Mercado emisor alemán

Jornada de Mercados Emisores de la FEHM
Palma de Mallorca, 28 de febrero de 2014

Álvaro Blanco Volmer
Director OET Munich

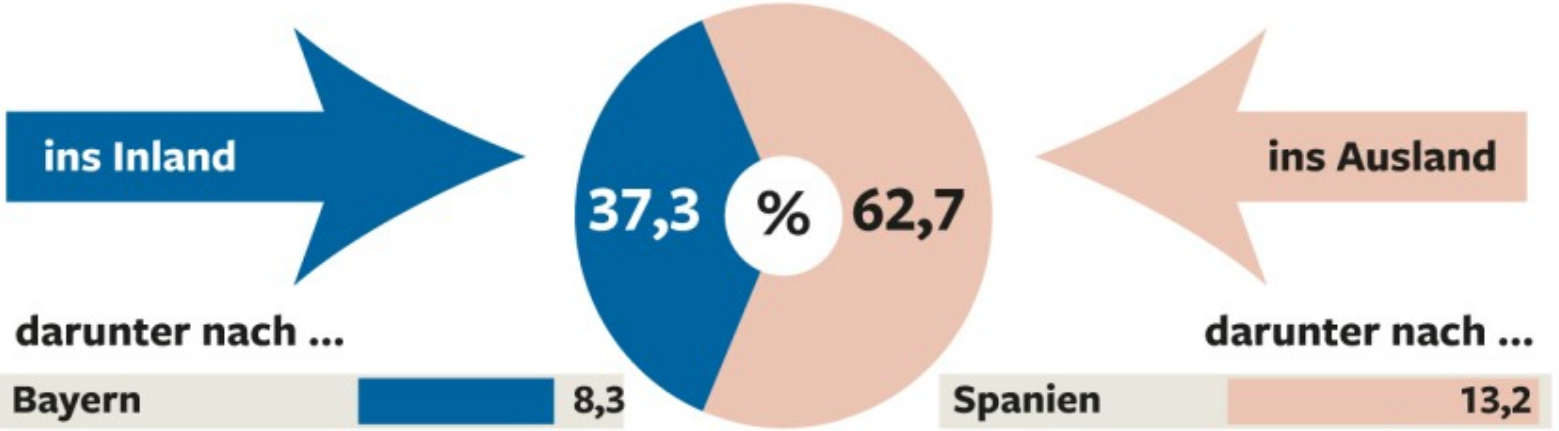
INSTITUTO
DE TURISMO
DE ESPAÑA

Alemania es:

- **Primer mercado emisor hacia España por número de pernoctaciones de hotel.**
- **Segundo mercado por número de turistas y volumen de gasto.**
- **Cerró 2013 con +5,8 y 9,854 millones de turistas.**
- **Creció un 8,5% en entradas y un 6,5% en gasto en enero 2014.**

BELIEBTESTE URLAUBSZIELE DER DEUTSCHEN

Von allen Urlaubsreisen der Deutschen gingen 2013



darunter nach ...

Bayern	8,3
Ostsee	7,7
Nordsee	5,3
Baden-Württemb.	3,7

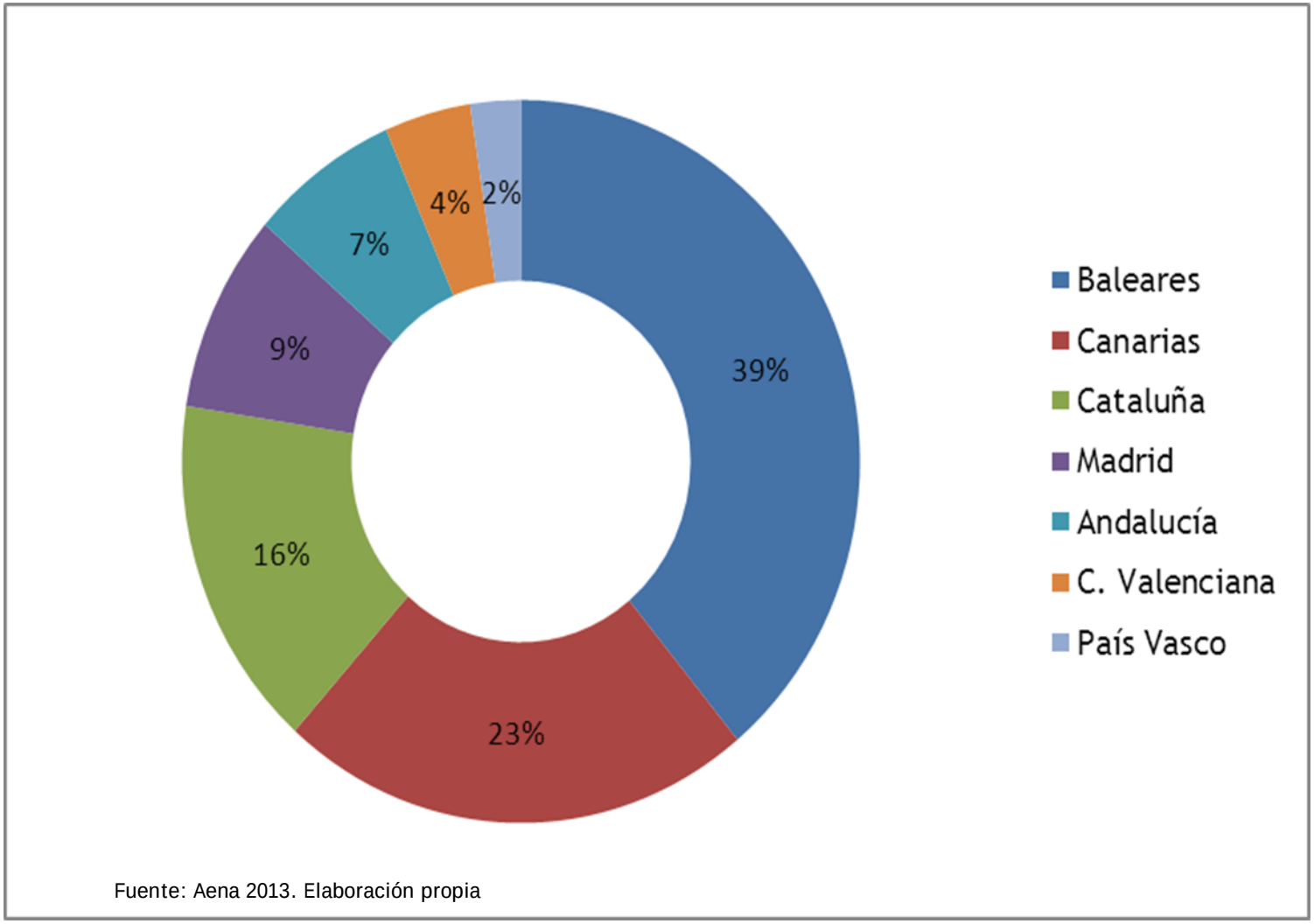
darunter nach ...

Spanien	13,2
Italien	7,4
Türkei	6,7
Österreich	3,6
Frankreich	3,0
Kroatien	2,5
Benelux	2,3
Griechenland	2,2
Skandinavien	2,1
Polen	1,8

Angaben in Prozent
Basis: 4000 Befragte

QUELLE: STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN; DPA

Distribución llegadas turistas alemanes enero-diciembre 2013



Fuente: Aena 2013. Elaboración propia

“La economía alemana habrá seguido creciendo en 2013, con un aumento del PIB del 0,4 %, y acelerará su avance en 2014 (1,8%) y 2015 (2%) impulsada por la demanda interna, según las previsiones macroeconómicas de invierno publicadas ayer por la Comisión Europea.”

