

Kooperationsveranstaltung

AUSLANDSMARKETING

Team Auslandsmarketing

Strategische Neubewertung der Auslandsquellmärkte für das Reiseziel Baden-Württemberg

Ergebnispräsentation

Ellen Böhling (inspektour)
Karlsruhe, 12. September 2023

WAS ERWARTET SIE HEUTE?

Auftrag & Vorgehen

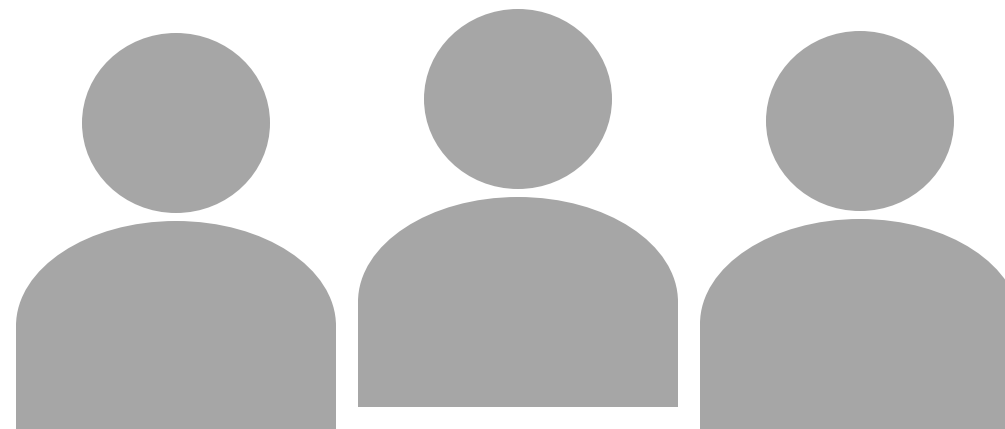
Ergebnispräsentation

Fragerunde

Auswirkungen der **Corona-Pandemie** auf den weltweiten Tourismus

Welche Bedeutung hat der **internationale Tourismus** für Baden-Württemberg?

Welche **ausländischen Quellmärkte** sind für das Reiseziel Baden-Württemberg relevant?



Strategische Neubewertung der Auslandsmärkte für das Reiseziel Baden-Württemberg

Strategische Neubewertung der Auslandsquellmärkte für das Reiseziel Baden-Württemberg

Ziel:

Identifikation der potenzialträchtigsten Quellmärkte für Baden-Württemberg

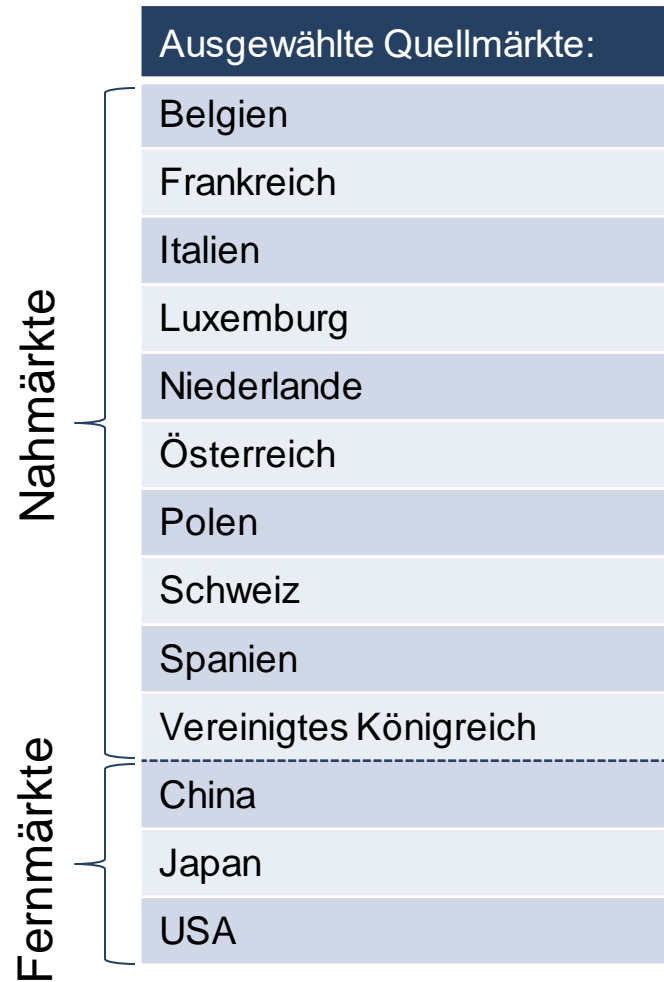
1.
Nutzwertanalyse

2.
Bewertung der
Quellmärkte

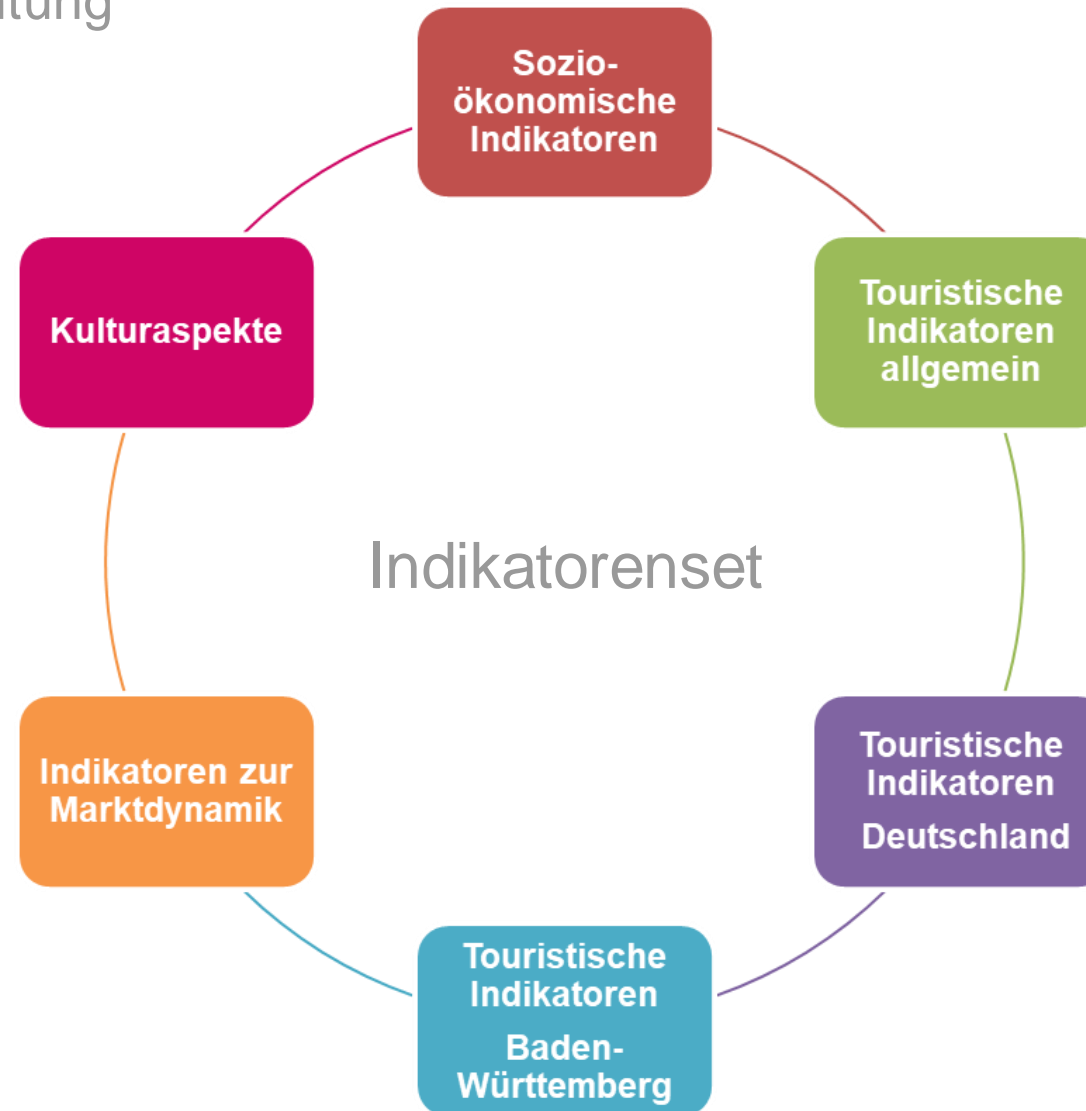
3.
Definition von
Handlungsfeldern

4.
Aufbereitung
der Ergebnisse

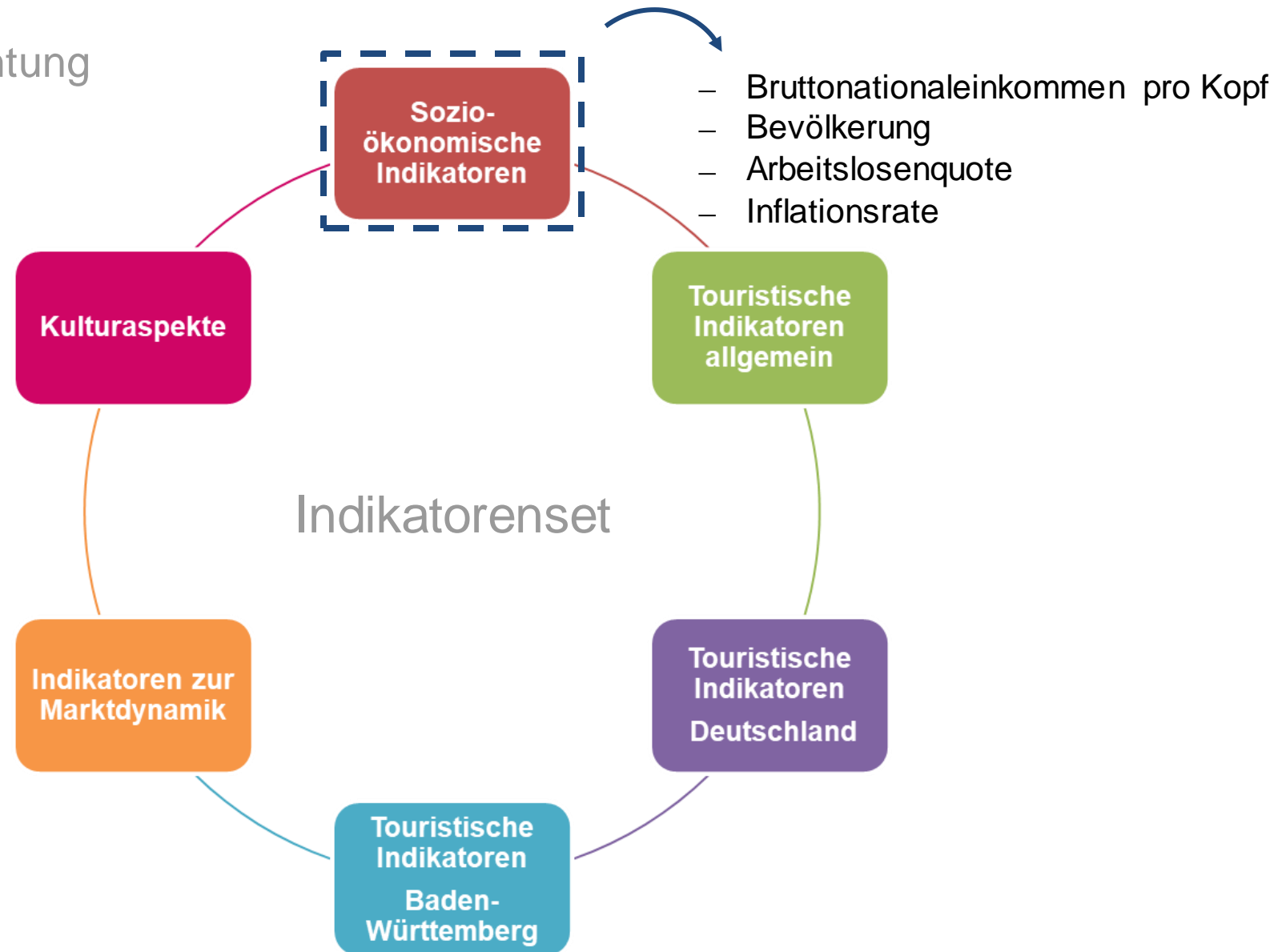
Betrachtete Quellmärkte



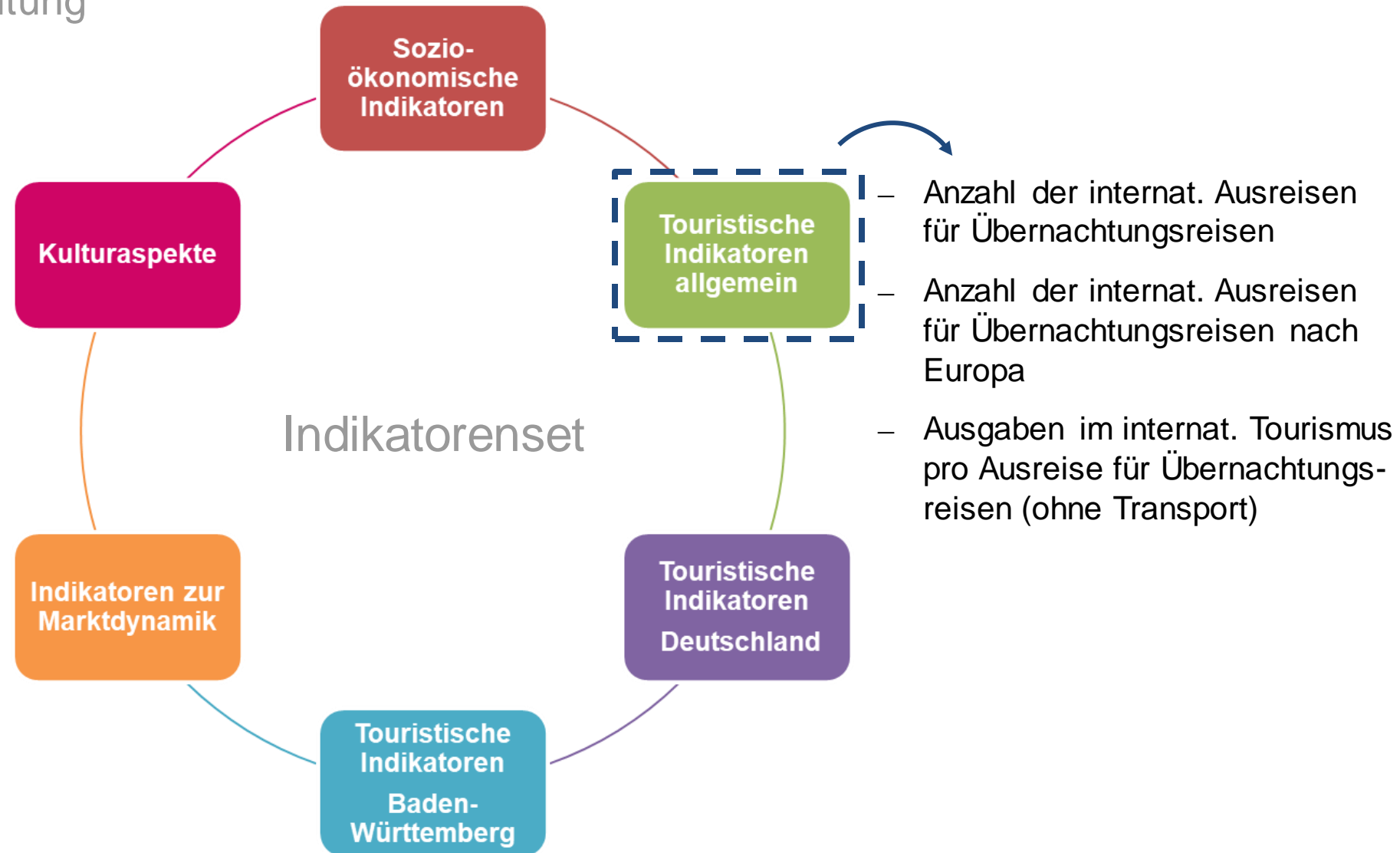
Indikatorenset und Gewichtung



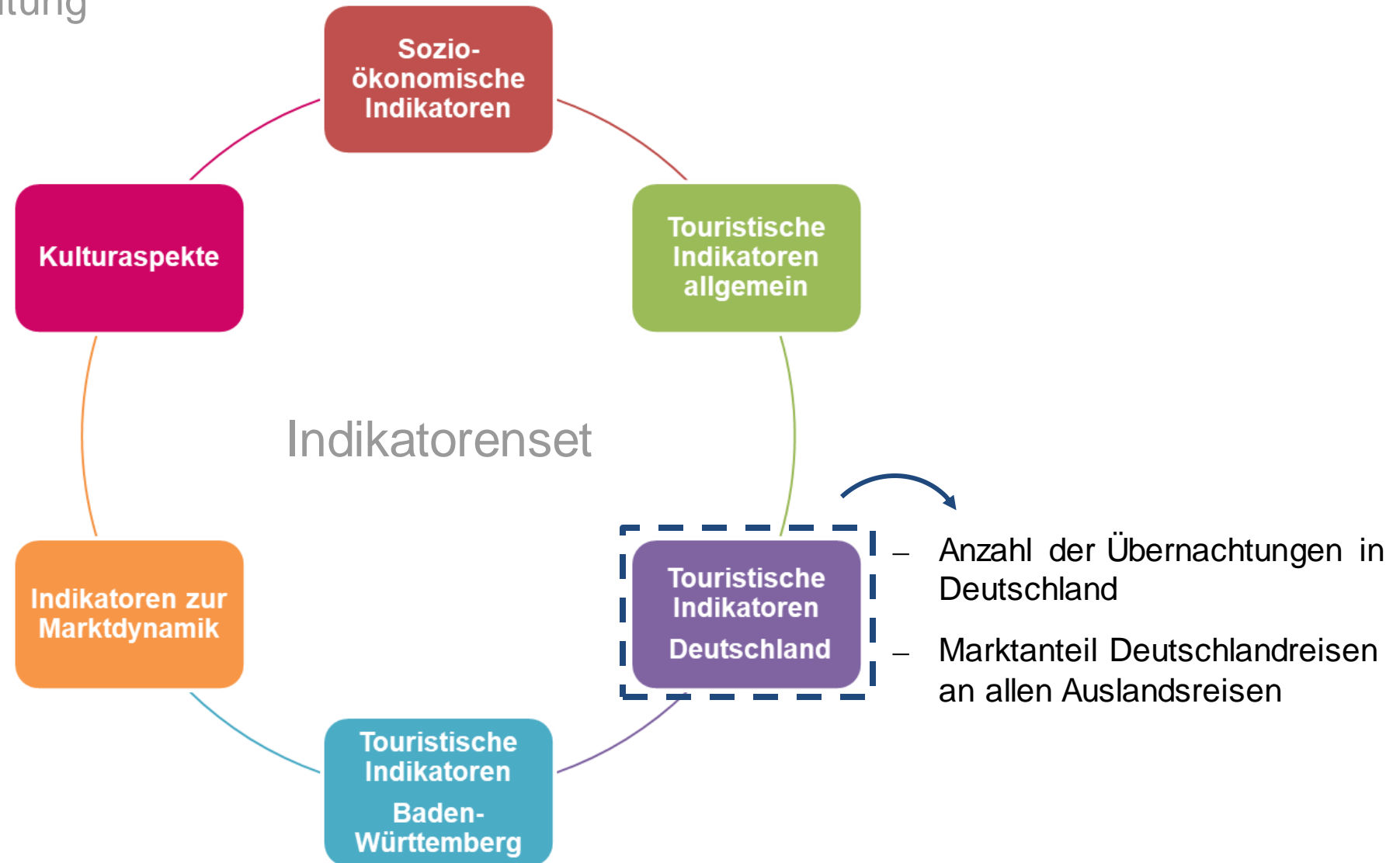
Indikatorenset und Gewichtung



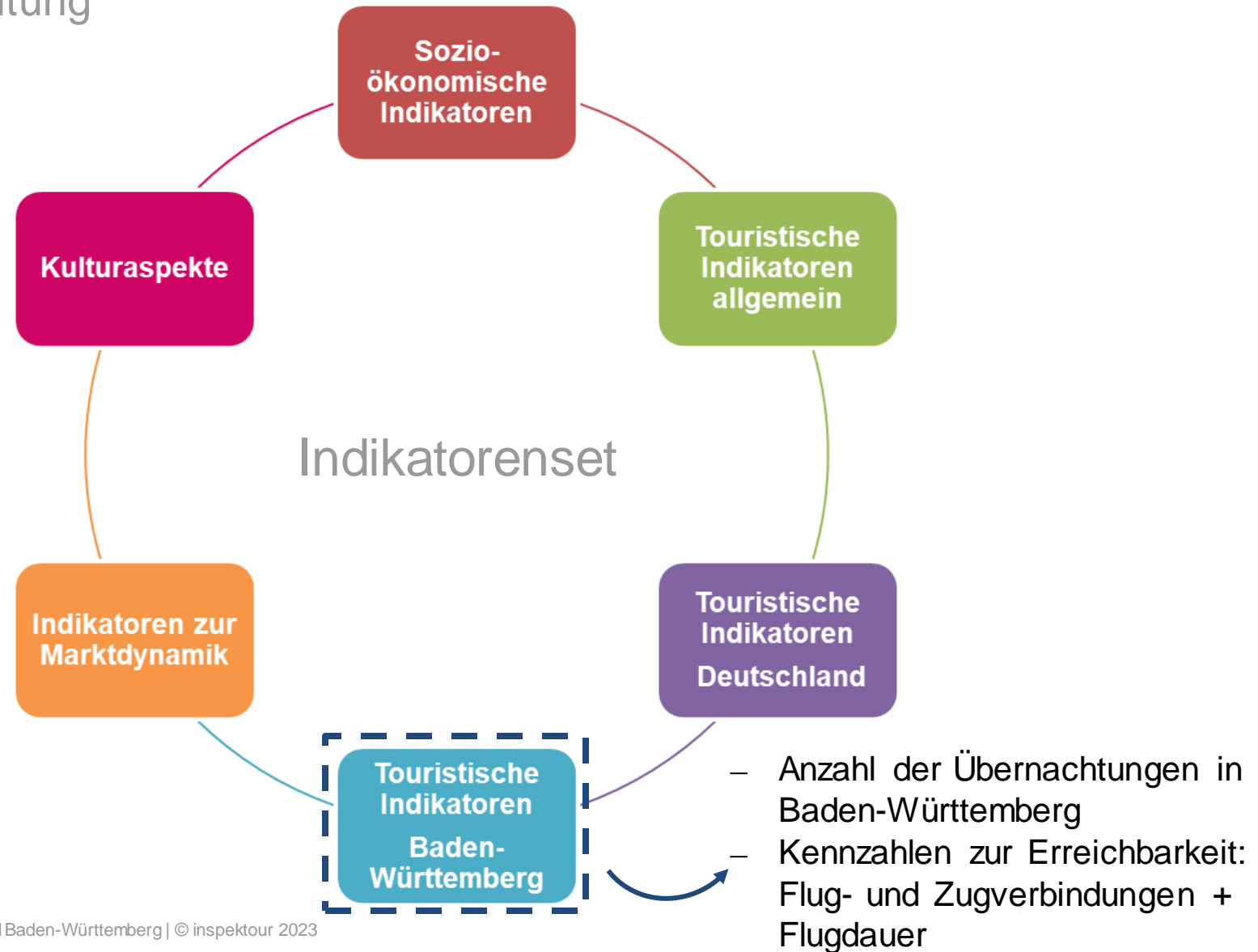
Indikatorenset und Gewichtung



Indikatorenset und Gewichtung



Indikatorenset und Gewichtung



Indikatorenset und Gewichtung



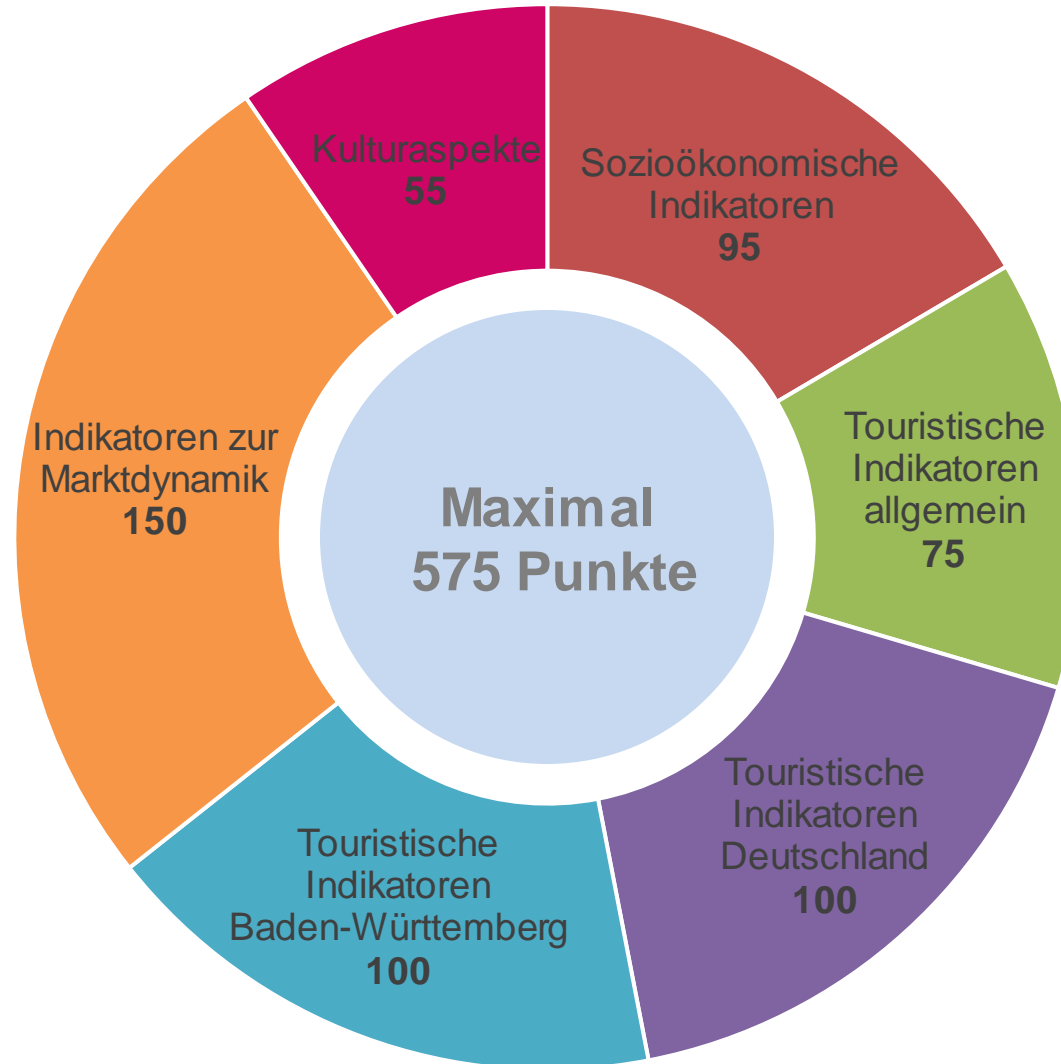
- Entwicklung des Bruttonational-einkommens
- Entwicklung der Anzahl der Übernachtungen in Deutschland
- Entwicklung der Anzahl der Übernachtungen in Baden-Württemberg

Indikatorenset und Gewichtung

- Bedeutung von Freizeit im Leben
- Gefühlte Nähe zur Welt



Gesamtpunktezahl je Kategorie



Quellmärkte	Indikatoren
Belgien	47
Frankreich	57
Italien	55
Luxemburg	45
Niederlande	63
Österreich	56
Polen	53
Schweiz	55
Spanien	54
Vereinigtes Königreich	58
<hr/>	
China	53
Japan	49
USA	56



Vorgehensweise bei der Berechnung

Quellmärkte	Bruttonational-einkommen pro Kopf
Norwegen	Rang 1
Luxemburg	Rang 2
Schweiz	Rang 3
Irland	Rang 4
USA	Rang 5
Dänemark	Rang 6
Island	Rang 7
Schweden	Rang 8
Australien	Rang 9
Niederlande	Rang 10
...	...



Rangplatzierung x **Gewichtungsfaktor**
= Rangplatzpunkte je Quellmarkt

Rang-Quote
je Quellmarkt

=

Gesamt-Rangplatzpunkte

maximale Rangplatzpunkte

maximale Rangplatzpunkte je Indikator =

Anzahl der Konkurrenten x **Gewichtungsfaktor**



Gesamtranking der Quellmärkte

Rang	Land	Rang-Quote	Rang	Land	Rang-Quote	Rang	Land	Rang-Quote
1			16			31		
2			17			32		
3			18			33		
4			19			34		
5			20			35		
6			21			36		
7			22			37		
8			23			38		
9			24			39		
10			25			40		
