



Deutsche Zentrale für
Tourismus e. V.

WELCOME



Willkommen

Reiseland Deutschland

www.deutschland-tourismus.de



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

Baiersbronn, 14.11.2006

Zukunftstrends im Tourismus

Petra Hedorfer

Vorsitzende des Vorstandes

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

ÜBER UNS

:: Die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.



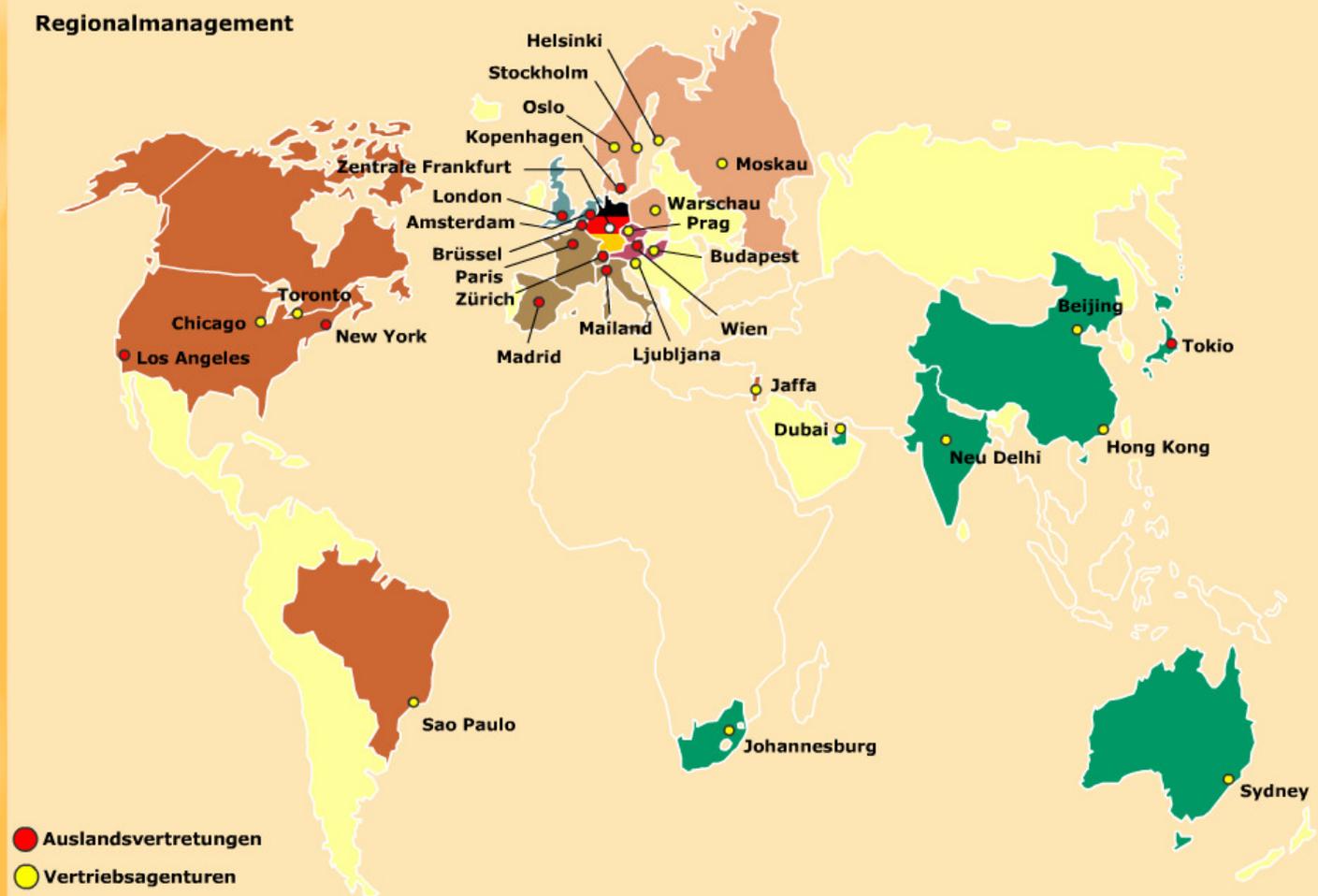


Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

ÜBER UNS

- Amerika/Israel
- Nordwesteuropa
- Südwesteuropa
- Südosteuropa
- Nordosteuropa
- Asien/Australien/Südafrika
-
- Marktbearbeitung über
Regionalmanagement

