



INSIGHTS DE MERCADO

ALEMANHA

2025

*Com base no histórico de 2024



Embratur

Ficha Técnica

Presidente da República

Luiz Inácio Lula da Silva

Diretor-Presidente da Embratur

Marcelo Ribeiro Freixo

Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade

Bruno Giovanni dos Reis

Diretoria de Gestão e Inovação

Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

Gerência de Mercados e Eventos Internacionais

Alexandre Nakagawa

Coordenação de Mercados Internacionais

Alisson Braga de Andrade

Equipe Técnica de Mercados Internacionais

André Netto

Daniele Garnier

Lilás Nascimento

Lucas Faria

Naara Bandeira

Raíssa Neumann

Gerência de Informação e Inteligência de Dados

Fábio Montanheiro

Equipe Técnica de Dados e Revisão

Camila Neiva

Cristiano Borges

Daniele Barros

Edson Duarte

Larissa Regis

Scarlett Bispo

Theogenes Rocha

Design Gráfico

Natália Bomfim

Ronald Albuquerque

Nathanael Nepomuceno



SUMÁRIO

Mercado Emissor	4
Principais destinos para o mundo	5
Principais destinos para América Latina	6
Emissivo para o Brasil	7
Principais destinos concorrentes do Brasil no mercado	8
Conectividade	9
Perfil de compra para o Brasil	10
Motivos de viagem ao Brasil	12
Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado	13
Empresas do mercado	14
Tendências e oportunidades	19
Ciclo de promoção	21

Mercado emissor da Alemanha

A Alemanha é o 3º maior emissor global de viagens para o mundo, sendo o maior emissor da Europa, tendo gerado **124,8 milhões de viagens** em 2024, o equivalente a 7,8% do total da procura turística mundial.

A previsão para 2025 é que o número de viagens ao exterior ultrapasse os **127 milhões de viagens**.

Com população de 84,11 milhões de cidadãos, a Alemanha é a maior economia da Europa, a 4ª maior do mundo, e a 2ª nação mais populosa do continente europeu. O país faz fronteira com 9 países, dentre Áustria, a Bélgica, a França, os Países Baixos e a Suíça, sendo estes o destino da maioria das viagens dos alemães, representando cerca de 70% do volume total anual.

Em 2024, o volume de viagens dos alemães para o exterior registou um crescimento relevante de +11,6%.











Os gastos totais registraram em 2024 um crescimento de 18,6% face ao ano anterior, alcançando a cifra de 175 bilhões de dólares de gastos do emissor Alemanha.

O faturamento com viagens cresceu em 2024, no entanto o volume de passageiros não cresceu na mesma proporção. Apesar do momento de instabilidades que passa a Europa, o consumidor alemão não deixará de viajar. No entanto estão mais conscientes em termos de orçamento. Para garantir melhores condições e preços que estão previstos a subir, o consumidor pretende antecipar ainda mais seu planejamento de viagem. São viajantes exigentes e bem informados, buscando informações detalhadas de várias fontes antes de sua partida.

Principais destinos 2024

124.883.306 viagens

Números de viagens por ano x 1000

1		Itália	15.296
2		França	14.834
3		Áustria	14.828
4		Espanha	11.191
5		Polônia	7.441
6		Países Baixos	6.498
7		Turquia	5.822
8		Dinamarca	4.866
9		Grécia	4.755
10		Reino Unido	3.514

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

Os Alemães fizeram 124.883.306 viagens em 2024. Os 10 principais destinos internacionais que os turistas alemães viajaram em 2024 foram países fronteiriços, que representam viagens de curta distância e cerca de 90% do fluxo total do turismo emissor alemão.

Principais destinos 2024

Números de viagens por ano x 1000

1		México	289
2		República Dominicana	193
3		Brasil	182 ²
4		Costa Rica	92
5		Peru	88
6		Chile	87
7		Jamaica	25
8		Paraguai	15
9		Nicarágua	9
10		Honduras	4

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

O Brasil foi o 3º destino com maior volume de viagens para a América Latina, sendo o 1º destino da América do Sul. Dentre os principais concorrentes que o México, República Dominicana e Costa Rica percebemos o apelo para o sol e praia, natureza e destino sustentável (Costa Rica). A América Latina representa aproximadamente 1% do market share das viagens internacionais do consumidor alemão.

