

**ITB 2009**

**situación y perspectivas del mercado**

**alemán en Gran Canaria**



## INDICE

## PÁGINA

Resultados

3

Los competidores

9

Situación y previsiones

15

- Económicas

16

- Turísticas

18

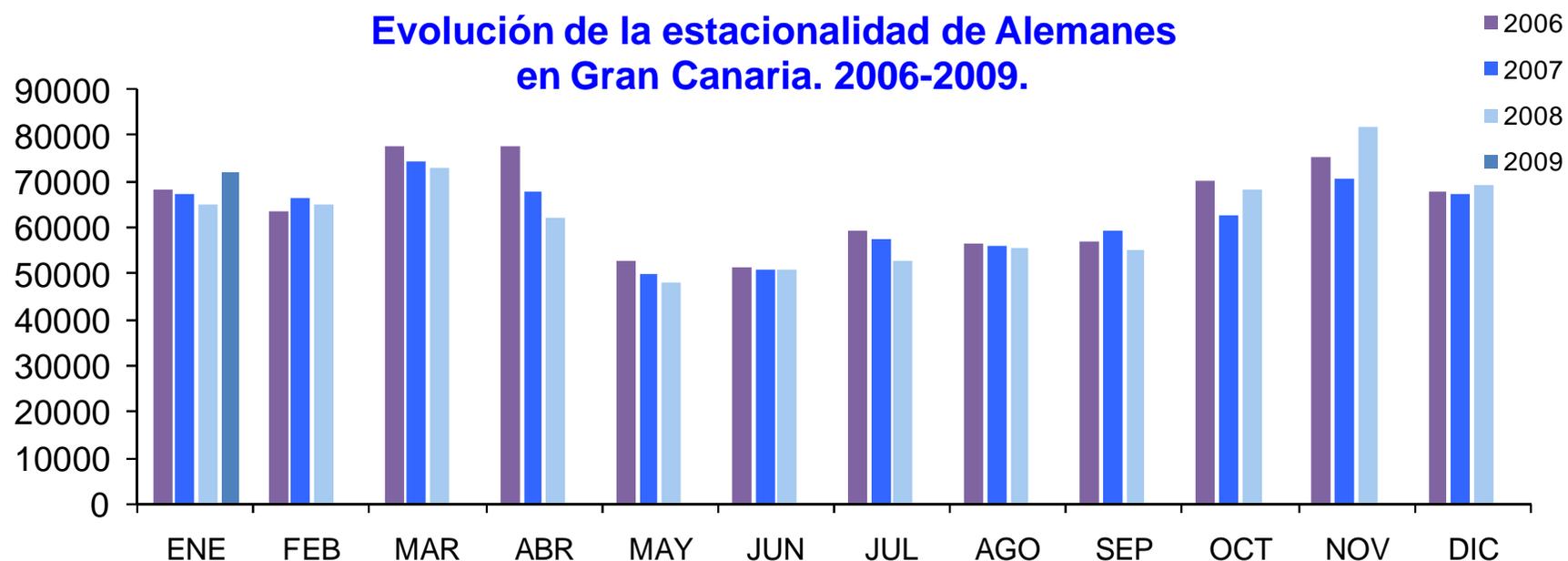


**GranCanaria**  
Patronato de Turismo

# Resultados

<b>RESULTADOS 2008. GRAN CANARIA. MERCADO ALEMAN Y TOTAL MERCADOS</b>		
<b>INDICADOR</b>	<b>MDO ALEMAN</b>	<b>TODOS LOS PAISES</b>
Turistas llegados	747.537 (-0,51%)	3.400.800 (-1,67%)
Cuota de mercado sobre total turistas Gran Canaria	21,98%	100%
Estancia media (2007)	11,49	10,06
Total gasto medio día (2007. €)	97,73	106,37
Gasto medio día en Gran Canaria (2007.€)	29,96	41,72
Índice de repetición (2007)	63,06 %	66,69%

### Evolución de la estacionalidad de Alemanes en Gran Canaria. 2006-2009.



#### EN TRADA DE TURISTAS ALEMANES EN GRAN CANARIA POR MESES

2003-2009

AÑO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL	VAR	VAR%
2003	68.409	71.341	85.845	74.621	54.624	50.756	59.894	68.676	56.933	71.548	75.856	63.900	802.403	-	-
2004	64.201	76.010	72.864	60.162	53.113	44.496	51.402	58.845	59.536	75.100	74.295	67.323	757.347	-45.056	-5,62%
2005	73.912	67.243	71.455	63.818	48.061	46.562	57.918	54.128	53.153	73.074	76.373	64.335	750.032	-7.315	-0,97%
2006	68.323	63.394	77.947	77.971	52.903	51.364	59.553	56.502	57.180	70.033	75.611	67.900	778.681	28.649	3,82%
2007	67.464	66.487	74.452	67.983	49.942	50.851	57.677	56.280	59.314	62.706	70.821	67.387	751.364	-27.317	-3,51%
2008	65.016	65.135	72.864	62.315	47.840	50.745	52.581	55.703	55.046	68.153	81.781	70.358	747.537	-3.827	-0,51%
2009	71.964														

Fuente: AENA. ISTAC.

