Novedades y Tendencias Alemania

Marzo 2023

Turismo GranCanaria

Situación del Mercado Alemán

Alemania. *Situación político-social*

Coalición Socialistas-Liberales-Verdes tras 16 años de dominio de A. Merkel.

Crisis energética y llamada al ahorro masivo

Paquetes de ayuda a particulares y empresas por 300.000 mill. €

Ucrania: criticado apoyo militar y más de un millón de refugiados.

Alemania. *Situación económica*

PIB

22: 1,8%
23: 0,2% *prev.*

Inflación

22: 7,9%
23: 6,3% *prev.*

Desempleo

22: 5,3%
23: 5,4% *prev.*

***Mercado laboral robusto**: -0,4% vs. 2021*

Fuentes: Gob. Alemán e Inst. Económicos

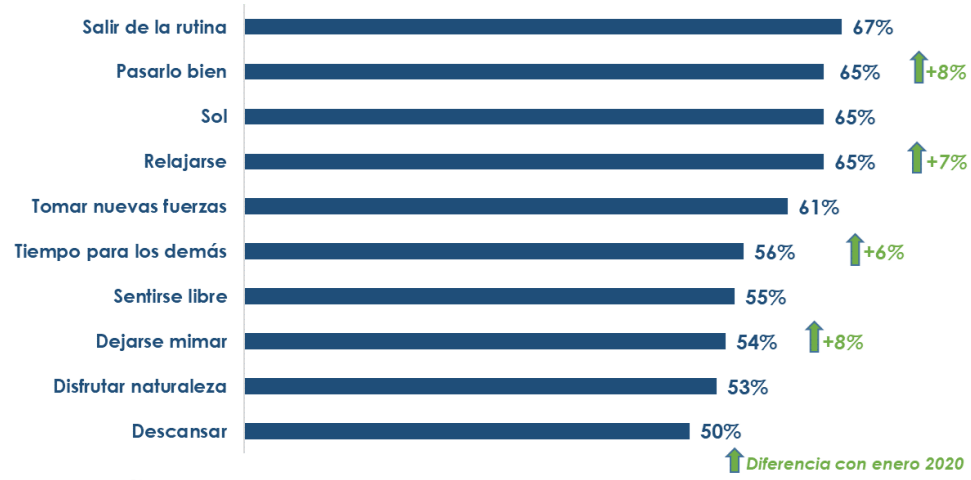
- **Recesión técnica suave en invierno.**
- **Hay dinero, pero también mucha cautela**
- **Los salarios se incrementan un 5,5% en 2023**
- **Paquetes de ayudas eficientes**
- **Consumo privado +4,6% en 2022**

- **Necesidad de profesionales cualificados**
- **Energía nuclear vs. Energías renovables**
- **Deuda récord 2023: 540.000 mill € en préstamos**
- **Déficit 2023: 3,1% del PIB (Maastricht)**
- **Dificultades de suministro a la industria**

Alemania. *El viajero alemán: un pequeño vistazo atrás.*

Volumen de viajes vacacionales
*Fuente: RA 2022, 1/2023 *Estimación*

Motivos vacacionales.
¿Qué es especialmente importante para usted?
Fuente: RA 2022, 1/2022



Invierno 21/22 Fact. vs 18/19	Verano 2022 Fact. vs 19	Año 21/22 Fact. vs 18/19
-34%	-3%	-13%

Fuente: TDA / DRV 11/2022

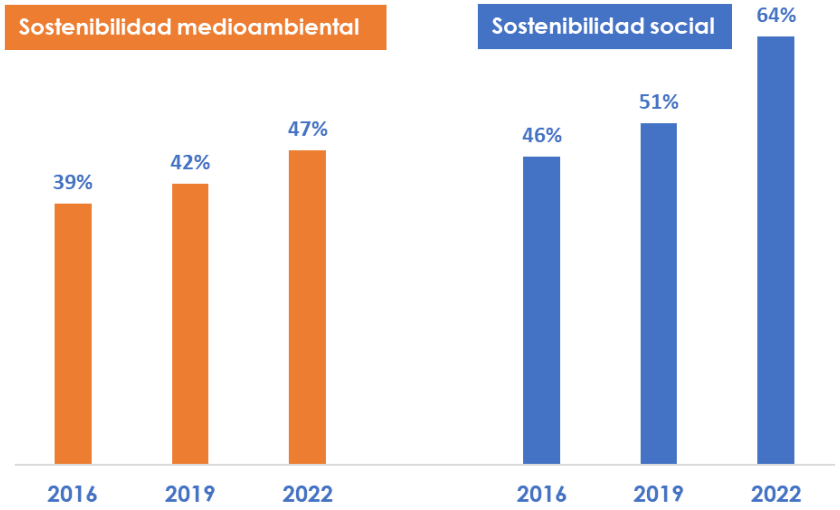
Año turístico 21/22
58.600 millones de facturación en viajes
44% Viajes organizados por operadores
56% Viajes organizados individualmente

