

ITB-Berlín

Patronato de Turismo de Gran Canaria

Dossier 2016



ÍNDICE

1. EL MERCADO ALEMÁN DE UN VISTAZO	3
2. SITUACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO ALEMÁN	5
3. COMPETIDORES Y OPERADORES	7
4. TENDENCIAS DEL MERCADO	15
5. SITUACIÓN DEL TURISMO ALEMÁN EN CANARIAS	17
6. SITUACIÓN DEL TURISMO ALEMÁN EN GRAN CANARIA	18
7. PERFIL DEL TURISTA ALEMÁN EN GRAN CANARIA	19
8. CONECTIVIDAD AÉREA	25

1. El mercado alemán de un vistazo

ECONOMÍA Y SOCIEDAD ALEMANA

	Situación	Perspectiva
Crecimiento PIB	2015: 1,7%	2016: 1,8% 2017: 1,8%
IPC	2015: 0,1%	2016: 0,5% 2017: 1,5%
Déficit Público	2015: 0,5%	2016: 0,1% 2017: 0,0%
Consumo privado	2015: 1,9%	2016: 2,0% 2017: 1,7%
Balance por cuenta corriente (% PIB)	2015: 8,8%	2016: 8,6% 2017: 8,3%
Desempleo	2015: 4,8%	2016: 4,9% 2017: 5,2%

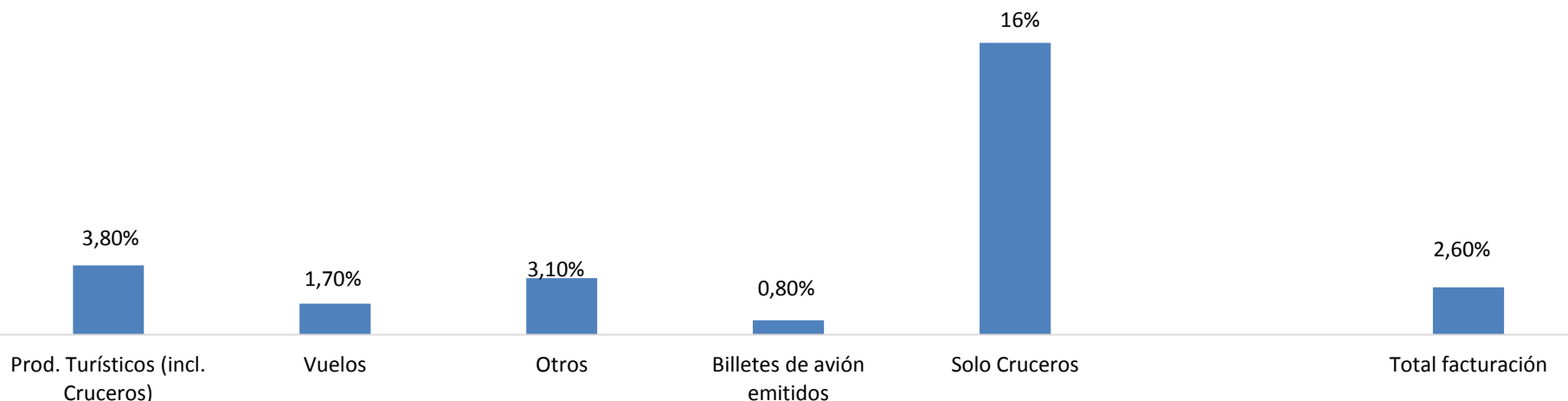
1. El mercado alemán de un vistazo

EL TURISMO ALEMÁN EN GRAN CANARIA

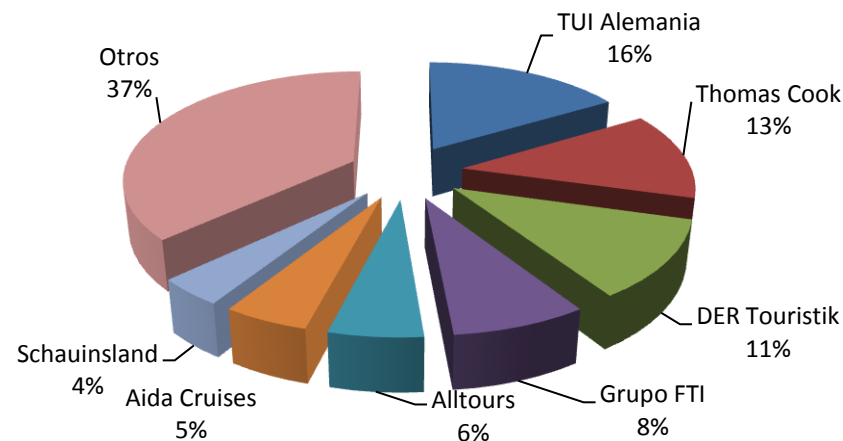
	Situación 2015
Pasajeros en vuelos directos	2015: 931.378 (+0,98%)
Grupos de edad	De 16 a 24 años: 9,60% ; De 25 a 44 años: 36,12%; Mayores de 44 años: 54,28%
Compra del vuelo	Tourop operadores: 41,12%; Compañías aéreas: 10,67%; Agencias de viajes: 34%; Portales de Internet: 14,21%
Compra del alojamiento	Tourop operadores: 42,48%; Alojamiento directamente: 5,53%; Agencias de viajes: 36,88%; Portales de Internet: 15,41%
Conceptos reservados en origen	Solo vuelo: 6,3%; vuelo + alojamiento: 10,37%; vuelo+alojamiento+desayuno: 4,31%; vuelo+alojamiento+media pensión: 32,53%; vuelo+alojamiento+pensión completa:8,79%; vuelo+alojamiento+todo incluido: 37,71%
Estancia media	10,34 días (+1,17%)
Aspectos mejor valorados del destino	Hospitalidad, servicios de taxi, clima, trato en el alojamiento, seguridad
Expectativas hoteleras (enero 2016)	Expectativa de crecimiento: 28,04%; Expectativa de mantenimiento: 67,31%; Expectativa de descenso: 4,65%
Gasto turístico	-Gasto total: 1.111.456.998 € -Gasto medio por viaje: 1.338,44 € -Gasto medio diario: 145,23 €

2. Situación del mercado turístico alemán

VARIACIÓN INTERANUAL DE FACTURACIONES DIVERSAS Y BILLETES EMITIDOS POR AA.VV. ALEMANAS POR ÁREA DE NEGOCIO
(variación acumulado 2015 respecto 2014)

