

ITB 2013

Situación actual y previsiones del mercado alemán

Patronato de Turismo de Gran Canaria

1. Situación general de la economía alemana	3
2. Situación del sector turístico alemán	4
3. Evolución del turismo alemán en Gran Canaria y resto de Islas	7
4. Conectividad aérea	12
5. Perfil del cliente alemán en Gran Canaria	14
6. Noticias del sector y operadores	17

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

Fuente: Comisión Europea. Previsiones económicas de Invierno.

- Para 2013 el PIB se revisa una vez más a la baja (pronóstico actual: +0,5%) ante lo que se prevé un año difícil, aunque de transición.
- Los diversos institutos económicos descartan que la situación de incertidumbre vaya a prolongarse excesivamente en el tiempo y la mayoría ya pronostica un 2014 de significativo crecimiento.
- Se confía en el sector exterior como clave para el dinamismo de la economía y de la inversión, aunque, en el plano del mercado laboral, 2013 será un año de estancamiento en la creación de empleo.
- A pesar de ello, se deposita una gran confianza en el consumidor alemán que, descargado de varios impuestos hasta ahora existentes, verá como los salarios se incrementan una media del 3% en 2013 gracias a las negociaciones llevadas a cabo por los sindicatos a lo largo de 2012.

SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO ALEMÁN.

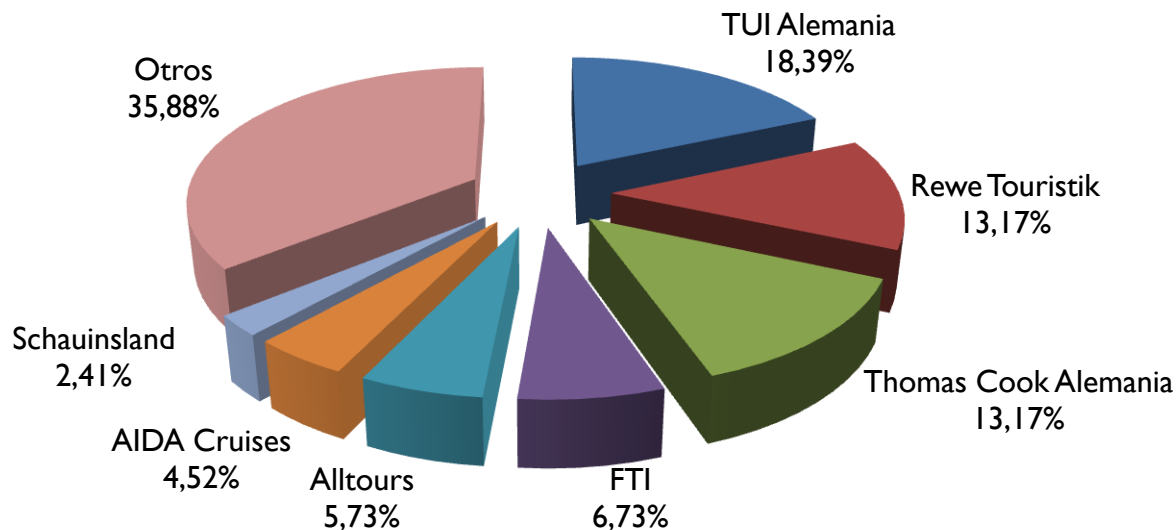
Salidas de pasajeros desde aeropuertos alemanes hacia diversos destinos. Comparativo 2011-2012.

DESTINOS	PASAJEROS ENE-DIC 2012	PASAJEROS ENE-DIC 2011	VARIACIÓN (%)
○ ESPAÑA	10.924.901	10.975.147	-0,5
▪ Solo Baleares	4.247.975	4.171.319	1,8
▪ Solo Canarias	2.612.813	2.684.551	-2,7
• Solo Gran Canaria	779.675	816.564	-4,5
○ ITALIA	5.504.665	5.560.210	-1,0
○ GRECIA	2.007.953	2.253.279	-10,9
▪ Solo Islas Griegas	968.413	1.126.063	-14,0
○ PORTUGAL	1.396.079	1.316.084	6,1
○ CHIPRE	204.112	190.288	7,3
○ TURQUÍA	6.782.026	6.418.805	5,7
▪ Solo Antalya	3.118.213	3.017.064	3,4
○ TÚNEZ	1.248.234	1.010.964	23,5
○ EGIPTO	495.522	343.966	44,1
○ MARRUECOS	286.629	318.093	-9,9
○ EE.UU.	4.994.991	4.902.054	1,9
○ BRASIL	431.860	392.552	10,0
○ TAILANDIA	458.698	539.930	-15,0
○ CHINA	1.219.511	1.245.514	-2,1
○ E.A.U.	1.500.594	1.184.371	26,7
○ OTROS DESTINO EXTR.	38.065.043	37.269.337	2,1
○ TOTAL DESTINOS EXTRANJ.	77.302.034	75.225.253	2,8

Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadísticas.

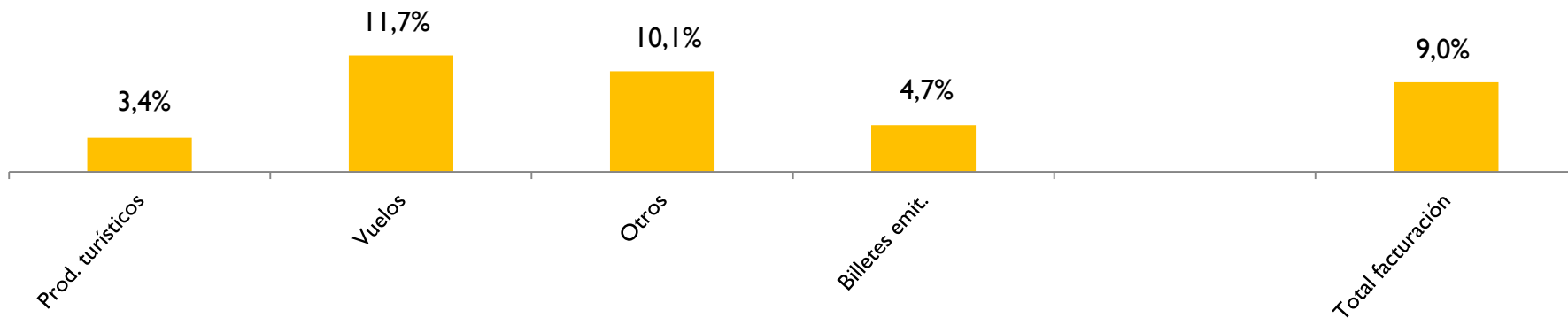
SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO ALEMÁN

Cuota mercado TT.OO. en Alemania 2011/2012 (por facturación)



Fuente: FVW.

