



Disclaimer:

An allen in der Präsentation verwendeten urheberrechtlich geschützten Positionen besteht ein Nutzungsrecht der DZT. Die Verwendung ohne Freigabe ist unzulässig.

Deutschland
Das Reiseland



Deutschland
Das Reiseland



**Impulsvortrag
Dresden Elbland Restart
Branchentreff Tourismus
21.05.2021**

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
www.gmstour.de

21. Mai 2021

Aktuelle Lage und Zukunftsprognosen im Incoming-Tourismus für Deutschland

Petra Hedorfer

Vorsitzende des Vorstandes

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

The new normal:

DZT Findings und Learnings aus 2020



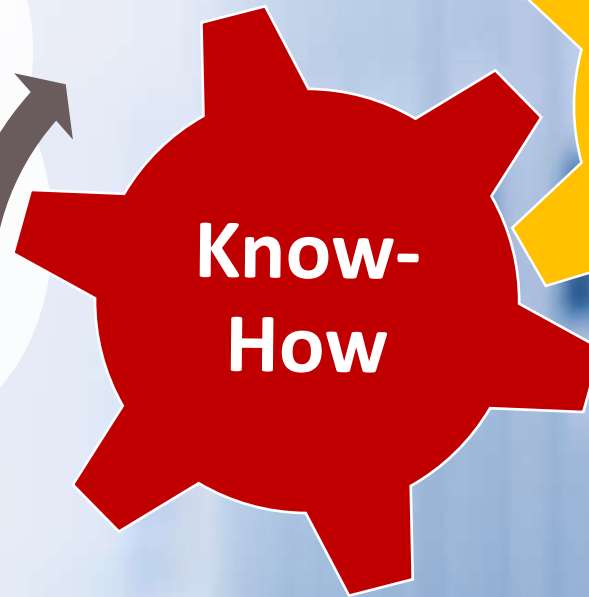
DZT-Krisenmanagement in der Pandemie

Recovery-Strategie



Rahmenbedingungen

Impfungen,
Reiserestriktionen,
Testungen, Hygiene-
maßnahmen, Impfpass,
Quarantäne, Connectivity
& Availability,
Reisekorridore
etc.



**Recovery-
Strategie**

Nach 10 Rekordjahren Deutschland Incoming auf Niveau der Wiedervereinigung

2019
89,9 Mio.

2020
32 Mio.

Übernachtungen
aus dem Ausland

-64,4%

Jan-März 21
-81,1%

WTTC:
Travel & Tourism
GDP Loss 2020
161,4 Mrd. €

75% des Incomings Verlustes in den TOP 5 Bundesländern (-45 Mio. ÜN 2020)

Auslandsübernachtungen

Bundesland	ÜN 19	ÜN 20	20/19
1. Bayern	20,9 Mio.	7,0 Mio.	- 66,3%
2. Ba-Wü	12,2 Mio.	4,9 Mio.	- 60,0%
3. NRW	11,1 Mio.	4,1 Mio.	- 63,1%
4. Berlin <small>Alt: Platz 2</small> ↓	15,5 Mio.	3,7 Mio.	- 76,0%
5. Hessen	8,2 Mio.	2,8 Mio.	- 65,5%
6. RLP	5,3 Mio.	2,6 Mio.	- 51,1%
7. Niedersachsen	4,0 Mio.	1,8 Mio.	- 55,5%
8. Hamburg	3,8 Mio.	1,2 Mio.	- 69,7%