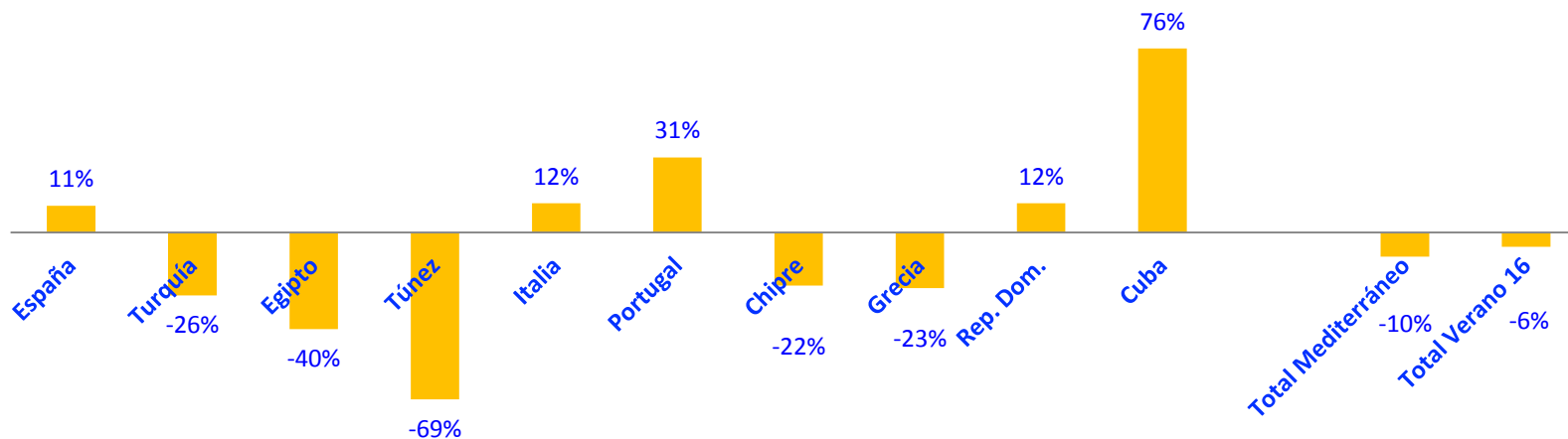


CUOTA DE MERCADO TT.OO. EN ALEMANIA 2014-2015

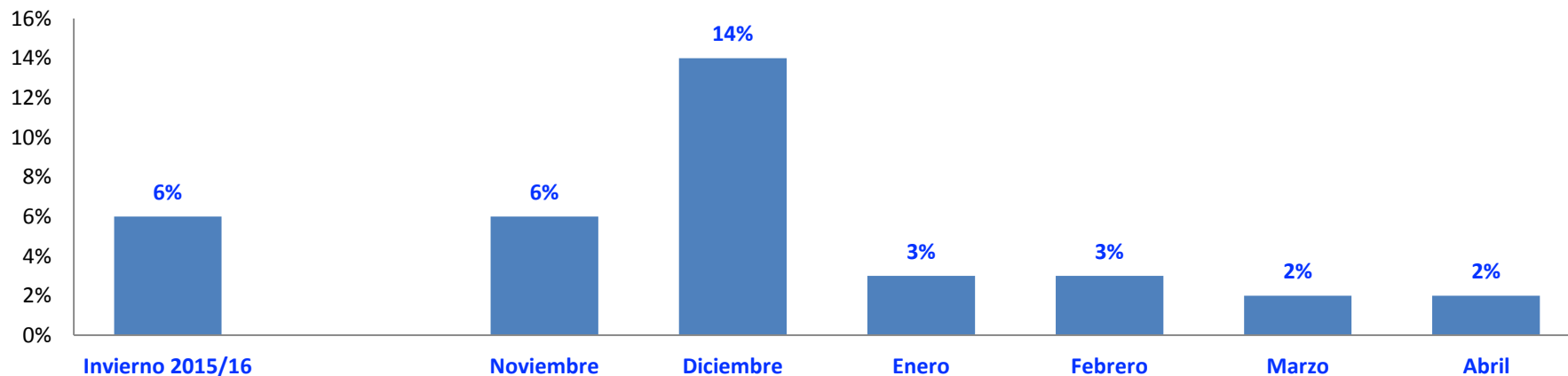


2. Situación del mercado turístico alemán

EVOLUCIÓN FACTURACIÓN AA.VV. ALEMANAS PARA VERANO 2016 (reservas hasta diciembre 2015)



FACTURACIÓN GLOBAL AA.VV. ALEMANAS PARA INVIERNO 15/16 POR MES DE REALIZACIÓN DEL VIAJE (reservas hasta noviembre)



3. Competidores y operadores

NOTICIAS RECIENTES DE LOS PRINCIPALES TT.OO.

Thomas Cook

La situación de inseguridad por atentados terroristas que se vive en muchos destinos ha pasado factura al Grupo entre octubre y diciembre de 2015, el primer trimestre de su actual año económico. La facturación cayó un 7% hasta los 1.800 millones de euros, aunque la facturación ajustada, es decir tomando en cuenta cambios de divisas, variaciones en el precio del combustible y ventas de activos, se incrementó un 1%. Las pérdidas de temporada se redujeron mínimamente.

Mientras que el negocio en UK y Escandinavia se desarrolló positivamente, en la sección Europa Continental, en la que se incluye Alemania, la facturación de invierno cae un 3% y las reservas, un 8%. El precio medio en esta sección se incrementó un 5%. La compañía aérea del grupo, Condor, ve caer tanto sus reservas como su precio medio un 2%, debido a la baja demanda y la creciente competencia, especialmente en destinos de corta distancia. Para el verano 2016, el segundo consorcio turístico de Europa da cifras globales para todo el grupo, esto es un descenso del 5% de las reservas en comparación con verano 2015, debido especialmente al ajuste de capacidades. Analistas pronostican aún que el Grupo Thomas Cook incremente beneficios un 12% en el año 2015/16.

Grupo FTI

El cuarto touroperador más importante de Alemania vio crecer su facturación un 9% hasta los 2.600 millones de euros en el año 2014/15.

En invierno 2015/16 caen los precios de los paquetes de FTI entre 15% y 20% a Caribe, Centro y Suramérica, así como a Asia. La novedad en 2016 viene dada por la creación de una marca de hotel propia, Labranda Hotels & Resorts, que entrará en escena el próximo verano con sus primeros hoteles, entre otros destinos, en Gran Canaria. Con carácter general, las capacidades aéreas se incrementan fuertemente tanto a Egipto como a España.

3. Competidores y operadores

TUI

El Grupo TUI informa de un incremento de la facturación del 5,4% hasta los 3.700 millones de euros entre octubre y diciembre de 2015, primer trimestre de su actual año económico, con las secciones Europa Norte, Hoteles RIU y Cruceros como principales valedores. Excluyendo los efectos positivos del cambio de divisas, este incremento de facturación hubiese sido del 2,5%. Las pérdidas de temporada se redujeron mínimamente. La sección Europa Central (Alemania, Austria, Polonia y Suiza) refleja en su conjunto peores resultados que el mismo periodo del año anterior, a causa del descenso de la demanda a Turquía y Egipto. El programa de invierno 2015/16 ya ha sido vendido en un 82%, es decir, el mismo nivel que el año anterior en estas mismas fechas, aunque con un 3% de incremento del precio medio en la actualidad. Concretamente en Alemania, la actual temporada invernal registra un +2% de volumen de negocio, aunque el número de clientes desciende un 3%. Con referencia al verano 2016, del que ya ha sido vendido un tercio de las capacidades, el peor dato lo refleja la caída del 40% de las reservas a Turquía desde todos sus mercados emisores. De esta situación se han beneficiado España en general y Canarias en particular, además del Caribe. El Grupo TUI pronostica aún un crecimiento del 10% de beneficios al cierre del año actual.

TUI Alemania incrementa en 3.800 plazas adicionales de avión su oferta en los estados de Baviera y Baden-Württemberg para las vacaciones escolares de la Ascensión y de Pentecostés las dos primeras semanas de mayo. Unas 1.500 plazas serán para vuelos a Mallorca. Gran Canaria, Fuerteventura y Tenerife recibirán conjuntamente alrededor de 1.100 asientos más. Mientras que el resto de capacidades irán a España Peninsular, Turquía, Bulgaria y Kos.