Las cuentas públicas del estado alemán cerraron 2013 con "déficit cero", según los datos definitivos de la Oficina Federal de Estadística (Destatis) publicados también ayer.

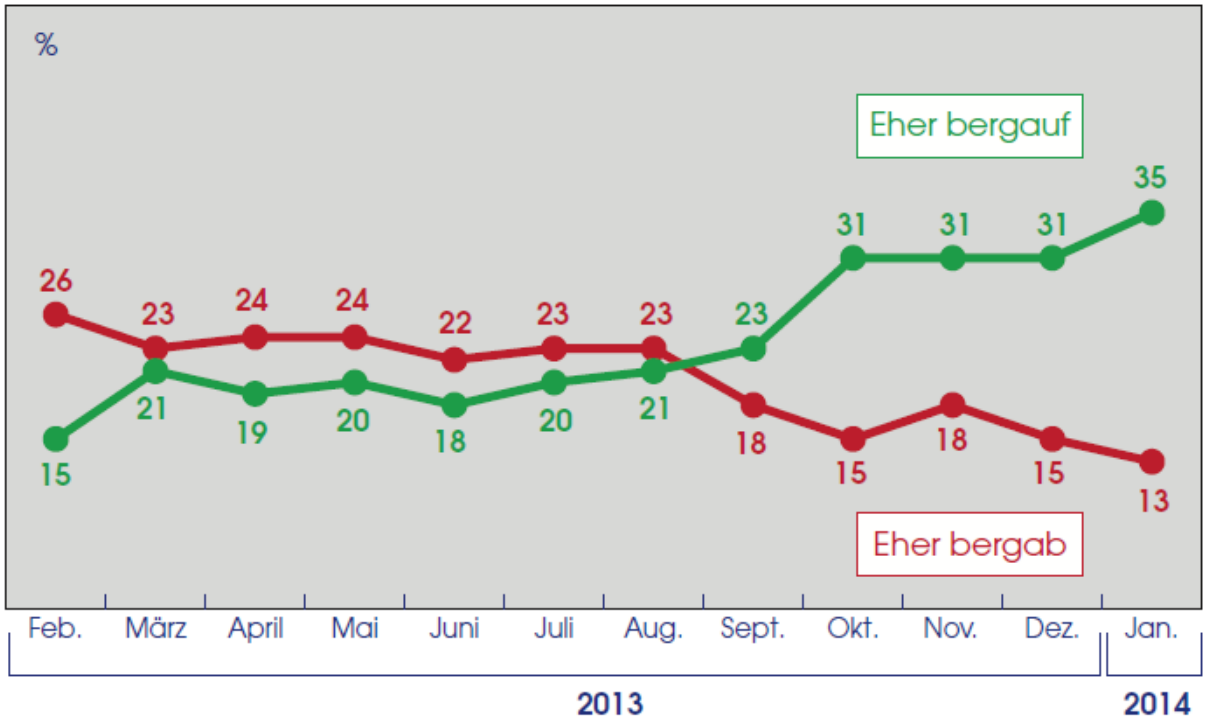
Situación económica general:

- **Incremento confianza del sector empresarial y de las familias:**
  - **Índice IFO: pasa de 110,6 en enero a 111,3 en febrero**
  - **Índice GfK: pasa de 8,3 a 8,5 (el más alto desde enero de 2007)**

Institut für Demoskopie Allensbach (datos enero)

Nur 13 Prozent der Bürger erwarten in den kommenden 6 Monaten eine konjunkturelle Abkühlung

Frage: "Wie sehen Sie unsere wirtschaftliche Entwicklung: Glauben Sie, dass es mit unserer Wirtschaft in den nächsten sechs Monaten eher bergauf oder eher bergab geht?"



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen, zuletzt 11019

© IfD-Allensbach

Situación general del mercado:

- **Fortaleza de la demanda turística (ventas de enero):**

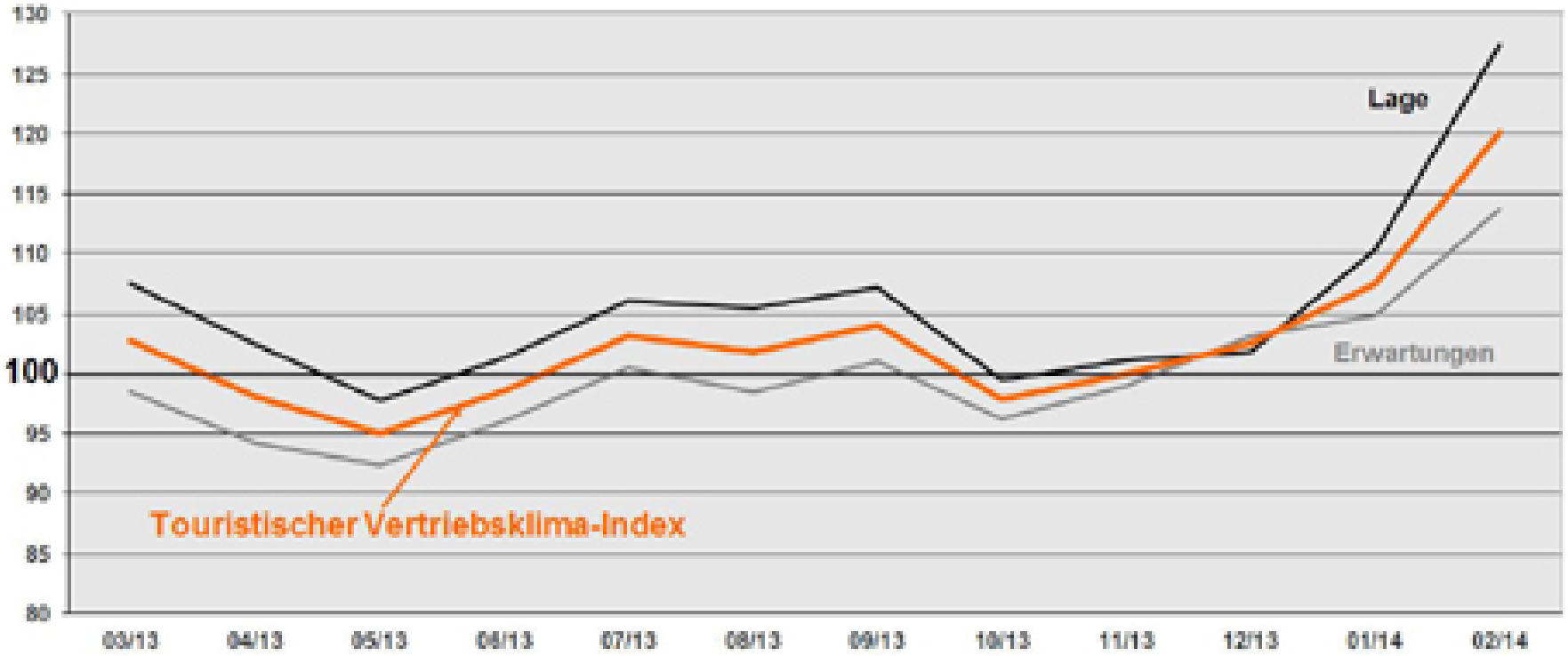
  + 6,2 (GfK, offline)