11			26			41		
12			27			42		
13			28			43		
14			29			44		
15			30			45		
						46		

Gesamtranking der Quellmärkte

Rang	Land	Rang-Quote	Rang	Land	Rang-Quote	Rang	Land	Rang-Quote
1	Schweiz	25,98%	16			31		
2	USA	31,37%	17			32		
3	Niederlande	32,02%	18			33		
4			19			34		
5			20			35		
6			21			36		
7			22			37		
8			23			38		
9			24			39		
10			25			40		
11			26			41		
12			27			42		
13			28			43		
14			29			44		
15			30			45		
						46		

Gesamtranking der Quellmärkte

Rang	Land	Rang-Quote	Rang	Land	Rang-Quote	Rang	Land	Rang-Quote
1	Schweiz	25,98%	16			31		
2	USA	31,37%	17			32		
3	Niederlande	32,02%	18			33		
4	Österreich	34,67%	19			34		
5	Vereinigtes Königreich	35,23%	20			35		
6	Belgien	35,73%	21			36		
7	Frankreich	36,02%	22			37		
8	Dänemark	39,41%	23			38		
9	Polen	39,72%	24			39		
10	Spanien	41,71%	25			40		
11			26			41		
12			27			42		
13			28			43		
14			29			44		
15			30			45		
						46		

Gesamtranking der Quellmärkte

Rang	Land	Rang-Quote	Rang	Land	Rang-Quote	Rang	Land	Rang-Quote
1	Schweiz	25,98%	16			31		
2	USA	31,37%	17			32		
3	Niederlande	32,02%	18			33		
4	Österreich	34,67%	19			34		
5	Vereinigtes Königreich	35,23%	20			35		
6	Belgien	35,73%	21			36		
7	Frankreich	36,02%	22			37		
8	Dänemark	39,41%	23			38		
9	Polen	39,72%	24			39		
10	Spanien	41,71%	25			40		
11			26			41		
12			27			42		
13			28			43		
14			29			44		
15			30			45		
						46		

Gesamtranking der Quellmärkte

Rang	Land	Rang-Quote	Rang	Land	Rang-Quote	Rang	Land	Rang-Quote
1	Schweiz	25,98%	16			31		
2	USA	31,37%	17			32		
3	Niederlande	32,02%	18			33		
4	Österreich	34,67%	19			34		
5	Vereinigtes Königreich	35,23%	20			35		
6	Belgien	35,73%	21			36		
7	Frankreich	36,02%	22			37		
8	Dänemark	39,41%	23			38	Japan	59,88%
9	Polen	39,72%	24			39		
10	Spanien	41,71%	25			40		
11	Italien	42,81%	26	China	52,01%	41		
12	Luxemburg	43,44%	27			42		
13			28			43		
14			29			44		
15			30			45		
						46		