**TURISTAS ALEMANES EN GRAN CANARIA. EVOLUCION EN EL ULTIMO AÑO.**

<b>PERIODO</b>	<b>AÑO ANTERIOR</b>	<b>AÑO ACTUAL</b>	<b>Var</b>	<b>Var %</b>
<b>INVIERNO 2007-2008</b>	<b>419.897</b>	<b>403.538</b>	<b>-16.359</b>	<b>-3,90%</b>
<b>VERANO 2008</b>	<b>336.770</b>	<b>330.068</b>	<b>-6.702</b>	<b>-1,99%</b>
NOVIEMBRE	70.821	81.781	10.960	15,48%
DICIEMBRE	67.387	70.358	2.971	4,41%
<b>AÑO 2008</b>	<b>751.364</b>	<b>747.537</b>	<b>-3.827</b>	<b>-0,51%</b>
ENERO	65.016	71.964	6.948	10,69%

## Llegada de turistas alemanes a Gran Canaria, por aeropuertos. 2007-2008.

AEROPUERTOS	2007	2008	Var total	Var %
DUSSELDORF	100.220	108.186	7.966	7,95%
FRANKFURT INTERNACIONAL	97.645	97.184	-461	-0,47%
HAMBURGO FUHLSBUETTEL	66.690	70.314	3.624	5,43%
MUNICH FRANZ JOSEF STRAUSS	76.944	65.612	-11.332	-14,73%
STUTTGART ECHTERDINGEN	62.733	58.864	-3.869	-6,17%
HANNOVER	52.938	53.047	109	0,21%
NUREMBERG	47.638	45.930	-1.708	-3,59%
COLONIA BONN	49.627	43.914	-5.713	-11,51%
BERLIN TEGEL	30.674	35.806	5.132	16,73%
LEIPZIG	24.770	30.330	5.560	22,45%
PADERBORN LIPPSTADT	24.469	25.659	1.190	4,86%
MUENSTER	19.718	20.447	729	3,70%
BREMEN	22.520	16.870	-5.650	-25,09%
DRESDEN	15.368	11.324	-4.044	-26,31%
BERLIN SCHOENEFELD	12.777	11.308	-1.469	-11,50%
KARLSRUHE-BADEN BAD SOELLINGEN	12.304	11.214	-1.090	-8,86%
ZWEIBRUCKEN	6.331	8.257	1.926	30,42%
FRIEDRICHSHAFEN	8.287	7.913	-374	-4,51%
DORTMUND	8.472	7.656	-816	-9,63%
MEMMINGEN ALLGAEU	1.319	7.003	5.684	430,93%
ERFURT	3.747	5.969	2.222	59,30%
SAARBRUECKEN ENSHEIM	4.204	2.301	-1.903	-45,27%
ROSTOCK-LAAGE LAAGE	1.969	1.288	-681	-34,59%
<b>TOTAL</b>	<b>751.364</b>	<b>747.537</b>	<b>-3.827</b>	<b>-0,51%</b>

**LINEAS AEREAS ALEMANAS. PASAJEROS TRANSPORTADOS A GRAN CANARIA. 2007-2008.**

<b>OPERADOR</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>Var total</b>	<b>Var %</b>
<b>TUI FLY</b>	304.483	262.308	-42.175	-13,85%
<b>Condor</b>	269.402	234.095	-35.307	-13,11%
<b>Grupo AirBerlin (AB+LTU+Belair)</b>	201.529	214.188	12.659	6,28%
<b>Hamburg International</b>	1.506	18.793	17.287	1147,88%

