

Hinweis:

Die Copyrights der Präsentation liegen bei der DZT. Eine Weiterverwendung der Präsentation oder Teile davon darf nur in Rücksprache und Zustimmung der DZT erfolgen.



Berlin | 03.09.2026

HSMA Day 2026

**Mehr Gäste, mehr Umsatz,
mehr Sichtbarkeit?**

Die Antwort: Internationalisierung

Sigrid de Mazières

Leiterin Unternehmenskommunikation

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.



#1

Deutschland-Incoming:
Stark positioniert im
globalen Wettbewerb

DZT: International stark für Deutschlands Tourismuswirtschaft



**65
Mitglieder
inkl.
16 LTOs**

Strategische
**Marketing-
kampagnen**

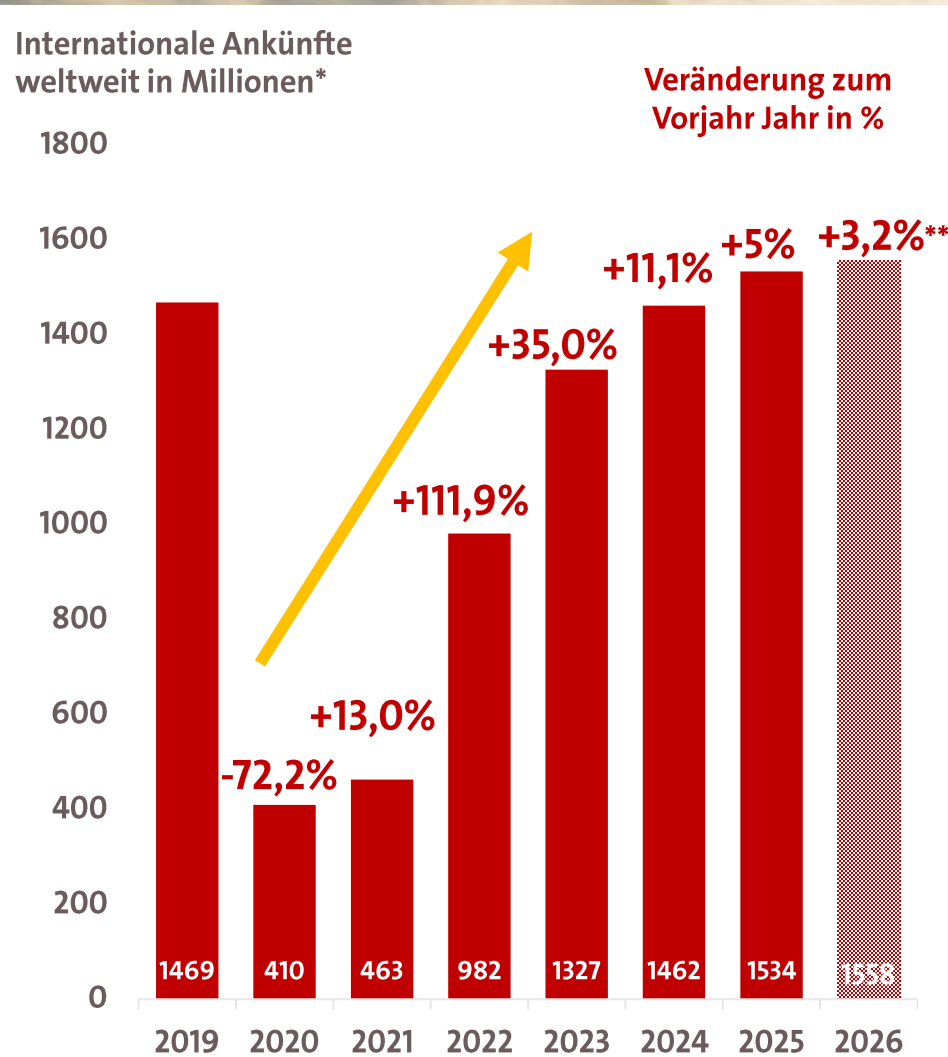
22 Standorte
Aktiv in rund
40 Märkten

Mittelstandsfokus:
Unterstützung
von Hotellerie &
Gastronomie

Business
Intelligence

Positives
Image
Deutschlands
stärken

Der globale Tourismus wächst – und damit der Wettbewerb um Aufmerksamkeit



BIP-Beitrag*** durch Tourismus in Mrd. US \$	2025
1. USA	2.576
2. China	1.904
3. Deutschland	542