3. Competidores y operadores

DER Touristik

Fuerte descenso de reservas a Turquía y Egipto. Los diversos atentados terroristas de las últimas semanas han provocado un descalabro de las reservas para verano hacia Turquía y Egipto, lo que sitúa el acumulado de ambos países en un -25% y un -30% respectivamente. Los principales beneficiados son la propia Alemania (+28%), Italia (+17%), así como España (+15%) y Portugal (+15%). Grecia se encuentra en el mismo nivel del pasado año.

Alltours

Alltours planifica capacidades aéreas chárter adicionales con Germania desde Düsseldorf a Gran Canaria los días 20, 25 y 27 de marzo (Semana Santa). En total, 600 nuevos asientos. Alltours planifica capacidades aéreas chárter adicionales para el Primero de Mayo. A Gran Canaria desde Düsseldorf con Eurowings, un vuelo adicional de ida el 1 de mayo y vuelta el 8 de mayo.

3. Competidores y operadores

NOTICIAS RECIENTES DE LAS PRINCIPALES LL.AA.

Germania

Germania se estrena en Nürnberg con dos vuelos semanales directos, miércoles y sábados, desde este aeropuerto a Gran Canaria en invierno 2016/17. De esta manera, Nürnberg se convierte en el 14º aeropuerto de Alemania y el 4º en el Sur del país, junto a Múnich, Stuttgart y Friedrichshafen.

Condor

Condor reduce vuelos a Turquía. Ante la mala situación de las reservas, Condor anuncia cambios en su programa de vuelos para verano 2016 y reduce numerosas frecuencias hacia Turquía, Marruecos y Egipto. Parte de estas capacidades se desviarán a Canarias y Grecia.

Aeropuertos alemanes

Pronóstico de crecimiento en 2016. La Asociación de Aeropuertos Alemanes prevé para 2016 un incremento del número de pasajeros del 3,1%, a pesar de la inestabilidad en muchos destinos vacacionales y las crisis geopolíticas imperantes. En 2015, el tráfico entre aeropuertos alemanes y destinos europeos aumentó un 4,5% hasta los 131,6 millones de pasajeros, mientras que el intercontinental creció un 4,3% hasta los 38,1 millones de viajeros.

Ryanair

Ryanair lanza dos aeropuertos nuevos a Gran Canaria para el próximo invierno. La aerolínea irlandesa conectará la Isla con Berlín (lunes, miércoles y viernes) y Hamburgo, los martes, jueves y sábados. Con estas novedades, Ryanair volará a la Isla desde 6 orígenes alemanes.

3. Competidores y operadores

NOTICIAS RECIENTES DE LAS PRINCIPALES LL.AA.

Air Berlin

Todos los medios y nota de agencia DPA, 23.2.2016. Se especula sobre una posible salida de Air Berlin de la bolsa: Los grandes accionistas de Air Berlín, especialmente Etihad, podrían estar discutiendo diversos modelos de negocio para la aerolínea alemana, que implicarían una salida de la bolsa de ésta. Tanto Etihad como Air Berlin han declinado comentar esta posibilidad. Un punto clave en la discusión sería como retirarle del parque, sin que esto implique una compra mayoritaria de la empresa. Etihad, al no ser una compañía europea, no puede adquirir la mayoría de Air Berlín, en caso contrario, esta última perdería los derechos de despegue y aterrizaje. Por tanto, se estaría barajando la entrada de Alitalia en la operación como comprador, con lo que supuestamente se esquivaría el problema legal reseñado. Etihad posee casi la mayoría de las acciones de Alitalia. Sin embargo, Alitalia, al igual que Air Berlín, ha necesitado propiamente varias veces en los últimos años de inyecciones económicas salvadoras por parte de Etihad. Air Berlín registró en 2014 las peores pérdidas de su historia. También los primeros nueve meses de 2015 quedaron en números rojos. Con todo, Etihad necesita imperiosamente de sus socios europeos para los vuelos conectados con su hub en Abu Dhabi, pues a la aerolínea de los emiratos solo le está permitido volar a un número limitado de destinos en la Unión Europea.

Apenas 1,6 millones de pasajeros trasladó Air Berlín en enero de 2016, un descenso del 7,4% respecto al mismo mes de año anterior. Las capacidades, medidas en kilómetros por asientos, se vieron recortadas un 10%, lo que propició una mejora de la ocupación media de los aviones de 2,3 puntos hasta el 80,6%. En 2015, Air Berlín trasladó 30,2 millones de clientes, un 4,6 % menos que en 2014. La ocupación media de los aparatos mejoró un 0,7% hasta alcanzar el 84,2%. El Tribunal Superior Administrativo de Lüneburg autorizó in extremis a mediados del pasado mes de enero el programa de código compartido entre Air Berlin / Etihad para 26 de 31 rutas posibles, aunque en principio solo hasta el final del programa de vuelos de invierno, que finaliza el 26 de marzo. La cooperación entre Air Berlin y Etihad es decisiva para la existencia de la aerolínea alemana.

