

# Zahlen Daten Fakten

# 2025

Das Tourismusjahr 2024 im Rückblick

# Liebe Mitglieder, Partner und Freunde des DTV,



mit über 496 Millionen Übernachtungen hat der Deutschlandtourismus im Jahr 2024 einen neuen Rekord aufgestellt. Doch Rekorde allein sichern weder Erfolg noch Qualität.

Für eine zukunftsfähige Tourismusbranche brauchen wir differenzierte Kennzahlen, Strategien und Ziele. Ein modernes Verständnis von Qualitätstourismus muss Gäste, Einheimische, Beschäftigte und die Auswirkungen auf Kultur und Natur einbeziehen. Gemeinsam mit unseren Mitgliedern und Partnern entwickeln wir ein Leitbild, das die Grundlage für einen zeitgemäßen Qualitätstourismus in Deutschland bildet.

Damit der Deutschlandtourismus sein Potenzial ausschöpft, muss auch die Politik handeln. Wir fordern die neue Bundesregierung auf, den Deutschlandtourismus als eine Leitökonomie anzuerkennen und die Herausforderungen in den Bereichen Koordinierung, Infrastruktur und Finanzierung entschlossen anzugehen.

Mit freundlichen Grüßen

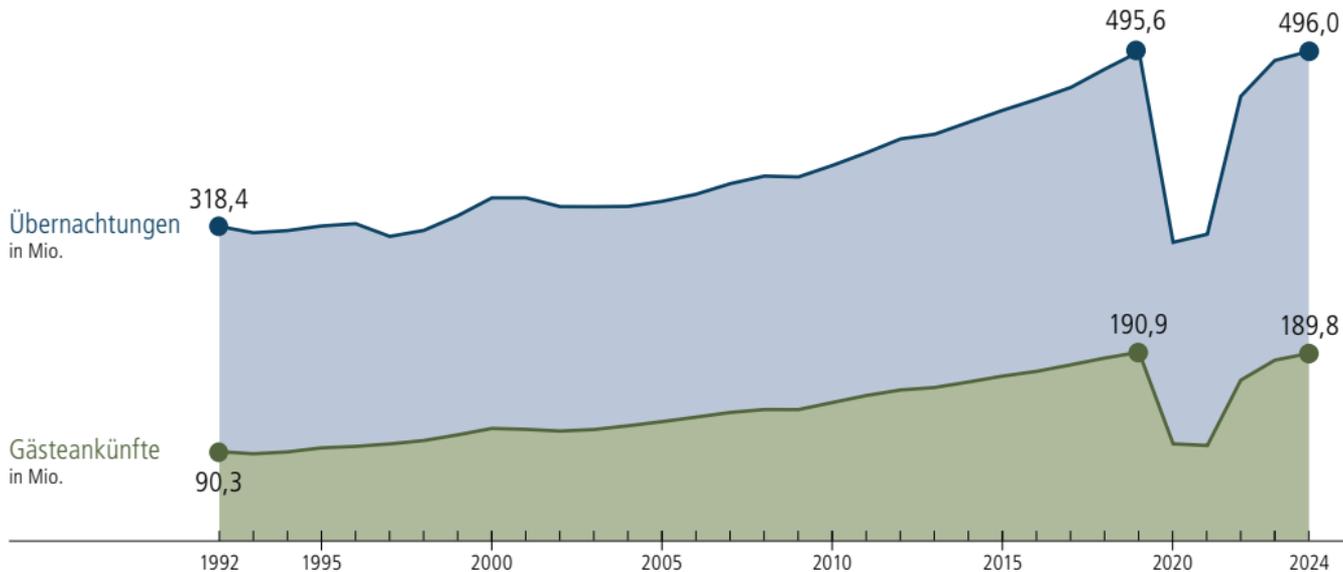
A handwritten signature in black ink that reads "Reinhard Meyer". The signature is fluid and cursive, with the first name being more prominent.

**Reinhard Meyer**

Präsident Deutscher Tourismusverband e.V.

# Rekord 2024: So viele Übernachtungen wie noch nie

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



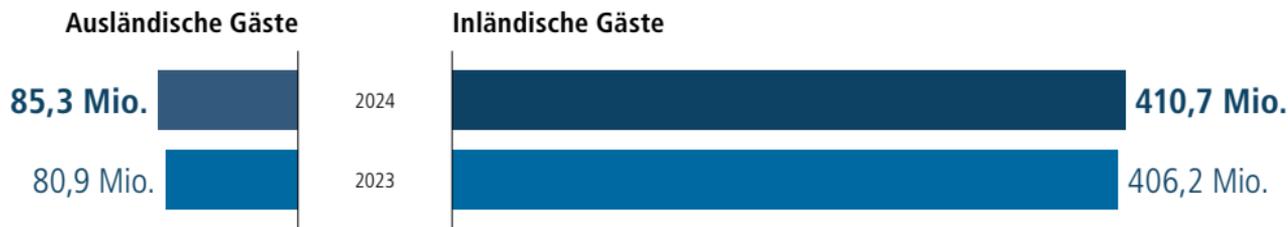
\*Die Zahlen bis 2010 beziehen sich auf Beherbergungsbetriebe ab 9 Betten bzw. ab 3 Stellplätzen, ab 2011 auf Betriebe ab 10 Betten bzw. Stellplätzen

Quelle: Statistisches Bundesamt (2025)

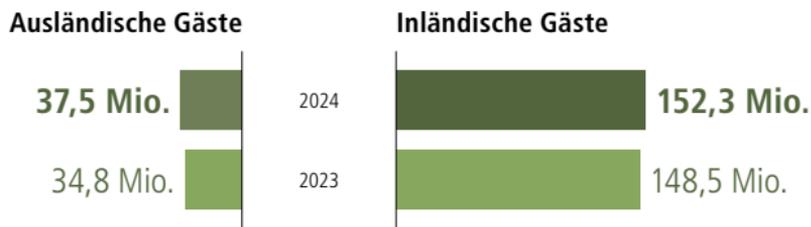
# Deutsche Reisende sind wichtigste Gästegruppe