**Nota: se incluyen algunos vuelos con Austria y Suiza.**

**Fuente: AENA.**

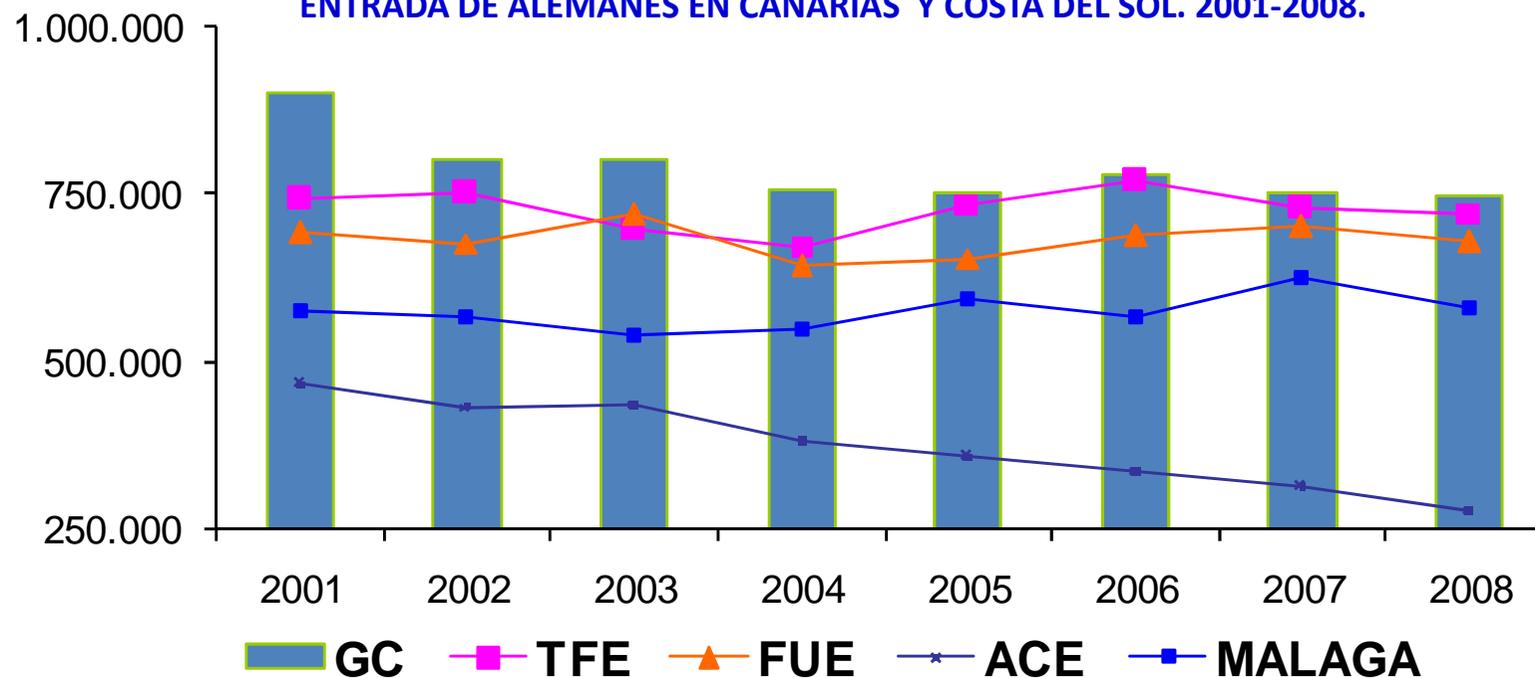


**GranCanaria**  
Patronato de Turismo

# Los competidores



**ENTRADA DE ALEMANES EN CANARIAS Y COSTA DEL SOL. 2001-2008.**



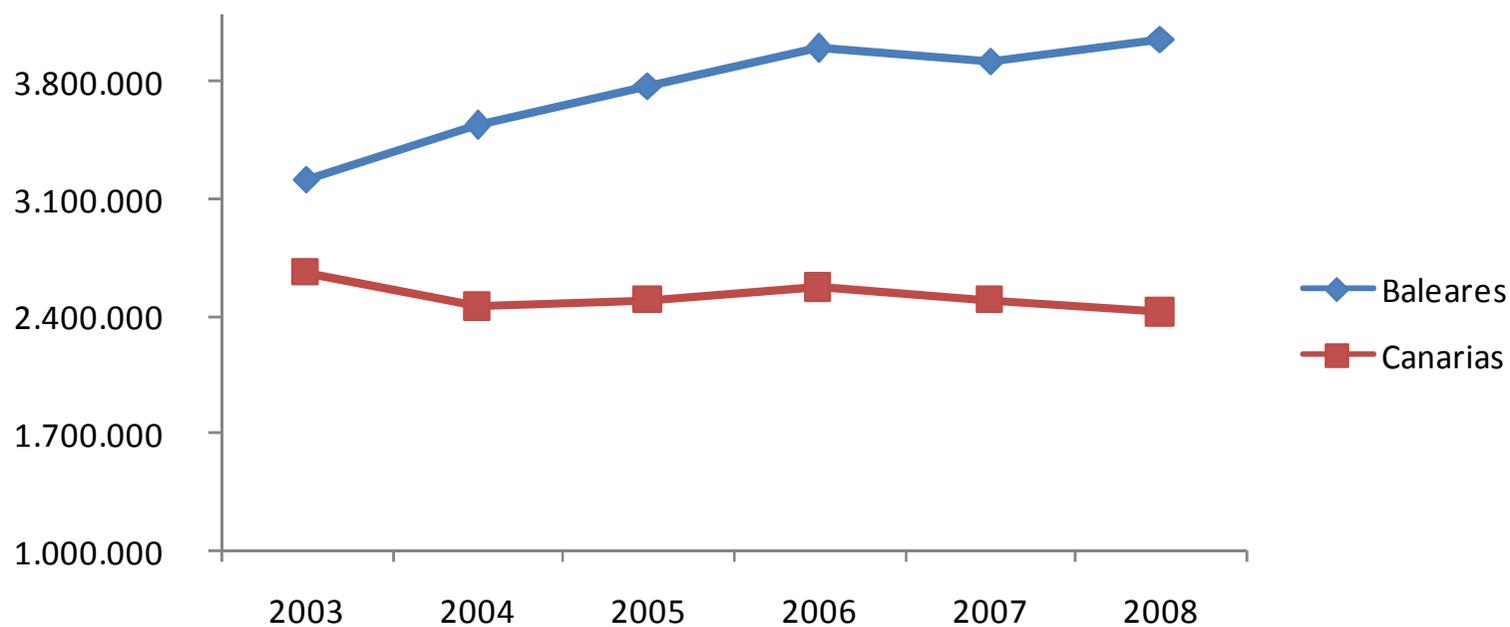
EN TRADA DE ALEMANES EN CANARIAS Y COSTA DEL SOL

AÑO	GC	TFE	FUE	ACE	MALAGA
2001	900.085	742.248	691.025	465.423	575.399
2002	800.111	751.319	676.154	433.003	567.856
2003	802.403	697.859	720.044	436.709	539.851
2004	757.347	671.942	643.234	382.306	550.548
2005	750.032	736.073	654.812	356.615	594.406
2006	778.683	769.252	689.188	336.839	564.653
2007	751.364	727.851	701.725	313.680	623.860
2008	747.869	721.794	677.745	278.117	579.244

FUENTE: AENA - Gobierno de Canarias. SOPDE Costa del Sol.



**Turistas alemanes en Baleares y Canarias. 2003-2008.**



<b>EL TURISTA ALEMAN EN ESPAÑA. AÑO 2008.</b>		<b>Total Viajeros</b>	<b>% Vertical</b>	<b>Tasa de Variación Interanual</b>	
		<b>10.780.419</b>	<b>100%</b>	<b>-0,5</b>	
<b>TIPOLOGIA</b>	Turistas	10.048.939	93,20%	-0,2	
	Excursionistas	731.480	6,80%	-4,1	
<b>MEDIO DE ACCESO</b>	Aeropuertos	9.237.600	91,90%	-0,1	
	Carreteras	755.201	7,50%	-1,6	
	Otros	56.138	0,60%	8,2	
	<b>COMUNIDAD DE DESTINO</b>	Balears (Illes)	4.067.960	40,50%	3,9
		Canarias	2.482.993	24,70%	-4
Cataluña		1.357.401	13,50%	0,1	
Andalucía		934.561	9,30%	-4,7	
Resto		1.206.024	12,00%	-1,8	

## ENCUESTA DE GASTO TURISTICO. ESPAÑA. RESULTADOS ENERO 2009.

En el mes de enero Canarias fue la primera comunidad receptora de gasto, recibiendo por parte de los turistas extranjeros un total de 868 millones de euros, un 1,5% más que en 2008. **El 29,4% de este gasto fue realizado por los turistas alemanes, los cuales aumentaron su gasto un 5,6% respecto al mismo mes de 2008.