

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Deutschland
Das Reiseland



www.germany.travel

2024

ZAHLEN

DATEN

FAKTEN

ZAHLEN

DATEN

Inhalt

Image	4
Welttourismus	6
Deutschland-Incoming	8
Deutschland-Incoming Europa	11
Deutschland-Incoming Segmente	16
Deutschland-Incoming Übersee	18
EM 2024	26
Event-/Musikveranstaltungen	28
Reiseabsichten	30
Impressum	31



Deutschland-Incoming

85,3

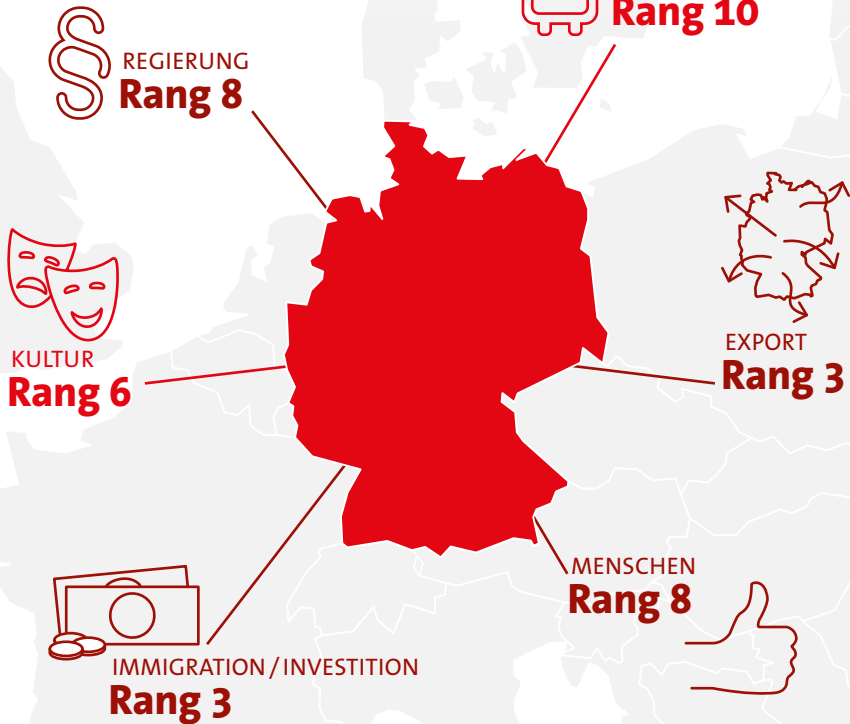
Mio. Internationale
Übernachtungen 2024

Quelle: Statistisches Bundesamt 2025



Deutschlands Image 2024 im Nation-Brands-Gesamtranking auf **Platz 2**

In den europäischen Märkten liegt Deutschland auf **Rang 1.**



NBI untersucht die Reputation eines Landes in sechs verschiedenen Kriterien: Export, Regierung, Kultur, Menschen, Tourismus sowie Immigration/Investition

Quelle: Anholt & Co. NBI® 2024, weltweit 50 Nationen

Key Driver touristischer Attribute



Historische Gebäude



Lebendige Städte



Kulturelles Erbe



Landschaftliche Attraktivität

Quelle: Anholt & Co. NBI® 2024, weltweit 50 Nationen

Internationaler Tourismus
wächst 2024 auf

1.445
Mio. Ankünfte

Quelle: UN Tourism,
Januar 2025, Daten vorläufig



Wieder weltweites Wachstum 2024



+10,7%
Veränderung 2024/23

Quelle: UN Tourism, Januar 2025, internationale Ankünfte, alle Daten vorläufig

Recovery der internationalen
Ankünfte weltweit bei

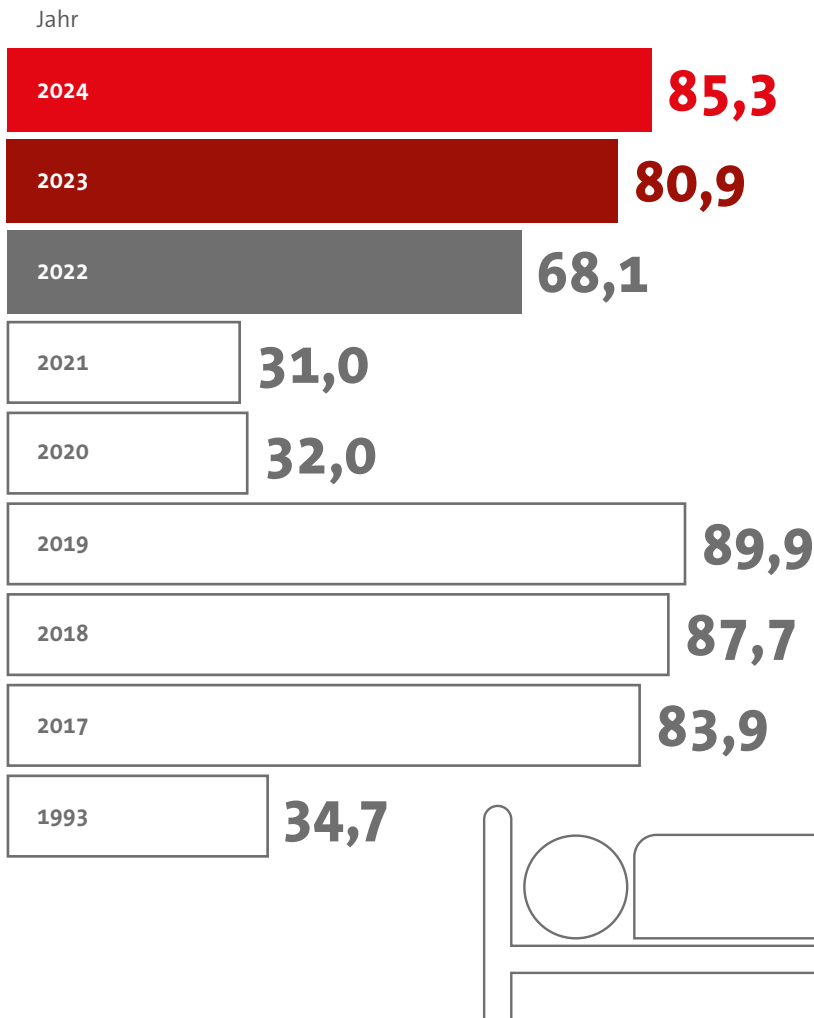
98,7% im Vergleich
zu 2019*

Recovery der Ankünfte in
Deutschland bereits bei

94,8% Jahr 2024 im Vergleich
zum Jahr 2019**

Bis 2019 sind die **Übernachtungen ausländischer Gäste** um **55,2 Mio. gestiegen**