  + 7,9% (GfK, online)

  + 6,8% (ta.ts)

  + 8% (ZIEL, 1º trimestre del año turístico)

Barómetro del sector distribución turismo
Dr. Fried & Partner (febrero)



Situación general del mercado

- **Acusada competencia entre operadores:**
  - **Los grandes pierden cuota (TUI -500.000 PAX; DER Touristik -415.000 pax; Thomas Cook -300.000 pax.**
  - **Los medianos independientes crecen (FTI + 300.000; Schauinsland +63.000; Alltours + 60.000)**
  - **Nuevos operadores (V.Ö.; Fischer)**

Situación general del mercado

- **Preocupación por situación en Egipto (-52% en el periodo julio/diciembre) y Tailandia.**
- **Notable recuperación de otros competidores.**

Situación general del mercado:

- **Preocupación del sector por nuevas medidas político-fiscales.**

- **Reducción del abanico de periodos vacacionales de verano de los Länder (de 85 en 2013 a 71 en 2014).**

Relevancia y rasgos del mercado alemán hacia Baleares:

- **Baleares es destino del 40% del turismo alemán hacia España**

- **Alemania es el principal mercado para Baleares, con casi 1/3 del total**

- **Mallorca supone el 90% del conjunto de turismo alemán hacia Baleares.**

Relevancia y rasgos del mercado alemán hacia Baleares:

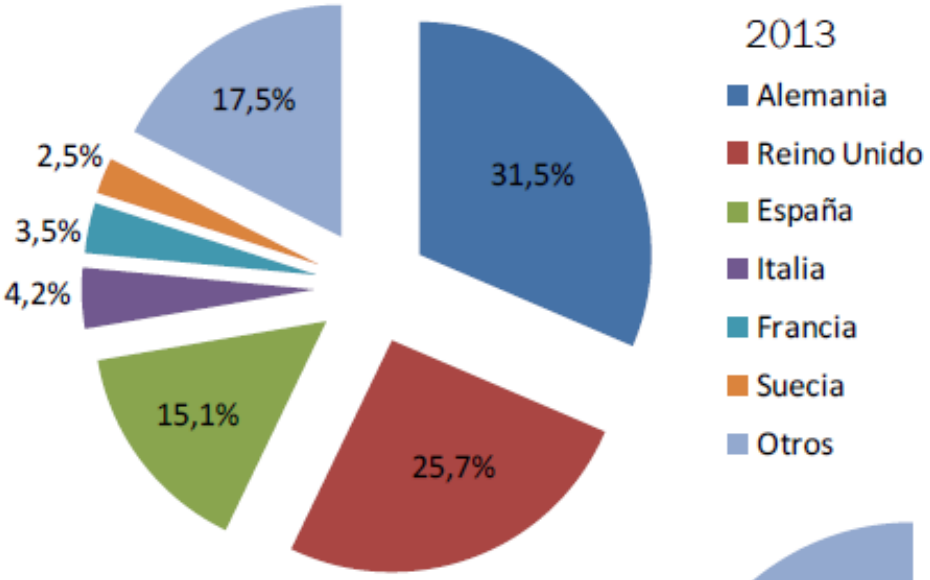
- **Principales aeropuertos de origen son Düsseldorf y Colonia/Bonn (Renania-Westfalia).**

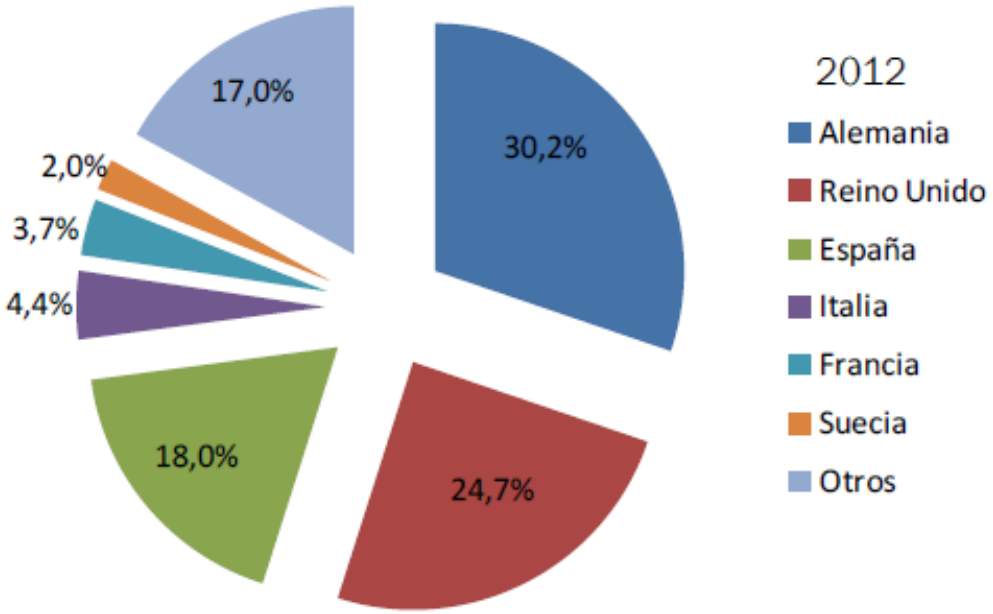
- **Predominio de cliente femenino vs. masculino (54/46)**

- **70% opta por alojamiento hotelero.**

- **53% viaje individual.**

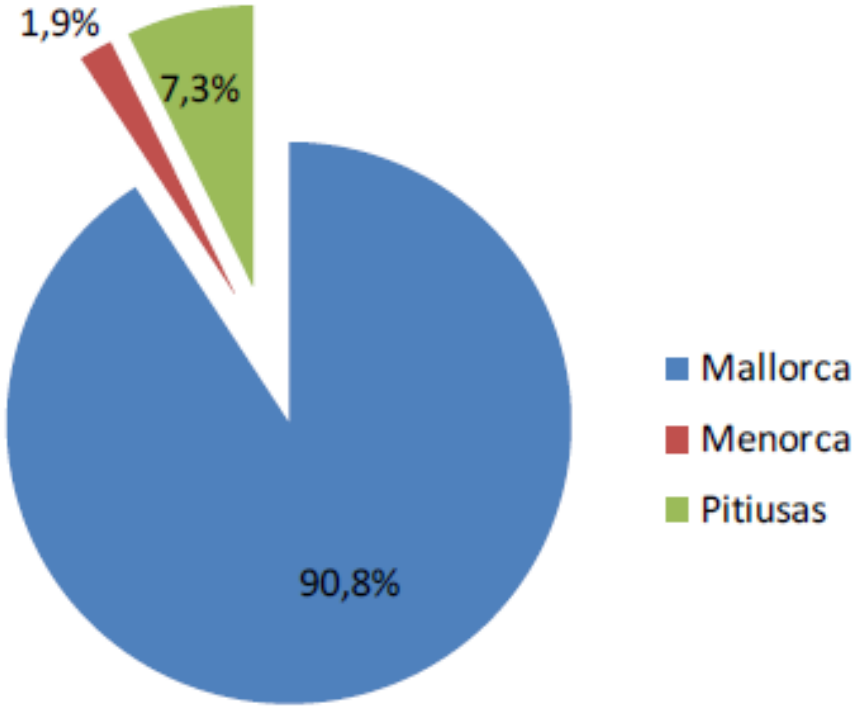
Los turistas alemanes representaron el 31,5% del total de turistas llegados a Baleares en 2013.