** El gasto medio por persona fue el mas elevado de entre las comunidades de destino principal, 1.109€, el cual aumentó considerablemente, un 9,6% respecto a enero de 2008. Por otro lado, el peso en esta comunidad del gasto en alojamiento hotelero representó aproximadamente el 80% del total y se mantuvo invariable respecto a enero de 2008.

**Los turistas alemanes realizaron un gasto total de 466 millones de euros, registrando un crecimiento del 7% en relación a enero de 2008, el más alto del mes, debido, entre otras razones, a estancias más largas.** El gasto medio por persona ascendió a 1.051€, un 15,4% más que en 2008, mientras el gasto medio diario, 89€, registró un descenso del 2,6%. **En este caso, Canarias concentró más del 54% del mismo,** seguido por Baleares (18,3%). Ambos destinos registraron subidas, si bien, fue el archipiélago balear el que más se benefició del crecimiento de este mercado.

**Viajeros en avión a diferentes destinos desde aeropuertos alemanes. Año 2008.**

<b>DESTINOS</b>	<b>AÑO 2008</b>	<b>AÑO 2007</b>	<b>Var. %</b>
<b>España</b>	10.843.398	10.950.645	-1,00%
<b>Canarias</b>	2.472.259	2.517.844	-1,80%
<b>Baleares</b>	4.119.314	4.163.455	-1,10%
<b>Grecia</b>	2.362.889	2.455.114	-3,80%
<b>Italia</b>	5.239.659	5.460.287	-4,00%
<b>Portugal</b>	1.242.801	1.195.377	4,00%
<b>Croacia</b>	585.192	551.173	6,20%
<b>Turquía</b>	5.086.047	4.986.589	2,00%
<b>Antalya</b>	2.343.180	2.333.258	0,40%
<b>Egipto</b>	1.334.268	1.261.728	5,70%
<b>Marruecos</b>	261.239	215.424	21,30%
<b>Túnez</b>	598.167	587.647	1,80%
<b>Sudáfrica</b>	401.485	393.650	2,00%
<b>USA</b>	4.873.849	483.659	0,80%
<b>Rep. Dominicana</b>	234.254	243.745	-3,90%
<b>Cuba</b>	111.419	107.099	4,00%
<b>Tailandia</b>	586.406	584.323	0,40%

**Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadísticas. – febrero 2009**



**GranCanaria**  
Patronato de Turismo

# situación y previsiones del mercado

<b>Previsiones económicas</b>			
<b>Indicador</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009*</b>
<b>Evolución PIB (dif. año anter.)</b>	2,5%	1,3%	-2,3%
<b>Tasa de paro (media)</b>	8,7%	7,8%	8,4%
<b>IPC</b>	2,0%	2,6%	0,8%

<b>INDICADORES</b>	
<b>Población (millones)</b>	82,22 (2007). Previsión 2010: 81,89. Previsión 2020: 80,06
<b>PIB per cápita</b>	36447,016 US\$ (2009 +2,98%)
<b>Días no laborables</b>	28-30 días
<b>Volumen viajes al exterior</b>	62,9 millones(2007)
<b>Intensidad viajera</b>	74,8% de los alemanes hicieron un viaje vacacional de 5 ó más días

Fuentes: Of.Fed.de Estadísticas, Gobierno e Institutos Económicos. \*Estimación febrero 2009. FVW.

## NOTICIAS ECONOMICAS



**Los consumidores alemanes no se dejan asustar por la crisis financiera.** La baja tasa inflacionista y la subvención por la compra de nuevos automóviles continúan impulsando el clima consumista. El índice del instituto GfK que mide el consumo volvió sorprendentemente a ser positivo en el mes de febrero (2,3) y en su pronóstico del mes de marzo (2,6). Con estos datos, el consumo continúa en valores claramente por encima de los del año pasado y se perfilan como un dato capaz de contener la caída de la coyuntura económica, todo dependerá en gran parte si la crisis financiera no se transforma en una crisis de empleo.

**La inflación vuelve a subir en Alemania** en el mes de febrero en torno al 1% en comparación con febrero 2008 y un 0,6% en comparación con el mes anterior. La razón principal a esta ligera subida hay que encontrarla en el aumento de los precios de paquetes turísticos.

**El índice ZEW crece fuertemente.** Los analistas del ZEW (Centro para Investigación Económica Europea de Mannheim) son optimistas. El barómetro ZEW de expectativas coyunturales mejoró claramente, por cuarta vez consecutiva, en febrero para situarse en -5,8 puntos. La coyuntura del país presenta signos decrecientes, sin embargo es de esperar que alcance su punto más bajo en los próximos meses para en la segunda mitad de 2009 volver a empezar a crecer.

**DIW pronostica descensos continuados del PIB** .La economía alemana, según el Instituto Alemán para Investigación de la Economía (DIW), continuará en el primer trimestre 2009 en recesión. El DIW pronostica un descenso del 1,4% del PIB alemán para el trimestre enero-marzo 2009 en comparación con el último trimestre 2008 (oct-dic) y de un 4,5% en comparación con el primer trimestre 2008 (ene-marz), el decremento más fuerte desde la creación de la República Federal.

## **TURISMO. CLAVES Y TENDENCIAS PARA EL VERANO 2009**

•**TUI Fly reorganiza fuertemente su plan de vuelos en rutas vacacionales.** El objetivo, según TUI, es mejorar las ocupaciones y mantener la estabilidad de los precios. Aún se desconoce si la compañía restará capacidades del mercado y hacia que destinos. La reorganización podría afectar a 75 frecuencias aéreas con salida desde Alemania.

•**Rewe se interesa por la compra de Thomas Cook.** La Junta Directiva del Grupo Rewe, reconoce por primera vez oficialmente su interés en una adquisición de Thomas Cook. Sin embargo, reconoce que Thomas Cook no está oficialmente en venta y que de momento no hay conversaciones con Arcandor, empresa propietaria de Thomas Cook. Se estima que Rewe podría adquirir fácilmente, sin miedo a barreras financieras, Thomas Cook. Rewe se encuentra en una inmejorable posición para expandirse. El consorcio registró en 2008 los mejores resultados de su historia: +12% en facturación hasta los 36.000 mill de euros.

•**Schauinsland adquiere para su programa más hoteles en primera línea.** A pesar de la crisis, Schauinsland continúa con su imparable crecimiento y sus reservas de verano crecen espectacularmente. Para verano 2009, el T.O. adquiere a posteriori en las últimas semanas 50 nuevos alojamientos para su programa en primera línea en Canarias, Mallorca, Korfú, Turquía y Egipto.

## **TURISMO. CLAVES Y TENDENCIAS PARA EL VERANO 2009**

- **Los TT.OO. amplían continuamente las fechas límite para reservar con antelación.** Ejemplo: TUI (a mediados de febrero amplía hasta final de abril su early booking para el verano 2009).
- **Ventas Verano 2009:** De los grandes TT.OO, sólo Rewe Touristik muestra crecimientos. TUI señala una caída de las reservas del 13% y Thomas Cook en torno al 20%.
- La preocupación y el temor a una guerra de precios crece cada día. Lo que no se haya vendido hasta final de marzo, se sacará con toda seguridad a través de oferta.
- **Venta Air Berlin.** Tras la salida de un inversor ruso de Air Berlín vuelven a aflorar las especulaciones sobre una posible adquisición de la L.A. por parte de algún gran competidor europeo. Como candidatos para una hipotética compra suenan Air France-KLM y Easyjet, que no confirman los rumores. La capitalización de AB en la bolsa es actualmente de solo 260 mill de euros.
- **Nace Byebye.** Nace el touroperador virtual de Alltours, Byebye, que en principio solo es reservable en el sistema TOMA. Para el primer año estiman ganar 100.000 clientes que a medio plazo deberían convertirse en 500.000. Heinz Bauermeister dirige el nuevo T.O. de Alltours . El principal problema de Byebye ha estado en las trabas técnicas del sistema de reservas y de la propia web.