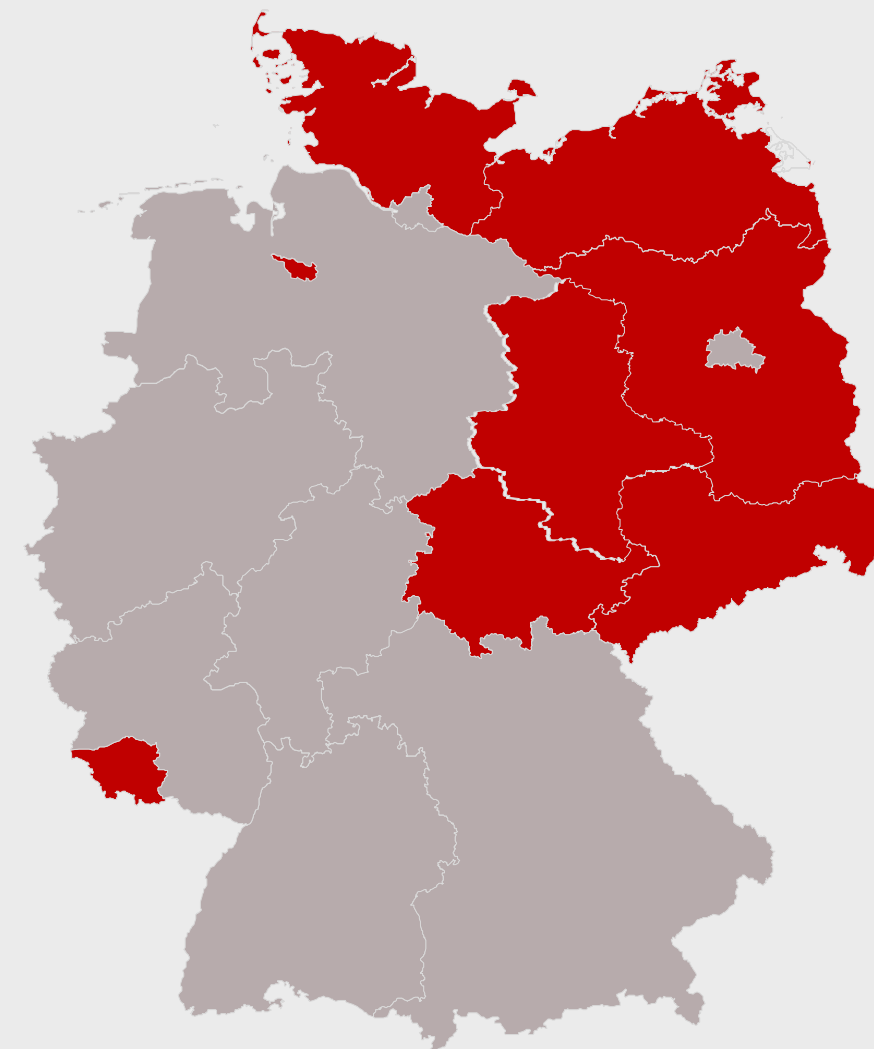


Quelle: Statistisches Bundesamt 2020/2021, Beherbergungsstatistik inkl. Camping

%-Angabe: Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum

2020: Insgesamt 58 Mio. Übernachtungen weniger im Deutschland-Incoming

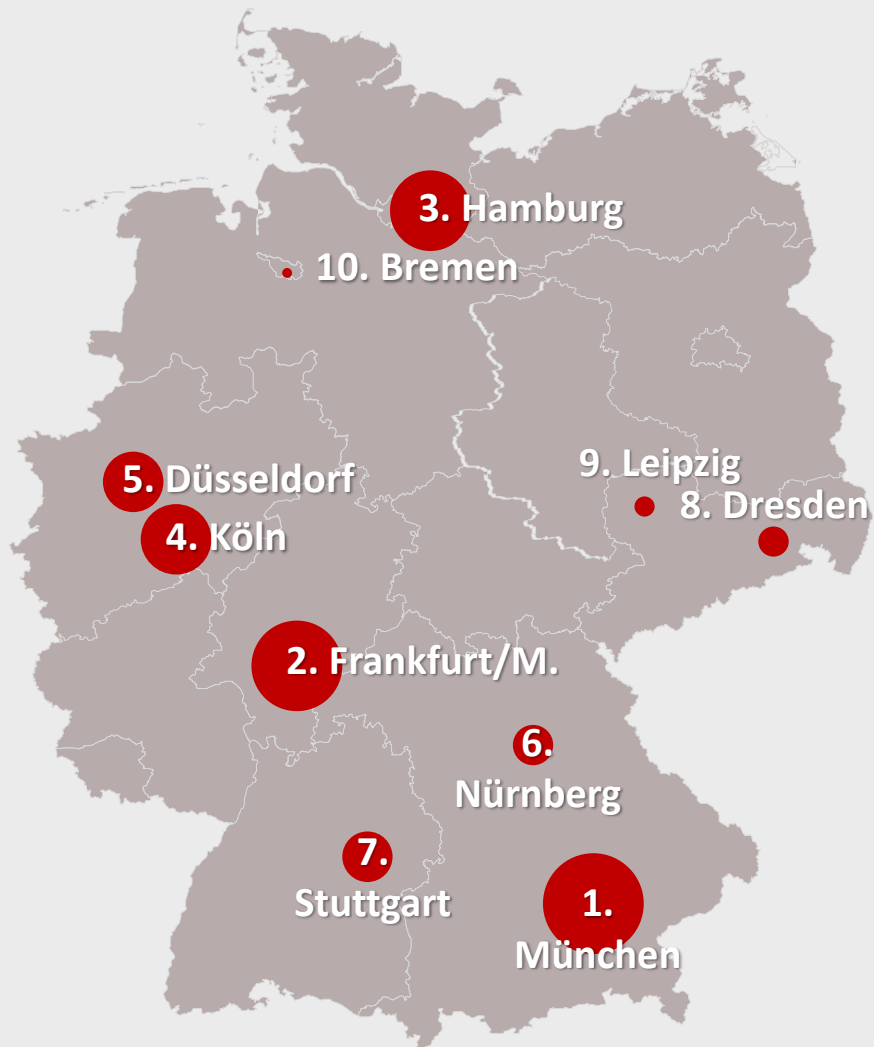
Bundesland		ÜN 19	ÜN 20	20/19
9. Sachsen	↑	2,2 Mio.	978.000	- 55,6%
10. S-H		2,2 Mio.	928.000	- 58,1%
11. M-V		1,1 Mio.	520.000	- 52,8%
12. Brandenburg	↑	1,1 Mio.	489.000	- 53,9%
13. S-A		579.000	314.000	- 45,8%
14. Thüringen	↑	627.000	249.000	- 60,2%
15. Saarland		502.000	211.000	- 58,1%
16. Bremen		533.000	188.000	- 64,8%