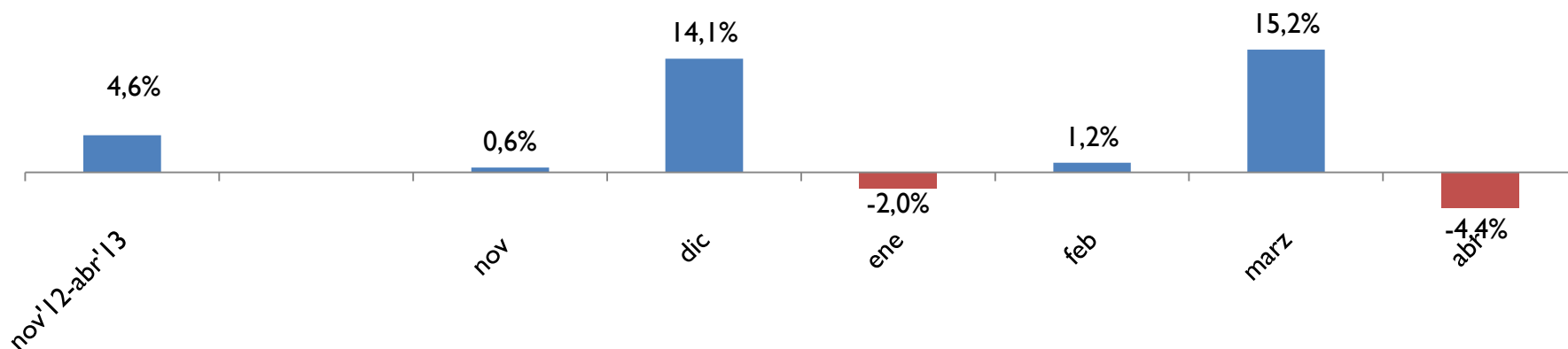
Facturación y billetes emitidos por AA.VV. alemanas por área de negocio (ene-dic 2012 en comp. con año anterior)



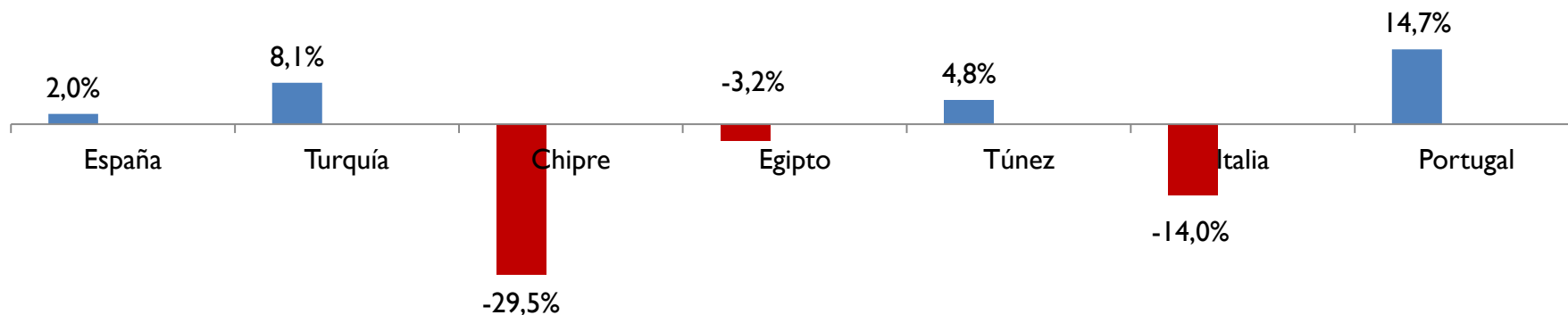
Fuente: Tats-Reisebüro-Spiegel y FVW

SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO ALEMÁN

Facturación AA.VV. alemanas para invierno 2012/13 por mes de realización del viaje (reservas hasta diciembre 2012)



Evol. Facturación AA.VV. alemanas para inv' 12/13
(reservas hasta diciembre 2012)



Fuente: GfK Retail and Technology

EVOLUCIÓN DEL TURISMO ALEMÁN EN GRAN CANARIA Y RESTO DE ISLAS

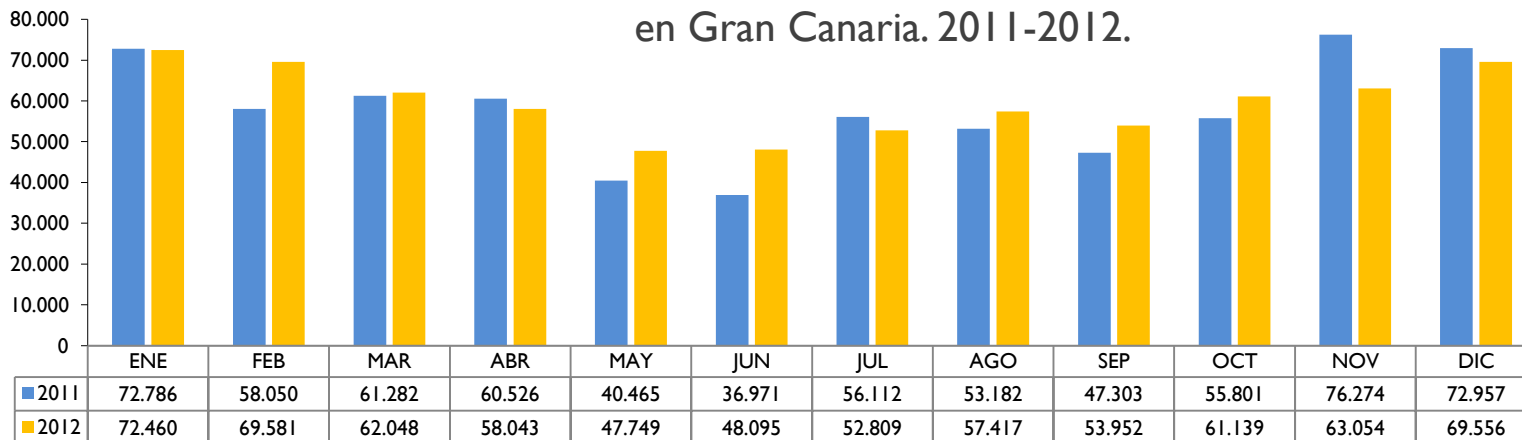
○ Llegada de turistas alemanes a Canarias. 2012.

