

ITB 2014

Situación actual y previsiones del mercado alemán

Patronato de Turismo de Gran Canaria

1. Situación general de la economía alemana	3
2. Situación del mercado turístico alemán	4
3. Evolución del turismo alemán en Gran Canaria y resto de Islas	7
4. Turistas y gastos de los alemanes en Gran Canaria, por regiones 2013	12
5. Conectividad aérea	13
6. Perfil del cliente alemán en Gran Canaria	15
7. Noticias del sector y operadores	18

Indicadores económicos	2011	2012	2013	2014
Evolución PIB (dif. año anterior)	3,0%	0,7%	0,5%	1,7%
Tasa de paro	5,9%	5,5%	6,9%	6,9%
IPC (dif. año anterior)	2,5%	2,1%	1,5%	2,0%
Déficit estatal	-0,8%	0,1%	-0,1%	0,5%

Fuente: Comisión Europea. Previsiones económicas de Invierno.

- La mayoría de los indicadores económicos señalan en la actualidad datos positivos y para 2014 se espera una evolución favorable del PIB (pronóstico actual: 1,7%)
- El IPC consigue contenerse en un moderado 1,5% al cierre de 2013.
- Se han descartado nuevas subidas de impuestos, al tiempo que ha sido rechazada la eliminación del impuesto al tráfico aéreo introducido en 2011.
- Entre las medidas más significativas salidas del acuerdo de gobierno se encuentran la introducción de un salario mínimo por hora (8,50€/hora), mejoras en las pensiones de las madres y menores de 65, y el aumento de la cantidad de euros destinados a la investigación e infraestructuras.

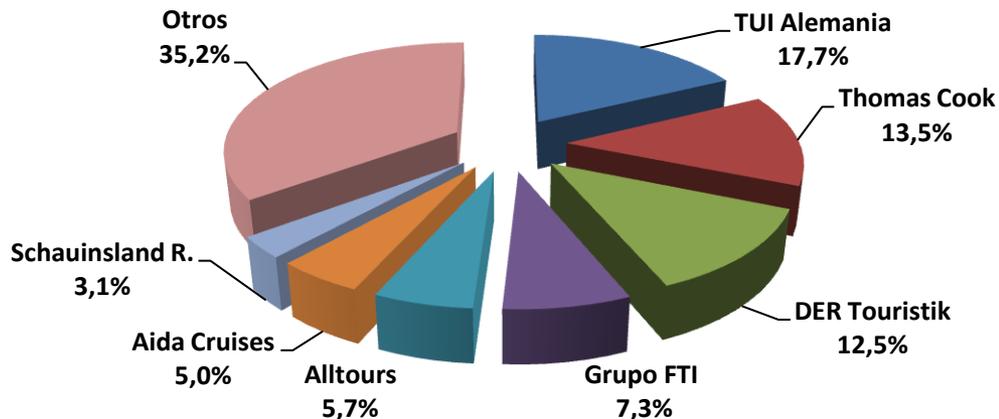
Salidas de pasajeros desde aeropuertos alemanes hacia diversos destinos. Comparativo 2012-2013.

DESTINOS	PASAJEROS ENE-DIC 2012	PASAJEROS ENE-DIC 2013	VARIACIÓN (%)
○ ESPAÑA	10.936.435	11.429.178	4,5%
▪ Solo Baleares	4.247.975	4.427.435	4,2%
▪ Solo Canarias	2.624.347	2.574.899	- 1,9%
• Solo Gran Canaria	779.675	797.142	2,2%
○ ITALIA	5.504.665	5.619.427	2,1%
○ GRECIA	2.007.953	2.168.482	8,0%
▪ Solo Islas Griegas	968.413	1.105.138	14,1%
○ PORTUGAL	1.396.446	1.539.138	10,2%
○ CHIPRE	204.112	135.930	- 33,4%
○ TURQUÍA	6.783.299	6.820.781	0,6%
▪ Solo Antalya	3.119.486	3.023.751	- 3,1%
○ TÚNEZ	495.522	516.382	4,2%
○ EGIPTO	1.250.686	968.699	- 22,5%
○ MARRUECOS	286.629	368.753	28,7%
○ EE.UU.	4.994.991	5.203.789	4,2%
○ BRASIL	431.860	412.969	- 4,4%
○ TAILANDIA	458.698	412.950	- 10,0%
○ CHINA	1.219.511	1.244.167	2,0%
○ E.A.U.	1.500.594	1.663.727	10,9%
○ OTROS DESTINO EXTR.	39.846.638	40.362.504	1,3%
○ TOTAL DESTINOS EXTRANJ.	77.318.039	78.866.876	2,0%

Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadísticas.

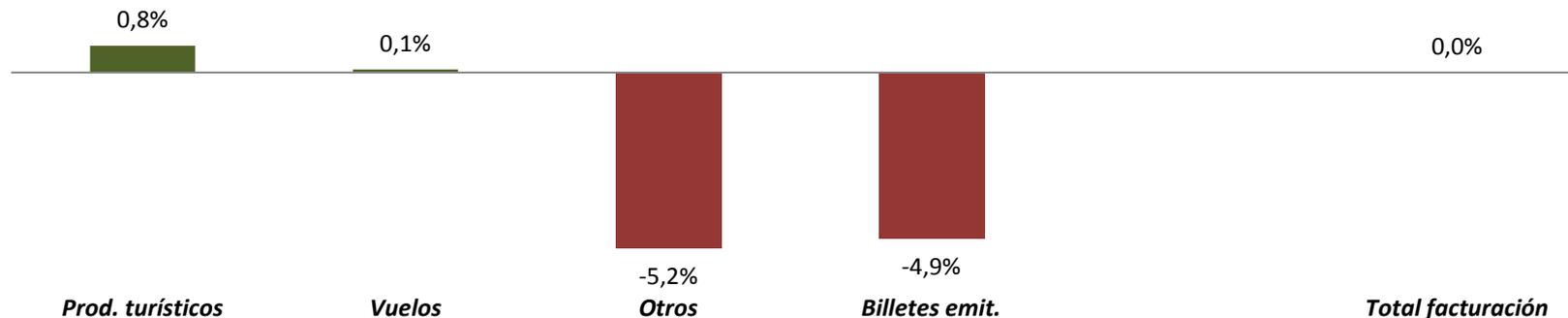
SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO ALEMÁN

**Cuota de mercado TT.OO en Alemania 2012/2013
(por facturación)**



Fuente: FVW.