Quelle: Statistisches Bundesamt 2020/2021, Beherbergungsstatistik inkl. Camping

%-Angabe: Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum

„Magic Cities“ in 2020 überdurchschnittlich von Corona-Krise betroffen



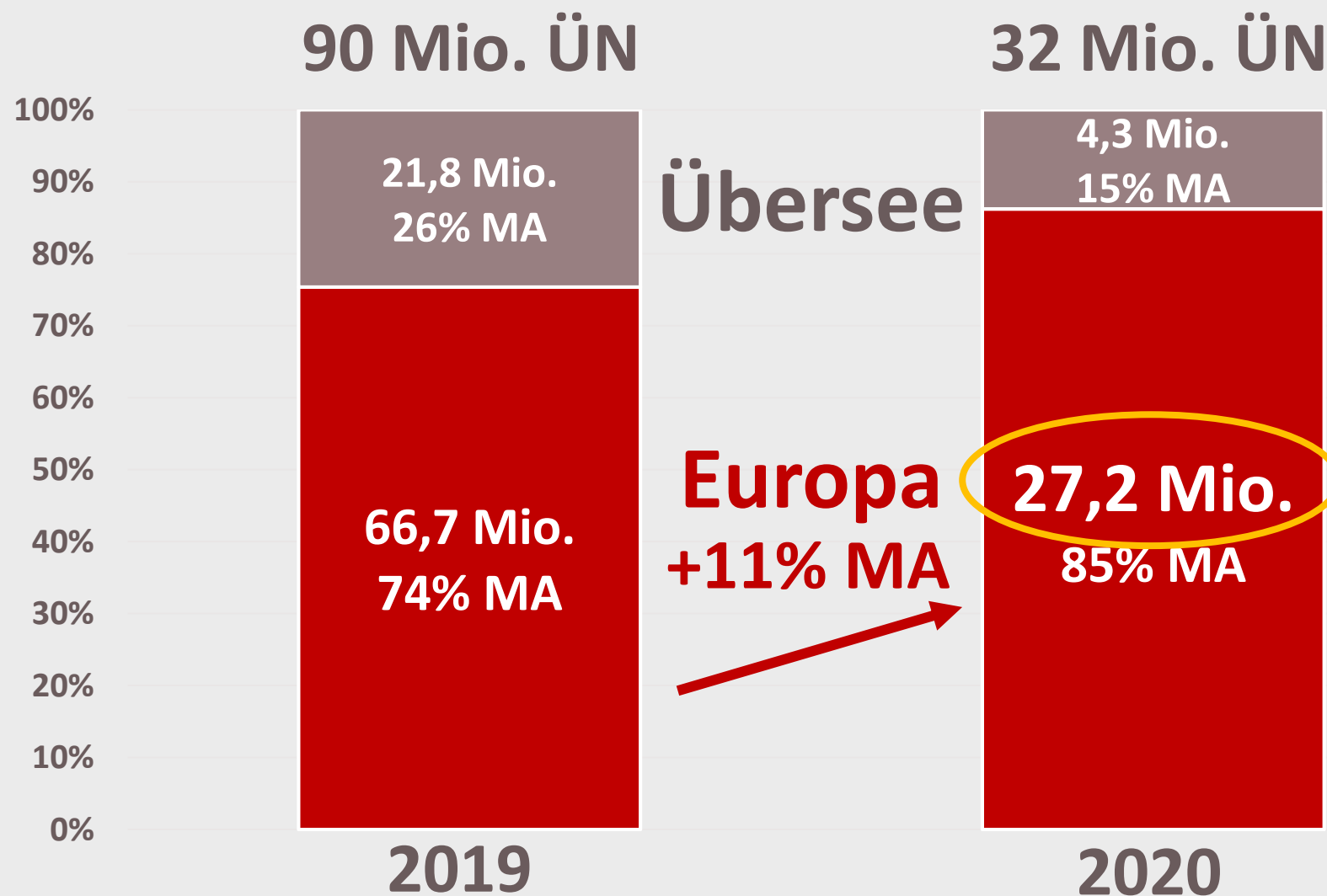
Auslands-ÜN	2020	Jan-Dez 2020
München	2.219.000	- 74,7%
Frankfurt/Main	1.416.000	- 70,1%
Hamburg	1.151.000	- 69,7%
Köln	614.000	- 73,5%
Düsseldorf	550.000	- 72,7%
Stuttgart	390.000	- 69,3%
Nürnberg	379.000	- 68,4%
Dresden	340.000	- 64,6%
Leipzig	224.000	- 57,9%
Stadt Bremen	160.000	- 66,4%
Magic Cities	7.443.000	- 71,5%



**Europäer nach
Lockdown 2020:
Es wird kurz, spontan
und nah gereist**

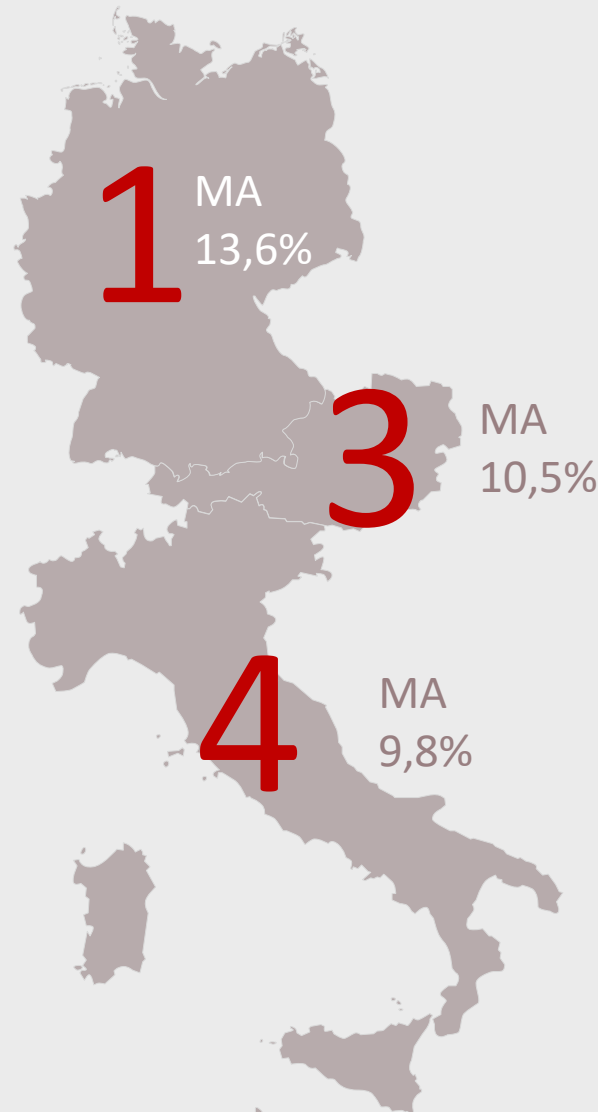
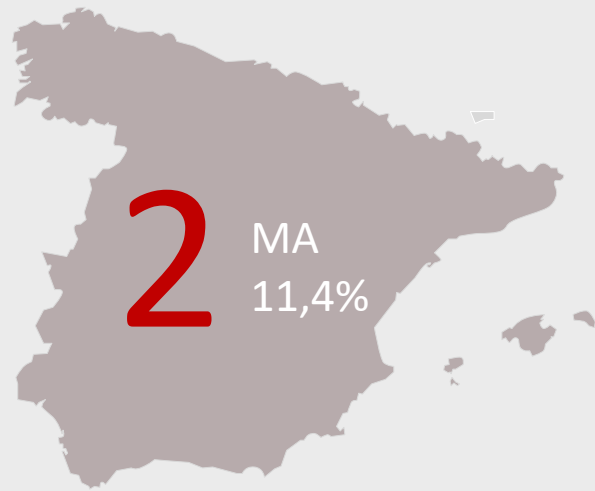