Regionalmanagement





Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

7 Trends im Deutschland-Tourismus und weltweit

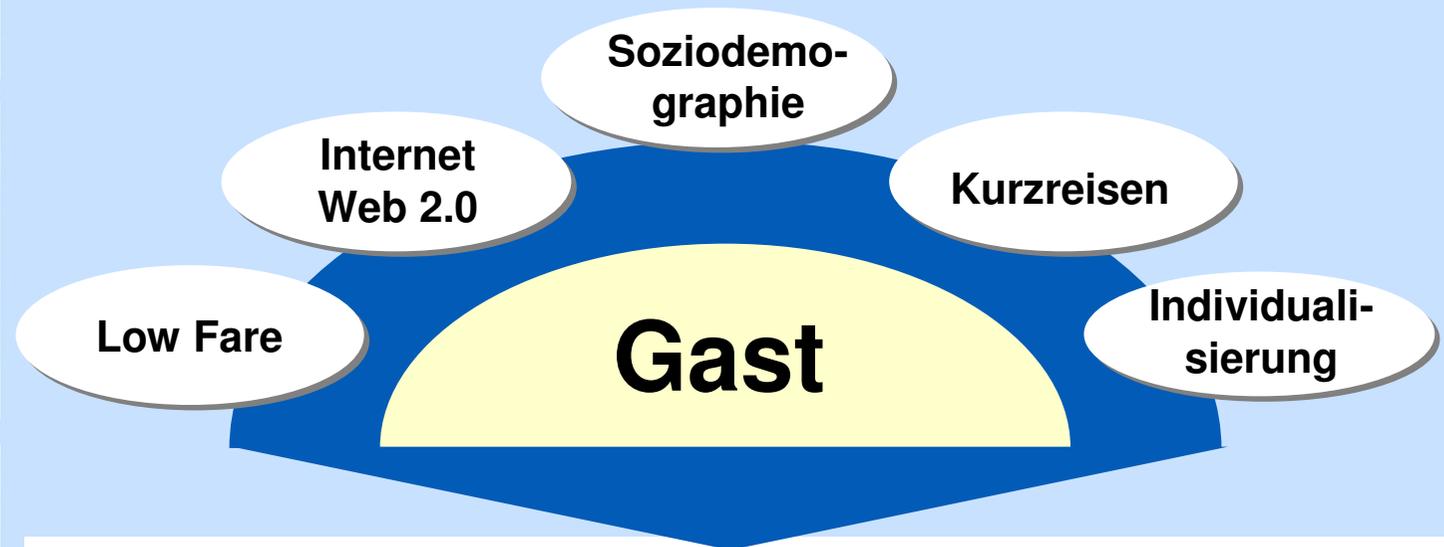


Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.



1. TOURISMUS-TRENDS WELTWEIT

**:: Weltweite Tourismustrends verstärken sich
und ergeben ein neues Gästeprofil**



Internationale Reisen

Quelle: UNWTO/DZT/IPK 2006



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

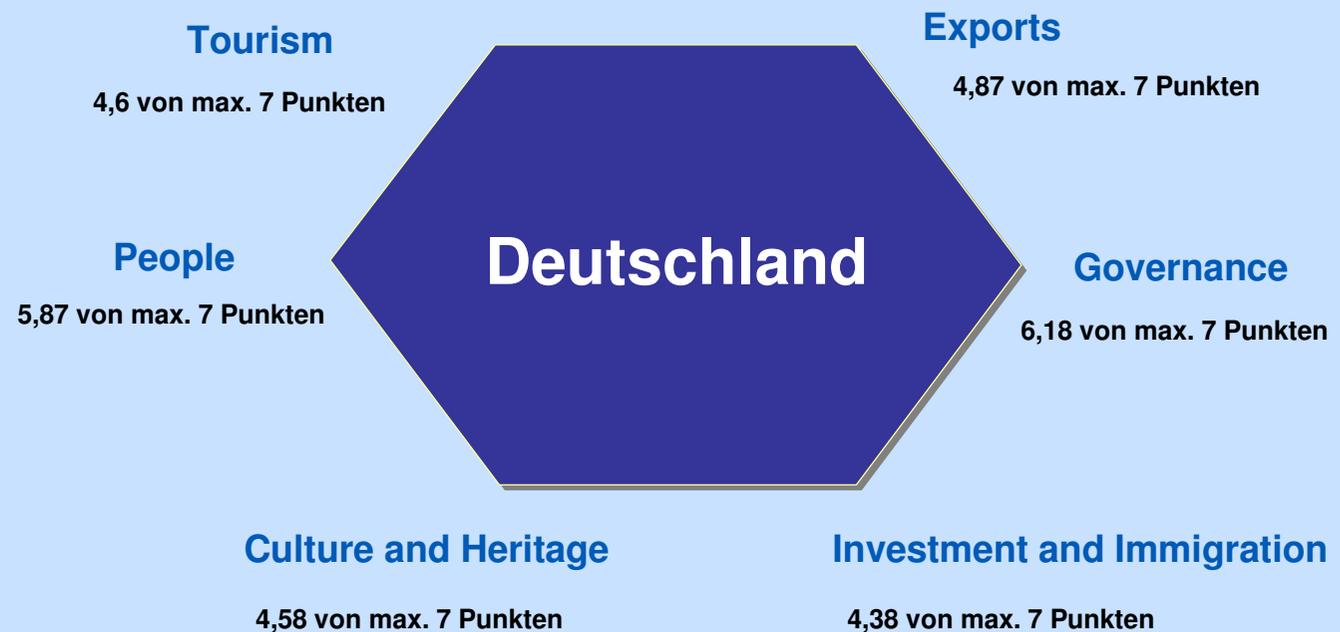
Das Ansehen Deutschlands
im Ausland hat sich
deutlich verbessert:

1. Großbritannien
2. Kanada
3. Deutschland
4. Schweiz
5. Italien
6. Frankreich

Quelle: Anholt-GMI-Nation-
Brands-Index 2006

2. DEUTSCHLAND LIEGT WELTWEIT IM TREND

:: Der Anholt-GMI-Nation-Brands-Index und TNS
Infratest zeigen deutliche Imagebewegungen
für Deutschland im Ausland



Quelle: Anholt-GMI 2005



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

ERFOLGSFAKTOR FIFA WM 2006™

:: Drei Erfolgsdimensionen der FIFA WM 2006 für den Tourismus



Wirt- schaft- lichkeit

- Zuwachs der Übernachtungen
- Zuwachs des BIP
- Verminderung von Verdrängungseffekten

Image Ausland

- Deutschland als Reiseland für Freizeit-
und Geschäftsreisen
- Entwicklung neuer Zielgruppen und -märkte
- Deutschland als exzellenter Standort

Image Inland

- Tourismus als Standortfaktor
- Selbstbewusstsein/Gastfreundschaft
- Deutschland als Reiseland

**Nach-
haltiger
Erfolg**



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.



ERFOLGSFAKTOR FIFA WM 2006™

:: Deutschland und die Deutschen erhielten durchweg positive Noten

Aussagen zu Deutschland



Basis: Alle Befragten / Anteile Top-2-Boxes in Prozent auf einer Skala von 1-5, prozentuiert auf gültige Nennungen

Quelle: TNS Infratest im Auftrag der DZT 2006



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

3. TREND DEUTSCHLAND- TOURISMUS

**:: Der Wachstumskurs aus dem Ausland wird
2006 erfolgreich fortgesetzt**

	2005 An- künfte Mio.	2005 Übernach- tungen Mio.	Wachs- tum 05/04 %	Jan-Sep* 2006 Übernach- tungen %
Ausländische Gäste	21,50	48,2	+ 6,4	+ 10
Deutsche Gäste	99,07	295,7	+ 0,8	+/- 0
Gesamt	120,57	344,0	+ 1,6	+ 2

Quelle: Statistisches Bundesamt 2005/2006 Beherbergungsstatistik inkl. Camping, *vorläufig



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

Übernachtungen
inkl. Camping

Ba-Wü.	2005
Ausland	6.571.528
Inland	33.929.568
Alle	40.501.096



BAIERSBRONN

:: Aktuell zeigt sich in Baiersbronn ein positiver Trend bei den Auslandsübernachtungen

Übernachtungen Baiersbronn	2005	05/04 %	Jan-Sep 06/05 %
Ausland	76.296	+ 6,5	+ 16,1
Inland	633.515	- 0,8	- 1,1
Gesamt	709.811	+/- 0,0	+ 0,8

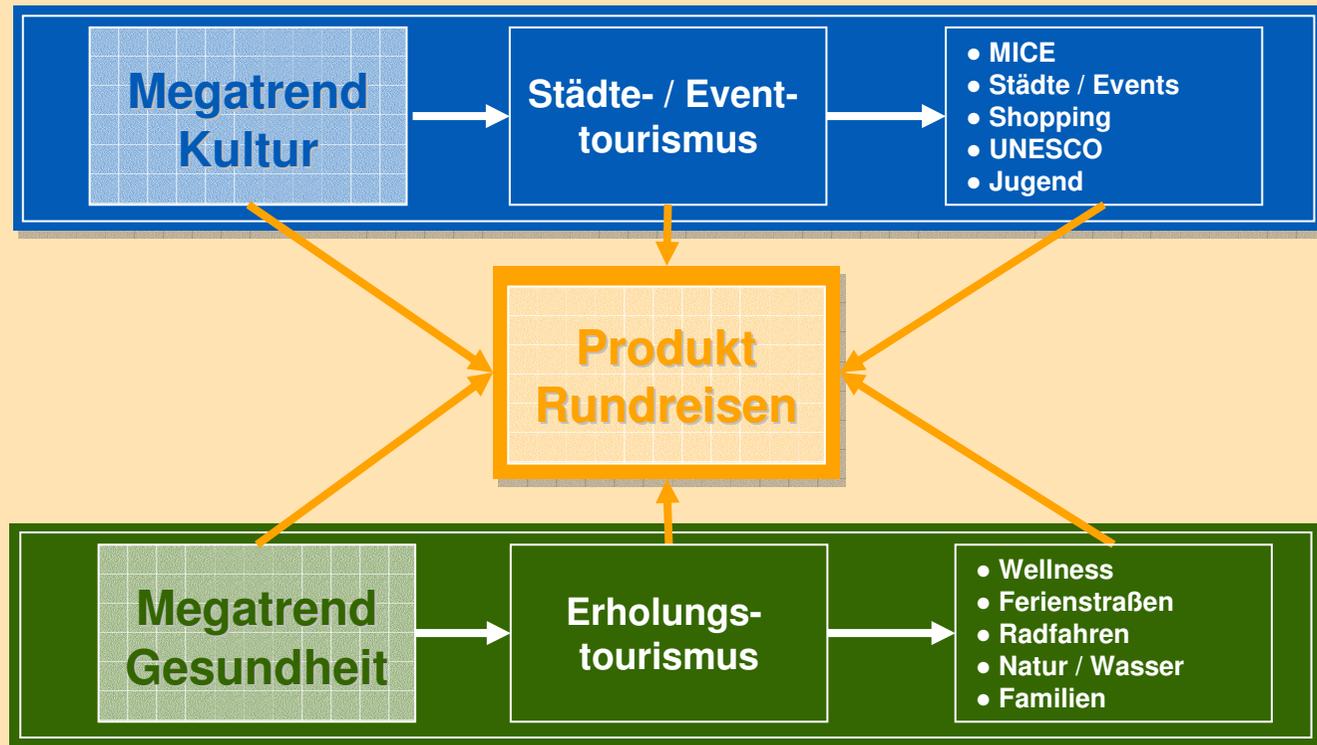
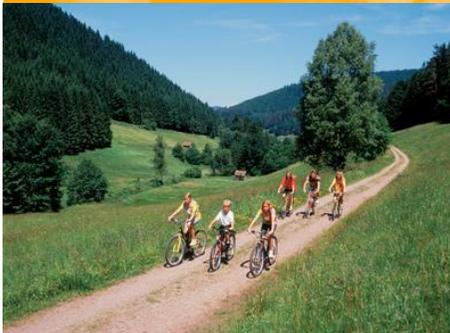
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2006