Emissivo para o Brasil

Ingresso de turistas alemães no Brasil

2019	2020	2021	2022	2023	2024
206.882	61.149	29.514	120.670	158.582	182.166

Fonte: [Chegadas Internacionais Embratur](#)

Percepção do Brasil

76%

dos turistas alemães consultados pretendem visitar o Brasil nos próximos dois anos (após a realização da Pesquisa Penta).

21% dos entrevistados **já visitou**

Fonte: Pesquisa PENTA, Embratur, 2024/2023



Market Share do Brasil* (2024):

0,1%



A Alemanha foi o 8º maior emissor de turistas para o Brasil, e o 3º da Europa para o Brasil. Em comparação com 2023, houve um incremento de 14,87% de viajantes.



Dados de entrada são atualizados constantemente

CLIQUE AQUI



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real

Principais Destinos Concorrentes do Brasil no **mercado alemão**

Com base no volume dos 50 principais destinos de viagens dos Alemães em 2024, são considerados concorrentes do Brasil:

Concorrentes Diretos	México, República Dominicana, Costa Rica, Chile, Peru, Jamaica e Paraguai
Concorrentes Indiretos	Tailândia, Indonésia, Egito, EUA, Marrocos, UAE, Canadá, Tunísia, África do Sul <small>Fonte: GlobalData 2024</small>

A oferta de rotas aéreas com **maior capilaridade** e **tarifas mais competitivas**, bem como a oferta de **pacotes com voos charters** com valores muito competitivos, impactam diretamente na decisão do destino da viagem no mercado da Alemanha.

Percepção do **Brasil**

64%

dos turistas alemães consultados **pretendem visitar o Brasil** nos próximos dois anos (a contar da pesquisa) e **11%** já estiveram no país **por pelo menos uma vez**.

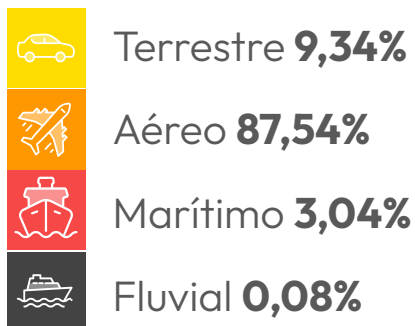
Fonte: Pesquisa PENTA, Embratur, 2024/2023

Nota: **concorrentes diretos** são destinos que possuem produtos turísticos, segmentos e/ou nichos similares que o Brasil e que tenham recebido volume de turistas relevante dentre os principais destinos de viagens de longa distância.

Concorrentes indiretos são destinos também de longa distância, que não possuem necessariamente os mesmos atributos que os produtos do Brasil, mas tenham recebido volume relevante fora da Europa, e que tenha impactado na escolha da viagem de longo percurso em detrimento do Brasil. São também destinos que oferecem melhor custo benefício, destinos "Sol e Praia", gastronomia notável e cultura.

Conectividade

Participação de entradas de turistas alemães no Brasil, por modal*:



Fonte: [Chegadas Internacionais](#)



A malha aérea é atualizada constantemente

CLIQUE AQUI



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real

Voos atuais* (ABR/2025)



Devido à concentração da oferta de rota direta em **Frankfurt**, outras cias aéreas europeias são opção competitiva para embarque de outros destinos na Alemanha quanto a chegada em outros destinos no Brasil contactados via Europa através da TAP Air Portugal, Air France, Swiss, via Alemanha ou Europa.

A oferta da rota **Munique/São Paulo** é sazonal (disponível outubro-março).

Fonte: [FlightConnections](#)


Perfil de compra para o Brasil



86 dias
antecedência média de compra



28,1 noites
permanência média



1 pax
a maior parte dos turistas viaja em pequenos grupos



51% indireto
principal canal de distribuição

Fonte: Forward Keys, viajantes lazer, permanência acima de 04 noites, período Abr 2024 a Mar 2025.

O viajante alemão é bem planejado e adquire sua passagem de longa distância com antecedência de 3 meses. Em 2025 tende a antecipar ainda mais sua compra na busca por melhores preços.