Incoming 2020: Relevanz des europäischen Marktes steigt in Corona-Krise

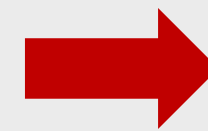


2020: In der Krise gewinnt Deutschland Marktanteile und überholt Spanien!

Destinations-
Ranking im
europ.
Benchmark:



Reisen der Europäer 2020/19



1. Deutschland - 61%
23,9 Mio.



2. Spanien - 71%
20,1 Mio.



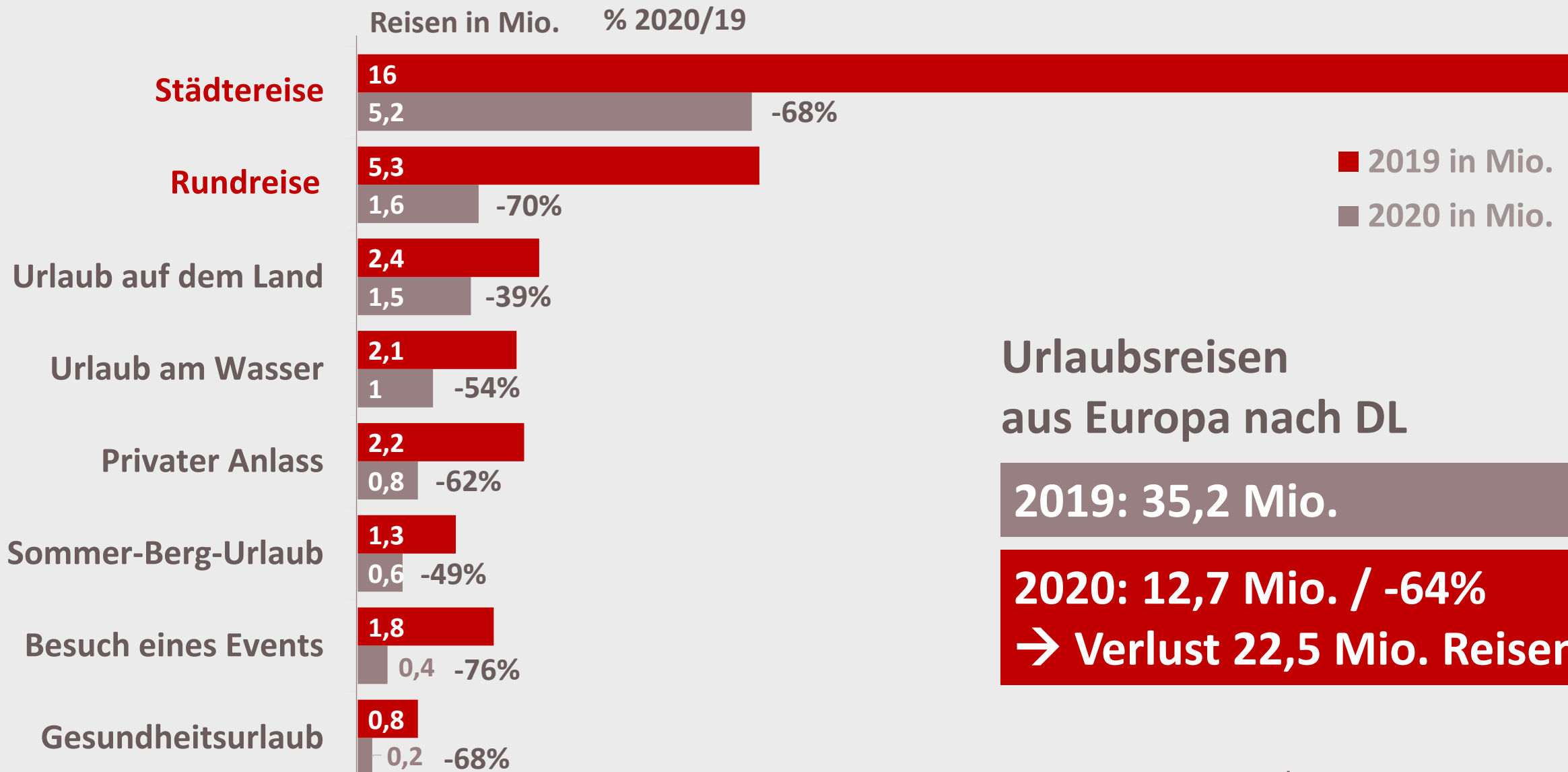
3. Österreich - 40%
18,5 Mio.



