

Budapest, 2014. január 14.

AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS HELYZETE NÉMETORSZÁGBAN

ÖSSZEFOGLALÓ AZ EUROMONITOR KIADVÁNYA ALAPJÁN

Az Euromonitor International nemzetközi kutatóintézet széleskörűen, több országra kiterjedően vizsgálja az egészségturizmus helyzetét, trendjeit és az egyes desztinációk jellemzőit.¹ A Magyar Turizmus Zrt. a közelmúltban vásárolta meg a Németország egészségturizmusát ismertető jelentést, ami a magyarországi turisztikai szakma számára is – elsősorban a versenytárselemzés szempontjából – értékes információkkal szolgál. A kiadvány információkat közöl a németországi turizmus általános bemutatásán túl az egészségturizmus keresleti és kínálati jellemzőiről a 2007–2012 közötti időszakra vonatkozóan, továbbá a 2017-ig várható trendekről. Az alábbiakban röviden összegezzük a tanulmány legfontosabb megállapításait. A tanulmányban szereplő információk a hivatalosan publikált statisztikai adatokon, a szakmai szövetségek adatain, a szaksajtóban megjelent információkon, egyéb szakmai forrásokon, valamint az Euromonitor által végzett szakmai interjúkon alapulnak.

2012-ben az egészségturizmus (az egészségturisztikai szolgáltatásokból, csomagokból származó bevételek) 4,5 milliárd euróval² járult hozzá a gazdaság teljesítményéhez, ami 2%-os növekedést jelent az előző évhez képest. Az orvosi turizmust 2%-os bővülés jellemezte 2012-ben, köszönhetően a magas minőségű szolgáltatásoknak és az egészségturisztikai kínálat elismertségének. A magasabb jövedelemmel rendelkezők szívesen vesznek igénybe egészségturisztikai szolgáltatásokat belföldön, míg az alacsonyabb jövedelműek számára például az ázsiai országok jelentenek alternatívát. A sikerek hátterében a turisztikai szakemberek a kínálat szélesítését szolgáló háromcsillagos spa-kat, a kedvezményeket, az autentikus létesítményeket, a különleges rendezvényeket és az ún. zöld spa-kat emelik ki, amely utóbbiak esetében a környezettudatosság áthatja a teljes működést. Az internet kapcsán a tanulmány megjegyzi, hogy az egészségturisztikai szolgáltatások online értékesítése továbbra sem számottevő, a világhálót a vendégek elsősorban tájékozódásra használják.

2012-ben a bevételek 56%-át spa-kban (a szállodákban és üdülőhelyeken működő spa-k esetében nem tartalmazza a szállás és a kapcsolódó étkezés költségét), további 44%-át az orvosi turizmusban érintett szolgáltatóknál regisztrálták (ez az összeg nem foglalja magában magának az orvosi kezelésnek árát, célja a turisztikai hatások kimutatása).

¹ Az Euromonitor tanulmányaiban – minden ország esetében egységesen – az egészségturizmus ('health & wellness') részét képezik a spa-k, az orvosi turizmus és az egyéb létesítmények, szolgáltatók.

² Az MNB hivatalos devizaárfolyamán számolva (2012-ben 1 EUR = 289,42 HUF) ez mintegy 1302,4 milliárd forintot jelent.

Németország egészségturizmusa az előrejelzések szerint 2017-ig átlagosan évi 1%-kal bővül, ami 2017-ben 4,6 milliárd euró bevételt eredményez. A tanulmány szerint a legnagyobb fejlődésre hosszú távon a résterületek számíthatnak, ahol az egyedi szolgáltatások kedvező árakkal, jó ár-érték aránnyal párosulnak. Az árak szerepe Németországban kiemelkedő, hiszen a német utazókat – más nyugat-európai turistákkal összehasonlítva – nagyobb árérzékenység jellemzi.

A német társadalmat jellemző változások az egészségturisztikai piacot pozitív és negatív irányban egyaránt befolyásolják. A népesség elöregedése, a 65 év felettek aránya (2012-ben a lakosság 17%-a) a jövőben tovább folytatódik. A német háztartások közel felében egy felnőtt él: a háztartások kétötöde egyszemélyes, az egyszülős háztartások aránya 5%. A gyermekes és gyermek nélküli családok aránya hasonló (30–30% körüli). Mindezek következtében a lakosság nem csupán elöregszik (2014-ben a lakosság átlagéletkora 43,7 év, ami 2030-ra 48,9 év lesz), de anyagi helyzete is javul, ami a turisztikai szolgáltatók számára pozitív. További kedvező tényező, hogy az utazás a német lakosság fogyasztásába szilárdan beépült, az éves – jellemzően a nyári időszakban tett – „üdülés” a jövőben is fontos marad. Ezen túlmenően a tanulmány a németek környezettudatosságára hívja fel a figyelmet, ami azonban a turisztikai magatartás kevésbé befolyásolja (például nem mondanak le a repülőgéppel történő utazásról).

A Németországi belföldi és beutazó turizmus fejlődéséért tevékenykedő német turisztikai hivatal (Deutsche Zentrale für Tourismus, DZT) – online eszközöket is egyre gyakrabban alkalmazó – marketingkommunikációjának középpontjában 2014-ben az UNESCO világörökségi helyszínek állnak, ami 2015-ben az ifjabb Lucas Cranach születésének évfordulója, 2017-ben pedig a Reformáció 500. évfordulója követ. E mellett az egészségturisztikai kínálat promócióját folyamatosan kiemelten kezeli a DZT.

Az Euromonitor németországi egészségturizmust bemutató kiadványa megtekinthető a Kutatási Irodán előzetes időpont egyeztetés után, fogadóóra keretében minden csütörtökön 14–17 óra között.

További információk:

Magyar Turizmus Zrt.
Kutatási Iroda
Tel.: 488-8710
Fax.: 488-8711
E-mail: kutatas@itthon.hu
Internet: itthon.hu