- Covid marcó el invierno 21/22
- Reservas a muy corto plazo
- +15% gasto por persona/noche en verano 22
- España, Turquía y Grecia dominaron

Alemania. *La sostenibilidad y el viaje vacacional.*

Importancia de la sostenibilidad en las vacaciones

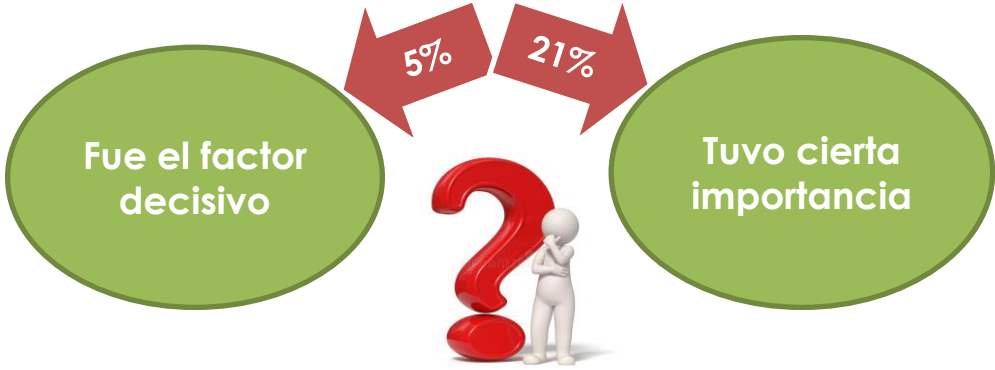
Fuente: RA 2022



Sostenibilidad en la decisión vacacional 2021

Fuente: RA 2022

Attitude-Behaviour-Gap!



Futouris

Tourismus. Gemeinsam. Zukunftsfähig.

- Proyecto KlimaLink: estándares unitarios para calcular la huella de carbono en toda la cadena del viaje
- Participación de los principales actores turísticos del Alemania, Austria y Suiza