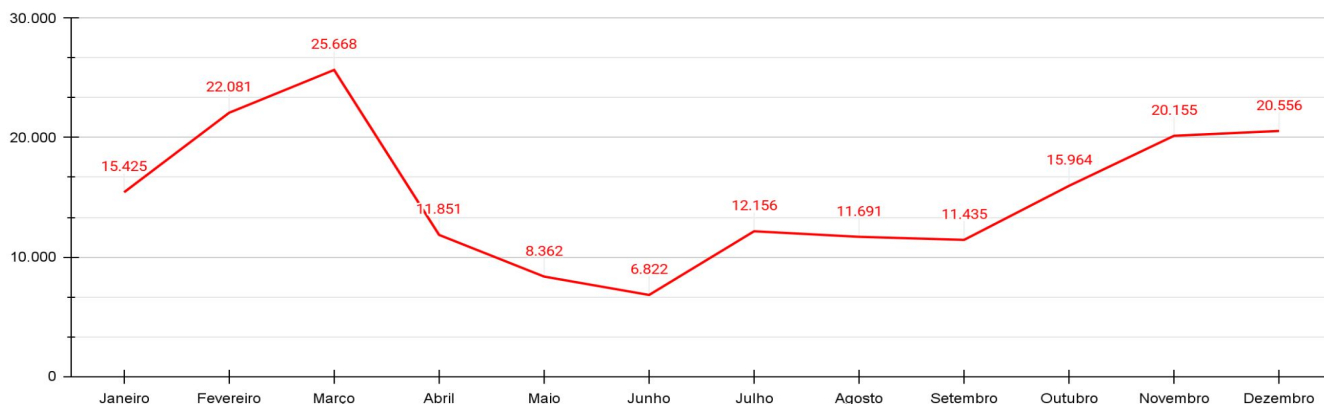


Gasto médio do alemão por viagem ao exterior: USD 1.402,90 em 2024

Fonte: GlobalData; CIA World Factbook

Sazonalidade 2024

Distribuição do total de visitantes alemães por mês:



Fonte: [Chegadas Internacionais - Embratur](#)

Perfil de compra para o Brasil



Vendas B2C e B2B

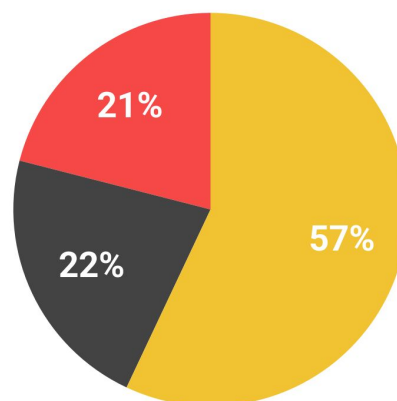
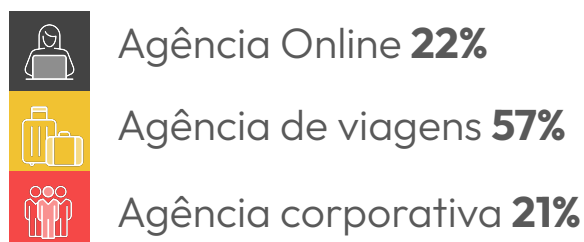
Emissões de passagens aéreas Alemanha-Brasil

Tipo de Venda:



Fonte: Forward Keys, viajantes lazer, permanência acima de 04 noites, período Abr 2024 a Mar 2025

Distribuição da venda intermediada



Fonte: Forward Keys, viajantes a lazer e a negócios, período Abr 2024 a Mar 2025.

- O sistema de distribuição de viagens na Alemanha inclui atacadistas (operadores) e varejistas (agências de viagens), no entanto um número crescente de operadores vendem também ao consumidor final, competindo com as agências de viagens.

O viajante alemão busca cada vez mais reservar suas viagens de maneira **independente**, tendo em vista que **51%** das emissões aéreas Alemanha-Brasil foram realizadas de forma direta com as cias aéreas.

Dos 49% de bilhetes adquiridos via trade turístico, **57%** adquirem sua viagem através de **agência de viagem de lazer**, demonstrando a importância de atuar juntamente ao trade para impactar o consumidor.

