

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ
ΓΕΡΜΑΝΙΑΣ

Ε.Ο.Τ. ΓΕΡΜΑΝΙΑΣ
ΦΡΑΝΚΦΟΥΡΤΗ

ΜΑΡΤΙΟΣ 2011

Ταξίδια 2011

Δομή και προοπτικές της τουριστικής κίνησης από τη Γερμανία για το εξωτερικό.

Το μήνυμα της τουριστικής χρονιάς 2009 / 2010 είναι:

Οι Γερμανοί διαθέτουν και πάλι περισσότερα χρήματα για τις διακοπές τους.

Πρόσφατη έρευνα της γερμανικής τράπεζας Commerzbank αναφέρει, ότι η οικονομική ανάκαμψη της Γερμανίας είχε ως αποτέλεσμα και τη σημαντική αύξηση των ταξιδιωτικών δαπανών των Γερμανών το 2010 στο εξωτερικό.

Το μεγαλύτερο ποσοστό της αύξησης αυτής, που καταγράφηκε το 2010, προέρχεται κυρίως από τις ταξιδιωτικές δαπάνες των επαγγελματιών ταξιδιών και λιγότερο από τις δαπάνες των τουριστών για ταξίδια αναψυχής.

Για την τρέχουσα τουριστική χρονιά 2011, αναμένεται να συνεχιστεί η ανοδική πορεία των ταξιδιωτικών δαπανών. Η αύξηση του εισοδήματος των νοικοκυριών και η σημαντική τόνωση των επενδύσεων οδηγούν, σύμφωνα με πρόβλεψη της Commerzbank, σε αύξηση κατά περίπου 3% και των ταξιδιωτικών δαπανών των τουριστών.

Το έτος 2010, το δεύτερο έτος μετά την τραπεζική κρίση, που προκάλεσε η πτώχευση της τράπεζας Lehman, η παγκόσμια οικονομική κατάσταση εμφανίζεται να έχει υπερβεί το σοκ της αβεβαιότητας και της παγκόσμιας ύφεσης. Το οικονομικό περιβάλλον στις βιομηχανικές χώρες είναι και πάλι φιλικό, ωθούμενο και από την ισχυρή ζήτηση στις αναδυόμενες οικονομίες πχ Κίνα, Ινδία, Βραζιλία . Το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν των δυτικών βιομηχανικών κρατών αυξήθηκε κατά 2 ½ %.

Στην παγκόσμια σκηνή όμως η εικόνα και οι επιπτώσεις της κρίσης είχαν διαφορετικό αντίκτυπο. Στις ΗΠΑ, αν και η οικονομία αυξήθηκε σημαντικά, η ανεργία παρέμεινε σε υψηλά ποσοστά. Οι αμερικανοί καταναλωτές ήταν υπερχρεωμένοι και ως εκ τούτου δεν είχαν τη δυνατότητα να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα, - παρά τα χαμηλά επιτόκια.

Σε ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες, επίσης, ο κόσμος δεν είχε ακόμη επανέλθει σε κανονικό ρυθμό διαβίωσης.

Η κατάσταση ήταν διαφορετική στη Γερμανία, στην οικονομία της οποίας δεν καταγράφηκαν υπερβολές ώστε να είναι απαραίτητο να ληφθούν δραστικά μέτρα για την ομαλοποίηση της οικονομίας της. Ήδη από την άνοιξη του 2009, η γερμανική οικονομία ανακάμπτει σημαντικά από τη χειρότερη ύφεση στη μεταπολεμική ιστορία.

Το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν το 2010, του οποίου ο ετήσιος μέσος όρος ανάπτυξης ανήλθε σε 3,6%, σημείωσε, για μια ακόμη φορά, δυναμική ανάπτυξη. Η ανάπτυξη αυτή της οικονομίας οδηγείται όχι μόνο από τις εξαγωγές και τις επενδύσεις στα εξαπλιστικά προγράμματα, αλλά σταδιακά και σταθερά ανακάμπτει και η ιδιωτική κατανάλωση.

Η διεθνής τουριστική οικονομία και πάλι σε ανάκαμψη

Η διεθνής τουριστική οικονομία το 2010, επωφελήθηκε σημαντικά από τις καλλίτερες συνθήκες της γενικής οικονομίας.

Οι παγκόσμιες αφίξεις τουριστών, οι οποίες το 2009 κατέγραψαν δραστικές μειώσεις, αυξήθηκαν σθεναρά σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), από τον Ιανουάριο έως Αύγουστο του 2010 αλλά και στη συνέχεια του έτους συνεχίστηκε η θετική τάση. Για ολόκληρο το έτος 2010, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού υπολογίζει ότι περίπου 930 εκατομμύρια επιβάτες αφίχθηκαν σε μια από τις 150 χώρες-προορισμούς τουριστών, δηλαδή 5% μέχρι 6% περισσότεροι από το 2009 καθώς επίσης περισσότεροι και από τις αφίξεις του, προ της κρίσης, έτους 2008 (922 εκατομμύρια).

Τα παγκόσμια έσοδα από τον τουρισμό σημείωσαν επίσης αύξηση, αλλά με μικρότερο ποσοστό από την αύξηση του αριθμού των επισκεπτών. Η υστέρηση αυτή οφείλεται, αφενός μεν στο γεγονός, ότι οι επισκέπτες περιόρισαν μερικώς την παραμονή τους στη χώρα προορισμού, αφετέρου δε στον έντονο ανταγωνισμό, που οδήγησε σε πτώση των τιμών σε ορισμένες περιοχές.

Οι περισσότερες περιοχές του κόσμου επωφελήθηκαν από την εκ νέου άνοδο του διεθνούς τουρισμού. Στις Αναδυόμενες Αγορές υποδοχής τουριστών ο αριθμός των αφίξεων τουριστών αυξήθηκε, σε σύγκριση με το 2009, σαφώς ταχύτερα από ό, τι στις βιομηχανικές χώρες. Η τουριστική κίνηση στη Μέση Ανατολή και στην περιοχή Ασίας / Ειρηνικού παρουσίασε διψήφια ποσοστά ανάπτυξης, ενώ στην Ευρώπη, με βάση τα στοιχεία που είναι διαθέσιμα, ταξίδεψαν το 2010 μόνο 2 ½ % περισσότερα άτομα από το 2009.