Gesamtranking der Quellmärkte

Rang	Land	Rang-Quote	Rang	Land	Rang-Quote	Rang	Land	Rang-Quote
1	Schweiz	25,98%	16	Schweden	45,41%	31	Mexiko	53,91%
2	USA	31,37%	17	Israel	45,42%	32	Thailand	54,86%
3	Niederlande	32,02%	18	Kanada	47,73%	33	Serbien	55,83%
4	Österreich	34,67%	19	Tschechien	49,04%	34	Korea	56,25%
5	Vereinigtes Königreich	35,23%	20	Norwegen	49,16%	35	Finnland	58,10%
6	Belgien	35,73%	21	Portugal	49,80%	36	Russland	59,06%
7	Frankreich	36,02%	22	Slowakei	50,08%	37	Brasilien	59,78%
8	Dänemark	39,41%	23	Kroatien	50,49%	38	Japan	59,88%
9	Polen	39,72%	24	Türkei	50,96%	39	Australien	60,06%
10	Spanien	41,71%	25	Ukraine	51,80%	40	Litauen	60,18%
11	Italien	42,81%	26	China	52,01%	41	Lettland	62,14%
12	Luxemburg	43,44%	27	Bulgarien	52,76%	42	Island	62,83%
13	Rumänien	43,58%	28	Slowenien	53,13%	43	Taiwan	65,61%
14	Vereinigte Arabische Emirate	44,15%	29	Irland	53,22%	44	Estland	66,37%
15	Indien	44,88%	30	Ungarn	53,71%	45	Argentinien	69,41%
						46	Südafrika	75,89%

Gesamtranking der Quellmärkte je Indikatorenkategorie

	Gesamtergebnis	
	Rang-Quote	Rangplatz
Schweiz	25,98%	1
USA	31,37%	2
Niederlande	32,02%	3
Österreich	34,67%	4
Vereinigtes Königreich	35,23%	5
Belgien	35,73%	6
Frankreich	36,02%	7
Polen	39,72%	9
Spanien	41,71%	10
Italien	42,81%	11
Luxemburg	43,44%	12
China	52,01%	26
Japan	59,88%	38

Gesamtranking der Quellmärkte: Schweiz (Rang 1)

Sozioökonomische Indikatoren		Touristische Indikatoren allg.		Touristische Indikatoren DE		Touristische Indikatoren BaWü		Indikatoren Marktdynamik		Kulturelle Indikatoren	
Bevölkerung	Rang 32	internat. Ausreisen	Rang 10	Übernachtungen	Rang 2	Übernachtungen	Rang 1	Bevölkerungsprognose	Rang 32	Freizeit im Leben	n.v.
BIP	Rang 14	internat. Ausreisen Europa	Rang 8	Aufenthaltsdauer	Rang 35	Marktanteil ÜN BaWü	Rang 1	Progn. BIP	Rang 17	Gefühlte Nähe zur Welt	n.v.
BNE	Rang 3	Ausgaben	Rang 11	Marktanteil DE-Reisen	Rang 3	Aufenthaltsdauer	Rang 35	Entw. BNE	Rang 38	Allg. Infoquelle: Internet	n.v.
Gini-Index	n.v.	Ausgaben pro Ausreise	Rang 26	Urlaubsreisen nach DE	Rang 10	Flugverbindungen	Rang 10	Entw. Gini-Index	n.v.	Allg. Infoquelle: Smartphone / mobile phone	n.v.
Arbeitslosenquote	Rang 4	Visabestimmungen	Rang 1	Themeneignung: Kulinarik	Rang 9	Flugdauer	Rang 1	Progn. Arbeitslosenquote	Rang 4	Allg. Infoquelle: Social media	n.v.
Internetnutzungsquote	Rang 7	Urlaubsanspruch	n.v.	Themeneignung: Kultur	Rang 9	Zugverbindungen	Rang 1	Entw. Internetnutzung	Rang 20	Allg. Infoquelle: Freunden / Kollegen	n.v.
Inflationsrate	Rang 3			Themeneignung: Natur	Rang 8	Marktpotenzial (TMBW)	Rang 1	Entw. Euro-Referenzkurses	Rang 2	Vertrauen zu Menschen anderer Nationalität	n.v.
Staatsbürger (in DE)	Rang 25			Themeneignung: Städtereise	Rang 9	Marktbearbeitung / -zugang (TMBW)	Rang 1	Entw. internat. Ausreisen	Rang 17	Unsicherheitsvermeidung	Rang 14
Studierende (in DE)	Rang 18			Themeneignung: Landurlaub	Rang 8	Sympathie	Rang 1	Entw. internat. Ausreisen Europa	Rang 15	QM-Stabilität	Rang 3
Staatsbürger (in BaWü)	Rang 18			Umsatzvolumen	Rang 1	Besuchsbereitschaft	Rang 1	Entw. Ausgaben pro Ausreise	Rang 32		
Studierende (in BaWü)	n.v.			Sympathie	Rang 4	Bekanntheit	Rang 2	Entw. ÜN DE	Rang 17		
HDI	Rang 1			Besuchsbereitschaft	Rang 1			Prognose ÜN DE	Rang 2		
				Marktpotenzial (DZT)	Rang 1			Entw. ÜN BaWü	Rang 17		
								Marktpotenzial (DZT)	Rang 1		
								Marktpotenzial (TMBW)	Rang 1		
								Marktbearbeitung / -zugang (TMBW)	Rang 1		

Grün = Ranking im oberen Drittel
Gelb = Ranking im mittleren Drittel
Rot = Ranking im hinteren Drittel

Gesamtranking der Quellmärkte je Indikatorenkategorie

	Gesamtergebnis		Sozioökonomische Indikatoren	Marktdynamik – Sozioökonomie	Touristische Indikatoren allgemein	Touristische Indikatoren – Deutschland	Touristische Indikatoren – Baden-Württemberg	Marktdynamik – Tourismus	Kulturelle Indikatoren
	Rang-Quote	Rangplatz	Rangplatz	Rangplatz	Rangplatz	Rangplatz	Rangplatz	Rangplatz	Rangplatz
Schweiz	25,98%	1	1	21	6	9	1	8	6
USA	31,37%	2							
Niederlande	32,02%	3							
Österreich	34,67%	4							
Vereinigtes Königreich	35,23%	5							
Belgien	35,73%	6							
Frankreich	36,02%	7							
Polen	39,72%	9							
Spanien	41,71%	10							
Italien	42,81%	11							
Luxemburg	43,44%	12							
China	52,01%	26							
Japan	59,88%	38							

Gesamtranking der Quellmärkte – Einteilung der bewerteten Märkte

Vorläufige Markteinteilung – Stand: 11.05.2023

Bestandsmärkte	Dynamikmärkte	Beobachtungsmärkte
<div data-bbox="234 714 639 915" style="border: 1px solid black; background-color: #e0e0e0; padding: 10px; text-align: center;"> Ziel: Marktanteile halten und ausbauen! </div>	<div data-bbox="940 714 1345 915" style="border: 1px solid black; background-color: #e0e0e0; padding: 10px; text-align: center;"> Ziel: Marktanteile gewinnen! </div>	<div data-bbox="1633 719 2038 921" style="border: 1px solid black; background-color: #e0e0e0; padding: 10px; text-align: center;"> Ziel: Entwicklung in den Märkten (weiter) beobachten! </div>

Gesamtranking der Quellmärkte – Einteilung der bewerteten Märkte

Vorläufige
Markteinteilung –
Stand: 11.05.2023

Bestandsmärkte		Dynamikmärkte	Beobachtungsmärkte
Schweiz	Rang 1		
Niederlande	Rang 3		
Österreich	Rang 4		
Vereinigtes Königreich	Rang 5		
Belgien	Rang 6		
Frankreich	Rang 7		
Spanien	Rang 10		
Italien	Rang 11		
Luxemburg	Rang 12		

Gesamtranking der Quellmärkte – Einteilung der bewerteten Märkte

Vorläufige
Markteinteilung –
Stand: 11.05.2023

Bestandsmärkte		Dynamikmärkte		Beobachtungsmärkte
Schweiz	Rang 1	USA	Rang 2	
Niederlande	Rang 3	China	Rang 26	
Österreich	Rang 4	Japan	Rang 38	
Vereinigtes Königreich	Rang 5			
Belgien	Rang 6			
Frankreich	Rang 7			
Spanien	Rang 10			
Italien	Rang 11			
Luxemburg	Rang 12			

Gesamtranking der Quellmärkte – Einteilung der bewerteten Märkte

Vorläufige
Markteinteilung –
Stand: 11.05.2023

Bestandsmärkte		Dynamikmärkte		Beobachtungsmärkte	
Schweiz	Rang 1	USA	Rang 2	Polen	Rang 9
Niederlande	Rang 3	China	Rang 26		
Österreich	Rang 4	Japan	Rang 38		
Vereinigtes Königreich	Rang 5				
Belgien	Rang 6				
Frankreich	Rang 7				
Spanien	Rang 10				
Italien	Rang 11				
Luxemburg	Rang 12				

Gesamtranking der Quellmärkte – Einteilung der bewerteten Märkte

Vorläufige
Markteinteilung –
Stand: 11.05.2023

Bestandsmärkte		Dynamikmärkte		Beobachtungsmärkte	
Schweiz	Rang 1	USA	Rang 2	Polen	Rang 9
Niederlande	Rang 3	China	Rang 26	Dänemark	Rang 8
Österreich	Rang 4	Japan	Rang 38	Schweden	Rang 16
Vereinigtes Königreich	Rang 5			Tschechien	Rang 19
Belgien	Rang 6				
Frankreich	Rang 7				
Spanien	Rang 10				
Italien	Rang 11				
Luxemburg	Rang 12				

mögliche weitere
Beobachtungs-
märkte



Struktur der Stichprobe

Frage A1: Welcher der folgenden Kategorien ordnen Sie Ihre Organisation (hauptsächlich) zu?