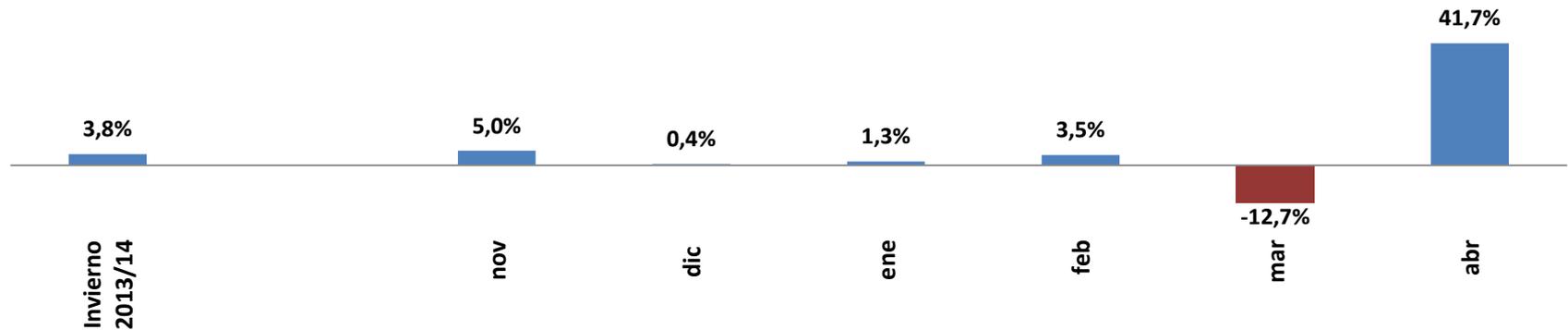
**Facturación y billetes po AA:VV: alemanas por área de negocio
(ene-dic 2013 en comp. con año anterior)**



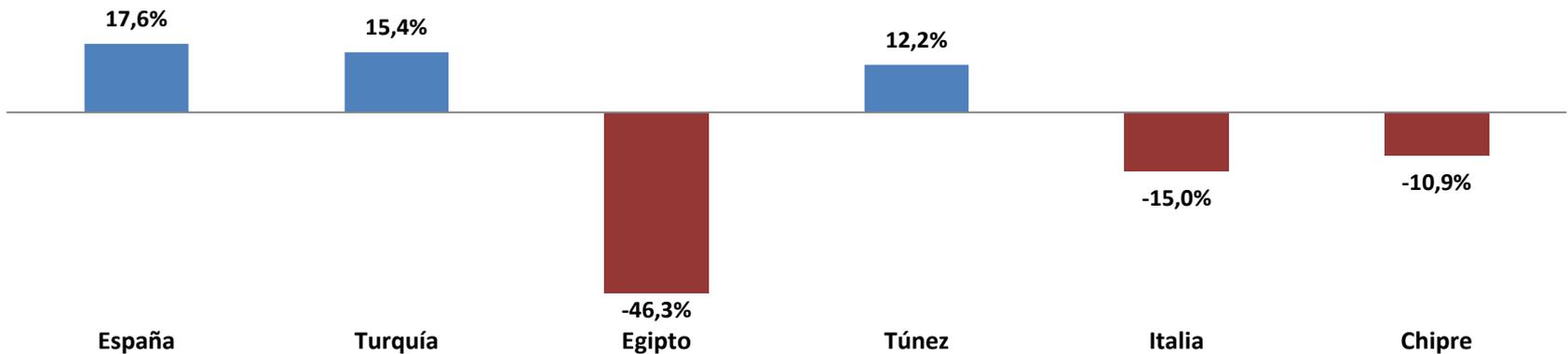
Fuente: Tats-Reisebüro-Spiegel y FVW

SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO ALEMÁN

Facturación AA:VV: alemanas para invierno 2013/14 por mes de realización del viaje
(reservas hasta diciembre 2013)



Evol. Facturación AA.VV alemanas para inv'13/14 (reservas hasta noviembre 2013)



Fuente: GfK Retail and Technology

EVOLUCIÓN DEL TURISMO ALEMÁN EN GRAN CANARIA Y RESTO DE ISLAS

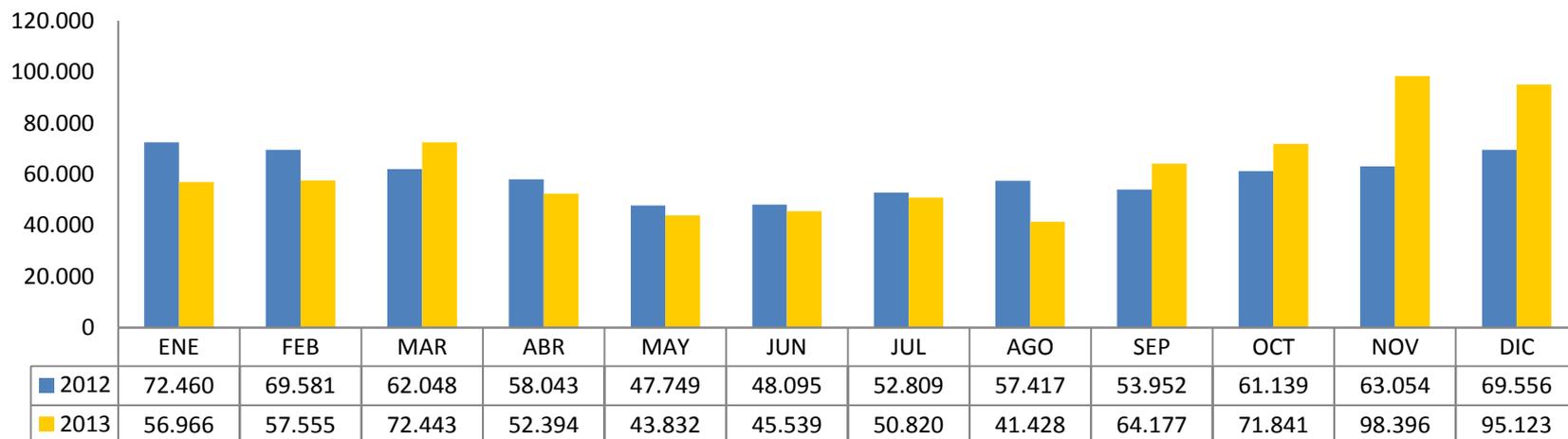
○ Llegada de turistas alemanes a Canarias. 2013.

Alemanes	Gran Canaria	Fuerteventura	Lanzarote	Tenerife	La Palma	Canarias
Total	750.514	676.052	293.592	683.478	60.424	2.502.565
Var Total	34.611	230	-8.721	-51.065	-15.786	-40.285
Var %	4,83%	0,03%	-2,88%	-6,95%	-20,71%	-1,58%

○ Llegada de turistas alemanes a Gran Canaria. 2012-2013.

Periodo	Total Turistas	Variación absoluta	Variación porcentual
Invierno 2012-2013	371.968	-39.395	-9,58%
Verano 2013	317.637	-3.524	-1,10%
Año 2013	750.514	34.611	4,83%

Estacionalidad de turistas alemanes en Gran Canaria. 2012-2013



EVOLUCIÓN DEL TURISMO ALEMÁN EN GRAN CANARIA Y RESTO DE ISLAS

- Gasto del turista alemán en Gran Canaria. 2013. (€).

GASTO TOTAL. GRAN CANARIA 2013 (€).

