



Deutschland braucht die Reisebüros und Reiseveranstalter

© Petra Hedorfer,

Vorsitzende des Vorstandes der
Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)

55. DRV-Jahrestagung in Dubai

15. Oktober 2005



Petra Hedorfer ist seit 2003 Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT). Frau Hedorfer verantwortet damit die globale Bewerbung des Reiselandes Deutschland und leitet die Weiterentwicklung der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) zu einer weltweiten Marketing- und Vertriebsorganisation.

Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

WELCOME

Bienvenue!

Welkom!

Boa vinda!

Benvenuto!

Välkommen!

Willkommen

REISELAND DEUTSCHLAND

WWW.DEUTSCHLAND-TOURISMUS.DE

Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.

WELCOME

**Deutschland braucht die
Reisebüros und Reiseveranstalter**

Petra Hedorfer

Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V.

55. DRV-Jahrestagung und 1. DRV Deutscher Reisebürotag
12. bis 16. Oktober 2005
Dubai

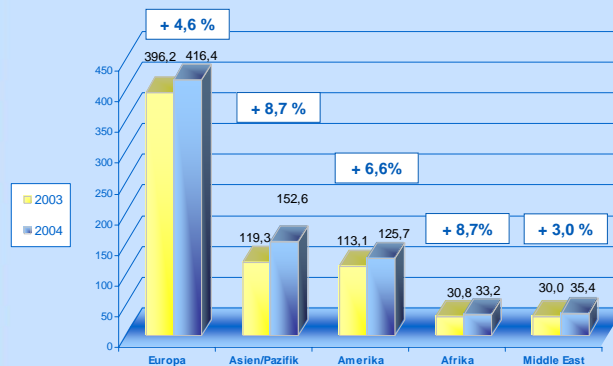
REISELAND DEUTSCHLAND

WWW.DEUTSCHLAND-TOURISMUS.DE



1. Trend
Der weltweite Tourismus
weiter auf Wachstumskurs
mit plus 5,9% in den
ersten sieben Monaten

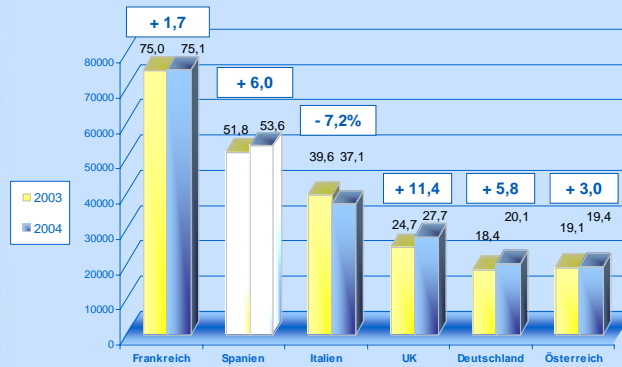
:: 2005 könnten erstmals über 800 Mio. Ankünfte weltweit erreicht werden



2. Trend
Deutschland wächst auch
2005 deutlich schneller
als Europa insgesamt

Welt + 5,9%
Europa + 4,6%
Deutschland + 5,8%

:: Deutschland 2005 auf Platz 5 der Ankünfte innerhalb Europas

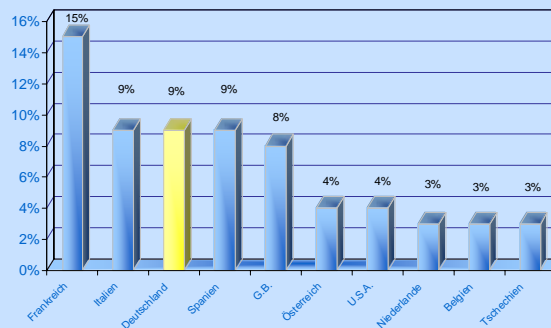


Quelle: WTO Oktober 2005 Ankünfte in Mio., prozentuale Steigerung 1-7 2005

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

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

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



Quelle: World Travel Monitor, IPK 2005

Reisetrends 2005

**:: Die Nachfrage aus dem Ausland ist mit plus 6%
2005 weiterhin der Wachstumsmotor für den
Deutschland-Tourismus**

	2004 Mio. Übern.	04/03 % Ankünfte	04/03 % Übern.	Jan.– August 05/04 % Übern.	August 05/04 % Übern.
Ausländische Gäste	45,4	+ 9,5	+ 8,8	+ 6,0	+ 9,0
Deutsche Gäste	293,4	+ 2,2	- 1,1	+ 0,4	+ 1,0
Gesamt	338,8	+ 3,4	+ 0,1	+ 1,0	+ 2,0

Quelle: Statistisches Bundesamt 2005 Beherbergungsstatistik inkl. Camping Vorläufig

Reisetrends 2005

3. Trend
Deutschland mit 73,8 Mio.
Auslandsreisen weiterhin
Reiseweltmeister

**:: Deutschland ist der wichtigste Quellmarkt
internationalen Reisens**

Quellmarkt	Bevölkerung		Zahl der Auslandsreisen	
	in 2004		in 2004	
1. Deutschland	82,5 Mio.		73,8 Mio.	
2. USA	297,8 Mio.		61,4 Mio.	
3. Großbritannien	59,4 Mio.		59,3 Mio.	
4. Frankreich	60,4 Mio.		26,2 Mio.	
5. Niederlande	16,2 Mio.		20,9 Mio.	
6. Italien	57,3 Mio.		20,2 Mio.	
7. Kanada	31,7 Mio.		18,2 Mio.	
(davon ca. 70% nur nach USA)				
8. China	1.313,3 Mio.		16,6 Mio.	
9. Japan	127,8 Mio.		16,5 Mio.	
10. Schweiz	7,2 Mio.		13,0 Mio.	

