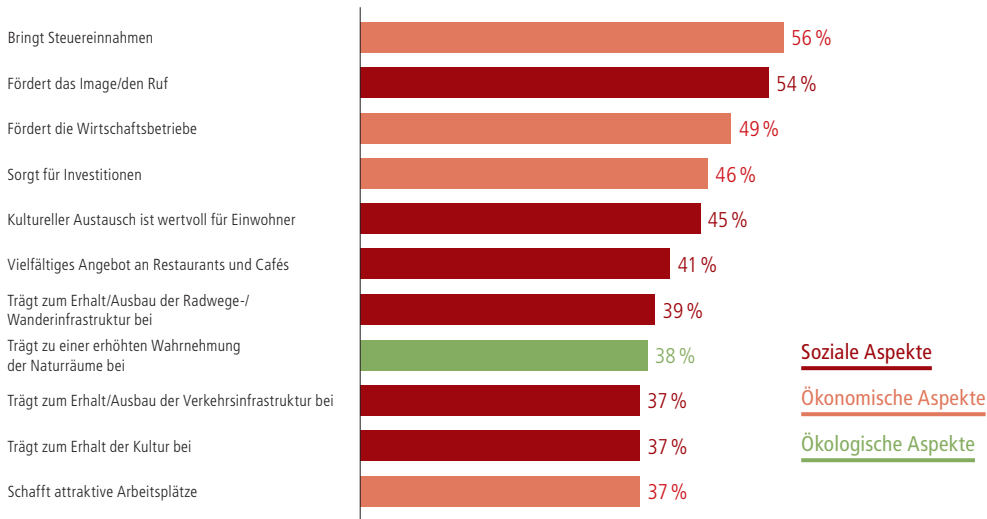
Der inländische Tourismus hat 2019 **123,8 Mrd. Euro** erwirtschaftet. Das entspricht **3,99 %** der Bruttowertschöpfung Deutschlands.

Hinzu kamen **1,3 Mio.** Personen, die indirekt für den Tourismus tätig waren. Damit hingen 2019 **4,1 Mio.** bzw. **9 %** der Erwerbstätigen vom Tourismus ab.

Inklusive der indirekten touristischen Produktion erhöht sich die tourismusbedingte Bruttowertschöpfung auf **216,2 Mrd. Euro** bzw. **6,96 %**.

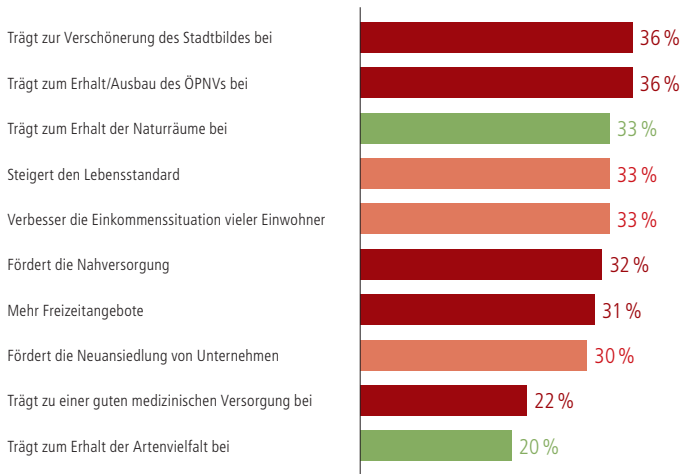
Positive Auswirkungen des Tourismus

Wahrgenommene positive Effekte auf den eigenen Wohnort – Zustimmungswerte der Einheimischen*



Fortsetzung auf Seite 6

Quelle: Deutsches Institut für Tourismusforschung (2023): Lebensqualität der Deutschen



Soziale Aspekte

Ökonomische Aspekte

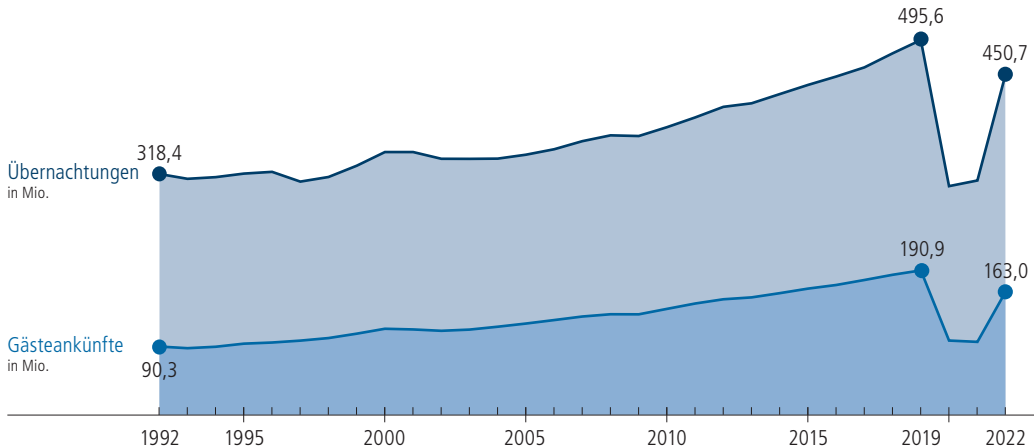
Ökologische Aspekte

* Onlinebefragung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung von 18 bis 74 Jahren (n = 3.839), Frage: „Im Folgenden haben wir verschiedene Aussagen zum Tourismus aufgelistet. Bitte geben Sie an, inwiefern Sie diesen Aussagen bezogen auf [Wohnort] in der heutigen Situation zustimmen.“ Dargestellt sind jeweils die Top-2-Box-Werte „stimme vollkommen zu + stimme zu“. Insgesamt wurden 27 Aspekte abgefragt, darunter 20 positive und 7 negative Einflussfaktoren.