Distribución de los turistas alemanes por islas

ISLA	2012	2013	% VAR. 13/12
Mallorca	3.450.171	3.709.865	7,5%
Menorca	71.127	78.235	10,0%
Pitiusas	275.569	298.194	8,2%



Situación del mercado en lo relativo a España / Baleares:

- **Satisfacción por la marcha de las ventas.**
- **Preocupación por la evolución de los precios de alojamiento y calidad del servicio.**
- **Acusada estrategia de competencia entre operadores y compañías aéreas.**
- **Incremento de capacidades aéreas.**
- **Práctica inexistencia de problemas de imagen.**
- **Mejorable satisfacción del cliente final.**

17. Februar 2014 | 45. Jahrgang | 1,20 Euro | D11997

touristik aktuell

WOCHENZEITUNG FÜR TOURISTIKER

touristik-aktuell.de | www.facebook.com/touristikaktuell

Provisionen 1: DER kommt früher

Die Veranstalter von DER Touristik werden die neuen Provisionen ab sofort bereits vier Monate vor dem Inkrafttreten veröffentlichen. Neuer Stichtag ist der 30. Juni, bislang wurden die Konditionen zumeist Ende August veröffentlicht.
Mit der Entscheidung wollen die Frankfurter Veranstalter Dertour, Meier's Weltreisen und ADAC Reisen sowie die Kölner Marken ITS, Jahn Reisen und Tjaereborg, deren Provisionsmodelle in den vergangenen Jahren schrittweise einander angeglichen wurden, für mehr Planungssicherheit am Counter sorgen. (ta)

Provisionen 2: TUI bessert nach

TUI korrigiert ein weiteres Mal das aktuelle Provisionsmodell: Rückwirkend für alle Buchungen seit dem Start der Wintersaison fließen die Umsätze mit exklusiven Hotels von 1-2-Fly in den Value-Anteil ein. Die Regelung gilt unabhängig davon, ob die Reisen zum Katalogpreis oder preisreduziert gebucht werden.
Neben den neuen Suneo Clubs betrifft dies auch einige Fun Clubs sowie Splash World Hotels mit Wasserpark, die auf dem deutschen Markt nur bei 1-2-Fly buchbar sind. Insgesamt vergrößert sich die Value-Liste damit um 24 Hotels. (ta)

chenland legt kräftig
nd das zu Recht."

Michael Tenzer, Deutschland-Chef von Thomas Cook, hält Produkte und Preis-Leistungs-Verhältnis in Hellas für sehr gut

os

mfrage der Woche:
ie soll die Info sein?

homas Cook: Guter Start
s Touristikjahr

UI: Im ersten Quartal
t es geklemmt

rvice-Qualität: Preise für
lltours.de und NEC-Büros

uschalreisereform: DRV
eht noch viele Aufgaben

nwerpunkte

lorida

Mittelstrecke bleibt ein Renner

Starker Januar macht Veranstaltern und Vertrieb Mut fürs Touristikjahr

Von Matthias Gürtler

So könnte es weitergehen: Nach dem verhaltenen Start im November und den guten Zuwachszahlen im Dezember haben Reisebüros und Veranstalter mit glänzenden Januar-Buchungen eine gute Ausgangsposition für das Touristikjahr 2013/2014 geschaffen.
Zwischen fünf und zehn Prozent lagen die Buchungseingänge im Januar über denen des Vorjahres, die allerdings leicht im Minus gelegen hatten. Optimistisch stimmt für dieses Jahr, dass die Branche auch im Dezember schon gute Ergebnisse einfahren konnte.
Nach den Statistiken des Backoffice-Anbieters Tats ist das Touristikplus für die ersten drei Monate des laufenden Geschäftsjahres durch den Erfolg im Januar auf fast acht Prozent geklettert. Der „Reisebüro-Spiegel" des Technikanbieters Tats kommt auf einen „touristischen Auftragsbestand" von insgesamt 5,6 Prozent.

Aufatmen bei TUI

Vor allem bei TUI Deutschland dürfte das Aufatmen groß gewesen sein. Denn der Start ins Touristikjahr war beim Marktführer alles andere als ermutigend (siehe Seite 4), der Januar jedoch wischte alle Sorgenfalten beiseite.
„TUI hatte einen exzellenten Januar mit sehr guten Zuwächsen über alle Segmente und Produkte", berichtet Touristikchef Oliver Dörschuck. Der Sommer 2014 werde insgesamt „sehr früh und zu guten Preisen gebucht", verweist der Top-Manager auf „gute Deckungsbeiträge".
Ähnlich zufrieden ist man auch bei den anderen Konzernen. Die Veranstalter von DER Touristik verweisen

Thomas Cook

„Wir liegen zweistellig im Plus und dürften damit über dem Markt liegen", sagt Schauinsland-Vertriebschef Detlef Schroer. Und JT-Chefin Jasmin Taylor verweist auf ein Buchungsplus von 50 Prozent im ersten Quartal.
Kaum Veränderungen gibt es beim Buchungsverhalten der Deutschen. Zwar zeigten sich die Familien auf der Nahstrecke noch etwas zurückhaltend, Flugpauschalreisen in den Ferienzeiten seien jedoch hervorragend nachgefragt, berichtet Thomas-Cook-Chef Michael Tenzer.

Griechenland mit größtem Plus

Bei den Zielen setzen sich die Trends aus dem Vorjahr fort. Die Türkei legt nach wie vor zu, wovon auch die Ägäisküste profitiert: Allein TUI hat die Kapazitäten nach Izmir um 80 Prozent aufgestockt und berichtet von einer starken Nachfrage.
Noch stärker im Plus ist bei allen Anbietern Griechenland. Das Land setze die positive Entwicklung aus dem vergangenen Jahr fort, heißt es bei DER Touristik, Alltours und Thomas Cook. „Besonders Inseln wie Kos und Rhodos punkten beim Urlauber", berichtet TUI-Manager Dörschuck.
Nicht ganz so euphorisch ist die Branche beim Blick auf das Topziel Spanien. Zwar sind vor allem Mallorca und die Kanarischen Inseln sehr gut gebucht, aber das Preis-Leistungs-Verhältnis könne immer öfter nicht mit anderen Zielen mithalten, heißt es aus den Zentralen der Veranstalter.
Große Hoffnungen setzen einige Veranstalter auf Tunesien. Sowohl bei ITS als auch bei Neckermann ist das Land wieder stark nachgefragt. Und vieles deute darauf hin, dass dieser Trend auch länger anhalte, so Tenzer.

TOURISTIK & BUSINESS TRAVEL
03/14
Stellen-markt
ab Seite 81
fvw magazin
31. JANUAR 2014
DER.COM
Wie Jomique de Vries das Portal endlich nach vorn bringen will
BUCHUNGSSTAND
Wie weit trägt die allseits gute Laune?
Der Champion muss kämpfen
Spanien feiert Rekorde, doch jetzt kommt die Konkurrenz zurück. Wie kann die Top-Destination ihren Spitzenplatz verteidigen?