Deutsche Zentrale für
Tourismus e. V.

4. WELTWEITE MEGATRENDS

:: Kultur und Gesundheit sind die Megatrends im Tourismus weltweit





Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

STÄDTE- UND EVENT-
TOURISMUS

MEGATREND KULTUR: ZUKUNFT DES STÄDTETOURISMUS

:: Großstädte und Metropolen profitierten 2005 sowohl vom wachsenden Incoming als auch von einer starken Inlandsnachfrage



Quelle: Statistisches Bundesamt 2006



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

STÄDTE- UND EVENT-
TOURISMUS

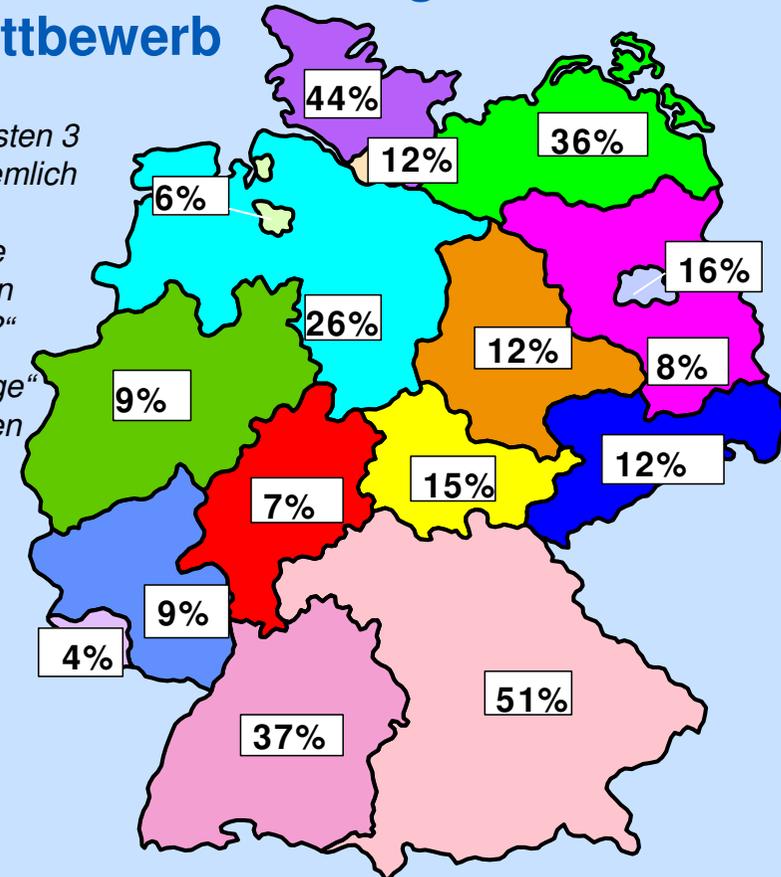
Bayern,
Schleswig-Holstein und
Baden- Württemberg
auf den Plätzen 1-3,
Berlin und Hamburg
mit 16% bzw.
12% auch bei den
Reisezielinteressen
von fünf Tagen
und mehr nachgefragt

MARKTPOTENZIALE BUNDESLÄNDER URLAUB

:: Die Reisezielinteressen bis 2008 zeigen Chancen im innerdeutschen Wettbewerb

Frage: „Planen Sie innerhalb der nächsten 3 Jahre (also 2006, 2007 oder 2008) „ziemlich sicher“ eine Urlaubsreise in eine oder mehrere dieser Regionen? Und welche dieser Regionen kommen für Sie in den nächsten 3 Jahren „generell in Frage“?“

(„ziemlich sicher“ und „generell in Frage“ zusammengefasst, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: DZT/RA Sonderauswertung 2006