Alemanes	Gran Canaria	Fuerteventura	Lanzarote	Tenerife	La Palma	Canarias
Total	715.903	675.822	302.313	734.543	76.210	2.542.850
Var Total	24.194	-9.378	-28.668	70.289	4.487	62.723
Var %	3,50%	-1,37%	-8,66%	10,58%	6,26%	2,53%

○ Llegada de turistas alemanes a Gran Canaria. 2011-2012.

Periodo	Total Turistas	Variación absoluta	Variación porcentual
Invierno 2011-2012	411.363	25.413	6,58%
Verano 2012	321.161	31.327	10,81%
Año 2012	715.903	24.194	3,50%

Evolución de la estacionalidad de turistas alemanes en Gran Canaria. 2011-2012.



Fuente: ISTAC

EVOLUCIÓN DEL TURISMO ALEMÁN EN GRAN CANARIA Y RESTO DE ISLAS

- Gasto del turista alemán en Gran Canaria. 2012. (€).

GASTO TOTAL. GRAN CANARIA 2012 (€).

	2012	2011	Variación	Variación (%)
Alemania	880.367.546,26	823.739.647,00	56.627.899,26	6,87%
TOTAL PAÍSES	3.621.227.435,70	3.504.268.957,00	116.958.478,70	3,34%

GASTO MEDIO

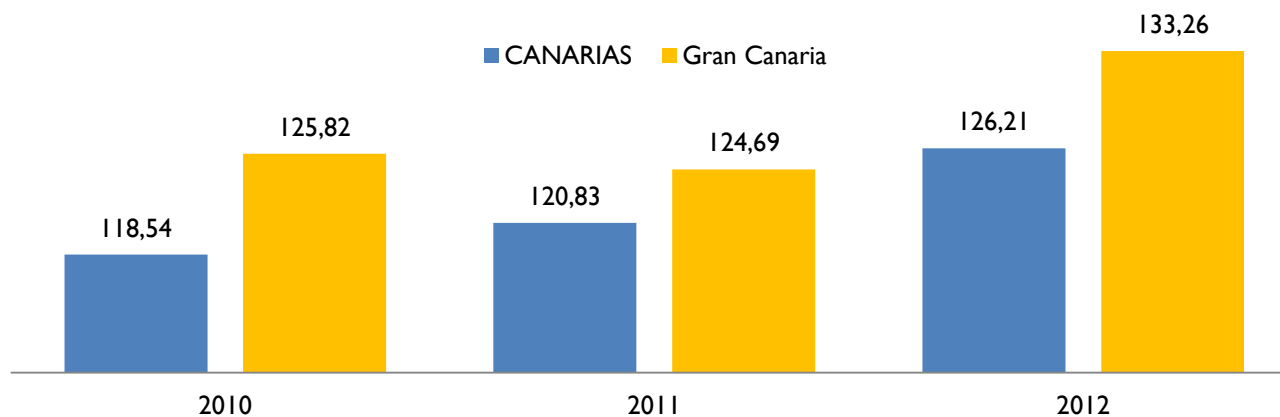
	TOTAL PAÍSES	Alemania
TOTAL	1.094,46	1.229,05
EN ORIGEN	748,39	913,7
EN GRAN CANARIA	346,07	315,35
Alojamiento	30,33	22,57
Transporte público	15,52	11,72
Alquiler de vehículos	9,71	12,52
Compras alimenticias en supermercados	69,22	52,42
Restaurantes	97,29	70,92
Souvenirs	60,06	62,92
Ocio	39,4	48,07
Otros conceptos	24,54	34,21

EVOLUCIÓN DEL TURISMO ALEMÁN EN GRAN CANARIA Y RESTO DE ISLAS

- Gasto medio por turista alemán Canarias-Gran Canaria. 2012. (€).

	VALOR		DIFERENCIA		DIFERENCIA (%)	
	Canarias	Gran Canaria	Canarias	Gran Canaria	Canarias	Gran Canaria
TOTAL	1.216,05	1.229,05	33,56	52,00	2,84%	4,42%
EN ORIGEN	940,45	913,7	41,86	46,24	4,66%	5,33%
EN GRAN CANARIA	275,6	315,35	-8,30	5,77	-2,92%	1,86%
Alojamiento	25,86	22,57	-6,43	-6,09	-19,91%	-21,25%
Transporte público	8,66	11,72	-1,04	-2,46	-10,72%	-17,35%
Alquiler de vehículos	18,53	12,52	-1,89	-0,21	-9,26%	-1,65%
Compras alimenticias en supermercados	40,1	52,42	-5,95	1,79	-12,92%	3,54%
Restaurantes	55,43	70,92	-1,32	-0,75	-2,33%	-1,05%
Souvenirs	57,23	62,92	5,99	4,84	11,69%	8,33%
Ocio	44,72	48,07	0,73	0,89	1,66%	1,89%
Otros conceptos	25,07	34,21	1,60	7,76	6,82%	29,34%

Gasto medio diario del turista alemán (€).