Τον Απρίλιο το σύννεφο ηφαιστειακής τέφρας, το οποίο προκάλεσε τότε το κλείσιμο του Ευρωπαϊκού εναέριου χώρου, είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση της τουριστικής κίνησης. Μόνο στη Βόρεια Ευρώπη οι αφίξεις τουριστών ήταν 11% λιγότερες σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του προηγούμενου χρόνου.

Η οικονομική κρίση, τα χρέη και οι εσωτερικές διαμαρτυρίες με τα οποία βρέθηκαν αντιμέτωπες ορισμένες χώρες οδήγησαν στην απώλεια επισκεπτών πχ Ελλάδα και Ιρλανδία.

Η Αφρική, η μόνη περιοχή που είχε σημειώσει ανάπτυξη το 2009, επωφελήθηκε και το 2010 από την αυξανόμενη δημοτικότητα λόγω του Παγκόσμιου Κυπέλλου ποδοσφαίρου στη Νότια Αφρική.

Συνολικά, η διεθνής τουριστική κίνηση το 2010 εμφανίζεται, μετά τη σοβαρή οικονομική κρίση, και πάλι στιβαρή στο προσκήνιο.

Η γρίπη Η1Ν1, το μείζον θέμα του 2009, σχεδόν ξεχάστηκε. Γεγονότα όπως η πολιτική αναταραχή στην Ταϊλάνδη, ο σεισμός στη Σουμάτρα ή η αυξημένη απειλή της τρομοκρατίας σε ορισμένες περιοχές, ενδέχεται να επηρέασαν βραχυπρόθεσμα την ταξιδιωτική συμπεριφορά των τουριστών, αλλά στο σύνολο του έτους δεν φαίνεται να είχαν μεγάλο αντίκτυπο.

Πιο πιθανό είναι, ότι τα ακραία καιρικά φαινόμενα, από τα τέλη του Νοεμβρίου, το κρύο και χιόνια του χειμώνα, να επηρέασαν τα σχέδια πολλών ταξιδιωτών στην Ευρώπη και τις ΗΠΑ με αντίκτυπο την επιβράδυνση της τουριστικής κίνησης.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) υπολόγισε, ότι αν και ο αριθμός των παγκόσμιων αφίξεων τουριστών το 2010 έφθασε ένα νέο ρεκόρ, αυξήθηκε

περισσότερο από 5%, η θετική αυτή τάση θα συνεχιστεί και ακόμα περισσότεροι τουρίστες θα ταξιδέψουν το 2011 στο εξωτερικό.

Γερμανική τουριστική κίνηση το 2010

Οι δαπάνες των Γερμανών για ταξίδια στο εξωτερικό αυξήθηκαν το 2010 κατά 2,9%. Η δυναμική αυτή καταγράφηκε, όπως έχουμε ήδη αναφέρει, κυρίως στην αύξηση των δαπανών για επαγγελματικά ταξίδια, ενώ οι δαπάνες για ταξίδια διακοπών σημείωσαν μια μέτρια αύξηση. Κατά τη διάρκεια του έτους παρατηρήθηκε μια μεγαλύτερη προθυμία των γερμανών τουριστών να διαθέσουν περισσότερα χρήματα για τις διακοπές τους.

Με 59,4 δισεκ. Ευρώ, (2009 : 57,7 δισεκ. €), οι Γερμανοί συνέχισαν και το 2010 να δαπανούν τα περισσότερα χρήματα παγκοσμίως, για ταξίδια στο εξωτερικό. (Διάγραμμα 1).

Το 2010, η αύξηση ζήτησης γερμανικών προϊόντων από το εξωτερικό είχε ως αποτέλεσμα τη βελτίωση των βασικών οικονομικών προϋποθέσεων για τον προγραμματισμό των ταξιδιών των Γερμανών στο εξωτερικό.

Η αύξηση του εισοδήματος των ιδιωτικών νοικοκυριών οδήγησε ήδη από την άνοιξη του 2010 σε ενίσχυση της καταναλωτικής διάθεσης των Γερμανών.

Η οικονομική ανάκαμψη της Γερμανίας στηρίζεται πλέον σε ισχυρή βάση.

Τον χειμώνα του 2009/2010, οι δαπάνες των Γερμανών για ταξίδια στο εξωτερικό είχαν σημαντικά μειωθεί. Κατά το δεύτερο και το τρίτο τρίμηνο όμως του 2010 αυξήθηκαν σημαντικά τα επαγγελματικά κυρίως ταξίδια και η τάση αυτή διατηρήθηκε μέχρι το τέλος του έτους.

Παράλληλα με την αύξηση των δαπανών για επενδύσεις αυξήθηκαν πέρυσι και οι δαπάνες για επαγγελματικά ταξίδια στο εξωτερικό κατά περίπου 15%, μετά τη δραματική μείωση, που είχαν υποστεί τα προηγούμενα δύο έτη.

Έντονες διακυμάνσεις στις ταξιδιωτικές δαπάνες των επιχειρήσεων δεν είναι ασυνήθιστες, όπως μετά την οικονομική κρίση και τις συνέπειες της τρομοκρατικής επίθεσης στη Νέα Υόρκη απέδειξαν.

Το 2010, η προοπτική για αύξηση των πωλήσεων στο εξωτερικό οδήγησε τις γερμανικές επιχειρήσεις στο συμπέρασμα, ότι είναι προτιμότερο για τις επαφές τους με τους πελάτες στο εξωτερικό να πραγματοποιούν εκ νέου επισκέψεις έναντι των τηλεφωνικών ή διαδικτυακών επικοινωνιών, που ακολούθησαν τα δύο προηγούμενα έτη, καθώς επίσης να ενισχύσουν τη προβολή της εταιρείας τους με εκπροσώπηση σε συνέδρια ή και σε εμπορικές εκθέσεις.

Συγκρατημένες ήταν οι δαπάνες για ταξίδια διακοπών, που κατέχουν και τη μερίδα του λέοντος στο σύνολο των ταξιδιωτικών δαπανών.

Ο προϋπολογισμός των δαπανών για ταξίδια αναψυχής, το 2009, είχε επίσης μειωθεί, όχι όμως τόσο δραστικά, όσο ο προϋπολογισμός των επαγγελματικών ταξιδιών, το δε 2010 οι πολίτες παρέμειναν, σε σύγκριση με προηγούμενο χρόνο (2009), καταρχάς σε αναμονή.