Entwicklung der Übernachtungen und Ankünfte 2024 gegenüber 2023\*

496,0 Mio. Übernachtungen +1,8 % zu 2023



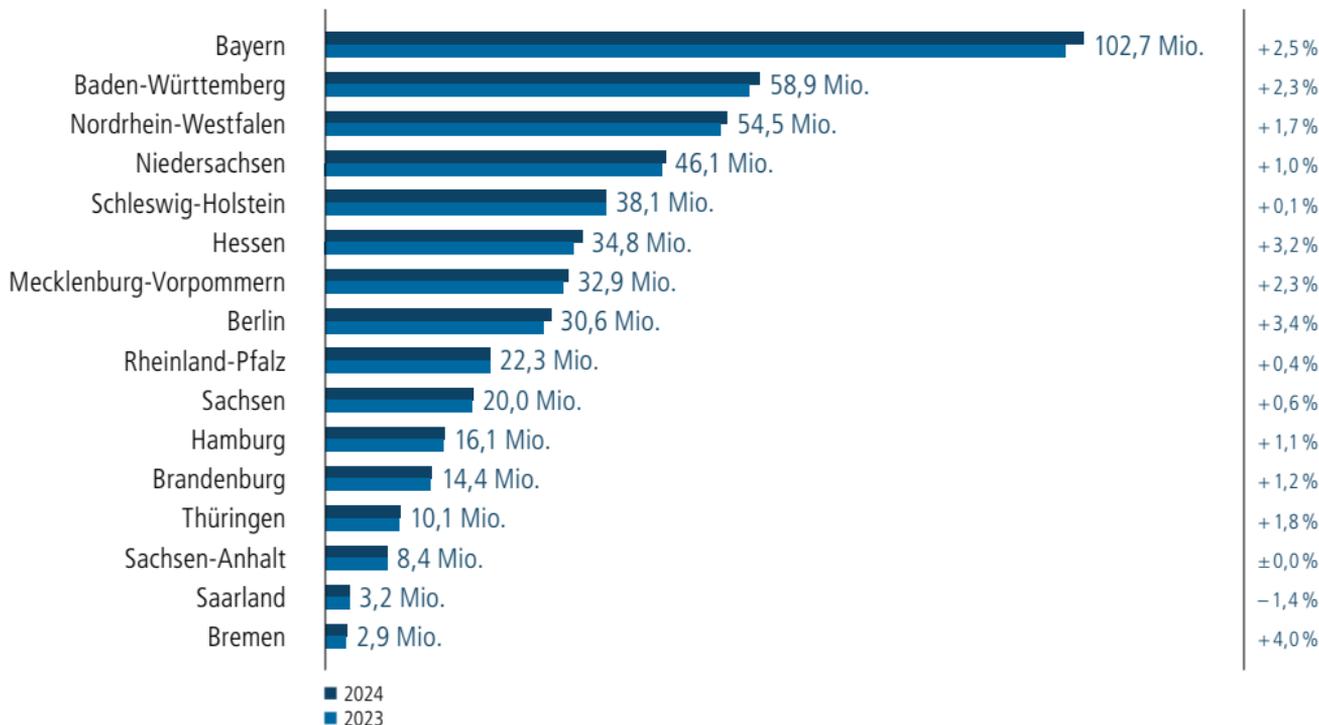
189,8 Mio. Gästeankünfte +3,5 % zu 2023



\*in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen  
Quelle: Statistisches Bundesamt (2025)

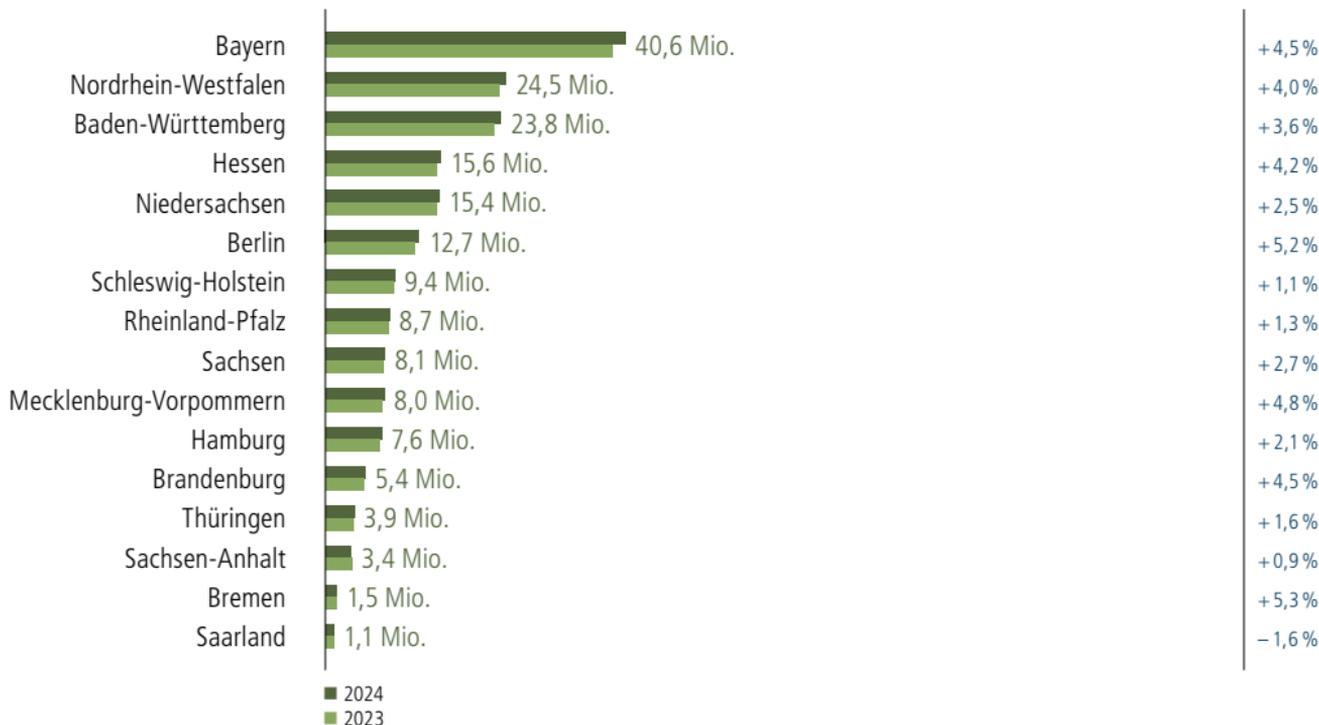
# Übernachtungen je Bundesland

Entwicklung der Übernachtungen 2024 gegenüber 2023 in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen



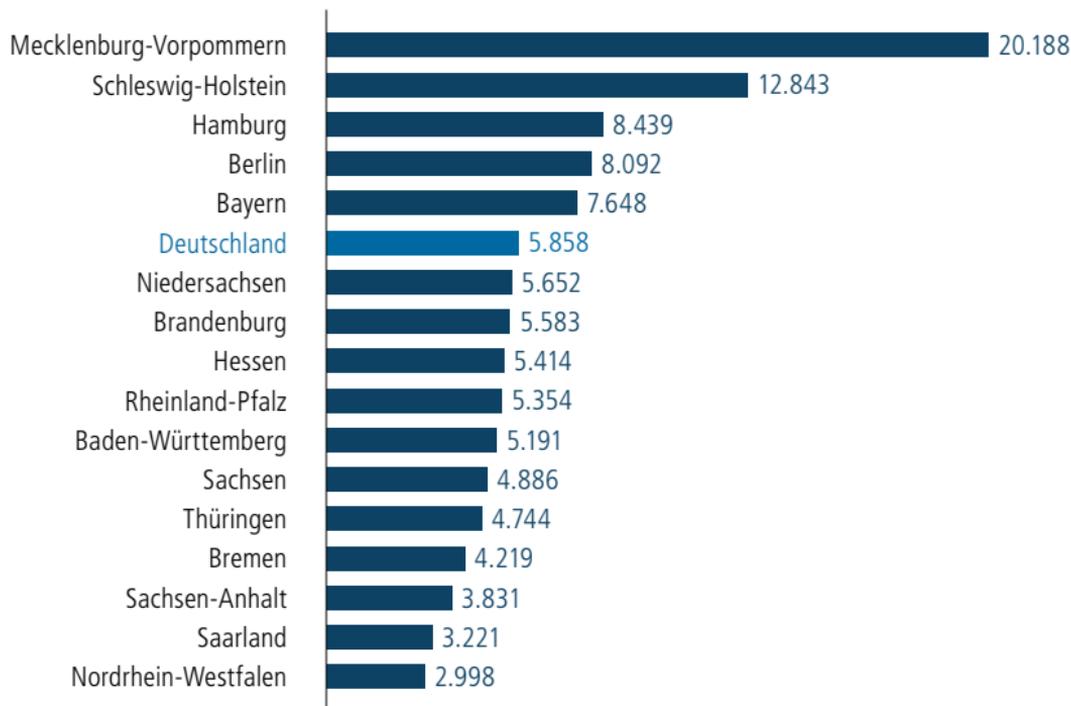
# Gästeankünfte je Bundesland

Entwicklung der Übernachtungen 2024 gegenüber 2023 in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen



# Tourismusintensität im Bundesvergleich

Übernachtungen je 1.000 Einwohner\*

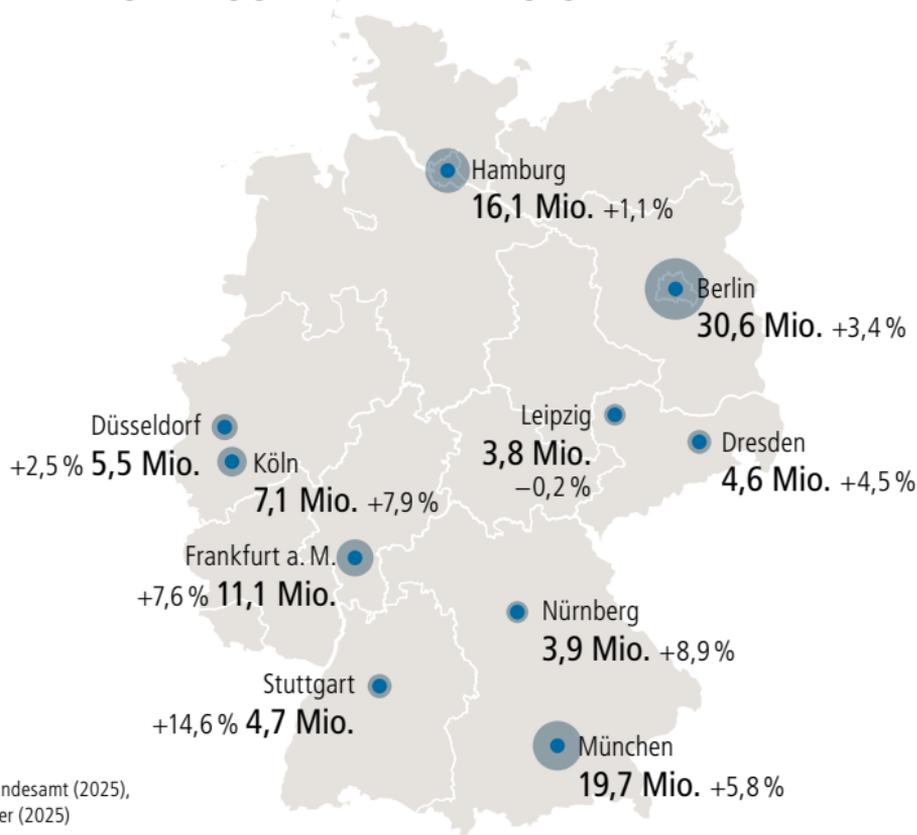


\*Übernachtungen 2024 in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen, Bevölkerung Stand 31.12.2023

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis vom Statistischen Bundesamt: Monatserhebung im Tourismus Dezember 2024 (2025) und Ergebnisse der Bevölkerungsfortschreibung auf Grundlage des Zensus 2011 (Stand 14. Juni 2024)

# Großstädte mit den meisten Übernachtungen

Entwicklung der Übernachtungen 2024 gegenüber 2023 in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen



Quelle: Statistisches Bundesamt (2025),  
Statistische Landesämter (2025)

# Hohe Wertschöpfung durch Tagesreisen

Volumen der Tagesreisen der Deutschen im Inland 2024\*



... unternahmen die Deutschen im Inland 2024.  
Dabei handelt es sich um Ausflüge und  
Geschäftsreisen ohne Übernachtung.

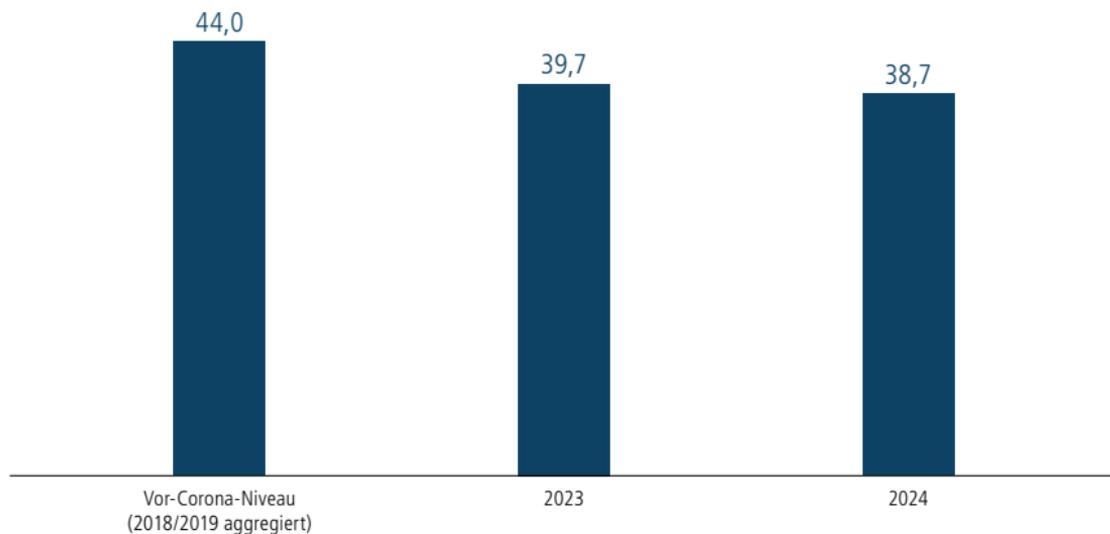


... betrug der Umsatz 2024 durch diese  
Tagesreisen in den inländischen Zielgebieten.

\*Ausflüge und Geschäftsreisen ohne Übernachtung der deutschsprachigen Bevölkerung  
Quelle: dwif: dwif-Tagesreisenmonitor 2025 (Daten Januar bis Dezember 2024)

# Tagesreisen weiterhin unter Vor-Corona-Niveau

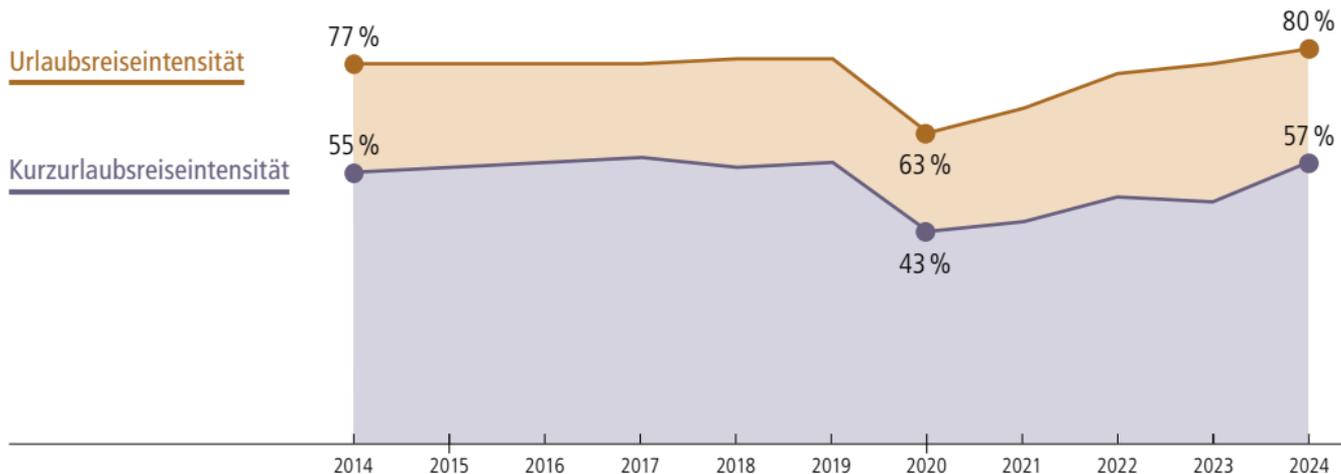
Durchschnittliche Tagesreisen der Deutschen pro Kopf im Jahr ins In- und Ausland\*