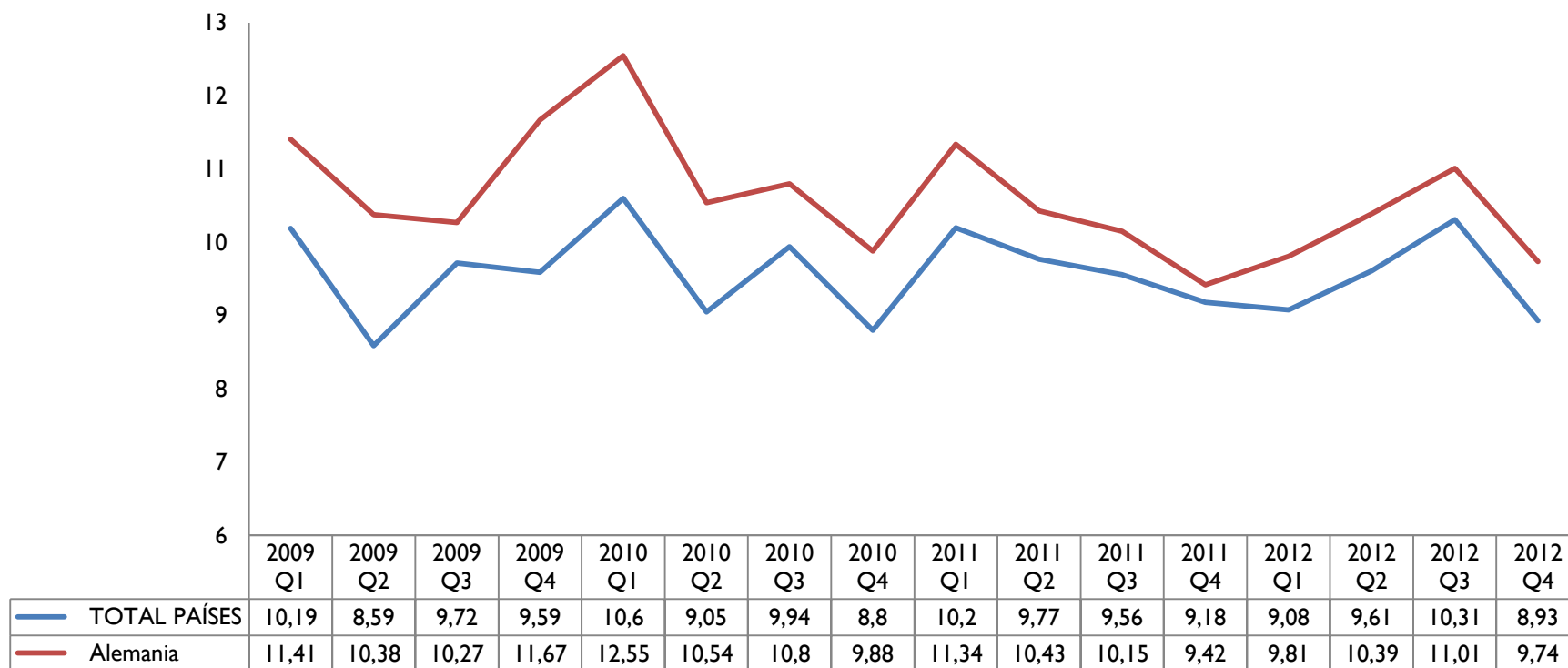


Fuente: ISTAC

EVOLUCIÓN DEL TURISMO ALEMÁN EN GRAN CANARIA Y RESTO DE ISLAS

○ Evolución de la estancia media en Gran Canaria

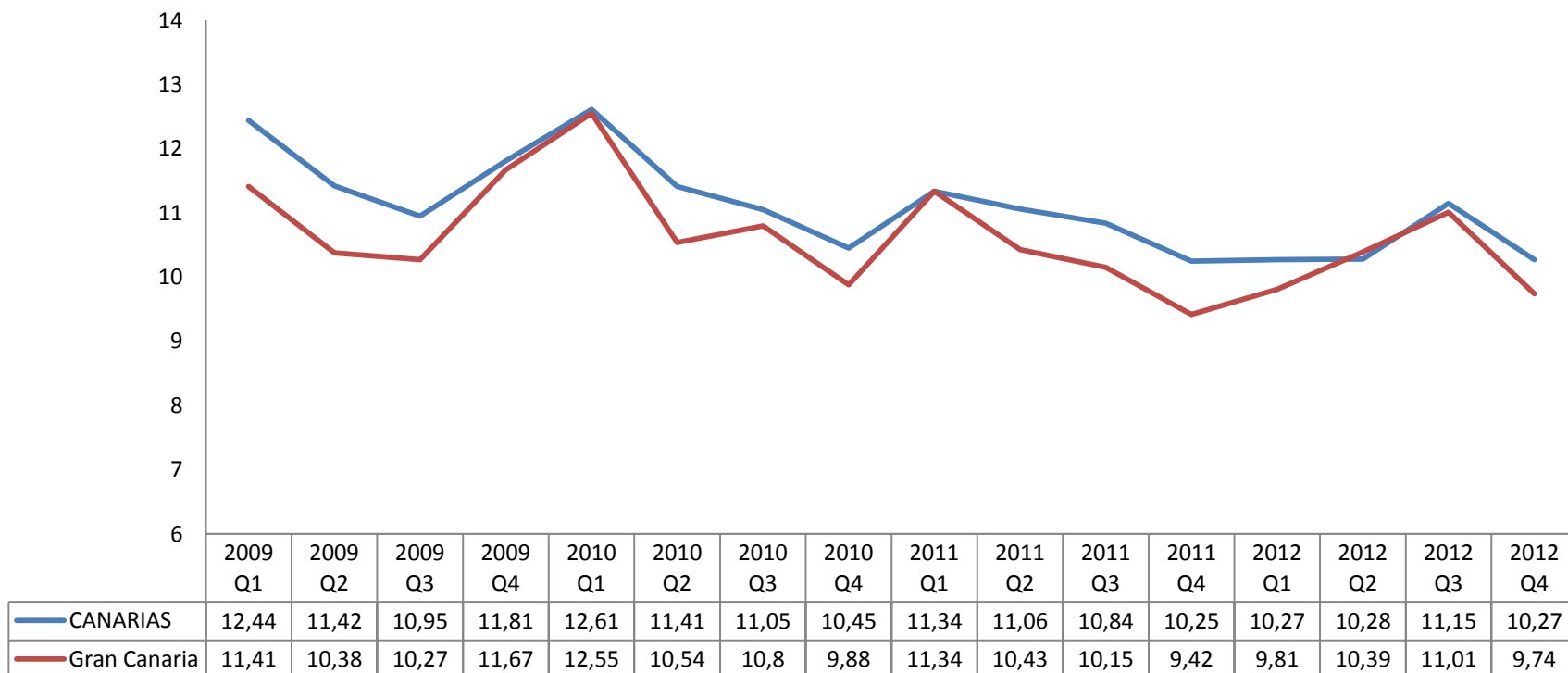
	2009	2010	2011	2012
TOTAL PAÍSES	9,79	9,62	9,63	9,40
Alemania	11,41	11,04	10,31	10,19