	2013	2012	Variación	Variación (%)
Alemania	900.912.486	880.367.546	20.544.940,00	2,33%
TOTAL PAÍSES	3.744.912.823	3.621.227.436	123.685.387,00	3,42%

GASTO MEDIO

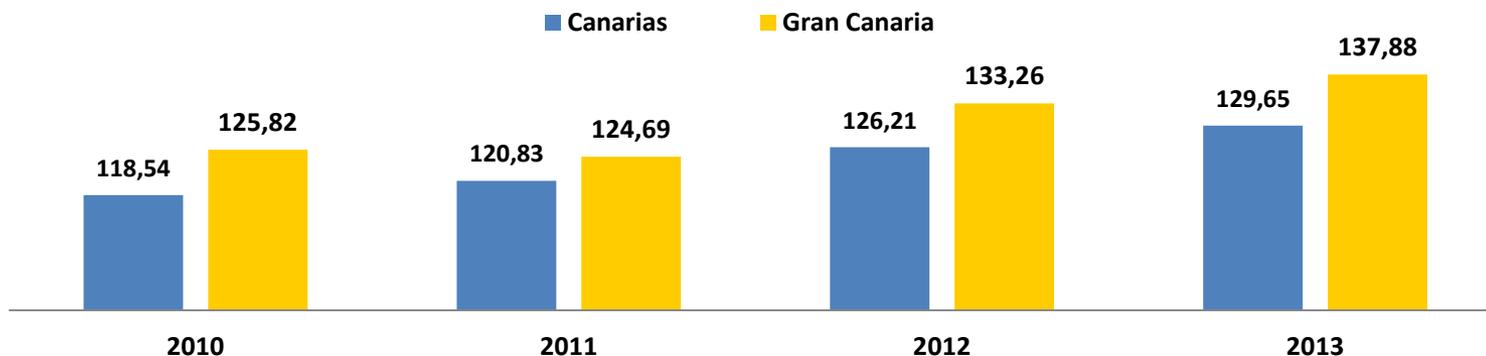
	TOTAL PAÍSES	Alemania
TOTAL	1.078,76	1.265,95
EN ORIGEN	708,09	951,35
EN GRAN CANARIA	370,68	314,6
Alojamiento	43,45	32,73
Transporte público	17,42	11,52
Alquiler de vehículos	10,4	10,66
Compras alimenticias en supermercados	85,2	61,49
Restaurantes	96,19	69,28
Souvenirs	71,03	68,92
Ocio	32,47	42,35
Otros conceptos	14,26	17,64

EVOLUCIÓN DEL TURISMO ALEMÁN EN GRAN CANARIA Y RESTO DE ISLAS

- Gasto medio por turista alemán Canarias-Gran Canaria. 2013. (€).

	VALOR		DIFERENCIA		DIFERENCIA (%)	
	Canarias	Gran Canaria	Canarias	Gran Canaria	Canarias	Gran Canaria
TOTAL	1.235,30	1.265,95	19,25	36,90	1,58%	3,00%
EN ORIGEN	954,71	951,35	14,26	37,65	1,52%	4,12%
EN GRAN CANARIA	280,6	314,6	5,00	-0,75	1,81%	-0,24%
Alojamiento	30,2	32,73	4,34	10,16	16,78%	45,02%
Transporte público	8,63	11,52	-0,03	-0,20	-0,35%	-1,71%
Alquiler de vehículos	18,18	10,66	-0,35	-1,86	-1,89%	-14,86%
Compras alimenticias en supermercados	45,59	61,49	5,49	9,07	13,69%	17,30%
Restaurantes	57,38	69,28	1,95	-1,64	3,52%	-2,31%
Souvenirs	60,61	68,92	3,38	6,00	5,91%	9,54%
Ocio	42,17	42,35	-2,55	-5,72	-5,70%	-11,90%
Otros conceptos	17,83	17,64	-7,24	-16,57	-28,88%	-48,44%

Gasto medio diario del turista alemán (€)

