

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ  
ΓΕΡΜΑΝΙΑΣ

Ε.Ο.Τ. ΓΕΡΜΑΝΙΑΣ  
ΦΡΑΝΚΦΟΥΡΤΗ

ΜΑΡΤΙΟΣ 2012

## Οι διακοπές παραμένουν το highlight της χρονιάς και το έτος 2012

Σχεδόν το ήμισυ των Γερμανών έχει ήδη με τη σκέψη του ετοιμάσει τις βαλίτσες των διακοπών.

Το ίδρυμα „Stiftung für Zukunftsfragen „ πρωτοβουλία της εταιρείας British American Tobacco, παρουσίασε το Φεβρουάριο την ετήσια έρευνας της γερμανικής τουριστικής αγοράς που διεξήγαγε σε 4.000 πολίτες, ηλικίας 14 ετών και άνω και ερευνά την ταξιδιωτική συμπεριφορά των Γερμανών το 2011 και τις προθέσεις τους για το 2012.

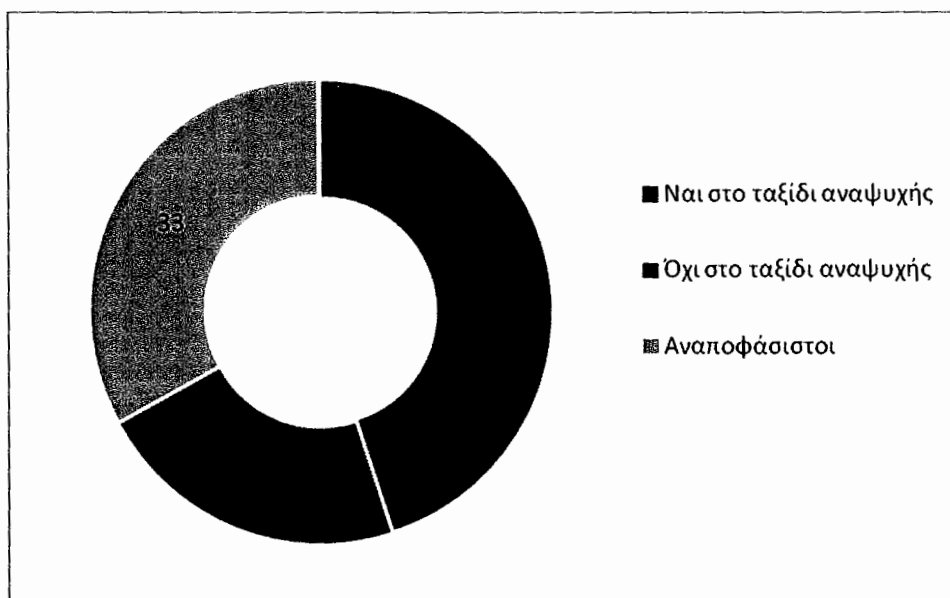
Στο πλαίσιο της έρευνας αυτής κατέληξε στο συμπέρασμα, ότι το ταξίδι αναψυχής εξακολουθεί και το 2012 να γοητεύει τους Γερμανούς.

Ποσοστό 45% των Γερμανών έχει ήδη αποφασίσει να πραγματοποιήσει τουλάχιστον ένα ταξίδι διακοπών το 2012, διάρκειας τουλάχιστον 5 ημερών. Περισσότερα δε από ένα στα εννέα άτομα (11,3%) θέλουν να υλοποιήσουν περισσότερα ταξίδια αναψυχής.

Το ένα τρίτο (33%) του πληθυσμού εξακολουθεί να εκφράζει επιφυλάξεις όσον αφορά τα σχέδια των διακοπών του και δεν είναι ακόμα σίγουρο για το αν θα πραγματοποιήσει ταξίδι διακοπών το 2012. Αντίθετα, μόνο ένας στους πέντε Γερμανούς (22%), δήλωσε, ότι σίγουρα δεν θα ταξιδέψει φέτος.

### Ταξίδι αναψυχής

%



«Η τουριστική βιομηχανία μπορεί να αναπνεύσει και να υπολογίζει και φέτος σε σταθερό ή και ελαφρώς μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών», δήλωσε ο καθηγητής Δρ Ulrich Reinhardt, Επιστημονικός Διευθυντής του Ιδρύματος.

«Οι Γερμανοί είναι διατεθειμένοι και το 2012 να σφίξουν τη ζώνη τους λίγο περισσότερο στην καθημερινή ζωή από το να μείνουν στο σπίτι τους «τις καλύτερες εβδομάδες του έτους». Οι διακοπές παραμένουν για τους περισσότερους Γερμανούς το highlight της χρονιάς».

### **Ανασκόπηση της τουριστικής χρονιάς 2011**

#### **Ρεαλισμός αντί για πανικό**

Το Ίδρυμα „Stiftung für Zukunftsfragen „ πρόβλεπε για την τουριστική χρονιά 2011:

"Υπάρχουν ισχυρές ενδείξεις, ότι οι Γερμανοί θα πραγματοποιήσουν και πάλι περισσότερα ταξίδια. Η εμπιστοσύνη έχει ανακτηθεί, η διάθεση είναι θετική και επομένως αναμένεται ανάκαμψη στα τουριστικά ταξίδια». Η πρόβλεψη αυτή επαληθεύτηκε.

Παρά τις συνεχιζόμενες συζητήσεις σχετικά με την κρίση του Ευρώ, την πυρηνική ενέργεια και τις φυσικές καταστροφές, η επιθυμία των Γερμανών για διακοπές οδήγησε και το 2011, για δεύτερο έτος στη σειρά, σε αύξηση της ταξιδιωτικής διάθεσης στο 53 % (2010: 52% - 2009: 50%).