Estados de reservas hacia España:

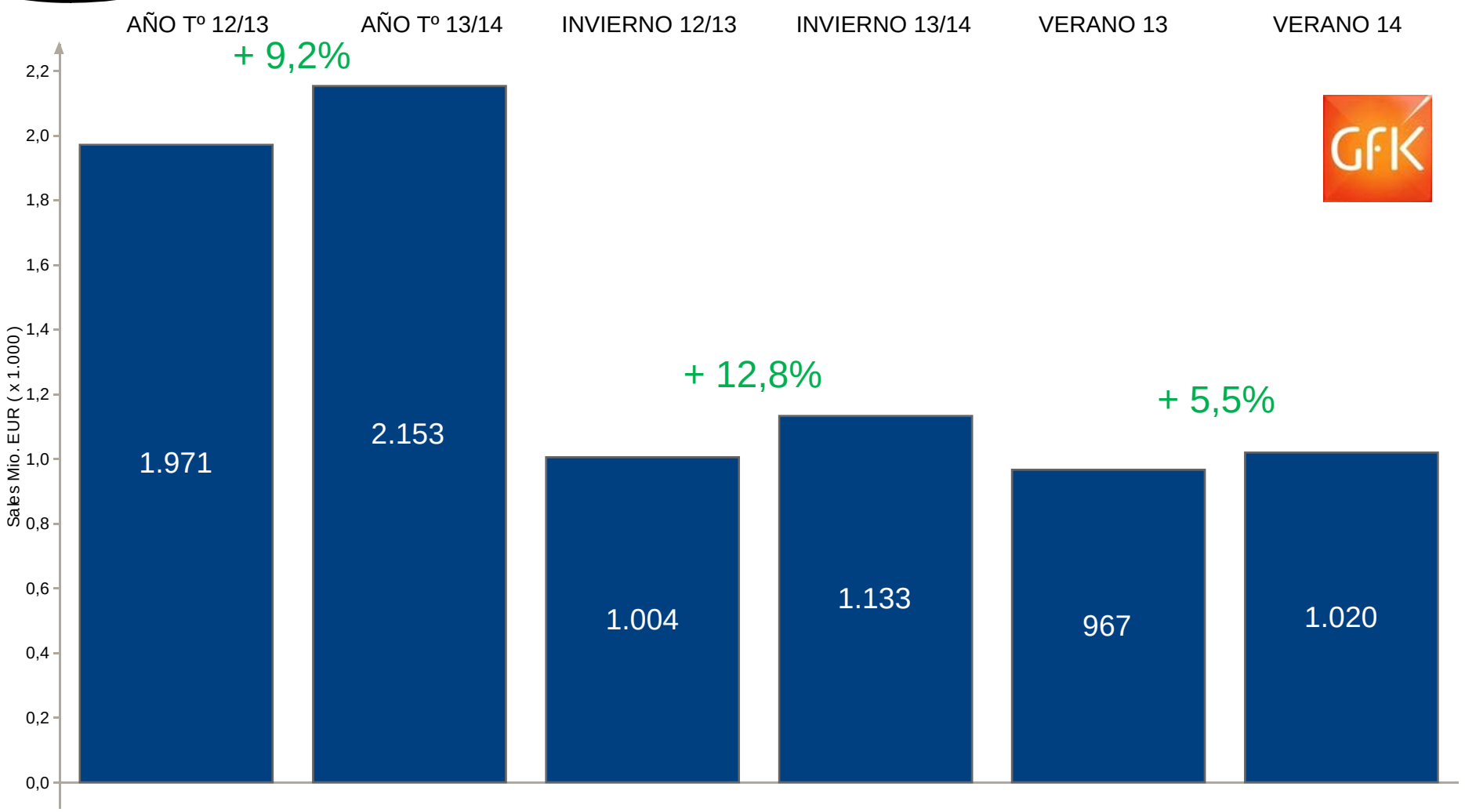
- **España crece globalmente un 9,2% para el ejercicio 13/14 y un 12,8% en temporada de invierno.**
- **El estado de reservas para verano es muy positivo (+5,5%), pero por debajo de la media del Mediterráneo (+8,5%).**

GfK Panelmarket

Reservas a 31 enero 14

ESPAÑA

Ventas en Mill. EUR



© GfK 2014 - All rights reserved | 2/2014

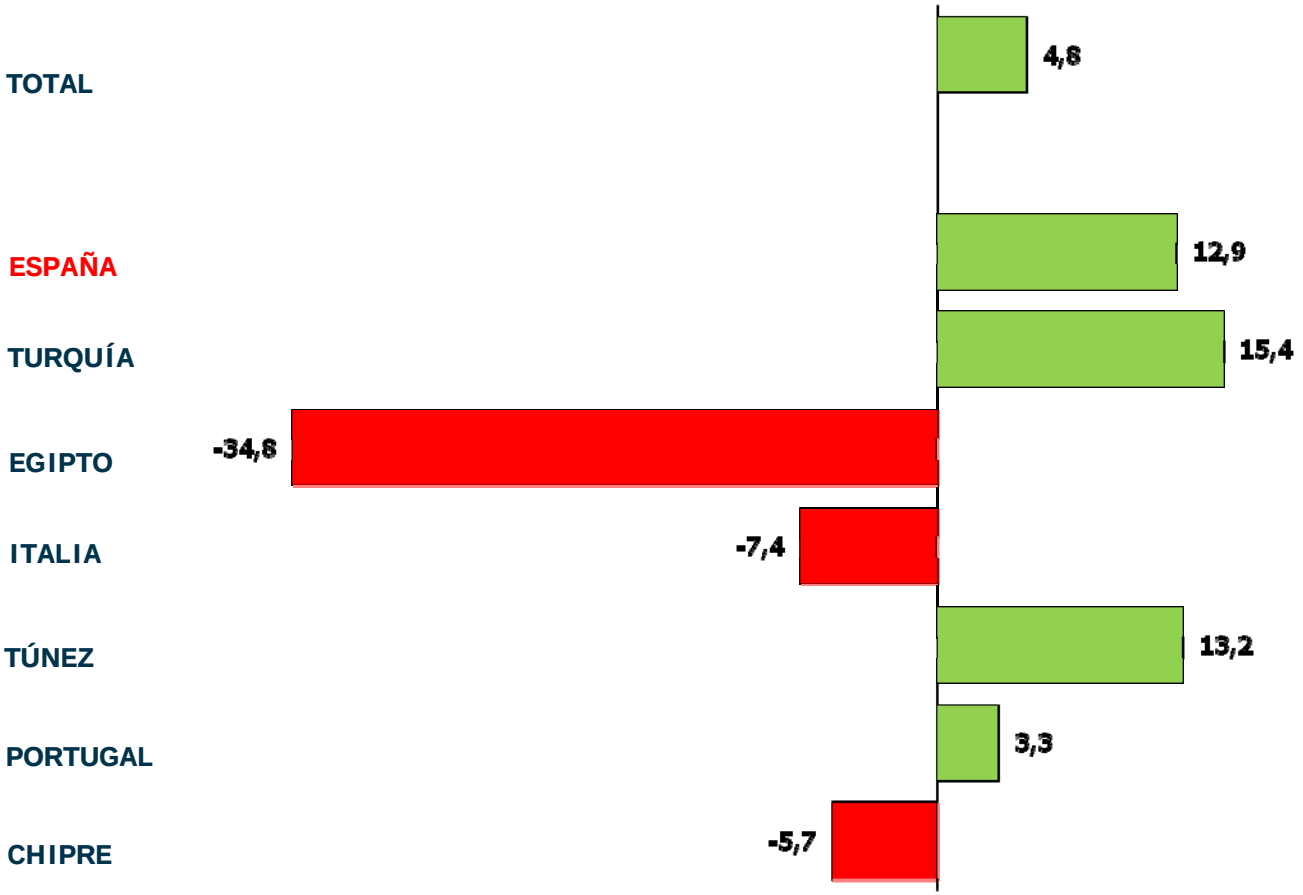
Estados de reservas (invierno):