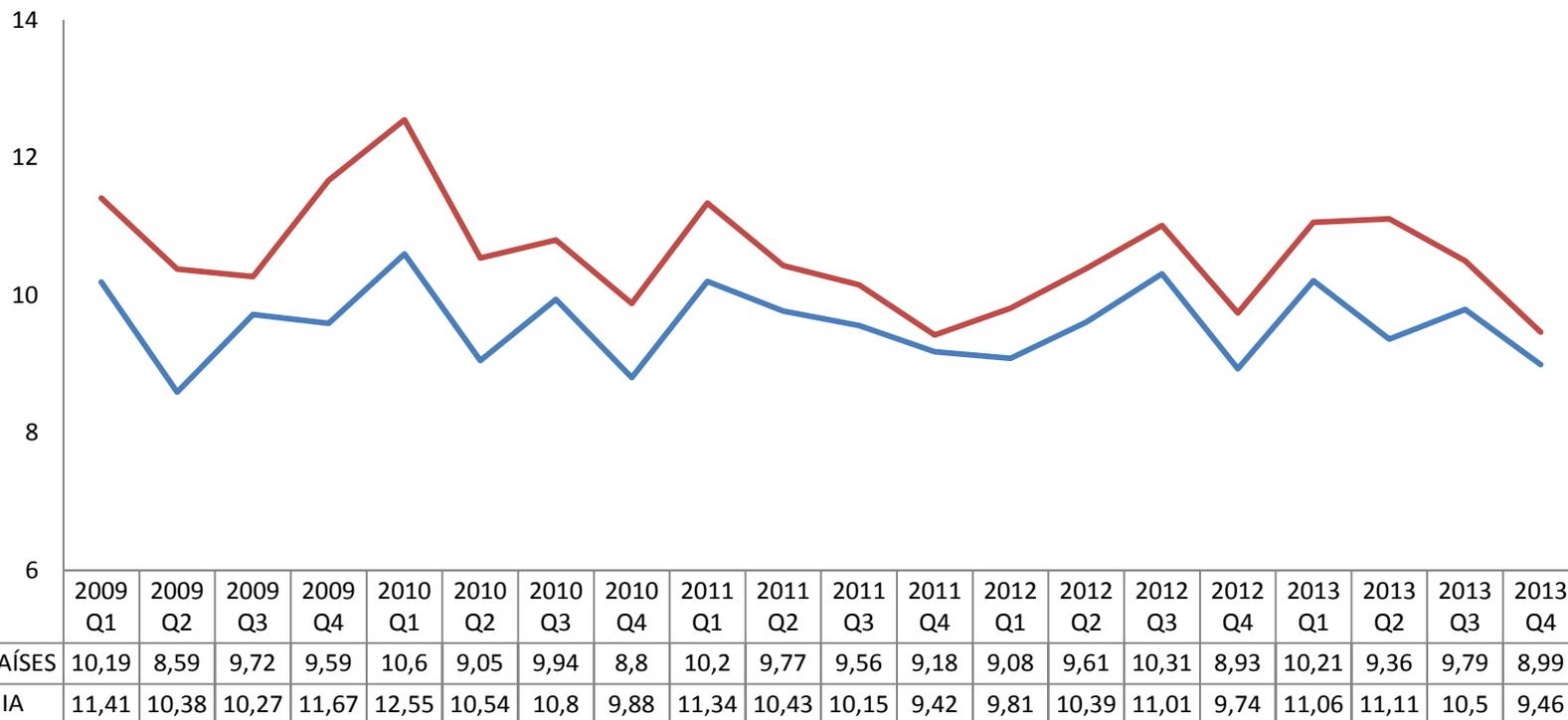


Fuente: ISTAC

EVOLUCIÓN DEL TURISMO ALEMÁN EN GRAN CANARIA Y RESTO DE ISLAS

○ Evolución de la estancia media en Gran Canaria

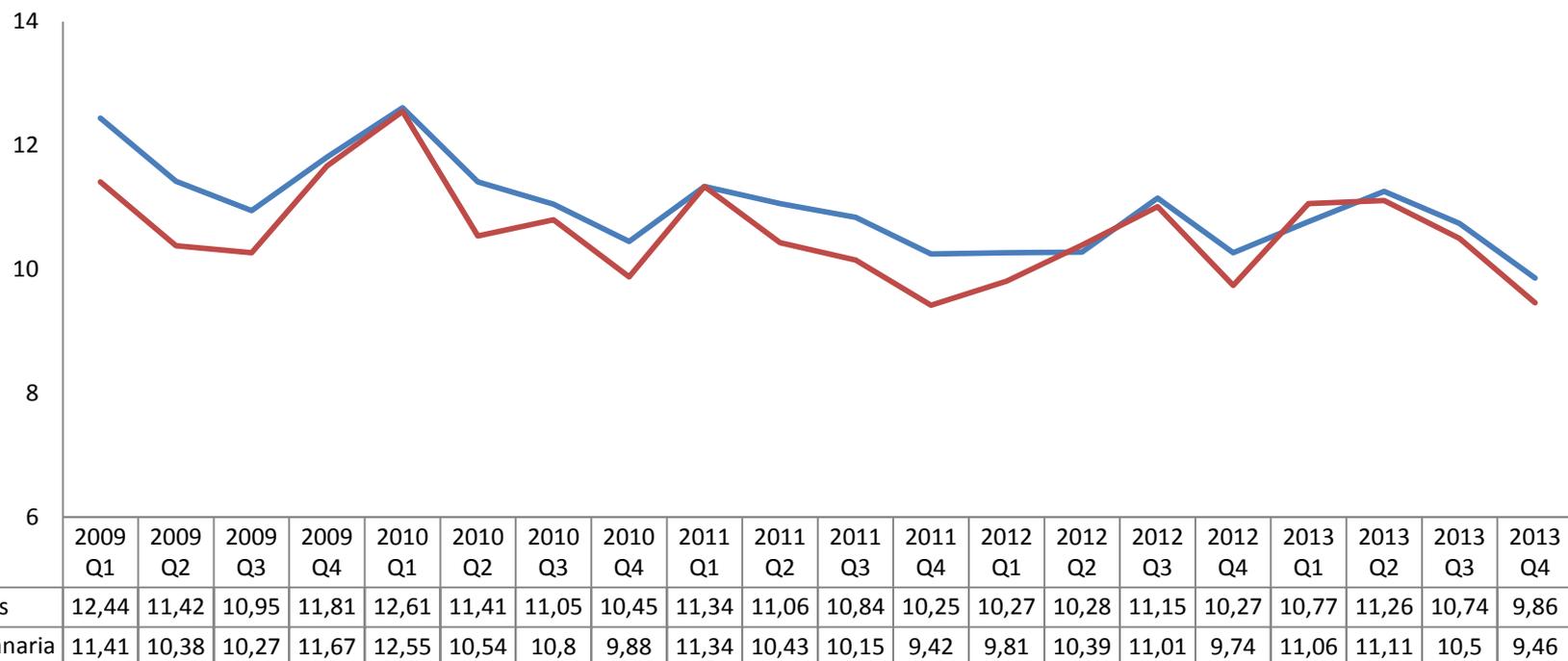
	2009	2010	2011	2012	2013
TOTAL PAÍSES	9,59	9,62	9,67	9,40	9,58
Alemania	11,01	11,04	10,33	10,19	10,42



Fuente: ISTAC

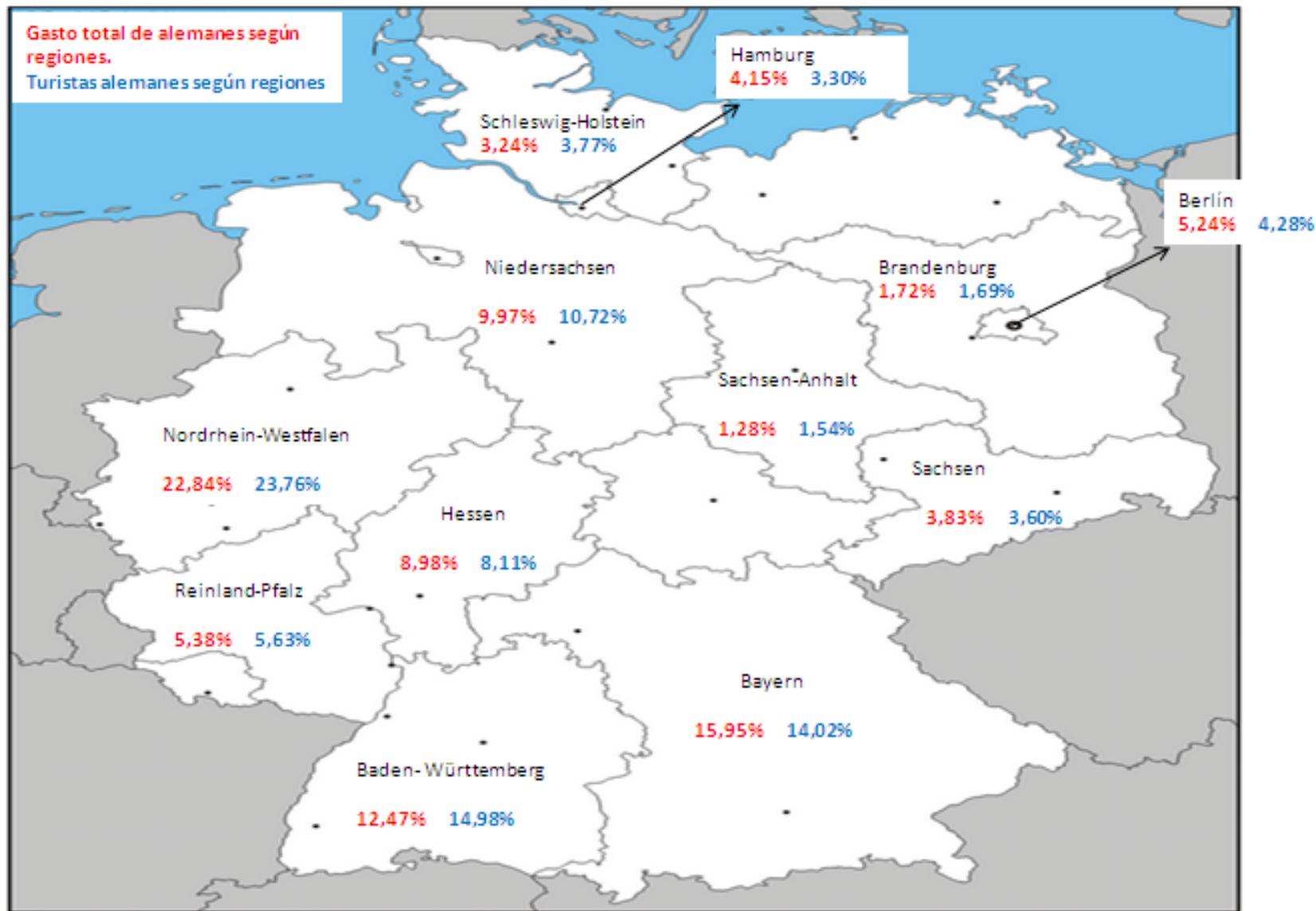
- Evolución de la estancia media de los turistas alemanes en Gran Canaria y Canarias.