Μεταξύ των κατοίκων της Γερμανίας υπάρχει, όμως, ισχυρή διαφοροποίηση:

- Η μόρφωση είναι ένα βασικό χαρακτηριστικό, αυτής της διαφοροποίησης. Όσο υψηλότερο είναι το επίπεδο της εκπαίδευσης, τόσο μεγαλύτερη είναι η επιθυμία ταξιδιού - απόφοιτοι πανεπιστημιακής εκπαίδευσης (76%) ταξιδεύουν περισσότερο από όσο ταξιδεύουν απόφοιτοι της βασικής εκπαίδευσης (39%).
- Το εισόδημα είναι ένας ακόμη ισχυρός παράγοντας που επηρεάζει τη ταξιδιωτική διάθεση. Με αυξανόμενο εισόδημα μεγαλώνει και η επιθυμία πραγματοποίησης ταξιδιών. Στα χαμηλά εισοδήματα (32%) ένας στους τρεις πραγματοποίησε ταξίδι διακοπών ενώ στα υψηλά εισοδήματα το ποσοστό ανήλθε σε 77%.

Μεγάλες διαφορές, επίσης, υπάρχουν στα διάφορα στάδια ζωής των Γερμανών:

- "Άτεκνα ζευγάρια και οι νεώτεροι από τους ηλικιωμένους κατέγραψαν υψηλή ταξιδιωτική διάθεση και το 2011. Και οι δύο ομάδες έχουν αρκετό ελεύθερο χρόνο, έχουν χρήματα και είναι ανεξάρτητοι, ώστε να συνεχίσουν να επισκέπτονται και τους γνωστούς τουριστικούς προορισμούς αλλά και να ανακαλύπτουν νέους προορισμούς.
- Αβέβαιη, αντίθετα, παραμένει η εξέλιξη του τουρισμού για τις οικογένειες στο μέλλον: Σε σύγκριση με το έτος 2010 το ποσοστό συμμετοχής των οικογενειών στα ταξίδια, μειώθηκε και πάλι κατά δύο ποσοστιαίες μονάδες. Οι διακοπές στις οικογένειες γίνονται όλο και περισσότερο είδος πολυτελείας, αγαθό, το οποίο στο μέλλον μόνο κάθε δεύτερη οικογένεια θα έχει τη δυνατότητα να απολαμβάνει», δήλωσε ο καθηγητής Δρ Reinhardt.

### **Τουριστικοί προορισμοί εντός της Γερμανίας το 2011**

#### **Περισσότεροι επισκέπτες στη Βαυαρία από τη Βαλτική Θάλασσα**

Η Γερμανία παρέμεινε και το 2011 ο πιο δημοφιλής προορισμός των Γερμανών. Με ποσοστό 37% οι τουριστικοί προορισμοί της Γερμανίας φιλοξένησαν περισσότερους επισκέπτες από το σύνολο των επισκεπτών των πέντε (5) πιο αγαπημένων προορισμών των Γερμανών στο εξωτερικό (Ισπανία, Ιταλία, Τουρκία, Αυστρία, Κροατία).

### **Τουριστικοί προορισμοί εντός της Ευρώπης το 2011**

#### **Η Ιταλία κερδίζει έδαφος**

Σε σύγκριση με το περασμένο έτος, η Ισπανία κατόρθωσε να αυξήσει το μερίδιό της στην τουριστική αγορά κατά +0,4 ποσοστιαίες μονάδες το 2011 και έτσι παρέμεινε αδιαφιλονίκητα στην πρώτη θέση των τουριστικών προορισμών στο εξωτερικό. Τη δεύτερη θέση από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς διακοπών στη γερμανική τουριστική αγορά κατέλαβε η Ιταλία πριν την Τουρκία.

Η Ιταλία κατόρθωσε να αυξήσει το μερίδιό της στην τουριστική αγορά της Γερμανίας κατά +1,6 ποσοστιαίες μονάδες, ενώ η Τουρκία είχε μια ελαφρά μείωση του μεριδίου της κατά

-0,3 ποσοστιαίες μονάδες. Το ίδιο ισχύει και για την Αυστρία, η οποία δεν μπόρεσε να διατηρήσει το επίπεδο του προηγούμενου έτους.

### **Μακρινοί προορισμοί το 2011**

#### **Η Βόρεια Αφρική χάνει μερίδιο αγοράς**

Τα ταξίδια μακρινών προορισμών παρουσίασαν το 2011 σημαντικές διακυμάνσεις.

Οι εξεγέρσεις στην Αίγυπτο και την Τυνησία είχαν ως αποτέλεσμα τη σημαντική μείωση των ταξιδιών στους τουριστικούς προορισμούς της Βόρειας Αφρικής. Αντίθετα θετική κίνηση κατέγραψαν, τουριστικοί προορισμοί στην Ασία - παρά τις ταραχές στην Ταϊλάνδη και την πυρηνική καταστροφή Φουκουσίμα - καθώς και τουριστικοί προορισμοί στη Βόρεια Αμερική - παρά τους τυφώνες στην ανατολική ακτή και τους ανεμοστρόβιλους στην ενδοχώρα.

### **Η διάρκεια του ταξιδιού το 2011**

#### **Μόνο 12,4 ημέρες διαρκεί το ταξίδι διακοπών**

Οι διακοπές παρέμειναν και το 2011 «η πιο δημοφιλής μορφή της ευτυχίας» - η ευτυχία όμως διήρκεσε κατά μέσο όρο μόνο 12,4 ημέρες.

Διαπιστώνουμε, ότι αν και η μείωση της διάρκειας του ταξιδιού διακοπών ήταν μικρή σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος (2010: 12,5 ημέρες), η μείωση σε σύγκριση με το 2001 ήταν σημαντική (2001: 14,7 ημέρες).