Οι δαπάνες για ταξίδια αναψυχής στο εξωτερικό κατέγραψαν μικρή αύξηση, με ετήσιο μέσο όρο 0,3%, δηλαδή αυξήθηκαν με πολύ βραδύτερο ρυθμό από την αύξηση της ιδιωτικής κατανάλωσης στο σύνολό της.

Οι γερμανοί τουρίστες ταξιδεύουν πάλι όλο και περισσότερο στο εξωτερικό, αλλά ερευνούν την αγορά για χαμηλές τιμές ή συντομεύουν τη διάρκεια του ταξιδιού τους.

Κατά τη διάρκεια του έτους, όμως υπήρχαν σαφείς ενδείξεις ανάκαμψης. Οι ιδιωτικές δαπάνες για ταξίδια διακοπών αυξήθηκαν πάλι. Προφανώς η μείωση της ανεργίας ενθάρρυνε τους καταναλωτές να διαθέσουν μεγαλύτερο τμήμα από το εισόδημά τους όχι μόνο για γενική κατανάλωση αλλά και για ταξίδια στο εξωτερικό. Στο τέλος του 2010, διέθεσαν σαφώς περισσότερα χρήματα για διακοπές στο εξωτερικό από ό, τι στην αρχή του έτους.

Σύμφωνα με δηλώσεις τουριστικών παραγόντων, οι γερμανοί τουρίστες γίνονται και πάλι πιο θαρραλέοι, αυτό γίνεται εμφανές και από τη στροφή που καταγράφεται σε έγκαιρες κρατήσεις ταξιδιών διακοπών όπως και στο παρελθόν.

Ταξίδι διακοπών: Σίγουρα ναι, μόνο που δεν πρέπει να κοστίζει πάρα πολύ

Ως επακόλουθο της ισχυρής ανάκαμψης, δεν ήταν δύσκολο για τη Γερμανία, να υπερασπιστεί και να διατηρήσει **τον τίτλο του παγκόσμιου πρωταθλητή ταξιδιών** - στις συνολικές ταξιδιωτικές δαπάνες - πριν από τις ΗΠΑ, τη Βρετανία και την Κίνα. Ακόμα και από άποψη της οικονομικής ισχύος, η Γερμανία κατέχει, σε σύγκριση με παρομοίου μεγέθους οικονομίες, την πρώτη θέση.

Ωστόσο, η σοβαρή οικονομική κρίση, η κρίση του χρέους στα κράτη μέλη στη ζώνη του ευρώ ή και ο αυξημένος κίνδυνος τρομοκρατικών επιθέσεων άφησαν τα σημάδια τους στην ταξιδιωτική συμπεριφορά των γερμανών επιχειρηματιών και τουριστών.

Ενώ η αντίδραση των επιχειρήσεων ήταν η μείωση του αριθμού των επαγγελματικών ταξιδιών, η αντίδραση των πολιτών για το ταξίδι αναψυχής ήταν ξεκάθαρα: **Σίγουρα ναι, μόνο που δεν πρέπει να κοστίζει πάρα πολύ.**

Το κόστος του ταξιδιού, λόγω της ευαισθησίας των πολιτών ως προς την τιμή, αποκτά συνεχώς μεγαλύτερη βαρύτητα στην επιλογή του προορισμού των διακοπών. Ως εκ τούτου και η αγοραστική δύναμη του Ευρώ στο εξωτερικό διαδραματίζει σημαντικό ρόλο.

Σύγκριση της αγοραστικής δύναμης του ΕΥΡΩ : Σουηδία και Ελβετία ακόμα πιο ακριβές χώρες.

Μια ματιά στην αγοραστική δύναμη του ΕΥΡΩ στο εξωτερικό δείχνει, ότι οι τουριστικοί προορισμοί χωρίζονται σε ακριβότερες και οικονομικότερες χώρες.

Οι μεταβολές στην αγοραστική δύναμη του ΕΥΡΩ το 2010 δεν τροποποίησαν την ταξινόμηση αυτή. Τα ταξίδια στην Τσεχία και την Πολωνία ίσως δεν είναι τόσο οικονομικά πλέον, εντούτοις οι γερμανοί τουρίστες εξακολούθησαν να εισπράττουν περισσότερα αγαθά για τα χρήματά τους.

Στην Τσεχία, οι τουρίστες με 100 € αποκτούσαν αγαθά ή υπηρεσίες, τα οποία στη Γερμανία θα κόστιζαν περισσότερα από 140 €, και στην Πολωνία τα 100 € είχαν αξία σχεδόν 130 €.

Στην Ελλάδα και στην Ισπανία, 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. Τα ταξίδια αναψυχής στη Δανία, την Ελβετία και τη Σουηδία είναι τα πιο ακριβά. Έτσι, τα 100 € στη Δανία είχαν αξία μόνο 70 €.

Τουριστικοί Προορισμοί – Μορφές Τουρισμού: Συνδυασμός προσφιλών συνηθειών και ύψος δαπανών.

Διακοπές, ναι πάντοτε, αλλά οι παράγοντες για την επιλογή της χώρας διακοπών δεν είναι μόνο οι προσφιλείς συνήθειες αλλά και το κόστος των διακοπών.

Η Ισπανία εξακολουθεί να είναι ο πιο δημοφιλής προορισμός των Γερμανών στο εξωτερικό. Σχεδόν 6,6 δισεκ. Ευρώ διέθεσαν το 2010 οι Γερμανοί για ταξίδια στην Ισπανία, ήτοι 200 εκατ. ευρώ περισσότερα από όσα δαπάνησαν το έτος της κρίσης 2009, (Στοιχεία από την έρευνα της Commerzbank).

Εντούτοις, αν και η Ισπανία επωφελήθηκε από τις απεργίες και τις ταραχές στην Ελλάδα, δεν κατόρθωσε όμως να αυξήσει το μερίδιό της στην τουριστική αγορά της Γερμανίας, το οποίο, τα τελευταία χρόνια, συνεχώς συρρικνώνεται.

Μόλις και με τα βίαια κράτησε την πρώτη θέση έναντι της Αυστρίας, η οποία την ακολουθεί στην κλίμακα δημοτικότητας κατά πόδας. Οι ταξιδιωτικές δαπάνες των Γερμανών το 2010 στην Αυστρία σε σύγκριση με το 2009, αυξήθηκαν κατά 5 % και ανήλθαν σε 6,3 δισ. Ευρώ.