\*Ausflüge und Geschäftsreisen ohne Übernachtung der deutschsprachigen Bevölkerung  
Quelle: dwif: dwif-Tagesreisenmonitor 2025 (Daten Januar-Dezember 2018/2019, 2023, 2024)

# Noch nie war die Urlaubsreiseintensität so hoch

Anteil der Deutschen, die mindestens eine Urlaubs- oder Kurzurlaubsreise unternommen haben\*

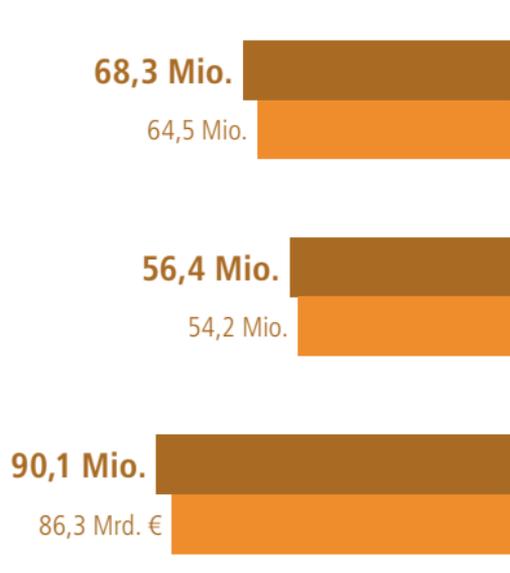


\*Urlaubsreiseintensität der letzten 12 Monate der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, Kurzurlaubsreiseintensität der letzten 12 Monate der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14–75 Jahre  
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse 2015 bis 2025 face-to-face & Reiseanalyse 2025 bis 2025 online

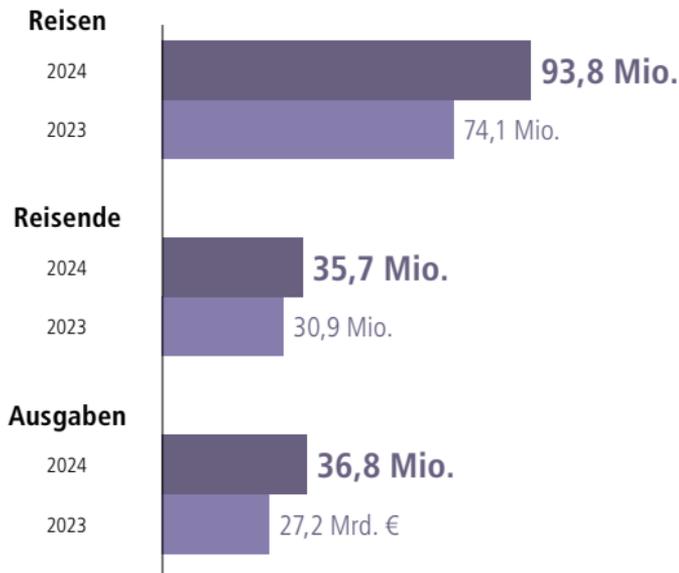
# Neuer Höchststand bei Urlaubsreisen und -ausgaben

Volumen Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen der Deutschen im In- und Ausland\*

## Urlaubsreisen



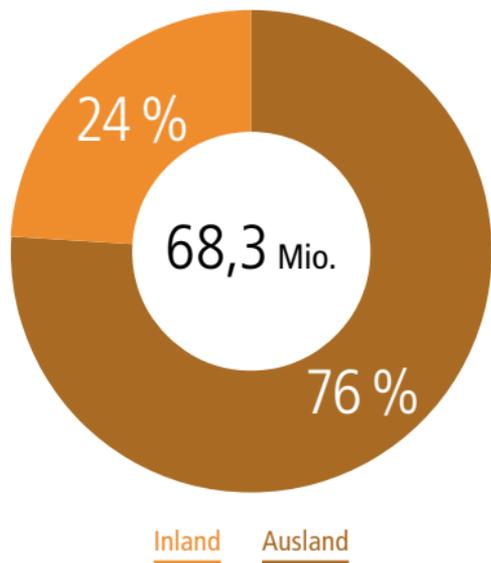
## Kurzurlaubsreisen



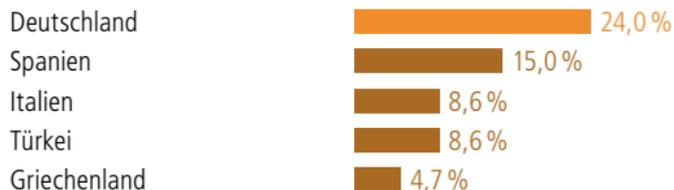
\*Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung von 14–75 Jahren, Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2025): Reiseanalyse 2025

# Deutschland weiterhin Reiseziel Nummer 1

Die beliebtesten Urlaubsreiseziele der Deutschen im In- und Ausland 2024\*



## Top 5 weltweit



## Top 5 Deutschland\*\*



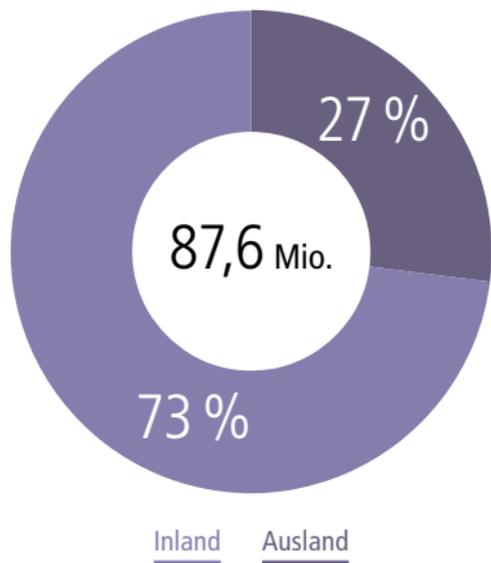
\*Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren

\*\*Anteil an den inländischen Reisezielen

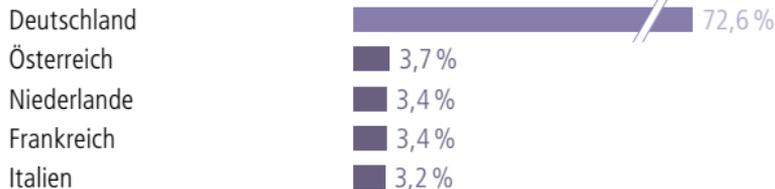
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2025): Reiseanalyse 2025

# 73 Prozent der Kurzurlaube werden im Inland verbracht

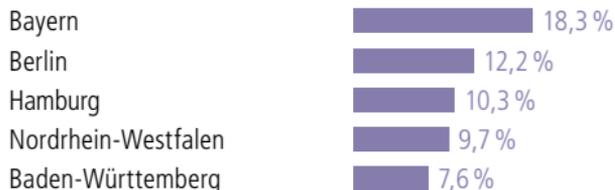
Die beliebtesten Kurzurlaubsreiseziele der Deutschen im In- und Ausland 2024\*