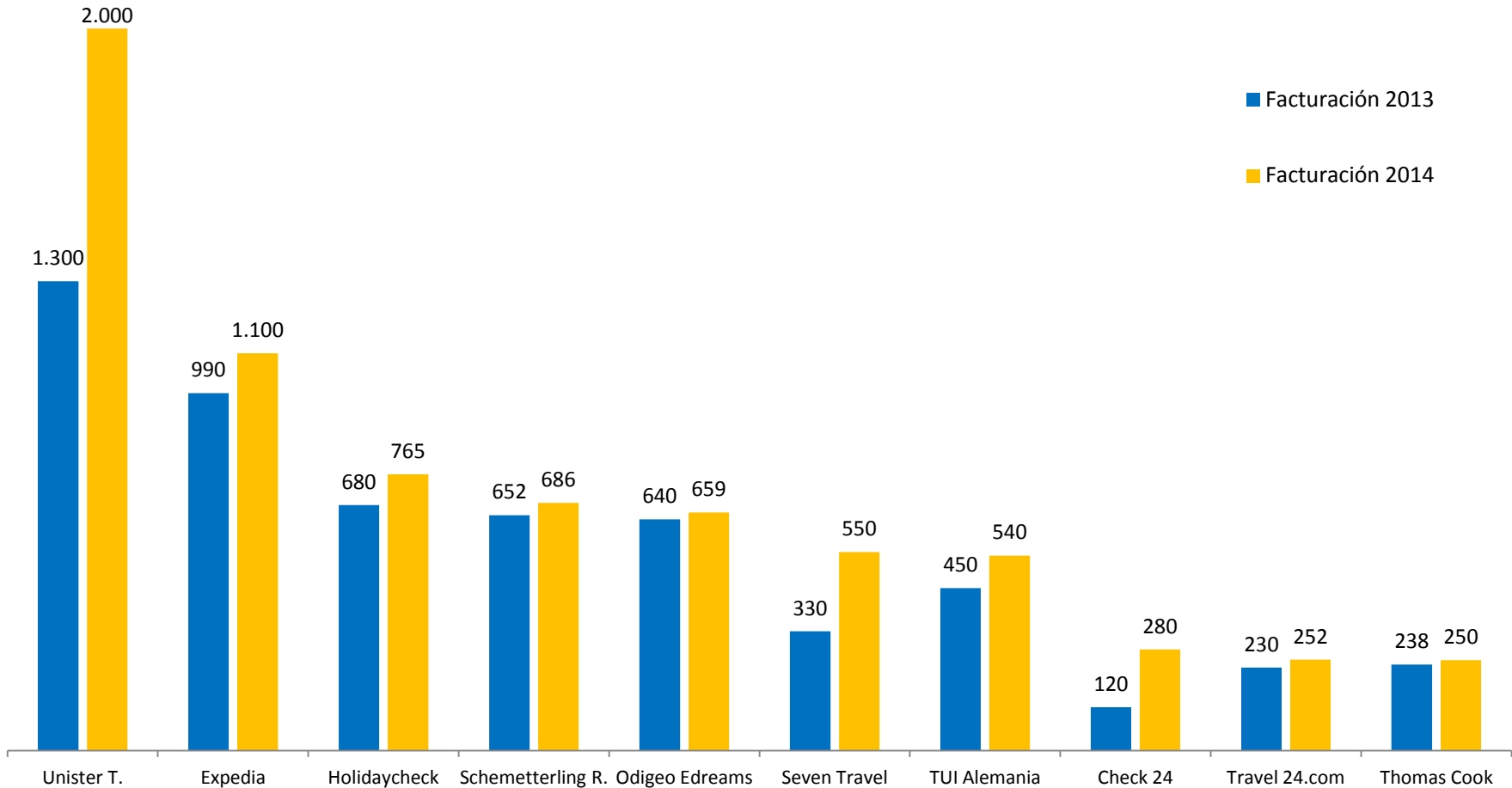
3. Competidores y operadores

PASAJEROS DESDE AEROPUERTOS ALEMANES (X 1.000)

	2014	2015	VAR.(%)
España	12.137	12.403	2,2%
Solo Baleares	4.482	4.388	- 2,1%
Solo Canarias	2.880	2.834	- 1,6%
Solo Gran Canaria	922	931	1,0%
Italia	5.803	6.152	6,0%
Grecia	2.538	2.629	3,6%
Portugal	1.650	1.890	14,6%
Turquía	7.188	7.719	7,4%
Túnez	536	343	-36,01%
Egipto	1.005	1.231	22,5%
EE.UU.	5.222	5.206	- 0,3%
China	1.307	1.412	8,1%
Emiratos Árabes Unidos	1.751	1.938	10,7%
Otros destinos	42.447	44.199	4,13%
Total destinos extranjeros	81.584	85.122	4,3%

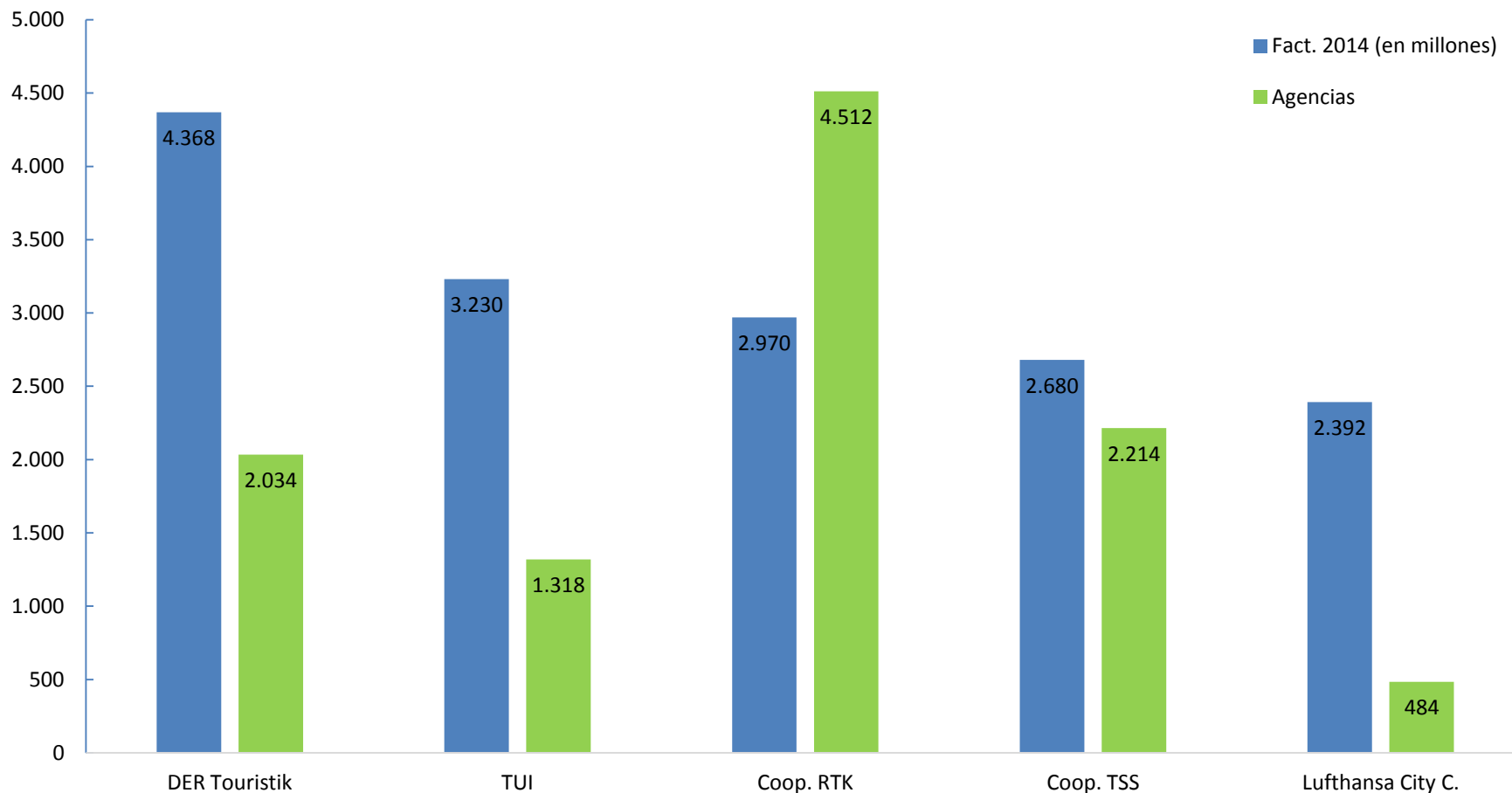
3. Competidores y operadores

TOP-10 PORTALES ONLINE DE VIAJE EN ALEMANIA POR FACTURACIÓN (EN MILL. DE EUROS)



3. Competidores y operadores

TOP-5 Cadenas/Franquicias/Coop. de agencias de viaje en Alemania por facturación



Destinos

FVW, 23.2.2016. El Gobierno turco quiere ayudar a los hoteleros del país: Ante la delicada situación que vive el sector turístico turco, el gobierno de este país ha lanzado lo que ha dado en llamar “Catálogo de Medidas Turismo 2016” por valor de 80 millones de euros. Muchos hoteles, al estar financiados con créditos, quedarán exentos de pagar en 2016 las deudas de arrendamiento y alquiler y a partir de 2017 podrán abonarlas en tres cuotas. En regiones como Kemer, predilecta entre el turismo ruso, que vive sus horas más bajas, podría suceder que en verano tuviese que quedar cerrada la mitad de los hoteles. Las empresas, como por ejemplo las agencias de incoming, que consigan traer al menos 400.000 clientes extranjeros a Turquía, podrán acceder a un crédito subvencionado. También los gestores de puertos deportivos y en general del tráfico marítimo podrán recibir ayuda financiera. A final de enero se aprobaron subvenciones para vuelos, que ya están en marcha. Las líneas aéreas recibirán, de momento los meses de abril y mayo, 6.000 dólares de subvención por cada vuelo de llegada a Turquía. Esta última medida ha desatado las críticas de los operadores alemanes, que consideran que esa subvención debería ir más dirigida a la touroperación que a las aerolíneas. Además, los touroperadores no tienen un problema de falta de vuelos, sino de demanda.