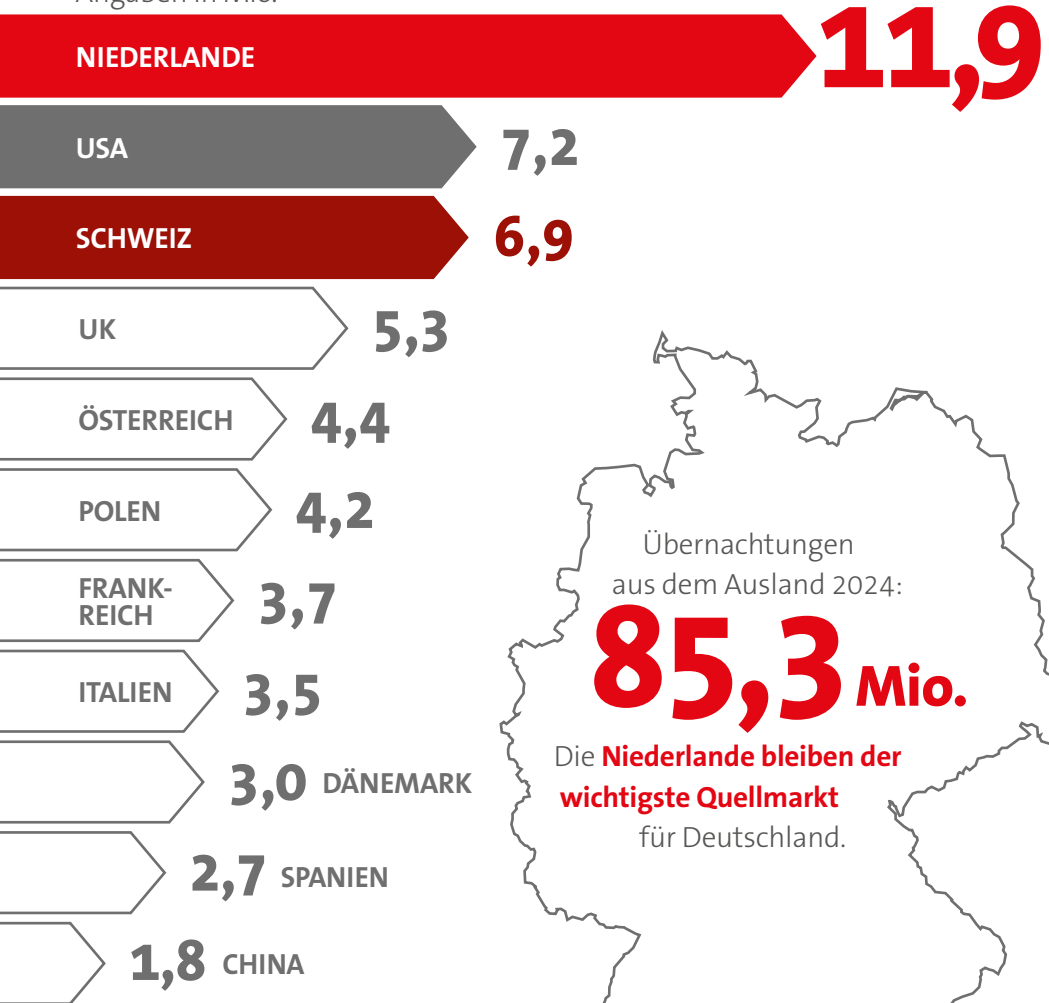
Übernachtungen ausländischer Gäste
in Deutschland in Millionen seit 1993



Quelle: Statistisches Bundesamt 2025, Daten 2024 vorläufig

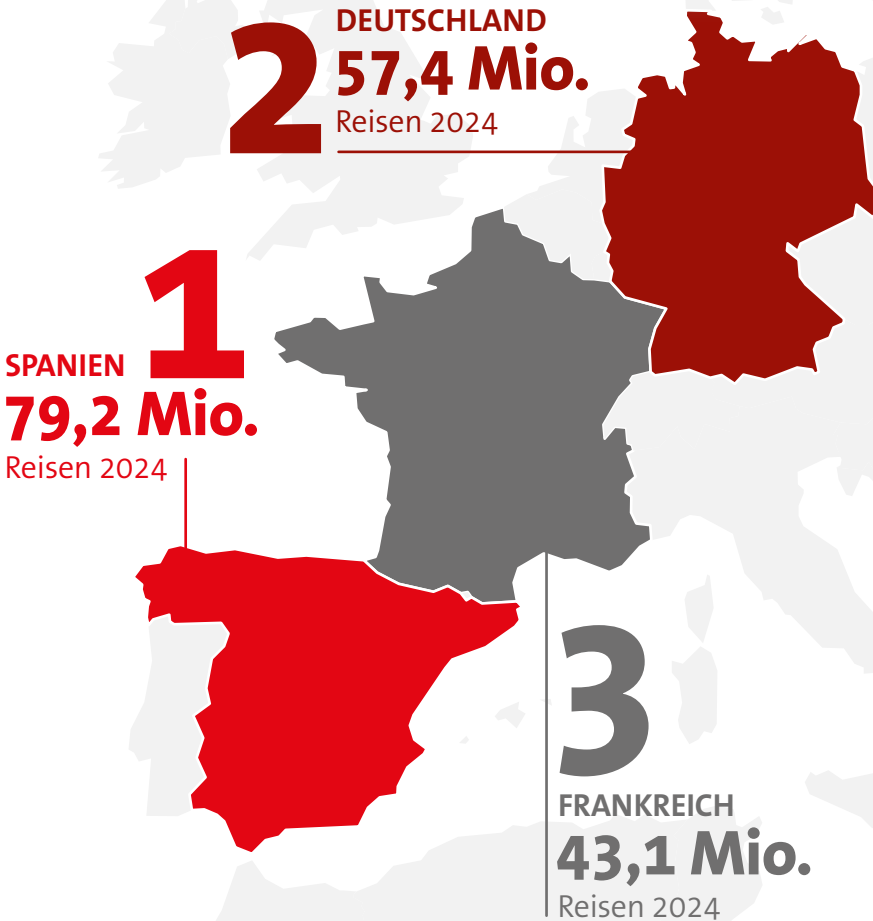
Wichtigste Quellmärkte weltweit für Deutschland 2024

Angaben in Mio.



