

# Zahlen Daten Fakten

Das Tourismusjahr 2023 im Rückblick

# Liebe Mitglieder, Partner und Freunde des DTV,



mit den Zahlen – Daten – Fakten geben wir Ihnen ein spannendes Kompendium an die Hand und beleuchten den Tourismus des vergangenen Jahres genauer. Die Bilanz kann sich sehen lassen und es freut mich sehr, wie gut und schnell sich der Deutschlandtourismus nach den Pandemie-Jahren erholt hat. Aber was genau steckt hinter den Erfolgszahlen? Und wie sehen die Entwicklungen im Einzelnen aus? Wir liefern Ihnen die fundierten Antworten.

Die Welt des Tourismus besteht jedoch nicht nur aus Zahlen. Tourismus bedeutet Erholung, Gesundheit, Kulinarik und steht vor allem für friedliche Begegnungen von Menschen, ganz gleich, woher sie kommen. Zum Tourismus gehören grundlegende demokratische Werte wie Weltoffenheit, Toleranz und Vielfalt dazu. Der Deutschlandtourismus lebt diese Werte und zeigt eine klare Haltung. Mit diesem Anspruch werden wir auch weiterhin die Zukunft mitgestalten.

Mit freundlichen Grüßen

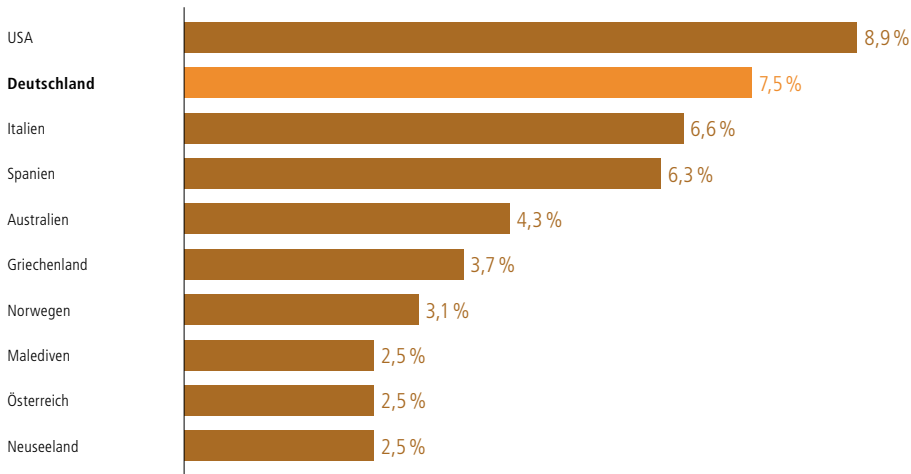
A handwritten signature in black ink, which reads 'Reinhard Meyer'. The signature is written in a cursive, flowing style.

**Reinhard Meyer**

Präsident Deutscher Tourismusverband e.V.

# Hätten Sie das gedacht?

Deutschland auf Platz 2 unter den Traumreisezielen der Deutschen\*

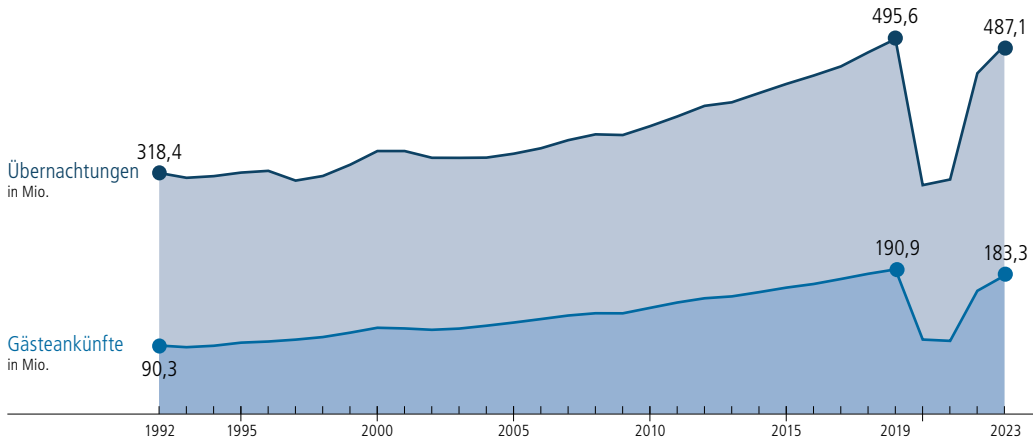


\*TOP 10 nach Ländern, repräsentativ für die deutsche Online-Bevölkerung ab 14 Jahre (n=1.016), Frage: „Bitte stellen Sie sich einmal vor, Sie hätten eine mehrwöchige Urlaubsreise mit freier Auswahl des Reiseziels und voller Kostenübernahme (inkl. Anreise, Unterkunft, Verpflegung usw.) in einem Preisausschreiben gewonnen. Für welches Land/welche Region/welchen Ort würden Sie sich entscheiden?“