El sentimiento de masificación en vacaciones

Fuente: RA 2022

44% demasiada masificación en general

16% en aeropuerto o estación

13% al ir de compras

11% en el centro ciudad

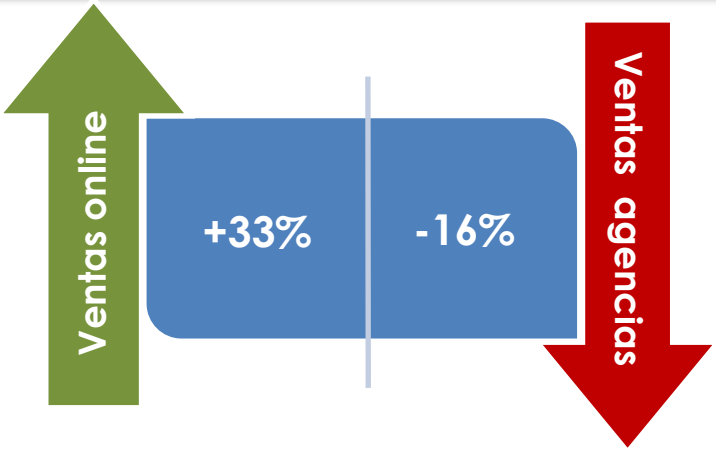
11% en restaurantes

9% en playa o lago

Alemania. *OTAs y Digitalización.*

Facturación de viajes 2022 vs 2018

Fuente: Midoco Travel Index

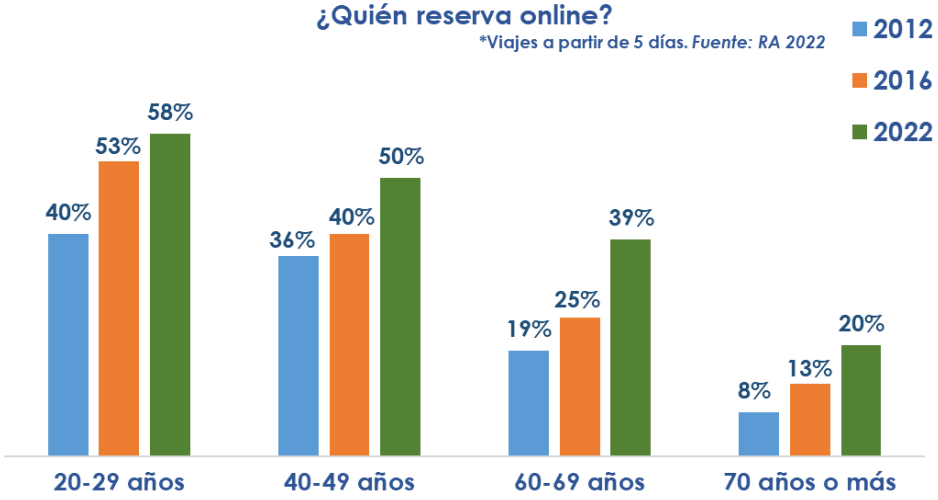


TOP-5 Portales en Alemania por facturación 2022

Fuente: fvw / TravelTalk

¿Quién reserva online?

*Viajes a partir de 5 días. *Fuente: RA 2022*

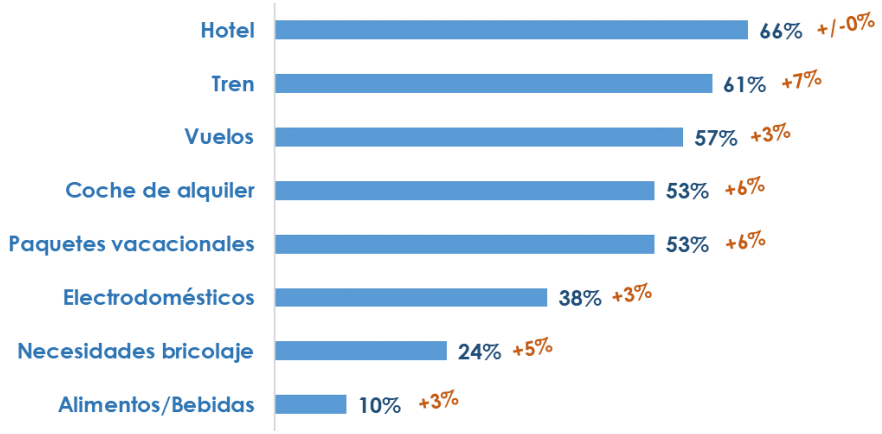


- Pandemia impulsa las reservas online
- OTAs, portales de TT.OO. y de proveedores de servicios: al alza
- Más ventas de TT.OO. tradicionales en OTAs
- TT.OO. tradicionales impulsan webs propias
- Agencias tradicionales pierden cuota

Alemania. *OTAs y Digitalización.*

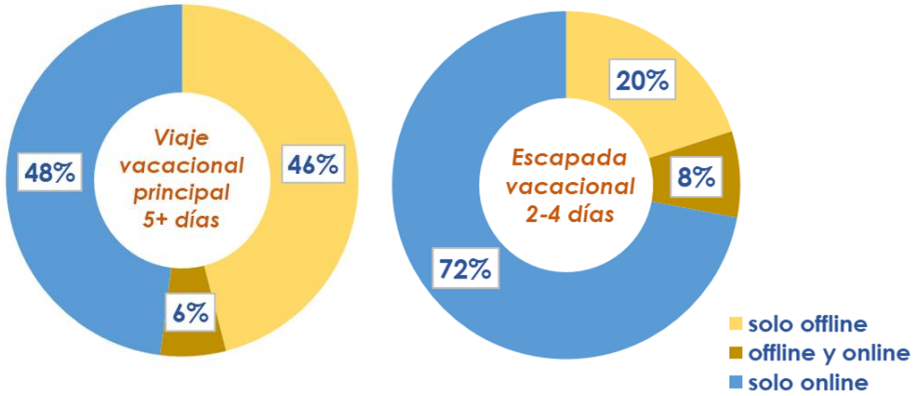
¿Qué quieren los alemanes comprar online en el futuro?