	2009	2010	2011	2012	2013
MEDIA ALEMANES CANARIAS	11,73	11,40	10,86	10,48	10,58
MEDIA ALEMANES GRAN CANARIA	11,01	11,04	10,33	10,19	10,42



Fuente: ISTAC

TURISTAS Y GASTO DE LOS ALEMANES EN GRAN CANARIA, POR REGIONES. 2013



- Pasajeros llegados desde Alemania a Gran Canaria. Evolución.

Periodo	Dato	Var Total	Var %
Verano 2012	327.496	-15.480	-4,51%
Invierno 2012-2013	403.032	-74.589	-15,62%
Año 2012	779.675	-36.889	-4,52%
Verano 2013	333.960	6.464	1,97%
Año 2013	797.142	17.467	2,24%
Enero 2014	95.066	24.608	34,93%

- Viajeros alemanes llegados a Gran Canaria, por línea aérea. 2012-2013(*).

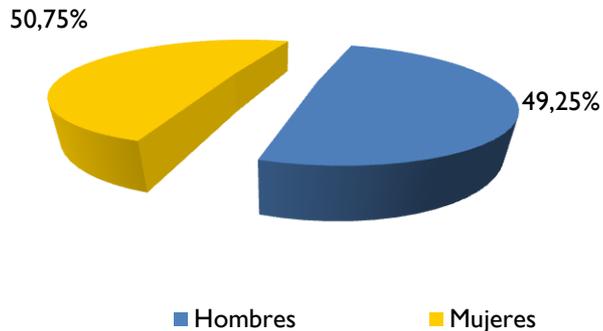
	2012	2013	Var Total	Var %
TUI FLY	286.734	289.788	3.054	1,07%
CONDOR FLUGDIENST	217.259	218.484	1.225	0,56%
AIR BERLIN (con NIKI)	258.593	215.080	-43.513	-16,83%
GERMANIA	22.106	39.535	17.429	78,84%
GERMANWINGS	4.446	19.689	15.243	342,85%
XL AIRWAYS	8.574	0	-8.574	-100,00%
HAMBURG	15.080	26.328	11.248	74,59%
GERMAN SKY AIRLINES	3.766	0	-3.766	-100,00%
SUN EXPRESS	0	28.528	28.528	100%

- Pasajeros llegados desde Alemania a Gran Canaria, por aeropuerto de origen. 2012-2013.

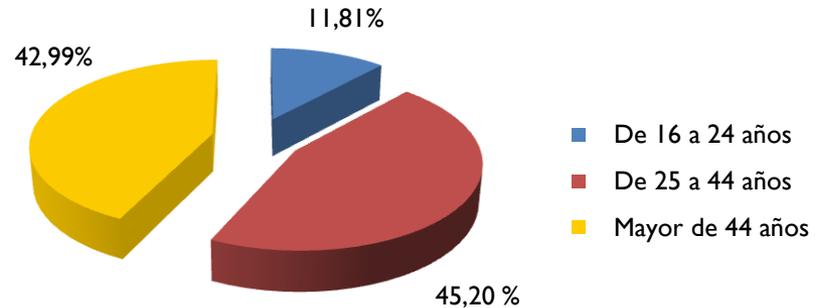
AEROPUERTOS	2012	2013	Var total	Var %
DUSSELDORF	127.283	141.255	13.972	10,98%
FRANKFURT/INTERNACIONAL	83.138	95.570	12.432	14,95%
HAMBURGO/ FUHLSBUETTEL	80.207	76.669	-3.538	-4,41%
STUTTGART/ ECHTERDINGEN	63.923	53.729	-10.194	-15,95%
MUNICH /FRANZ JOSEF STRAUSS	63.723	75.037	11.314	17,75%
HANNOVER	61.593	55.961	-5.632	-9,14%
COLONIA/BONN	48.080	58.551	10.471	21,78%
NUREMBERG	26.564	25.274	-1.290	-4,86%
BERLIN /TEGEL	37.147	39.171	2.024	5,45%
NIEDERRHEIN	17.955	12.711	-5.244	-29,21%
FRANKFURT /HAHN	14.524	9.878	-4.646	-31,99%
PADERBORN / LIPPSTADT	19.688	18.437	-1.251	-6,35%
LEIPZIG	22.341	25.973	3.632	16,26%
MUENSTER	19.877	11.684	-8.193	-41,22%
BERLIN /SCHOENEFELD	14.933	25.266	10.333	69,20%
DRESDEN	12.102	11.731	-371	-3,07%
BREMEN	24.378	24.512	134	0,55%
FRIEDRICHSHAFEN	5.459	6.385	926	16,96%
KARLSRUHE-BADEN BAD/SOELLINGEN	18.808	11.563	-7.245	-38,52%
ZWEIBRUCKEN	8.901	8.872	-29	-0,33%
ERFURT	861	5826	4965	576,66%
DORTMUND	1.679	0	-1.679	-100,00%
SAARBRUECKEN /ENSHEIM	2.961	1.754	-1.207	-40,76%
COCHSTEDT/SCHNEIDLINGEN	60	0	-60	-100,00%
MEMMINGEM	2.451	23	-2.428	-99,06%