Quelle: DI Tourismusforschung (2024): Die Traumreiseziele der Deutschen

# Übernachtungen: Zweitbestes Ergebnis in der Geschichte

Entwicklung der Gästeankünfte und Übernachtungen seit Beginn der gesamtdeutschen Statistik\*



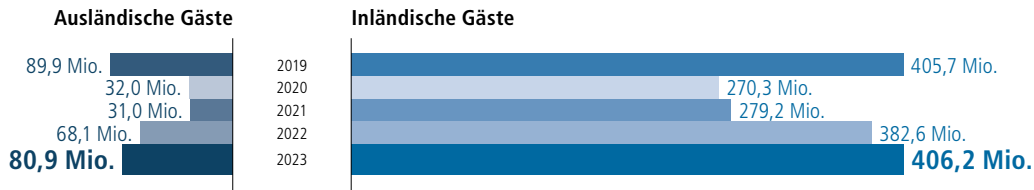
\*Die Zahlen bis 2010 beziehen sich auf Beherbergungsbetriebe ab 9 Betten bzw. ab 3 Stellplätzen, ab 2011 auf Betriebe ab 10 Betten bzw. Stellplätzen

Quelle: Statistisches Bundesamt (2024)

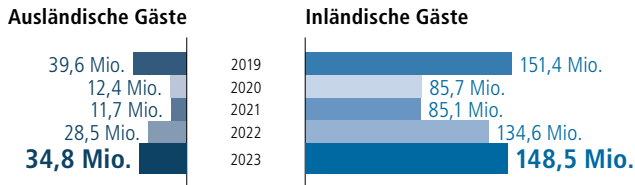
# Inlandstourismus leicht über Vorkrisenniveau

Bilanz in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen

**487,1 Mio. Übernachtungen** +8,1% zu 2022

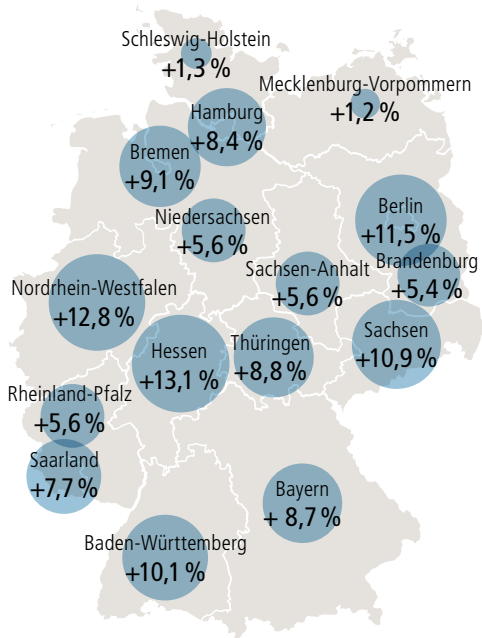


**183,3 Mio. Gästeankünfte** +12,4% zu 2022



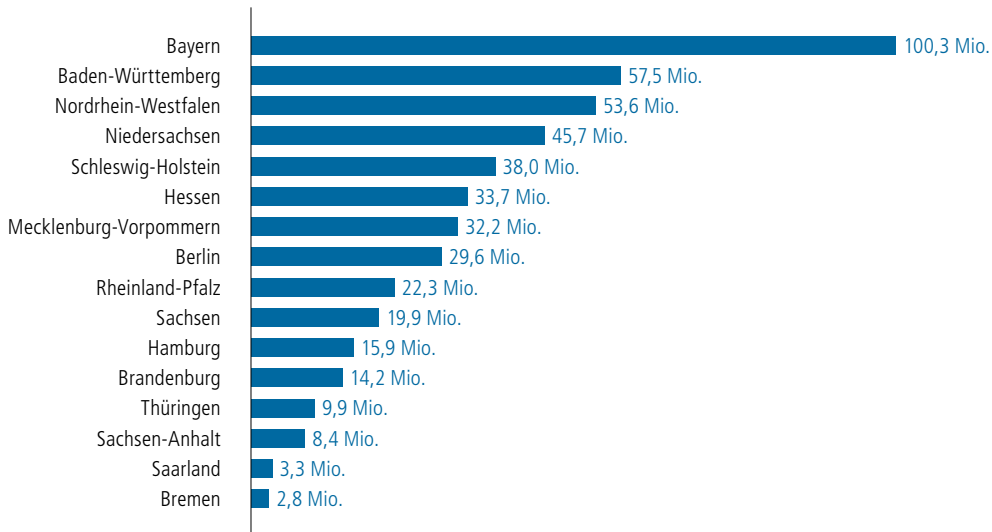
# Alle Bundesländer im Plus

Veränderung der Übernachtungen gegenüber 2022 in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen



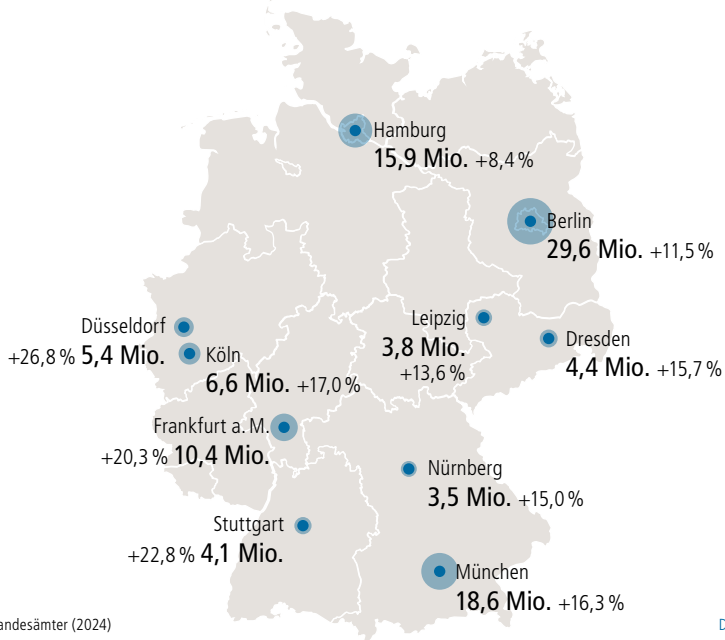
# Übernachtungen je Bundesland

Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen



# Großstädte mit den meisten Übernachtungen

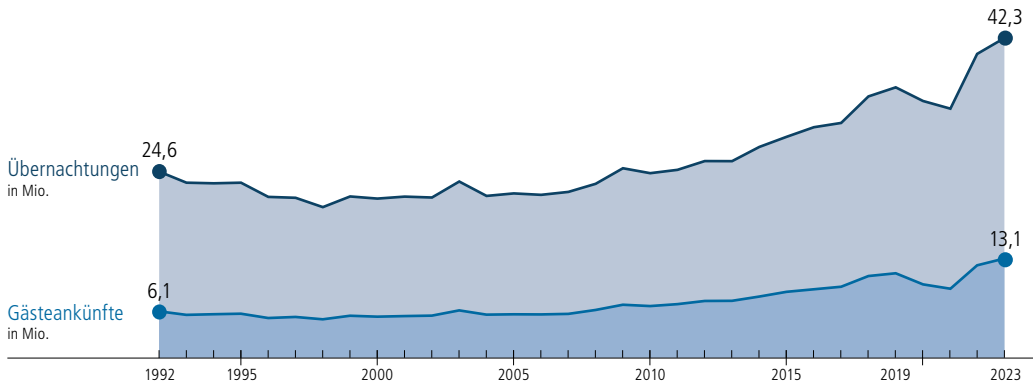
Übernachtungen und Veränderungen gegenüber 2022 in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen





# Camping: Zweites Rekordjahr in Folge

Entwicklung der Gästeankünfte und Übernachtungen seit Beginn der gesamtdeutschen Statistik\*

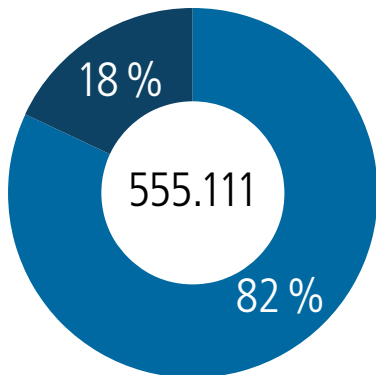


\*Die Zahlen bis 2010 beziehen sich auf Campingplätze ab 3 Stellplätzen,  
ab 2011 auf Campingplätze ab 10 Stellplätzen  
Quelle: Statistisches Bundesamt

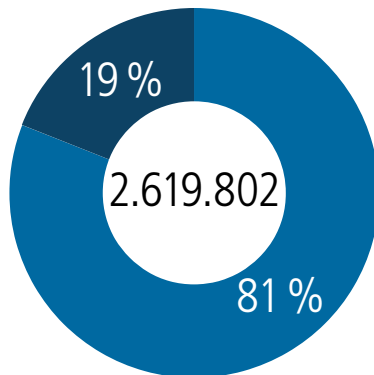
# Ferienhausmarkt in Deutschland

Mehr als 80 Prozent der Ferienwohnungen und -häuser sind nicht statistisch erfasst\*