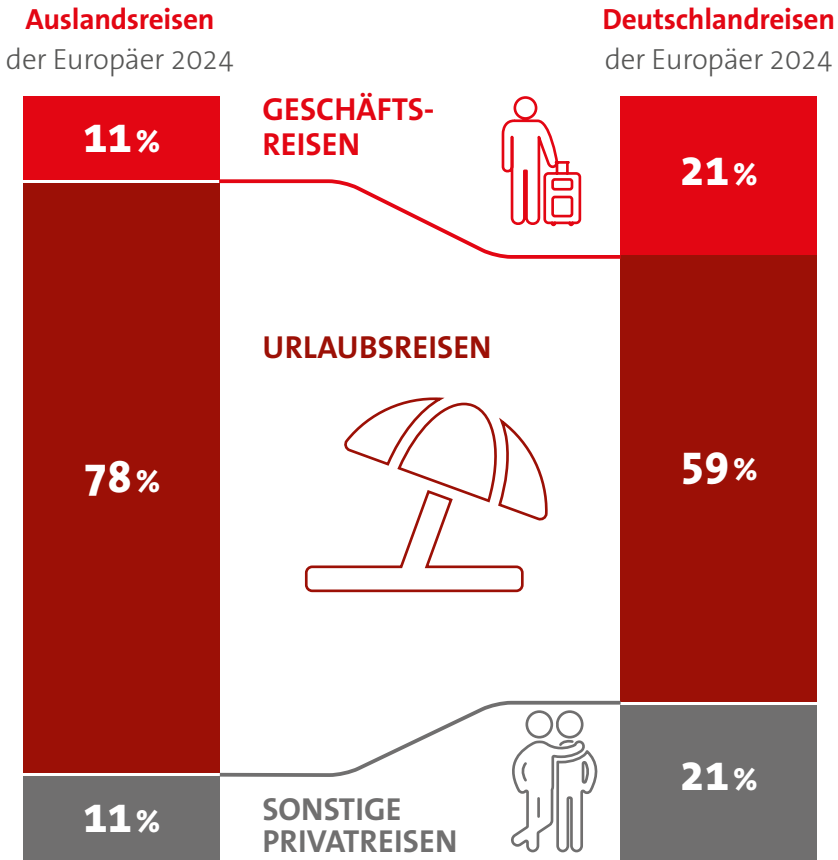
Quelle: Statistisches Bundesamt 2025

Reisen 2024: Destination Deutschland zweiter Platz als Zielmarkt der Europäer



Quelle: DZT/WTM 2024, IPK 2025, alle Daten vorläufig.

Deutschland hat **überproportionale Anteile** am europäischen Geschäftsreisemarkt

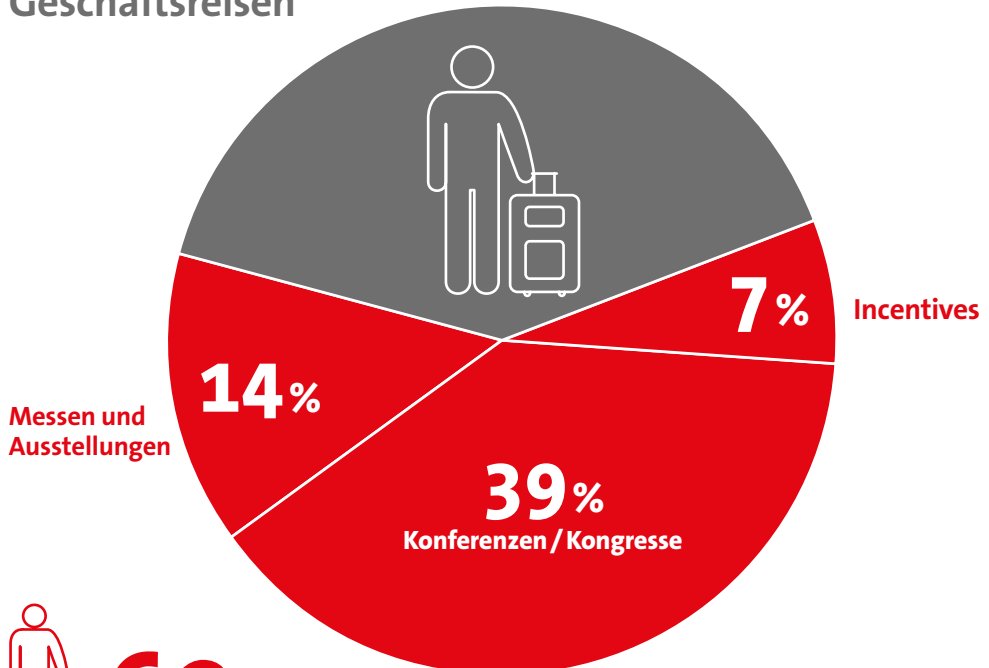


Quelle: DZT/WTM 2024, IPK 2025, alle Daten vorläufig.

Promotable Geschäftsreisen der Europäer nach Deutschland haben 2024 mit **7,1 Mio.** den größten Marktanteil