Fuente: ISTAC

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

	2009	2010	2011	2012
MEDIA ALEMANES CANARIAS	11,73	11,4	10,86	10,48
MEDIA ALEMANES GRAN CANARIA	11,41	11,04	10,31	10,19



Fuente: ISTAC

- Pasajeros llegados desde Alemania a Gran Canaria. Evolución.

Periodo	Dato	Var Total	Var %
Verano 2011	342.976	36.344	11,85%
Invierno 2011-2012	448.763	28.858	6,43%
Año 2011	816.564	126.035	18,25%
Verano 2012	327.496	-15.480	-4,51%
Año 2012	779.675	-36.889	-4,52%
Enero 2013	70.458	-11.190	-13,71%

- Viajeros alemanes llegados a Gran Canaria, por línea aérea. 2011-2012(*).

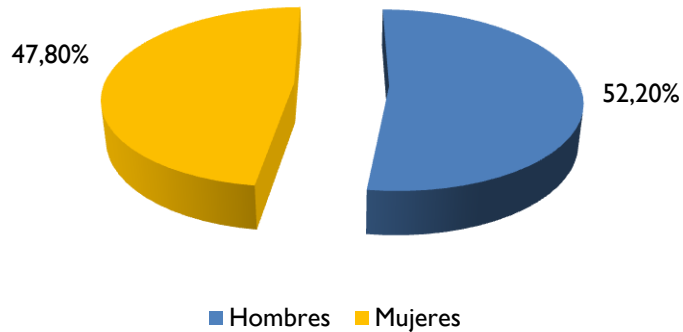
	2011	2012	Var Total	Var %
TUI FLY	292.330	286.734	-5.596	-1,91%
CONDOR FLUGDIENST	216.938	217.259	321	0,15%
AIR BERLIN (con NIKI)	266.077	258.593	-7.484	-2,81%
GERMANIA	34.880	22.106	-12.774	-36,62%
GERMANWINGS	3.851	4.446	595	15,45%
XL AIRWAYS	8.999	8.574	-425	-4,72%
HAMBURG	1.047	15.080	14.033	1340,31%
GERMAN SKY AIRLINES	3.280	3.766	486	14,82%

- Pasajeros llegados desde Alemania a Gran Canaria, por aeropuerto de origen. 2011-2012.

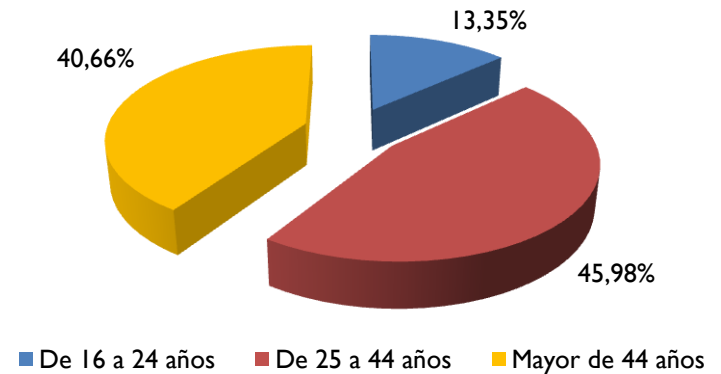
AEROPUERTOS	2011	2012	Var total	Var %
DUSSELDORF	121.529	127.283	5.754	4,73%
FRANKFURT/INTERNACIONAL	90.825	83.138	-7.687	-8,46%
HAMBURGO/ FUHLSBUETTEL	77.153	80.207	3.054	3,96%
STUTTGART/ ECHTERDINGEN	58.740	63.923	5.183	8,82%
MUNICH /FRANZ JOSEF STRAUSS	58.465	63.723	5.258	8,99%
HANNOVER	59.789	61.593	1.804	3,02%
COLONIA/BONN	54.128	48.080	-6.048	-11,17%
NUREMBERG	38.230	26.564	-11.666	-30,52%
BERLIN /TEGEL	42.976	37.147	-5.829	-13,56%
NIEDERRHEIN	25.580	17.955	-7.625	-29,81%
FRANKFURT /HAHN	18.492	14.524	-3.968	-21,46%
PADERBORN / LIPPSTADT	26.537	19.688	-6.849	-25,81%
LEIPZIG	20.521	22.341	1.820	8,87%
MUENSTER	19.108	19.877	769	4,02%
BERLIN /SCHOENEFELD	10.132	14.933	-10.117	-99,85%
DRESDEN	13.838	12.102	-1.736	-12,55%
BREMEN	28.542	24.378	-4.164	-14,59%
FRIEDRICHSHAFEN	7.644	5.459	-2.185	-28,58%
KARLSRUHE-BADEN BAD/SOELLINGEN	20.410	18.808	-1.602	-7,85%
ZWEIBRUCKEN	8.599	8.901	302	3,51%
ERFURT	3.031	861	-2.170	-71,59%
DORTMUND	2.702	1.679	-1.023	-37,86%
SAARBRUECKEN /ENSHEIM	921	2.961	2.040	221,50%
COCHSTEDT/SCHNEIDLINGEN	8.672	60	-8.612	-99,31%
MEMMINGEM	-	2.451	2.451	-