## Ferienunterkünfte



## Betten



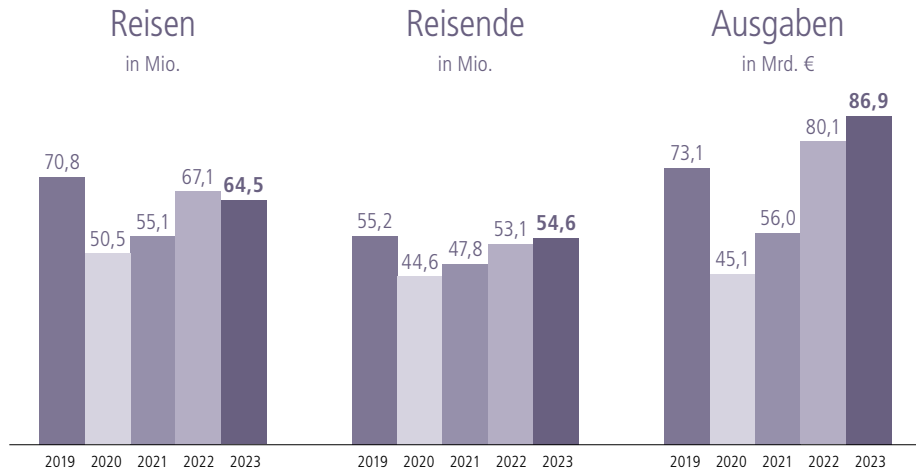
gewerbliche Vermietung

private Vermietung

\*In der offiziellen Beherbergungsstatistik werden Beherbergungsbetriebe ab 10 Betten erfasst. Die Studie betrachtet den Gesamtmarkt inklusive der Ferienunterkünfte, die privat vermietet werden.  
Quelle: Deutscher Ferienhausverband e.V. (2024): Der Ferienhausmarkt in Deutschland – Volumen und wirtschaftliche Bedeutung

# So hohe Ausgaben wie nie zuvor

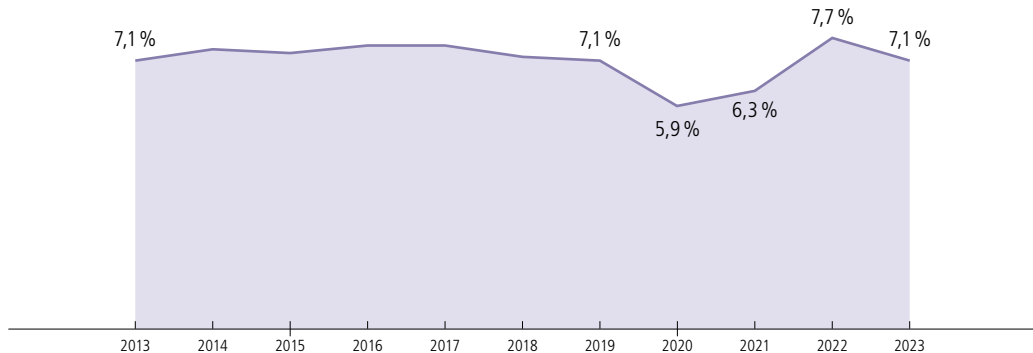
Volumen Urlaubsreisen der Deutschen im In- und Ausland 2019–2023\*



\*Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren  
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2024): Reiseanalyse 2024

# Urlaubsreisebudget pendelt sich ein

Anteil der Urlaubsreiseausgaben am jährlichen Haushaltsnettoeinkommen 2013–2023\*

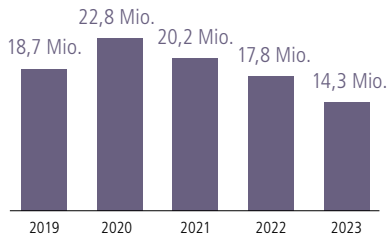


\*Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren  
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2024): Reiseanalyse 2014–2024

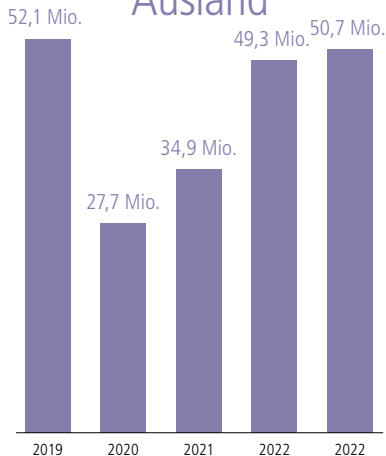
# Auslandsreisen ziehen weiter an

Entwicklung der Urlaubsreisen ins In- und Ausland 2019–2023\*

## Inland



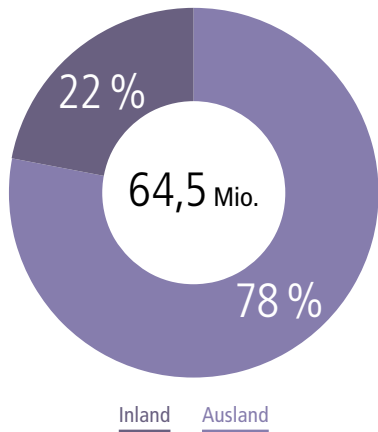
## Ausland



\*Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren  
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2024): Reiseanalyse 2024