## Top 5 weltweit



## Top 5 Deutschland\*\*



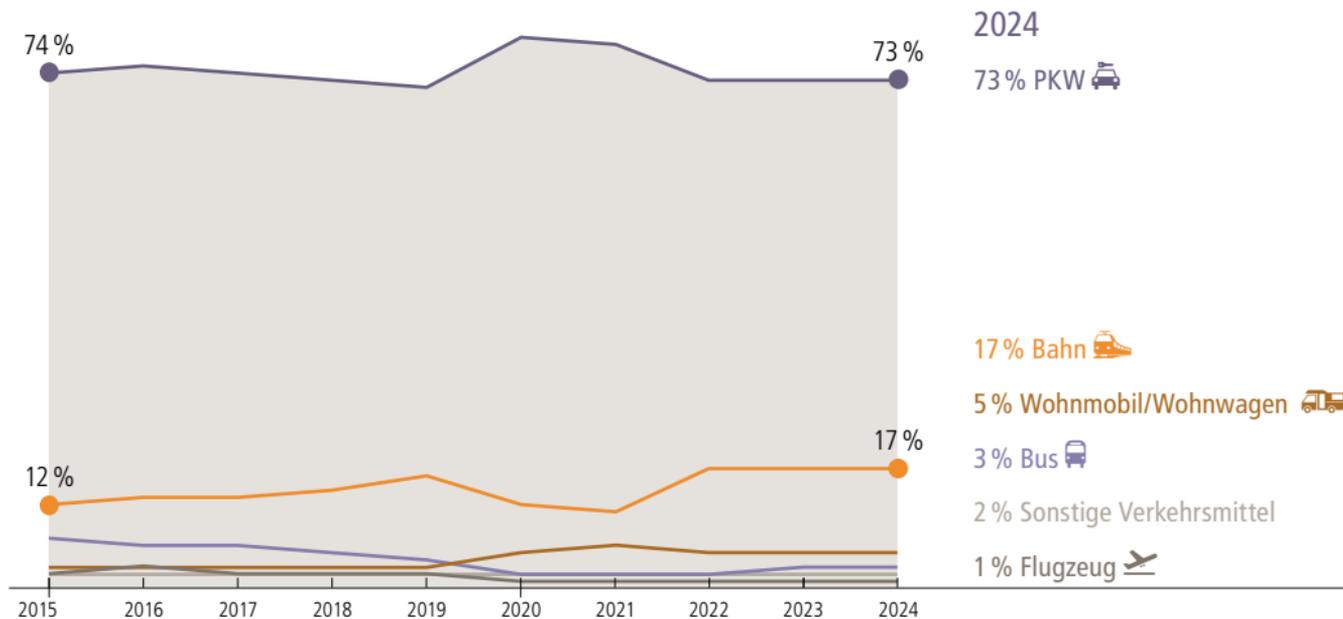
\*1.-3. Kurzurlaubsreise (2-4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung von 14-75 Jahren

\*\*Anteil an den inländischen Reisezielen

Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2025): Reiseanalyse 2025

# Mit dem Auto in den Deutschlandurlaub

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



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

Quelle: YouGov Shopper Intelligence Travel & Mobility (2024)

# Hotel ist die wichtigste Urlaubsunterkunft

Unterkunftsart bei Urlaubsreisen der Deutschen im Inland 2024\*

4 %

Sonstige Unterkunftsart

9 %

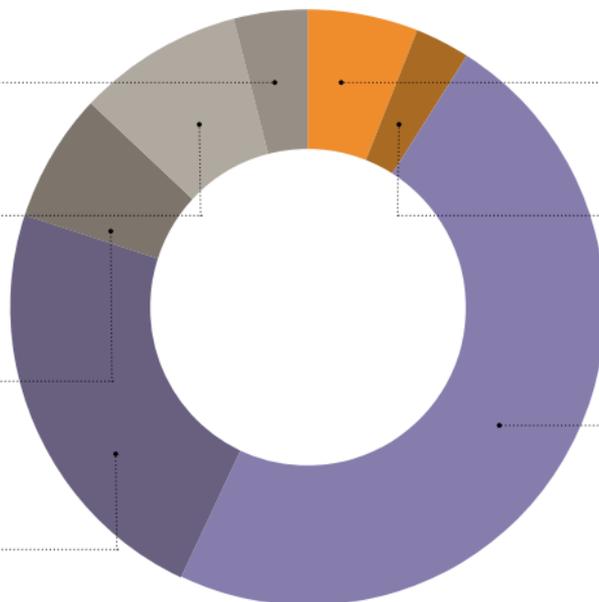
Zelt, Camping, Wohnwagen,  
Wohnmobil

7 %

Privat bei Bekannten,  
eigene Immobilie

23 %

Ferienwohnung, Ferienhaus



6 %

Pension

3 %

Appartement-, Bungalow-,  
Clubanlage

48 %

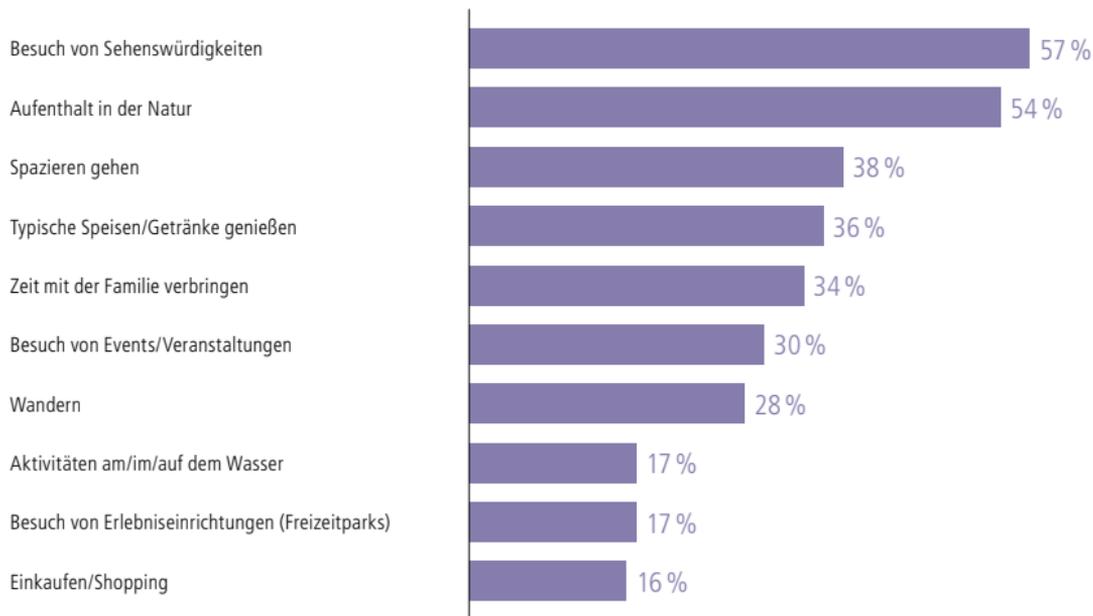
Hotel inkl. Gasthof,  
Motel, Lodge

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

Quelle: YouGov Shopper Intelligence Travel & Mobility (2024)

# TOP 10: Sehenswürdigkeiten an der Spitze

Beliebteste Aktivitäten der Deutschen bei Urlaubsreisen im Inland 2024\*



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

Quelle: YouGov Shopper Intelligence Travel & Mobility (2024)