- **Hundimiento de Egipto.**
- **Debilidad de Italia y Chipre**
- **Fortaleza de Turquía y España**
- **“Come back” de Túnez**
- **Crecimiento de la larga distancia**

ESTADOS DE RESERVAS (MEDITERRANEO/INVIERNO)

Tasa de variación
Invierno 13/14 vs. Invierno 12/13

Reservas a 31 de enero
En % sobre valor de ventas



Travel insights

GfK

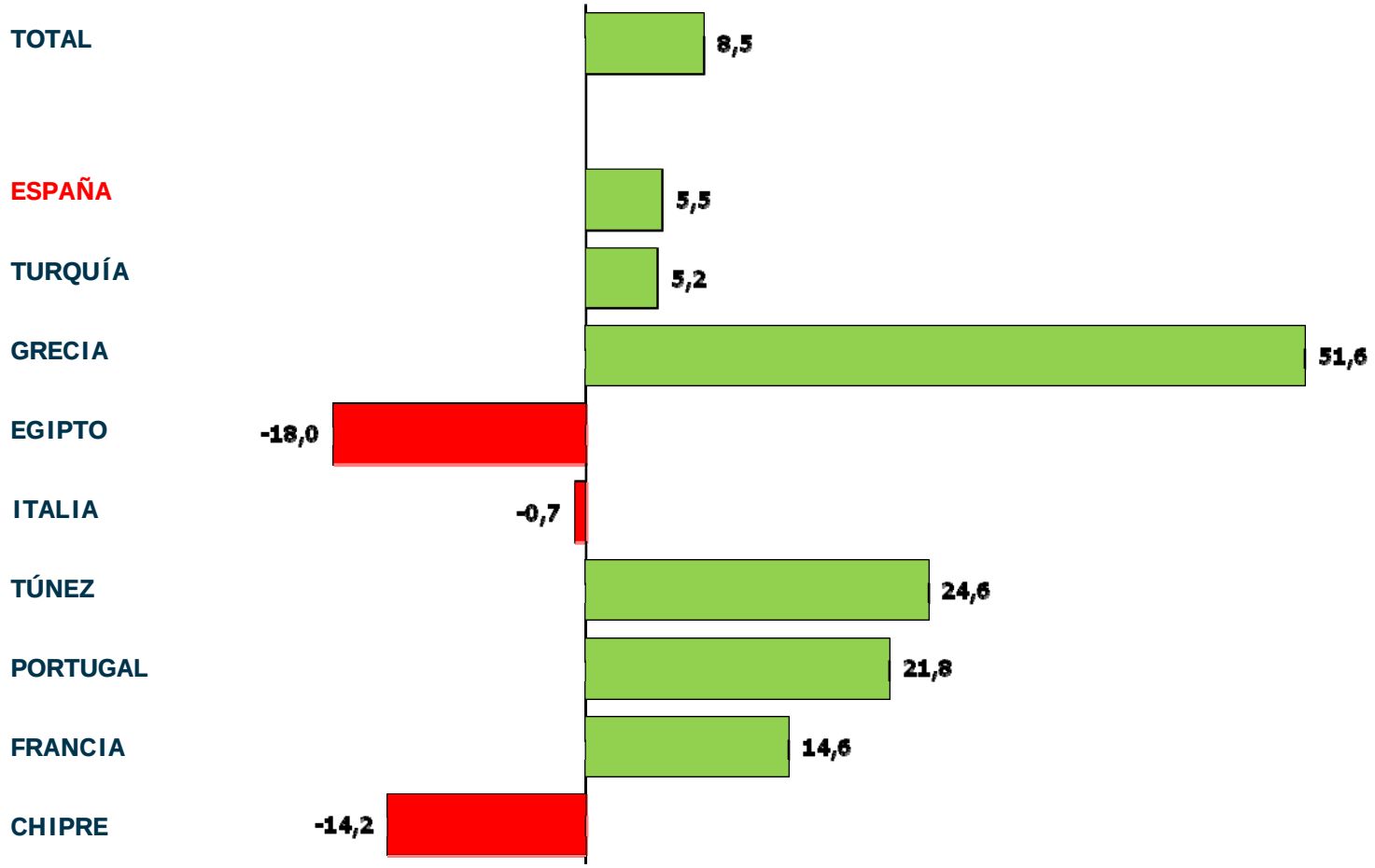
Estados de reservas (verano):

- **Notable recuperación de Grecia**
- **Debilidad de Egipto y Chipre**
- **Fortaleza de Turquía y, en menor medida, de España**
- **Portugal con buenas cifras**
- **Túnez continúa su ascenso**
- **Crecimiento de la larga distancia**

ESTADOS DE RESERVAS (MEDITERRANEO/VERANO)