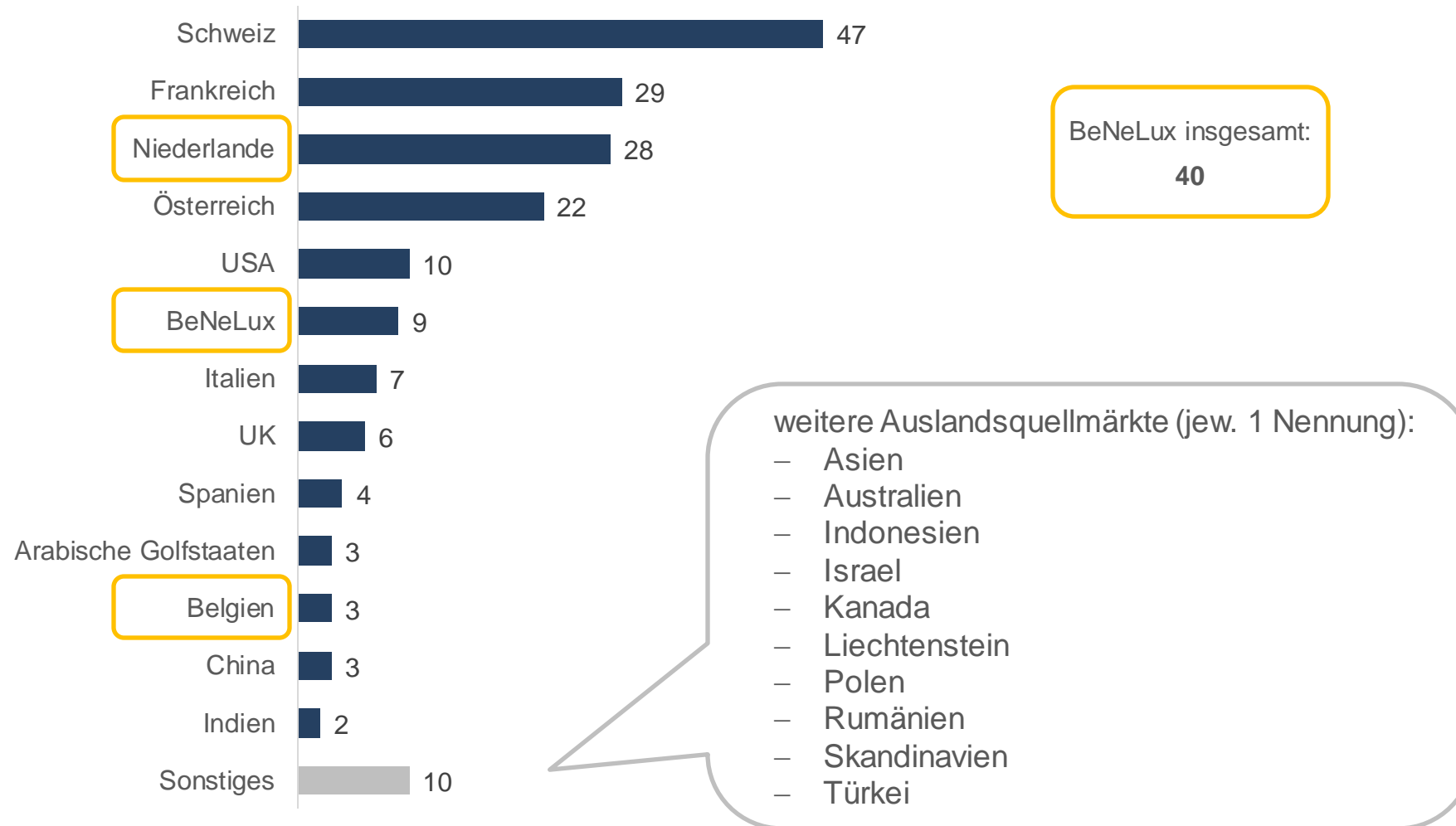
Frage A2: In welcher Urlaubsregion in Baden-Württemberg ist Ihre Organisation (hauptsächlich) ansässig?

Basis: Alle Befragte (n = 72)

Aktuell wichtigste Auslandsquellmärkte

Frage B2: Jetzt beziehen wir uns auf die gegenwärtige Situation und würden gerne von Ihnen wissen: Welches sind aktuell Ihre wichtigsten Auslandsquellmärkte?

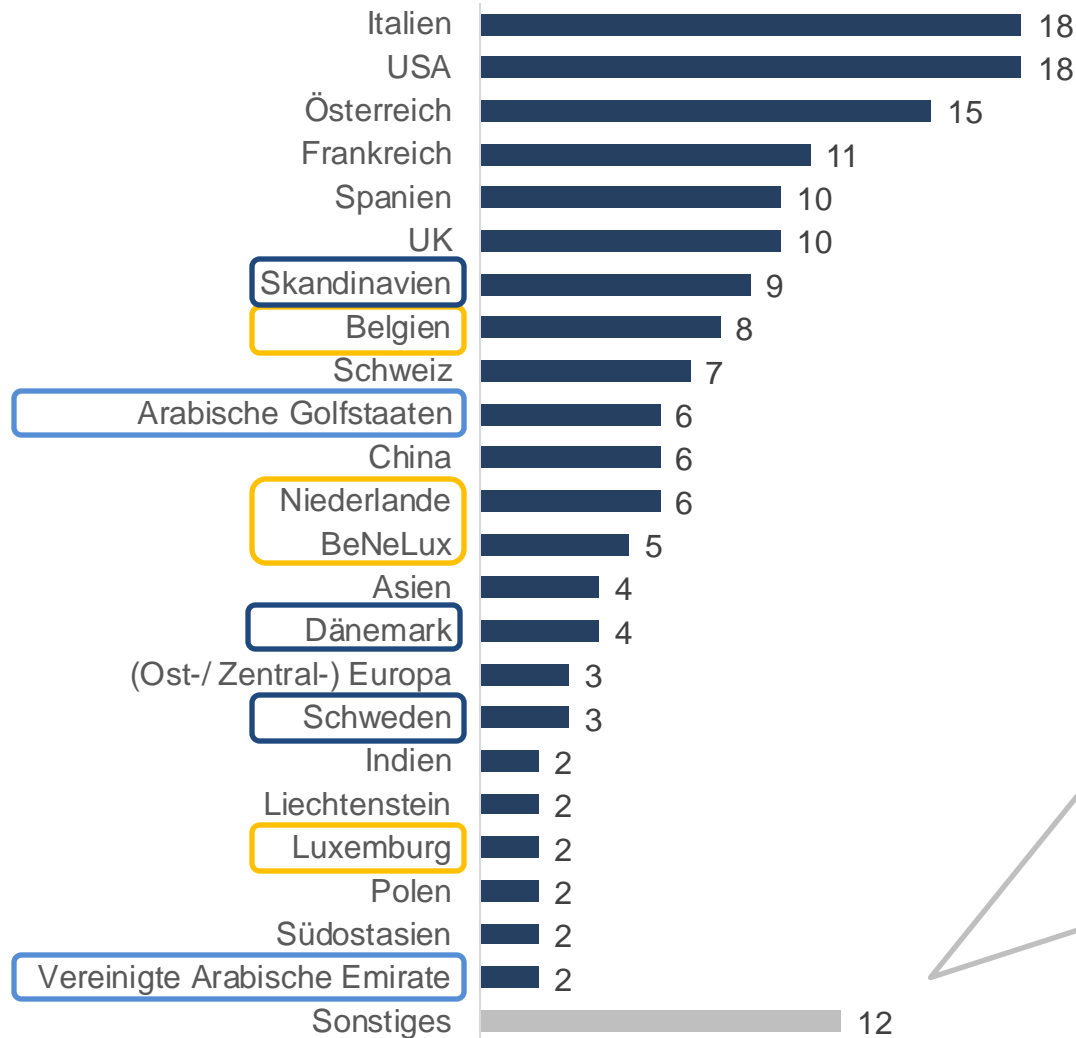
Basis: Alle Befragte, für die Auslandsquellmärkte generell relevant sind (n = 70) | Anzahl der Nennungen: 183 | Mehrfachnennungen möglich



Wunsch-Auslandsquellmärkte

Frage B4: Stellen Sie sich bitte vor, dass Ressourcen wie z.B. Zeit und Geld keine Rolle spielen würden: An welchen ausländischen Quellmärkten hätten Sie zusätzlich ein Interesse?

Basis: Alle Befragte, für die Auslandsquellmärkte generell relevant sind (n = 70) | Anzahl der Nennungen: 167 | Mehrfachnennungen möglich



BeNeLux
insgesamt:
21

Skandinavien
insgesamt:
16

Arab. Golfstaaten
insgesamt:
9

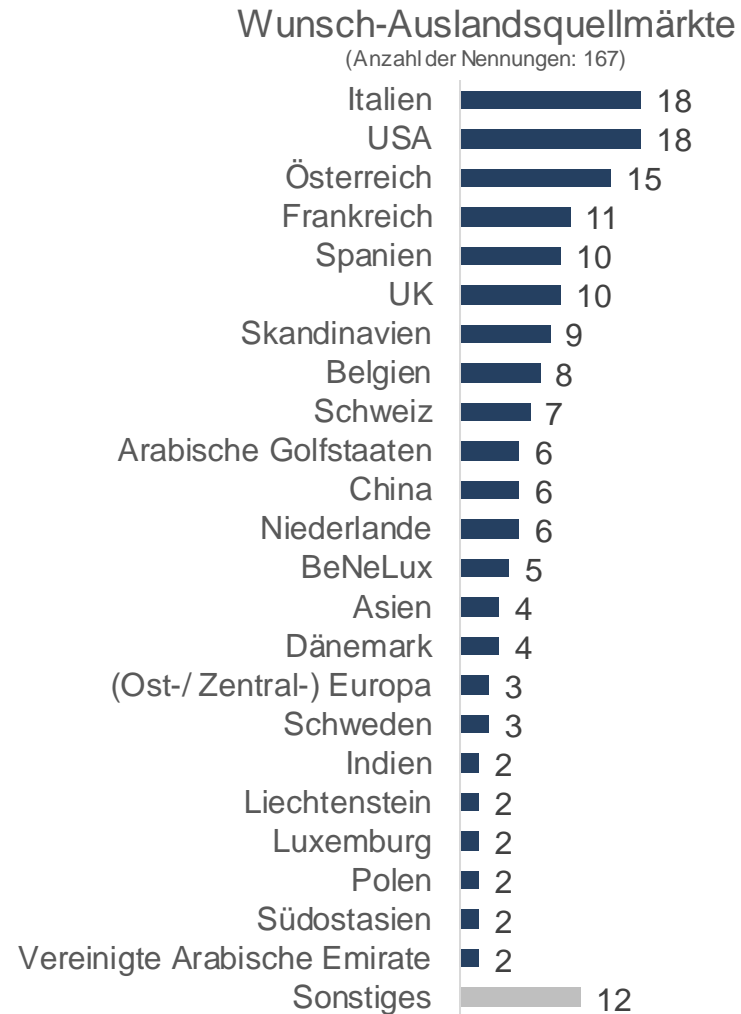
- weitere Auslandsquellmärkte (jew. 1 Nennung):
- Israel
 - Japan
 - Kanada
 - Korea
 - Mittlerer Osten
 - Nordamerika
 - Östliche Länder
 - **Saudi-Arabien**
 - Slowenien
 - Tschechien
 - Türkei
 - Vietnam

Auslandsquellmärkte

Frage B4: Stellen Sie sich bitte vor, dass Ressourcen wie z.B. Zeit und Geld keine Rolle spielen würden: An welchen ausländischen Quellmärkten hätten Sie zusätzlich ein Interesse?

Frage B2: Welches sind aktuell Ihre wichtigsten Auslandsquellmärkte?