# Einstellungen zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit im Urlaub

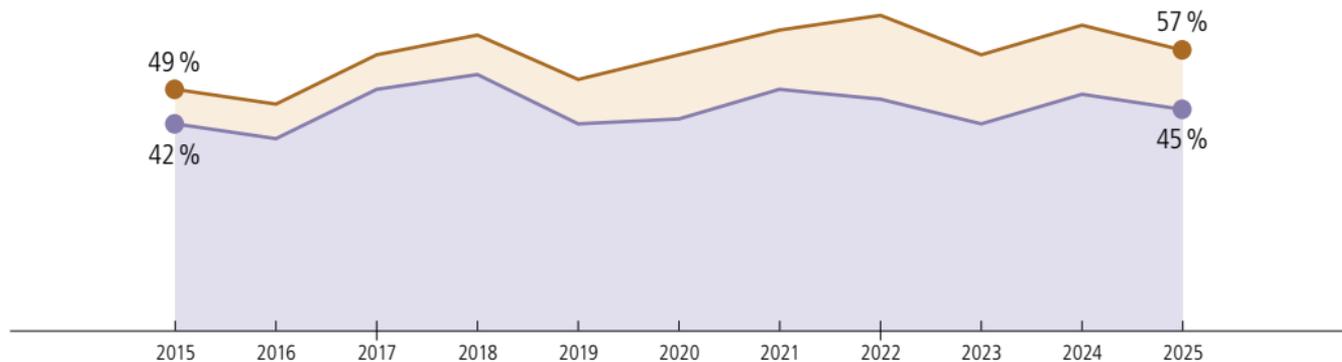
Anteil der Deutschen, die nachhaltig reisen möchten\*

## 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.



\*deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre, Top-2-Box-Werte für „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“  
Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse 2014 bis 2025; Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2025): Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren (gefördert durch das UBA aus Mitteln des BMUV)

# Keine Anzeichen für nachhaltigeres Reiseverhalten

Tatsächliches Verhalten: Ausgewählte Indikatoren für die Nachhaltigkeit bei Urlaubs- und Geschäftsreisen der Deutschen\*

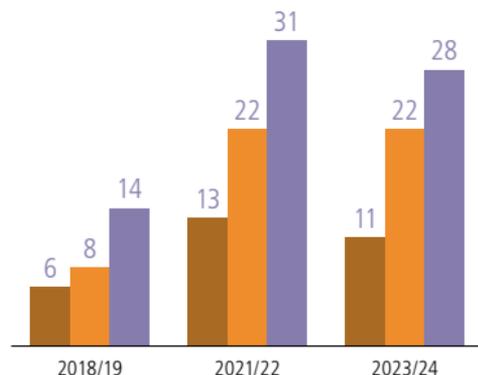
## CO<sub>2</sub>-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt getätigt

in %



## Unterkunft oder Reiseveranstalter mit besonderem Umweltzeichen oder Nachhaltigkeitskennzeichnung genutzt

in %



Urlaubsreisen

Kurzurlaubsreisen

Geschäftsreisen

Fortsetzung auf Seite 20

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

## 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 %



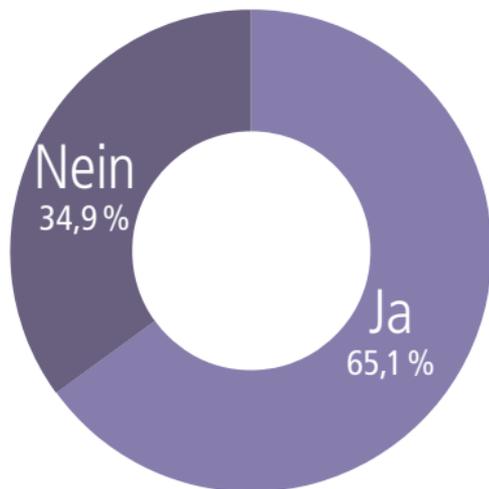
\*Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) und Übernachtungsgeschäftsreisen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung von 14–75 Jahren, Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren

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

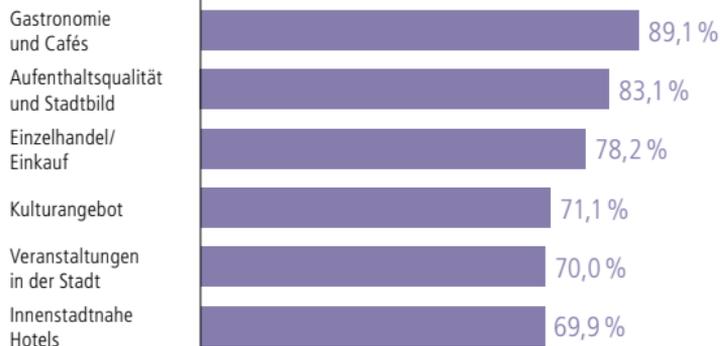
# Stadterlebnis ist wichtiger Teil des Urlaubs

Besuch von Innenstädten im Rahmen von Urlaubsreisen der Deutschen 2024\*

Suchen Sie im Rahmen von  
Urlaubsreisen Innenstädte auf?



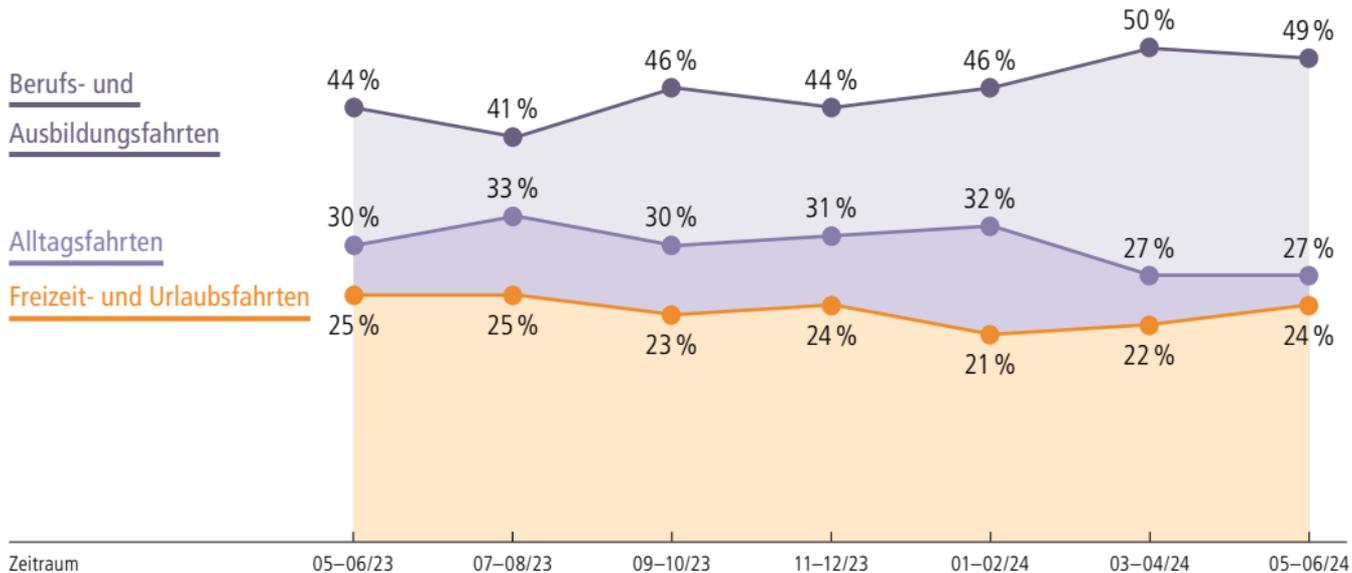
Welche Angebote/Merkmale sind hier von  
besonderer Wichtigkeit für Sie?