Touristik Aktuell, 11.2.2016. Nuevo año récord para el destino Alemania. Los destinos alemanes son cada vez más demandados entre sus propios ciudadanos para pasar las vacaciones. Por sexto año consecutivo, los alojamientos alemanes registraron un nuevo récord de pernотaciones, pues en 2015 se alcanzaron las 436,4 millones de pernотaciones. De éstas, 356,7 millones fueron realizadas por ciudadanos alemanes (+2%) y el resto, por ciudadanos extranjeros (+5%). Expertos pronostican que en los próximos años crecerá más aún el número de ciudadanos alemanes que pasen vacaciones en su propio país.

Reservas Y AA.VV.

FVW, 18.2.2016. Medidor GfK Panel de Agencias de Viajes alemanas: caída masiva en enero de las reservas de verano. El mes tradicionalmente más fuerte de reservas de viajes en Alemania, enero, registró un fuerte descenso del 12% de facturación de reservas en comparación con el año anterior. El periodo peor parado es el verano 2016, que queda en un acumulado del -8,6%. También descendieron las reservas para el resto del invierno actual, aunque el global de facturación aún se encuentra en un positivo 1,7%.

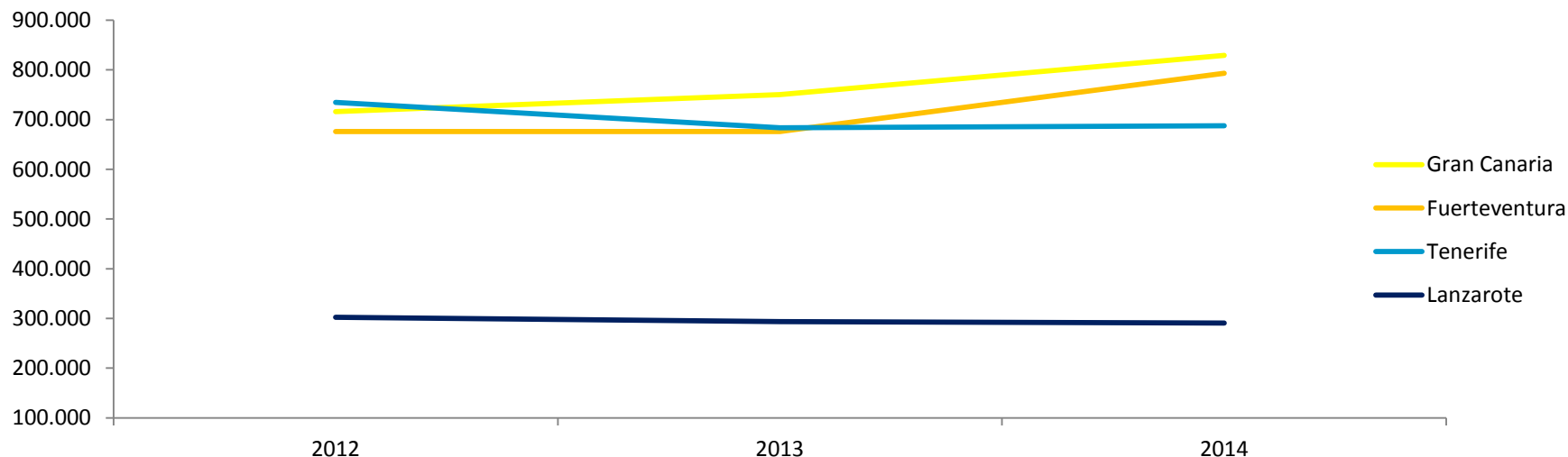
Turismo online

FVW, 29.12.2015. Evolución de OTAs y comercio electrónico en el sector del viaje. Al igual que en 2014, la consolidación de empresas marcó 2015 dentro del comercio electrónico de viajes y la actividad de las OTAs. La premisa del éxito que visualiza actualmente el sector es crecer en rapidez, alcance y tamaño. Unister Travel, consorcio de viajes online número uno en Alemania, continúa intensamente en la búsqueda de inversores. Expedia adquirió Orbitz con el portal Ebookers por 1.600 millones de dólares y, posteriormente, el portal de casas vacacionales Home-Away por unos 4.000 millones. HRS se ha hecho en los últimos años con Tiscover, Hotel.de y Holidayinsider, entre otras. Booking.com y Expedia mantienen su primacía a nivel mundial y han provocado que otros actores deban supervisar sus modelos de negocio y separar entre lo que es la metabúsqueda y la mera actividad como OTA intermediaria. El metabuscador por antonomasia, Google, se encuentra probando un sistema para reservas directas de hotel en EE.UU. Por su parte, Airbnb, que se inició como intermediario de alojamientos privados, evoluciona para convertirse en una seria competencia de las OTAs en toda su amplitud.

5. Situación del turismo alemán en Canarias

EVOLUCIÓN DEL TURISMO ALEMÁN. CANARIAS E ISLAS. 2012-2015

	CANARIAS		LANZAROTE		FUERTEVENTURA		GRAN CANARIA		TENERIFE	
	Total	Var.	Total	Var.	Total	Var.	Total	Var.	Total	Var.
2012	2.542.850	2,53%	302.313	-8,66%	675.822	-1,37%	715.903	3,50%	734.543	10,58%
2013	2.502.565	-1,58%	293.592	-2,88%	676.052	0,03%	750.514	4,83%	683.478	-6,95%
2014	2.721.755	8,76%	290.444	-1,07%	793.312	17,34%	829.256	10,49%	687.903	0,65%
2015 (*)	1.968.696	0,90%	229.830	12,54%	563.655	-4,65%	590.179	2,22%	493.681	-0,57%