Basis: Alle Befragte, für die Auslandsquellmärkte generell relevant sind (n = 70) | Mehrfachnennungen möglich



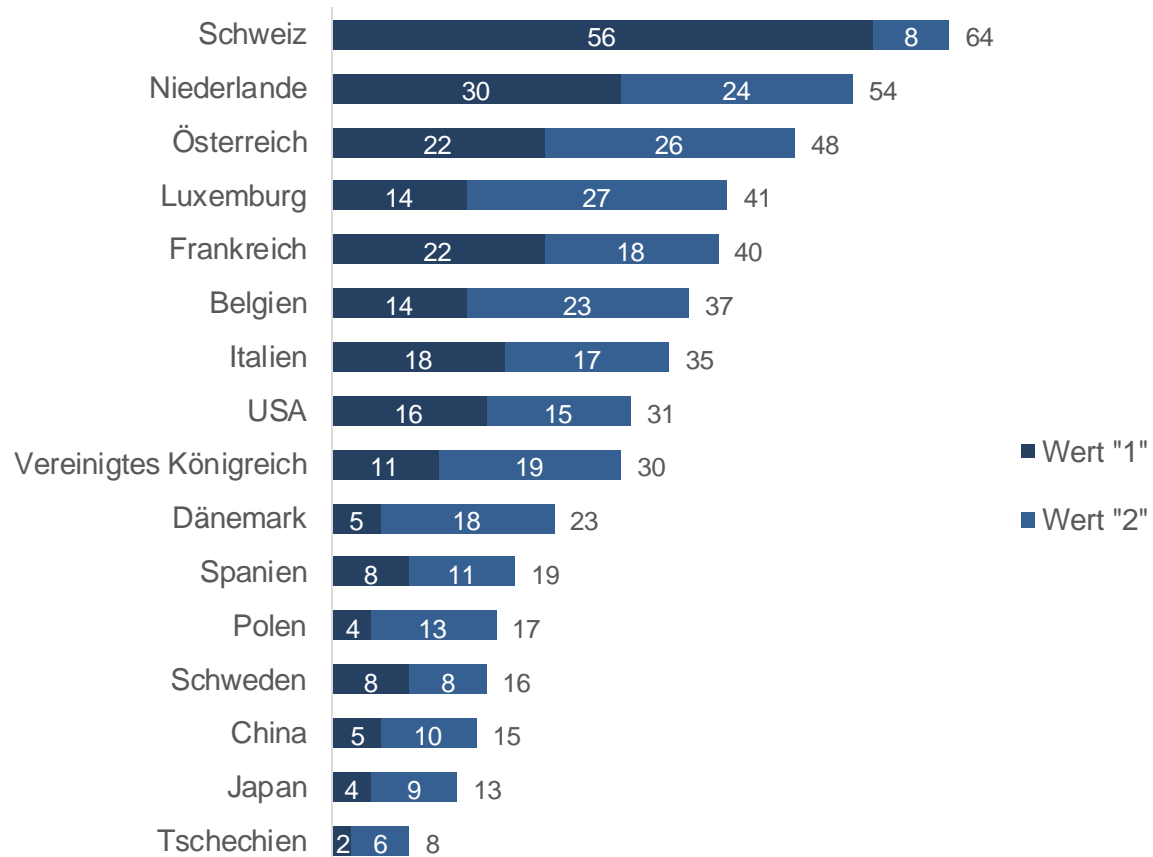
Potenzial ausgewählter Quellmärkte

Frage B4a: Nachfolgend finden Sie nun einige Auslandsquellmärkte. Wie schätzen Sie aus Ihrer Sicht das aktuelle Potenzial dieser Quellmärkte für Ihre Organisation ein?

Basis: Alle Befragte, für die Auslandsquellmärkte generell relevant sind (n = 70) |

Top-Two-Box-Wert auf Skala von „1 = sehr gut“ bis „6 = ungenügend“

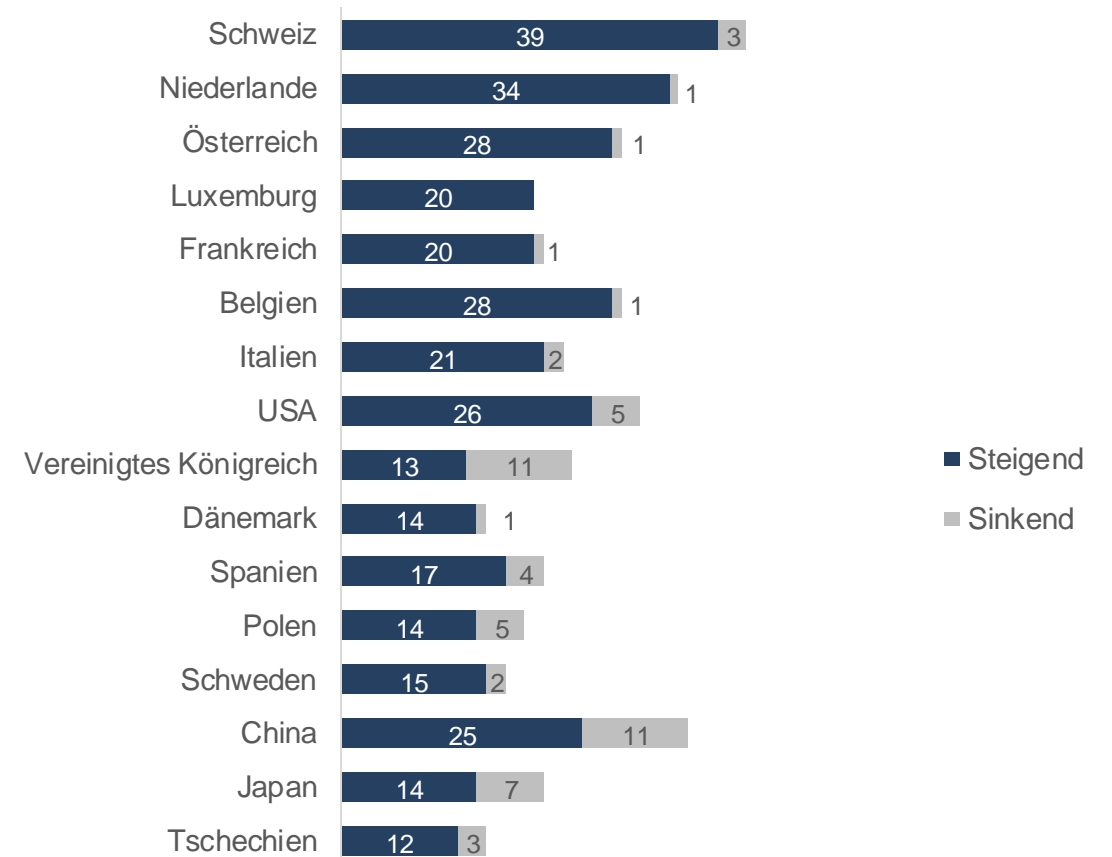
aktuelles Potenzial



Frage B4b: Wie schätzen Sie aus Ihrer Sicht das in der vorherigen Frage angegebene Potenzial zukünftig (innerhalb der nächsten 5 Jahre) für Ihre Organisation je Quellmarkt ein?

Basis: Alle Befragte, für die Auslandsquellmärkte generell relevant sind (n = 70) |

zukünftiges Potenzial



Zusammenfassung der Kernergebnisse der Online-Partnerbefragung

Aktuell wichtigste Quellmärkte

Schweiz (47)
BeNeLux (insg. 40)
Frankreich (29)
Österreich (22)
USA (10)
Italien (7)
Vereinigtes Königreich (6)
Spanien (4)
China (3)

Online-Partnerbefragung der TMBW – Verknüpfung der Ergebnisse mit Markteinteilung

Vorläufige Markteinteilung – Stand: 11.05.2023

Bestandsmärkte		Dynamikmärkte		Beobachtungsmärkte	
Schweiz	Rang 1	USA	Rang 2	Polen	Rang 9
Niederlande	Rang 3	China	Rang 26	Dänemark	Rang 8
Österreich	Rang 4	Japan	Rang 38	Schweden	Rang 16
Vereinigtes Königreich	Rang 5			Tschechien	Rang 19
Belgien	Rang 6				
Frankreich	Rang 7				
Spanien	Rang 10				
Italien	Rang 11				
Luxemburg	Rang 12				

mögliche weitere Beobachtungsmärkte

Online-Partnerbefragung der TMBW – Verknüpfung der Ergebnisse mit Markteinteilung (Stand: 31.07.2023)

Bestandsmärkte		Dynamikmärkte		Beobachtungsmärkte	
Schweiz	Rang 1	USA	Rang 2	Dänemark	Rang 8
Niederlande	Rang 3	China	Rang 26	Polen	Rang 9
Österreich	Rang 4	Japan	Rang 38	Schweden	Rang 16
Vereinigtes Königreich	Rang 5			Tschechien	Rang 19
Belgien	Rang 6				
Frankreich	Rang 7				
Spanien	Rang 10				
Italien	Rang 11				
Luxemburg	Rang 12				

Ergebnis der Gesamt-Analyse

Primärmärkte	
Sekundärmärkte	
Beobachtungsmärkte	

Ergebnis der Gesamt-Analyse



Ergebnis der Gesamt-Analyse

Primärmärkte	<ul style="list-style-type: none">– Schweiz– Niederlande– Österreich– Belgien– Frankreich– USA	Aktive Marktbearbeitung, vornehmlich in Form von Einzelaktionen, insbesondere in Kooperation
Sekundärmärkte	<ul style="list-style-type: none">– Vereinigtes Königreich– Spanien	
Beobachtungsmärkte		

Ergebnis der Gesamt-Analyse

Primärmärkte	<ul style="list-style-type: none">– Schweiz– Niederlande– Österreich– Belgien– Frankreich– USA
Sekundärmärkte	<ul style="list-style-type: none">– Vereinigtes Königreich– Spanien
Beobachtungsmärkte	<ul style="list-style-type: none">– Polen– Dänemark– China

Zunächst keine aktive Marktbearbeitung, Fokus auf Beobachtung

Quellmarktübergreifende Handlungsfelder

I. Handlungsfeld

Marktforschung und
Wissensmanagement

II. Handlungsfeld

Marketing
Kooperation

III. Handlungsfeld

(Weiter-) Entwicklung
von Beteiligungs-
angeboten

IV. Handlungsfeld

Wissenstransfer

Handlungsfeld I Marktforschung und Wissens- management	Handlungsfeld II Marketing Kooperation	Handlungsfeld III (Weiter-) Entwicklung von Beteiligungs- angeboten	Handlungsfeld IV Wissens- transfer
--	--	---	--

			Handlungsfeld I Marktforschung und Wissens- management	Handlungsfeld II Marketing Kooperation	Handlungsfeld III (Weiter-) Entwicklung von Beteiligungs- angeboten	Handlungsfeld IV Wissens- transfer
Quellmarkt						
Primärmärkte	Schweiz					
	Niederlande					
	Österreich					
	Belgien					
	Frankreich					
	USA					

- = vorrangige Aufgaben
- = ergänzende Aufgaben
- = nachrangige Aufgaben

			Handlungsfeld I Marktforschung und Wissens- management	Handlungsfeld II Marketing Kooperation	Handlungsfeld III (Weiter-) Entwicklung von Beteiligungs- angeboten	Handlungsfeld IV Wissens- transfer
Quellmarkt						
Primärmärkte	Schweiz					
	Niederlande					
	Österreich					
	Belgien					
	Frankreich					
	USA					
Sekundärmärkte	Vereinigtes Königreich					
	Spanien					

- = vorrangige Aufgaben
- = ergänzende Aufgaben
- = nachrangige Aufgaben

			Handlungsfeld I Marktforschung und Wissens- management	Handlungsfeld II Marketing Kooperation	Handlungsfeld III (Weiter-) Entwicklung von Beteiligungs- angeboten	Handlungsfeld IV Wissens- transfer
Quellmarkt						
Primärmärkte	Schweiz					
	Niederlande					
	Österreich					
	Belgien					
	Frankreich					
	USA					
Sekundärmärkte	Vereinigtes Königreich					
	Spanien					
Beobachtungsmärkte	Polen					
	Dänemark					
	China					

- = vorrangige Aufgaben
- = ergänzende Aufgaben
- = nachrangige Aufgaben

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Jetzt haben wir Zeit für Ihre Fragen!