# Deutschland bleibt Reiseziel Nummer 1

Die beliebtesten Urlaubsreiseziele der Deutschen im In- und Ausland 2023\*



## Top 5 weltweit



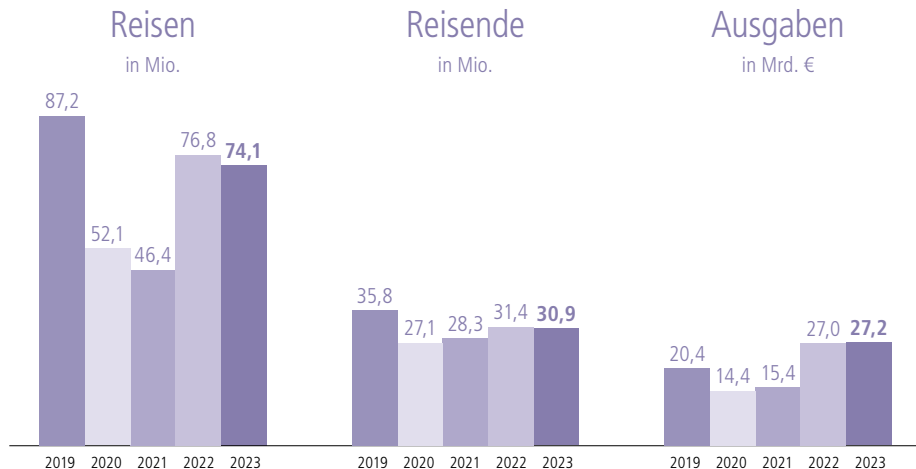
## Top 5 Deutschland



\*Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren  
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2024): Reiseanalyse 2024

# Weiterhin weniger Kurzurlaubsreisen als 2019

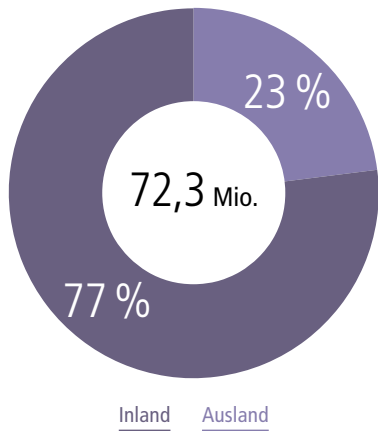
Volumen Kurzurlaubsreisen der Deutschen im In- und Ausland 2019–2023\*



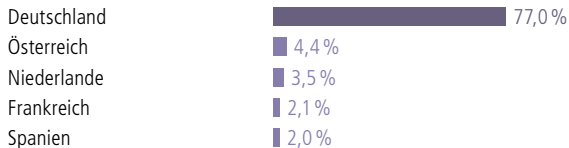
\*Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung von 14–75 Jahren  
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2024): Reiseanalyse 2024

# Rund drei Viertel der Kurzurlaubsreisen bleiben im Inland

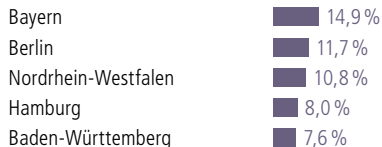
Die beliebtesten Kurzurlaubsreiseziele der Deutschen im In- und Ausland 2023\*