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

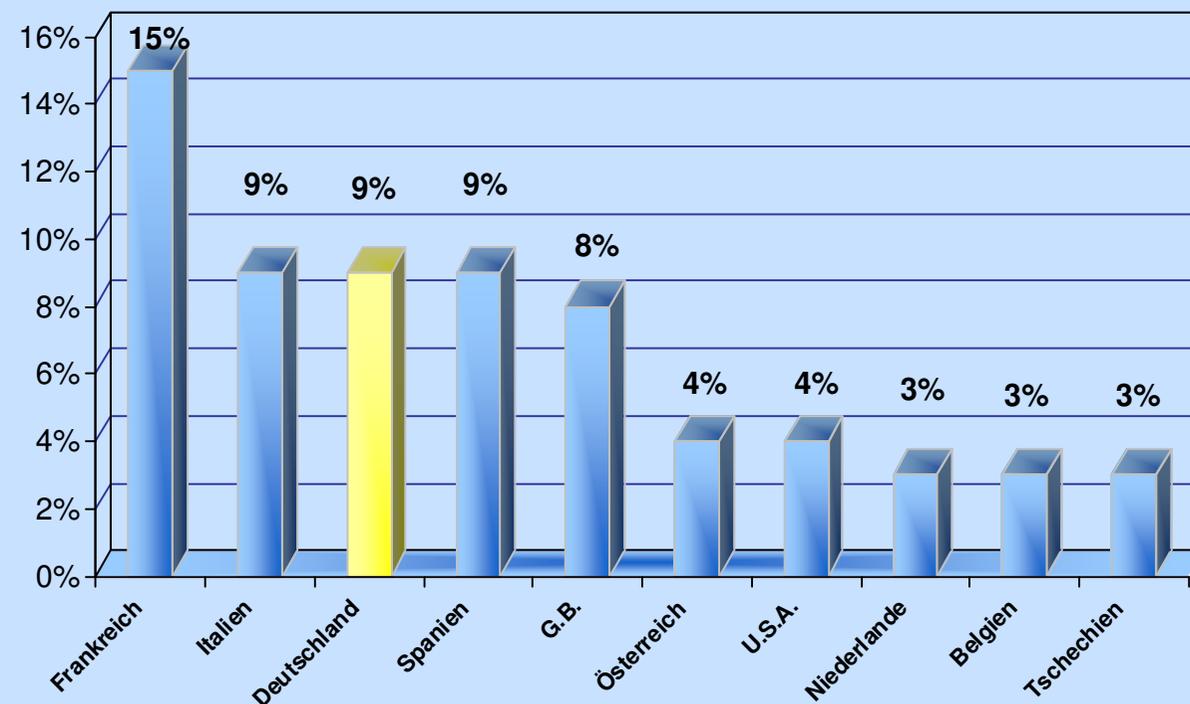
Deutschland ist eines
der führenden Reiseziele
für Kulturinteressierte.
Das dynamische Wachstum
in den Städtezielen basiert
auf einer gesteigerten
Nachfrage nach Kultur
und Events

Marktvolumen Europa
82 Mio. Kulturreisen
Europa +1,7%/Jahr

Marktvolumen Deutschland
7 Mio. Kulturreisen
Deutschland +5,0%/Jahr

MEGATREND KULTUR: KULTURREISETRENDS IN EUROPA

**:: Seit 2000 konnte Deutschland 20% mehr
Kulturreisen aus Europa generieren und liegt als
Kulturreiseziel der Europäer an 3. Stelle weltweit**



Quelle: World Travel Monitor, DZT/IPK 2005, Reisen ab einer Übernachtung



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.



MEGATREND KULTUR

:: Deutschland belegt einen internationalen Spitzenplatz mit seiner großen Auswahl an kulturellen Institutionen und Veranstaltungen

Deutschland bietet:

- rund 6.000 Museen bundesweit
- zirka 10.000 Sonderausstellungen jährlich
- über 400 Opern- und Theaterhäuser
- mehr als 100 große Sinfonieorchester
- über 10.000 Volksfeste und 220 Freizeit- und Themenparks

