

Zahlen Daten Fakten

2022

Das Tourismusjahr 2021 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. Oberstes Ziel ist es, den Wirtschaftsfaktor Tourismus zu stärken sowie eine bedarfsgerechte touristische Infrastruktur und einen zukunftsweisenden, nachhaltigen Qualitätstourismus in Deutschland zu entwickeln. 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,



die vorliegende Ausgabe der „Zahlen-Daten-Fakten“ ist eine touristische Bilanz des zweiten Pandemiejahres in Deutschland. Gleichzeitig gibt sie einen Überblick über die aktuellen Themen im Deutschlandtourismus und über die anstehenden Herausforderungen. Denn es kommt jetzt auf das „Danach“ an und darauf, wie sich die Branche für die Zukunft aufstellt. Tourismus ist ein wirtschaftliches Schwergewicht und doch mehr als reine Wirtschafts- und Übernachtungszahlen. Tourismus schafft Arbeitsplätze und Infrastruktur, trägt zu Lebensqualität und Wohlstand bei, sorgt für lebenswerte Städte und Gemeinden, hilft strukturschwachen Regionen und stärkt den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Mit diesem Anspruch will der Deutschlandtourismus auch weiterhin die Zukunft mitgestalten.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink that reads "Reinhard Meyer". The signature is fluid and cursive.

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 %**.

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.

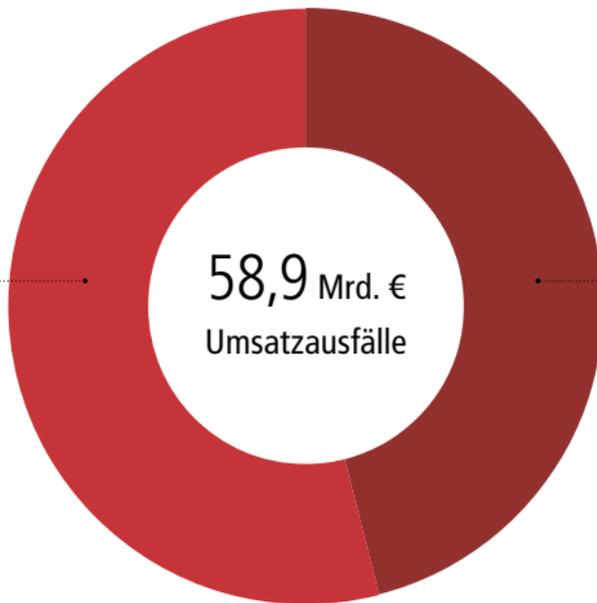
Erneut hohe Verluste infolge der Pandemie

Hochgerechnete Umsatzausfälle 2021 im Vergleich zu 2019

31,7 Mrd. €

fehlende Umsätze durch
Übernachtungstourismus

(Beherbergung, Gastronomie,
Sport, Unterhaltung, Freizeit,
Kultur, MICE etc.)



58,9 Mrd. €
Umsatzausfälle

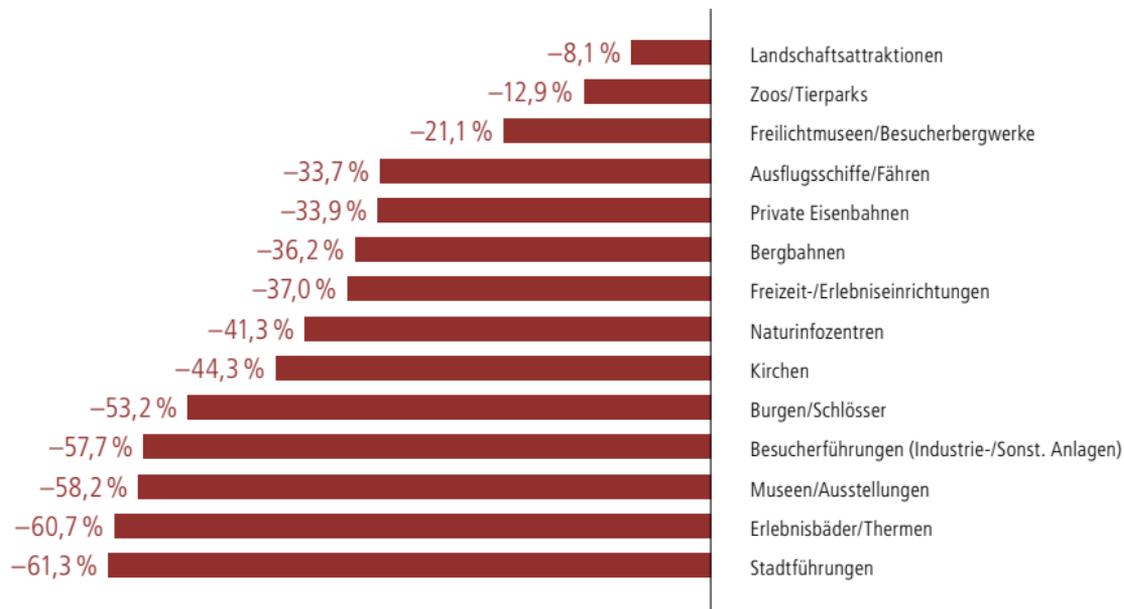
27,2 Mrd. €

fehlende Umsätze durch
Tagestourismus

(Gastronomie, Sport,
Unterhaltung, Freizeit,
Kultur, MICE etc.)