PERFIL DEL TURISTA ALEMÁN EN GRAN CANARIA. AÑO 2012

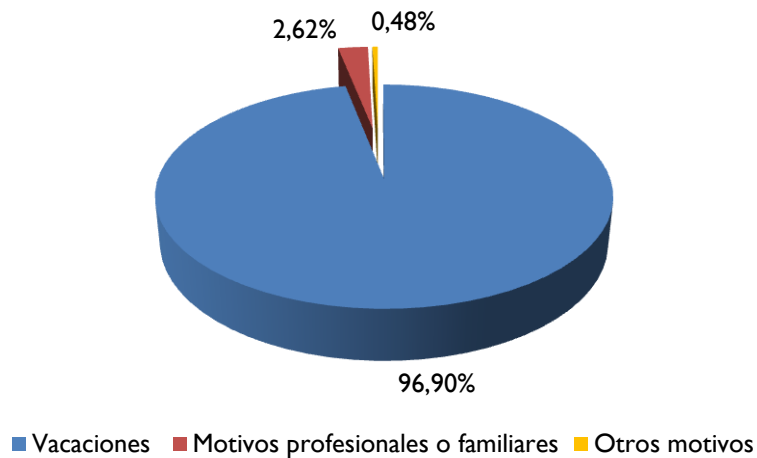
GÉNERO



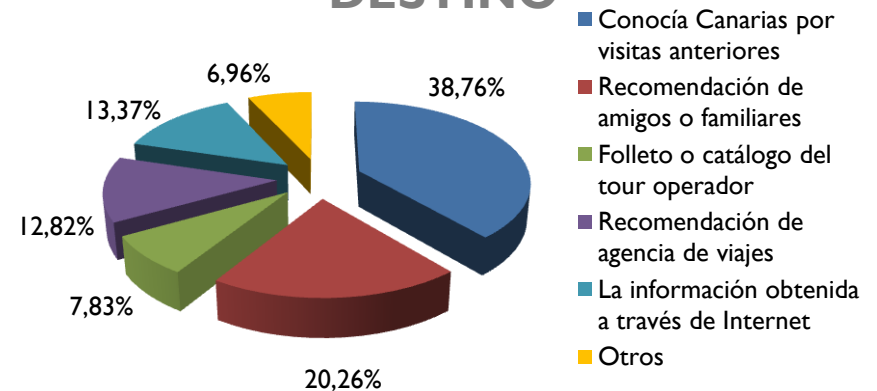
EDAD



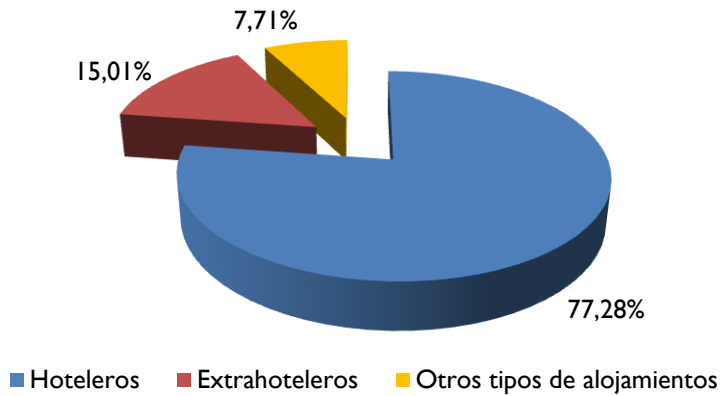
MOTIVO DE ESTANCIA



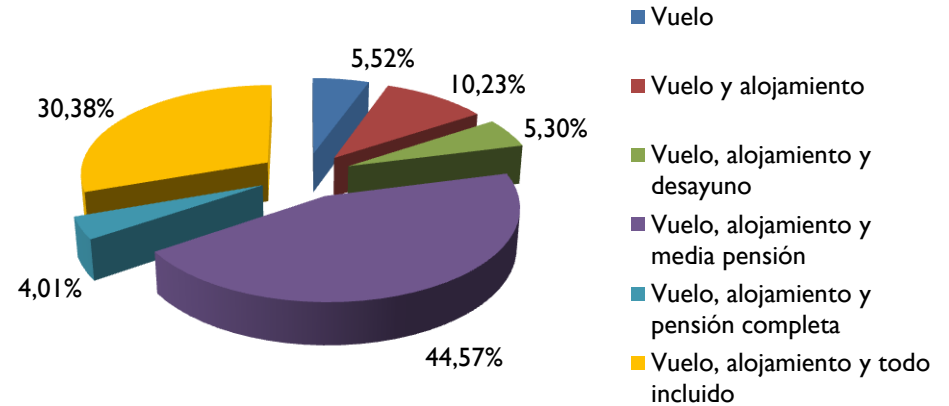
FORMA DE CONOCER EL DESTINO



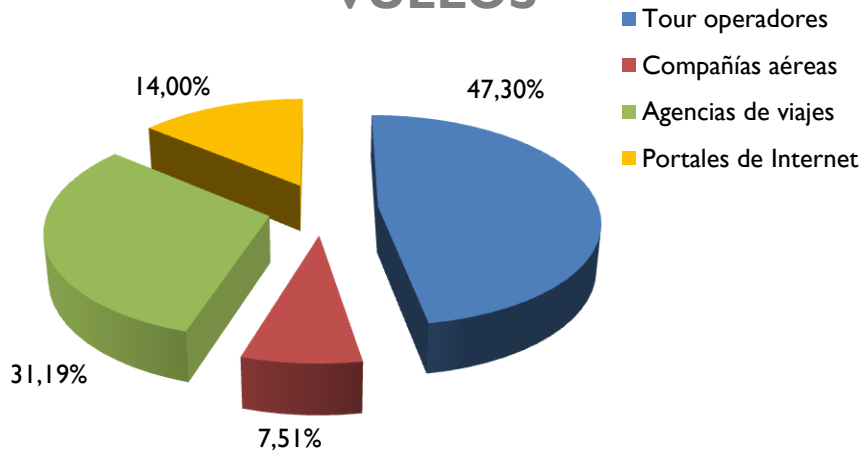
TIPO DE ALOJAMIENTO



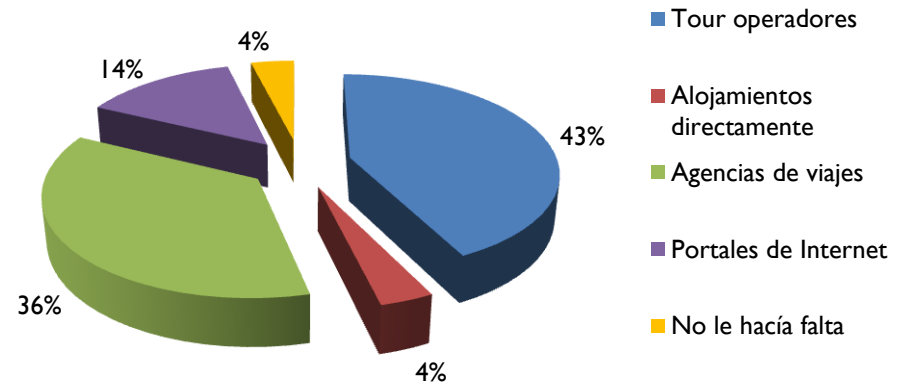
CONCEPTOS EN ORIGEN



CANAL DE RESERVA DE VUELOS



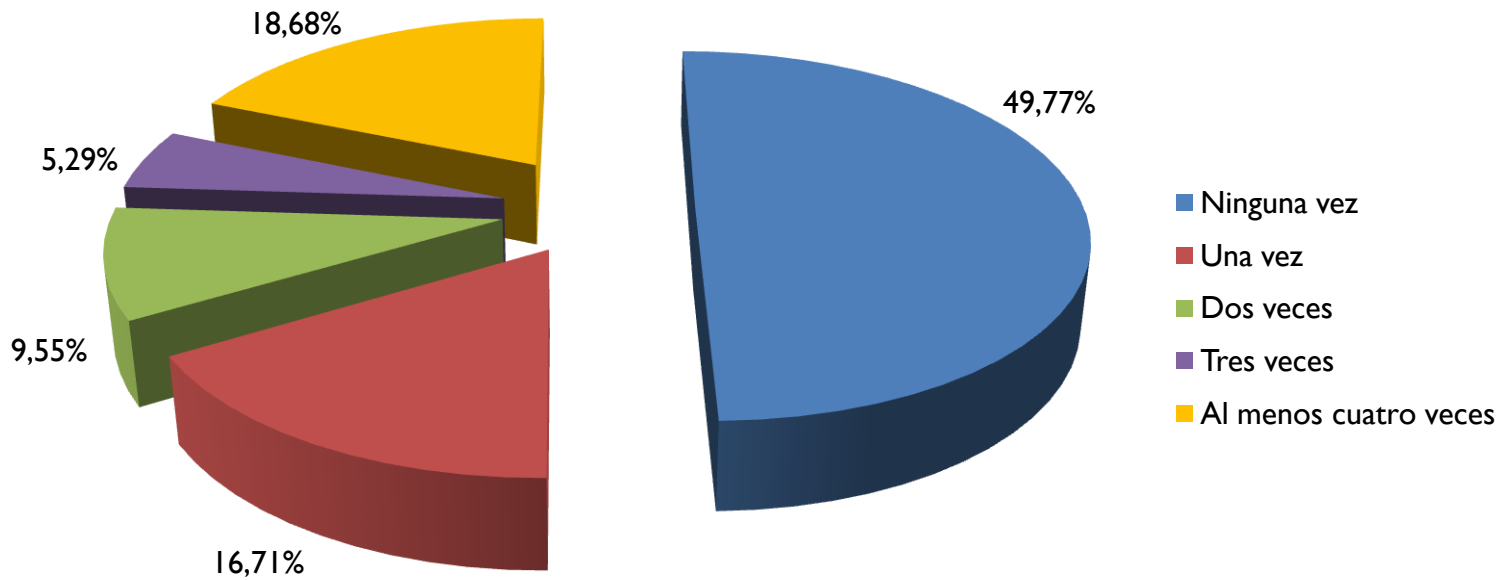
CANAL DE RESERVA DE ALOJAMIENTO



NIVEL DE REPETICIÓN DEL VIAJE A GRAN CANARIA

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ninguna vez	46,49%	47,72%	45,33%	51,18%	43,75%	50,57%	49,77%
Una vez	12,25%	12,02%	11,54%	12,76%	13,65%	14,94%	16,71%
Dos veces	7,14%	6,54%	7,24%	7,50%	8,94%	9,20%	9,55%
Tres veces	5,72%	4,95%	4,52%	5,78%	7,20%	5,12%	5,29%
Al menos cuatro veces	28,39%	28,77%	31,37%	22,79%	26,45%	20,18%	18,68%

NIVEL DE REPETICIÓN DEL VIAJE A GRAN CANARIA. 2012.



Fuente: ENCUESTA DE GASTO TURÍSTICO. ISTAC

Informe Tats-Reisebüro-Spiegel, 13.2.2013. En enero cayó la venta de billetes de avión un 12,7% en comparación con el mismo mes del pasado año, según el Tats-Reisebüro-Spiegel. La principal razón se encontraría en una caída de los viajes de