PERFIL DEL TURISTA ALEMÁN EN GRAN CANARIA. AÑO 2013

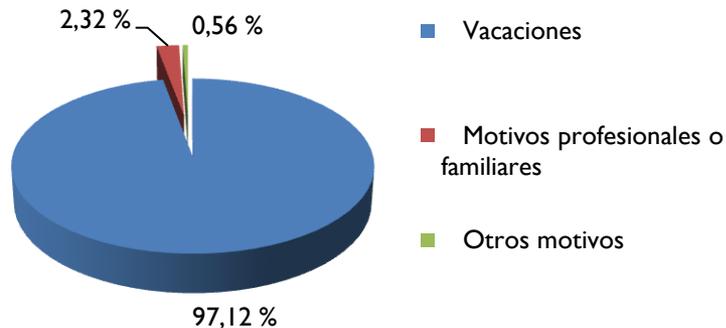
GÉNERO



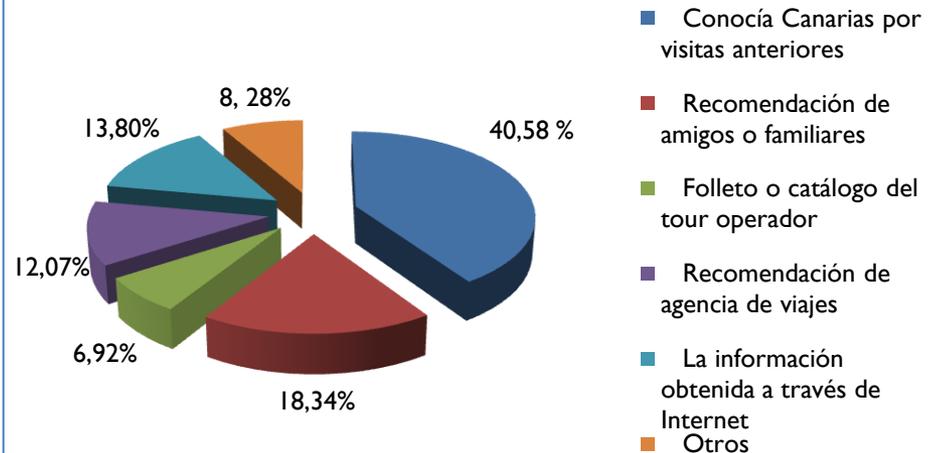
EDAD



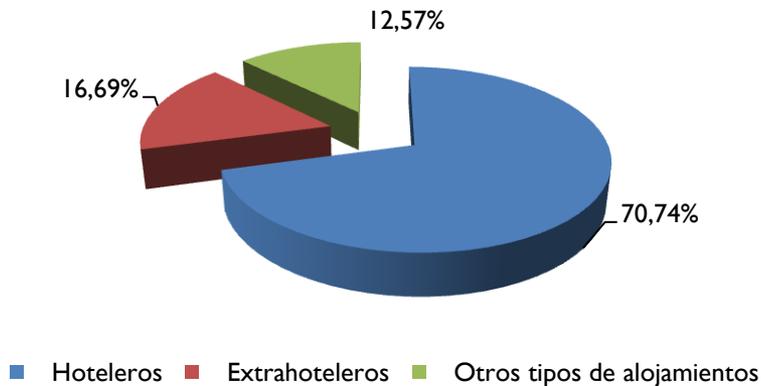
MOTIVO DE ESTANCIA



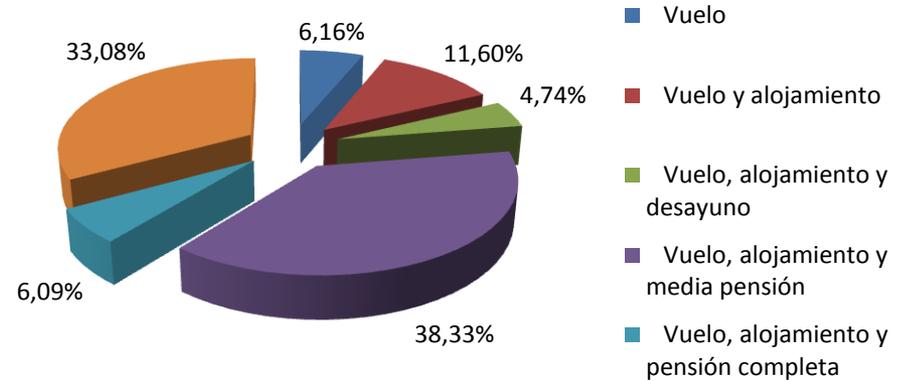
FORMA DE CONOCER EL DESTINO



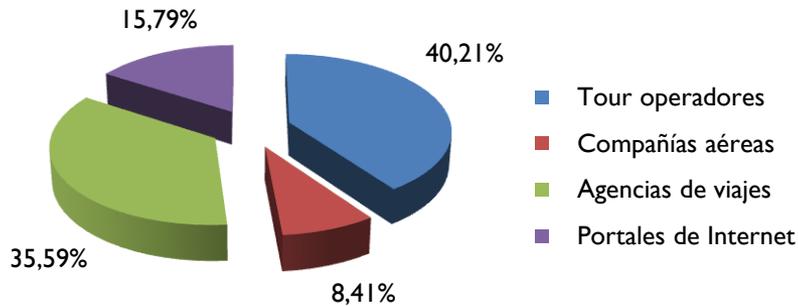
TIPO DE ALOJAMIENTO



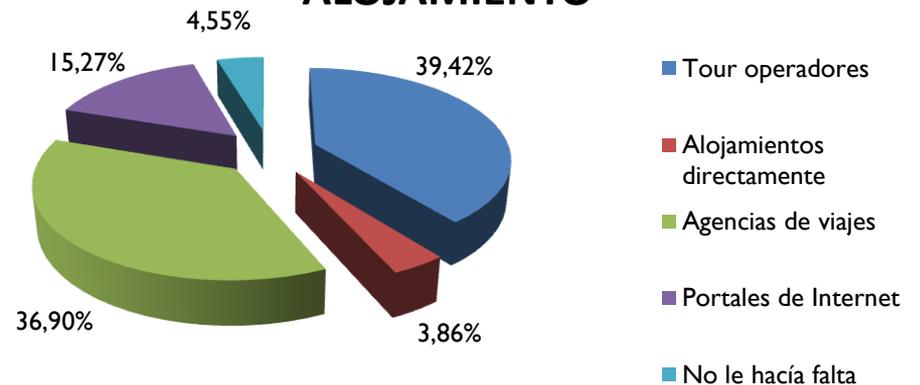
CONCEPTOS EN ORIGEN



CANAL DE RESERVA DE VUELOS



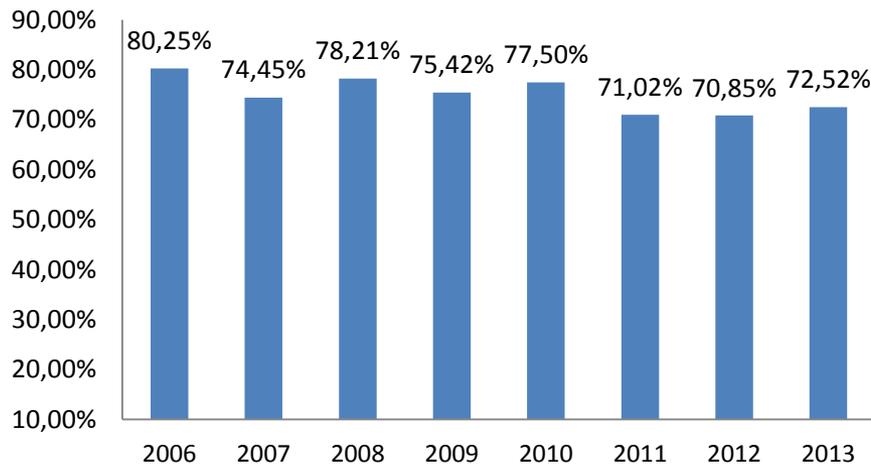
CANAL DE RESERVA DE ALOJAMIENTO



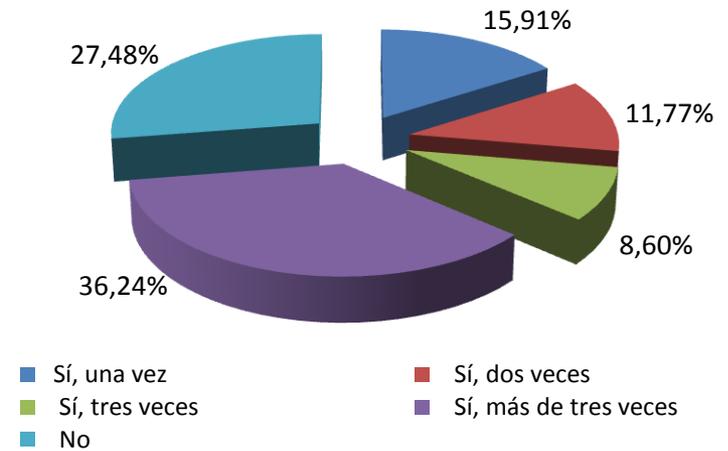
NIVEL DE REPETICIÓN DEL VIAJE A GRAN CANARIA

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Sí, una vez	17,02%	16,14%	15,86%	14,83%	15,09%	17,22%	17,71%	15,91%
Sí, dos veces	11,19%	9,88%	9,66%	10,28%	10,01%	10,83%	11,34%	11,77%
Sí, tres veces	9,06%	7,58%	7,16%	8,45%	8,00%	7,10%	7,25%	8,60%
Sí, más de tres veces	42,98%	40,85%	45,53%	41,86%	44,40%	35,87%	34,55%	36,24%
No	19,75%	25,55%	21,79%	24,57%	22,50%	28,98%	29,16%	27,48%

REPETIDORES ALEMANES EN GRAN CANARIA



TURISTAS ALEMANES EN 2013, POR REPETICIÓN DEL VIAJE



Fuente: ENCUESTA DE GASTO TURÍSTICO. ISTAC

La touroperación alemana cerró el año turístico con incremento en la facturación en un periodo en el que tres operadores de cierta importancia (GTI Travel, Glauch Reisen y Fefa Reisen) y una línea aérea (Sky Airlines) han desaparecido repentinamente.

TUI Alemania se mantiene como líder entre la touroperación alemana, a pesar de que su facturación apenas de incrementó (+0,2%) con respecto al año anterior. La estrategia de productos diferenciados y exclusivos, unida a una ocupación media del 93,4% de TUI Fly en verano, conforma la clave del éxito. TUI Alemania ha comenzado el nuevo ejercicio 2013/14 de forma reservada. En el primer trimestre de octubre a diciembre 2013 la cifra de los clientes retrocedió en Alemania un 10%. Dado que el precio medio de venta aumentó un 6%, el resultado de este primer trimestre es un descenso del 5% en ventas. El resultado económico en Alemania fue mejor, pero no ha trascendido ningún dato. Peter Long se muestra optimista de cara al conjunto del año: enero ha sido un mes fuerte en cuanto a reservas en el conjunto del negocio europeo de touroperación, pero sobre todo en Alemania y en el Reino Unido. Las pérdidas registradas en Egipto se han compensado con la ampliación de los programas para las Islas Canarias.