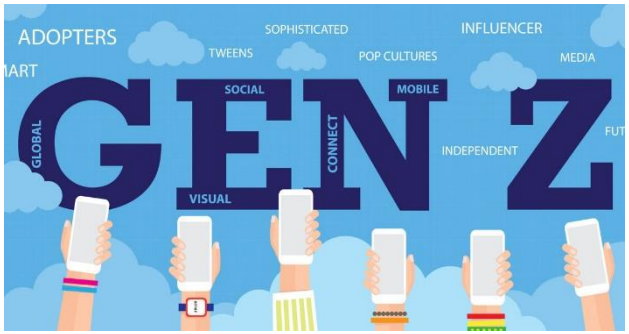
Fuente: VIR Daten und Fakten 2022



Reserva del viaje online u offline 2021

Fuente: RA 2022





59% da importancia a valoraciones positivas de otros clientes

49% dispuesto al *workation* (Gen X: 34%)

65% *check-in* automático, aunque 90% valora atención personal

63% abierto a ofertas personalizadas tras el viaje

+60% influidos por las redes sociales en la decisión viajera

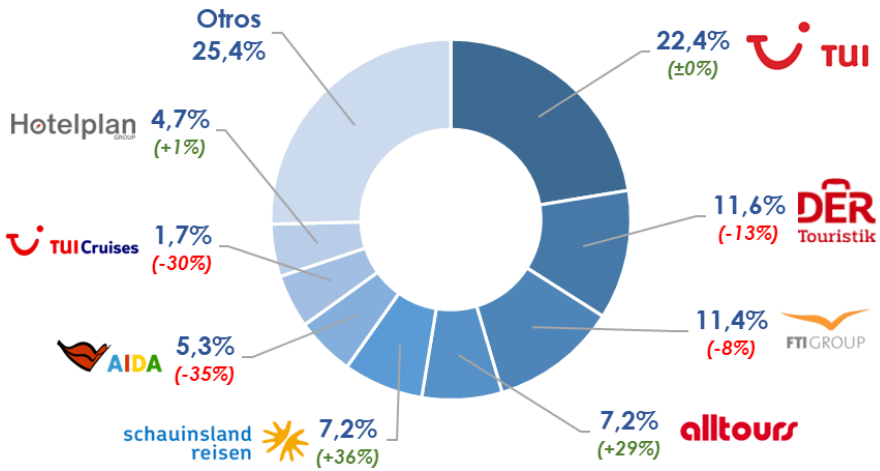
81% demanda flexibilidad: cambio o cancelación del viaje sin costes

67% tiene altas expectativas sobre la tecnología en el hotel

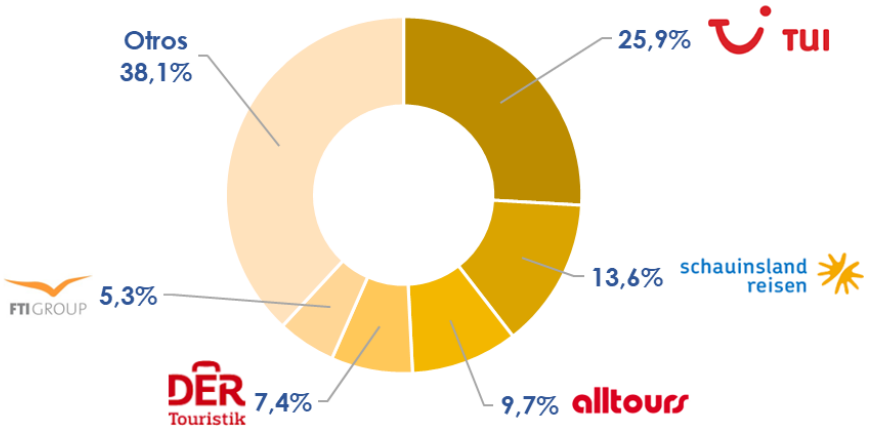
Fuente: Siteminder "Changing Traveller Report 2022"