Motivos de viagem **ao Brasil**

SEGMENTOS & NICHOS		
Clima 40%		Sol e Praia 34%
Natureza e biodiversidade 31%	Cultura 19%	Povo 16%
Gastronomia 15%	Gastronomia 2%	Outros 8%

Fonte: Pesquisa PENTA, Embratur, 2024/2023

Motivos de viagem **ao exterior**

SEGMENTOS & NICHOS		
Sol e Praia 51,5%		Urbano 37,5%
Visita à Familiares e amigos VFR 25%	Cultura 24%	Bem Estar 17,4%
Natureza e Esportes 16,2%	Cruzeiro 14,2%	Gastronomia 9,6%

Fonte: GlobalData 2024 - Consumer Survey

Apesar da busca por melhor clima e sol & praia como fator principal para as viagens ao Brasil, de acordo com entrevistas com o trade alemão e tendências de viagens do mercado, o viajante alemão busca cada vez mais por experiências autenticamente brasileiras, com forte interesse por natureza, observação de vida selvagem, estilo ativo de viagens e para vivenciar e se engajar com a população e cultura locais.



Consulte os indicadores

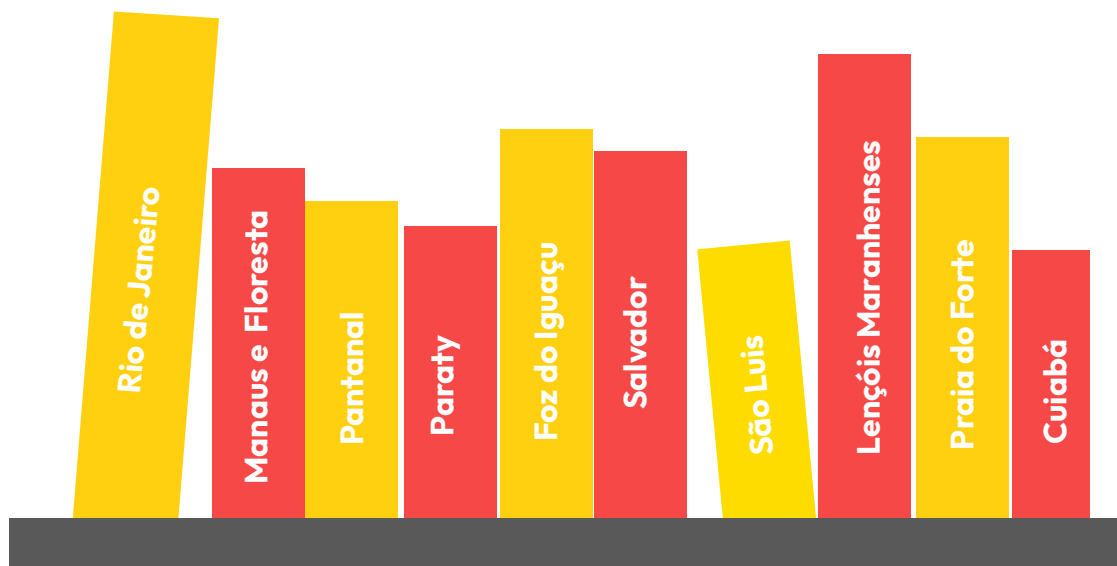
CLIQUE AQUI



ou escaneie o qr code para mais detalhes

Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado

Os destinos mais ofertados são: Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu, Salvador, Manaus, Floresta Amazônica, Pantanal, Paraty, Cuiabá, São Luis, Lençóis Maranhenses e Praia do Forte.



Fonte: Pesquisa de Catálogo Embratur realizada em março 2024 com oferta online de 5 operadoras representativas do mercado.



Percepções



Destinos de oportunidades

São Paulo, Rota das Emoções, Pantanal, Alta Floresta, Belém e Alter do Chão, Manaus e Floresta, Salvador, Chapada Diamantina.

Destinos que podem ter a visibilidade aumentada



Ampliação de tempo de permanência

Praia do Forte, Costa Verde RJ (Paraty, Angra e Ilha Grande), Búzios e Estrada Real (Ouro Preto, Tiradentes)

Destinos que podem ter o tempo de permanência ampliado, seja por inclusão de experiências ou combinando com outros destinos



Segmentos mais comercializados

Natureza, Cultura, Sol e Praia

Segundo a Oxford Economics (2024), os destinos Fortaleza, São Paulo, Porto Alegre, Rio de Janeiro e Recife apresentam maior potencial de crescimento até 2029.