negocio y en el fuerte recorte de vuelos por parte de Air Berlín. En cualquier caso, el acumulado en esta área se mantiene en positivo, +2,4%. En el apartado “Productos Turísticos” la facturación se incrementó un 8,8% en enero.

Informe GfK-Reisebüro-Panel, 12.2.2013. En el mes de enero aumentaron extraordinariamente las reservas para verano en las agencias de viajes alemanas (+7%), según el GfK-Reisebüro-Panel. También el actual invierno se benefició de esta tendencia y registró un incremento del 4%. Con los positivos datos de enero, el acumulado para invierno 2012/13 se sitúa en un +4,4% y para verano 2013, en un 4,2%. Los meses mejor reservados de la temporada estival son mayo y junio, así como el periodo de las vacaciones escolares de otoño, mientras que el mes de julio presenta los peores datos.

Análisis del mercado turístico, 6.2.2013. La nueva publicación del Institut für Zukunftsfragen muestra claramente que los alemanes viajan actualmente solo 12,3 días por año y que las perspectivas futuras son, sin embargo, positivas. De las 4.000 personas entrevistadas, un 10% reconoció tener la intención de hacer dos viajes vacacionales en 2013, mientras que un 22% no planifica ningún viaje y un 33% al menos uno. El resto no se ha decidido aún.