Gesamtvolumen Geschäftsreisen aus Europa 2024: **11,9 Mio. Reisen**

40% Traditionelle Geschäftsreisen



60%

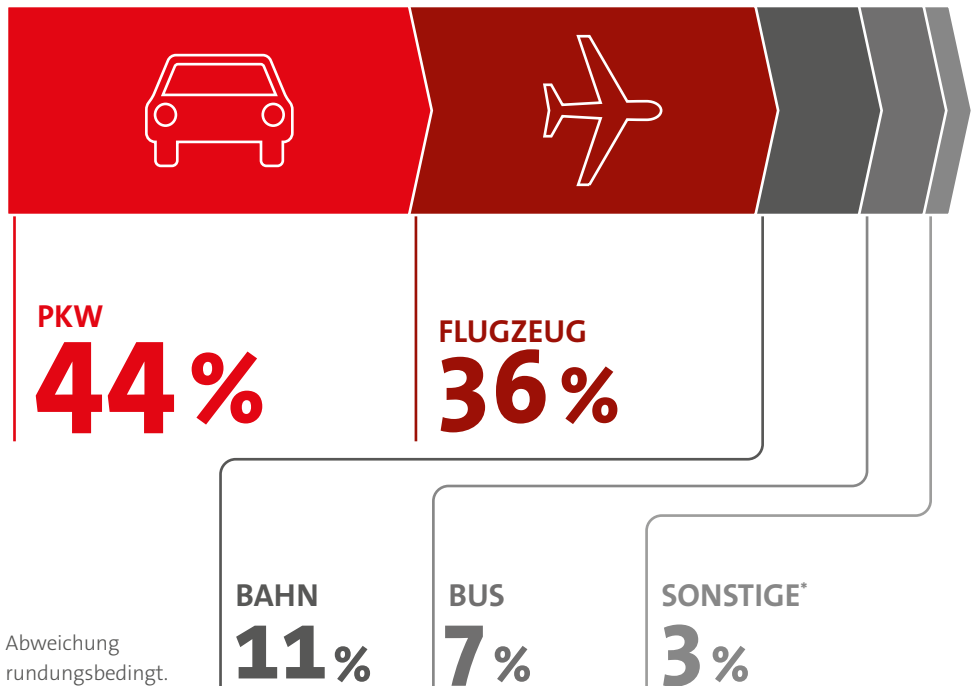
Promotable Geschäftsreisen

Quelle: DZT/WTM 2024, IPK 2025, alle Daten vorläufig.

PKW und Flugzeug sind die wichtigsten Verkehrsmittel bei **Reisen der Europäer** nach Deutschland

Alle Reisen europaweit nach Deutschland 2024: **57,4 Mio.**

Marktanteil



2024 lagen die Reiseausgaben** der Europäer bei Reisen nach Deutschland bei 50,3 Mrd. Euro.

*Schiff, Motorrad, Fahrrad und sonstige Verkehrsmittel; **alle Reiseausgaben für Transport, Unterkunft, Verpflegung, Shopping etc. während des Deutschland-Aufenthaltes sowie im Rahmen der An-, (Weiter-) und Rückreise; Quelle: DZT/WTM 2024, IPK 2025, alle Daten vorläufig.

Buchungsstellen / -kanäle bei Reisen von Europäern nach Deutschland 2024

Die **Multichanneling-Strategie** ist im internationalen Wettbewerb **für Deutschlandreisen ein Muss.**

**DIREKTBUCHUNG
UNTERKUNFT**

28%

REISEBÜRO

15%

**DIREKTBUCHUNG
TRANSPORT**

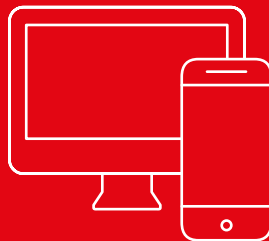
14%

**SONSTIGE
STELLEN***

14%

INTERNET

87%



Anteil
Buchungsstellen
in % (2024)

*Verein, Zeitung, Kirche, Schule, Firmenreisebüro und sonstige Stellen; Mehrfachnennungen möglich, nur Reisen mit Vorausbuchung; Quelle: DZT/WTM 2024, IPK 2025, alle Daten vorläufig.