Empresas do Mercado

Principais Grupos por faturamento 2024	
Grupo TUI	www.tuigroup.com/de-de
Grupo DERTOUR (Dertour, Kuoni)	www.dertouristik.com
Grupo Schauinsland-Reisen (*Explorer)	www.schauinsland-reisen.de
Aida Cruises	www.aida.de
Alltours	www.alltours.de
TUI Cruises	www.tuigroup.com/en
HotelPlan Group	www.hotelplan.com/en
Anex Group	www.anextour.de/anex-gruppe/
Coral Touristik Group	www.coraltg.com
Phoenix Reisen	www.phoenixreisen.com

Fonte: Mapeamento Embratur / FVW Travel Talk Daily The ITB Newspaper Day 2

Empresas do Mercado

Operadoras que vendem Brasil	
TUI	www.tui.com
DERTOUR	www.dertour.de
Airtours	www.airtours.de
Berge & Meer Touristik	www.berge-meer.de
Gebeco	www.gebeco.de
Explorer	www.explorer.de
DIAMIR	www.diamir.de
Viventura	www.viventura.com
Miller Reisen	www.miller-reisen.de
Studiosus Reisen	www.studiosus.com
Hauser Exkursionen	www.hauser-exkursionen.de
Gateway Brazil	www.gateway-brazil.de
BRASILIEN-WEGE	www.brasilien-wege.de
Windrose	www.windrose.de
Art of Travel	www.artoftravel.de

Fonte: Mapeamento Embratur

Empresas do Mercado

Principais Redes e Agência de Viagens

TUI	www.tuigroup.com/de-de
Tourlane GmbH	www.tourlane.de/
DERTOUR Reisebüro AG	www.dertour-reisebuero.de/
LUFTHANSA CITY CENTRE	www.lufthansa-city-center.com
TRAVEL CENTER ALLTOURS	www.alltours-reisecenter.de/
Meiers Weltreisen	www.meiers-weltreisen.de/
Sonnenklar	www.sonnenklar.tv/
Hapag-Lloyd Kreuzfahrten	https://www.hl-cruises.de/
STA Travel	www.statravel.de
Boomerang Reisen	boomerang-reisen.de
Kuoni	www.kuoni.ch

OTA

Check24 Reisen	www.check24.de
Expedia	www.expedia.de
Invia	www.invia.de
Holiday Check	www.holidaycheck.de
Holiday Pirate (Urlauspiraten)	www.urlaubspiraten.de
Fluege	www.fluege.de
Edreams	www.edreams.com
Travix	www.travix.com
Travel Zoo	www.travelzoo.com
Weg	www.weg.de
LTUR	www.ltur.com

Empresas do Mercado

Principais Emissores de Aéreo para o Brasil		
SVENSKA RESEGRUPPEN AB (Etraveli Group)	Consolidador	www.etraveligroup.com/our-brands/
AIR TICKET TEAM REISE	Consolidador	www.reisen.bz
Hajo Siewer Jet-Tours	Consolidador	www.hajosiewer.de
TUI	Operadora e rede de agências	www.tui.com
BCD TRAVEL	Rede de Agências Corporativas	www.bcdtravel.com/de
EDREAMS	OTA	www.edreams.de
DERTOUR	Operadora e rede de agências	www.dertour.de
GBT DEUTSCHLAND GMBH AMEX	Rede de Agências Corporativas	www.amexglobalbusinessstravel.com/de
VACATION SPOT	OTA	VacationSpot.com

Cias aéreas com voos diretos	
Lufthansa	www.lufthansa.com
LATAM	www.latamairlines.com/de/de

Empresas do Mercado

Associações do Trade	
ARGE Lateinamerika Non-profit organization to promote tourism to Latin America	www.lateinamerika.org
DRV Deutscher Reiseverband German Travel Association	https://www.driv.de
VBRATA Visit Brazil Travel Association	https://vbrata.org/
ASR Alliance of Independent Travel Companies	www.asr-berlin.de

Principais veículos de Imprensa B2C e B2B	
FVW Travel Talk	www.fvw.de
Reiselust Magazine	www.reiselust-mag.de
Touristik Lounge	www.touristiklounge.de
Touristik Aktuell	www.touristik-aktuell.de

Fonte: Mapeamento Embratur realizado em março de 2023.