4. Italien - 62%
17,2 Mio.

2020: 176 Mio. Reisen der Europäer in Europa

2020: Städtereisen trotz Corona-Krise beliebteste Reiseart im DL-Incoming



Städtereisen beliebteste Urlaubsart der weltweiten Deutschland-Interessierten 2021

Geplante Urlaubsarten nach Deutschland 2021





48,6%

der Polen möchten
im Sommer 2021
einen Kurzurlaub
machen*²

24,7%

... wollen im
Sommer 2021
Urlaub im Ausland
machen*²

Trend zu
kurzfristigen
Reiseentscheidungen
und Urlaub in nahen
Destinationen*³

62,9%

... vermissen spontane
Kurzurlaube
für 1-2 Tage am
meisten in der
Pandemie*²

Deutschland auf
Platz 2 der Top
Reiseziele in
2020
(hinter AT)*

*World Travel Monitor 2020, IPK International 2021

*² Forschung März 2021 TU Europa

*³ Reisetrends 2021 Travellist.pl

DZT Consumer Insights aus den Niederlanden

Mai 2021

Deutschland
Das ReiseLand



71%

der Niederländer
beabsichtigen 2021
in den Urlaub zu
fahren*²

Deutschland auf
Platz 3 der TOP
Reiseziele für
2021

(hinter ES und IT)*

48%

... planen bereits
konkret eine Reise
innerhalb von
Europa in 2021*²

Der gefragteste
Reisemonat für
2021 ist der
September*

Großes
Interesse an:
Strand- und
Sonnenerurlauben,
Roadtrips, Städte-
und Kulturreisen*

*Untersuchungen Mai 2021 Columbus Travel Magazine

*² Umfrage April 2021 NBTC Vakantie Sentiment Monitor

97%

der Österreicher
planen zumindest
einen Urlaub in
2021*²

Großes
Interesse an:
Wellness,
Badeurlaub/Urlaub
am Meer,
Aktiv-Urlaub,
Städtereisen*²

Deutschland
war 2020
erstmalig das
beliebteste
Reiseziel*

85%

... möchten am
liebsten per
PKW
anreisen*²

Jeder dritte
Reisende will ein
Nachbarland als
Urlaubsziel
wählen*²

66%

... wollen Urlaub
innerhalb von
Europa in 2021
machen*²



55%

der Schweizer wünschen sich einen reibungslosen Reiseablauf inkl. Organisation aller benötigten Unterlagen und Tests*

Deutschland war das Nummer 1 Reiseziel in 2020*²

64%

... wünschen sich Informationen zu aktuellen Reisebestimmungen*

50%

... wollen unbedingt in den Ferien verreisen*

Sicherheit und flexible Stornierungsbedingungen sind wichtigste Entscheidungskriterien*

*Umfrage April 2021 Hotelplan Suisse

*² World Travel Monitor 2020, IPK International 2021



35%

der Tschechen
beabsichtigen 2021
im Ausland Urlaub
zu machen

Deutschland
war das
Nummer 1
Reiseziel in
2020*

57%

wollen nach
Bewältigung der
Pandemie wieder in
den Auslandsurlaub
fahren*³

81%

möchten nach einer
Covid-Impfung in
2021 wieder
uneingeschränkt
reisen können*³

Für Urlaub in den
Anrainerstaaten
bevorzugen die
Tschechen die
Anreise per PKW,
Bus und Bahn *²

*World Travel Monitor 2020, IPK International 2021

*²Umfrage Reiseverband der Tschechischen Republik April 2021

*³ Umfrage Vaclav Havel Airport Prag, April 2021

**Marken-Bekanntheit des
Reiselandes Deutschland
weiter stark,
Krisenkommunikation
stimuliert wachsende
Reisebereitschaft**