Το 2010 η Αυστρία κατόρθωσε να αυξήσει το μερίδιό της στη γερμανική τουριστική αγορά, ενώ η Ελβετία έχασε ποσοστά. Η υψηλή ισοτιμία του ελβετικού φράγκου έναντι του ευρώ καθιστά τις ήδη ακριβές διακοπές στην Ελβετία ακόμη ακριβότερες για τους αλλοδαπούς τουρίστες.

Στην Ιταλία, τον τρίτο πιο δημοφιλές για διακοπές τουριστικό προορισμό, οι Γερμανοί διέθεσαν, το 2010, το ποσό των 5,3 δισεκ. Ευρώ για ταξίδια, έναντι 5,26 δισεκ. Ευρώ το 2009, αύξηση 0,8%.

Τα ταξίδια στην Ισπανία, Αυστρία, Ιταλία και Τουρκία καλύπτουν από κοινού τα δύο τρίτα του συνόλου των ταξιδιών.

Ωστόσο, στις χώρες υποδοχής τουριστών υπάρχει δυναμική αύξησης των επισκεπτών, καθόσον οι δυνητικοί επισκέπτες δήλωσαν την προτίμησή τους, για μακρινά ταξίδια, για τις χώρες της Μεσογείου αλλά και για τα κράτη της Σκανδιναβίας, τα οποία έχουν πιθανότητες αύξησης των γερμανών επισκεπτών.

Το γεγονός, ότι υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον σε όλους σχεδόν τους τουριστικούς προορισμούς, δηλώνει τη μεγάλη ευελιξία των πελατών. Οι τουρίστες έχουν πολλαπλές επιλογές και βλέπουν σε πολλούς προορισμούς τη δυνατότητα να περάσουν ευχάριστα τις διακοπές τους και να καλύψουν τις απαιτήσεις τους. Έτσι, οι προορισμοί είναι εναλλάξιμοι, ακόμη και αν αντικειμενικά διαφέρουν μεταξύ τους. Αυτό ισχύει αντίστοιχα και για τις μορφές τουρισμού. Οι κλασικοί τρόποι διακοπών παραμένουν και το 2011, οι πιο σημαντικές μορφές διακοπών:

Παραλία, ξεκούραση και οικογενειακές διακοπές.

Ανάπτυξη αναμένεται επίσης να παρουσιάσουν, οι μέχρι τώρα μικρότερης έκτασης μορφές διακοπών: κρουαζιέρα, spa, all inclusive, εκδρομές με ποδήλατο.

Τα ταξίδια εντός της Γερμανίας διατηρούν τη δημοτικότητά τους

Όχι μόνο τουριστικοί προορισμοί του εξωτερικού αλλά και τουριστικοί προορισμοί της Γερμανίας κατέγραψαν το 2010 δυναμική αύξηση γερμανών επισκεπτών. Υπολογίζεται, ότι 112 εκατομμύρια εσωτερικοί ταξιδιώτες διανυκτέρευσαν σε ένα ξενοδοχείο, ένα διαμέρισμα, έναν ξενώνα ή κάμπινγκ της Γερμανίας, αυτό αντιστοιχεί σε 3,7 εκατ. περισσότερα άτομα σε σχέση με πέρυσι (3,9%). Τα στοιχεία αυτά επιβεβαιώνουν, ότι η Γερμανία παραμένει με μεγάλη διαφορά ο πιο δημοφιλής ταξιδιωτικός προορισμός των Γερμανών.

Σύμφωνα με την Ομοσπονδία Ταξιδιών Γερμανίας (DRV), το 40% περίπου των ταξιδιών των Γερμανών πραγματοποιούνται εντός της Γερμανίας.

Παράγοντες: Το οικονομικό ταξίδι (μεταφορικό μέσο) και οι σταθερές τιμές παραμένουν ακόμη και μετά το τέλος της οικονομικής κρίσης βασικά επιχειρήματα.

Στο σημείο αυτό όμως, πρέπει να σημειώσουμε, ότι ο αριθμός των διανυκτερεύσεων σε ένα κατάλυμα στη Γερμανία ακολουθεί από τα μέσα της δεκαετίας του '90, πτωτική πορεία. Η μέση διάρκεια παραμονής μειώθηκε από τότε κατά 0,8 ημέρες.

Οι τουρίστες, μετά από τρεις ημέρες περίπου τερματίζουν το ταξίδι ή μετακινούνται προς το επόμενο μέρος.

Προφανώς, οι πολίτες προτιμούν να ταξιδεύουν συχνότερα έστω και αν τα ταξίδια είναι μικρής διάρκειας. Η εναλλαγή είναι το ζητούμενο.

Ανασκόπηση αποτελεσμάτων Τουριστικών Οργανισμών Γερμανίας

Το έγκυρο γερμανικό επαγγελματικό τουριστικό περιοδικό FVW, παραθέτει στην έκδοση του Δεκεμβρίου 2010 την ετήσια ανασκόπηση - εξέλιξη της γερμανικής τουριστικής αγοράς και την χαρακτηρίζει με τον τίτλο:

Η ανάκαμψη επιτεύχθηκε

Μετά τη δραματική μείωση του κύκλου εργασιών των Τουριστικών Οργανισμών το 2009, η γερμανική τουριστική αγορά επιστρέφει σε θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης. Η ετήσια ανάλυση του επαγγελματικού τουριστικού περιοδικού FVW, βασίζεται στα στοιχεία των 64 μεγαλύτερων Τ.Ο., με κύκλο εργασιών, το 2010, ύψους περίπου 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 21,3 δισεκ. Ευρώ και αντιστοιχεί σε αύξηση 2,5%.