Tasa de variación
Verano 14 vs. Verano 13

Reservas a 31 de enero
En % sobre valor de ventas



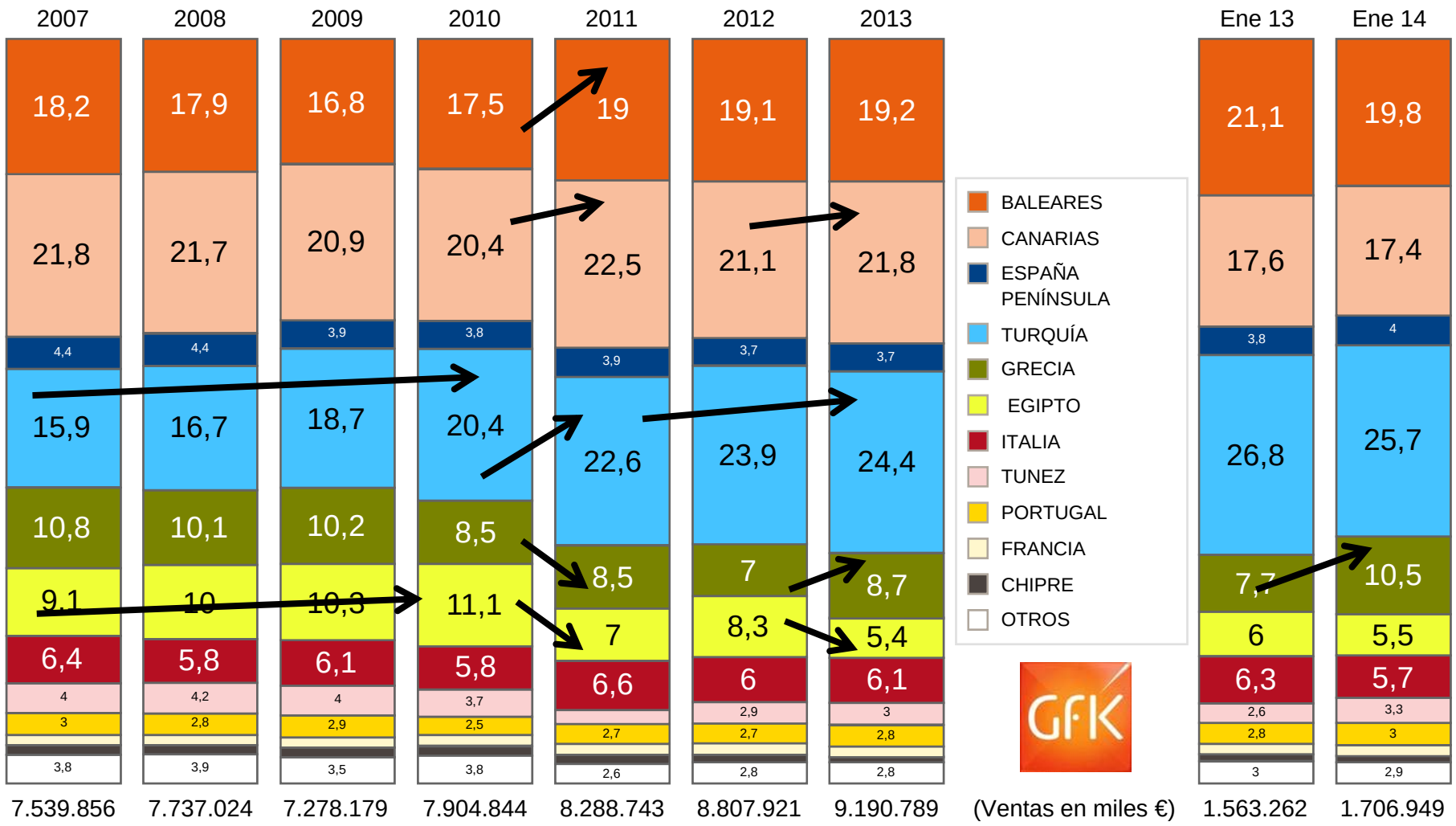
Travel Insights

GfK

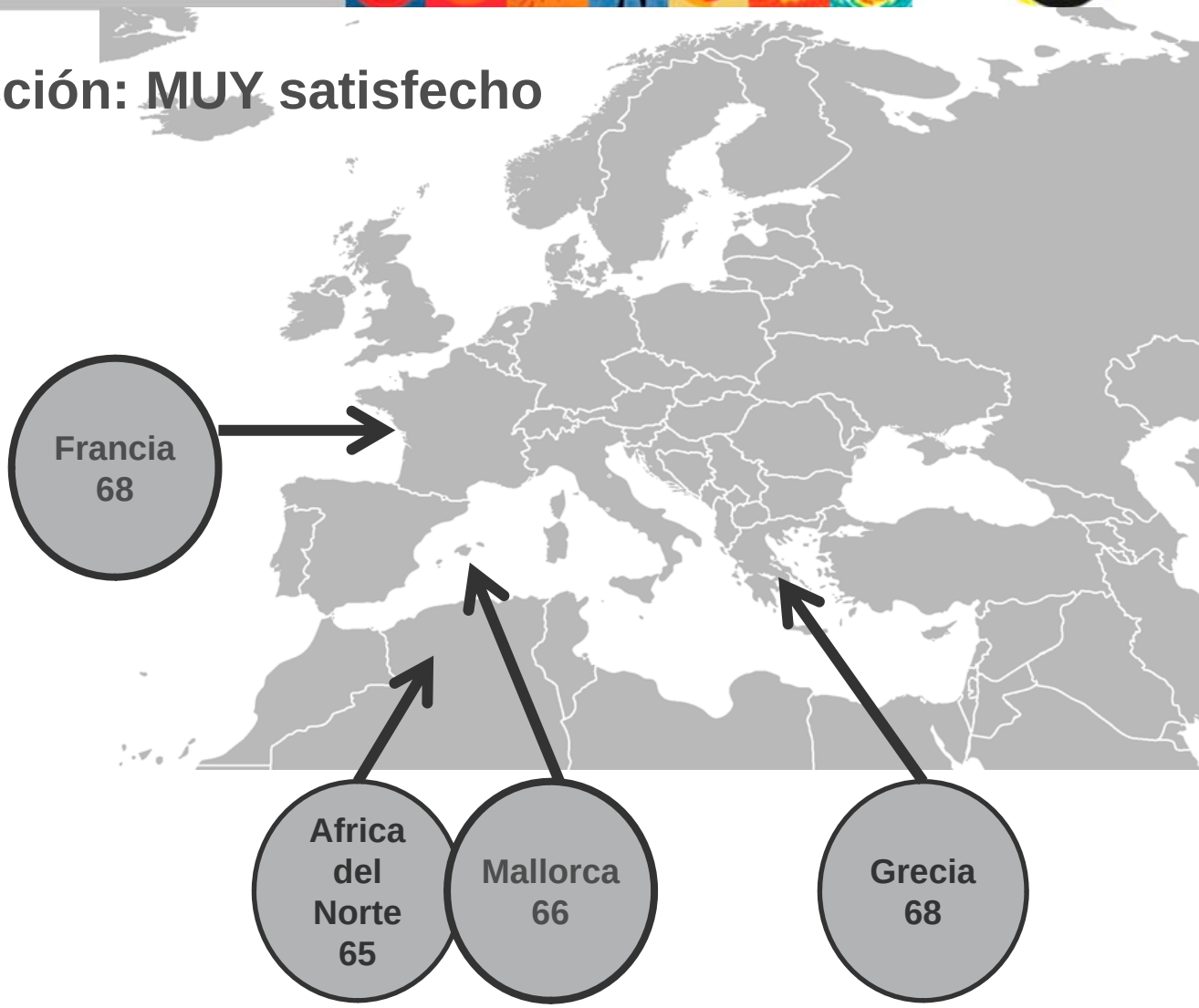
ESTADOS DE RESERVAS MEDITERRÁNEO

Cuotas por destinos

Reservas a 31 de enero
En % sobre valor de ventas

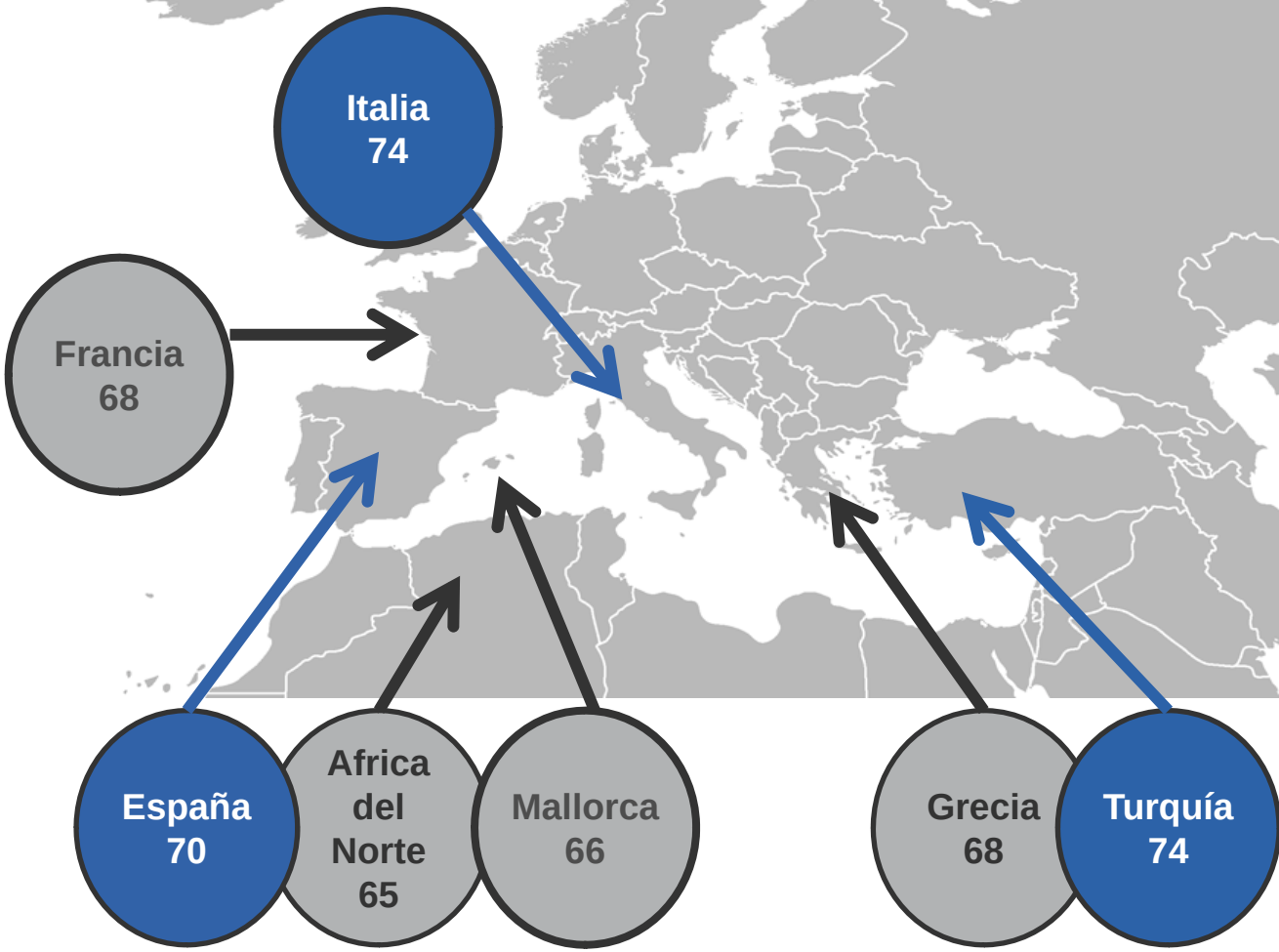


Grado de satisfacción: MUY satisfecho



Urlaubsreisen (ab 5 Tagen) der deutschen Wohnbevölkerung 14+ J.;