UN Tourism
Q1/26 vs. Q1/25
+2%*

WTTC
2026
Forecast
+3,2%**

Quellen: * World Tourism Barometer, UN Tourism, Juni 2026

** WTTC Internationale Ankünfte, 12.05.26 / *** WTTC - Travel & Tourism Economic Impact 2025: Global Trends

Deutschland ist im globalen Wettbewerb der führenden Reiseziele fest etabliert



Reiseziel
Nr. 2
der Europäer***

Kultur-
reiseziel
Nr. 1***

Internat. Ankünfte*

1. Frankreich
2. Spanien
3. USA
4. Türkei
5. Italien
6. Mexiko
7. Großbritannien
- 8. Deutschland**
9. Japan
10. China **

Deutschlands Markenwert zählt weltweit zur Spitze und stärkt auch den Tourismus

Nation Brands Index 2025

1. Japan

2. Deutschland

3. Kanada

4. Italien

5. Schweiz

Die 6 Faktoren des NBI:

Tourismus: Platz **10**

Kultur: Platz **3**

Menschen: Platz **10**

Regierung: Platz **8**

Export: Platz **3**

Immigration/
Investition: Platz **4**

Was die Marke Deutschland emotional auflädt: starkes Image und Marken-Assets #GermanySimplyInspiring

Fascinating

Educational

Exciting

Relaxing

Romantic

Vibrant City Life

Historic Buildings

Natural Beauty



Incoming Tourismus: Mit 78,5 Mrd. €** Umsatz ein starker wirtschaftlicher Faktor für Deutschland



2025:
83,6 Mio.
internat. ÜN*

Int. ÜN
Jan-Juni 2026/25
+0,4 %*

77 % EUROPA

23 % ÜBERSEE

Umsatzmotor Incoming: Internationale Märkte schaffen zusätzliche Umsatzpotenziale



Reiseausgaben nach Deutschland

Europa gesamt	51,8 Mrd. €*
1. Schweiz	6,2 Mrd. €
2. Polen	5,3 Mrd. €
3. UK	4,4 Mrd. €
Übersee gesamt	26,6 Mrd. €
1. USA	9,6 Mrd. €
2. China	4,0 Mrd. €
3. Arab. Golfstaaten	3,0 Mrd. €

Ø 4 x höhere
Reiseausgaben
von Gästen aus
Übersee vs.
Europa

Quelle: IPK 2026, WTM 2025/2024.

* alle Reise-Ausgaben für Transport, Unterkunft, Verpflegung, Shopping etc.
während des Deutschland-Aufenthaltes sowie im Rahmen der An-, (Weiter-) und Rückreise