## Top 5 weltweit



## Top 5 Deutschland

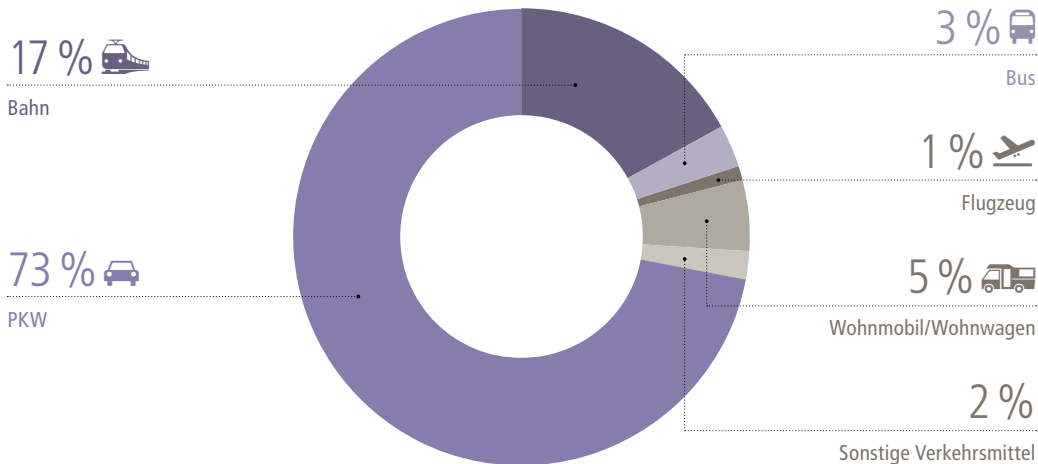


\*1.–3. Kurzurlaubsreise (2–4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung von 14–75 Jahren  
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2024): Reiseanalyse 2024



# Der Deutschlandurlaub beginnt mit der Autofahrt

Hauptverkehrsmittel der Deutschen bei der Anreise für Urlaubsreisen\* im Inland 2023

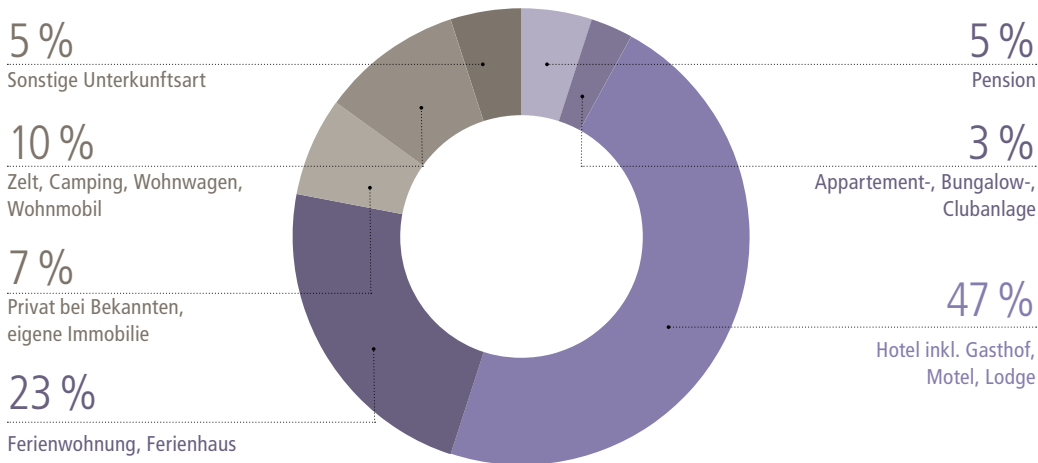


\*Urlaubsreisen im Inland ab einer Übernachtung und 50 km vom Wohnort, rundungsbedingt kann die Summe der Einzelwerte von 100 % abweichen.

Quelle: Consumer Panel Services GfK 2024 (Hrsg.): DestinationMonitor Deutschland 2023

# Das Hotel ist die wichtigste Urlaubsunterkunft

Unterkunftsart bei Urlaubsreisen der Deutschen im Inland 2023\*

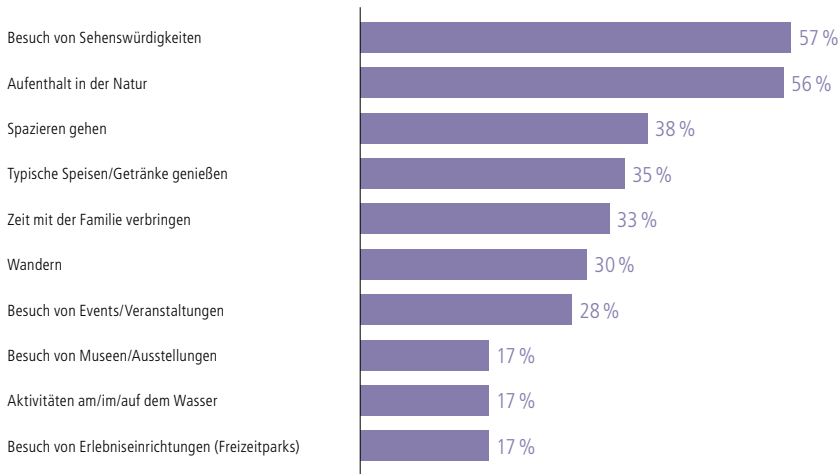


\*Urlaubsreisen im Inland ab einer Übernachtung und 50 km vom Wohnort

Quelle: Consumer Panel Services GfK 2024 (Hrsg.): DestinationMonitor Deutschland 2023

# Sightseeing hat die Nase vorn

Top-Aktivitäten der Deutschen bei Urlaubsreisen im Inland 2023\*

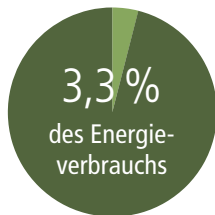


\*Urlaubsreisen im Inland ab einer Übernachtung und 50 km vom Wohnort (Mehrfachantworten möglich)

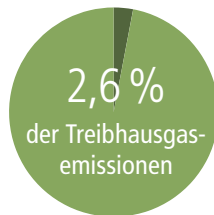
Quelle: Consumer Panel Services GfK 2024 (Hrsg.): DestinationMonitor Deutschland 2023

# 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 CO<sub>2</sub>-Äquivalenten**. Das entspricht **2,6 %** der inländischen Treibhausgasemissionen. Ein Großteil des Ausstoßes entfiel auf Verkehrsleistungen.