Tendências e oportunidades

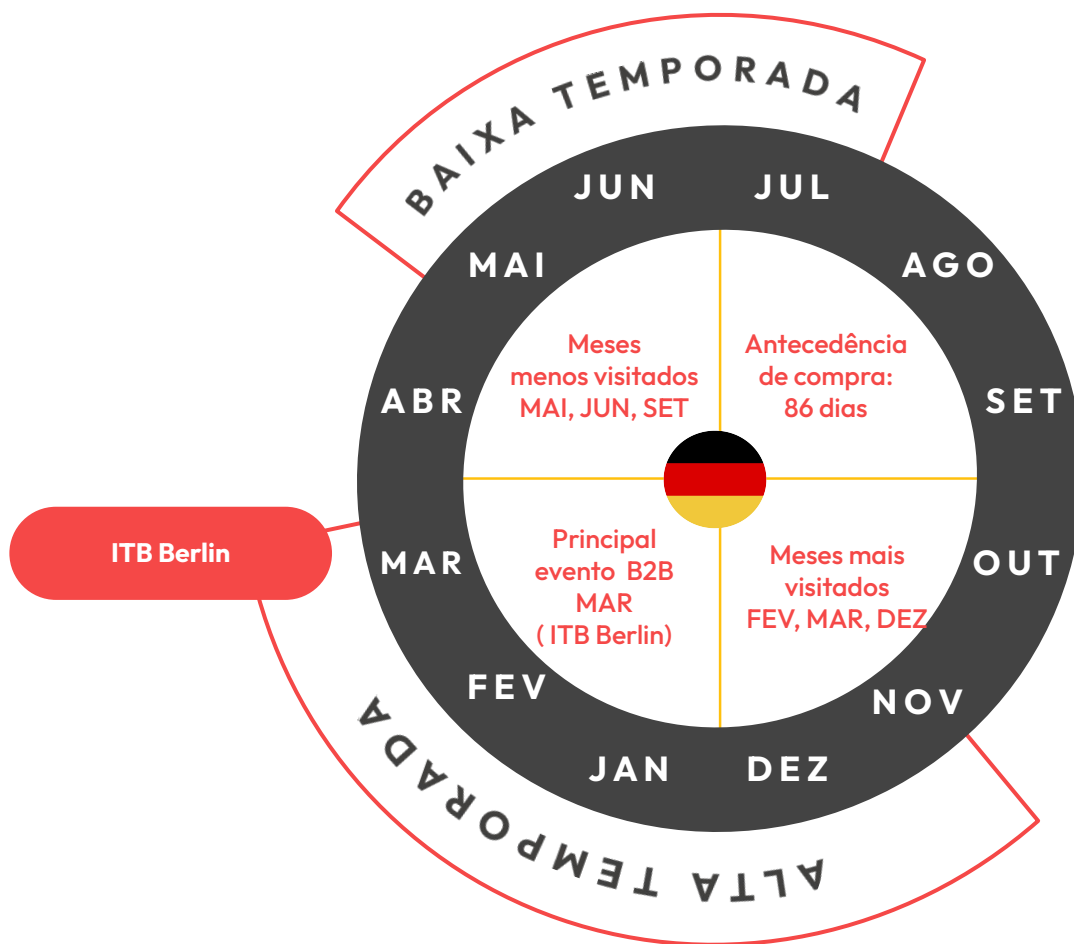
- Com as transformações no turismo global, o Brasil tem uma oportunidade única de se posicionar como um destino desejado para o viajante alemão, que valoriza **sustentabilidade, autenticidade, natureza, tecnologia e bem-estar**. As tendências atuais — como imersão cultural, destinos alternativos, viagens conscientes, turismo de aventura, experiências gastronômicas, bem-estar e slow travel — encontram no Brasil um cenário perfeito, com diversidade cultural, exuberância natural e hospitalidade genuína.
- Para atrair esse público, é essencial comunicar como um destino que oferece **experiências transformadoras e personalizadas**, com bom custo-benefício, infraestrutura em evolução e crescente digitalização. Investir em tecnologia, narrativas autênticas e produtos turísticos voltados ao perfil do viajante europeu (como o turismo ferroviário, bleisure, astroturismo, e viagens nostálgicas) pode fortalecer o engajamento e gerar conexões emocionais com o público alemão. O Brasil pode, assim, se apresentar como um refúgio de natureza, cultura, inovação, onde cada viagem é única e memorável.
- **Off-Peak + Value for money:** no intuito de buscar viagens mais acessíveis ao orçamento, os alemães tendem a buscar cada vez mais por viagens nas baixas temporadas.
- **Ecoturismo, Aventura e Sol & Praia:** O Brasil como destino de experiências em meio à natureza e autênticas - O turista alemão segue altamente motivado por experiências ligadas à natureza preservada, aventura ao ar livre e paisagens tropicais, com destaque para sol & praia, cultura local e ecoturismo. O Brasil, com sua diversidade de biomas e patrimônios culturais, pode se posicionar como um destino de multidestinos, promovendo roteiros integrados que combinam trilhas na floresta, imersão em comunidades tradicionais e descanso em praias paradisíacas.
- **Mídias sociais e impacto no viajante alemão:** Instagram e TikTok: inspiração de viagem para 69%, Youtube: 21% utilizam o Youtube (Fonte: Tui).
- As reservas de longa distância por meio de agências de viagem tradicionais continuam fortes para viajantes com mais de 40 anos.
- 93% das agências de viagens são membros de redes, cooperativas ou franquias.
- Os principais centros para ações B2B são Frankfurt, Munique, Dusseldorf, Hannover e Hamburgo, mas também Berlim onde acontece a principal feira de lazer do mercado, a ITB.