Τα ταξίδια μεγαλύτερης διάρκειας γίνονται λιγότερο συχνά. Διακοπές με διάρκεια δύο εβδομάδων ή και περισσότερο είχαν τη δυνατότητα να απολαύσουν μόνο ένα στα τέσσερα άτομα (26%). Για πρώτη φορά στην σχεδόν 30-ετή ιστορία της έρευνας τουρισμού του Ιδρύματος, το ποσοστό (27%) των τουριστών που οι διακοπές τους διήρκεσαν 5-13, ήταν μεγαλύτερο του ποσοστού των τουριστών με μακροχρόνιες διακοπές (περισσότερες από 14 ημέρες: 26%). Η συντόμευση της περιόδου των διακοπών ήταν μεγαλύτερη στους εγχώριους προορισμούς – ο επισκέπτης ήταν γρήγορα στο προορισμό του, αλλά τον εγκατέλειπε επίσης γρήγορα. Λιγότερο από δέκα ημέρες, σχεδόν μισή μέρα λιγότερη από το 2010 (2010: 10,3 ημέρες), παρέμεινε ο Γερμανός στον εγχώριο τουριστικό προορισμό.

Αντιθέτως, εκείνοι που πραγματοποίησαν ένα μακρινό ταξίδι, παρέμειναν σχεδόν το διπλάσιο χρόνο από στις διακοπές εντός της Γερμανίας, ακόμα και οι διακοπές σε Ευρωπαϊκούς προορισμούς διήρκεσαν τρεις (3) μέρες περισσότερο από τις εγχώριες διακοπές.

### **Οικονομικά – Δημογραφικά Στοιχεία Γερμανίας**

Η «ατμομηχανή» της Ε.Ε. είναι ο συνήθης χαρακτηρισμός της Γερμανίας και εκφράζει την ηγετική της θέση στην οικονομία στο πλαίσιο της Ε.Ε., αλλά και παγκοσμίως δεδομένου, ότι διαθέτει το τέταρτο μεγαλύτερο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν στον κόσμο (προηγούνται οι ΗΠΑ, η Ιαπωνία και η Κίνα).

Το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της Γερμανίας το 2011 ανήλθε σε 2.570,0 δις. Ευρώ και σημείωσε αύξηση 3,0% σε σύγκριση με το έτος 2010, (ΑΕΠ 2010 : 2.497,6 δις. Ευρώ, αύξηση 2010 : 3,6% έναντι του 2009) και αντιστοιχεί στο 27% του ΑΕΠ των κρατών μελών της Ευρωζώνης.

Η γερμανική οικονομία, ως αναμενόταν, συρρικνώθηκε στο τέλος του 2011. Ειδικότερα, η οικονομική αβεβαιότητα λόγω της κρίσης του Ευρώ και η παγκόσμια οικονομική ύφεση αποτέλεσαν τροχοπέδη στην οικονομία της.

Εντούτοις παρά το αδύναμο τελευταίο τρίμηνο του 2011 οι οικονομολόγοι φαίνονται να απενίζουν με αισιοδοξία και εμπιστοσύνη προς το 2012. "Η επιβράδυνση της οικονομίας στη Γερμανία, λόγω της κρίσης στη ζώνη του Ευρώ, αναμένεται να είναι προσωρινή.

Ξεκινώντας από τα μέσα του έτους αναμένεται και πάλι σημαντική ανάπτυξη », δήλωσε ο επικεφαλής οικονομολόγος του Γερμανικού Ινστιτούτου Οικονομικών Ερευνών (DIW), ο Ferdinand Fichtner.

Με βάση τα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας της Γερμανίας, ο μέσος όρος του ανά κεφαλή ετήσιου ακαθάριστου εισοδήματος ανέρχεται σε 28.293 €.

Στα παλαιά κρατίδια της δυτ. Γερμανίας ο μέσος όρος του ανά κεφαλή ετήσιου ακαθάριστου εισοδήματος διαμορφώνεται σε 29.142 €, ενώ στα νέα κρατίδια της ανατ. Γερμανίας το αντίστοιχο ποσό είναι 24.240 €.

Η δημογραφική κατανομή του πληθυσμού της Γερμανίας ανά ηλικία και διαθέσιμο καθαρό εισόδημα αντίστοιχα, σύμφωνα με στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας είναι:

<b>Ηλικία έτη</b>	<b>Σύνολο ατόμων ανά ομάδα (1.000)</b>	<b>Διαθέσιμο καθαρό εισόδημα ανά κεφαλή €</b>
-15	11.282	0,00
15-19	4.643	3.261,00
20-29	9.832	14.189,00
30-39	10.743	22.881,00
40-49	13.884	24.880,00
50-59	11.064	24.008,00
60-64	4.251	20.443,00
+ 65	16.519	19.691,00

Το μεγαλύτερο ανά κεφαλή ετήσιο καθαρό εισόδημα διαθέτουν άτομα ηλικίας 30 - 64 ετών, με ποσό άνω των 20.000 Ευρώ ανά άτομο. Συνολικά οι τρεις ομάδες ηλικίας από 30 μέχρι 64 ετών συγκεντρώνουν 39.942.000 άτομα.

Η ομάδα ατόμων ηλικίας άνω των 65 ετών αριθμεί 16.519.000 άτομα και έχει στη διάθεσή της καθαρό ετήσιο εισόδημα 19.691 Ευρώ ανά άτομο.

Εξίσου ενδιαφέρουσα είναι και η στατιστική του διαθέσιμου καθαρού μηνιαίου εισοδήματος ανάλογα με τον αριθμό των ατόμων που απαρτίζουν την οικογένεια.