Freizeitwirtschaft: 44 Prozent weniger Besucher als 2019

Besucherzahlen 2021* im Vergleich zu 2019

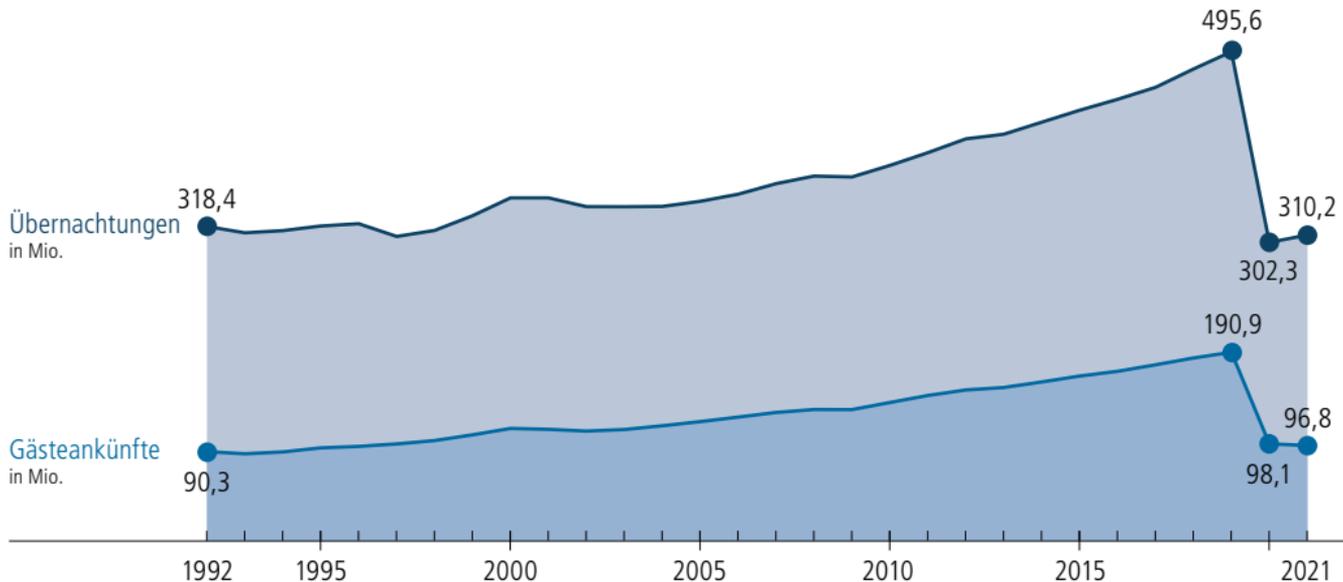


* Daten: dwif-Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft 2021

Quelle: dwif (2022): dwif-Corona-Kompass, Schlüsselkennziffern für den Tourismus

Minimale Erholung gegenüber dem ersten Pandemiejahr

Entwicklung der Gästeankünfte und Übernachtungen seit Beginn der gesamtdeutschen Statistik*



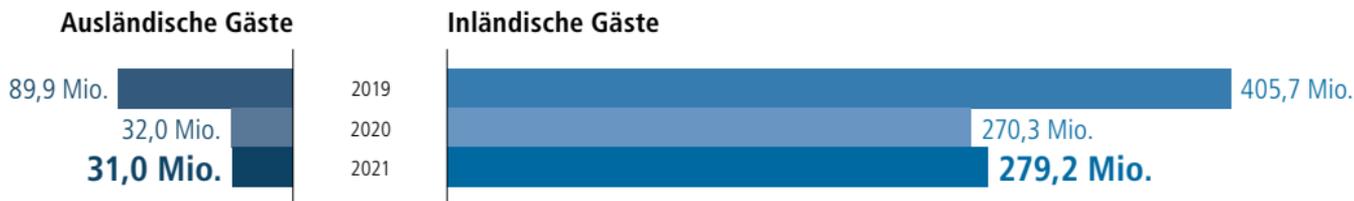
*Die Zahlen bis 2010 beziehen sich auf Beherbergungsbetriebe ab 9 Betten bzw. ab 3 Stellplätzen, ab 2011 auf Betriebe ab 10 Betten bzw. Stellplätzen

Quelle: Statistisches Bundesamt (2022)

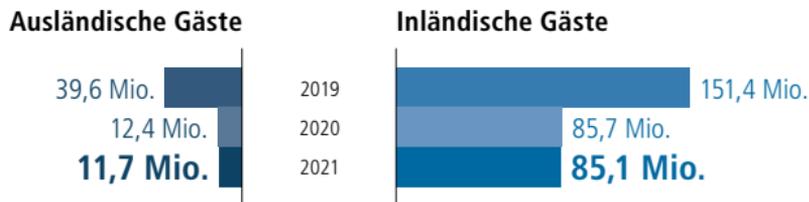
Anhaltende Rückgänge bei ausländischen Gästen