## **TURISMO . CLAVES Y TENDENCIAS PARA EL VERANO 2009**

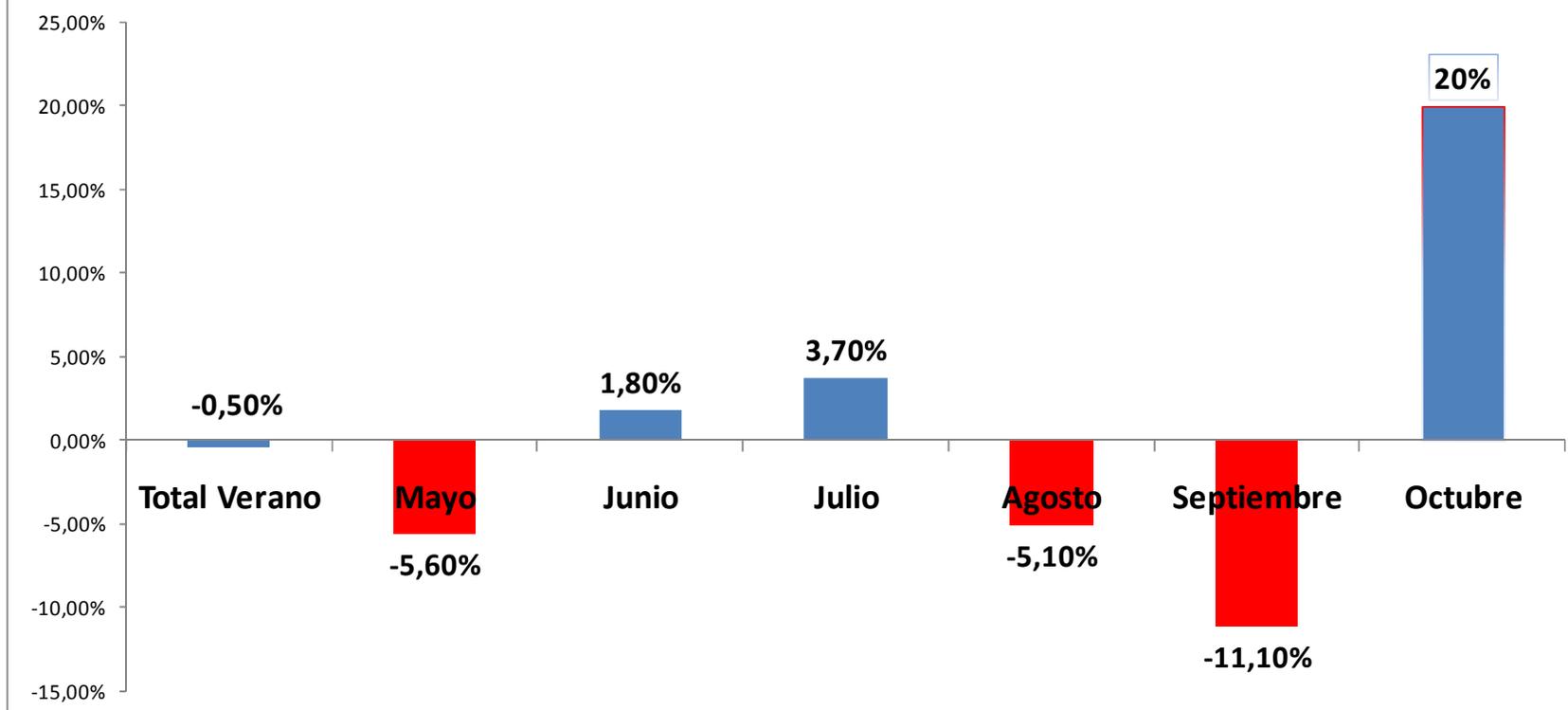
### **COMPETIDORES**

- Aunque la demanda a España desde Alemania seguirá siendo potencialmente elevada, Turquía y los destinos de larga distancia (EE.UU., Canadá, Rep.Dominicana, Cuba) experimentarán los mayores crecimientos.
- La República Dominicana invierte y eleva un 30% su presupuesto promocional, Egipto reduce tasas aeroportuarias, Túnez presenta su nueva web [www.tunesien.info](http://www.tunesien.info) y eleva en un millón de euros su presupuesto en Alemania, Grecia eleva un 50% sus presupuesto publicitario global con especial incidencia en el mercado alemán, España realiza una fuerte campaña de marketing en Alemania, Baleares contrata a Rafael Nadal como nueva imagen del destino...