\*deutsche Bevölkerung ab 15 Jahren, Frage: „Suchen Sie im Rahmen von Urlaubsreisen Innenstädte auf?“ (n=5.043), Frage: „Wenn Sie im Rahmen von Urlaubsreisen Innenstädte aufsuchen: Welche Angebote/Merkmale sind hier von besonderer Wichtigkeit für Sie?“ (n=3.285), Top-2-Box-Werte „sehr wichtig“ und „eher wichtig“ zu“, Mehrfachantworten möglich  
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH (2024): cima.monitor Deutschlandstudie Innenstadt 2024

# Deutschlandticket: Knapp jede 4. Fahrt ist eine Freizeit- oder Urlaubsfahrt

Fahrten mit dem Deutschlandticket nach Reiseanlass\*



\*Freizeit- und Urlaubsfahrten (z. B. auch Besuch von Freunden, Familie, Bekannten)

Quelle: rc, forsa, GfK, YouGov, VDV, Deutsche Bahn AG, DB Regio AG (Hrsg.):

Bundesweite Marktforschung zum Deutschland-Ticket (2024)

# 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.



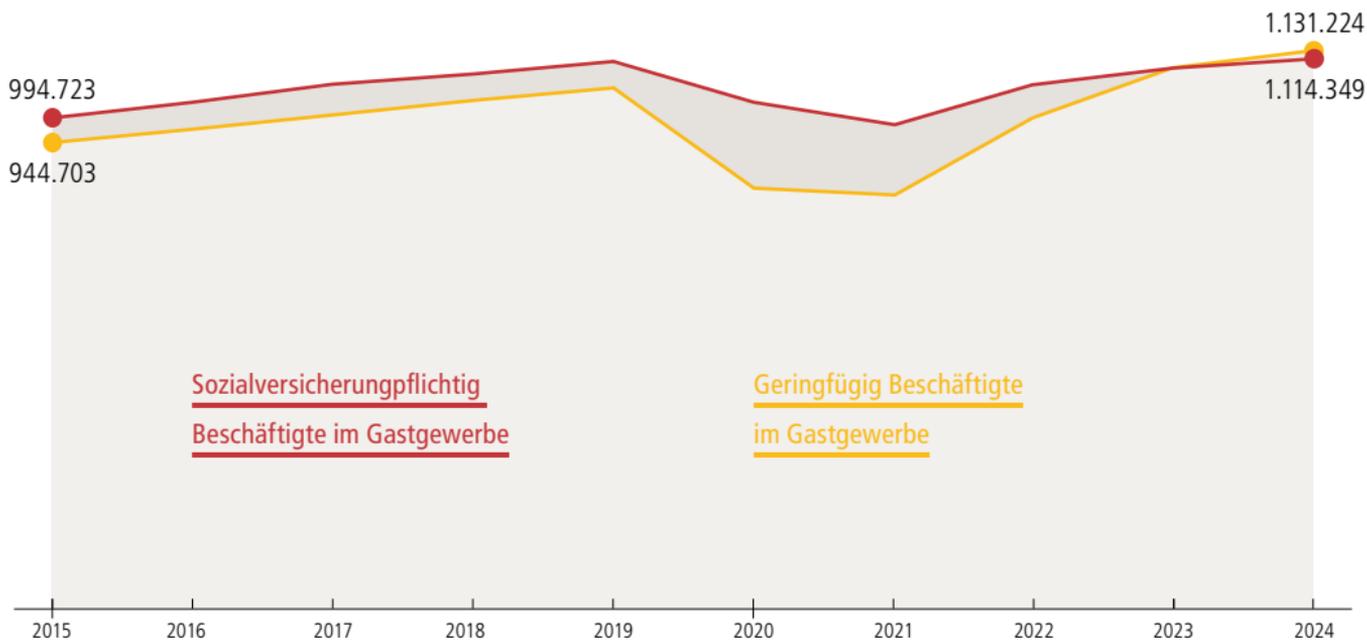
Der inländische Tourismus hat 2019 **123,8 Mrd. Euro** erwirtschaftet. Das entspricht **3,99 %** der Bruttowertschöpfung Deutschlands.

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 %**.

# Gastgewerbe: Mehr als 2 Millionen Beschäftigte

Entwicklung der Beschäftigten im Gastgewerbe in Deutschland in den letzten zehn Jahren\*



\*Stichtag jeweils 30. Juni, „Geringfügig Beschäftigte“ umfassen „ausschließlich geringfügig Beschäftigte“ und „im Nebenjob geringfügig Beschäftigte“

Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2016–2025): Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008)

# Gastgewerbe: Arbeitsplatz für viele Nationalitäten

Beschäftigte mit deutscher und ausländischer Staatsangehörigkeit, Stichtag 30. Juni 2024

## Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte



## Geringfügig Beschäftigte

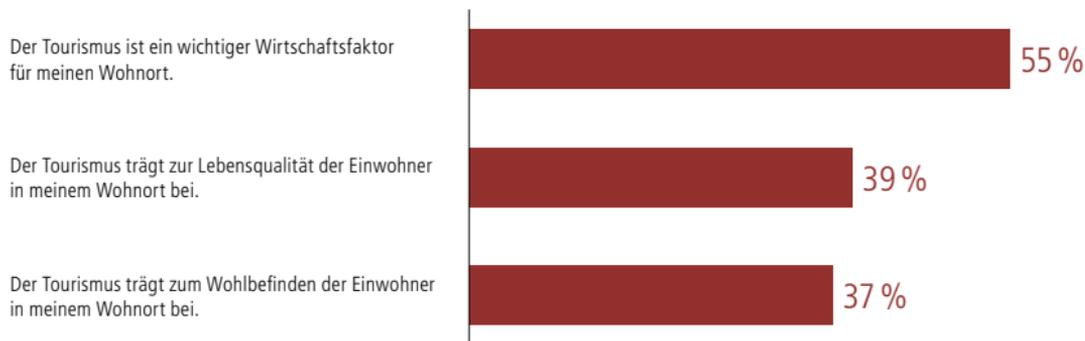


- Deutsche Staatsangehörigkeit
- Staatsangehörigkeit eines anderen Staates

\*Abweichung der Summe: keine Zuordnung der Staatsangehörigkeit bei Einzelfällen möglich  
Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2025): Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008)

# Tourismusakzeptanz: Welche positiven Auswirkungen des Tourismus nehmen Deutsche im eigenen Wohnort wahr?

Wahrgenommene positive Auswirkungen des Tourismus auf den eigenen Wohnort – Zustimmungswerte\*