Bilanz 2021 in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen

310,2 Mio. Übernachtungen +2,6 % zu 2020

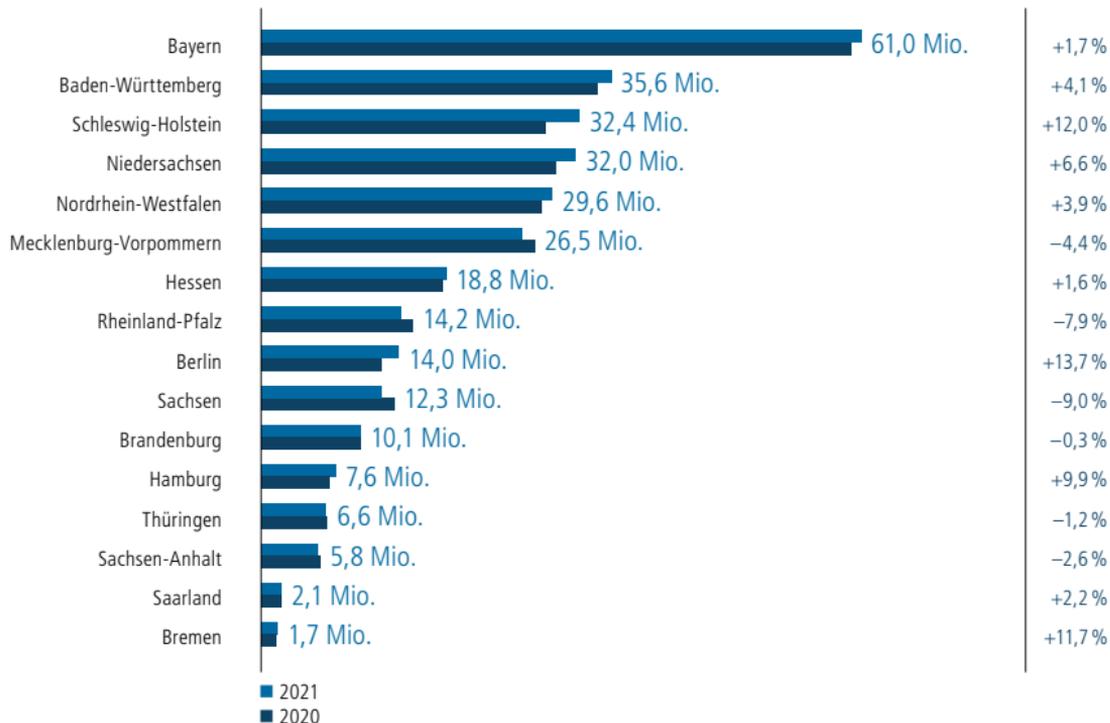


96,8 Mio. Gästeankünfte -1,3 % zu 2020



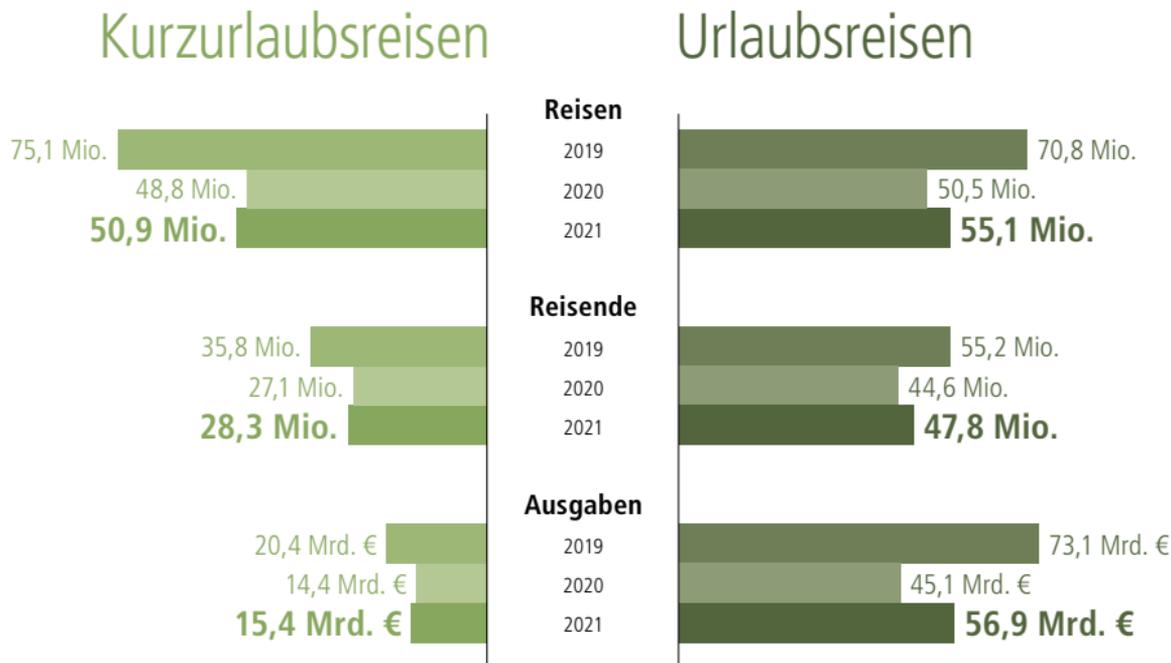
Stadtstaaten mit leichter Erholung

Entwicklung der Übernachtungen im Vergleich zu 2020 in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen



Urlaubsnachfrage zieht langsam an

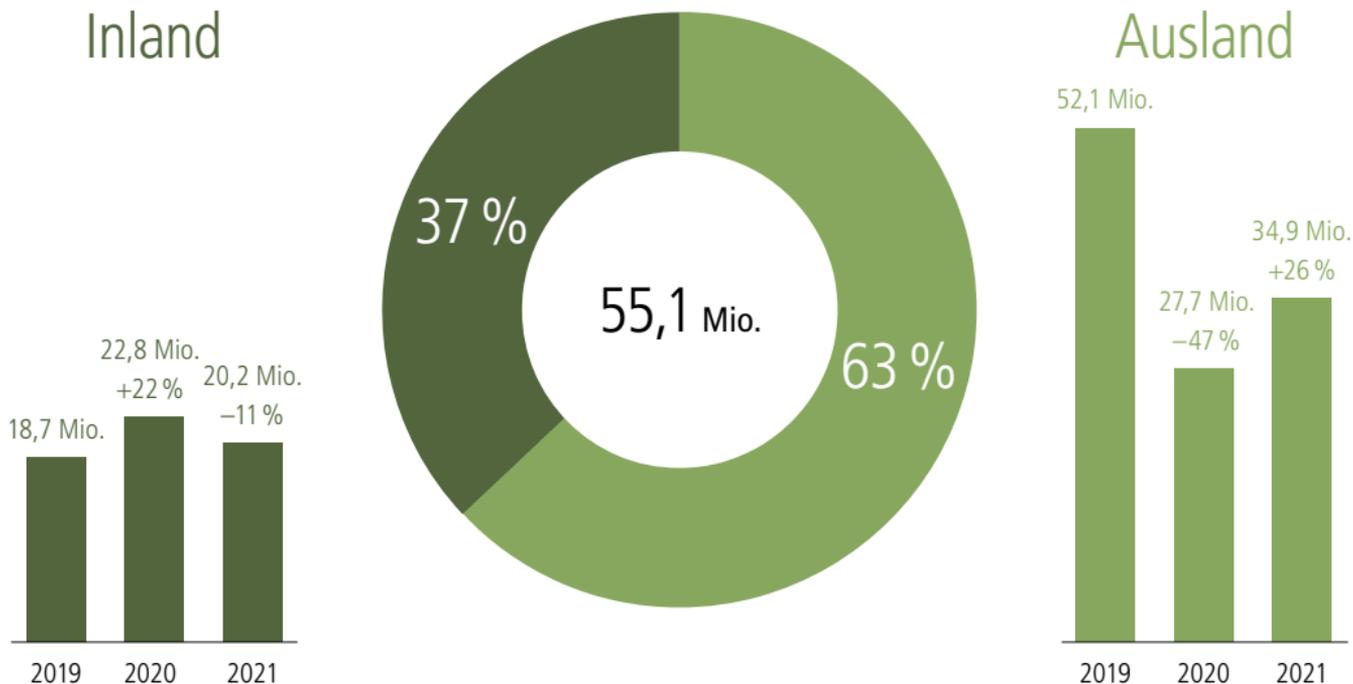
Volumen Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen* der Deutschen im In- und Ausland 2019–2021



* Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung von 14–75 Jahren, Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse 2022

Wieder mehr Reisen ins Ausland

Entwicklung der Urlaubsreisen* ins In- und Ausland 2019 bis 2021



* Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse 2022

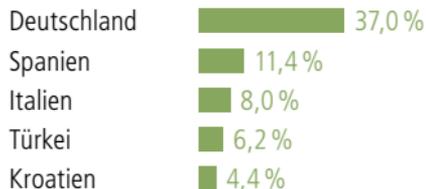
Wohin reist Deutschland?