Ausländerübernachtungen

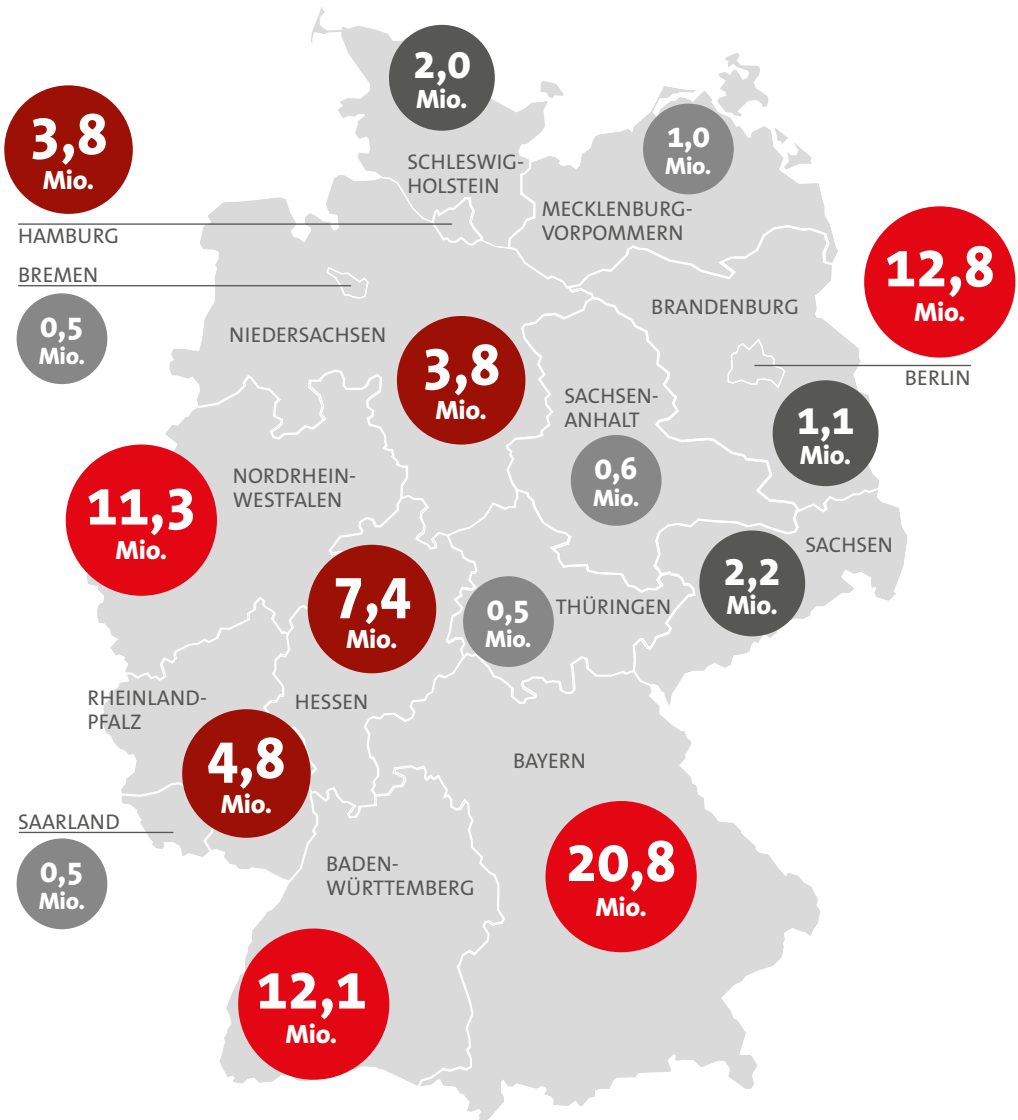
im Jahr 2024

+5,4%

im Vergleich
zu 2023

Quelle: Statistisches Bundesamt 2025

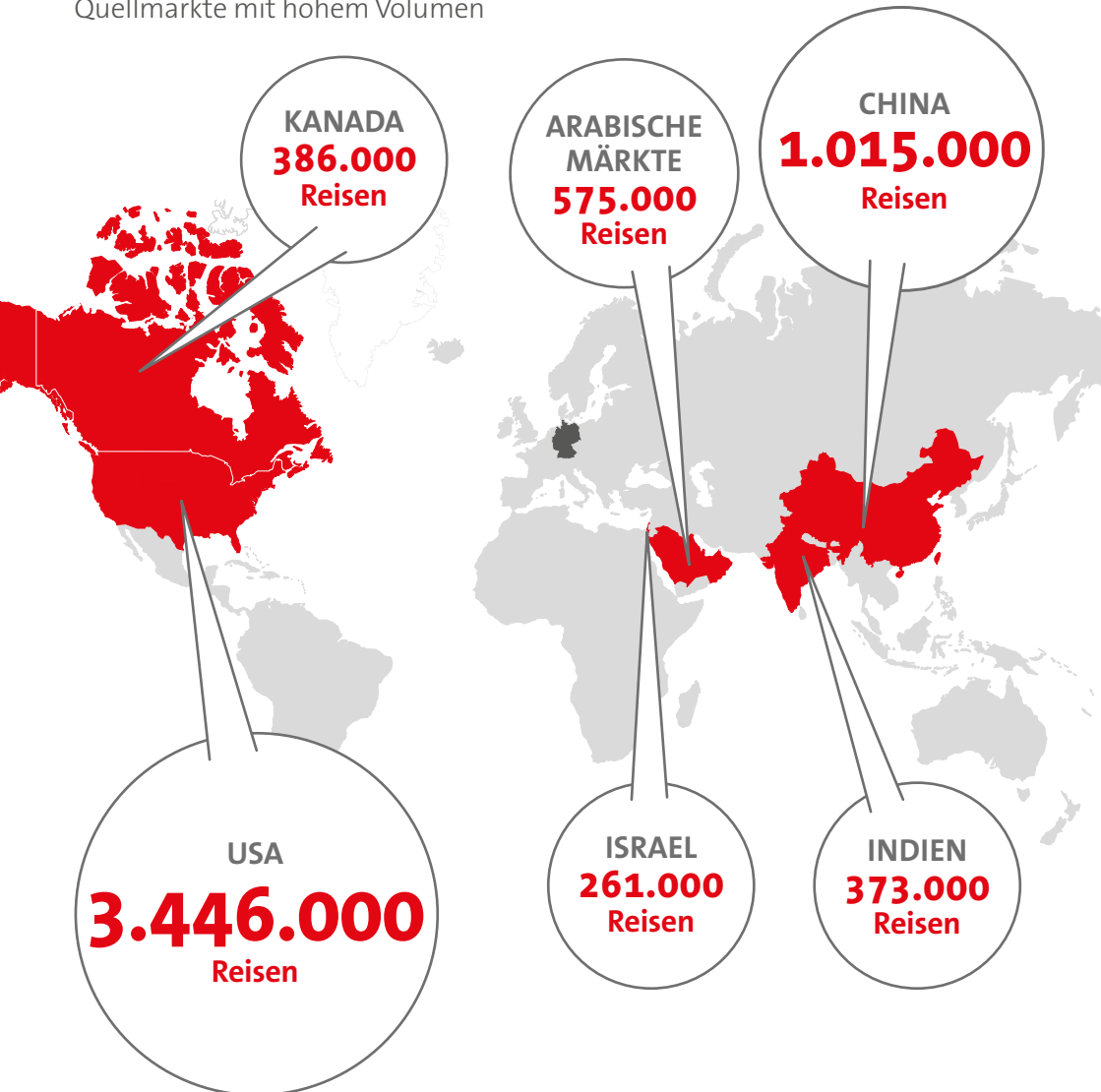
Ausländerübernachtungen nach Bundesländern



Quelle: Statistisches Bundesamt 2025

Incoming aus den Überseemärkten nach Deutschland 2024

Quellmärkte mit hohem Volumen



Quelle: DZT/WTM 2024, IPK 2025

Buchungsstellen / -kanäle bei Reisen aus Übersee nach Deutschland 2024

Die **Multichanneling-Strategie** ist im internationalen Wettbewerb **für Deutschlandreisen ein Muss.**

REISEBÜRO

33%

DIREKTBUCHUNG
UNTERKUNFT

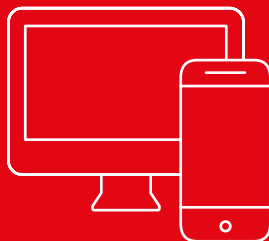
24%

DIREKTBUCHUNG
TRANSPORT

23%

INTERNET

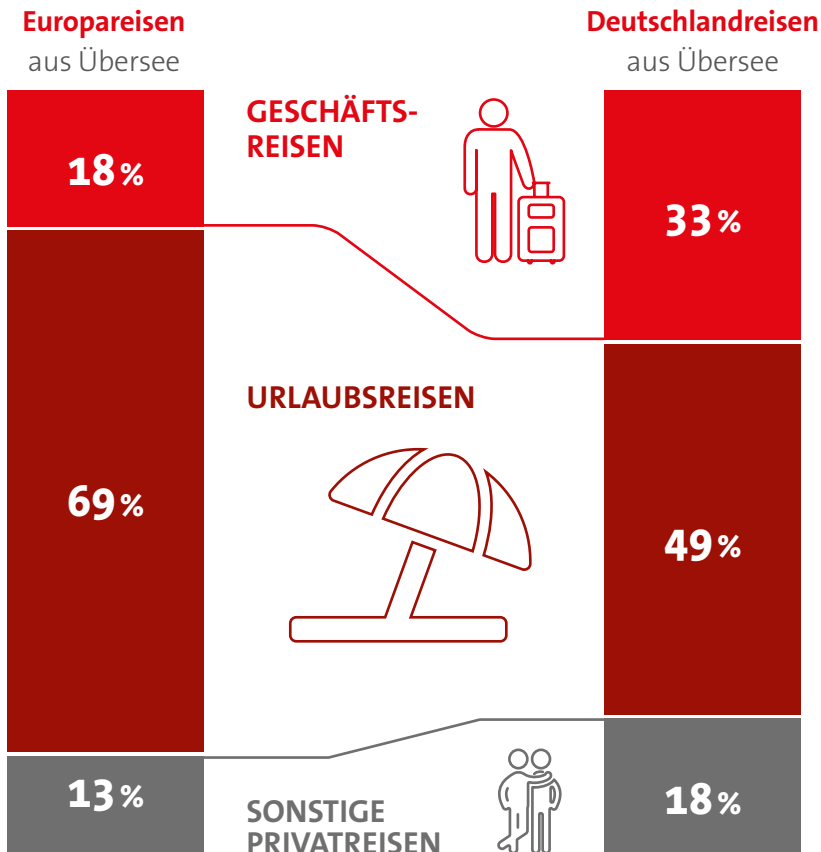
85%



Anteil
Buchungsstellen
in % (2024)