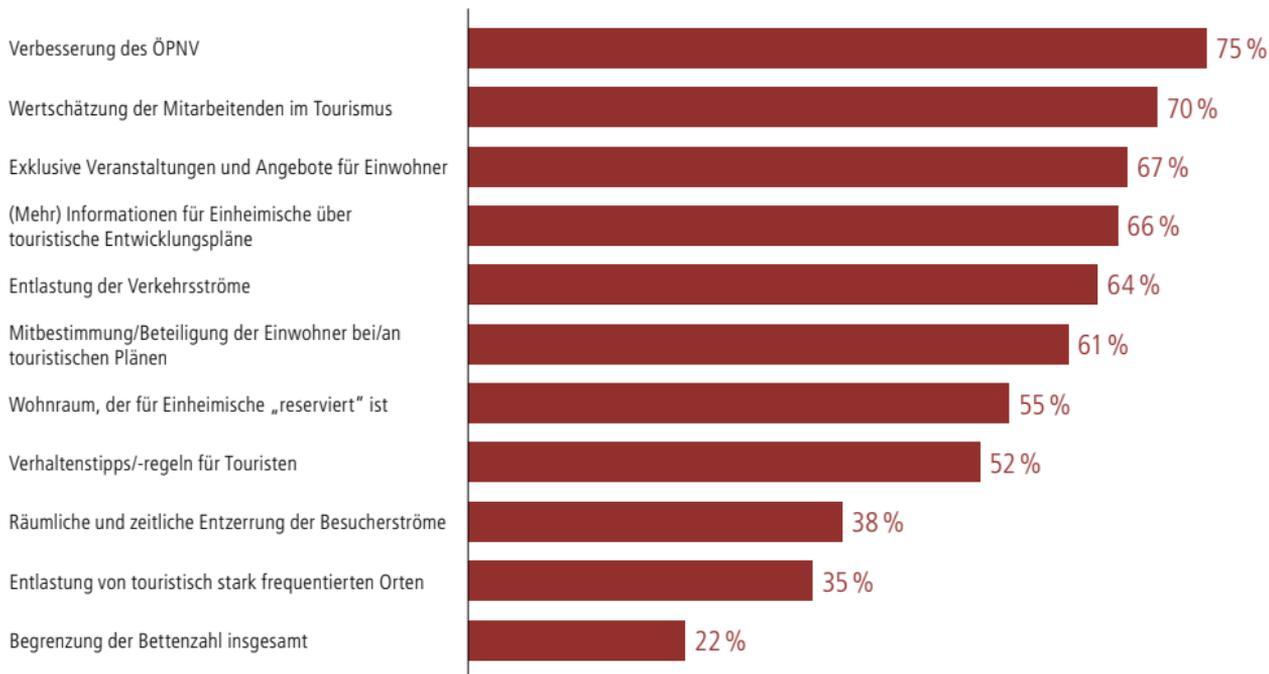


\*Hybridbefragung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 16 Jahren (n=2.200), Top-2-Box-Werte „stimme vollkommen zu“ und „stimme zu“, Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Tourismus bezogen auf Ihren Wohnort in der heutigen Situation zu?“

Quelle: DI Tourismusforschung (2024): Tourismusakzeptanzstudie Deutschland 2024

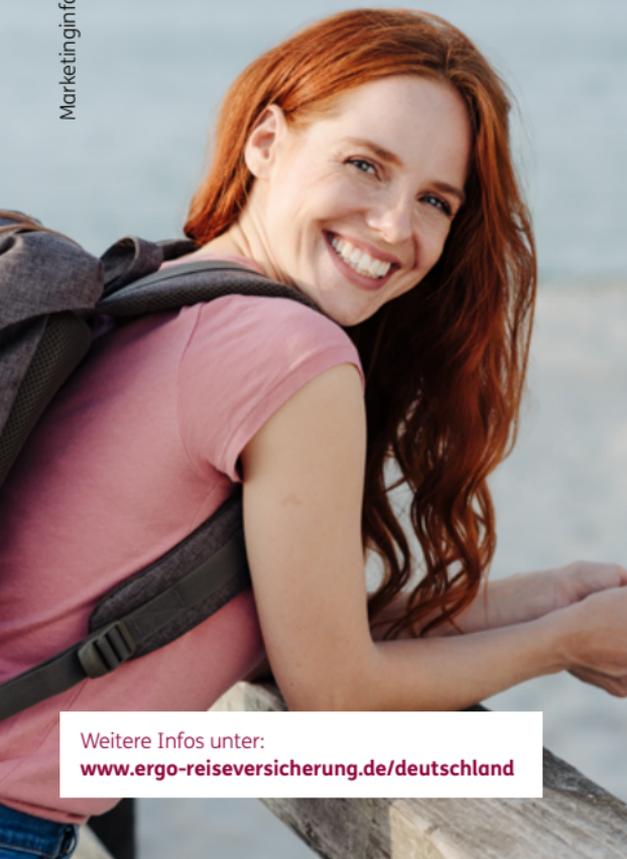
# Maßnahmen zur Steigerung der Tourismusakzeptanz

Reduzierung negativer Effekte des Tourismus - Zustimmungswerte der Einheimischen\*



\*Hybridbefragung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 16 Jahren (n=2.200), Top-2-Box-Werte „sehr wichtig“ und „wichtig“, Frage: „Bitte geben Sie an, inwieweit die aufgeführten Maßnahmen Ihrer Meinung nach zur Minimierung negativer Effekte des Tourismus und/oder zur Steigerung Ihrer Wohnortzufriedenheit und Ihrer Lebensqualität beitragen können. Bitte beziehen Sie sich hierbei auf sich persönlich und/oder auf [Wohnort].“

Quelle: DI Tourismusforschung (2024): Tourismusakzeptanzstudie Deutschland 2024



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:

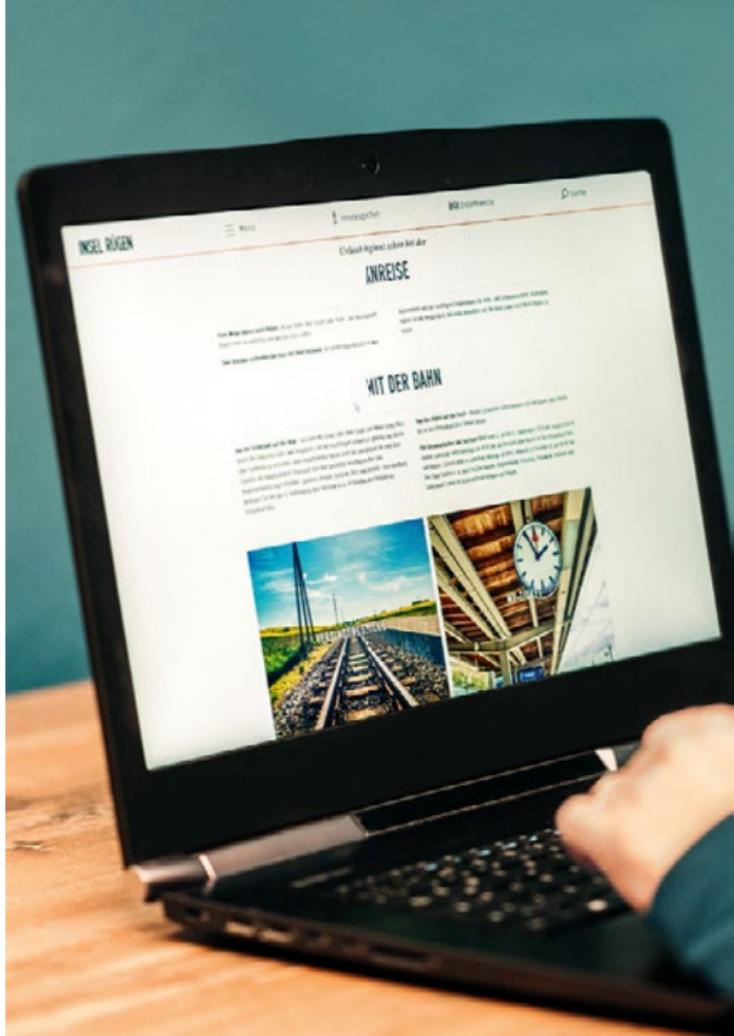
- Optimale Abrundung Ihres Gäste-Services
- Absicherung gegen mögliche Erlösausfälle im Stornierungsfall
- Senkung der Prozesskosten im Stornierungsfall, da Kulanzanfragen wegfallen
- Zusätzliche Einnahmequelle durch attraktive Provisionen



# 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.



Seit 1902 vertritt der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV) die Interessen der Tourismusorganisationen in Deutschland. Die Hauptziele sind die Stärkung des Wirtschaftsfaktors Tourismus sowie die Entwicklung einer bedarfsgerechten touristischen Infrastruktur und eines zukunftsweisenden, nachhaltigen Qualitätstourismus in Deutschland. Der DTV setzt sich für seine Mitglieder bei Politik und Behörden ein, initiiert Projekte, fördert den Austausch und die Vernetzung in der Branche und entwickelt touristische Qualitätssysteme weiter.

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

# 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

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 2025