Die beliebtesten Urlaubsreiseziele* der Deutschen im In- und Ausland 2021

55,1 Mio.
Urlaubsreisen
insgesamt

20,2 Mio.
Urlaubsreisen
im Inland

Top 5 weltweit



Top 5 Deutschland



* Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse 2022

Kurzurlauber bleiben im Inland

Die beliebtesten Kurzurlaubsreiseziele* der Deutschen im In- und Ausland 2021

44,7 Mio.

Kurzurlaubsreisen
insgesamt

37,8 Mio.

Kurzurlaubsreisen
im Inland

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.: Reiseanalyse 2022

Der Deutschlandurlauber reist mit dem Auto an

Hauptverkehrsmittel der Deutschen bei der Anreise für Urlaubsreisen* im Inland 2019–2021



 **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 2022 (Hrsg.): GfK DestinationMonitor Deutschland 2021

Kontaktarme Unterkünfte in Pandemie beliebter

Unterkunftsart bei Urlaubsreisen* der Deutschen im Inland 2019–2021

2019

Angaben in %



2020



2021



Hotel inkl. Gasthof, Motel, Lodge

Ferienwohnung, Ferienhaus

Privat bei Bekannten, eigene Immobilie

Zelt, Camping, Wohnwagen, Wohnmobil

Pension

Appartement-, Bungalow-, Clubanlage

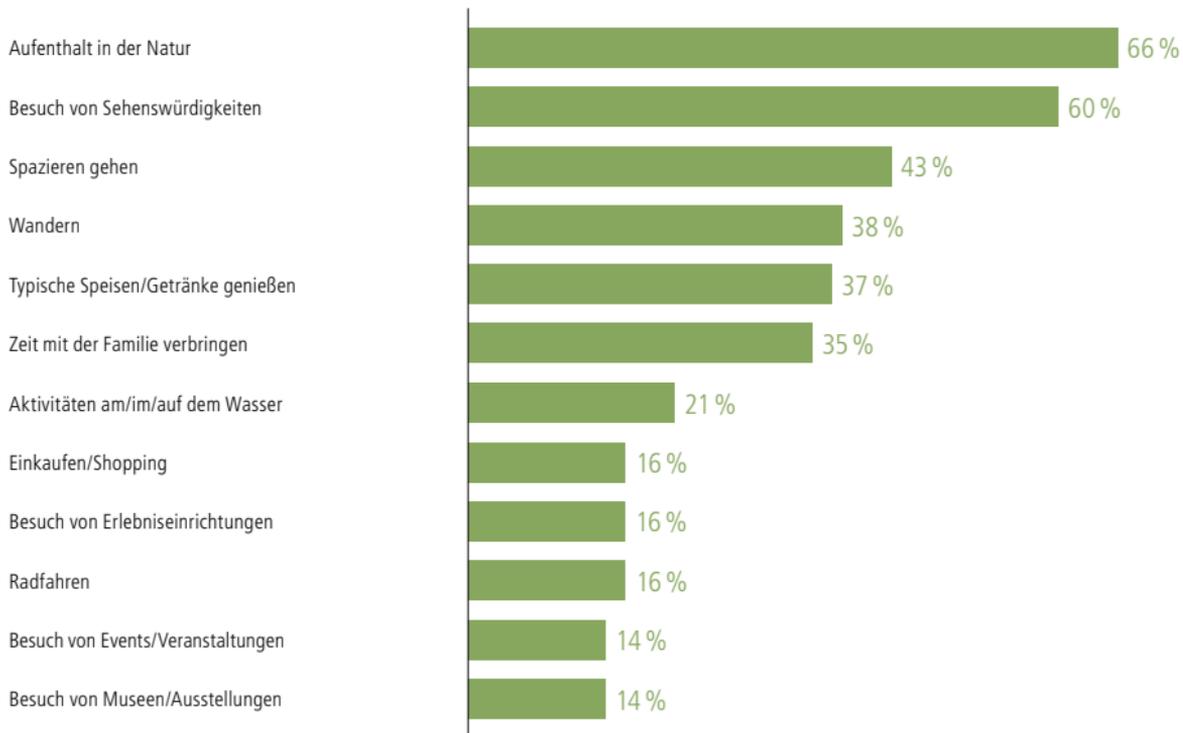