Ο αριθμός των τουριστών που διακίνησαν, οι 64 Τ.Ο., που συμμετέχουν στην έρευνα του FVW, ανήλθε σε 30,5 εκατομμύρια άτομα. 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 σταθεροποιείται και σημείωσε αύξηση πωλήσεων της τάξης του 1%. Η αύξηση στις πωλήσεις αεροπορικών ταξιδιών μακρινών αποστάσεων ανέρχεται σε 3%, που εν μέρει προέρχεται από τις αυξήσεις τιμών λόγω της υψηλής τιμής του δολαρίου. Η αύξηση του κύκλου εργασιών για αεροπορικά ταξίδια κοντινών ή μεσαίων αποστάσεων ανέρχεται μόνο σε 0,5% και είναι αποτέλεσμα της δραστηκής μείωσης των διαθέσιμων αεροπορικών θέσεων στην οποία προέβησαν οι Τ.Ο. κυρίως στη χειμερινή περίοδο 2009/2010.

Οι κρουαζιέρες συνέχισαν και το 2010 την ανοδική πορεία και καταγράφουν διψήφια αύξηση. Το είδος αυτό των διακοπών εμφανίζει μια συνεχώς αυξανόμενη δυναμική ανάπτυξη, ήδη οι εταιρείες Aida και TUI Cruises προσθέτουν το 2011 νέα πλοία στο στόλο τους.

Η αλματική άνοδος που κατέγραψαν οι κρουαζιέρες τα τελευταία 12 χρόνια απεικονίζεται στο διάγραμμα (2), στον οποίο παραθέτουμε την εξέλιξη των επιβατών στις κρουαζιέρες από το 1999 (330.680 επιβάτες) μέχρι το 2010 (1.665.213 επιβάτες), Διάγραμμα 2.

Στο διάγραμμα (3) 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 3.843,5 εκατ. Ευρώ κύκλο εργασιών (2009 : 4.238,4) και μερίδιο αγοράς 23,10 % (2009 : 25,35%) 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 Harpag-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 2.997,6 εκατ. Ευρώ κύκλο εργασιών (2009 : 2.875,3) και μερίδιο αγοράς 17,89 % (2009: 17,19%), με μικρή αύξηση του μεριδίου αγοράς, διατήρησε για δεύτερη χρονιά τη 2^η θέση.
- Thomas Cook, με 2.850,0 εκατ. Ευρώ κύκλο εργασιών (2009 : 2.2.600,0) και 17,13% μερίδιο αγοράς (2009 : 15,55%), παρέμεινε στην 3^η θέση. Η μεγάλη διαφορά στο ύψος του κύκλου εργασιών, μεταξύ του 2010 και του 2009, οφείλεται στον συνυπολογισμό του κύκλου εργασιών του T.O. Öger Tours (περίπου 290,0 εκατ. Ευρώ), που εξαγοράστηκε από τον T.O. Thomas Cook την 1^η Οκτωβρίου 2010 καθώς και στις μεμονωμένες πωλήσεις αεροπορικών εισιτηρίων της εταιρείας Condor, που επίσης συνυπολογίστηκαν στον κύκλο εργασιών του T.O.
- Alltours Flugreisen, με 1.170,0 εκατ. Ευρώ κύκλο εργασιών (2009 : 1.220,0) και 7,03% μερίδιο αγοράς (2009 : 7,30%), βρίσκεται στην 4^η θέση και παρουσίασε το 2009 για πρώτη φορά ύστερα από πολλά χρόνια μείωση (- 4%) του κύκλου εργασιών. Το 2010 οι θυγατρικές εταιρείες του T.O. στην Ολλανδία, Αυστρία και Ελβετία, τα αποτελέσματα των οποίων συνυπολογίζονται στη μητρική εταιρεία, κατέγραψαν σημαντικές αυξήσεις. Βέβαια ένας μεγάλος αριθμός επιβατών από τα γειτονικά κράτη και κυρίως από την Ολλανδία ταξιδεύουν από τα γερμανικά αεροδρόμια.
- FTI, με 1.066,0 εκατ. Ευρώ κύκλο εργασιών (2009 : 936,7), συνεχίζει να σημειώνει σταθερή ανοδική πορεία με 5,60% μερίδιο αγοράς (2009 : 5,60 %) διατηρεί την 5^η θέση. Στον κύκλο εργασιών του T.O. συνυπολογίζονται και τα αποτελέσματα των θυγατρικών εταιρειών στην Ελβετία και την Αυστρία, οι οποίες βέβαια διακινούν μόνο το γερμανικό πρόγραμμα.

Στην ομάδα Τ.Ο. FTI ανήκει και ο Τ.Ο. Big Xtra, του οποίου ο κύκλος εργασιών (223,0 εκατ. Ευρώ) διαχωρίζεται από τα αποτελέσματα του Τ.Ο. FTI.

- Aida Cruises, η θυγατρική εταιρεία του αμερικανικού κολοσσού κρουαζιερών Carnival παραλαμβάνει την άνοιξη ακόμα ένα πλοίο και έτσι εδραιώνει τη βάση για αύξηση του κύκλου εργασιών της. Αναμένεται, ότι το 2011 ο κύκλος εργασιών της εταιρείας να υπερβεί το 1 δισεκ. Ευρώ και να προστεθεί στην ομάδα που ανήκου οι πέντε (5) μεγαλύτεροι Τ.Ο. της Γερμανίας.
- Schauinsland Reisen, με 496,0 εκατ. Ευρώ, κατατάσσεται στην έβδομη (7) θέση.

Στο ίδιο διάγραμμα (2) παραθέτουμε επίσης και τον κύκλο εργασιών και του Τ.Ο. Attika Reisen, που ενδιαφέρει άμεσα την Ελλάδα.

- Attika Reisen, με 21,3 εκατ. Ευρώ κύκλο εργασιών (2009 : 21,9) και μερίδιο αγοράς 0,13 % (2009 : 0,13%), κατέχει την 49^η θέση(2009 : 45^η).

Στο διάγραμμα (3) παραθέτουμε τον αριθμό των ταξιδιών που διέθεσαν στη γερμανική τουριστική αγορά και τα ποσοστά συμμετοχής των επτά (7) μεγαλύτερων Τ.Ο. στη Γερμανία.