Quelle: Deutsches Institut für Tourismusforschung (2023): Lebensqualität der Deutschen

Aufwärtstrend nach Pandemie-Einbruch

Entwicklung der Gästeankünfte und Übernachtungen seit Beginn der gesamtdeutschen Statistik*



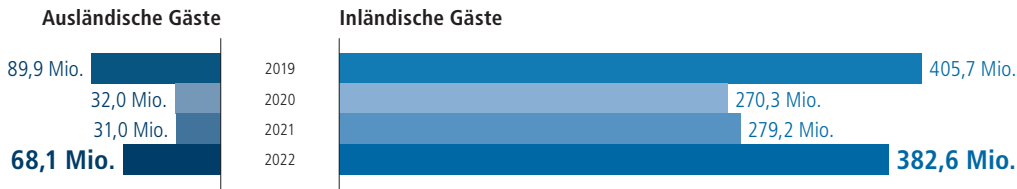
* Die Zahlen bis 2010 beziehen sich auf Beherbergungsbetriebe ab 9 Betten bzw. ab 3 Stellplätzen, ab 2011 auf Betriebe ab 10 Betten bzw. Stellplätzen

Quelle: Statistisches Bundesamt (2023)

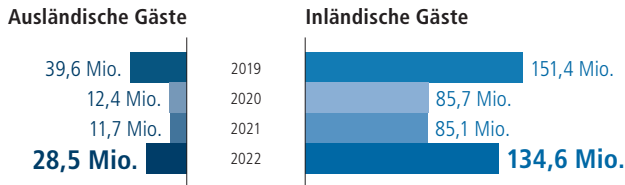
Mehr Gäste aus dem In- und Ausland

Bilanz 2022 in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen

450,7 Mio. Übernachtungen +45,3% zu 2021

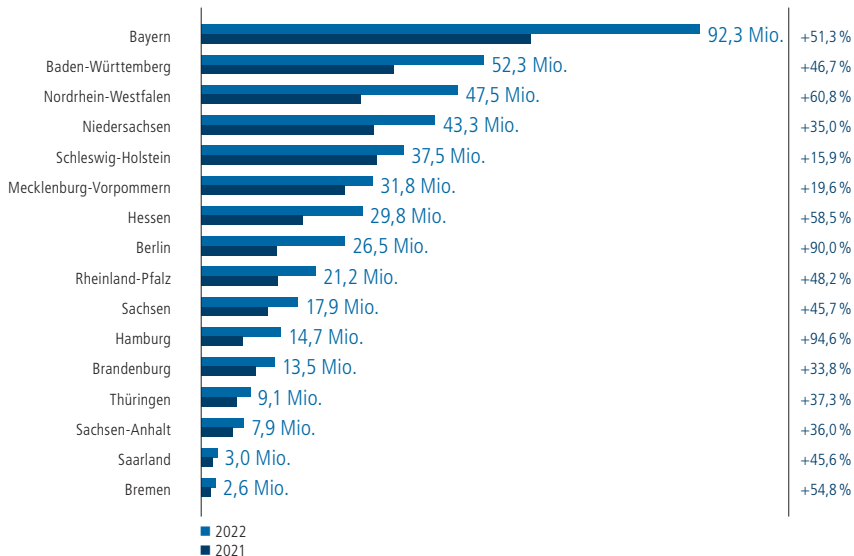


163,0 Mio. Gästeankünfte +68,4% zu 2021



Stadtstaaten mit überdurchschnittlichem Zuwachs

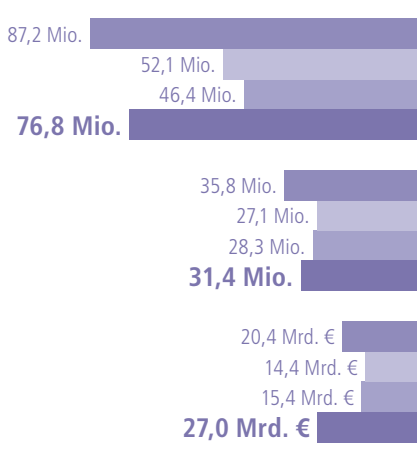
Übernachtungen im Bundeslandvergleich in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen



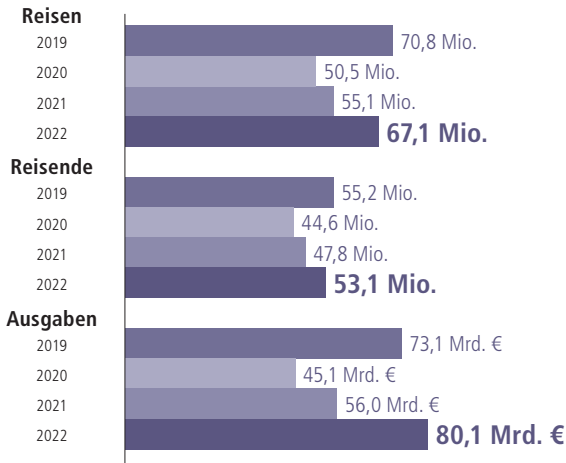
Reiseausgaben auf Rekordniveau

Volumen Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen der Deutschen im In- und Ausland 2019–2022*

Kurzurlaubsreisen



Urlaubsreisen

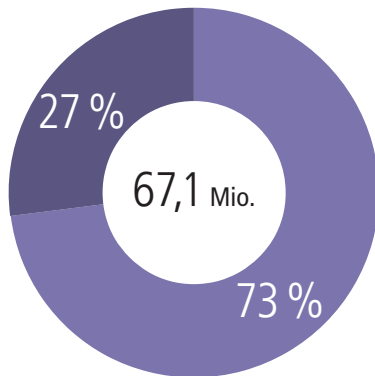
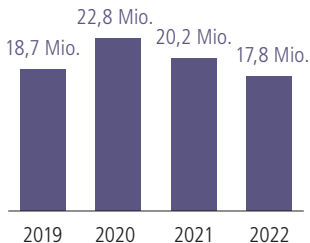


* 1.–3. Kurzurlaubsreise (2–4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung von 14–75 Jahren zwischen November 2021 und Oktober 2022; Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2023): Reiseanalyse 2023

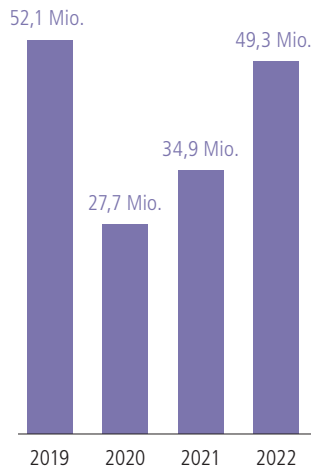
Nachfrage nähert sich Vor-Pandemie-Niveau

Entwicklung der Urlaubsreisen ins In- und Ausland 2019 bis 2022*

Inland



Ausland



* Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2023): Reiseanalyse 2023

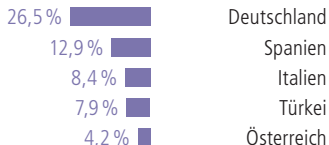
Deutschland ist Reiseziel Nummer eins

Die beliebtesten Urlaubsreiseziele der Deutschen im In- und Ausland 2022*

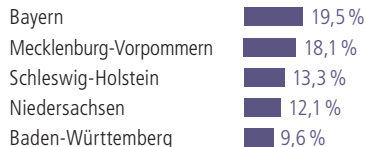
67,1 Mio.
Urlaubsreisen
insgesamt

17,8 Mio.
Urlaubsreisen
im Inland

Top 5 weltweit



Top 5 Deutschland



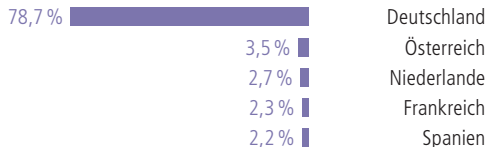
* Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2023): Reiseanalyse 2023

Großteil der Kurzreisen bleibt im Inland

Die beliebtesten Kurzurlaubsreiseziele der Deutschen im In- und Ausland 2022*



Top 5 weltweit



Top 5 Deutschland

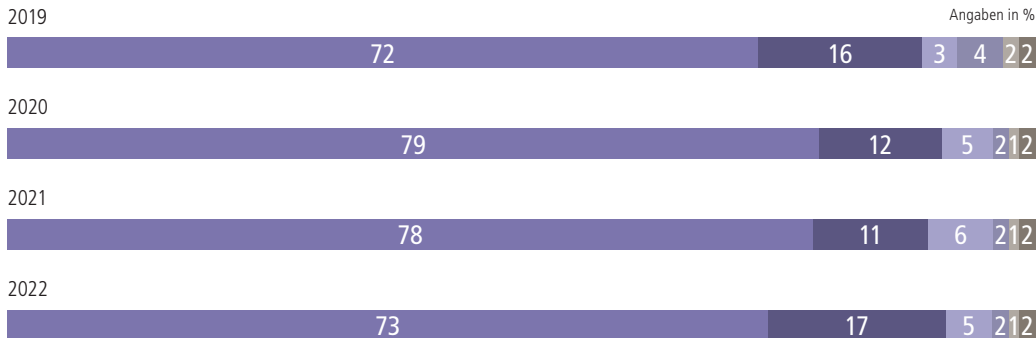


* 1.–3. Kurzurlaubsreise (2–4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung von 14–75 Jahren zwischen November 2021 und Oktober 2022

Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2023): Reiseanalyse 2023

Der Urlaub beginnt noch immer mit dem Auto

Hauptverkehrsmittel der Deutschen bei der Anreise für Urlaubsreisen im Inland 2019–2022*



 PKW

 Bahn

 Wohnmobil/Wohnwagen

 Bus

 Flugzeug

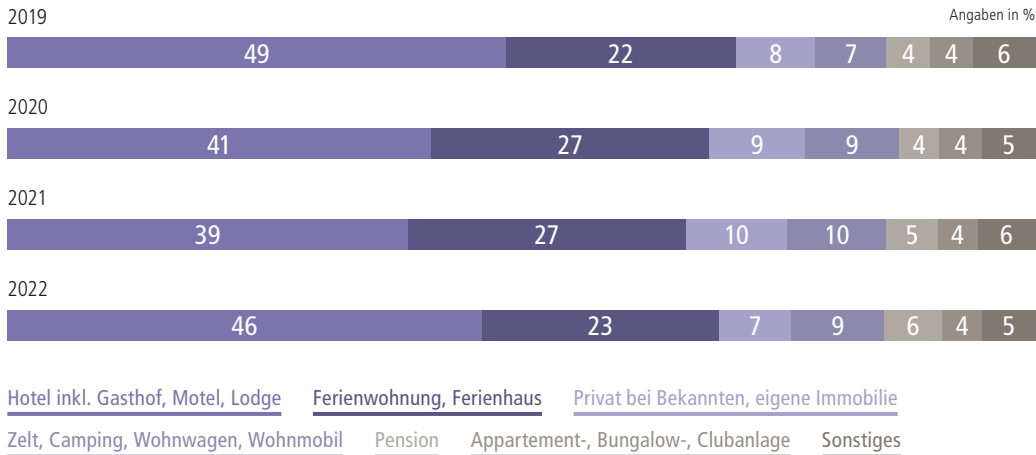
Sonstige Verkehrsmittel

* Urlaubsreisen im Inland ab einer Übernachtung und 50 km vom Wohnort, rundungsbedingt kann die Summe der Einzelwerte von 100% abweichen. Werte für Flugzeuge 2020 und 2021 unterliegen geringen Fallzahlen.

Quelle: GfK SE 2023 (Hrsg.): GfK DestinationMonitor Deutschland 2022

Hotels wieder beliebter

Unterkunftsart bei Urlaubsreisen der Deutschen im Inland 2019–2022*

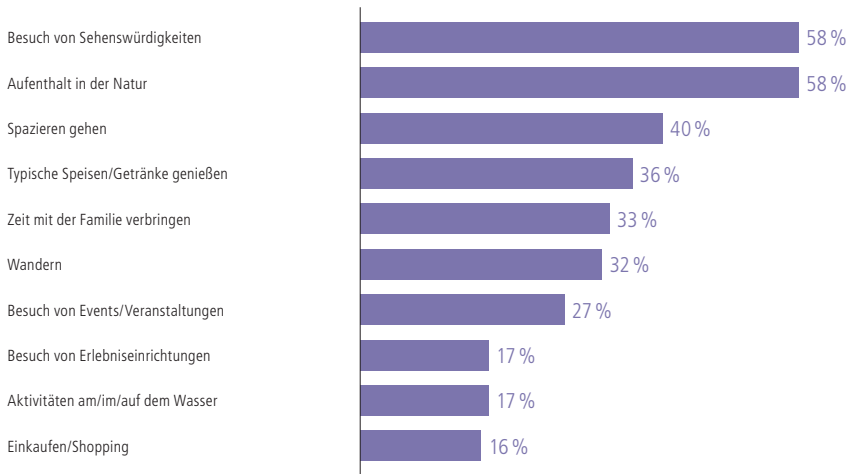


* Urlaubsreisen im Inland ab einer Übernachtung und 50 km vom Wohnort, rundungsbedingt kann die Summe der Einzelwerte von 100 % abweichen.

Quelle: GfK SE 2023 (Hrsg.): GfK DestinationMonitor Deutschland 2022

Kultur und Natur haben die Nase vorn

Top-Aktivitäten der Deutschen bei Urlaubsreisen im Inland 2022*

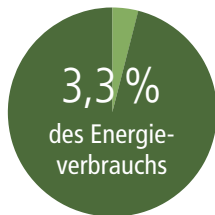


* Urlaubsreisen im Inland ab einer Übernachtung und 50 km vom Wohnort (Mehrfachantworten möglich)

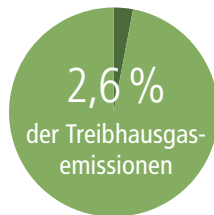
Quelle: GfK SE 2023 (Hrsg.): GfK DestinationMonitor Deutschland 2022

Tourismusbedingte Umwelteffekte in Deutschland

Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen 2019*



Der Energieeinsatz für die Produktion von touristisch relevanten Waren und Dienstleistungen betrug 2019 **298 824 Terajoule**. Das entspricht **3,3%** des deutschen Endenergieverbrauchs. Der Großteil entfiel auf Luftfahrtleistungen, gefolgt von Gaststätten-, Straßen- und Nahverkehrs- sowie Beherbergungsleistungen.