<b>Μηνιαίο καθαρό εισόδημα</b>	<b>Νοικοκυριά 1 ατόμου</b>	<b>Νοικοκυριά 2 ατόμων</b>	<b>Νοικοκυριά 3 &amp; πλέον ατόμων</b>	<b>Σύνολο Νοικοκυριών</b>
< 900	4.823	674	199	5.696
900 – 1.500	5.531	2.758	1.078	9.367
1.500 – 2.000	2.053	2.836	1.559	6.448
2.000 – 2.600	965	2.571	2.311	5.847

Ποσοστό 11,4% του διαθέσιμου εισοδήματος των ιδιωτικών νοικοκυριών διοχετεύεται στην αποταμίευση. Το υψηλό ποσό της αποταμίευσης δείχνει την οικονομική σταθερότητα των ιδιωτικών νοικοκυριών και τους παρέχει τη δυνατότητα να ταξιδεύουν χωρίς επιπλέον δανεισμό.

## Ταξιδιωτικές δαπάνες το 2011

### Περίπου € 1.000 κοστίζουν οι διακοπές

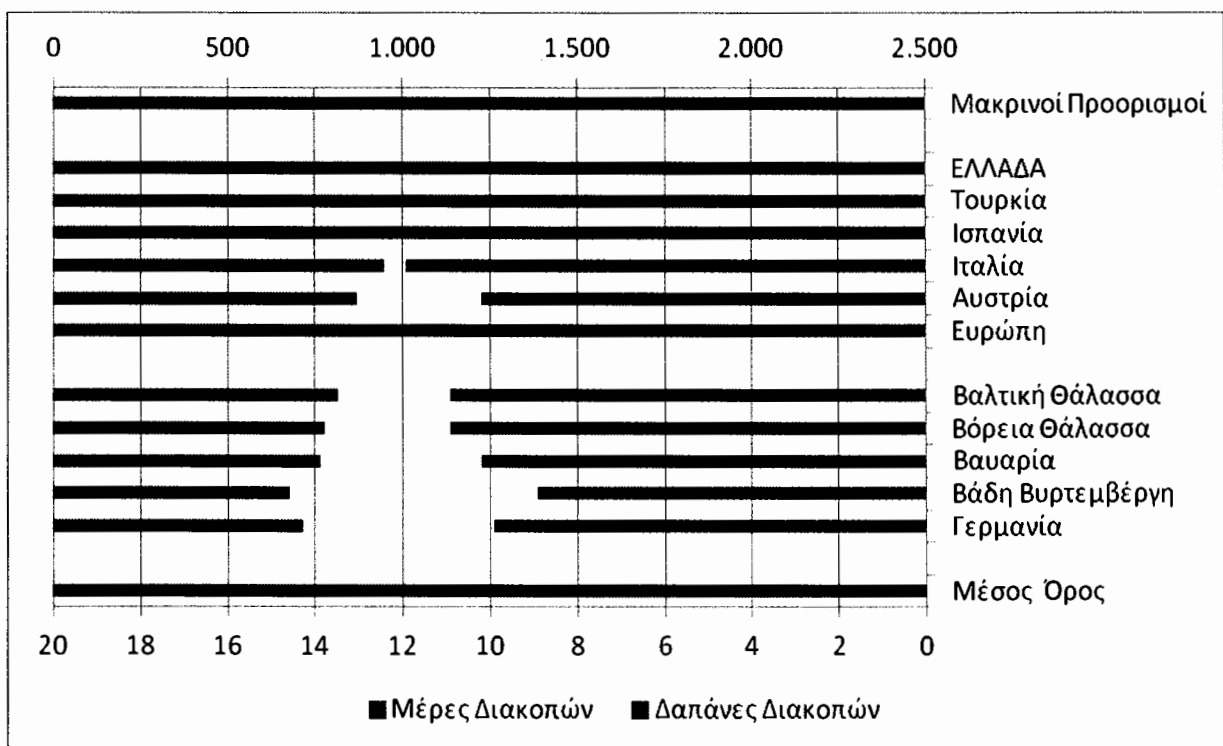
Ακριβώς 1.012,- € δηλαδή 81,- € ανά άτομο και μέρα δαπανούν, οι Γερμανοί κατά μέσο όρο, για τις διακοπές τους. Το ποσό αυτό καλύπτει όχι μόνο τη δαπάνη του ταξιδιού (διακίνηση, διαμονή, διατροφή), αλλά επίσης όλα τα πρόσθετα έξοδα – από εκδρομές μέχρι αναμνηστικά και φιλοδωρήματα. Σε σύγκριση με το περασμένο έτος (2010: 944,- Ευρώ), οι συνολικές δαπάνες αυξήθηκαν σημαντικά κατά 68,- € ανά άτομο και ταξίδι.

Ανάλογα με τον προορισμό των διακοπών υπήρχε διαφοροποίηση των δαπανών:

- Στις εγχώριες διακοπές η ημερήσια δαπάνη ανήλθε σε 73,- Ευρώ, εντός της Ευρώπης η ημερήσια δαπάνη ανήλθε σε 79,- Ευρώ και στους μακρινούς προορισμούς η αντίστοιχη δαπάνη ανήλθε σε 105,- Ευρώ την ημέρα.
- Μία μέρα διακοπών στην Ισπανία κοστίζει 89,- Ευρώ, στην Αυστρία 86,- Ευρώ, στην Τουρκία 84,- Ευρώ, ενώ πιο οικονομικό ήταν το ταξίδι διακοπών στην Ιταλία με 80,- Ευρώ, στην Ελλάδα με 69,- Ευρώ και στην Κροατία με 64,- Ευρώ την μέρα.
- Το ταξίδι στις ΗΠΑ ήταν το πιο ακριβό με 133,- Ευρώ ημερήσια δαπάνη και το πιο οικονομικό στην Πολωνία με ημερήσια δαπάνη 56,- Ευρώ.
- Οι διακοπές εντός της Γερμανίας με συνολική δαπάνη 715,- Ευρώ ήταν κατά 300,- Ευρώ πιο οικονομικές από τις διακοπές εντός της Ευρώπης με συνολική δαπάνη 1.029,- Ευρώ.
- Οι διακοπές σε μακρινούς προορισμούς με κόστος 1.967,- Ευρώ είναι δύομισι φορές πιο ακριβές από τις εγχώριες διακοπές – είναι όμως πολύ μεγαλύτερης διάρκειας.