Sonstiges

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

Quelle: GfK SE 2022 (Hrsg.): GfK DestinationMonitor Deutschland 2021

Natur vor Kultur

Top-Aktivitäten* der Deutschen bei Urlaubsreisen im Inland 2021



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

Quelle: GfK SE 2022 (Hrsg.): GfK DestinationMonitor Deutschland 2021

Einbruch bei den Geschäftsreisen

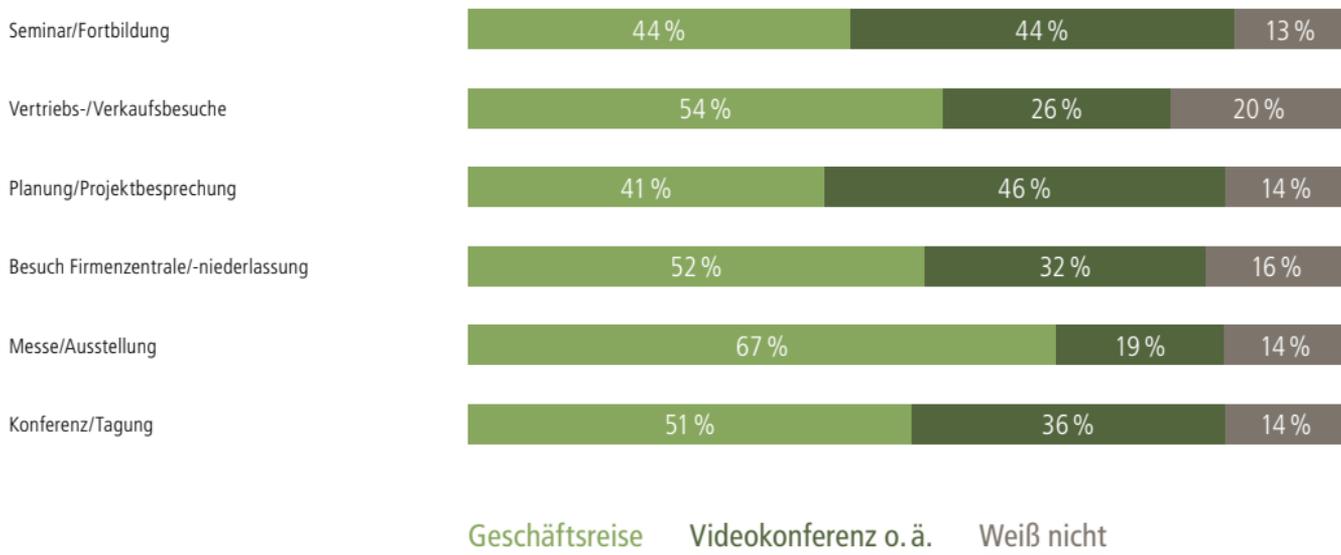
Kennzahlen Übernachtungsgeschäftsreisen* der Deutschen 2021 im Vergleich zu 2019



* Basis: Übernachtungsgeschäftsreisende (2021: n = 2.100; 2019: n = 1.005),
Vergleich Zeitraum Mai 2020 – April 2021 und Mai 2018 – Mai 2019
Quelle: FUR/Deutsches Institut für Tourismusforschung/NIT: RA Business 2019 und 2021

Geschäftsreise oder digitale Alternative?

Diese Formate werden in Zukunft bevorzugt*

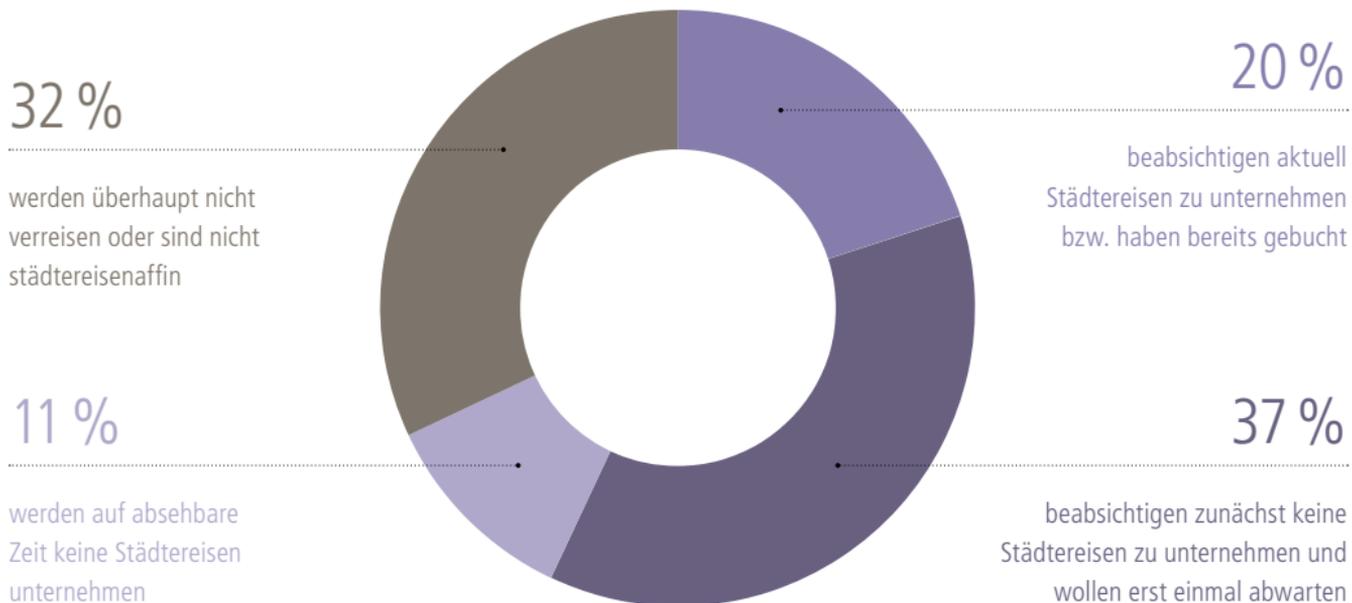


* Basis: Übernachtungsgeschäftsreisende (n = 2.100), Frage: Wenn Sie persönlich in Zukunft die Wahl zwischen einer Geschäftsreise mit Übernachtung und einer Videokonferenz haben, wozu tendieren Sie bei den folgenden geschäftlichen Reiseanlässen? Abweichungen zu 100 % sind rundungsbedingt.