Deutschland im Nation Brand Index 2020: Zum 6. Mal in Folge beste Platzierung

1
Gesamt

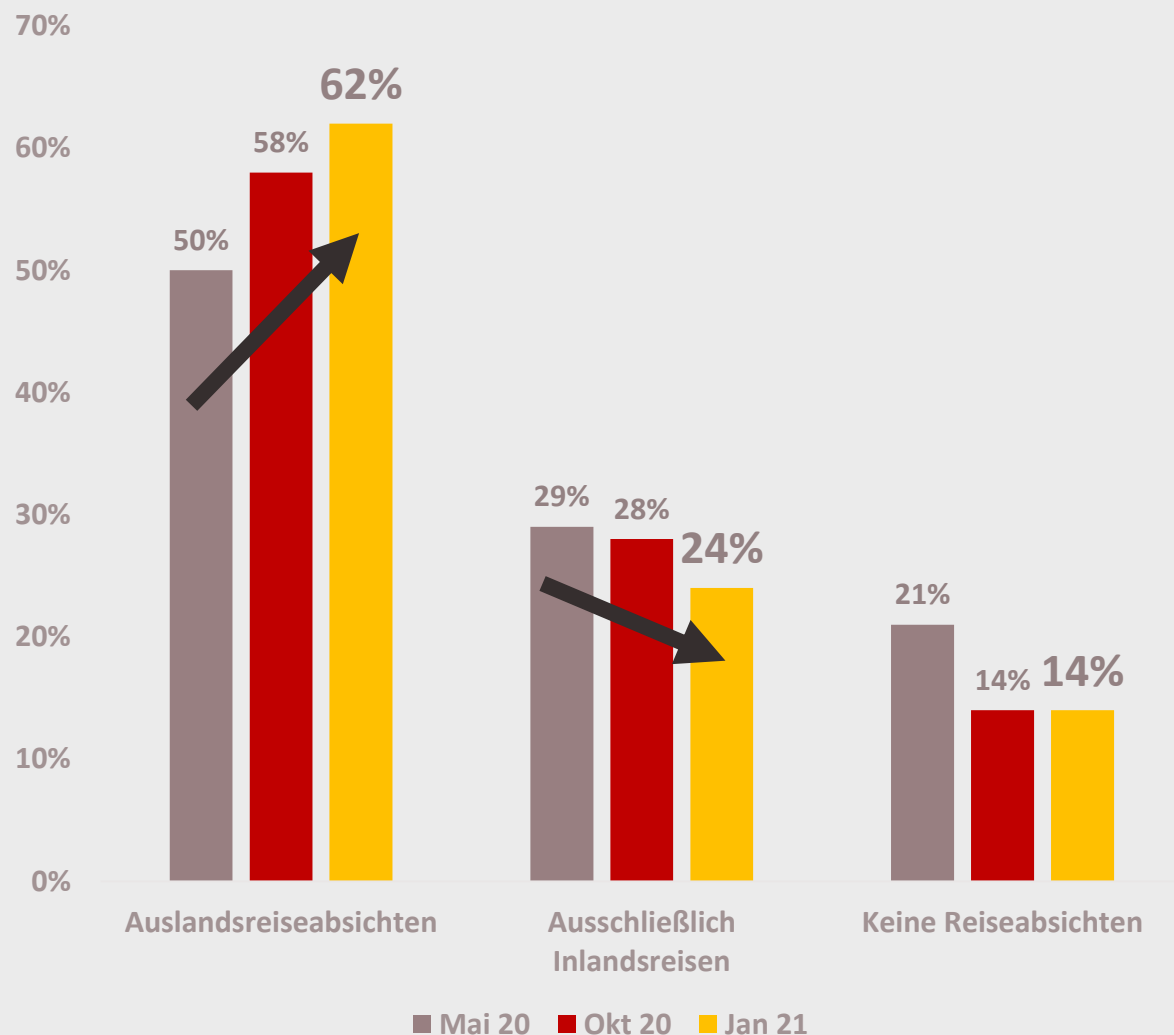
Kultur: Platz 4

Tourismus: Platz 9

**Über 50% der Befragten weltweit
bewerten**

**Gesundheitskrisenmanagement
Deutschlands positiv**

DZT Survey: Generelle Reisebereitschaft ins Ausland steigt! Besonders europ. Märkte im Quick-Recovery



Länderranking mit Reiseabsicht nach Deutschland in 2021

1. Schweiz	40%
2. Österreich	39%
3. Polen	39%
4. Niederlande	38%
5. Spanien	28%
6. China	25%
7. USA	25%

Learning: DZT setzt auch 2021 auf antizyklische Markenkommunikation

Deutschland
Das Reiseland



Profilschärfung

Brand-Awareness
steigern

Evidenzbasiert

Travel
Destination
Germany

Digitale Chancen
nutzen

Reichweite stärken

Empathisch

Inspirierend

Globale Kampagnen 2021 bilden gemäß aktueller Bedürfnisse Markendiversität ab

FEEL GOOD

Nachhaltiges Reisen
in Deutschland

Nachhaltigkeits-
kampagne mit
vielfältigem und
hochwertigem Angebot



Kulturkampagne
mit Fokus auf
städtische Erlebnisse
abseits der Metropolen

German. Spa.Tradition.

Gesundheits- &
Wellnesskampagne
anlässlich des
200. Geburtstags von
Sebastian Kneipp