Δαπάνες διακοπών & Διάρκεια Διακοπών (Μέρες)		
2012		
Προορισμός	Διάρκεια Διακοπών	Δαπάνες Διακοπών
Μέσος Όρος	12,4	1.012
Γερμανία	9,9	715
Βάδη Βυρτεμβέργη	8,9	675
Βαυαρία	10,2	767
Βόρεια Θάλασσα	10,9	776
Βαλτική Θάλασσα	10,9	818
Ευρώπη	13	1.029
Αυστρία	10,2	873
Ιταλία	11,9	950
Ισπανία	13,1	1.174
Τουρκία	14,3	1.203
ΕΛΛΑΔΑ	16,7	1.155
Μακρινοί Προορισμοί	18,8	1.967



## Η Γερμανία είναι παγκόσμιος πρωταθλητής ταξιδιών – αλλά όχι για πολύ ακόμα

Η Γερμανία ήταν και το 2011 η χώρα με τις υψηλότερες ταξιδιωτικές δαπάνες παγκοσμίως. Με περισσότερα από 84 δις. Δολάρια ΗΠΑ (\$) που διέθεσαν οι Γερμανοί για ταξιδιωτικές δαπάνες στο εξωτερικό, κατέκτησε η Γερμανία και πάλι τον τίτλο του πρωταθλητή πριν από τις ΗΠΑ και την Κίνα. Αυτό όμως μπορεί να αλλάξει. Για παράδειγμα η Κίνα μπαίνει δυναμικά στην τουριστική αγορά, το 2011 οι ταξιδιωτικές δαπάνες της ανήλθαν σε 70 δις. Δολάρια ΗΠΑ (\$).

Ταξιδιωτικές Δαπάνες σε Δισεκ. Δολάρια	Δισεκ. . \$
Σαουδική Αραβία	18
Ολλανδία	20
Αυστραλία	28
Ιαπωνία	29
Ιταλία	30
Ρωσία	32
Καναδάς	33
Γαλλία	45
Μ. Βρετανία	52
Κίνα	70
ΗΠΑ	82
Γερμανία	87



## Σύγκριση της αγοραστικής δύναμης του ΕΥΡΩ

Οι υψηλές δαπάνες των Γερμανών για ταξίδια στο εξωτερικό τονίζουν την ειδική θέση που κατέχουν οι διακοπές αν και οι Γερμανοί πάντοτε στα σχέδια των διακοπών μετράνε και το κόστος του ταξιδιού . Αντί, όμως, να ακυρώσουν τις διακοπές τους προτιμούν να μειώσουν τη διάρκεια ή να αποφύγουν ακριβούς προορισμούς. Για το λόγο αυτό η αγοραστική δύναμη του Ευρώ στο εξωτερικό διαδραματίζει σημαντικό ρόλο. Υπάρχουν τεράστιες διαφορές. Μεταξύ των χωρών που έχουν συμπεριληφθεί στους υπολογισμούς της γερμανικής τράπεζας Commerzbank , πχ το Μεξικό είναι ο πιο οικονομικός τουριστικός προορισμός. Εκεί ο γερμανός ταξιδιώτης παίρνει τα περισσότερα αγαθά με τα χρήματά του, δηλαδή αγαθά αξίας περίπου 154 € για 100 €.

Ορισμένες χώρες όπως είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες και η Τουρκία έχουν γίνει πιο προσιτές το 2011. Οι ΗΠΑ - κυρίως λόγω του αδύναμου δολαρίου – αγαθά διακοπών αξίας € 121 για 100 €. Εξαιρουμένων των εξόδων μετακίνησης οι διακοπές στις Ηνωμένες Πολιτείες κόστιζαν το 1/5 των διακοπών στη Γερμανία.

Λίγο πιο ακριβές από τη Γερμανία ήταν οι διακοπές σε τρεις δημοφιλείς προορισμούς διακοπών των Γερμανών στην Ιταλία, την Αυστρία και τη Γαλλία. Παρά το γεγονός ότι και τα τρία κράτη έχουν για νόμισμα το Ευρώ, οι τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών ήταν υψηλότερες από τη Γερμανία. Ακόμη πιο ακριβά από ό, τι το προηγούμενο έτος ήταν τα ταξίδια στη Σουηδία, Αυστραλία και την Ελβετία. Στην Ελβετία, για παράδειγμα, οι τιμές των διακοπών αυξήθηκαν κατά 9%. Οι πιο ακριβές δε διακοπές ήταν στη Δανία, εκεί 100 € άξιζαν λιγότερο από 70 €.

Στην Ελλάδα οι τουρίστες με 100 € αποκτούσαν αγαθά ή υπηρεσίες, τα οποία στη Γερμανία θα κόστιζαν 96 €, σύμφωνα με τα στοιχεία, που συλλέγονται ετησίως το Μάιο κάθε έτους από τον Σύνδεσμο Γερμανικών Τραπεζών.

## **Η τάση για ταξίδια πόλεων (City break) συνεχίζεται**

Πιο συχνά, αλλά μικρότερης διάρκειας τα ταξίδια πόλεων είναι ακόμα στη μόδα. Οι Γερμανοί φαίνεται να αγαπούν την εναλλαγή και ένα σύντομο διάλειμμα με τη βοήθεια των ηλεκτρονικών μέσων, σχεδιάζεται πιο εύκολα, από το παρελθόν. Για ένα επιμηκυμένο Σαββατοκύριακο ιδιαίτερα δημοφιλείς είναι οι μεγάλες πόλεις. Το γεγονός, ότι το 1996 περίπου το 10% των διανυκτερεύσεων πραγματοποιήθηκε στα τουριστικά καταλύματα των πόλεων και το 2011 οι αντίστοιχες διανυκτερεύσεις υπερέβησαν το 17% τονίζει τη σταθερή ανοδική τάση των ταξιδιών αυτών.