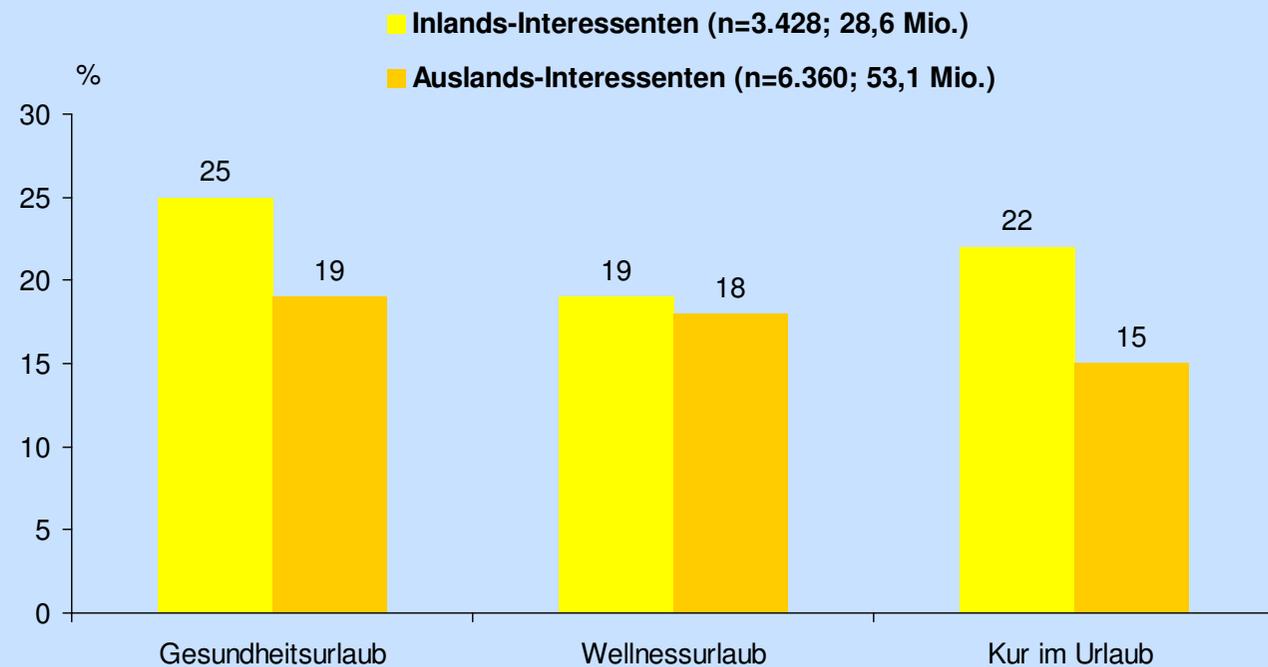
Über 3 Millionen Veranstaltungen jährlich!



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

MEGATREND WELLNESS: WELLNESSREISEN

**:: Im Inland sind Gesundheitsurlaub und Kur
bedeutende Marksegmente mit Wettbewerbsvorteil**



Quelle: DZT/RA Sonderauswertung 2006



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

Direktbuchungen und
Reisebüros
stehen im Inland
Im Vordergrund

5. TREND MULTICHANNELING

:: Multichanneling im Vertrieb bestimmt die Nachfrage im Deutschland-Tourismus

Buchungsstellen in % Urlaubsreisen	Inland	Ausland
Ferienwohnungs-/Ferienhausanbieter	23	8
Reisebüro	16	54
Hotel	11	5
Touristinformation/Zimmervermittlung	10	2
Direkt beim Reiseveranstalter	8	8
Bahn	7	1
Bus-Unternehmen	4	3
Internetportal ausschließlich Reiseleistungen	3	6
Campingplatz	3	2
Internetportal, das auch RL anbietet	2	2

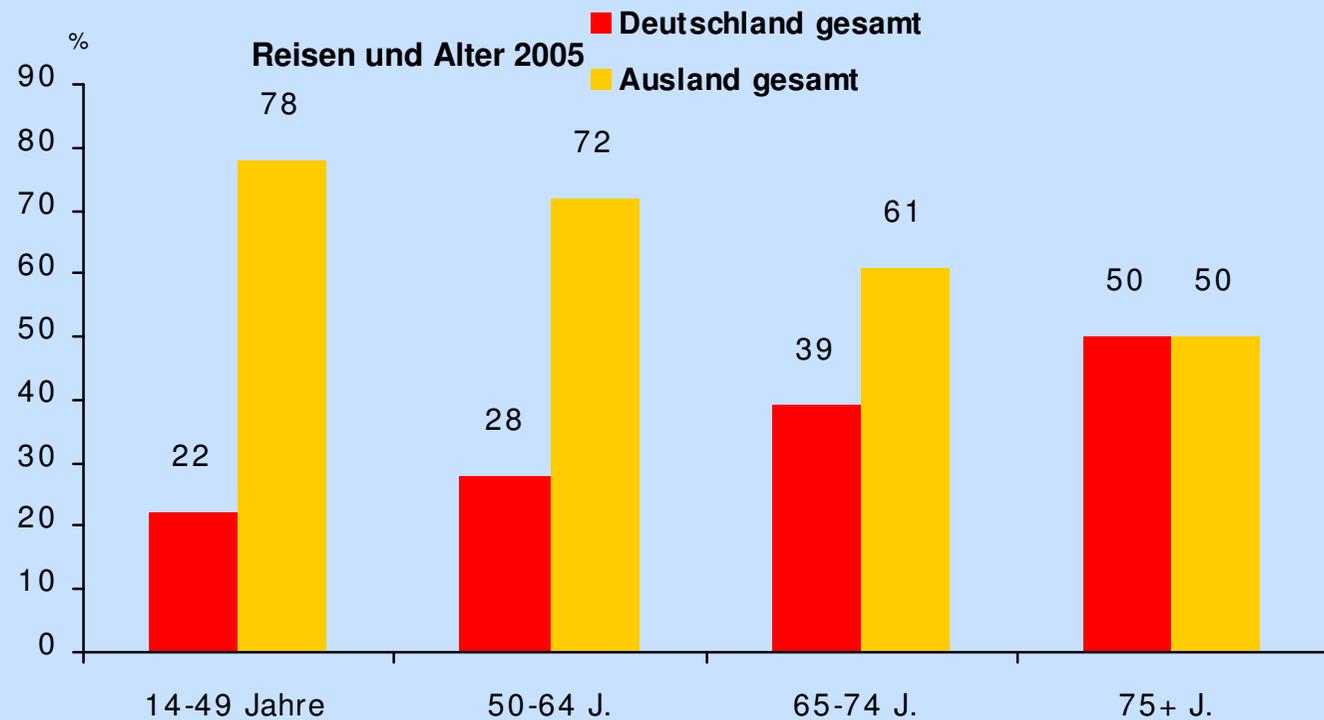
Quelle: RA 2006 Sonderauswertung Buchung