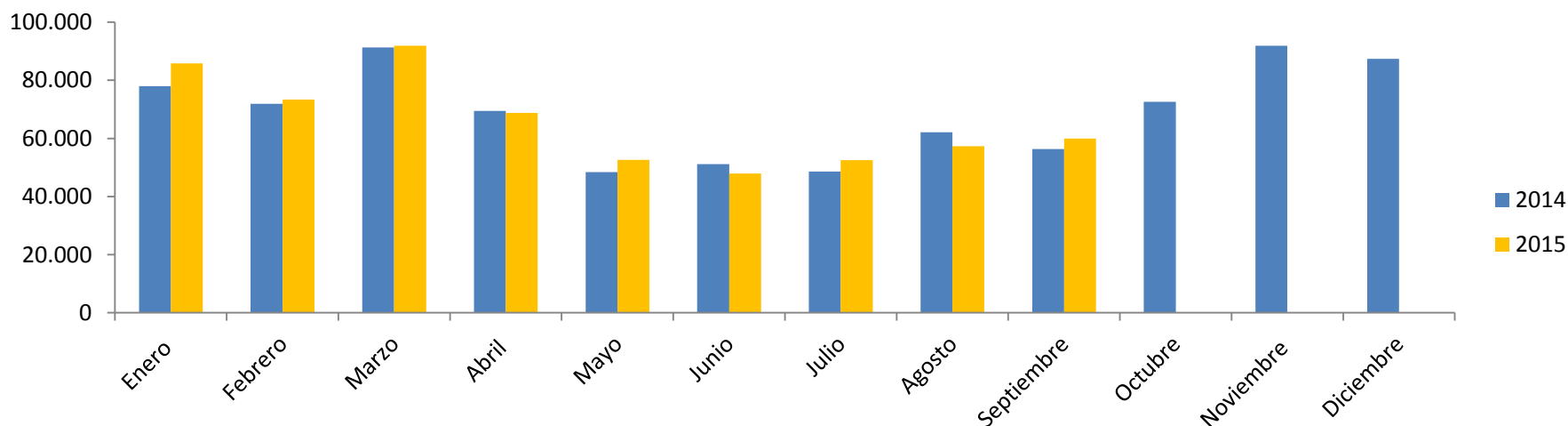


*: Datos de 2015 de enero - septiembre

Fuente: FRONTUR-ISTAC

6. Situación del turismo alemán en Gran Canaria

TURISTAS ALEMANES EN GRAN CANARIA. EVOLUCIÓN		
	Turistas	Var. (%)
Total 2013	750.514	4,83%
Total 2014	829.256	10,49%
Invierno 2014-15	499.142	-1,01%
Verano 2015 (abril-septiembre)	339.119	0,91%
Total 2015 (enero-septiembre)	590.179	2,22%

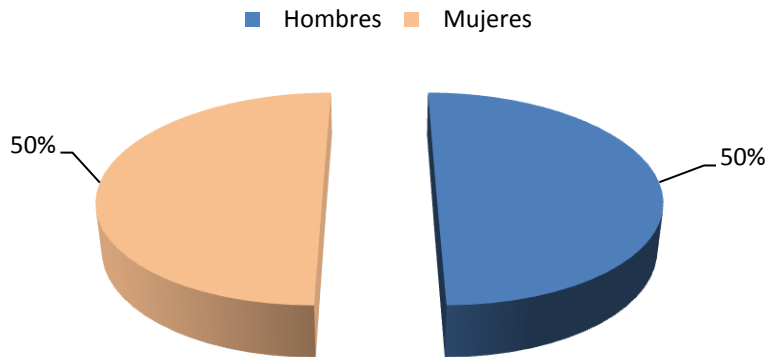


*: Datos de 2015 de enero - septiembre

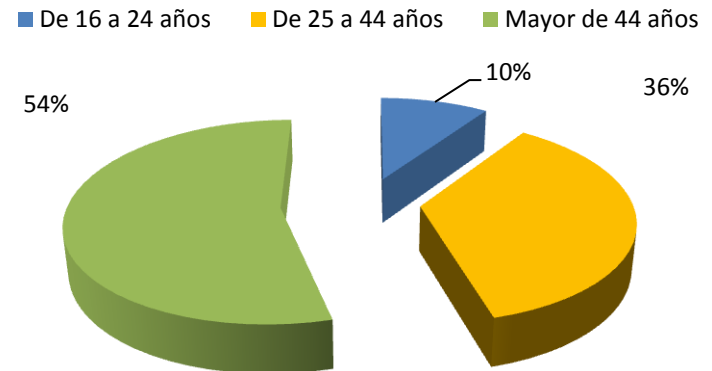
Fuente: FRONTUR-ISTAC

7. Perfil del turista alemán en Gran Canaria. 2015.

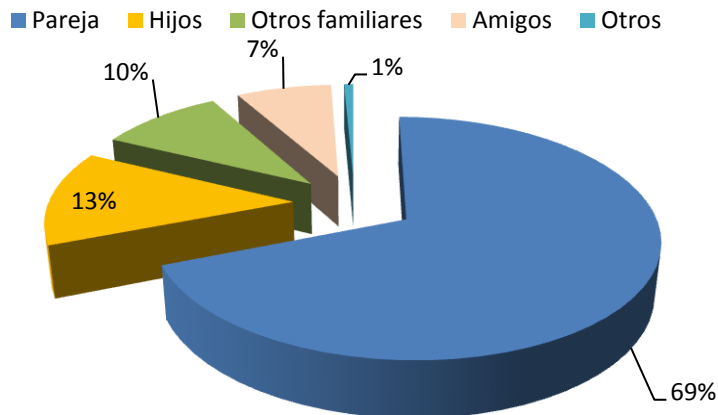
Turistas alemanes por género



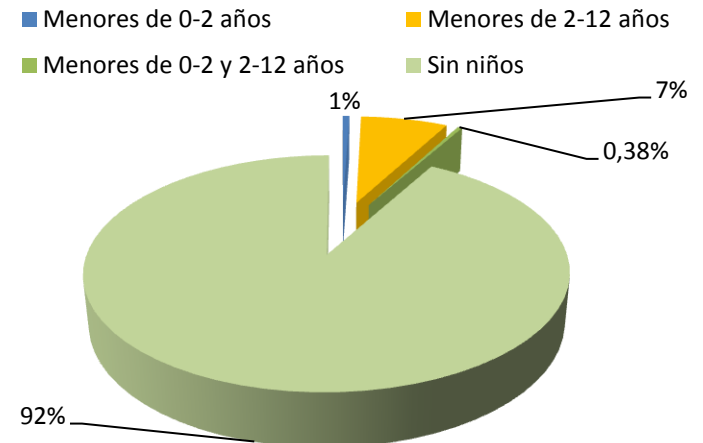
Turistas alemanes por edad



Turistas alemanes por tipología de acompañantes



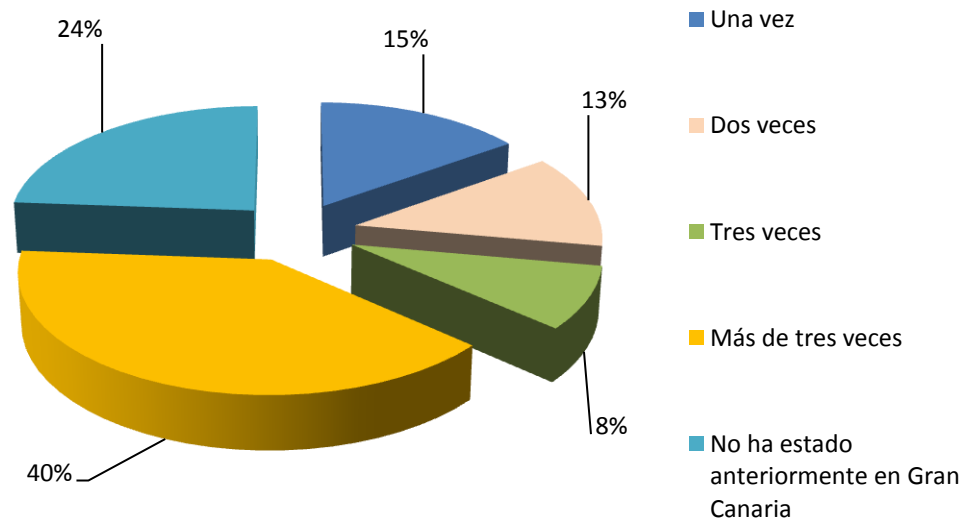
Turistas alemanes acompañados por menores