Egipto, 30.1.2013. El Ministro de Turismo egipcio, Hisham Zaazou, ha apelado a los touroperadores alemanes para que apoyen el turismo en su país. Se iniciará una nueva campaña de marketing centrada en el Mar Rojo y el Nilo y los vuelos chárters serán subvencionados. El gobierno egipcio pagará una cantidad por cada asiento no ocupado, cuando la aerolínea no sea capaz de alcanzar una determinada ocupación pactada. Además, se cancelan con carácter urgente todas las tasas aéreas en los aeropuertos de Luxor y Assuan.

Abu Dhabi, 6.2.2013. Abu Dhabi, el mayor emirato de los EAU, registró en 2012 la visita de 2,4 millones de turistas, un 13% más que el año anterior. Alemania fue, tras UK e India, el tercer mercado emisor, con casi 97.000 visitantes (+42%).

Thomas Cook, 18.2.2013. Se especula con que Thomas Cook pueda vender más empresas participadas con el fin de reducir su enorme deuda. Los principales candidatos serían el T.O. británico especialista en deportes de invierno, Neilson; el especialista británico en viajes de larga distancia, Gold Medal Travel; y el T.O. francés Jet Tours. **26.2.2013.** Las primeras tendencias en las reservas para verano 2013 de Thomas Cook Alemania hablan de un éxito de España, con Mallorca principalmente, Turquía y Alemania como destinos favoritos. También Grecia, en cuarta posición, muestra un muy buen comportamiento y crece de forma importante con respecto al pasado verano. Otros destinos en alza son Austria, Suiza, Italia y Croacia. El segmento de viajes de lujo vive igualmente un buen momento. En este caso, destacan Chipre, Rhodos e Istrien (Croacia) en la media distancia, mientras que en el largo radio se benefician Oman, Las Vegas y los emiratos árabes Dubai y Abu Dhabi. Las marca propias de Thomas Cook, Sentido y Sensimar, gozan cada vez de mayor demanda.

TUI Alemania, 28.2.2013. TUI Alemania presenta a día de hoy un incremento de facturación del 4% para el actual invierno, gracias principalmente a la buena marcha de las ventas de viajes de larga distancia, especialmente Tailandia, Indonesia y Australia. Para verano, TUI Alemania señala un +3% en facturación, en comparación con el mismo momento del pasado año, con Mallorca como estrella. Turquía presenta un desarrollo estable, mientras que las ventas a Grecia van bien y podría producirse una vuelta a las cifras de antaño. La tendencia a viajes de larga distancia en verano se prolonga, especialmente a EE.UU. y Asia. No tan bien marchan las cifras para el destino Alemania, por las reservas tardías de las familias, así como para Bulgaria y las Islas Canarias.

FTI, 28.2.2013. FTI anuncia, poco antes de la ITB, un incremento momentáneo de dos dígitos de las reservas de verano 2013 tanto en facturación como en clientes. Y esto tras un buen invierno. Los destinos mejor posicionados: Turquía, Emiratos, Omán, España, Egipto así como varios destinos cercanos alcanzables por carretera. En la larga distancia destacan: EE.UU., Latinoamérica, Tailandia y Suráfrica. También Grecia da buenas señales y justifica las inversiones realizadas por el grupo, especialmente en Creta, Corfu y Rhodos. Con los vuelos adicionales de Sun Express y Aegean Airlines, FTI ha incrementado las capacidades aéreas a Grecia en un 55% para la próxima temporada estival. También Antalya (Turquía) se beneficia de 100.000 nuevos asientos ofertados por FTI desde Alemania, Austria y Suiza.

Air Berlín, 22.2.2013. Air Berlin consigue por la mínima resultados positivos en 2012 gracias a determinadas circunstancias excepcionales. Los resultados operativos de la aerolínea, antes de impuestos e intereses, fueron de 70,2 millones de euros, una mejora de más de 300 millones con respecto al pasado año. También el resultado neto alcanzó un saldo positivo de 6,8 millones. La facturación quedó en 4.310 millones de euros (2011: 4.230). Sin embargo, a pesar de estos positivos resultados, la crítica situación de la empresa continúa. Los óptimos números vienen dados por diversas circunstancias como la venta que Air Berlín hizo de su programa de fidelización de pasajeros Topbonus a Etihad Airways por 184,4 millones de euros. Una acción que solamente maquilla los resultados globales del año. Sin embargo, los programas de ahorro sí se han dejado notar ligeramente. Air Berlín redujo en 2012 su flota en 15 aviones hasta los 158 aparatos y canceló numerosas rutas. El número de pasajeros descendió un 5,5% hasta los 33,3 millones, mientras que la ocupación se elevó un 1,6% hasta el 79,8%. Los recortes continúan de la mano del programa de ahorro Turbina que prevé despedir a 900 empleados y una reducción de la flota de 158 a 142 aviones. La dirección de Air Berlín se ha reducido el sueldo un 10% y más de un 90% del personal ha aceptado una reducción del 5%. Las operaciones en Hannover, Münster, Paderborn y Dortmund están siendo detenidamente analizadas para comprobar su rentabilidad.

Thomas Cook, 5.2.2013. La línea aérea Condor, filial de Thomas Cook, se unirá en un único segmento con las aerolíneas que el grupo posee en Gran Bretaña y Bélgica con el fin de mejorar la eficiencia en el apartado comercial de adquisiciones y en el técnico. Esta nueva área estará dirigida por Christop Debus y Ralf Teckentrup. El nuevo grupo de LL.AA. sumará 91 aparatos (38 de ellos pertenecientes a Condor) y todas las marcas permanecerán intactas.

Etihad Airways, 4.2.2013. Etihad consiguió en 2012 elevar su beneficio neto un 200% hasta los 42 millones de dólares y esto a pesar de sus masivas inversiones en otras líneas aéreas del mundo como Air Berlin o Air Seychelles. Más de 10 millones de pasajeros volaron el pasado año con Etihad, que reportaron al grupo 4.800 millones de dólares de facturación (año 2011: 4.100 mill.). Los partners de Etihad aportaron al grupo un 19% del volumen de negocios. La ocupación media de sus aviones se situó en el 78,2% (+2,4%). Etihad, con 70 aviones propios, posee en la actualidad un 29,21% de las acciones de Air Berlin.