### **TENDENCIAS DE LA DEMANDA**

- Renacer del paquete turístico, con más fuerza aún en el caso de “todo incluido”.
- Marcada polarización en los tipos de viaje: destaca la demanda de viajes de lujo y de viajes muy económicos, mientras que el viaje medio tiende a desaparecer.
- El cliente se vuelve más individual a la hora de comunicar sus intenciones y deseos viajeros y demanda flexibilidad.

**Volumen de negocio de las AAVV alemanas en reservas para Verano  
2009, por mes de realización del viaje  
(Reservas realizadas en el último trimestre 2008)**



Fuente: GfK Marketing Services y FVW (Base: reservas en 1.200 AA.VV. representativas) – enero 2009.

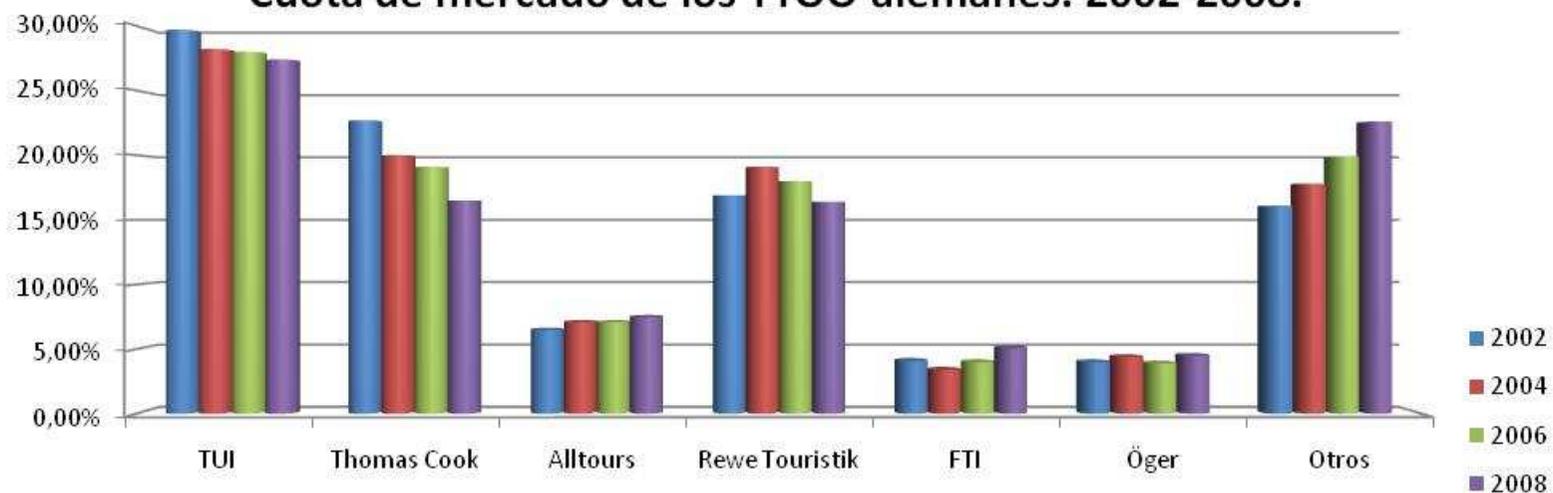
## Valoración en Alemania de las fuentes de información sobre viajes

Fuentes de información	Búsqueda del mejor precio	Credibilidad	Motiva a viajar
Reportajes TV/Prensa	12%	9%	<b>36%</b>
Guías turísticas	13%	14%	25%
Ferias de viajes	13%	3%	23%
Informaciones de familiares/amigos	17%	<b>35%</b>	19%
Plataformas online de opinión/valoración	19%	11%	6%
AA.VV.	26%	13%	15%
Catálogo TT.OO.	26%	8%	30%
Portales de viaje	33%	6%	12%
Webs de TT.OO.	34%	8%	13%
Plataformas de comparativa de precios	<b>36%</b>	7%	5%

Fuente: Reiseanalyse online – RA 2008 (F.U.R.)