7. Perfil del turista alemán en Gran Canaria

NIVEL DE REPETICIÓN DEL VIAJE A GRAN CANARIA (2010-2015)

NÚMERO DE VIAJES	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Una vez	15,09%	17,22%	17,71%	15,91%	15,99%	15,23%
Dos veces	10,01%	10,83%	11,34%	11,77%	11,64%	12,63%
Tres veces	8,00%	7,10%	7,25%	8,60%	7,80%	8,61%
Más de tres veces	44,40%	35,87%	34,55%	36,24%	35,93%	39,06%
No ha estado anteriormente en Gran Canaria	22,50%	28,98%	29,16%	27,48%	28,65%	24,47%



Turistas alemanes en 2015, por repetición del viaje

7. Perfil del turista alemán en Gran Canaria

GASTO DEL TURISTA ALEMÁN EN GRAN CANARIA. 2015

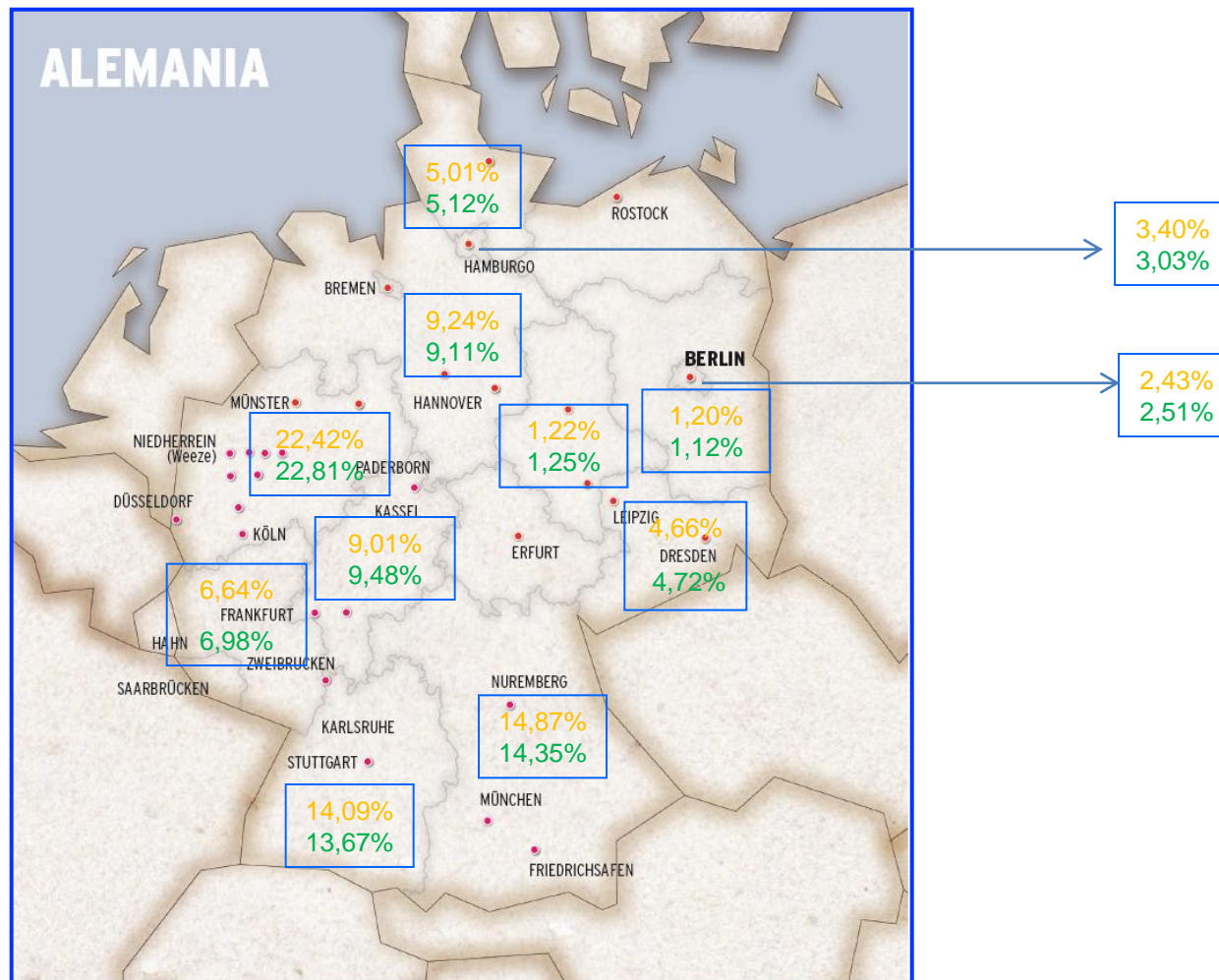
	GASTO TOTAL EN GRAN CANARIA. (€)			
	2014	2015	VARIACIÓN	VARIACIÓN (%)
TOTAL PAÍSES	3.959.354.946	4.434.353.778	474.998.832	12,00%
ALEMANIA	946.991.637	1.111.456.998	164.465.361	17,37%

		GASTO MEDIO POR VIAJE. (€)			
		2014	2015	VARIACIÓN	VARIACIÓN (%)
TOTAL PAÍSES	Total	1.107,26	1.187,49	80,23	7,25%
	En origen	738,85	822,31	83,46	11,30%
	En destino	368,41	365,18	-3,23	-0,88%
ALEMANIA	Total	1.289,14	1.338,44	49,30	3,82%
	En origen	961,09	1.022,56	61,47	6,40%
	En destino	328,05	315,88	-12,17	-3,71%

7. Perfil del turista alemán en Gran Canaria

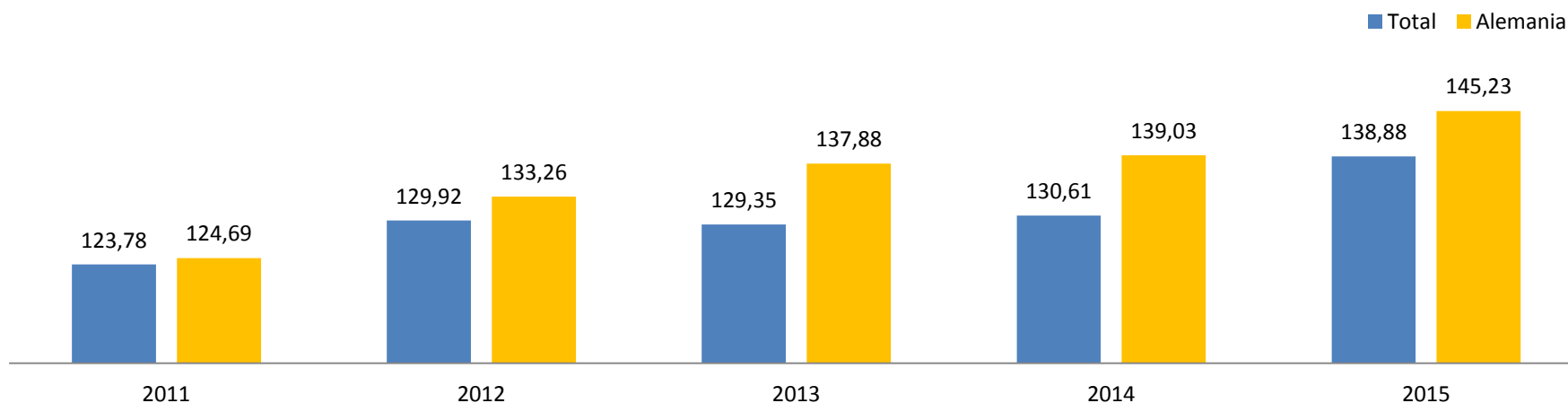
PORCENTAJE DE TURISTAS Y GASTO DEL TURISTA ALEMÁN EN GRAN CANARIA POR REGIONES. 2015