Thomas Cook fue más en consonancia con la tendencia del mercado y, aunque perdió casi un 5% de clientes, logró incrementar el volumen de negocios en más de un 6%. Sin embargo, en el primer trimestre (oct-dic) del nuevo año económico 2013/14, el Grupo Thomas Cook vio descender su facturación un 0,9%. La principal razón se encuentra en la caída de la demanda de viajes a Egipto, que fue incluso mayor que la cantidad de asientos eliminados. Dejando fuera comparativamente los datos de Egipto, el volumen de negocio se hubiese incrementado un 4,1%. Las reservas de los TT.OO. de la división continental, representada principalmente por Alemania, para Verano 2014 registran un incremento del 3% con un aumento del precio medio del 1%. Thomas Cook amplía importantemente su oferta de hoteles temáticos de marca propia, como Sentido, Smartline, Sunwing o SunConnect. Desde comienzos del pasado mes de octubre se han firmado 136 nuevos contratos, con lo que TC ya cuenta con un total de 445 hoteles en estas marcas. El objetivo en 2015 es llegar a las 640.

DER Touristik mejora tanto la facturación, en torno a un +2%, como sus beneficios en el año 2012/13, a pesar de los enormes problemas financieros que le provocó la crisis de Egipto, destino en el que DER es líder.

FTI, Alltours, AIDA y Schauinsland Reisen-, son los que un año más ganan cuota de mercado con fuertes crecimientos.

Grupo FTI: incrementaron su facturación el pasado año un 18%, lideraron la llamada “Ofensiva Canarias” en verano al inundar de vuelos propios las rutas entre Alemania y las islas desde el mes de julio, ampliaron su implicación en la gestión de hoteles y crearon en numerosos destinos su propia filial de incoming, Meeting Point.

El mercado de cruceros en Alemania continúa dominado por **AIDA**, que junto a **Costa Cruceros**, ambas pertenecientes al grupo Carnival, acaparan más de la mitad del negocio crucerista en este país.

Schauinsland Reisen es sin duda un operador de primera línea en Alemania que se ha convertido en un fuerte competidor en destinos tradicionales como Canarias o Turquía. Su solidez financiera, con un excelente rendimiento por facturación en torno al 4%, su flexible gestión y su implicación en los negocios en destinos le otorgan grandes posibilidades de seguir creciendo a un fuerte ritmo en los próximos años. El turoperador considera buena su estrategia relativa a Canarias. En sus vuelos a las islas cubren bien las capacidades, por lo que aumentan su oferta. Han añadido vuelos a La Palma desde Dusseldorf con Airberlin. Tenerife, Lanzarote y Fuerteventura también están evolucionando de forma muy positiva, por lo que seguirá con su programa de vuelos chárter a Canarias hasta finales de abril.