Alemania. *TT.OO. y AA.VV.*

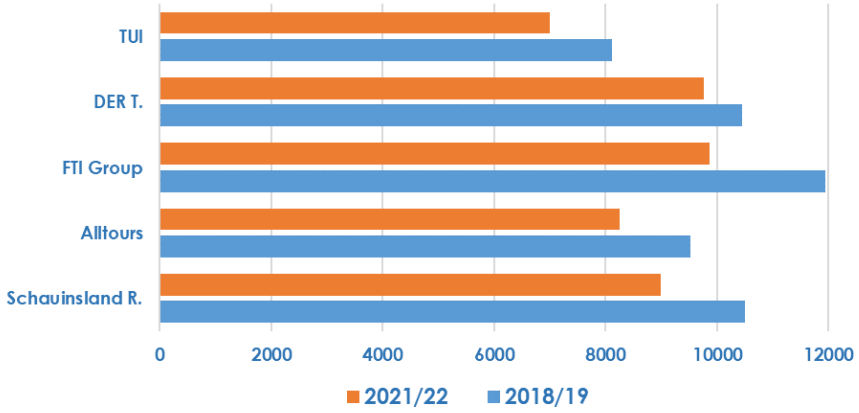
Cuota de mercado por facturación en región D-A-CH
Año turístico 2021/22
(en paréntesis dif. facturación con 2018/19) *Fuente: FVW Deutsche RV 2022*



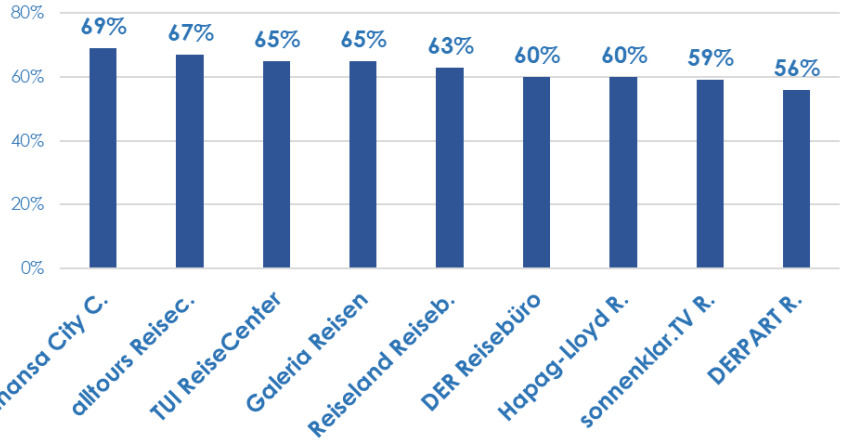
Cuota mercado TOP-5 TT.OO. por clientes alemanes en Gran Canaria - Año turístico 2021/22
Fuente: Datos recabados por Turismo de GC



Puntos de ventas estacionarios de los principales TT.OO.
Región D-A-CH - Año turístico 2021/22
Fuente: FVW Deutsche RV 2022



AA.VV. mejor valoradas por clientes alemanes 2022
Fuente: Statista 11/2022



Alemania. *TT.OO. y AA.VV.*

2023: se disparan las reservas en enero y febrero

Menos clientes, pero gastan más

Tarifas "Flex" aportan más ingresos

Más ventas a destinos de media distancia

Fuerte impulso a la digitalización y automatización

Paquete turístico y *Todo Incluido* salen reforzados de la pandemia

Los TT.OO. ponen el foco en el negocio de actividades en destino

Proyectos sostenibles marcan la agenda de los TT.OO.

Escasez de personal especializado: 70% empresas turísticas en problemas

8.000 AA.VV. alemanas: -20% frente a 2019

Los costes laborales se disparan

Posibles fusiones y consolidaciones en los TT.OO.

Inflación y precios energéticos lastran demanda de familias de poder adquisitivo medio-bajo

Pocos vuelos desde aeropuertos secundarios

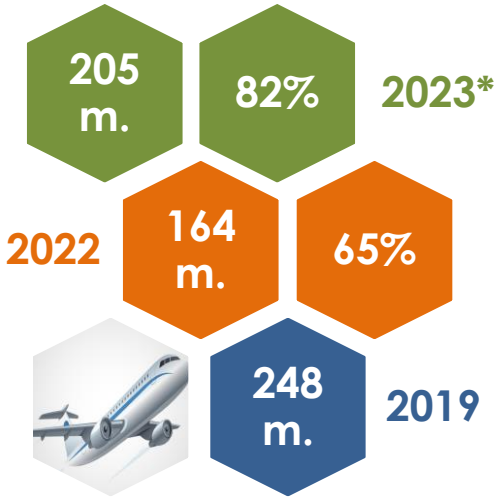
Portales ganan mucho terreno a las AA.VV.