Turistas
Gasto

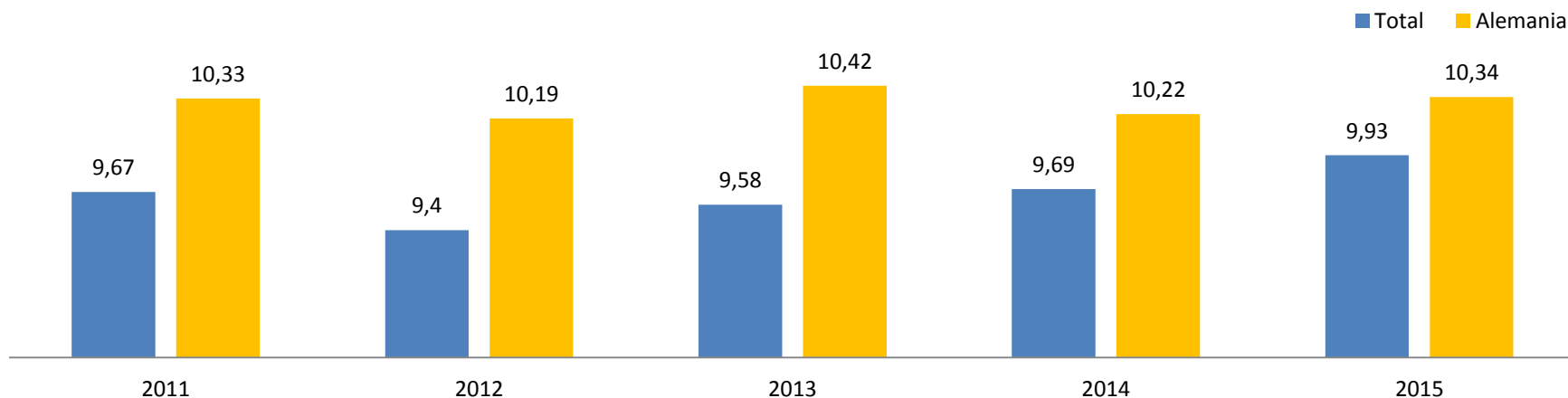


7. Perfil del turista alemán en Gran Canaria

EVOLUCIÓN DEL GASTO MEDIO DIARIO POR TURISTA ALEMÁN FRENTE AL TOTAL DE TURISTAS EN GRAN CANARIA (€)



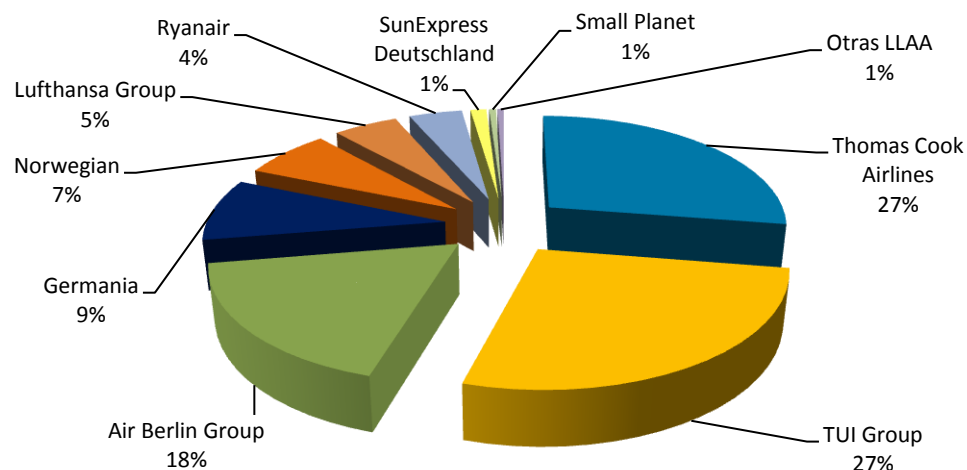
ESTANCIA MEDIA DE LOS TURISTAS ALEMANES FRENTE AL TOTAL DE TURISTAS EN GRAN CANARIA (días)



8. Conectividad aérea

PASAJEROS ALEMANES LLEGADOS A GRAN CANARIA. Compañías aéreas. 2015

	2014	2015	Var. total	Var. (%)
Thomas Cook Airlines	243.005	255.957	12.952	5,33%
TUI Group	230.137	251.596	21.459	9,32%
Air Berlin Group	188.905	166.889	-22.016	-11,65%
Germania	80.887	82.793	1.906	2,36%
Norwegian	63.602	65.482	1.880	2,96%
Lufthansa Group	44.639	47.757	3.118	6,98%
Ryanair	31.500	39.520	8.020	25,46%
SunExpress Deutschland	14.408	11.800	-2.608	-18,10%
Small Planet	-	5.024	-	-
Otras LLAA	25.232	4.560	-20.672	-81,93%
TOTAL	922.315	931.378	9.063	0,98%



Cuota de mercado. 2015

8. Conectividad aérea

CONEXIONES ALEMANIA– GRAN CANARIA

DICIEMBRE		
	2014	2015
Aeropuertos	18	21
Operaciones semanales	110	118
Plazas semanales	21.114	22.856

AGOSTO			
	2014	2015	2016
Aeropuertos	17	20	21
Operaciones semanales	61	63	78
Plazas semanales	12.491	12.954	15.504



Fuente: SRS Analyser. Los datos han sido seleccionados por semana tipo en cada mes.

8. Conectividad aérea

RANKING DE AEROPUERTOS DE ORIGEN. ALEMANIA-GRAN CANARIA 2015

	2014	2015	VARIACIÓN TOTAL	VAR.(%)
DUSSELDORF	156.668	162.508	5.840	3,73%
FRANKFURT	101.059	107.656	6.597	6,53%
MUNICH	99.238	103.184	3.946	3,98%
HAMBURGO	97.195	89.116	-8.079	-8,31%
HANNOVER	67.577	76.716	9.139	13,52%
COLONIA/BONN	76.857	73.034	-3.823	-4,97%
STUTTGART	56.558	61.108	4.550	8,04%
BERLIN /TEGEL	43.112	43.112	-	-
BERLIN /SCHOENEFELD	42.335	33.314	-9.021	-21,31%
NUREMBERG	30.268	29.509	-753	-2,49%
BREMEN	28.886	28.907	21	0,07%
LEIPZIG	30.473	28.463	-2.010	-6,60%
PADERBORN / LIPPSTADT	17.095	15.702	-1.393	-8,15%
KARLSRUHE	13.471	14.155	684	5,08%
WEEZE	12.634	13.322	688	5,45%
MUENSTER	13.489	10.369	-3.120	-23,13%
OTROS AEROPUERTOS	35.400	41.203	5.803	16,39%



GranCanaria