Die Produktion von Waren und Dienstleistungen in der Tourismuswirtschaft verursachte 2019 Treibhausgasemissionen in Höhe von **24,6 Mio. Tonnen** CO₂-Äquivalenten. Das entspricht **2,6%** der inländischen Treibhausgasemissionen. Ein Großteil des Ausstoßes entfiel auf Verkehrsleistungen.

Bewusstsein für nachhaltigeres Reisen wächst langsam

Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen*



Ökologische Nachhaltigkeit

Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.

Soziale Nachhaltigkeit

Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein (d. h. faire Arbeitsbedingungen und Respektieren der Bevölkerung).

* deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren;

Werte für „1 = stimme voll und ganz zu“ und „2 = stimme zu“ auf einer 5er Skala

Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse 2016 bis 2023 (face to face), (gefördert durch das UBA aus Mitteln des BMUV)

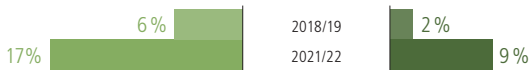
Nachhaltigeres Reisen: Nachfrage zieht an

Ausgewählte Indikatoren für nachhaltigere Urlaubsreisen*

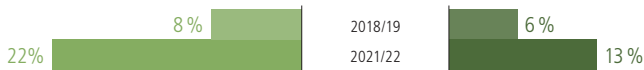
Kurzurlaubsreisen

Urlaubsreisen

CO₂-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt getätigt



Unterkunft oder Reiseveranstalter mit besonderem Umweltzeichen oder Nachhaltigkeitskennzeichnung genutzt



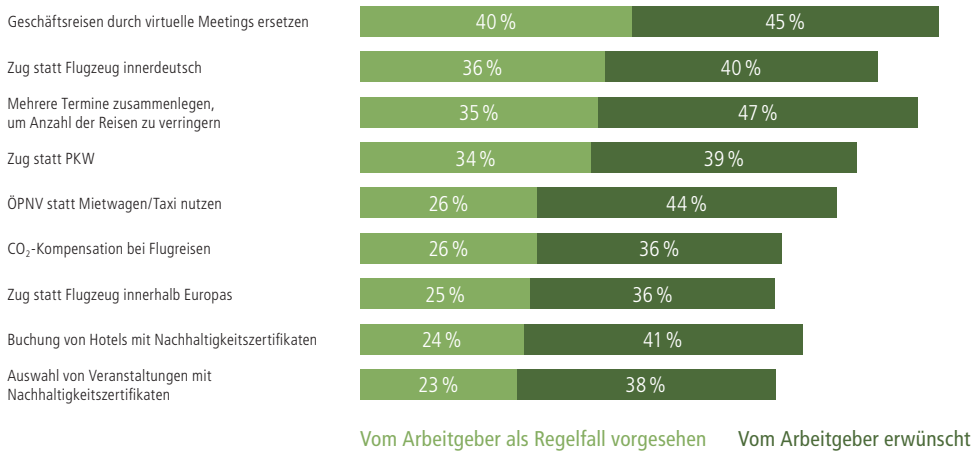
Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten



* 1.–3. Kurzurlaubsreise (2–4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung von 14–75 Jahren zwischen November 2021 und Oktober 2022; Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse 2019 und 2022; Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2023): Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren (gefördert durch das UBA aus Mitteln des BMUV)

Geschäftsreisen: Mehr Empfehlungen als Vorschriften

Vorgegebene Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Unternehmen*

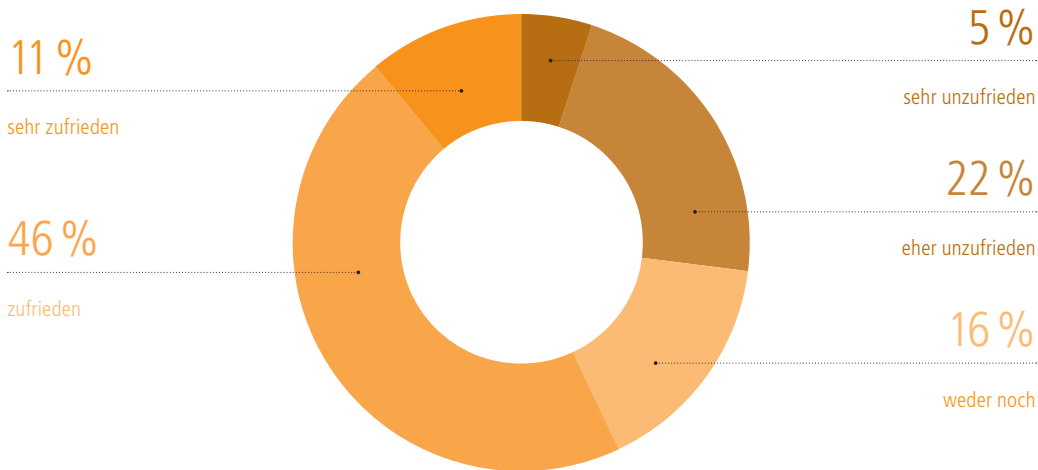


* Basis: RA Business 2022: Übernachtungsgeschäftsreisende, deren Arbeitgeber Richtlinien für Nachhaltigkeit vorgeben (n=621), Frage: „Welche Art Vorschriften/Maßnahmen sind bei Ihnen im Unternehmen vorgesehen, damit die Geschäftsreisen möglichst nachhaltig sind?“

Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2023): Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren (gefördert durch das UBA aus Mitteln des BMUV)

Stimmungsbild: Arbeiten im Destinationsmanagement

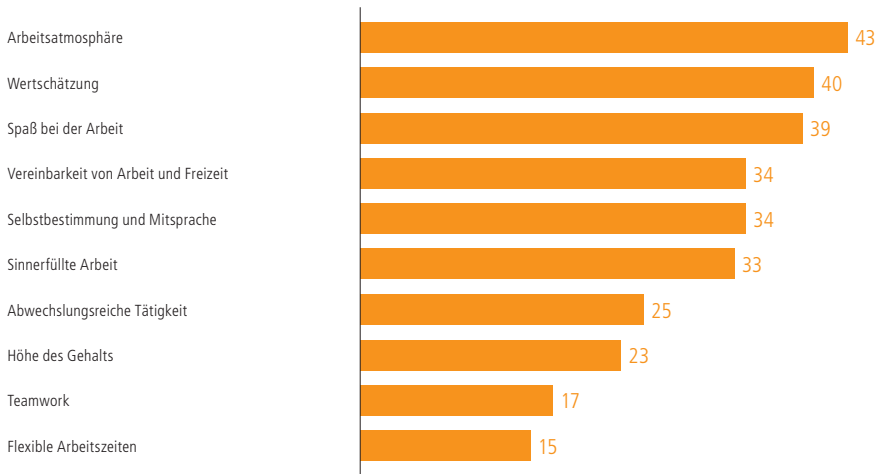
Zufriedenheit mit der persönlichen Arbeitssituation*



* Basis: Onlinebefragung Destinationsmitarbeitende in Deutschland (n=698),
Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer persönlichen Arbeitssituation?
Quelle: destinetCHANGE/DTV (2022): Job & Sinn 2022: Reihenstudie zur
Mitarbeiterzufriedenheit im Destinationsmanagement

Darauf legen Destinationsmitarbeitende Wert

Die zehn wichtigsten Faktoren für Zufriedenheit*

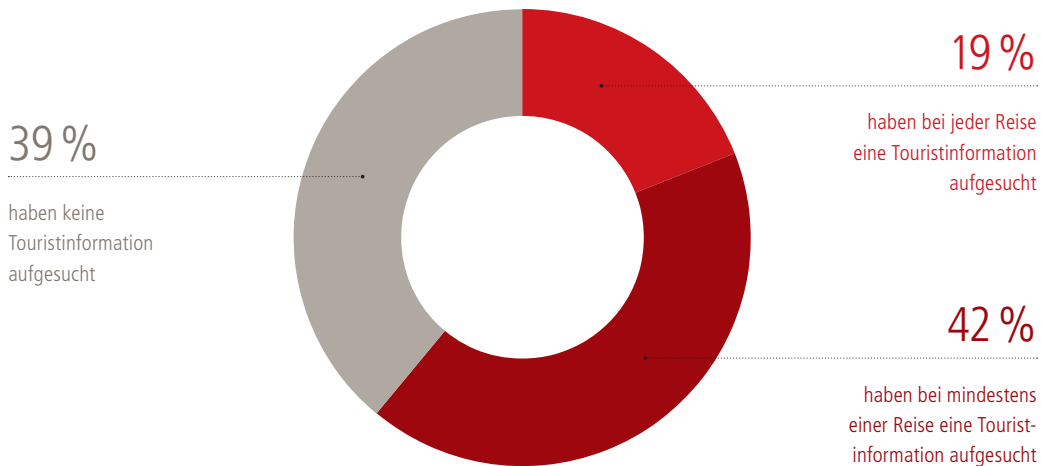


* Basis: Onlinebefragung Destinationsmitarbeitende in Deutschland (n=698), Frage: Im Folgenden zeigen wir Ihnen verschiedene Faktoren, die Ihre Zufriedenheit bei der Arbeit beeinflussen können. Bitte wählen Sie von den jeweils angezeigten immer den Faktor aus, der Ihnen am wichtigsten und am unwichtigsten ist. (MaxDiff Score)

Quelle: destinetCHANGE/DTV (2022): Job & Sinn 2022: Reihenstudie zur Mitarbeiterzufriedenheit im Destinationsmanagement