Quelle: FUR/Deutsches Institut für Tourismusforschung/NIT: RA Business 2021

Städtereisen in Wartestellung

Potenzial* für private Städtereisen in der deutschen Bevölkerung

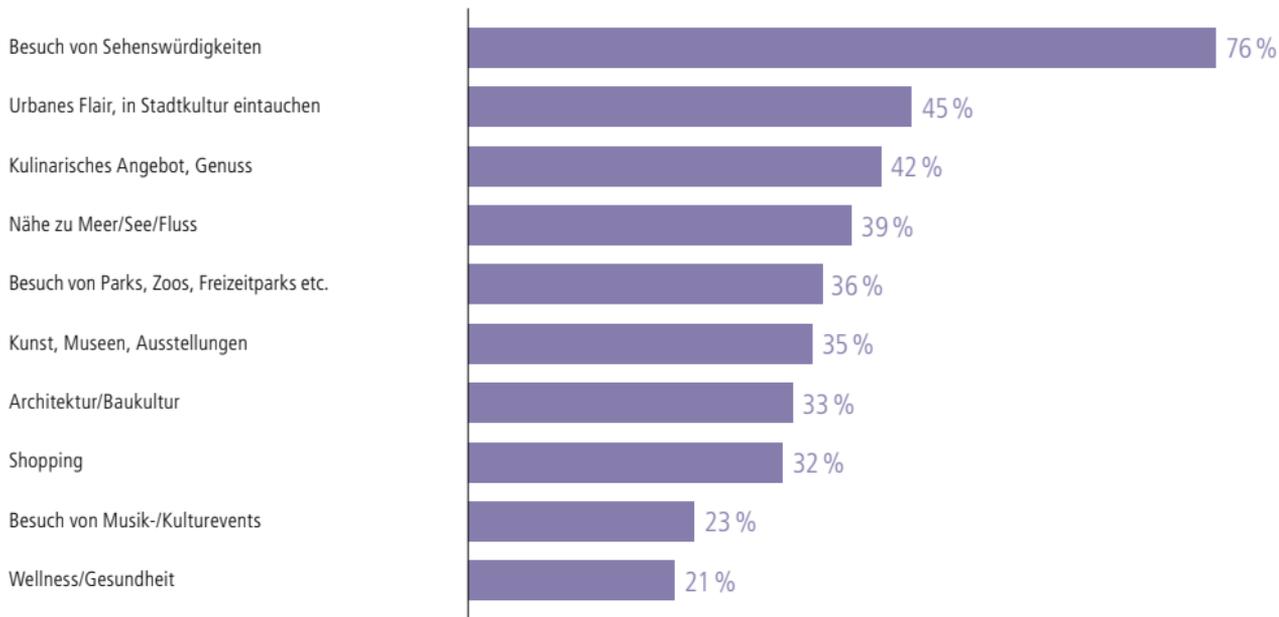


* Basis: alle Befragten (n=6.984), Frage: Unternehmen Sie aktuell private Städtereisen?
Befragungszeitraum: November – Dezember 2021

Quelle: DTV/ETI/SET (2022): Städtereisenstudie 2021: Insightwissen für den Städtetourismus während und nach Corona

Sightseeing ist für die Meisten ein Muss

Die häufigsten Motive* für private Städtereisen

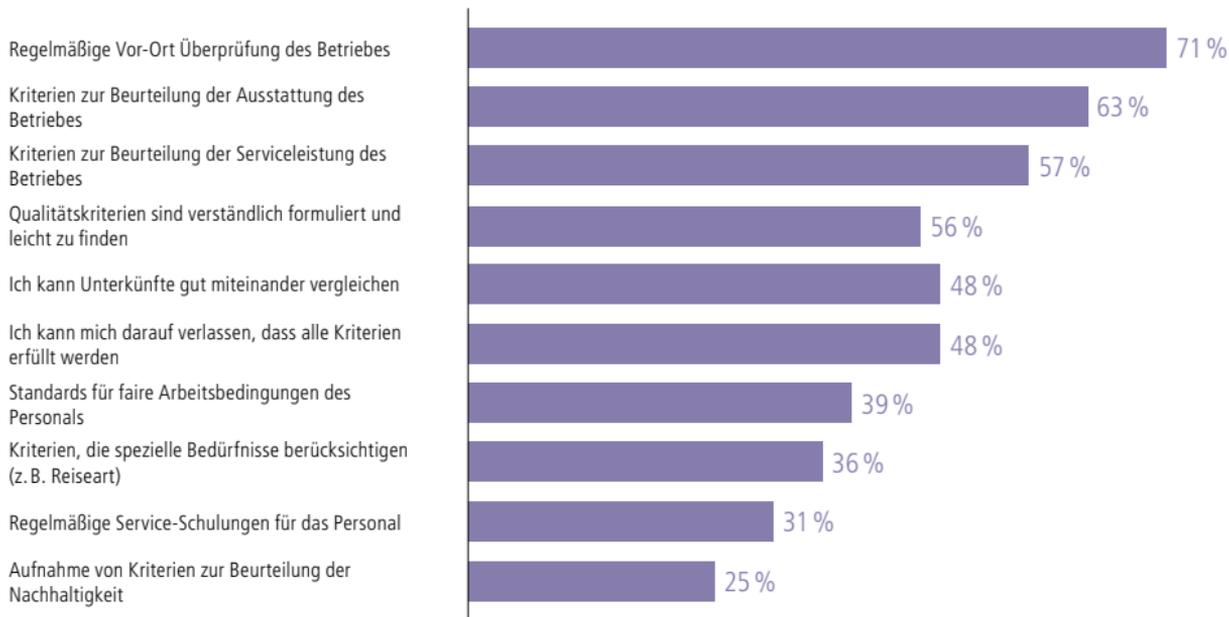


* Basis: Städtereisen-Affine (n = 5.037), Frage: Aus welchen Gründen unternehmen Sie in erster Linie private Städtereisen? (Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: DTV/ETI/SET (2022): Städtereisenstudie 2021: Insightwissen für den Städtetourismus während und nach Corona

Qualität mit Brief und Siegel

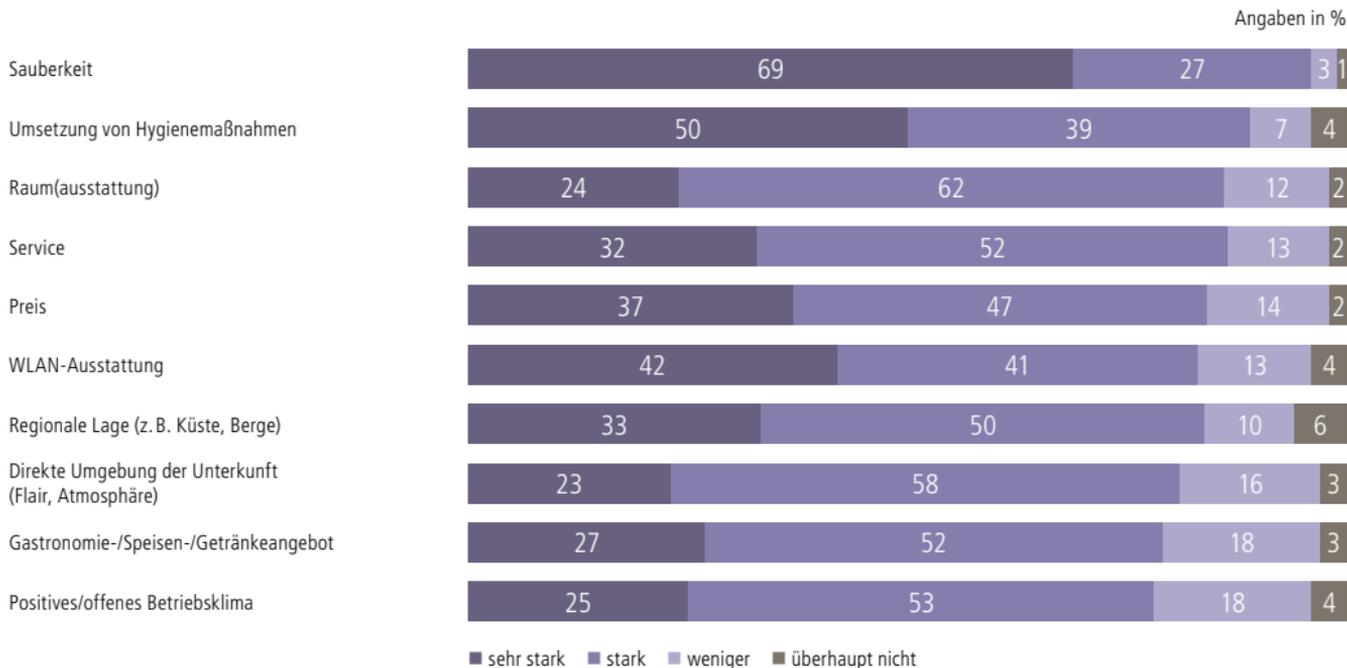
Darauf kommt es dem Gast bei Qualitätsinitiativen an