Internationale Gäste stärken lokale Hotellerie, Wirtschaft und Handel

Hotel & Unterkunft

Restaurants

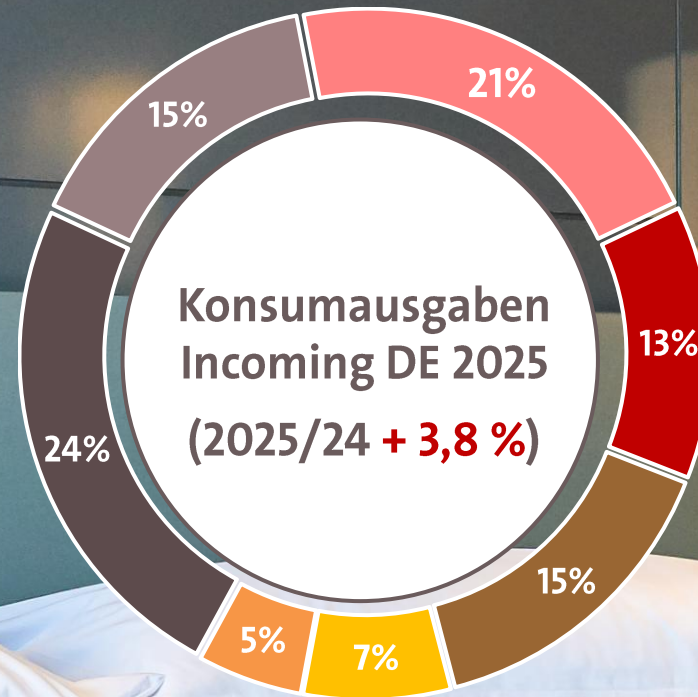
Retail

Lebensmittel

Benzin

Transport

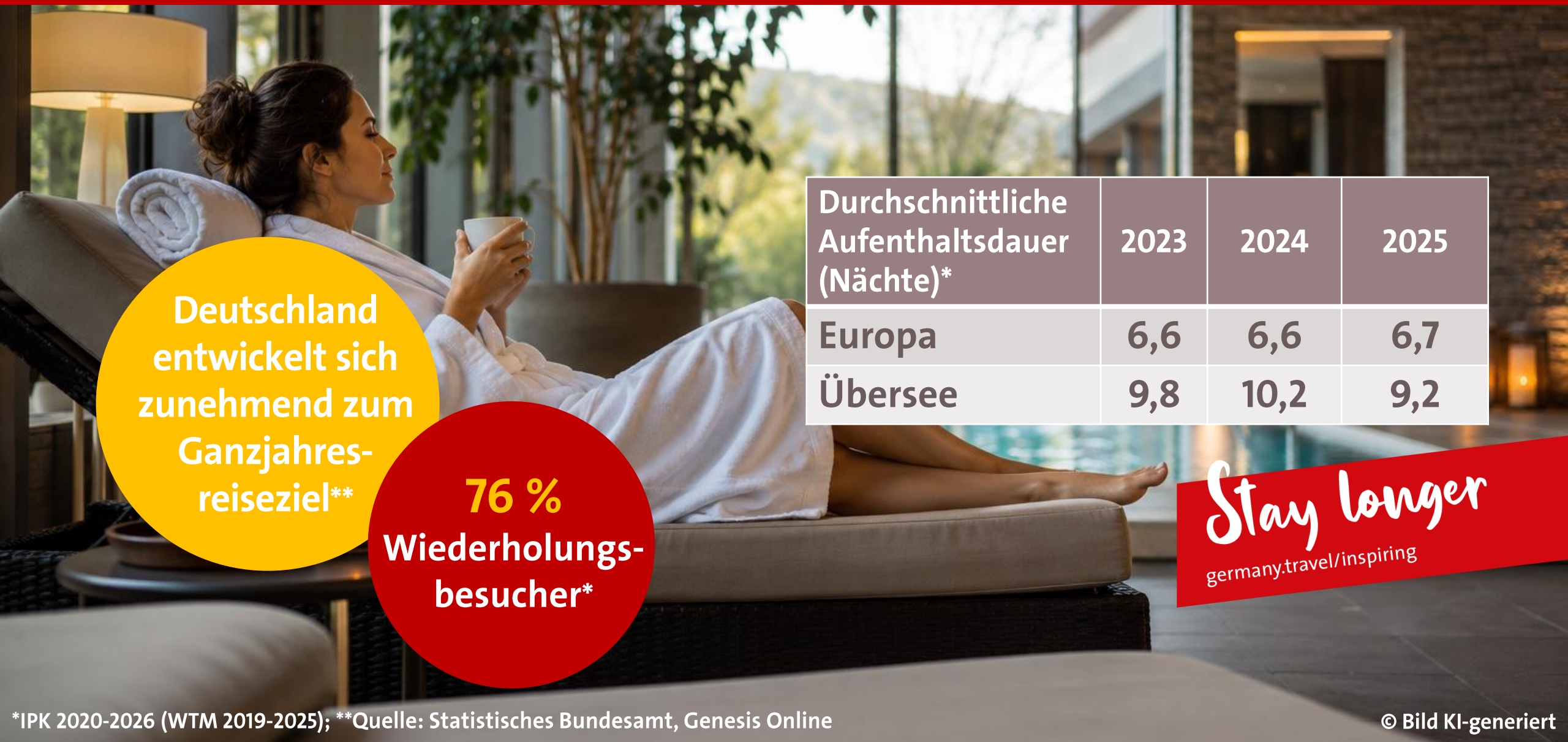
Andere



Top 5
Konsumausgaben
Hotel/Unterkunft
in DE 2025:

1. USA
2. Schweiz
3. Niederlande
4. Frankreich
5. Großbritannien

Stay longer: Längere Aufenthalte und Gästebindung stärken die Wertschöpfung



Durchschnittliche Aufenthaltsdauer (Nächte)*	2023	2024	2025
Europa	6,6	6,6	6,7
Übersee	9,8	10,2	9,2

Deutschland entwickelt sich zunehmend zum Ganzjahresreiseziel**

76 % Wiederholungsbesucher*

Stay longer
germany.travel/inspiring

*IPK 2020-2026 (WTM 2019-2025); **Quelle: Statistisches Bundesamt, Genesis Online

#2

Gemeinsam
internationale
Potentiale erschließen

Ihr Einstieg in die internationale Vermarktung: Angebote für Hotels jederzeit auf www.germany.travel buchbar

DZT Activity Board mit weltweiten Beteiligungsmöglichkeiten

DZT Salesformate & Market Insight Webinare

Business Intelligence
Länderberichte & Reisetrends

DZT Trade Newsletter

Individuelle
Zusammenarbeit
jederzeit
möglich



Kampagnen Kick-off 2027 mit Speed Networking 06.10. – 07.10.2026 digital

DZT-Marktbearbeitung 2027

Virtuelles Speed Networking mit Vertretern
der DZT-Auslandsstandorte

Dienstag, 06. Oktober 2026

Kampagnenpräsentation von 11:00 - 12:00 Uhr
Speed Networking von 13:00 - 19:30 Uhr

Mittwoch, 07. Oktober 2026

Speed Networking von 07:00 - 19:30 Uhr



DZT-Kampagnen 2026 für mehr Sichtbarkeit, internationale Gäste und höheren Umsatz



DZT City-Kampagne: Internationale Sichtbarkeit schafft messbare Nachfrage für die Hotellerie



DZT & Expedia City-Kampagne für die Hotellerie (12/25 – 12/26*)



- **Kernbotschaft:** Das urbane Leben in Deutschland ist vielfältig und lebendig – mit einer weltoffenen und reichen Kulturszene
- **Märkte:** AT, IT, NL, CH, PL, FR, DK, ES, UK, US

20 %
Kampagnen-
induzierte
Room Nights

7,1 Mio. \$
Incremental
Gross Booking
Volume

ADR
in allen
Märkten
gestiegen

DZT-Marketing richtet sich an den Megatrends 2026 aus: Reisen werden persönlicher, Story-getrieben und KI-gestützt

Whycation/Personalisierung

Reisen werden individueller:
DZT Widgets, Chat-Bot

Technology

KI wird Reise-Betriebssystem:
DZT Open Data

Narrative Travel/Set-Jetting

Storytelling wird zum Reiseanlass:
DZT mit AI Emma Travels Germany



@EmmaTravelsGermany: KI-Markenbotschafterin der DZT für das Reiseland Deutschland



KI-gestütztes **Storytelling** für internationale Zielgruppen

Beteiligungsmöglichkeiten für Partner

Internationale **Sichtbarkeit** für Hotels, Gastronomie und Destinationen



Germany Travel Mart™ (GTM)

29.05. – 02.06.2027 in Bremerhaven

Networking
mit Partnern
aus rund
40 Quellmärkten

> 200
internationale
Einkäufer und
80 Journalisten

Geschäfts-
anbahnung
im 1,5-tägigen
Workshop
mit 1:1 Terminen



#GermanySimplyInspiring
www.germany.travel



Weltoffen
& tolerant

Innovativ
& digital

Stay a little
bit longer