- Την πρώτη (1^η) θέση και στις πωλήσεις ταξιδιών κατέχει ο Τ.Ο. TUI Deutschland, με 7.700.000 ταξίδια, (2009 : 7.800.000). Πριν ένα χρόνο η αεροπορική εταιρεία TUIfly, που ανήκει στο δυναμικό του Τ.Ο. TUI παραχώρησε τα δικαιώματα της εκμετάλλευσης των ταξιδιών πόλεων στην αεροπορική εταιρεία Air Berlin. Επομένως από το συνολικό αριθμό τουριστών, που διακίνησε ο Τ.Ο. TUI λείπουν περίπου τα 3 εκατ. επιβάτες της TUIfly. Για τη σωστή σύγκριση έχει διορθωθεί αντίστοιχα και ο αριθμός επιβατών του 2009.
- Rewe Touristik, με 6.555.000 ταξίδια, (2009: 6.039.400) διατηρεί τη δεύτερη (2^η) θέση στον αριθμό των ταξιδιών, που είχε κερδίσει το 2008.
- Thomas Cook, με 5.500.000 ταξίδια, (2009 : 4.800.000), με 700.000 περισσότερα ταξίδια (συμπεριλαμβάνονται και τα ταξίδια Τ.Ο. Öger Tours) καταγράφει αύξηση 14,6% και βρίσκεται στην 3^η θέση.

- FTI, με 1.900.000 ταξίδια, (2009 : 1.530.000), καταλαμβάνει την τέταρτη (4^η) θέση βάσει του αριθμού των τουριστών που διακίνησε.
- Alltours, με 1.540.000 ταξίδια, (2009 : 1.520.000), βρίσκεται στην πέμπτη (5^η) θέση.
- Schauinsland Reisen, με 745.000 ταξίδια ανέρχεται στην έκτη (6^η) θέση βάσει του αριθμού των τουριστών που διακίνησε.
- Aida Cruises, με 511.000 επιβάτες (2009: 414.000) καταλαμβάνει την έβδομη (7^η) θέση.

Στο ίδιο διάγραμμα (3) παραθέτουμε επίσης και τις πωλήσεις ταξιδιών του T.O. Attika Reisen, που ενδιαφέρει άμεσα την Ελλάδα.

- Attika Reisen, με 33.397 ταξίδια (2009: 34.430).

Τάσεις - Προοπτική 2011

Περισσότερα ταξίδια στο εσωτερικό και στο εξωτερικό

Το έγκυρο Ινστιτούτο Ερευνών διακοπών και ταξιδιών (FUR) στην ετήσια μελέτη, για την τουριστική αγορά του 2010 και για τις τάσεις της αγοράς το 2011, στα πρώτα συμπεράσματα που παρουσίασε τον Ιανουάριο, καταλήγει στο συμπέρασμα, ότι η παγκόσμια τουριστική κίνηση, μετά την χρηματοπιστωτική και οικονομική κρίση, έφτασε και πάλι στο επίπεδο του 2008.

2011: Η ταξιδιωτική διάθεση των πολιτών για διακοπές βρίσκεται στα ύψη.

Η κατάσταση της οικονομίας, αφενός σε συνδυασμό με την προσωπική θετική ή αρνητική αντίληψη των πολιτών για την οικονομία καθορίζει εάν και πως θα ταξιδέψουν οι Γερμανοί, αφετέρου τα σχέδια διακοπών και τα ταξίδια, που πραγματοποιούν οι πολίτες, αντικατοπτρίζουν τη γερμανική οικονομική κατάσταση. Και εδώ όλοι οι δείκτες δείχνουν προς την ίδια κατεύθυνση:

Μετά από μια καλή τουριστική χρονιά οι προοπτικές για το 2011 είναι ακόμα καλύτερες.

Τέσσερις στους πέντε κατοίκους της Γερμανίας έχουν ήδη ασχοληθεί με το σχεδιασμό του ταξιδιού αναψυχής τους.

Ο δείκτης επιθυμίας των διακοπών αυξήθηκε κατά 8%, ταυτόχρονα, λιγότερα άτομα, σε σχέση με πέρυσι, δηλώνουν, ότι αντιμετωπίζουν το 2011 οικονομικά εμπόδια στα σχέδια των διακοπών τους (23% έναντι 27% πέρυσι).

Με βάση τα δεδομένα αυτά, οι ερευνητές αναμένουν χρονιά ρεκόρ για τα ταξίδια αναψυχής.

Δεν είναι μόνο ο αριθμός των τουριστών που παρουσιάζει αύξηση, παράλληλα αυξάνεται και ο αριθμός των ταξιδιών που πραγματοποιούνται και επομένως τα χρήματα που διατίθενται για τα ταξίδια αυτά.

Ποσοστό 23% των Γερμανών προγραμματίζει για το 2011 να υλοποιήσει περισσότερα ταξίδια, σε σχέση με πέρυσι, ενώ το ποσοστό των Γερμανών, που προγραμματίζει λιγότερα ταξίδια ανέρχεται σε 17%. Το 2010 τα αντίστοιχα ποσοστά ήταν περίπου 50:50.

Οι εκπρόσωποι των Τ.Ο. της Γερμανίας αναμένουν επίσης αύξηση του κύκλου εργασιών λόγω και της μέτριας αύξησης των τιμών των ταξιδιών.

Με δεδομένους όμως τους κινδύνους, με τους οποίους συνδέεται η παγκόσμια οικονομία, η αισιόδοξη πρόγνωση για τη θετική εξέλιξη της τουριστικής κίνησης μπορεί να αλλάξει άρδην.

Στην παγκόσμια τουριστική αγορά, επίσης, αναμένεται αύξηση της τουριστικής κίνησης. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) το 2011 αναμένεται αύξηση των διεθνών αφίξεων της τάξης του 4%, που θα αντιστοιχεί σε 965 εκατ. ταξίδια.

„Ροζ προοπτικές για το 2011“ προβλέπει το επαγγελματικό τουριστικό περιοδικό (FVW).

Για το τουριστικό έτος 2011/2012, οι προοπτικές είναι τόσο καλές όσο ποτέ άλλοτε. Οι κρατήσεις του χειμώνα εμφανίζουν διψήφια αύξηση – σε σύγκριση όμως με τον

πολύ άσχημο χειμώνα τον προηγούμενο χρόνο . Η τουριστική κίνηση για τα ταξίδια διακοπών το καλοκαίρι εμφανίζεται πολλά υποσχόμενη. Τα θετικά μηνύματα, εφόσον βέβαια όλα κυλήσουν ομαλά, προδικάζουν καινούργιο ρεκόρ ανάπτυξης της γερμανικής τουριστικής αγοράς.