# Nachhaltigkeit hat einen großen Stellenwert

Einstellung der Deutschen zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen (2014–2024)\*

## Soziale Nachhaltigkeit

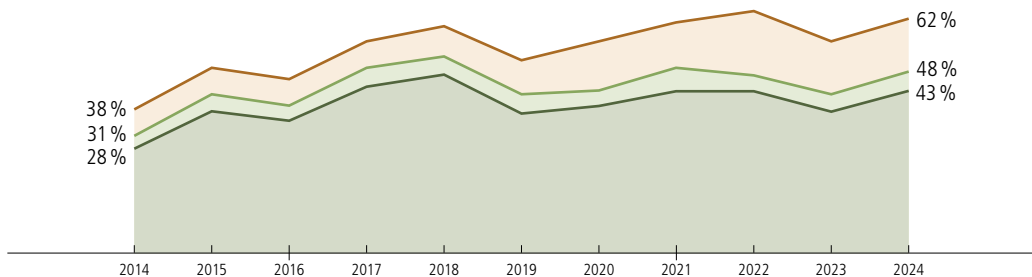
Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein (d. h. faire Arbeitsbedingungen und Respektieren der Bevölkerung).

## Ökologische Nachhaltigkeit

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

## Ökologische und soziale Nachhaltigkeit

Beide Aspekte sind wichtig.



\*Personen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre

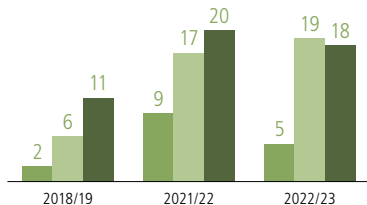
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse 2014 bis 2024; Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2023): Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren (gefördert durch das UBA aus Mitteln des BMUV)

# Nachhaltigkeit: Relevanz bei Reiseentscheidung

Ausgewählte Indikatoren für die Nachhaltigkeit bei Urlaubs- und Geschäftsreisen\*

CO<sub>2</sub>-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt getätigt

in %



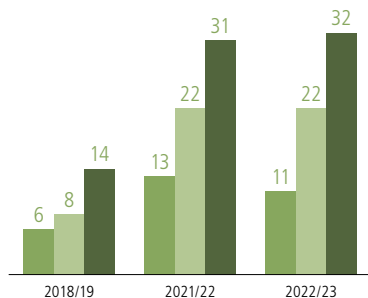
Urlaubsreisen

Kurzurlaubsreisen

Geschäftsreisen

Unterkunft oder Reiseveranstalter mit besonderem Umweltzeichen oder Nachhaltigkeitskennzeichnung genutzt

in %

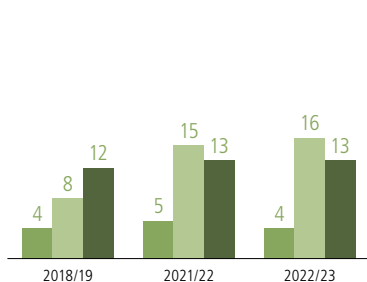


Fortsetzung auf Seite 23

Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, FUR e.V. (2023): Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren

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

in %



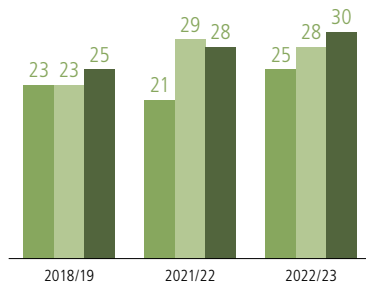
Urlaubsreisen

Kurzurlaubsreisen

Geschäftsreisen

## Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Gestaltung der Reise

in %



\*Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) und Übernachtungsgeschäftsreisen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung von 14–75 Jahren, Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren

Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, FUR e.V. (2023): Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren

# 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.

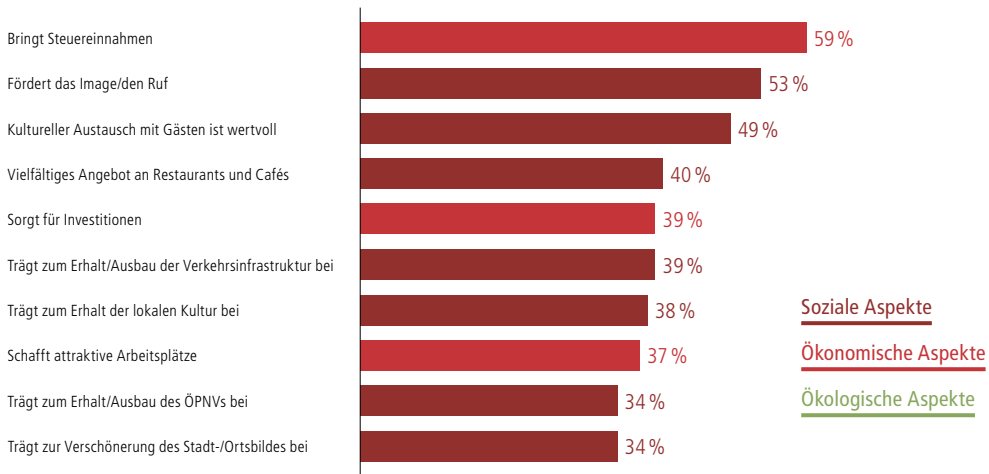
Hinzu kamen **1,3 Mio.** Personen, die indirekt für den Tourismus tätig waren. Damit hingen 2019 **4,1 Mio.** bzw. **9 %** der Erwerbstätigen vom Tourismus ab.

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 26



Soziale Aspekte

Ökonomische Aspekte

Ökologische Aspekte

\*Hybridbefragung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 16 Jahren (n = 11.950), Erhebungswelle Mai – August 2023; 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“ und „stimme zu“.  
Quelle: DI Tourismusforschung (2023): Lebensqualitätsstudie Bund und Bundesländer 2023



Weitere Infos unter:

[www.ergo-reiseversicherung.de/deutschland](http://www.ergo-reiseversicherung.de/deutschland)

Einfach, weil's wichtig ist.

**ERGO**

Reiseversicherung

# Sicher unterwegs.

Mit dem Deutschland-Reiseschutz.

## Gute Gründe für Ihre Gäste:

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

## Gute Gründe als Gastgeber:

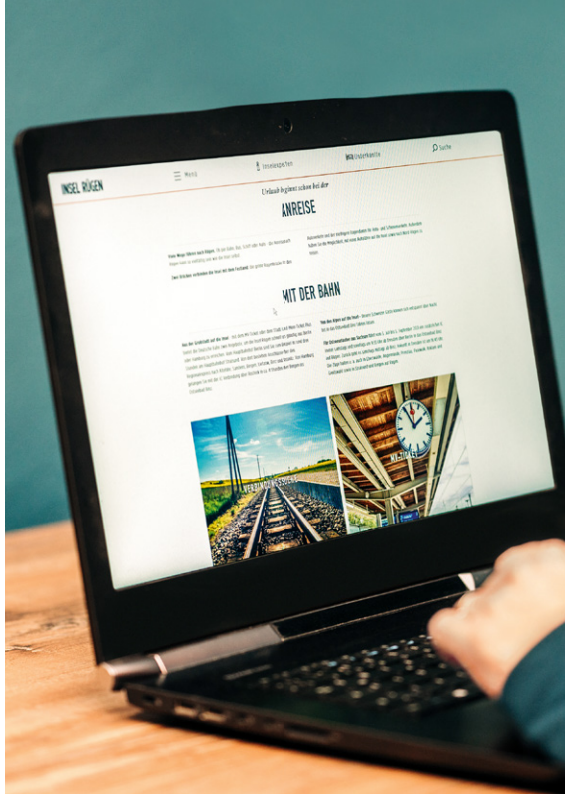
- Optimale Abrundung Ihres Gäste-Services
- Absicherung gegen mögliche Erlösausfälle im Stornierungsfall
- Senkung der Prozesskosten im Stornierungsfall, da Kulanzanfragen wegfallen
- Zusätzliche Einnahmequelle durch attraktive Provisionen



# 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](https://www.bahn.de/partnerprogramm/affiliate-uebersicht)



# 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 Mitglieder gegenüber Politik und Behörden, initiiert Projekte, fördert den Austausch und die Vernetzung innerhalb der Branche und entwickelt touristische Qualitätssysteme weiter.



# Impressum

## Herausgeber

Deutscher Tourismusverband e.V.

Schillstraße 9, 10785 Berlin

Tel. 030/856 215-120

[presse@deutschertourismusverband.de](mailto:presse@deutschertourismusverband.de)

[www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de)

## Redaktion

Diane Schöppe, Anita Wittke

## Grafische Gestaltung

Lothar Ruttner, [lotharruttner.de](http://lotharruttner.de)

## Bildnachweis

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

Mai 2024