**DZT in Pandemie mit
starkem Relationship-
management!**

**Know-How
Weitergabe**

**Ongoing BI
& Research**

**DZT
CEO-Blog**

**Coming soon:
BI-Dashboard**

**Neu: DZT-
Market Insight
Seminare**

**DZT
Keyaccount
Management**

**Markt-
spezifische
Workshops**

**DZT-
Newsletter
Formate**

**und
Vieles
mehr!**



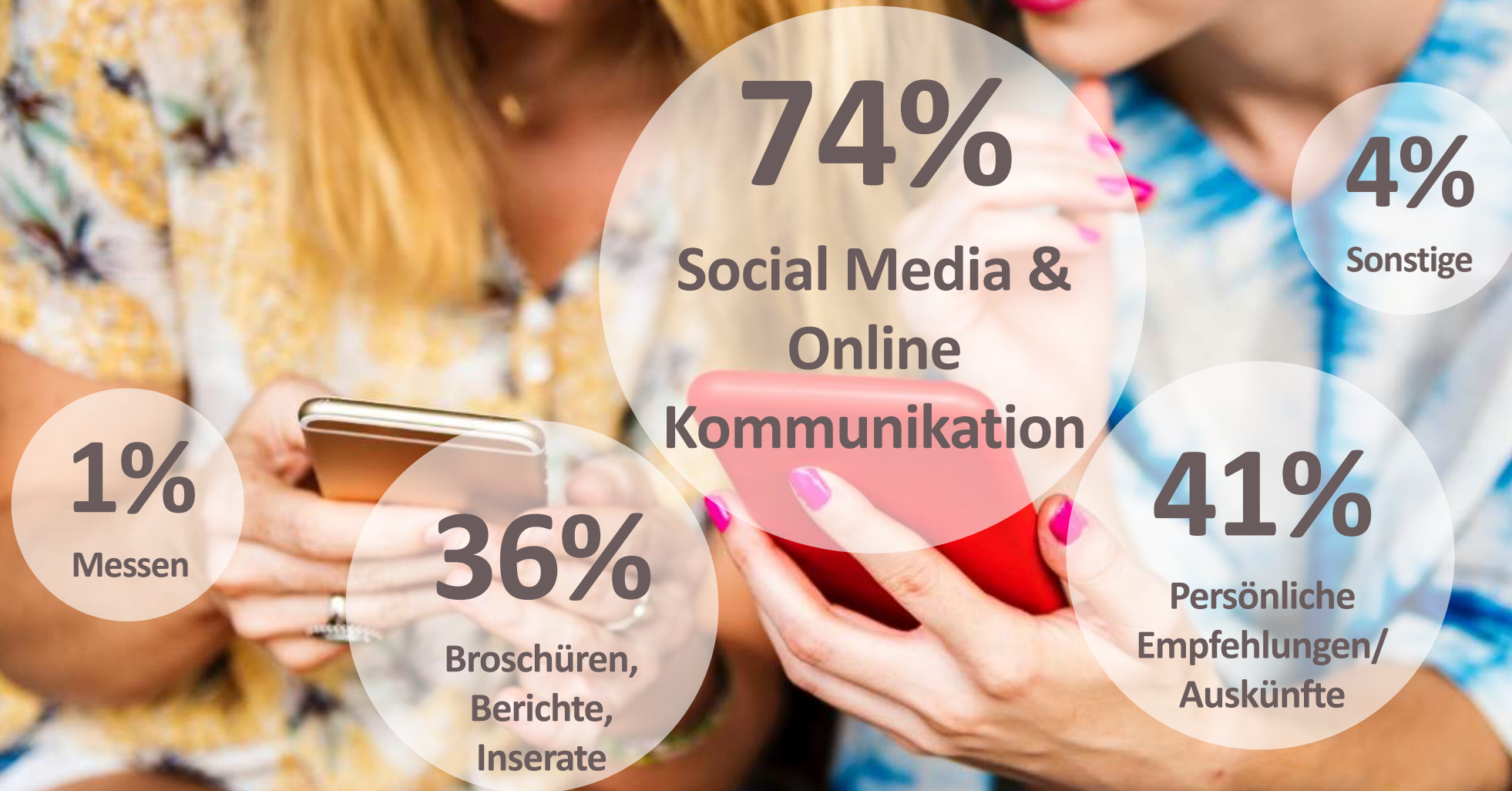
**Corona als Katalysator
für Megatrends
Digitalisierung und
Nachhaltigkeit im
Tourismus!**





MEGATREND 1:
Digitalisierung

Wo wird sich über Reiseziele informiert?*



Warum ist das DZT Open Data Projekt wichtig?



Markt- und kundengetriebene digitale Disruption des Reisemarktes weltweit

Wirtschaftliches Potenzial offener touristischer Daten durch KI-basierte Anwendungen erschließen

Strategischer Fokus auf Digitaltechnologie, um Konkurrenzfähigkeit des Reiselands Deutschland zu sichern

KI und Big Data fördern neue Services und Geschäftsmodelle an allen Touchpoints



open-data-germany.org



**Wissensplattform
mit Expertenblog und Best Cases**

Launch: November 2019

Handbuch Open Data



**Nachschlagwerk
rund um das
Thema Open
Data im
DL-Tourismus**

Launch: Juli 2020

**MEGATREND 2:
Nachhaltigkeit**





Nachhaltigkeit als Markenstärke und Wettbewerbsvorteil

Deutschland Platz 5 von
166 im SDG-Index!



Die drei Dimensionen des nachhaltigen Tourismus

Schafft Arbeitsplätze

Wirtschaftsfaktor
Tourismus

Öko-
nomisch

Im Einklang mit
Umwelt und Kultur

Nachhaltiger
Tourismus

Balance zwischen
Bevölkerung und Gästen

Ressourcen-
management

Öko-
logisch

Sozial

Völkerverständigung

Teilhabe Aller

Krise sensibilisiert: Nachhaltiger Urlaub für Kunden immer mehr von Interesse

Deutschland
Das Reiseland



80%
halten es für
wahrscheinlich,
dass Corona zu
mehr Nachhaltigkeit
im Tourismus
führt*

Interesse an Nachhaltigkeit:

WICHTIGE QUELLMÄRKTE FÜR
DAS DEUTSCHLAND-INCOMING
Vergleich 2018/2020*

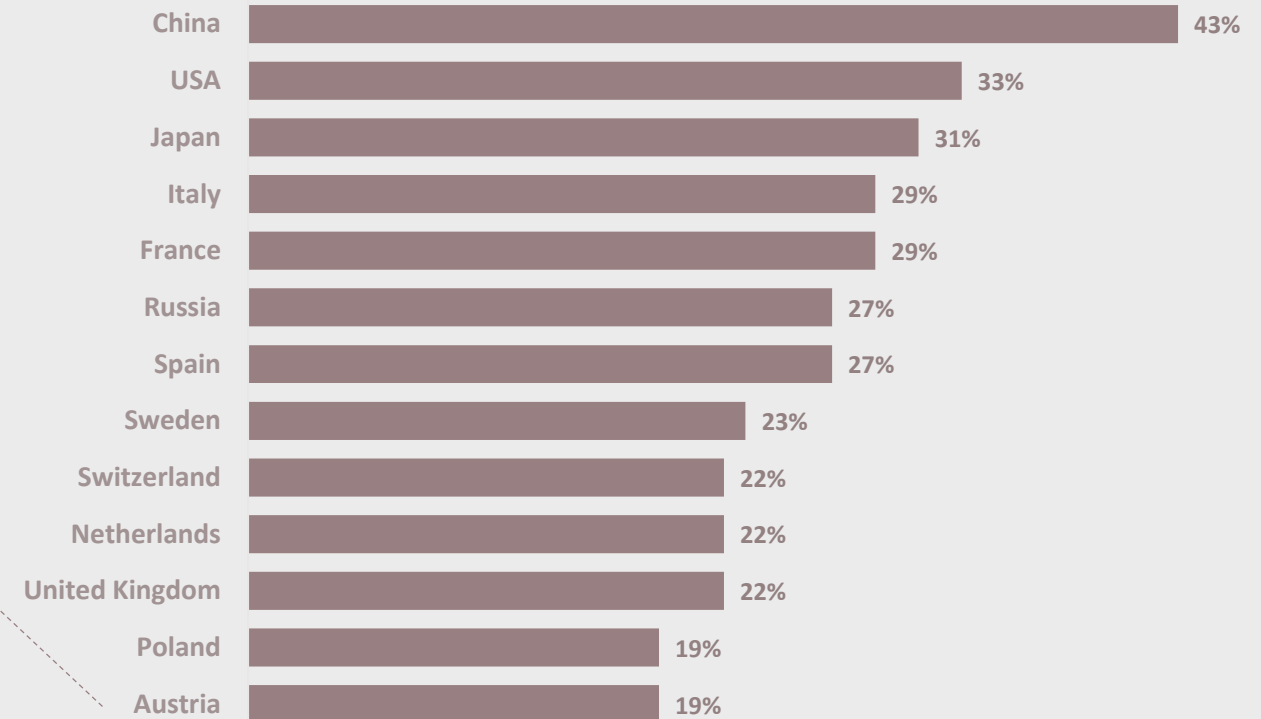
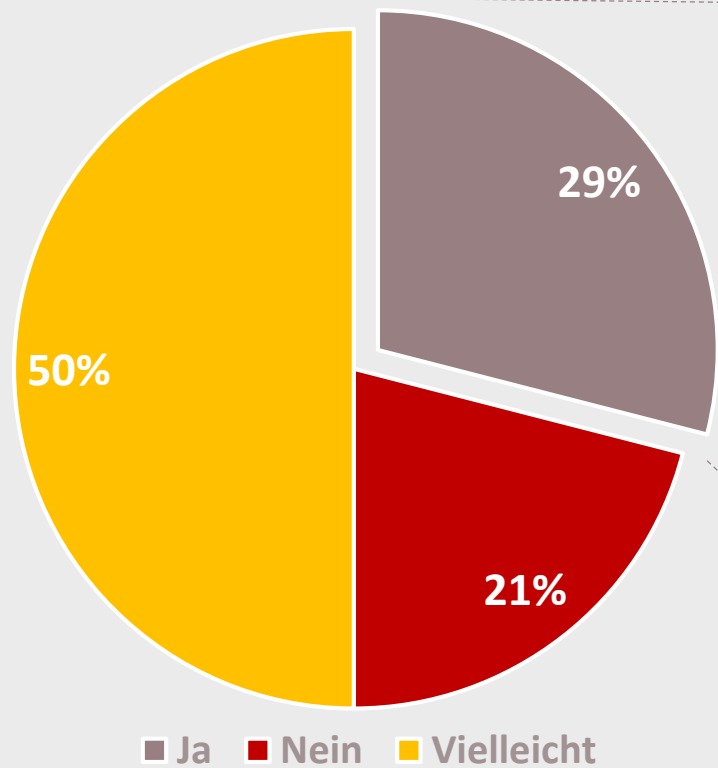


Quelle: COVID-19 Studie, IPK International, Oktober 2020

inspektour (international) GmbH | DITF der FH Westküste, 2018 und 2020

Corona Impact auf nachhaltige Reisen – eine neue Werteorientierung?

„Wird die Corona-Pandemie zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus führen?“



Quelle: COVID-19 Studie, IPK International, Oktober 2020. Fragestellungen:

Will the corona pandemic lead to more sustainability in tourism? That means that in the future travelers will take a closer look at environmentally and climate-friendly offers and prefer regional products?

Booking.com: 53% der international Reisenden wollen nachhaltiger reisen

63% wollen sich von überfüllten Touristenattraktionen fernhalten

68% wünschen sich, dass Ausgaben während Reise bei Einheimischen ankommen

81% wollen einmal in umweltfreundlicher Unterkunft übernachten

84% wollen in der Destination weniger Müll produzieren



**Key issue:
Health & Safety**



Health & Safety für europ. Reisende mit Abstand höchste Priorität!



Sicherheitsvorkehrung stellen für Befragte kein Reisehinderniss dar

Deutschland
Das Reiseland



*„2/3 of Europeans most likely to travel
in the next 6 months express that they feel
relaxed enough to enjoy their trip when
strict protocols are in place“*

Germany Travel Mart™ 27. - 29.04.2021: DZT B2B Salesforce mit 480 int. Keyaccounts der Reiseindustrie

DZT Trade-Survey
vGTM 2021

Tradeevent mit
6.500
1 on 1 Meetings

95 % erwarten,
dass **DEUTSCHLAND NACH
DER KRISE** für ihre Kunden
mindestens **SO ATTRAKTIV**
sein wird **WIE VORHER.**

30 % erwarten,
dass **DEUTSCHLAND MARKTANTEILE
GEWINNEN WIRD.**



53 % erwarten 2021 eine **VERBESSERUNG
IHRER GESCHÄFTE** gegenüber 2020.

78 % gehen davon aus,
dass sich spätestens
2023 ihre **GESCHÄFTE WIEDER AUF DEM
VORKRISENNIVEAU BEFINDEN.**



38 %
erwarten eine
**VOLLSTÄNDIGE
ERHOLUNG** bis 2022.