**Cuota de mercado de los TTOO alemanes. 2002-2008.**



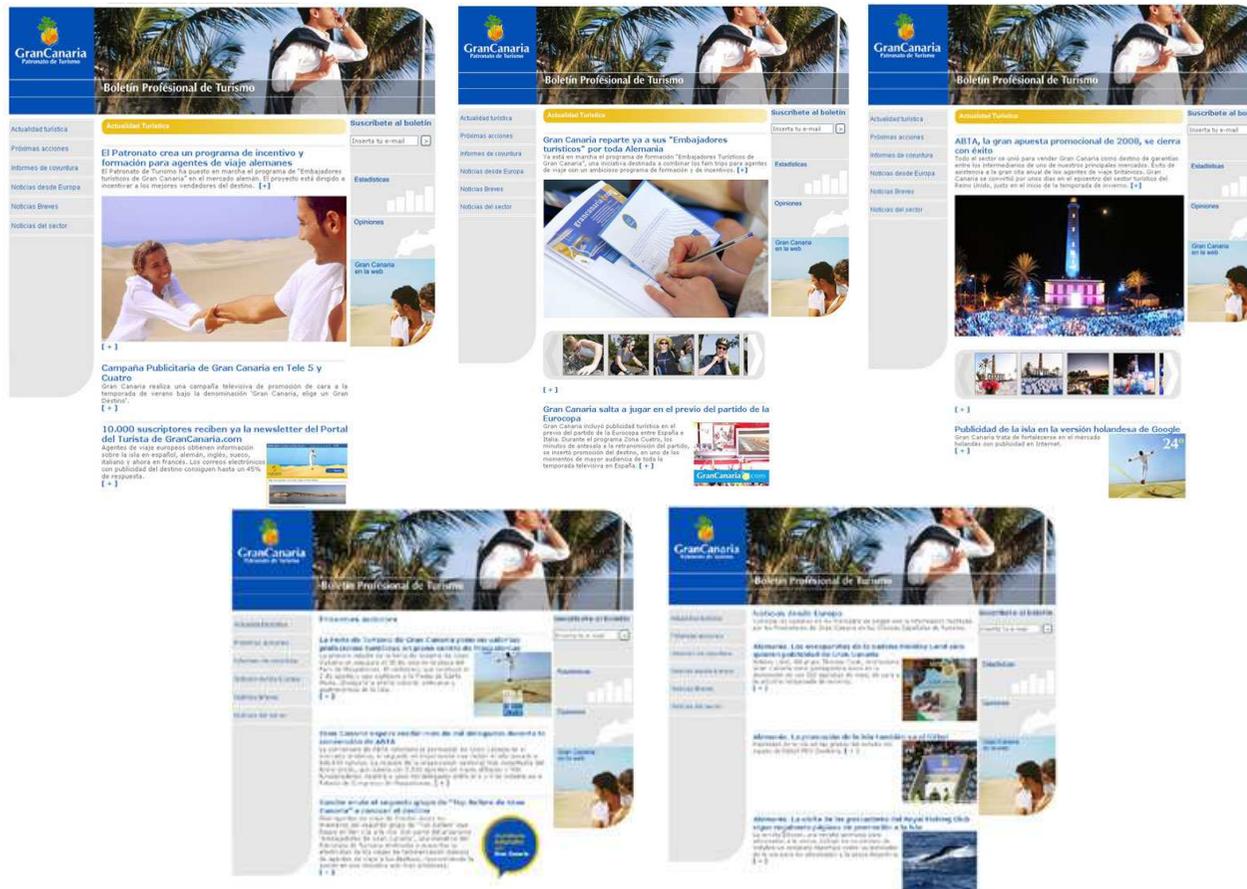
	TUI	Thomas Cook	Alltours	Rewe Touristik	FTI	Öger	Otros
2002	29,70%	22,70%	6,50%	16,90%	4,10%	4,00%	16,10%
2004	28,20%	20,00%	7,10%	19,10%	3,40%	4,40%	17,80%
2006	28,00%	19,10%	7,10%	18,00%	4,00%	3,90%	19,90%
2008	27,40%	16,50%	7,50%	16,40%	5,10%	4,50%	22,60%

## **PREVISIONES ACTIVIDAD TURISTICA ALEMANIA 2009**

-El renombrado profesor e investigador de mercado turístico, Martin Lohmann (autor junto con Peter Aderhold del FUR Reiseanalyse), asegura que la crisis económica afectará mínimamente a la demanda vacacional en Alemania. Un 75% de los alemanes ya han pensado sobre sus planes de vacaciones en 2009, 22% de los alemanes planifican en 2009 incluso más viajes que en 2008, 21% pretenden viajar menos. Los datos en general muestran un equilibrio.

-En cuanto al gasto, el comportamiento va en la línea de los datos sobre viajes planeados: un 75% pretende, a pesar de la crisis, gastar más en vacaciones, mientras que el resto tiene intención de ahorrar. Si este año hubiese descensos, serían más bien en viajes vacacionales adicionales o en viajes cortos o en el gasto por persona y viaje. Estas estimaciones coinciden con las del Profesor Horst Opaschowski, responsable del Estudio sobre Investigación del Tiempo Libre (BAT), que en general es más pesimista. Lohmann observa tres tendencias claras para 2009: 1.- reservas que se retrasan y más atención al precio; 2.- a medio plazo, estancamiento o ligero descenso en la gama alta de viajes; 3.- no todas las empresas y destinos turísticos sufrirán igual con la crisis, sino especialmente aquellos que ya tienen problemas con factores importantes como la accesibilidad del transporte, el atractivo de imagen o el precio.

# Boletín Profesional de Turismo de Gran Canaria



Un canal para poner al sector turístico de la isla en primer plano.

Una Newsletter para los profesionales del destino Gran Canaria

Si desea recibirlo, envíe un mail solicitándolo a

[infoturismo@grancanaria.com](mailto:infoturismo@grancanaria.com)

o simplemente facilítenos su tarjeta de contacto.