Quelle: RA 2013 *face-to-face*

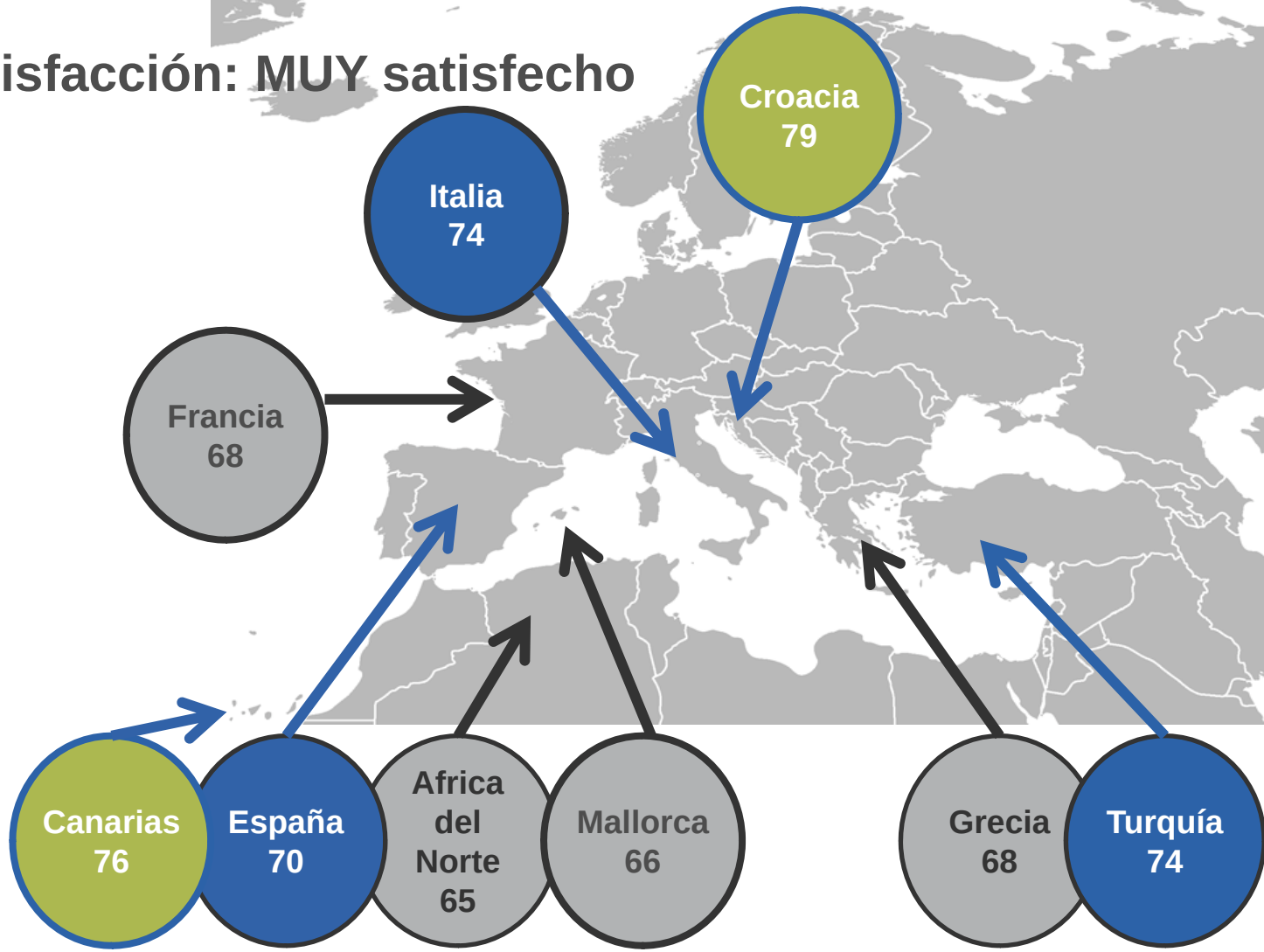
Grado de satisfacción: MUY satisfecho



Urlaubsreisen (ab 5 Tagen) der deutschen Wohnbevölkerung 14+ J.;

Quelle: RA 2013 *face-to-face*

Grado de satisfacción: MUY satisfecho



Urlaubsreisen (ab 5 Tagen) der deutschen Wohnbevölkerung 14+ J.;

Quelle: RA 2013 *face-to-face*

Muchas gracias por su atención

www.tourspain.es
alvaro.blanco@tourspain.es
twitter: @AlvaroBlancoV