Ακόμα και οι συντηρητικοί αναλυτές της τουριστικής αγοράς είναι συγκρατημένα αισιόδοξοι και προβλέπουν αύξηση σε όλους τους προορισμούς που θα τηρήσουν πειθαρχημένη τιμολογιακή πολιτική.

Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα, που διενήργησε το Ινστιτούτο ερευνών B.A.T. (Stiftung für Zukunftsfragen), για τις δέκα (10) πρώτες θέσεις στις επιθυμίες των Γερμανών για διακοπές τα επόμενα δέκα χρόνια, η Γερμανία καταλαμβάνει την πρώτη θέση, ακολουθεί η Ισπανία, ο πιο αγαπημένος προορισμός για ταξίδια στο εξωτερικό. Η Ελλάδα καταλαμβάνει την έκτη (6) θέση, γεγονός που αποδεικνύει, ότι η Ελλάδα βρίσκεται στις πρώτες θέσεις προτίμησης των Γερμανών.

Τα πρώτα μηνύματα για την Ελλάδα είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά , το 2011 θα είναι έτος ανάκαμψης, έπειτα από τα τελευταία δύο δύσκολα χρόνια. Οι εκπρόσωποι των τουριστικών οργανισμών εκτιμούν ότι η ταξιδιωτική κίνηση από Γερμανία για Ελλάδα θα κινηθεί ανοδικά, λαμβάνοντας υπόψη τη μέχρι στιγμής εξέλιξη των προκρατήσεων.

Ήδη από τις πρώτες τουριστικές εκθέσεις της Γερμανίας διαπιστώσαμε **αυξημένο ενδιαφέρον** Γερμανών για την Ελλάδα.

Γενικά, υπό την προϋπόθεση, ότι δεν θα υπάρχουν έντονες απεργιακές κινητοποιήσεις στην Ελλάδα, οι εκπρόσωποι των Τ.Ο. αναφέρουν ένα „Comeback“ της Ελλάδας στη Γερμανία.