Tendências e **oportunidades**

- **Multidestinos, roteiros integrados, personalização e profundidade** - O viajante alemão valoriza viagens bem estruturadas, com propósito e diversidade de experiências. Neste sentido, há excelente oportunidade em desenvolver roteiros regionais integrados, oferecendo ao visitante mais Brasil em uma única viagem.
- **Digitalização como expectativa básica** - O público alemão é digitalmente exigente. Espera encontrar plataformas intuitivas e completas para planejar e reservar sua experiência: desde passagens e hospedagens até passeios, restaurantes e atividades locais. É essencial oferecer experiências digitais integradas, com navegação fluida, conteúdo atualizado e acesso multilíngue (especialmente em inglês e alemão).
- **Imagem do destino e Influência da mídia tradicional** - O viajante alemão forma sua percepção por meio de jornais, revistas e portais de notícias confiáveis. Informações sobre sustentabilidade, segurança, respeito à diversidade e preservação ambiental impactam diretamente na decisão de viagem.
- **Sustentabilidade como fator decisivo** - Destinos brasileiros com certificações sustentáveis, práticas ecológicas e compromisso com a conservação ambiental têm maior potencial de atrair o público alemão. Iniciativas como eliminar plásticos descartáveis, promover o turismo de base comunitária e proteger ecossistemas locais são altamente valorizadas e devem ser comunicadas de forma transparente.
- **Comunicação multilíngue e hospitalidade** - Apesar de muitos alemães falarem inglês, informações em alemão — em sites, sinalizações, materiais informativos e atendimento básico — demonstra cuidado e hospitalidade. Esse detalhe pode melhorar a experiência do visitante e reforçar a imagem positiva do destino.

Fonte: Embratur

Ciclo de **promoção**



Antecedência de compra:

86 dias

Meses com maior volume de:	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Busca por viagens Brasil	Amarelo	Amarelo	cinza	cinza	cinza	cinza	cinza	cinza	cinza	cinza	cinza	Amarelo
Alta temporada / Entrada de turistas Brasil	cinza	Vermelho	Vermelho	cinza	cinza	cinza	cinza	cinza	cinza	cinza	cinza	Vermelho
Busca por viagens Mundo	Amarelo	Amarelo	cinza	cinza	cinza	cinza	Amarelo	cinza	cinza	cinza	cinza	cinza
Férias escolares	cinza	cinza	cinza	cinza	cinza	cinza	Amarelo	Amarelo	cinza	cinza	cinza	cinza
Baixa Temporada Brasil	cinza	cinza	cinza	cinza	Vermelho	Vermelho	cinza	cinza	Vermelho	cinza	cinza	cinza



embratur.com.br



Atualização: Abril/2025