Touristinformationen sind gefragt

Besuch einer Touristinformation auf Reisen in den letzten zwei Jahren*

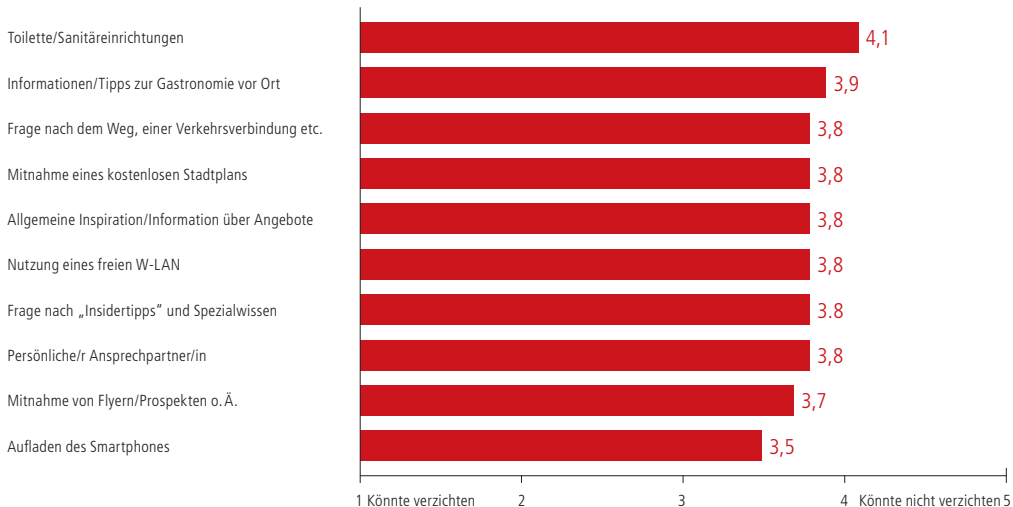


* Basis: deutsche Wohnbevölkerung (18–75 Jahre) mit mindestens einer Kurzreise (2–4 Tage) oder Urlaubsreise (ab 5 Tagen) (n=1.000), Frage: Wenn Sie an Ihre Reisen der letzten 2 Jahre zurückdenken, haben Sie vor Ort eine lokale Touristinformation aufgesucht?

Quelle: [destinet.de/DTV](https://www.destinet.de/DTV) (2022): Reisepuls Deutschland: Future.TI 2022

Darauf wollen Besucher am wenigsten verzichten

Kostenlose Services in der Touristinformation*

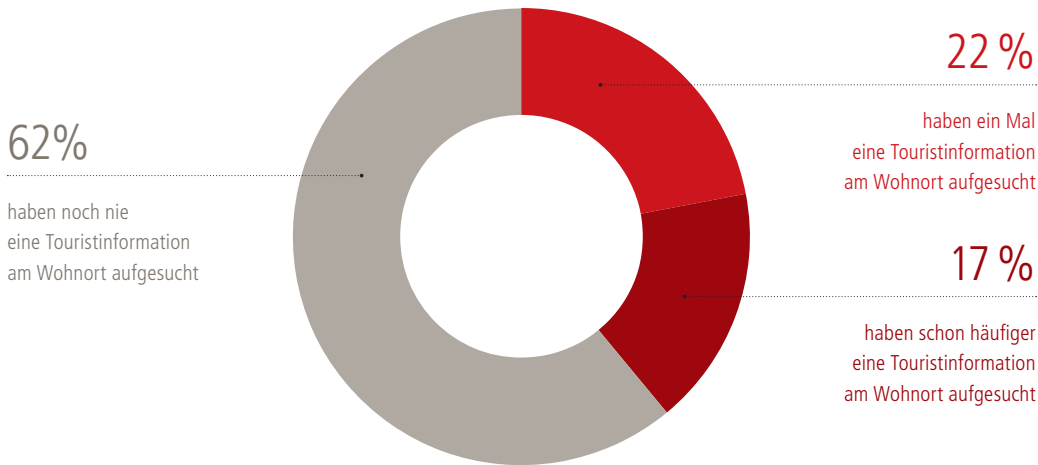


* Basis: deutsche Wohnbevölkerung (18–75 Jahre) mit mindestens einer Kurzreise (2–4 Tage) oder Urlaubsreise (ab 5 Tagen) und Besuch einer Touristinformation (n=608), Frage: Welche der folgenden kostenlosen Services in einer Touristinformation halten Sie für verzichtbar oder unverzichtbar? „Könnte ich drauf verzichten = 1“; „Könnte ich nicht drauf verzichten = 5“

Quelle: destinet.de/DTV (2022); Reisepuls Deutschland: Future.TI 2022

Einheimische: Zielgruppe mit Potential

Besuch der Touristinformation am eigenen Wohnort*

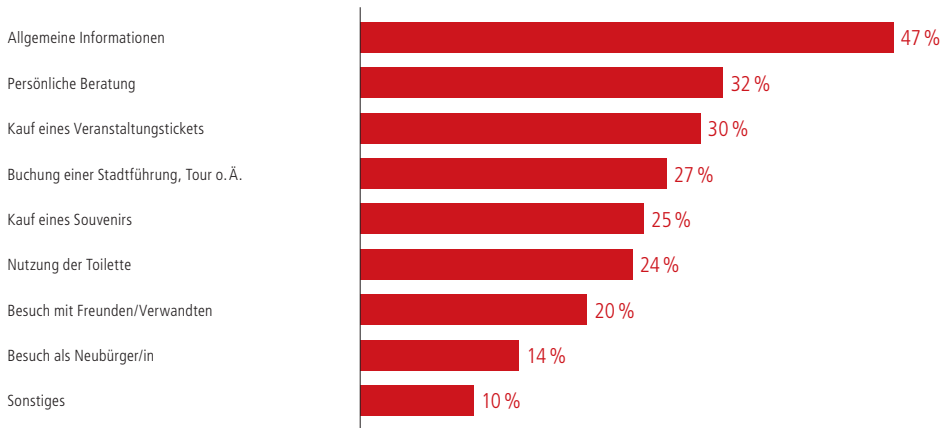


* Basis: deutsche Wohnbevölkerung (18–75 Jahre) mit mindestens einer Kurzreise (2–4 Tage) oder Urlaubsreise (ab 5 Tagen) (n=1.000), Frage: Haben Sie schon einmal die Tourist-Information an Ihrem Wohnort besucht und genutzt?

