

Németország

TRENDEK

A németek 2010-ben összesen 156 millió utazáson vettek részt. Az átlagos tartózkodási idő 12,8 nap volt, míg az átlagos költség rekord mértékű 845 euró.

Az 5 napnál hosszabb utazások esetében a legtöbben (43,8%) továbbra is csomagutazást vettek igénybe, 36,4% utazási irodában, 26,1% egyenesen a szállásadónál, 13,9% internetes portálokon keresztül, 6,3 % pedig utazásszervezőknél foglalta le szállását.

A gazdasági fellendülés egyértelmű jeleként, a német GDP 3%-os növekedését várják idén az elemzők.

Legnépszerűbb úti célok:

Földközi tenger országai: 35,7%,

Nyugat Európa: 12,1%

Kelet-Európa: 7,5%

Skandinávia: 3,2%

Tengerentúl: 6,5%

FOGLALÁSI SZOKÁSOK

A Magyarországot felkereső német vendégek 75%-a érkezik egyéni vendégként, míg 25%-a utazási irodán, vagy utazásszervezőn keresztül. A gyógy szállók esetében ez az arány pontosan fordított, vagyis 80% feletti a szervezett formában érkezők aránya. A magyarországi gyógyászatot igénybe vevő német vendégkör átlag életkora megnőtt, egyre inkább az idősebb korosztály érkezik Magyarországra gyógyulni.

Budapest és Balaton iránt növekszik az általános érdeklődés, külön kiemelendő az aktív utazást keresők aránya. A kempingturizmus továbbra is a reneszánszát éli, a magyar kínálat nem megfelelő, így a lemaradás egyre nagyobb.

TOP 10 TOUR OPERATOR

- **Neckermann (Thomas Cook csoport)**

Balaton: 2010-ben 10%-os javulás, Budapest: 10%-os csökkenés. A 2011-es első időarányos eredmények 20%-os növekedést mutatnak minden termék esetében.

- **DERTOUR (REWE csoport, külön kezelendő)**

Balaton: 2010-ben 12%-os javulás, gyógy és wellness szegmensben 3%-os növekedés. Budapest: 10%-os csökkenés. 2011-ben időarányosan a gyógy és wellness szegmens 38%-os növekedést, Budapest (Städte Reisen) 5%-os növekedést, míg Balaton 20%-os csökkenést mutat.

- **TUI**

A magyar termékek esetében a TUI 2010-ben egyszámjegű csökkenést jelzett, a csökkenés tendenciája azonban látványosan visszaesett. 2011-re időarányosan Budapest 12%-os növekedést, míg a Balaton / Gyógy termékcsoporthoz 25%-os induló növekedés után jelenleg 15%-os növekedést mutat.

- **ITS (REWE)**

Az ITS gyenge 2010-es évet zárt, minden magyarországi termék esetében csökkenést mutatott a forgalma. Az ITS nagyon agresszív árpolitikáját olyan jelentős házak, mint például a Danubius nem fogadták el, ez idézhette elő a nagymértékű csökkenést.

- **FIT Reisen**

Mint meghatározó gyógyturisztikai utazásszervező a FIT Reisen 5%-os csökkenéssel zárta a 2010-es évet. 2011-re időarányosan a bázisévhez viszonyítva 3%-os növekedést jelentett.

- **Novasol**

A 2010-es évet 35%-os növekedéssel zárta a Balaton régióban. A 2011-es évre is kétszámjegyű növekedést jelzett elő.

- **Salamon Reisen**

Lassú javulásról számolt be a Salamon Reisen, így 2010-et a gyógyturizmus területén 7%-os növekedéssel zárta. A 2011-es évre időarányosan ugyancsak 10% körüli növekedést mutatnak a számok.

TOP 10 UTAZÁSI PORTÁL

A magyarországi beutazás szempontjából az alábbi online portálok és a mögöttük álló cégek a legjelentősebbek, amelyekkel a képviselet kapcsolatban is van:

- Expedia
- Opodo
- Booking.de
- HRS
- L'Tur
- Lastminute.com
- Hotel.de
- Weg.de

Az **Opodo** esetében 2010-ben 10%-os növekedés mutatható ki, illetve érdekes adat, hogy másfél nappal nőtt az átlagos tartózkodási idő. A 2011-es évre időarányosan már 20% fölötti növekedést várnak.

A **HRS** üzleti titokra hivatkozva nem ad ki az eredményére vonatkozóan százalékos mutatókat sem, de annyi tudható, hogy 2010-ben és 2011-re is kétszámjegyű növekedést regisztrált és vár.

Az **Expedia** csak a bevételére vonatkozó százalékos arányt közöl. Ezek alapján a 2010-es évet Magyarország tekintetében 21%-os javulással, míg Budapest esetében 18%-os javulással zárta az egy évvel korábbi eredményeihez képes. 2011-re 18.6%-os növekedést prognosztizál.

Direktvertrieb azaz diszkonterek

A **legfontosabb diszkonterek Németországban a Lidl, Aldi, Otto, és a Tchibo.** Üzletpolitikájukból adódóan egyikük sem elérhető közvetlenül, csak a bevásárlóik útján állnak a szállodákkal és a képviselettel kapcsolatban. A legnagyobb beszállítók a Berge und Meer, az Aovo, a FeriDe Reisen, a Hermes Touristik, a Suntouristik, stb, amelyeket folyamatosan versenyeztetnek is az áruházláncok.