Air Berlín perdió 1,5 millones de pasajeros, tras una drástica reducción de capacidades, y no alcanzó los objetivos financieros y reducción de costes previstos, con las consiguientes pérdidas. Todo apunta a que Etihad Airways marcará nuevas y drásticas pautas de gestión para 2014 con el fin de que Air Berlín alcance cuanto antes la rentabilidad.

Las previsiones para la temporada de Verano indican que en enero se rompieron todos los récords de reservas en agencias de viajes. Los últimos días de enero son un buen momento para hacer un balance de las reservas: desde finales de las vacaciones de Navidad, ha habido mucha actividad en las agencias de viajes. Según GfK, las 1.200 agencias de viajes encuestadas han obtenido un volumen de ventas un 9,6% mayor que en enero 2013 para la temporada de verano. El aumento del volumen de ventas acumulado sube en un punto, hasta el 8,5%. En comparación: en enero de 2013, que también fue un mes fuerte de reservas, la temporada de verano registró un crecimiento del 4,3%.

El balance de la temporada de invierno presente tiene peor aspecto. Los volúmenes de ventas de los meses de enero a abril se encuentran en un -0,8%. El balance acumulado cae del 3,8% al 3,1%. Las reservas de último minuto para enero y febrero han tenido una evolución especialmente débil. Es llamativo que los aumentos se registren gracias y sobre todo a las reservas anticipadas, cuando entre la realización de la reserva y el viaje hay al menos seis meses de distancia. Así, la parte proporcional del volumen de ventas de las reservas de viajes para la temporada de invierno 2014/15 ha alcanzado un aumento del 2,5%.

En cuanto a los principales destinos competidores y según datos del portal de viajes HolidayCheck recogidos de más de 40.000 reservas realizadas en diciembre y enero, España, Grecia y la República Dominicana registraron las mayores cuotas de crecimiento: un 40% en el caso de la Península, un 28% en el de Grecia y un 42% en el de la República Dominicana. Tailandia es uno de los destinos más desfavorecidos que, al igual que Egipto, registra un retroceso en la demanda por la situación política. En el caso de Egipto, el retroceso es del 17% respecto al año anterior. Túnez se encuentra sólo un 1,5% por debajo de la cifra del año anterior. En enero un viaje de 10 días costaba un 5% menos que el pasado año. Según Holiday Check los precios a todos los destinos turísticos han subido un 7%.

Destaca el caso de **Egipto**, en el que dada la situación el Ministerio de Asuntos Exteriores comunica textualmente: “Se advierte sobre el peligro de viajar al norte de la península del Sinaí y a la zona fronteriza egipcia-israelí. Esta advertencia también es válida para el destino vacacional Taba. En estas regiones tienen lugar operaciones militares y se pueden producir ataques terroristas, como sucedió el 16/02/2014 en Taba.” El Ministerio también desaconseja viajar a todas las demás regiones del Sinaí a las que se viaje en autobús o coche, así como realizar transfers a Dahab y Nuweiba y excursiones al Monasterio de Santa Catalina.

El destino vacacional Taba Heights está en los programas de turoperadores como FTI, Schauinsland, Olimar, WTA-X y LMX. De momento, los turoperadores no han planeado ninguna evacuación, pero ofrecen la cancelación gratuita de los viajes. Para el resto de destinos turísticos en Egipto también se mostrarán flexibles respecto a las cancelaciones. Schauinsland ha trasladado a sus dos únicos clientes en Taba Heights a Sharm el-Sheij. El turoperador ha cancelado todos los viajes al destino de las próximas semanas.

Para el sector turístico egipcio la situación sigue siendo seria y dramática. Las revueltas políticas han ahuyentado al turista, también los alemanes evitan viajar a Egipto: el país ha recibido cerca de 1 millón de turistas de Alemania, lo cual corresponde a un descenso del 24% respecto a 2012. Para volver a captar al turista, Egipto organiza dos mega-eventos con los que quiere transmitir que la seguridad es total. Del 28 de mayo al 1 de junio se celebrará el campeonato mundial de kitesurf en el Mar Rojo; para 2015 está prevista la organización de la feria ITB África en Sharm el-Sheij.

En cuanto a la política de subvenciones relativa a los vuelos chárter, se ha registrado un nuevo cambio: se trata de una regulación especial para los aeropuertos de Taba y Marsa Alam, donde los vuelos reciben una subvención a partir de un mayor umbral, aunque más alta que hasta el momento. Así, el anterior modelo de subvenciones ya no es válido para estos dos destinos. Sí lo sigue siendo para Hurgada, Sharm el-Sheikk, Lúxor y Asuán. Los turoperadores necesitan una ocupación del 40% para poder solicitar las subvenciones (124€ en los vuelos de hasta 4 horas y 166€ para aquellos de más de 4 horas de duración).

En cuanto a las **tendencias y comportamiento del mercado alemán**, el 30º Análisis del Turismo alemán, a través de una encuesta realizada a 4.000 personas por la Fundación para Estudios de Futuro de Hamburgo, destaca que dos terceras partes de los encuestados no quieren renunciar a un viaje vacacional largo. Según Ulrich Reinhardt, director de la Fundación, los turistas alemanes quieren relajarse mental- y corporalmente y olvidarse de la rutina diaria. Un tercio de los encuestados, sobre todo los solteros, desean hacer algún viaje corto. En los últimos 15 años la tendencia hacia el viaje corto ha aumentado del 21% al 33%, sobre todo dentro de Alemania. Aquellas personas con unos ingresos mensuales de más de 3.500€ realizan tanto viajes largos para desconectar como de duración corta para ver mundo.

De otro lado, según un estudio realizado por la FUR, los alemanes están más que satisfechos con sus vacaciones. En el presente año pretenden viajar más; las experiencias cobran cada vez mayor importancia. La buena coyuntura económica contribuye a que los alemanes se muestren menos pesimistas que en años anteriores. Más del 75% de la población ya está planeando sus vacaciones de 2014. Un 45% de los encuestados planea viajar a destinos en los que no ha estado nunca.

Martin Lohmann, asesor científico de la FUR, prevé para 2014 más viajes así como un aumento del gasto. Según Lohmann, la estable demanda turística se debe al alto grado de satisfacción de los turistas respecto a sus vacaciones. Las notas más altas en relación con la satisfacción las sacaron Croacia, seguida por Canarias, Italia y Turquía.

Lohmann espera un crecimiento turístico en segmentos como los cruceros, los viajes en bicicleta, wellness y senderismo. En cuanto a los destinos, los Países Escandinavos podrían figurar entre los ganadores, aunque los alemanes seguirán siendo fiel a Alemania (uno de cada tres encuestados se queda en su propio país), a España, Italia, Turquía y Austria. Cerca de dos tercios de los alemanes pasarán sus vacaciones en alguno de estos cinco países. Tampoco hay grandes cambios en relación con los motivos vacacionales: los alemanes quieren disfrutar de la playa, de la naturaleza, de la familia y descansar.