Fase de reserva se acorta drásticamente tras la pandemia

Alemania. *Aeropuertos y líneas aéreas.*

Pasajeros en aeropuertos alemanes (llegadas + salidas, en mill.) y cuota (%) pre-pandemia

Fuente: ADV 12/2022



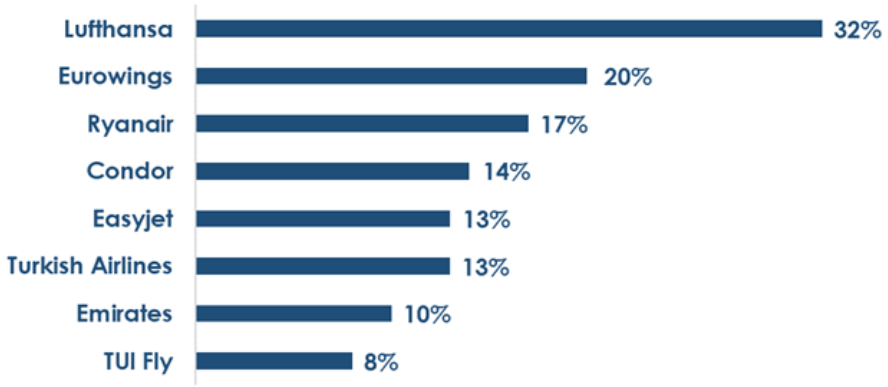
Aeropuertos alemanes
Cuota capacidades primer semestre 2023 vs. 2019

Fuente: Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL) 1/2023

Resto Europa	**Alemania**
Total capacidades 94%	**Total capacidades 78%**
Bajo coste 114%	**Bajo coste 64%**

TOP-8 aerolíneas favoritas de los alemanes en 2022

Fuente: Statista 12/2022



- Capacidades aún muy por debajo de 2019
- Retos: evitar nuevo *Flugchaos* en verano 2023, la falta de personal y los costes laborales
- Digitalización: optimizar procesos y upselling
- Sostenibilidad
  - Destination 2050 de UE: hasta un 66% SAF
- EU Emissions Trading System (EU-ETS): Volar será cada vez más caro

Alemania. *Destinos.*

Pasajeros desde aeropuertos alemanes (salidas, en mill.) en 2022 y diferencia (%) vs. 2019

Fuente: Destatis 2/2023

Esp -18% 12,0 mill	**Bal –11%** 4,8 mill	**Can -14%** 2,4 mill	**GC -16%** 0,75 mill
Ita -35% 5,2 mill	**Gre +6%** 4,4 mill	**Tur +8%** 8,1 mill	**Por -13%** 2,3 mill
Tún -27% 0,34 mill	**Egi -23%** 1,6 mill	**Cub -62%** 0,08 mill	**RDom 0%** 0,29 mill
Méj -18% 0,40 mill	**USA -24%** 5,3 mill	**Chn -94%** 0,12 mill	**EAU -22%** 0,69 mill
	Otros dest extr -37% **34,6 mill**	**Total dest extr -28%** **75,3 mill**	

Precio medio paquete de dos semanas de vacaciones en tres destinos principales en 2023 vs 2022

Fuente: TDA 1/2023

Grecia	España	Turquía
1.457 €	1.414 €	1.240
+5%	+9%	+15%

Inv'22/23

Canarias
Egipto
Maldivas
Turquía
Rep. Dom.