## **Παρά τη κρίση – οι δαπάνες των Γερμανών για ταξίδια στο εξωτερικό αυξήθηκαν**

Εφ' όσον η απασχόληση αυξάνεται και η ανεργία μειώνεται, θα αυξάνονται και οι δαπάνες των Γερμανών για ταξίδια στο εξωτερικό.

Οι αναλυτές της Commerzbank υπολογίζουν, ότι την άνοιξη, θα υπάρξει μια καθυστέρηση στην εξέλιξη της οικονομίας και η ανεργία να παρουσιάσει μικρή αύξηση κατά τη διάρκεια του έτους. Ως εκ τούτου, αναμένουμε, ότι και οι ταξιδιωτικές δαπάνες των καταναλωτών να εμφανίσουν μικρότερη αύξηση σε σχέση με το προηγούμενο χρονικό διάστημα.

Αν και οι γερμανικές εταιρείες είναι ανταγωνιστικές και δεν είναι υπερχρεωμένες, εντούτοις με τις δυσμενέστερες προοπτικές πωλήσεων είναι πιθανό, οι επιχειρηματίες να μην αυξήσουν τις επενδύσεις τους και ως εκ τούτου οι δαπάνες για ταξίδια στο εξωτερικό, στελεχών των επιχειρήσεων να παρουσιάσουν στασιμότητα και γενικά αναμένεται, ότι η εξέλιξη θα είναι πιο αργή από το 2011.

Βέβαια στην ανάλυση της Commerzbank για την τουριστική αγορά του 2012, υπολογίζεται, ότι η αύξηση των ταξιδιωτικών δαπανών στο εξωτερικό θα ανέλθει τουλάχιστον κατά 2 ποσοστιαίες μονάδες (2%), οι δε συνολικές δαπάνες υπολογίζεται να πλησιάσουν τα 62 δισεκατομμύρια Ευρώ.

Η εξαντλητική συζήτηση για τον τρόπο επίλυσης της κρίσης του χρέους, οι ανησυχίες για νέα βάρη στους φορολογούμενους και η προοπτική να υπάρξει μακροπρόθεσμα υψηλότερος πληθωρισμός, δεν περνούν χωρίς κανένα ίχνος στην ταξιδιωτική συμπεριφορά των Γερμανών. Μια ακόμα μεγαλύτερη ευαισθησία ως προς το κόστος του ταξιδιού, καθυστέρηση στην κράτηση του ταξιδιού ή και μικρότερη διάρκεια του ταξιδιού θα πρέπει

να είναι το αποτέλεσμα. Τουριστικοί προορισμοί γειτονικών χωρών ή ακόμη και στη χώρα τους θα μπορούσαν να επωφεληθούν.

Ειδικές εκδηλώσεις, διασκορπισμένες σε διάφορα κράτη ανά τον κόσμο, υπάρχουν φέτος αρκετές.

Το Λονδίνο θα είναι ένας μαγνήτης για τους λάτρεις των σπορ, καθώς τον Ιούλιο και τον Αύγουστο λαμβάνουν χώρα οι Θερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες. Υπάρχει το Ευρωπαϊκό πρωτάθλημα ποδοσφαίρου τον Ιούνιο και τον Ιούλιο που διεξάγεται από κοινού από στην Πολωνία και την Ουκρανία. Επιπλέον. Οι Πολιτιστικές πρωτεύουσες της Ευρώπης, που βρίσκονται στην Πορτογαλία και τη Σλοβενία και για την World Expo 2012, θα μπορούσε κανείς να ταξιδέψει στη Νότια Κορέα.

### **Ανασκόπηση αποτελεσμάτων Τουριστικών Οργανισμών Γερμανίας**

Το έγκυρο γερμανικό επαγγελματικό τουριστικό περιοδικό FVW, παραθέτει στην έκδοση του Δεκεμβρίου 2011 την ετήσια ανασκόπηση - εξέλιξη της γερμανικής τουριστικής αγοράς και την χαρακτηρίζει με τον τίτλο:

#### **Πρωταθλητές ταξιδιών**

Οι Γερμανοί διοργανωτές ταξιδιών πέτυχαν ρεκόρ πωλήσεων και αύξηση των κερδών τους. Το 2012 αν και υπάρχουν σύννεφα στην οικονομία αναμένεται περαιτέρω μικρή αύξηση.

Ο διοργανωτές ταξιδιών όχι μόνο κάλυψαν το έλλειμμα του 2009 αλλά στον κύκλο εργασιών υπερέβησαν και το μέχρι τώρα έτος ρεκόρ 2008.

Η ετήσια ανάλυση του επαγγελματικού τουριστικού περιοδικού FVW, βασίζεται στα στοιχεία των 63 μεγαλύτερων Τ.Ο., με κύκλο εργασιών, το 2011, ύψους περίπου 18,1 δισεκ. Ευρώ (2010:16,6 δισεκ. Ευρώ) και οι οποίοι καλύπτουν το 80% της γερμανικής τουριστικής αγοράς.

Ο όγκος της συνολικής τουριστικής αγοράς εκτιμάται -από τον κ. Werner Sülberg, επικεφαλή της Επιτροπής «Έρευνα Αγοράς» της Ομοσπονδίας Ταξιδιών Γερμανίας (DRV) και κορυφαίο στέλεχος του Τ.Ο. REWE Group- σε 23,3 δισεκ. Ευρώ (2010:21,3 δισεκ. Ευρώ).