Strategiepapier Auslandsmarketing



EINBLICK TMBW



Das Auslandsmarketing Team der TMBW



Natalie Dietl
**Teamleitung Ausland /
Auslandsmarketing USA / ES**
Mail: n.dietl@tourismus-bw.de
Telefon: +49 711 23858 26
Mobil: +49 176 17717117



Anna Wagner
**Auslandsmarketing CH / AT /
Beobachtungsmärkte**
Mail: a.wagner@tourismus-bw.de
Tel.: +49 711 238 58 68
Mobil: +49 176 17717106



Janina Wittmann
**Auslandsmarketing BeNeLux / FR
/ UK**
Mail: j.wittmann@tourismus-bw.de
Telefon: +49 711 23858 10
Mobil: +49 176 17717114

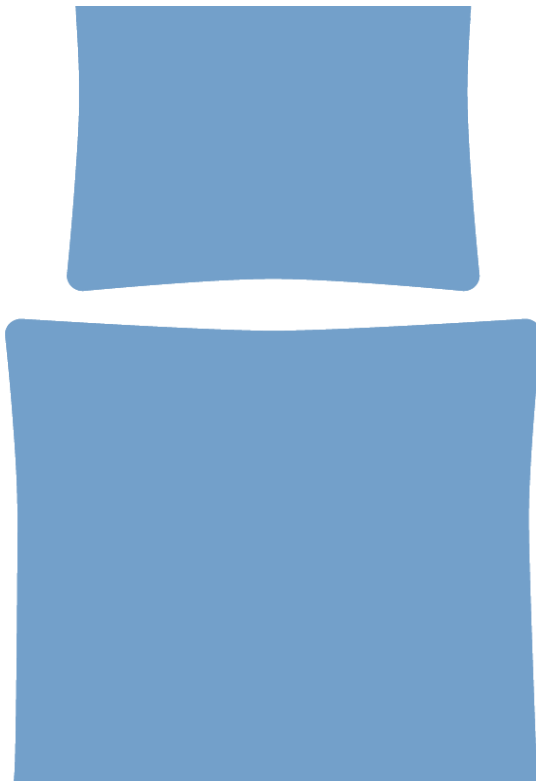
GROSSBRITANNIEN

WIR
SIND
SÜDEN.
BADEN-
WÜRTTEMBERG



GROSSBRITANNIEN

ÜBERNACHTUNGEN, ENTWICKLUNG, MARKTANTEIL 2022



317.443 Übernachtungen im Jahr 2022
+343,1 Prozent gegenüber 2021
-35,3 Prozent gegenüber 2019

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 2,2 Tage

Marktanteil an den
Gesamtübernachtungen in
BW:

2022:	3,2 Prozent
2021:	1,5 Prozent
2020:	2,6 Prozent
2019:	4,0 Prozent
2018:	4,4 Prozent

GROSSBRITANNIEN

TOP 10 REISEZIELE NACH ÜBERNACHTUNGEN 2022

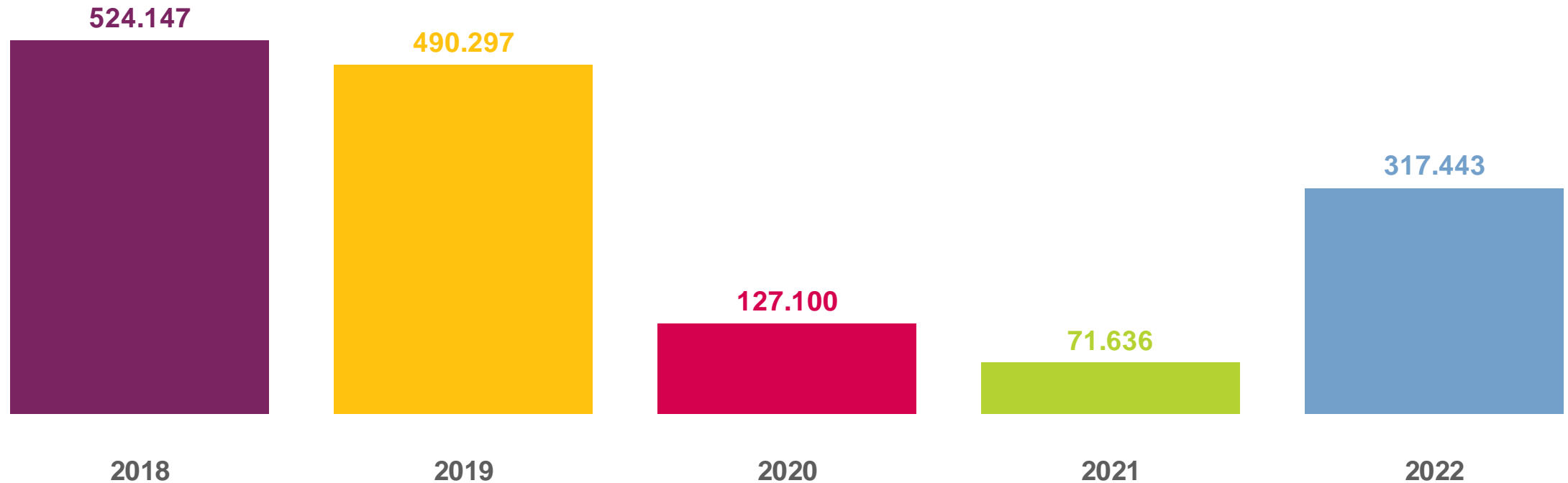
Ranking	Stadt	Herkunftsland	Ankünfte	Veränd. gegenüber Vorjahr in %	Übernachtungen	Veränd. gegenüber Vorjahr in %
1	Stuttgart	Vereinigtes Königreich	22 728	+ 403,8	45 456	+ 344,4
2	Heidelberg	Vereinigtes Königreich	9 924	+ 415,0	21 919	+ 429,6
3	Freiburg im Breisgau	Vereinigtes Königreich	8 846	+ 453,2	19 139	+ 401,8
4	Baden-Baden	Vereinigtes Königreich	8 117	+ 322,8	15 567	+ 256,6
5	Mannheim	Vereinigtes Königreich	5 863	+ 245,5	12 550	+ 245,6
6	Ulm	Vereinigtes Königreich	4 729	+ 304,5	9 847	+ 219,4
7	Leinfelden-Echterdingen	Vereinigtes Königreich	5 942	+ 367,5	9 232	+ 325,6
8	Karlsruhe	Vereinigtes Königreich	4 602	+ 329,3	8 697	+ 331,0
9	Rust	Vereinigtes Königreich	3 503	+ 683,7	8 663	+ 358,6
10	Friedrichshafen	Vereinigtes Königreich	3 268	+ 187,2	7 326	+ 140,0

Entwicklung der Übernachtungen im 5-Jahresverlauf

Quellmarkt Großbritannien

Übernachtungen insgesamt (2018-2022)

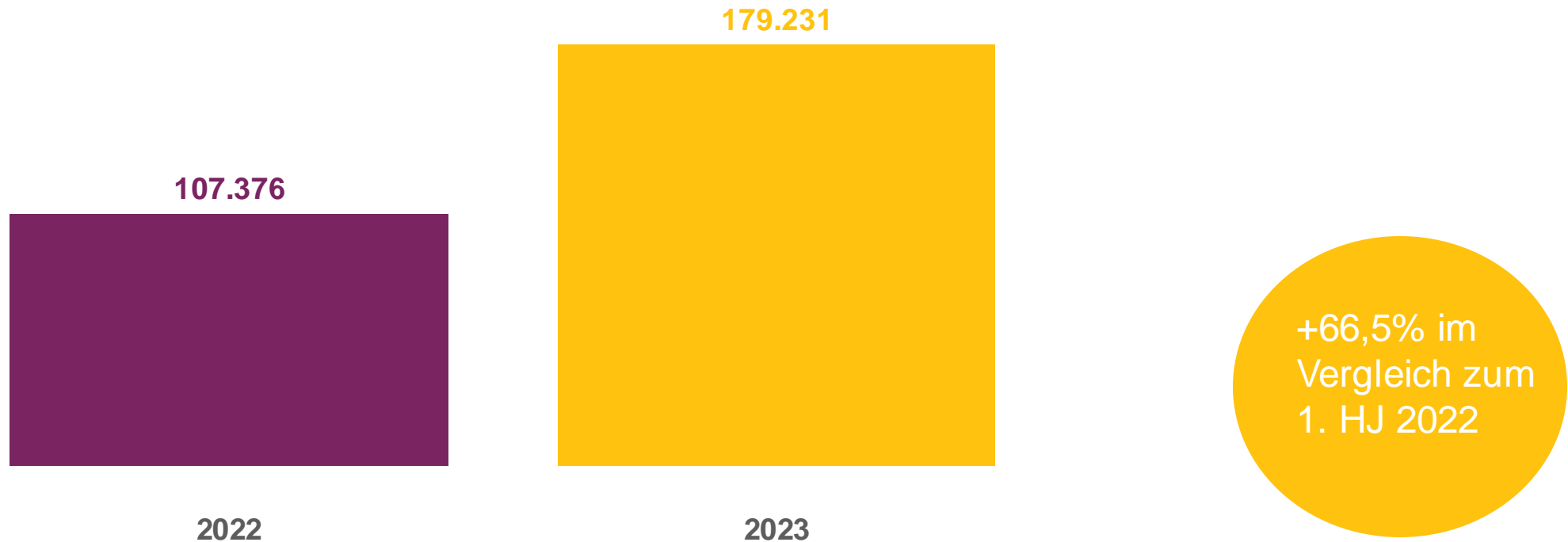
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg



Entwicklung der Übernachtungen im 1. HJ 2023

Quellmarkt Großbritannien

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg



Markteinblick Großbritannien

- Durchschnittliche Ausgaben pro Nacht und Reise bei 194 € und 1.127 € der Briten bei einer Deutschlandreise (IPK 2023)
- Anstieg der Reiseausgaben der Briten und Bereitschaft in lieber anderen Bereichen zu sparen als an Urlaub (L.E.K., Travel Weekly)
- trotz relativ hoher Inflation kein Einbruch der Reisetätigkeit (L.E.K., Travel Weekly)
- Neue Erfahrungen sammeln und (auch unbekannte) Destinationen entdecken
- 62 % wissen bei Beginn der Urlaubsplanung noch nicht, wohin der Urlaub geht (Expedia)
- Direkte Flugverbindungen nach BW aus London, Flugverbindungen nach Frankfurt & Basel aus Edinburgh, Glasgow (nur FRA), Liverpool, Manchester und New Castle (nur FRA)

TOP 3 - URLAUBSAKTIVITÄTEN

- Besichtigung von Städten und historischen Sehenswürdigkeiten
- Aktiv sein in der Natur
- Besuch von Freizeitparks und Museen

90% der Briten
wollen in den
nächsten 12
Monaten
verreisen

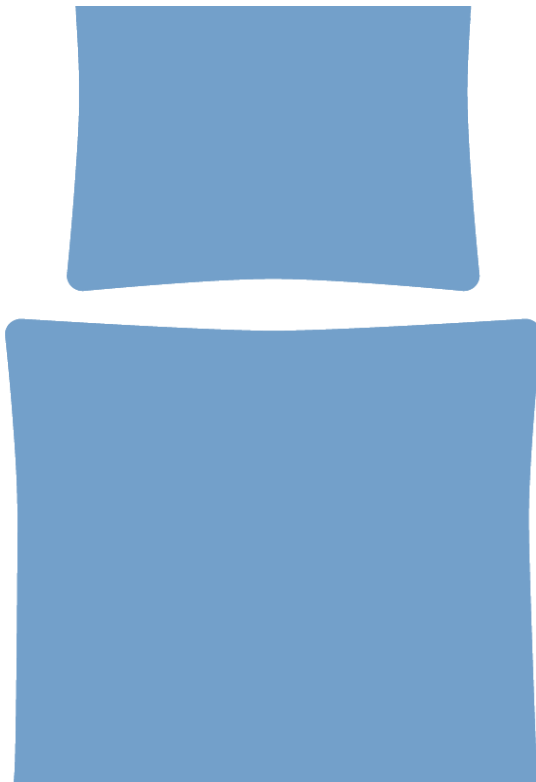
SPANIEN

WIR
SIND
SÜDEN.
BADEN-
WÜRTTEMBERG



SPANIEN

ÜBERNACHTUNGEN, ENTWICKLUNG, MARKTANTEIL 2022



257.554 Übernachtungen im Jahr 2022
+135,0 Prozent gegenüber 2021
-29,3 Prozent gegenüber 2019

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 2,3 Tage

Marktanteil an den
Gesamtübernachtungen in
BW:
2022: 2,6 Prozent
2021: 2,3 Prozent
2020: 1,6 Prozent
2019: 3,0 Prozent
2018: 2,9 Prozent

SPANIEN

TOP 10 REISEZIELE NACH ÜBERNACHTUNGEN 2022

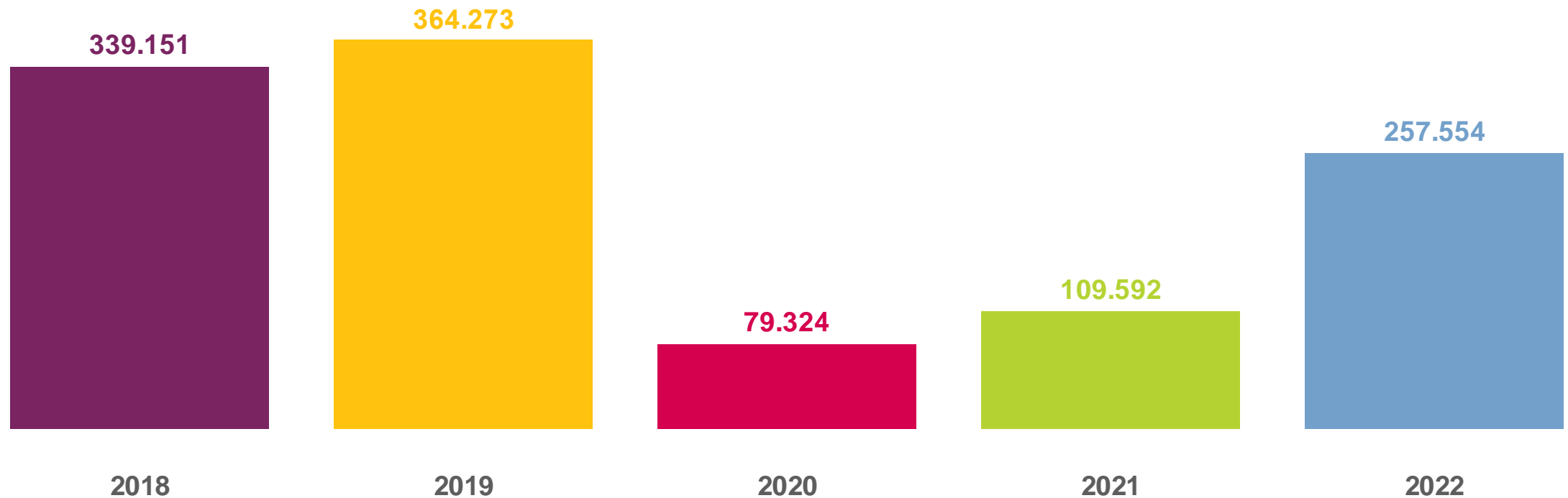
Ranking	Stadt	Herkunftsland	Ankünfte	Veränd. gegenüber Vorjahr in %	Übernachtungen	Veränd. gegenüber Vorjahr in %
1	Freiburg im Breisgau	Spanien	16 536	+ 246,2	37 833	+ 288,9
2	Stuttgart	Spanien	12 060	+ 170,8	26 551	+ 167,0
3	Heidelberg	Spanien	7 484	+ 72,0	16 844	+ 55,5
4	Mannheim	Spanien	5 256	+ 202,2	10 308	+ 176,4
5	Baden-Baden	Spanien	5 256	+ 170,5	9 398	+ 165,0
6	Weinheim	Spanien	3 922	+ 79,5	8 672	+ 54,4
7	Karlsruhe	Spanien	2 653	+ 108,2	6 117	+ 104,8
8	Rust	Spanien	2 731	+ 326,7	6 101	+ 359,1
9	Ludwigsburg	Spanien	3 166	+ 97,6	6 008	+ 83,2
10	Ulm	Spanien	2 758	+ 256,8	5 484	+ 114,4

Entwicklung der Übernachtungen im 5-Jahresverlauf

Quellmarkt Spanien

Übernachtungen insgesamt (2018-2022)

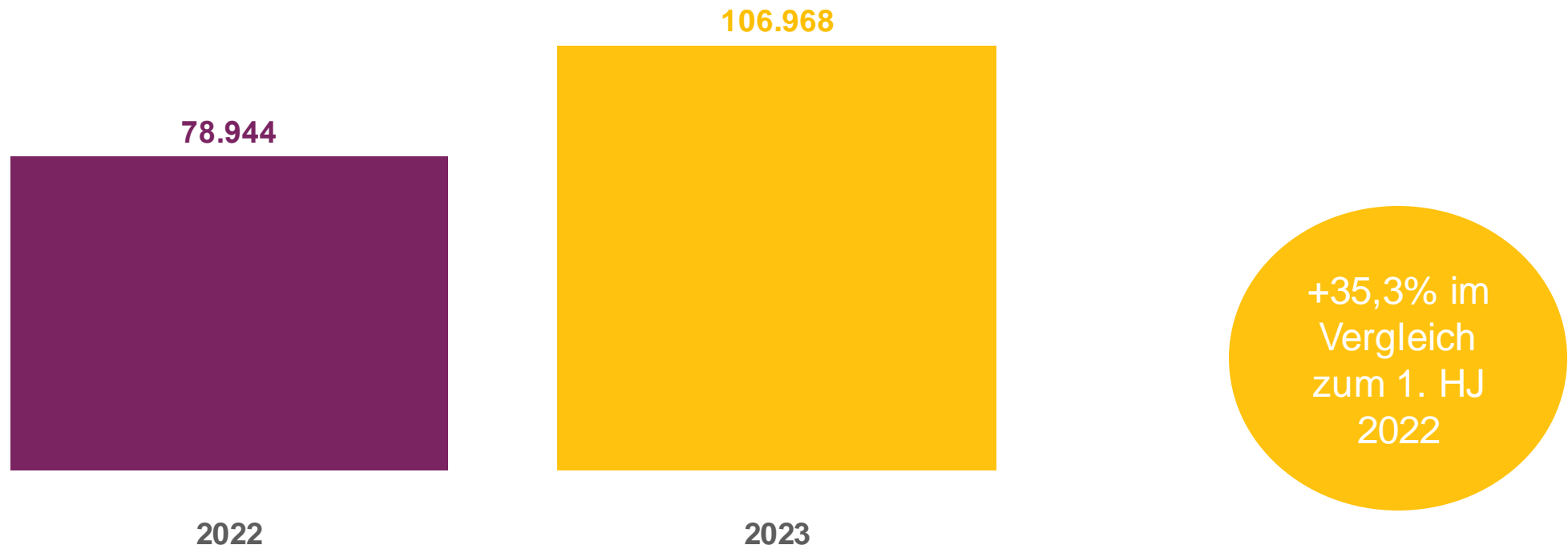
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg



Entwicklung der Übernachtungen im 1. HJ 2023

Quellmarkt Spanien

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg



Markteinblick Spanien

- Positive Marktkonjunktur, hohe Quote an Reisewiederkehrern (58%).
- Top 7 Quellmarkt in Umsatzvolumen (1,7 Mrd€)
- Top 3 EU-Incoming Markt⁵
- Die Spanier reisen zunehmend länger (Ø 7,4 Tage) und steigern gleichzeitig ihre Ausgaben vor Ort
- Direkte Flugverbindungen nach BW aus Malaga, Alicante, Bilbao, Barcelona und Valencia, direkte Flugverbindungen aus Madrid nach Frankfurt

TOP 3 - URLAUBSAKTIVITÄTEN

- Städtereisen (historische Stadtkerne, traditionelle Bauwerke)
- Rundreisen (Landschaften und Highlights in Städten und Natur)
- Gastronomie/Kulinarik (typische Spezialitäten, aber auch Feste)

BW auf Platz 3
der
beliebtesten
Bundesländer
in 2022

Quellen: 1 & 2: IPK International (2021): World Travel Monitor (WTM) and European Travel Monitor (ETM) 2021; 5: ETC & 3
Statistisches Bundesamt 2011 –2020; Beherbergungsstatistik inkl. Camping, IPK WTM 2020 Reisen 2019

VIELEN DANK

FÜR IHRE TEILNAHME!