Mehrfachnennungen möglich, nur Reisen mit Vorausbuchung
Quelle: DZT / WTM 2024, IPK 2025, alle Daten vorläufig,

Ein Drittel der Reisen aus Übersee nach Deutschland sind **Geschäftsreisen**

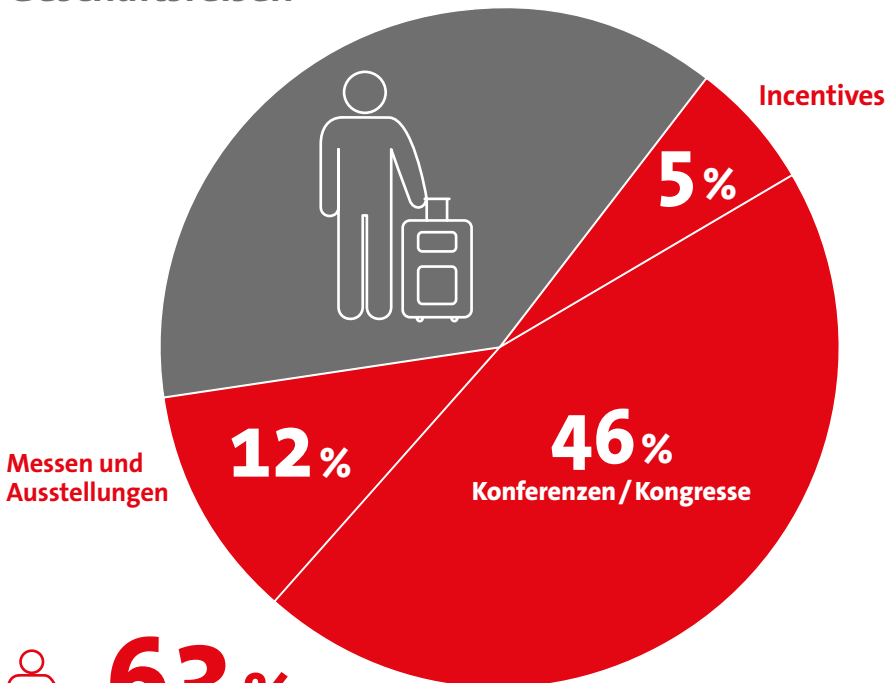


Quelle: DZT/WTM 2024, IPK 2025, alle Daten vorläufig
Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt.

Promotable Geschäftsreisen aus Übersee nach Deutschland haben 2024 den größten Marktanteil

Gesamtvolumen Geschäftsreisen aus Übersee 2024: **2,7 Mio. Reisen**

37% Traditionelle Geschäftsreisen



63%

Promotable Geschäftsreisen

Mehrfachnennungen möglich, nur Reisen mit Vorausbuchung
Quelle: DZT / WTM 2024, IPK 2025, alle Daten vorläufig

Deutsche **Metropolen** weiterhin gefragt

Verteilung der Ausländer-
übernachtungen auf Städte
nach Größenklassen 2024
in Deutschland

58%

in Städten mit über
100 Tsd. Einwohnern

23%

in Städten mit
10 – 100 Tsd.
Einwohnern

19%

in Städten mit
unter 10.000
Einwohnern



Kultur wichtige Facette im weltweiten Deutschland-Marketing

1. Platz für Deutschland als
Kulturreiseziel¹ bei den
weltweiten Reisen der Europäer

21 % aller **Auslandsurlaubsreisen**
in Deutschland sind
Kulturreisen².

Note
1,9 Hohe Gesamtzufriedenheit³
bei Urlaubern aus dem Ausland
für den „**Kultururlaub**“

Quellen: ¹DZT/WTM 2024, IPK 2025; ²Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (Mai 2018 - Okt 2024);

³Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, Skala: 1= äußerst begeistert bis 6 = eher enttäuscht (Mai 2018 - Okt 2024)

Deutschland im Bereich **Nachhaltigkeit sehr gut positioniert**

Deutschland zum
dritten mal in Folge auf **Rang**¹

3

bei der Beurteilung der
Reiseziele nach Angebots-
spektrum im Hinblick auf
Klima- und Umweltschutz/
Nachhaltigkeit

Deutschland auf **Rang**²

The 2024 SDG Index scores:
Germany 83,45/Rank 4 of 167

4

Deutschland auf **Platz**³

14

von 63 Ländern,
**Climate Change
Performance Index
2024 (CCPI)**



Bedeutung der Nachhaltigkeit nimmt weltweit zu

23 % der weltweit Befragten schließen Destinationen ohne nachhaltige Angebote grundsätzlich aus.

„Ich habe einen Zug/Bus für die Anreise gewählt bzw. bei unvermeidbarem Flug den Flug ohne Zwischenstopp“



„Ich nutze vor Ort vor allem öffentliche Verkehrsmittel, lege die Strecken zu Fuß oder mit dem Rad zurück“



„Ich buche ein Eco zertifiziertes Hotel oder übernachte auf einem Eco zertifizierten Campingplatz“



% = Stimme zu / Stimme teilweise zu

Quelle: Nachhaltigkeit & Reisen, Untersuchungsergebnisse aus 27 Quellmärkten, IPK International Oktober 2024/2023/2022

UEFA EURO 2024

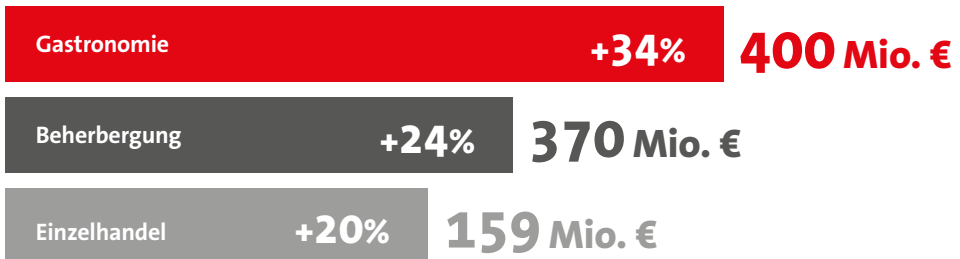
745
Tausend

Internationale Ticket Holder anlässlich der UEFA EURO 2024 in Deutschland generierten bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von **3,5 Nächten ca. 2,6 Millionen Übernachtungen** ^{1,2}