Ο αριθμός των τουριστών που διακίνησαν, οι 63 Τ.Ο., που συμμετέχουν στην έρευνα του FVW, ανήλθε σε 31,9 εκατομ. Άτομα (2010:30,5 εκατομ.). Ο δε συνολικός αριθμός των τουριστών αυξήθηκε κατά 5% σε 40,4 εκατ. άτομα.

Ο κύκλος εργασιών για ταξίδια διακοπών με αεροπλάνο, μετά τη δραματική μείωση το 2008/2009 κατά 4,9%, κατόρθωσε, παρά τις επιπτώσεις από το σύννεφο της ηφαιστειακής τέφρας την άνοιξη 2010, να ανακάμψει.

Κατά την άποψη του κ. Werner Sülberg, ο κύκλος εργασιών των οργανωμένων ταξιδιών με αεροπλάνο σημείωσε αύξηση πωλήσεων της τάξης του 10%.

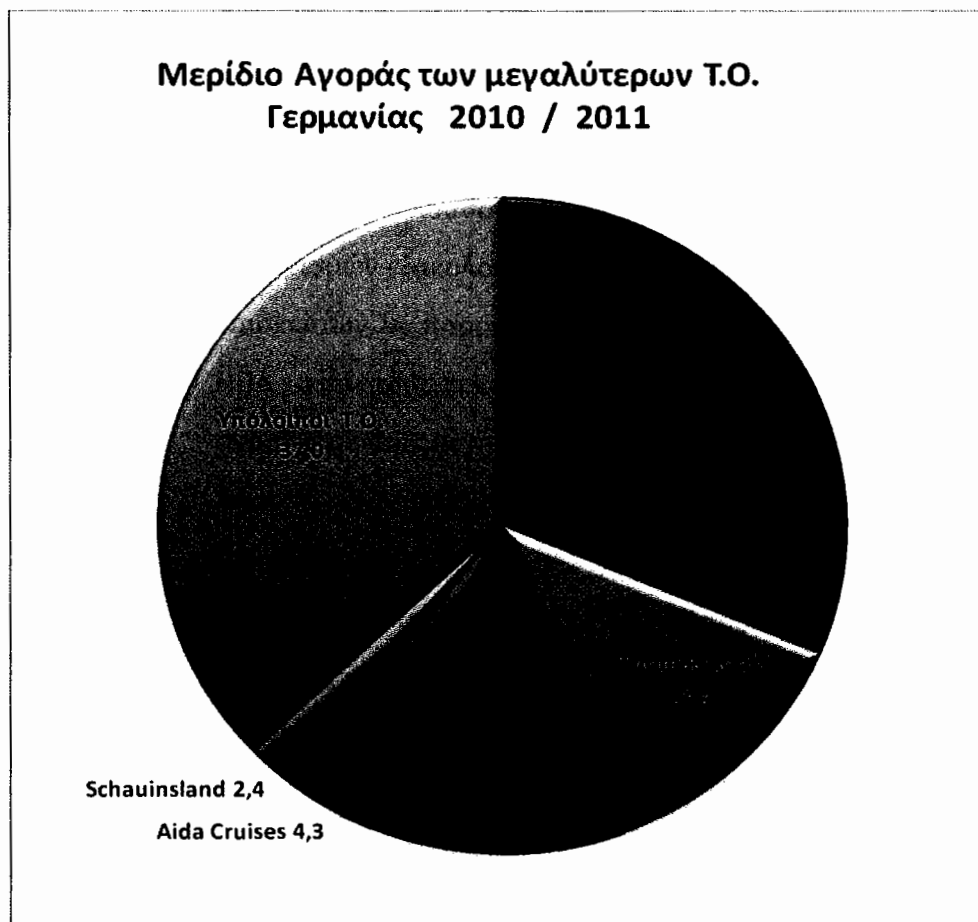
Οι κρουαζιέρες συνέχισαν και το 2011 την ανοδική πορεία με αύξηση περίπου 14% στον κύκλο εργασιών. Το είδος αυτό των διακοπών εμφάνισε το 2011 μια συνεχώς αυξανόμενη δυναμική ανάπτυξη. Μετά το ναυάγιο στην Ιταλία αναμένουμε την εξέλιξη που θα έχει στη συμπεριφορά των Γερμανών.

Στη συνέχεια, παραθέτουμε τον κύκλο εργασιών και τα αντίστοιχα ποσοστά συμμετοχής στην τουριστική αγορά της Γερμανίας, των επτά (7) μεγαλύτερων Τ.Ο. στη Γερμανία.

Ενδεικτικά αναφέρουμε, τους Τ.Ο.:

- TUI Deutschland, με 4.212,5 εκατ. Ευρώ κύκλο εργασιών (2010 : 3.843,5) και μερίδιο αγοράς 18,1% (2009 : 23,10%) παρά την απώλεια μεριδίου αγοράς σε σύγκριση με τον προηγούμενο χρόνο, διατηρεί αδιαφιλονίκητα την πρώτη θέση στη γερμανική τουριστική αγορά. Η θέση αυτή ισχυροποιείται ακόμα περισσότερο εάν συνυπολογίσουμε τον κύκλο εργασιών των εταιρειών Harag-Lloyd (κρουαζιέρες) & TUI Cruises, που ανήκουν στη μητρική εταιρεία Konzernholding TUI AG. Και ο κύκλος εργασιών των ξενοδοχειακών αλυσίδων Riu, Robinson και Iberotel, επίσης βρίσκεται στην TUI AG.
- Touristik der REWE Group, με 3.099,6 εκατ. Ευρώ κύκλο εργασιών (2010 : 2.997,6) και μερίδιο αγοράς 13,3 % (2009: 17,89%), διατήρησε τη 2<sup>η</sup> θέση.
- Thomas Cook, με 3.000,0εκατ. Ευρώ κύκλο εργασιών (2010 : 2.850,0) και 12,9% μερίδιο αγοράς (2010 : 17,13%), παρέμεινε στην 3<sup>η</sup> θέση.