Ο Προϊστάμενος

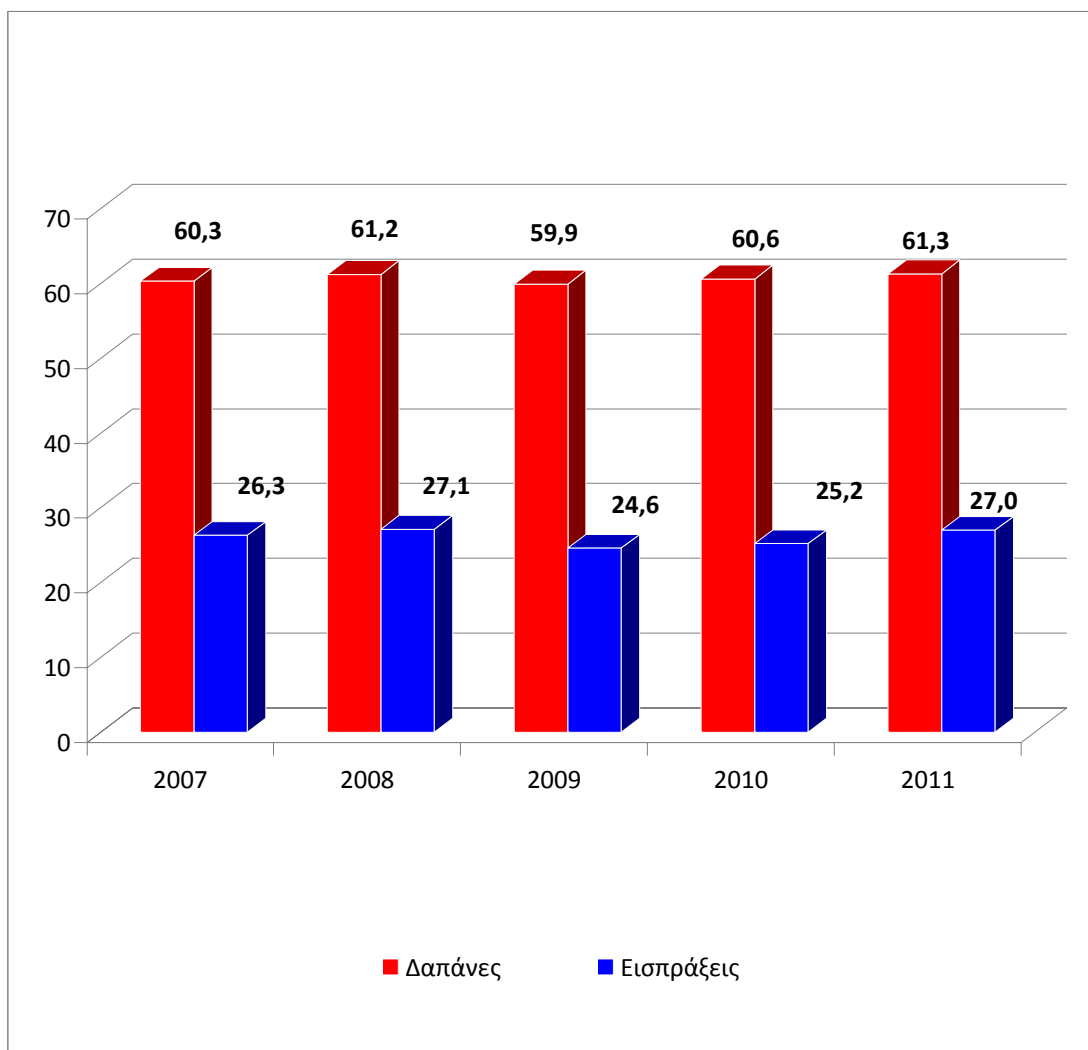
Παναγιώτης Σκορδάς

Ολυμπία Τσιουλάκη / Μάρτιος 2011

Διάγραμμα 1

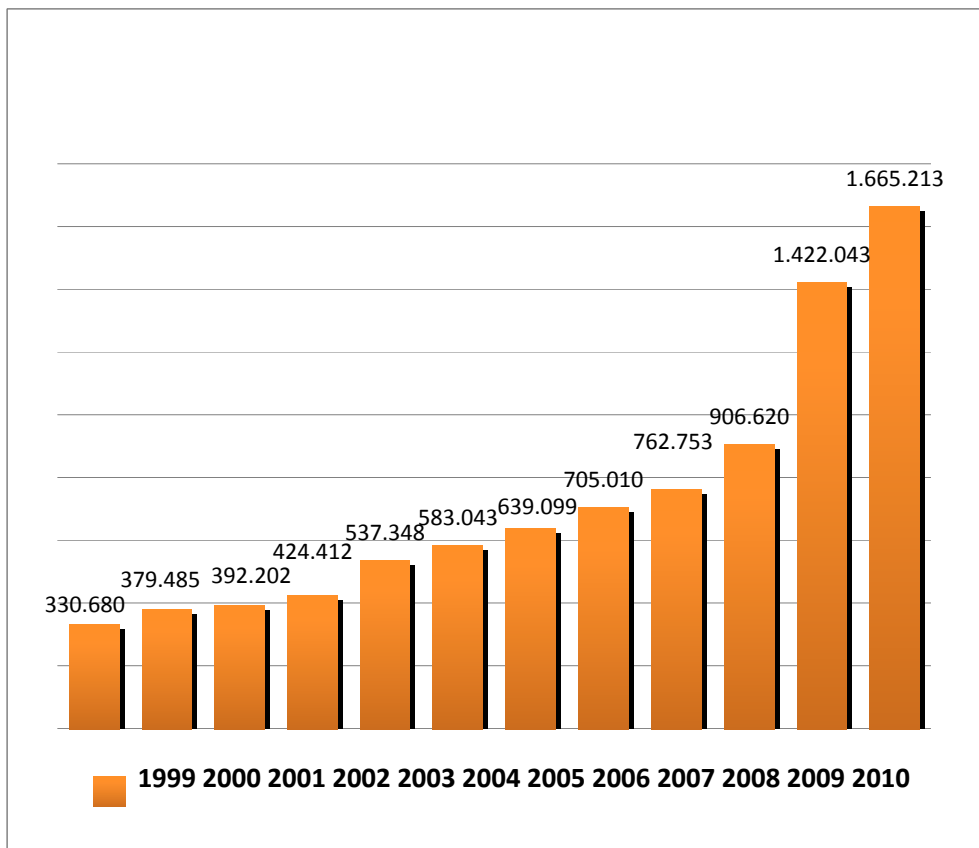
Ταξίδια Εξωτερικού
Δαπάνες - Εισπράξεις

ΕΤΟΣ	Δαπάνες	Εισπράξεις	Σημειώσεις
	Δισεκ. Ευρώ		
2007	60,3	26,3	
2008	61,2	27,1	
2009	59,9	24,6	
2010	60,6	25,2	
2011	61,3	27,0	Πρόβλεψη



Κρουαζιέρες
Εξέλιξη επιβατών
1999 - 2010

Έτος	Επιβάτες
1999	330.680
2000	379.485
2001	392.202
2002	424.412
2003	537.348
2004	583.043
2005	639.099
2006	705.010
2007	762.753
2008	906.620
2009	1.422.043
2010	1.665.213

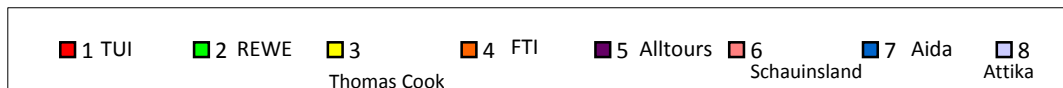
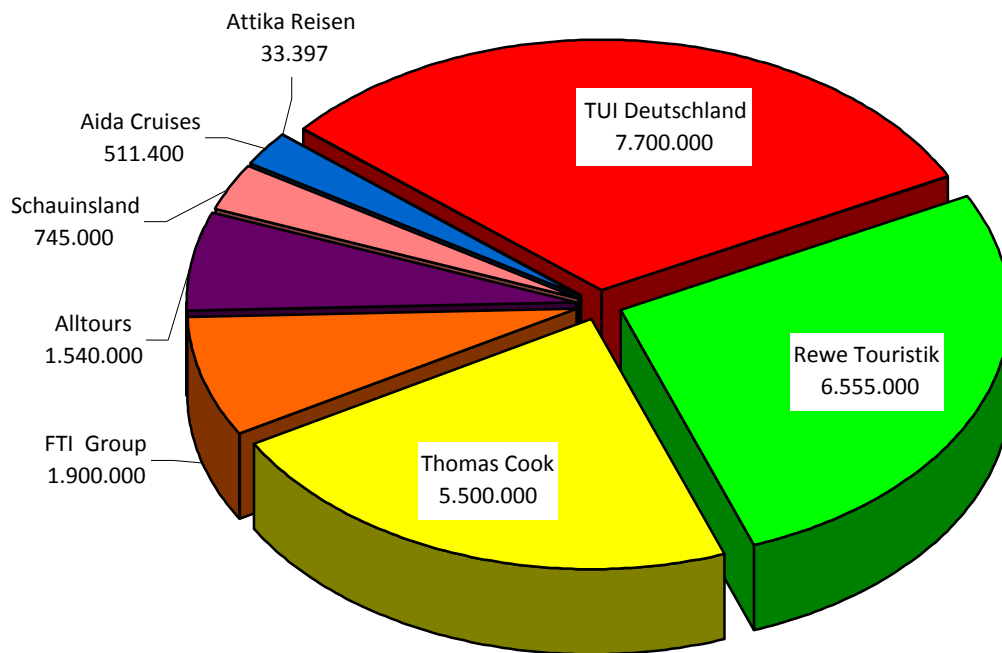


Διάγραμμα 4

Πωλήσεις Ταξιδίων
των μεγαλύτερων Τ.Ο. Γερμανίας
2009 / 2010

Σειρά	Τουριστικός Οργανισμός	Πωλήσεις Ταξιδίων (αριθμ. Τουριστών)
-------	------------------------	--------------------------------------

1	TUI Deutschland	7.700.000
2	Rewe Touristik	6.555.000
3	Thomas Cook	5.500.000
4	FTI	1.900.000
5	Alltours	1.540.000
6	Schauinsland Reisen	745.000
7	Aida Cruises	511.400
49	Attika Reisen	33.397



**Τουριστικοί προρισμοί εξωτερικού
2010**

Προορισμός	2010 %
Ισπανία	13,1
Ιταλία	6,7
Τουρκία	6,6
Αυστρία	4,1
Κροατία	3,3
ΕΛΛΑΔΑ	3,0
Γαλλία	2,3