+1,031
Milliarden Euro

induzierte die UEFA EURO 2024 an Konsumausgaben durch internationale Gäste ³

Ausgabekategorien **Beherbergung**, **Gastronomie** und **Einzelhandel** profitieren besonders vom Uplift der internationalen Konsumausgaben während der EURO 2024 ³



Netto-Effekt der Konsumausgaben:

- Steigerung von **+9%** für die Destination Deutschland
- **+29%** für die Host Cities ³

Quellen: ¹ Nielsen Sports / UEFA

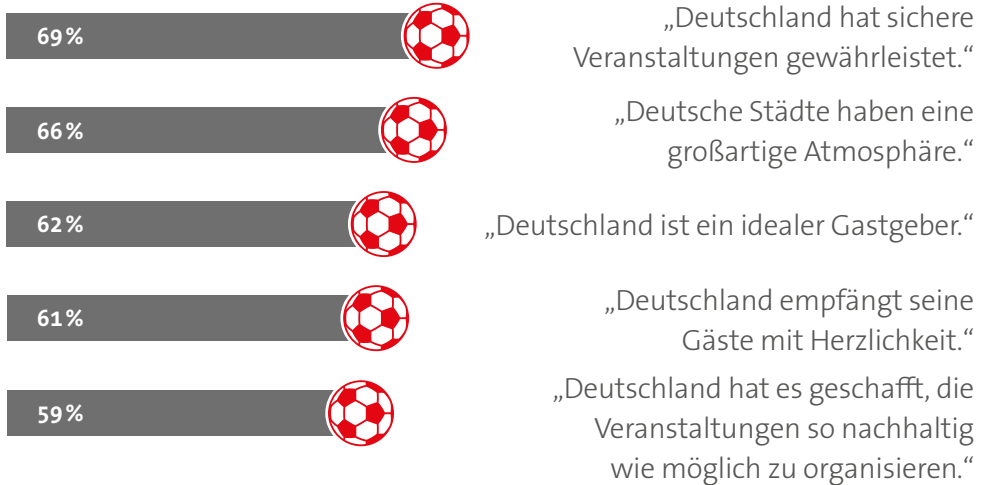
² dwif Qualitätsmonitor, Sonderauswertung zur UEFA EURO 2024

³ Mastercard SpendingPulse Destinations™ Makroreiseindikator für die Tourismusaufgaben aller Zahlungsarten. SpendingPulse Destinations™ leitet den gesamten Tourismusumsatz und den Tourismusumsatz auf Sektorebene ab, indem es die Verkaufstätigkeiten im Mastercard-Zahlungsnetzwerk und umfragebasierte Schätzungen für andere Zahlungsarten (einschließlich Bargeld) aggregiert. Diese Aggregate werden dann angepasst, um makroökonomische Faktoren zu berücksichtigen, so dass sie repräsentativ für die Einzelhandelsausgaben der Verbraucher sind. Zeitraum der EM 2024: 7. Juni 2024 bis 21. Juli 2024 (einschließlich einer Woche vor und nach dem Turnier). Bezugszeitraum: 9-Jun-2023 bis 23-Jul-2023 (entsprechende Wochen des Vorjahres)

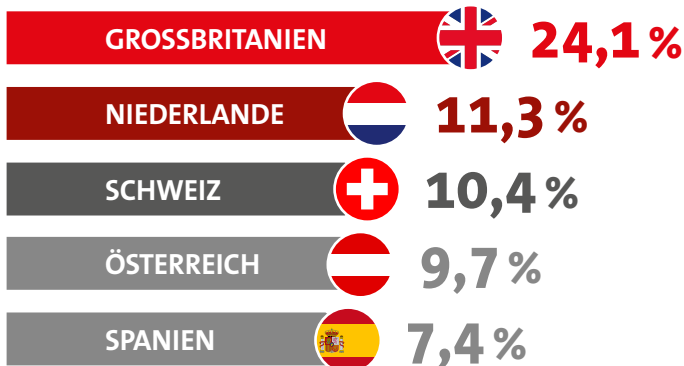
64%

der Besucher der **6 Key Ländern** mit sehr positivem/
positivem Einfluss der UEFA EURO 2024 auf die
Wahrnehmung Deutschlands ⁴

Sicht der Bevölkerung in **6 Key Ländern** auf die UEFA EURO 2024
in Deutschland: ⁴



Top 5 internationale Stadionbesucher Nationen: ²



Quellen:⁴ Simon Anholt Nation Brand Index 2024, Exklusivfragen im Auftrag der DZT e.V., Länderscope: USA, UK, Frankreich, Italien, Polen, China.

Event-/Musikveranstaltungen

Gesamterlöse der Live-Entertainment
Musikveranstaltungen **2023** bereits bei

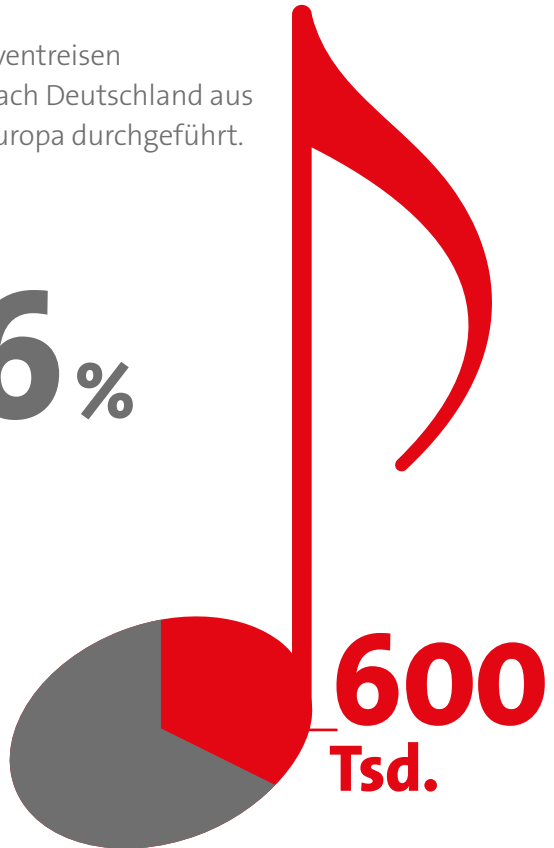
5,6 Mrd. € in Deutschland¹

2024 wurden insgesamt

1,8 Mio. Eventreisen
nach Deutschland aus
Europa durchgeführt.