- FTI, με 1.470,0 εκατ. Ευρώ κύκλο εργασιών (2010 : 1.066,0), συνεχίζει να σημειώνει σταθερή ανοδική πορεία με 6,3% μερίδιο αγοράς (2010 : 5,60 %), βρίσκεται στην 4<sup>η</sup> θέση. Στον κύκλο εργασιών του Τ.Ο. συνυπολογίζονται και τα αποτελέσματα των θυγατρικών εταιρειών στην Ελβετία και την Αυστρία, οι οποίες βέβαια διακινούν μόνο το γερμανικό πρόγραμμα.
- Alltours Flugreisen, με 1.320,0 εκατ. Ευρώ κύκλο εργασιών (2010 : 1.170,0) και 5,7% μερίδιο αγοράς (2010 : 7,30%), βρίσκεται στην 5<sup>η</sup> θέση.
- Aida Cruises, η θυγατρική εταιρεία του αμερικανικού κολοσσού κρουαζιερών Carnival, με 1.000,0 εκατ. Ευρώ κύκλο εργασιών και 4,3% μερίδιο αγοράς, βρίσκεται στην 6<sup>η</sup> θέση.
- Schauinsland Reisen, με 556,0 εκατ. Ευρώ (2010: 496,0), κατατάσσεται στην έβδομη (7) θέση.



## Τουριστικοί Προορισμοί για το 2012

### Διακοπές στη Γερμανία είναι και πάλι στη μόδα

Το σύνθημα για το μέλλον είναι: «πίσω στο παρελθόν».

Εάν εξετάσουμε τη ταξιδιωτική συμπεριφορά των Γερμανών διαπιστώνουμε, ότι ενώ πριν από 20 χρόνια, σχεδόν κάθε δεύτερος Γερμανός πραγματοποιούσε το ταξίδι των διακοπών του στη χώρα του (1991: 48%), δέκα χρόνια αργότερα, μόνο ένας στους τρεις (2001: 33%) επέλεγε για τις διακοπές προορισμό εντός της Γερμανίας.

Τα τελευταία χρόνια, εντούτοις, καταγράφεται μια αναγέννηση των τουριστικών περιοχών της Γερμανίας. Η δημοτικότητα αυτή των γερμανικών τουριστικών προορισμών αναμένεται να συνεχιστεί και το 2012. Σχεδόν κάθε τέταρτος Γερμανός σχεδιάζει να περάσει τις διακοπές του μεταξύ των γερμανικών ακτών και των βουνών της Γερμανίας.

Η πρόγνωση του Ιδρύματος είναι: Συνολικά τα δύο πέμπτα των τουριστών θα περάσουν τις διακοπές τους το 2012 στη χώρα τους.

Σε σταθερή τουριστική κίνηση μπορούν να υπολογίζονται οι περισσότεροι ευρωπαϊκοί προορισμοί. Η Ισπανία παραμένει ο πιο δημοφιλής προορισμός στο εξωτερικό, πριν από την Ιταλία. Ακολουθούν η Τουρκία, η Αυστρία και η Κροατία. Τα ταξίδια μακρινών προορισμών εξακολουθούν να παραμένουν δημοφιλή και φέτος, με τον αριθμό των επισκεπτών, να παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις ανάλογα με τον προορισμό. Ενώ οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Καραϊβική, η Κεντρική Αμερική, και ιδιαίτερα οι χώρες της Ασίας αναμένουν αυξημένη ροή τουριστών, ο σκεπτικισμός σχετικά με τα κράτη της Βορείου Αφρικής είναι υψηλός.

Όλοι οι προορισμοί από το Μέλανα Δρυμό μέχρι τη Νότια Θάλασσα και από τη Βόρεια Θάλασσα μέχρι τη Βόρεια Αμερική διατηρούν ελπίδες προσέλκυσης επισκεπτών από τη μεγάλη ομάδα των αναποφάσιστων, οι οποίοι απλά περιμένουν την κατάλληλη προσφορά, για να κλείσουν το ταξίδι των διακοπών.



## **Ελλάδα**

Οι ανταποκρίσεις των Γερμανών Δημοσιογράφων σχετικά με το δυσμενές κλίμα που υπάρχει στην Ελλάδα ως προς τη Γερμανία και τα αρνητικά δημοσιεύματα στα ελληνικά ΜΜΕ είναι ανασταλτικός παράγοντας για την επιλογή των ελληνικών τουριστικών προορισμών για τις θερινές διακοπές. Ανάλογα είναι και τα μηνύματα που λαμβάνουμε από τους εκπροσώπους των Τ.Ο., σχετικά με διστακτικότητα πραγματοποίησης διακοπών στη χώρα μας

Τα συνεχή και εκτεταμένα αρνητικά σχόλια των γερμανικών ΜΜΕ για την οικονομική κρίση στην Ελλάδα και η ανησυχία για την ύπαρξη απεργιών επιδρούν αρνητικά στους Γερμανούς δυνητικούς επισκέπτες της Ελλάδας.

Το τελευταίο χρονικό διάστημα έμφανίζονται θετικές «φωνές», που παρουσιάζουν την πραγματική κατάσταση στην ελληνική κοινωνία και παρουσιάζουν τις προσπάθειες και θυσίες των Ελλήνων να αντιμετωπίσουν την οικονομική κρίση. Ταυτόχρονα εκπρόσωποι μεγάλων Τ.Ο. και επαγγελματιών τουριστικών εντύπων με δηλώσεις και δημοσιεύματα τονίζουν την εμπιστοσύνη τους στην Ελλάδα και στο τουριστικό προϊόν της.

Ο Προϊστάμενος

Παναγιώτης Σκορδάς

Ολυμπία Τσιουλάκη / Μάρτιος 2012