* Basis: repräsentative Bevölkerungsbefragung zum Thema Qualitätsmanagement (n = 866), Frage: Was erwarten Sie generell von Qualitätsinitiativen/-klassifizierungen/-siegeln im Deutschland-Tourismus? (Mehrfachnennungen möglich)
Quelle: DTV/dwif (2022): Kleine und mittelständische Unternehmen resilient und zukunftsfähig aufstellen mit Hilfe von Qualitätsinitiativen/-management

Sauberkeit ist Spitzenreiter

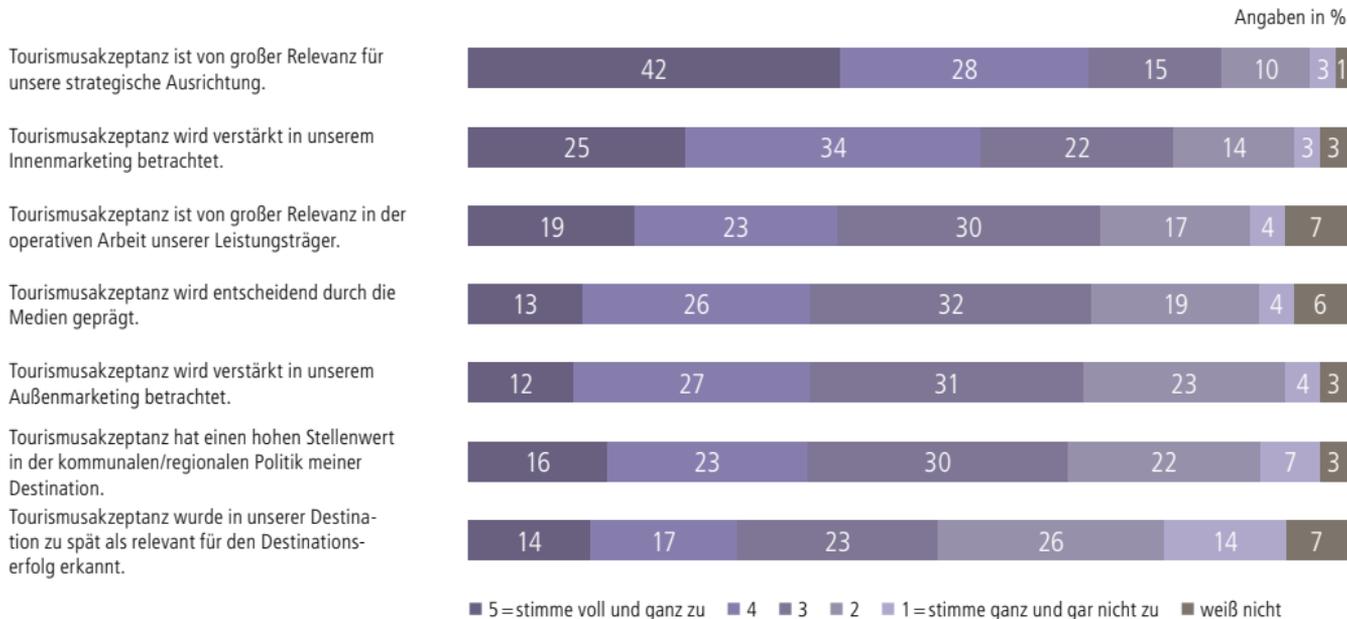
Die wichtigsten Qualitätsmerkmale von Unterkünften für den Gast



* Basis: repräsentative Bevölkerungsbefragung zum Thema Qualitätsmanagement (n=984), Frage: Inwieweit sind die nachfolgenden Aspekte Ihrer Meinung nach für die Qualität einer Unterkunft im Reiseland Deutschland entscheidend?
Quelle: DTV/dwif (2022): Kleine und mittelständische Unternehmen resilient und zukunftsfähig aufstellen mit Hilfe von Qualitätsinitiativen/-management

