

Mercats emissors de turisme

A group of skydivers in various colored suits (red, blue, green, white) are in formation against a clear blue sky. They are holding hands and appear to be in a dynamic pose, possibly performing a stunt or a specific formation.

Alemanya

Agència Catalana de Turisme
Novembre de 2014

1. Descripció general del mercat

Alemanya és el tercer mercat emissor a Catalunya, després de França i el Regne Unit.

En els darrers dotze mesos (setembre 2013 - agost 2014), Catalunya ha rebut aproximadament 1.431,1 visitants alemanys, incrementant-se en un 11% el volum d'arribades, encara sense haver finalitzat l'exercici anual.

El creixement econòmic del 2013 ha acabat amb un augment del PIB d'un 0.4%. La taxa d'atur fins a finals de setembre de 2014 s'ha situat en un 6,7%.

Durant els darrers dotze mesos (Set 2013 - Agost 2014) el volum de despesa del turista alemany s'ha situat en 1185,8 milions d'euros, la qual cosa suposa un augment al voltant del 10%.

2. Estructura del mercat

TUI, DER Touristik, Thomas Cook i FTI Group són els quatre grans operadors turístics alemanys i representen un 50% del mercat. Aquests turoperadors tenen poca rellevància a la nostra destinació en productes que no siguin sol i platja o citybreaks.

Per a la destinació catalana, els turoperadors que realment tenen importància són els turoperadors independents que es dediquen a fer viatges més a mida per la destinació:

En aquest cas, els turoperadors importants serien:

Turisme cultural

Alegroreisen

www.alegroreisen.com

Dr. Tigges Studienreisen

www.dr Tigges.de

F.A.T. GmbH Deutschland

www.fat-spanien.de

Studiosus Reisen München GmbH

www.studiosus.com

Wikinger Reisen GmbH

www.wikinger.de

Windrose Finest Travel GmbH

www.windrose.de

Turisme actiu

Abanico Reisen

www.abanico-reisen.de

Aventoura Touristik GmbH

www.aventoura.com

DAV Summit Club

www.dav-summit-club.de

Eberhardt Travel

www.eberhardt-travel.de

Radissimo GmbH

www.radissimo.de

Turisme enològic

Arttours

www.arttours.de

Weinradel - Velomar - Reisen per Rad

www.velomar.de

Vino Travel

www.vinotravel.de

Wein und Reise

www.weinundreise.de

VinTour Weinreisen

www.vintour-weinreisen.de

Segons la revista FVW, *Dossier Deutscher Reisevertrieb 2012-2013*, per ordre de volum de negoci, els operadors online representen el 15% de la facturació del mercat. El primer és la Deutsche Bahn (ferrocarrils alemanys) seguit per Unister amb un 14,4% de quota, Expedia 10,6%, Odigeo, 7,7%, Schmetterling, 7,1%, Holidaycheck, 7%, Comvel, 3,5% i TUI Alemanya amb un 3%.

El grup Unister Travel Channel representa de fet un 25% de quota del mercat, doncs també comprèn les Agències de viatges (Ab-in-den-urlaub.de, Reisen.de, Travel24, Lastminute24.com) plataformes de reserves de vols (fluege.de, flug24, billigfluege.de), plataformes de reserva d'hotels (Hotelreservierung.de) i el turoperador (Urlaubtours).

Transports

Actualment Catalunya està connectada amb Alemanya amb més de 300 vols directes setmanals. Durant l'estiu aquest número augmenta especialment, gràcies a les connexions de Ryanair amb Girona i Reus.

Les ciutats de Frankfurt, Berlin, Düsseldorf i Munic són les que tenen més connexions amb Barcelona. De tota manera també tenen connexions Hannover, Dresden, Stuttgart, Köln, Hamburg, Nürnberg, Dortmund i Leipzig. Les principals companyies són Lufthansa, Vueling, German Wings, Air Berlin, Easyjet, Norwegian i Ryanair.

Productes

Els principals productes que consumeixen els turistes alemanys són:

- Sol i platja: 21%
- Familiar: 14%
- Relaxació: 12%
- Visita a familiars i amics: 11%
- Actiu: 7%

MÒBIL

Un de cada tres usuaris d'Internet es connecta a través del seu telèfon mòbil a la xarxa. Més 32% consulta la informació del seu viatge a través de dispositius mòbils i d'aquests un 12% fa les seves reserves a través d'aquest mitjà. Durant el viatge, un 15% fa consultes sobre el viatge, però només el 4% formalitza les reserves a través dels smartphones.

Cada vegada és més gran el percentatge d'usuaris que considera que estar online durant les seves vacances és molt important (35%). Respecte a les APPs, aplicacions per smartphones més descarregades a Alemanya, trobem les de Ebookers, Expedia, Holidaycheck, Opodo, Weg.de, DB, Heliview, TUI, Lufthansa, Air Berlin, Tripadvisor, Fraport, HRS, Airbnb, Sixt, Mitfahrgelegenheit, Tripwolf, My Taxi, Foursquare, Facebook i Everplaces.

3. Comportament de la demanda

Actualment el 79% dels visitants viatja a Catalunya en avió, i el 17% ho fa en cotxe privat. Respecte a les pernoctacions i l'allotjament, el 55% dels turistes prefereixen els hotels i hostals, mentre que el 25% prefereixen les cases de vacances i els apartaments turístics. El 42% de visitants alemanys dels darrers dotze mesos han tingut una estada mitjana de quatre a set dies.

És molt important destacar el canvi en el comportament dels visitants alemanys a Catalunya després de l'expansió de la companyia Vueling, doncs el número de connexions ha augmentat més d'un 30% i ha provocat que la quota del turisme individual pugés a un 80%. És adir, actualment un 80% del turisme alemany organitza el viatge pel seu compte.

Segons Reise Analyse durant el 2014 el nombre de consumidors amb accés a internet a alemanya ha augmentat a la franja d'edat entre 50 i 69 anys, amb un 74%.

Internet se situa com el primer canal d'informació turística per els alemanys: el 58% dels consumidors de viatges utilitzen internet per informar-se abans de viatjar, un 12 % realitza les reserves a través del mòbil i el percentatge d'usuaris que considera important el fet d'estar connectat durant les seves vacances augmenta cada vegada més.

Les vacances escolars, i per tant familiars a Alemanya, es reparteixen durant tot l'any. La idea darrera aquest fet és intentar evitar aglomeracions en dates concretes. Això representa una oportunitat a la hora de comercialitzar oferta de temporada mitjana i baixa.

Les dates en què hi ha previsions d'afluència de viatgers provinents de la resta de l'Estat són els mesos d'estiu (juny-agost) i els principals ponts festius de Setmana Santa, del Primer de Maig i la Puríssima.