Quelle: destinet.de/DTV (2022): Reisepuls Deutschland: Future.TI 2022

Diese Services nutzen die Einheimischen

Gründe für den Besuch der Touristinformation am eigenen Wohnort*



* Basis: deutsche Wohnbevölkerung (18–75 Jahre) mit mindestens einer Kurzreise (2–4 Tage) oder Urlaubsreise (ab 5 Tagen) und Besuch der Touristinformation am eigenen Wohnort (n=382), Frage: Welche Services haben Sie in der Touristinformation an Ihrem Wohnort in Anspruch genommen?

Quelle: [destinet.de/DTV](https://www.destinet.de/DTV) (2022); Reisepuls Deutschland: Future.TI 2022



Marketinginformation

Sicher unterwegs. Mit dem Deutschland- Reiseschutz.

Gute Gründe für Ihre Gäste:

- Lückenlose Absicherung aller wichtigen Risiken vor und während der Reise
- Mobilien- und Schlüsselschutz immer inklusive
- Einfacher Versicherungsabschluss über viele Buchungswege
- Leicht verständliche Versicherungsbedingungen

Gute Gründe als Gastgeber:

- Optimale Abrundung Ihres Gäste-Services
- Absicherung gegen mögliche Erlösausfälle im Stornierungsfall
- Senkung der Prozesskosten im Stornierungsfall, da Kulanzanfragen wegfallen
- Zusätzliche Einnahmequelle durch starke Provisionen

Weitere Infos unter:

www.reiseversicherung-deutschland.de

ERGO

Reiseversicherung

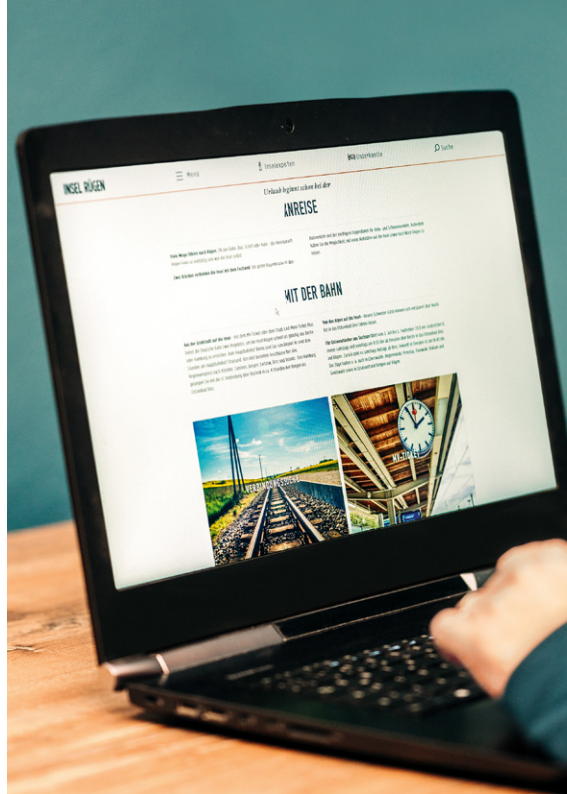
Einfach, weil's wichtig ist.



Affiliate-Marketing mit der Bahn

Indem Sie Ihre Website-Besucher zu Bahnfahrern machen, sorgen Sie nicht nur für eine klimafreundliche Anreise, Sie erhalten auch noch eine Provision für die vermittelte Buchung von uns. Das geht ganz einfach über die Affiliate-Marketing-Programme der DB. Durch die Teilnahme am DB-Affiliate-Programm via [awin.com](https://www.awin.com), erhalten Sie Zugang zu Links und grafischen Werbemitteln, die Sie einfach auf Ihrer Anreise-Seite oder an sonst passenden Stellen Ihres Webauftritts einbinden können.

Mehr Infos und der Link zur Anmeldung auf www.bahn.de/partnerprogramm/affiliate-uebersicht



Impressum

Herausgeber

Deutscher Tourismusverband e.V.

Schillstraße 9, 10785 Berlin

Tel. 030/856 215-120

presse@deutschertourismusverband.de

www.deutschertourismusverband.de

Redaktion

Anita Wittke

Grafische Gestaltung

Lothar Ruttner, ruttner.org

Bildnachweis

Benjamin Maltry/DTV (S. 3), [iStock.com/Olha Rohulya](https://www.istock.com/Olha-Rohulya) (Titel)

April 2023