Tourismusakzeptanz ist Zukunftsthema

Relevanz des Themas Tourismusakzeptanz in den Destinationen

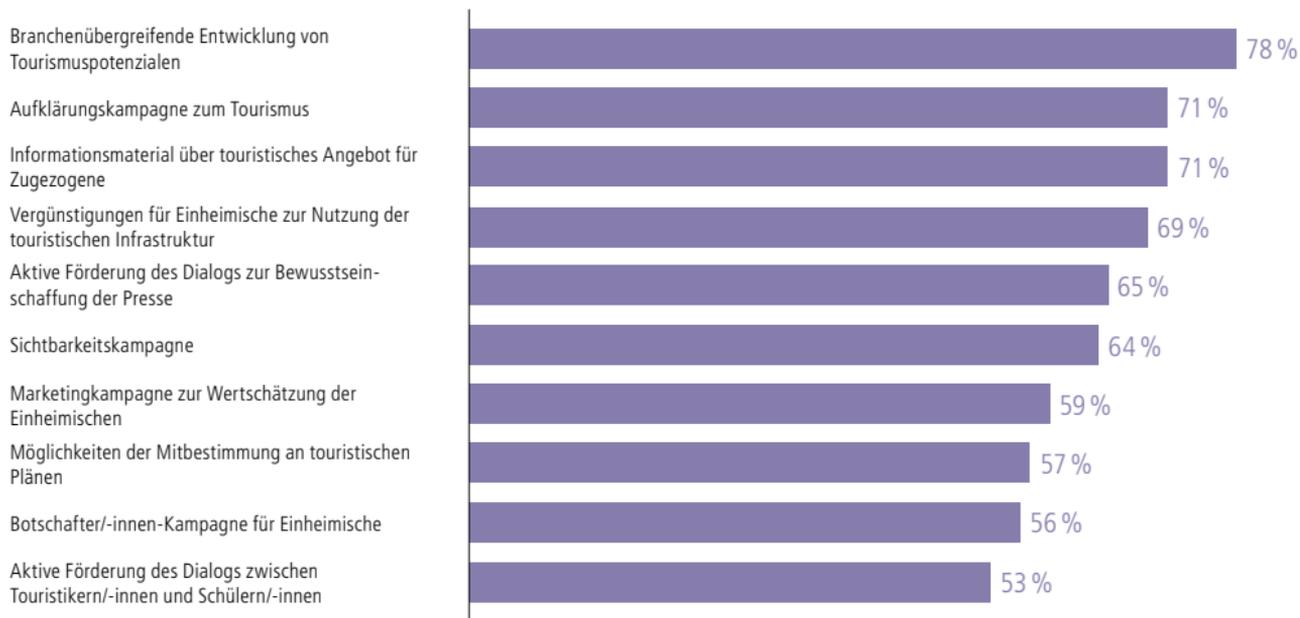


* Basis: Destinationsmitarbeitende (n = 615), Frage: „Nachfolgend geht es um die gegenwärtige Relevanz von verschiedenen Aspekten im Tätigkeits- und Verantwortungsbereich Ihrer Organisation. Inwieweit stimmen Sie den nachfolgenden Aussagen zu?“ Rundungsbedingt kann die Summe der Einzelwerte von 100% abweichen.

Quelle: Deutsches Institut für Tourismusforschung (FH Westküste)/DTV (2022): Tourismus im Einklang mit den Einheimischen vor Ort möglich machen: Förderung der Tourismusakzeptanz

Top 10: Maßnahmen zur Akzeptanzsteigerung

Bewertung der Erfolgsaussichten* aus Destinationsperspektive



* Basis: Destinationsmitarbeitende (n=615), Frage: „Inwieweit beurteilen Sie die folgenden Maßnahmen für die Steigerung der Tourismusakzeptanz der Einheimischen in Ihrer Destination als erfolgsversprechend, unabhängig davon, ob die jeweilige Maßnahme in der Vergangenheit bereits eingesetzt wurde?“ Top-2-Werte.

Quelle: Deutsches Institut für Tourismusforschung (FH Westküste)/DTV (2022): Tourismus im Einklang mit den Einheimischen vor Ort möglich machen: Förderung der Tourismusakzeptanz



Marketinginformation

Sicher unterwegs. Mit dem Deutschland- Reiseschutz.

Gute Gründe für Ihre Gäste:

- Lückenlose Absicherung aller wichtigen Risiken vor und während der Reise
- Mobil- und Schlüsselschutz immer inklusive
- Einfacher Versicherungsabschluss über alle 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

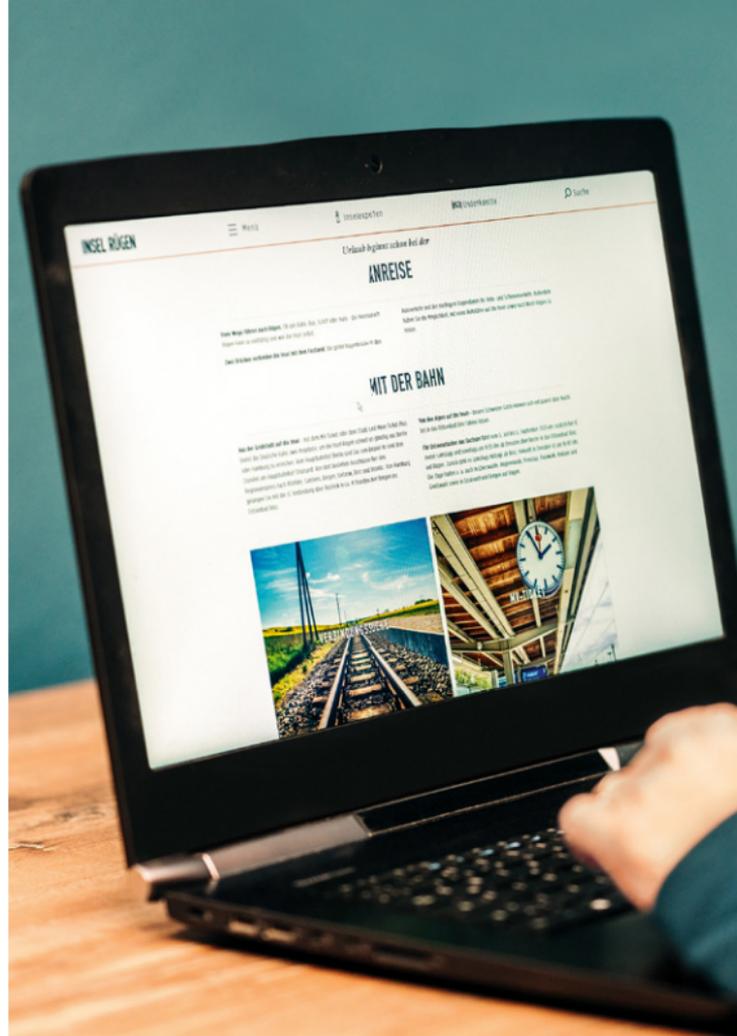
ERGO
Reiseversicherung



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

Huberta Sasse, Anita Wittke

Grafische Gestaltung

Lothar Ruttner, ruttner.org

Bildnachweis

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

April 2022