Quelle: World Travel Monitor, IPK 2004, Statistisches Bundesamt

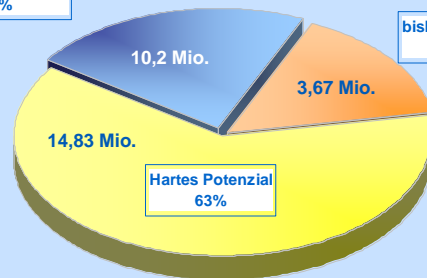
4. Trend
Deutschland bleibt
das beliebteste Reise-
ziel der Deutschen

**:: 28,7 Mio. Deutsche beschäftigen sich mit einem
Haupturlaub in Deutschland**

Ist 2004
16,8 Mio. Reisende
machen 20,2 Mio.
Haupturlaubsreisen
in Deutschland
davon:
12,99 Mio. Haupturlaubsreisen
7,16 Mio. 2. Urlaubsreisen
mit mehr als 5 Tagen
Zusätzlich weitere
31,4 Mio. Kurzreisen

Gesamtmarkt
65,36 Mio. Urlaubsreisen

Weiches Potenzial
22%



Quelle: RA 2005

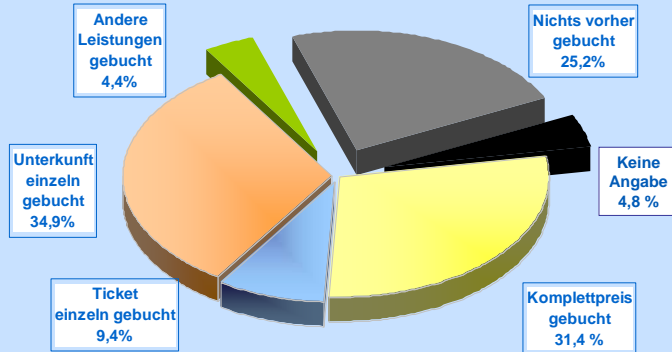
**:: Deutschland hat seine Stärken im Familien- und
Kultururlaub**

Marktanteil in % Vertikal Urlaubsart	Volumen in Mio. (=100%)	Strand-/ Bade-/ Sonnen- Urlaub	Familien- Urlaub	Spaß-/ Fun-/ Party- Urlaub	Kultur- Reise
Alle Urlaubsreisen (Mio.)	65,36	13,1	6,7	2,0	1,5
Deutschland	20,1	14	36	20	20
Spanien	8,9	29	9	34	3
Italien	4,8	8	8	5	13
Österreich	4,3	< 1	6	6	3
Türkei	4,2	14	4	5	4

Quelle: RA 2005

5. Trend
Haupturlaubsreisen
werden in Deutschland
zu fast 1/3 zu einem
Komplettpreis gebucht

**:: 31,4% der Deutschlandurlauber haben 2005 bei
einem Reiseveranstalter oder anderen Anbieter
zu einem Komplettpreis gebucht**



Quelle: HERA Oktober 2005

6. Trend
Die Zahl der Informations-
quellen beim Deutschland-
Urlaub ist weiterhin
breit aufgestellt

**:: Deutschlands Reisebüros und Reiseveranstalter
sind wesentliche Informationsquellen für den
Deutschlandurlaub**

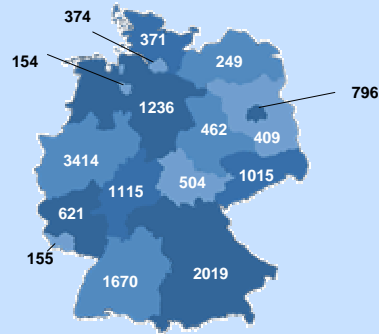
Reisevorbereitungen allgemein Basis 12,99 Mio.	HUR in %
Gespräche mit Freunden/Bekanntem	62
Eigene Erfahrung	42
Auskunft im Reisebüro	34
Orts-, Gebiets/Regionsprospekte	33
Prospekte/Kataloge von Reiseveranstaltern	23
Internet	18
Prospekte einzelner Unterkünfte	18
Reiseführer (Bücher)	13
Auskunft direkt beim Reiseveranstalter	12
Auskunft im Tourismusbüro des Ortes	12
Beilagen in Zeitungen, Zeitschriften, Illustrierten	11
Anzeigen in Zeitungen/Zeitschriften	9
Auskunft im Tourismusbüro der Region	9

Quelle: RA Sonderauswertung 2005

7. Trend
Die Reisebüros sind ein
optimales flächendeckendes
Netz für persönliche
Beratungskompetenz

Reisetrends 2005

:: Fast 15.000 Vertriebsstellen in allen Bundesländern können das Deutschlandprodukt aktiv und kompetent vertreiben.



Quelle: DRV-Vertriebsdatenbank 2005

Fazit

Reisetrends 2005

:: Reiseveranstalter sollten zur Markenprofilierung auf ein starkes Deutschlandprodukt setzen

:: Reisebüros sollten sich noch stärker durch Mehrwerte für den Kunden profilieren. Dazu gehört in Zukunft noch mehr Deutschlandkompetenz.

ÜBER UNS

:: Die DZT ist mit ihren 59 Partnern für ein weltweit professionelles Marketing zukunftsorientiert aufgestellt

Touristische
Unternehmen

Landes-
marketing-
organisationen

Verbände