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

6. SOZIODEMOGRAFISCHER WANDEL: URLAUBSREISEZIELE 2005

**:: Deutschland wird als Reiseziel vom
demografischen Wandel profitieren**



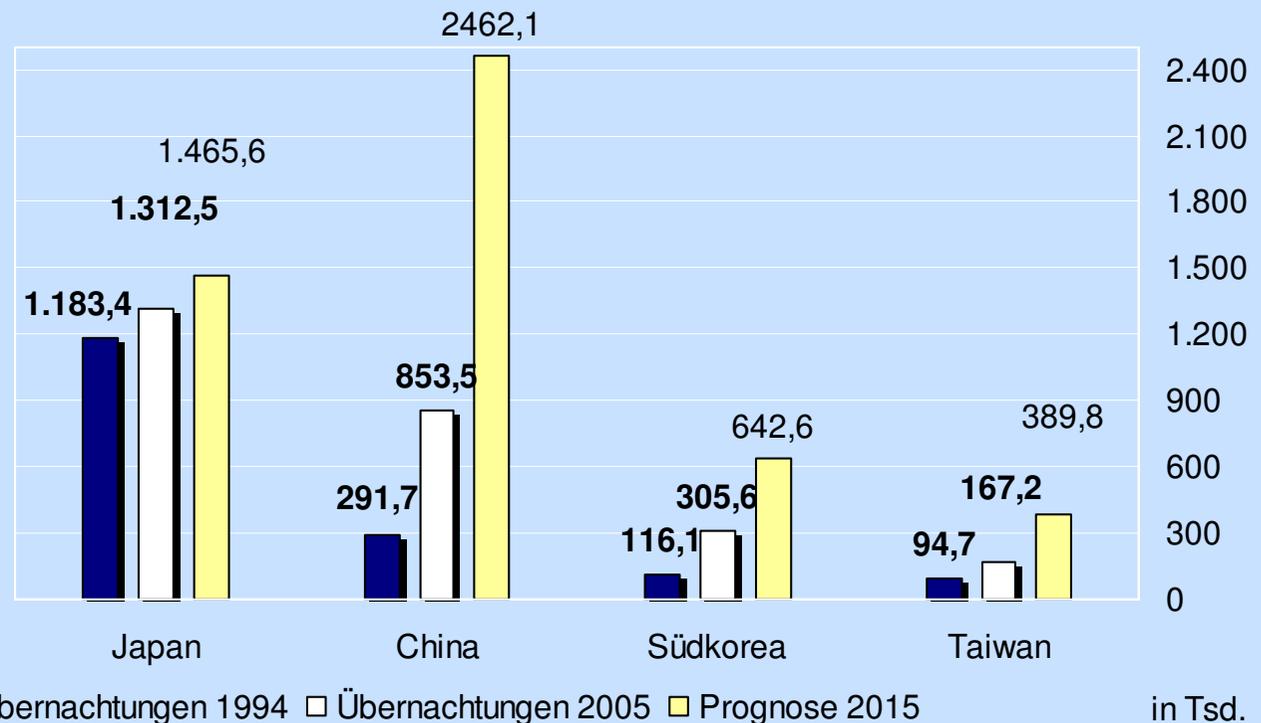
Quelle: DZT/RA Sonderauswertung 2006



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

7. POTENZIALMÄRKTE FÜR DEN DEUTSCHLAND-TOURISMUS: CHINA

**:: China wird für Deutschland mittelfristig
der wichtigste Quellmarkt in Asien**



Quelle: Statistisches Bundesamt, Beherbergungsstatistik, inkl. Camping, Hochrechnung DZT



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

7. POTENZIALMÄRKTE FÜR DEN DEUTSCHLAND-TOURISMUS: INDIEN

:: Der World Travel and Tourism Council (WTTC) bezeichnet Indien als eine der weltweit am schnellsten wachsenden Reisenationen

- **Bis 2020 wird Indien zur drittgrößten Volkswirtschaft wachsen können**
 - jährliche Wachstumsraten von 6%
 - Verdoppelung des pro Kopf Einkommens bis 2020
 - Gesamtpotenzial von 120 Mio. Menschen des indischen Mittelstandes der ca. 1,3 Mrd. Einwohner
- **2005 unternahmen die Inder insgesamt 4,9 Mio. Auslandsreisen:**
 - 53% Urlaubsreisen
 - 37% Geschäftsreisen
 - 11% VFR (Verwandten- und Bekanntenbesuche) und sonstige Reisen
- **2005: Asien (69%) auf Platz 1 der Auslands-Reiseziele der Inder**
Alle Reisen: Europa 18% und Amerika rund 8% Marktanteil
- **Deutschland auf Platz 2 der europäischen Zielgebiete mit 131.000 Reisen – mögliches Wachstum jährlich von durchschnittlich 8%**

Quelle: WTTC; DZT/IPK u.a.





Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

WACHSTUMSPROGNOSEN DER DZT

:: Deutschland kann auch 2006 über Weltniveau mit zusätzlichen Übernachtungen aus dem Ausland von 10 Prozent wachsen (Welt +3/4%)

Traditions- märkte

- Die Traditionsmärkte in Europa und Übersee wachsen 2006 mehr als 8%, vor allem durch zusätzliche Effekte der FIFA WM 2006™

Zukunfts- märkte

- Die Zukunftsmärkte in Asien, den arabischen Golfstaaten und auch Osteuropa haben 2006 ein Wachstumspotenzial von 5-10%

Inland

- Das Inland wächst auch 2006 um ca. 1%, vor allem durch zusätzliche Städtereisen

**Wachstum
2006:
2 %
Gesamt-
über-
nachtungen**

Quelle: DZT Hochrechnung 2006



Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

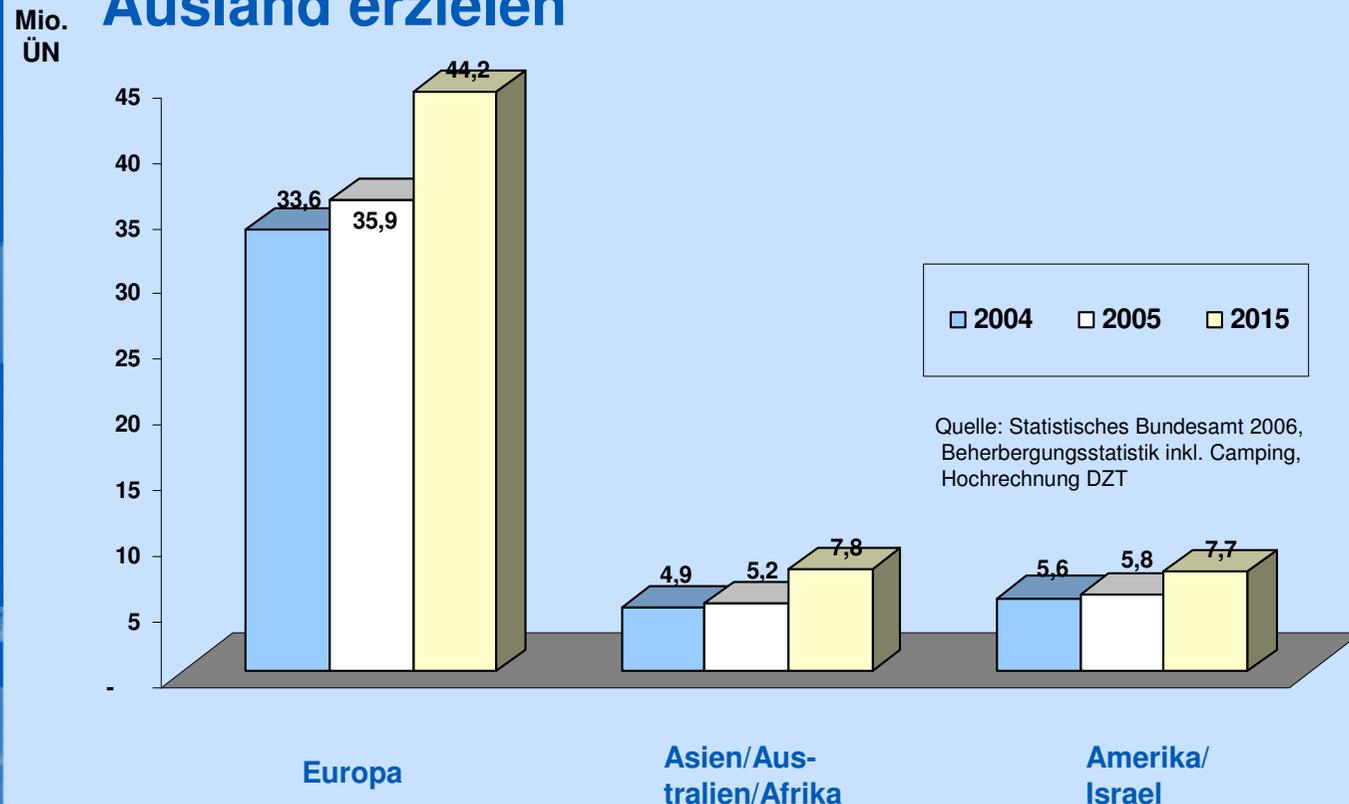
WACHSTUMSPROGNOSE 2015 DER DZT

Wachstum der
Ausländer-
übernachtungen
absolut:

2004-2015: 15,4 Mio.
davon
2004-2005: 2,9 Mio.

Sonstige Länder
2004: 1,3 Mio.
2005: 1,3 Mio.
2015: 1,4 Mio.

**:: Mit erfolgreichem Marketing kann Deutschland
2015 knapp 61 Mio. Übernachtungen aus dem
Ausland erzielen**





Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

Vielen Dank!

Reiseland Deutschland

www.deutschland-tourismus.de