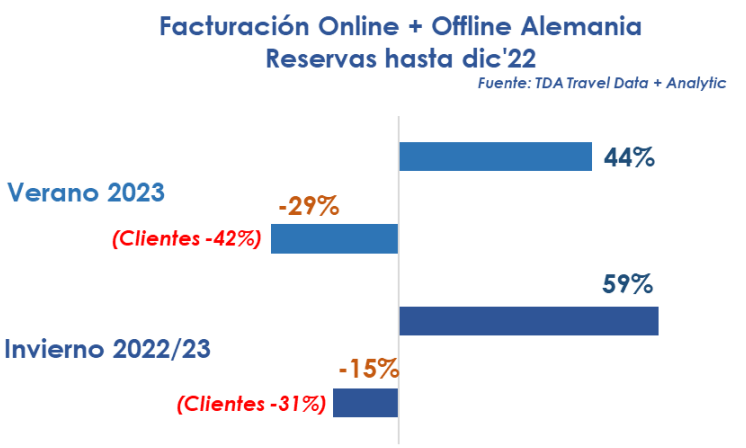
Ver'23

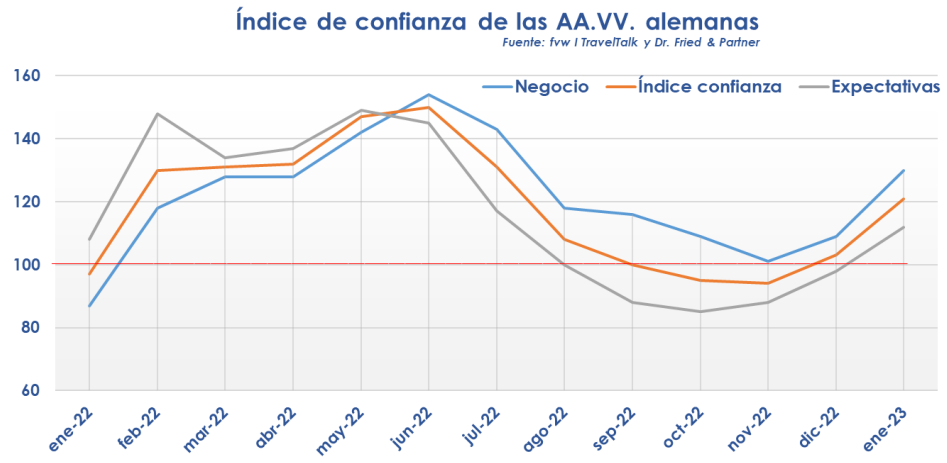
Turquía
España
Grecia
Mediterr. oriental: +68%

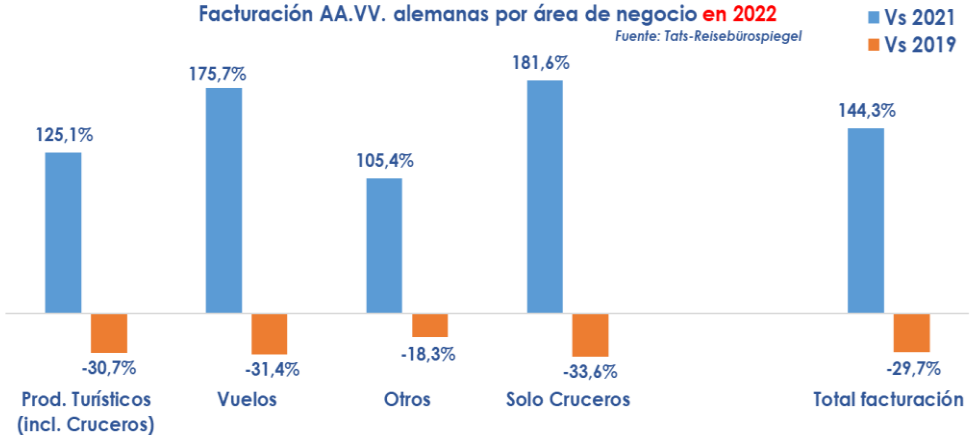
A saber…

- Turquía: 2022, 51,4 mill turistas. Potente plan de acción 2030 con el Global Sustainable TC para destino sostenible diversificado.
- Grecia: 2022 año récord, 26,4 mill turistas. Eventos internacionales, inversiones y desarrollo sostenible. Prev. 2023: +20% turistas.

Alemania. *Previsiones y medidores.*







- Dominan las reservas a corto plazo
- Facturación general aún lejos de datos de 2019, aunque muy por encima de 2021
- Menos clientes gastan más
- Solo el 54% de lo reservado hasta diciembre es para verano 2023
- Canarias, Egipto, Maldivas, Turquía y Rep.Dom. en invierno 22/23

Alemania: *Tendencias y conclusiones.*

Previsión 2023: facturación al nivel de 2019 con -25%/-30% de clientes

Se reserva a corto plazo, aunque TT.OO. luchan por las reservas tempranas

Un mayor control del presupuesto en las familias refuerza el Todo Incluido

Se reduce la duración del viaje vacacional principal, hay menos escapadas cortas y descienden los viajes de larga distancia

Inflación e innovación: volar será más caro a corto-medio plazo

Verano 2023: temor a un nuevo caos de aeropuertos y aerolíneas

Portales: se imponen crecientemente las reservas online

AA.VV.: menos agencias, digitalización y optimización de gestión

Sostenibilidad: proyectos, compromisos y comunicación en el sector

Turismo
GranCanaria