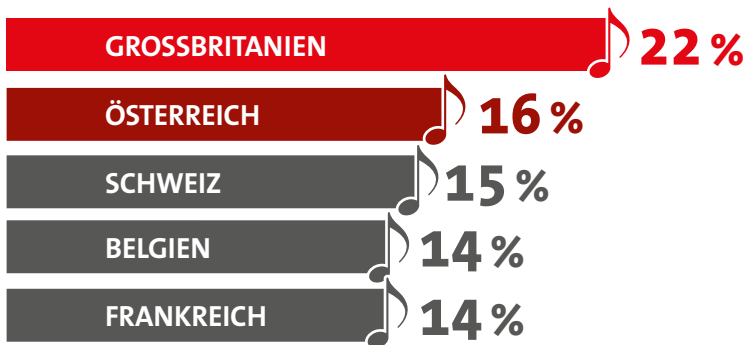
Im Vergleich zu **2023**
ist das ein **plus** von² **+36%**

Circa ein
Drittel
der Eventreisenden gaben an,
auf dieser Eventreise ein
Konzert besucht zu haben.²





Folgende Quellmärkte haben besonders häufig
Veranstaltungen/Events bei ihrem Deutschlandurlaub besucht³



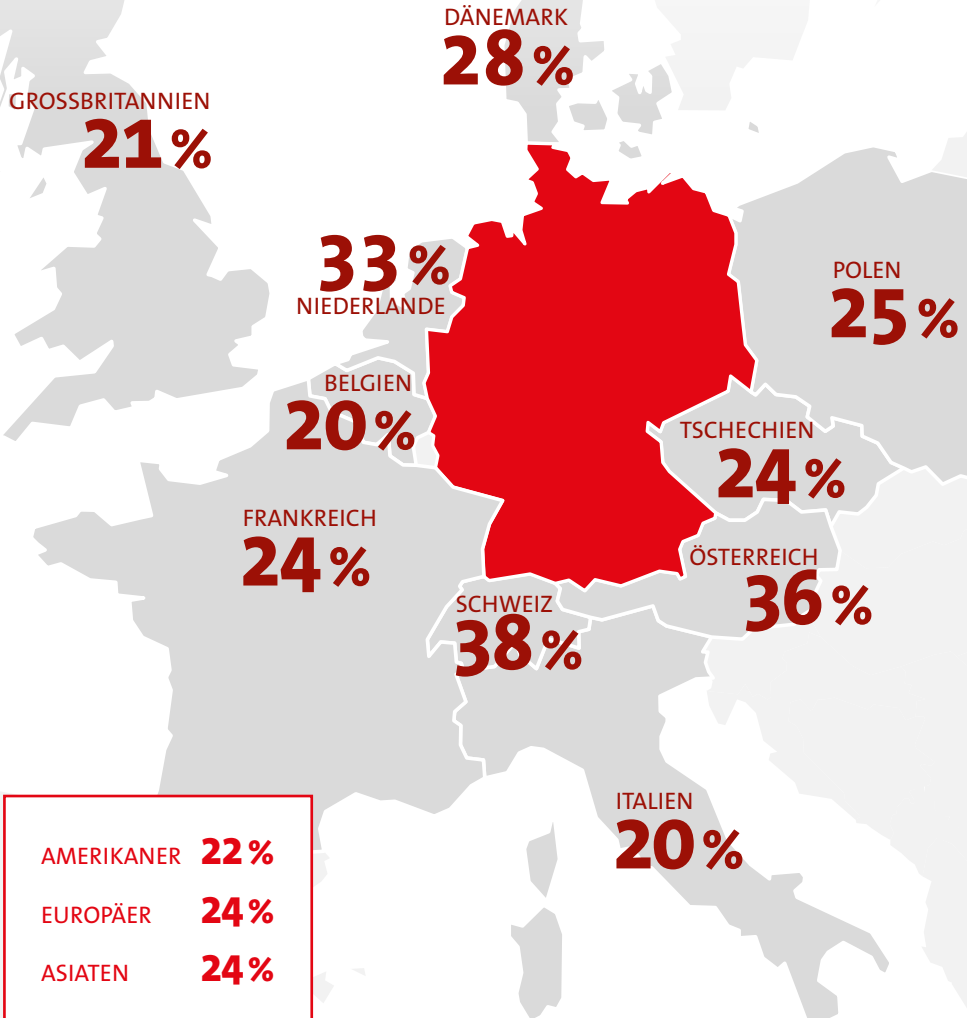
Quelle: Quelle: ¹ Oxford-Economics https://www.oxfordeconomics.com/wp-content/uploads/2024/11/OxEcon_Musikwirtschaftsstudie-2024.pdf?utm_source=Wordpress_landing_page&utm_medium=website&utm_campaign=701Px00000H1ygHIAR, Gesamterlöse (Domestic + Incoming)

² IPK 2025 (WTM 2024)

³ Qualitätsmonitor Jan-Okt 2024

Reiseabsichten 2025

Absicht, in den nächsten 12 Monaten nach Deutschland zu reisen.



Quelle: Nachhaltigkeit & Reisen, Untersuchungsergebnisse aus 27 Quellmärkten, IPK International Oktober 2024

Konzeption und Gestaltung

markenzeichen GmbH
www.markenzeichen.de

Druck

Burger Druck GmbH
www.burger-druck.de

Bildnachweise

S. 2 DZT / Jens Wegener; **S. 5 Foto 1** Regensburg Tourismus GmbH / Julian_Elliot_Photoğrafy, RTG;
S. 5 Foto 2 DZT / Dagmar Schwelle; **S. 5 Foto 3** DZT / Francesco Carovillano; **S. 5 Foto 2** DZT / Jens Wegener; **S. 6** DZT / Jens Wegener; **S. 8** DZT / Francesco Carovillano; **S. 16** DZT / Francesco Carovillano;
S. 25 HMTG / Hans Zaglitsch

Herausgeber:

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt/Main

www.germany.travel

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Deutschland
Das Reiseland 

Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT)
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 974640
Fax +49 69 751903
info@germany.travel



www.germany.travel