MIĘDZYNARODOWE TARGI TURYSTYCZNE
TOURISTIK & CARAVANING INTERNATIONAL
Lipsk, 17-21 listopada 2010

CHARAKTERYSTYKA TARGÓW I RYNKU

Międzynarodowe targi turystyczne **Touristik & Caravaning International** to największe konsumenckie targi turystyczne na terenie wschodnich Niemiec.

Organizator imprezy:
TMS Messen-Kongresse-Ausstellungen GmbH, Bremer Str. 65, D-01067 Dresden.
Miejsce i adres imprezy:
Kompleks wystawienniczy Messe Leipzig**,** Messeallee 1**,** D-04356 Leipzig.
Termin i godziny otwarcia imprezy:
17-21 listopada 2010, codziennie od 10.00 do 18.00.
Powierzchnia wystawiennicza targów: 58.000 m².
Rok 2009:
- **liczba wystawców:** 1.042 z 43 krajów.
- **liczba zwiedzających:** 71.806 osób.

Charakter targów: promocyjno-handlowy.
Najczęściej zadawane pytania przez odwiedzających Polskie Stoisko Narodowe w 2009 roku:
1. Informacje o regionach wypoczynkowych nad morzem i w górach: połączenia drogowe i kolejowe w Polsce, dostępność tanich linii lotniczych, informacje praktyczne o regionach i miastach, bezpieczeństwo, kuchnia, wymiana pieniędzy, miejsca kempingowe, noclegi, przejścia graniczne samochodowe i piesze.
2. Szczegółowe informacje dotyczące turystyki kulturowej i pobytów w polskich miastach (imprezy kulturalne, zabytki, shopping), turystyki autokarowej, wellness, spa i turystyki medycznej, kursów językowych w Polsce, turystyki aktywnej (trasy wodne, rowerowe i piesze), agroturystyki, turystyki młodzieżowej, bazy noclegowej i gastronomicznej.

Najbardziej poszukiwane materiały w 2009 roku: mapy, kempingi, przewodniki o miastach, wykazy hoteli i pensjonatów, kalendarze imprez kulturalnych, cenniki usług, agroturystyka.
Odwiedzający Polskie Stoisko Narodowe w 2009 roku: bardzo duże zainteresowanie turystów indywidualnych.
Potencjał rynku niemieckiego
W 2009 roku potwierdził się wieloletni trend motywów podróży Niemców. Są oni nadal zorientowani na odpoczynek, odprężenie i regenerację organizmu. Stabilne pozostają też formy wypoczynku: plaża i kąpieliska, turystyka objazdowa, miejska i zdrowotna. Nadal ważną rolę odgrywa urlop rodzinny z dziećmi.

Polski Ośrodek Informacji Turystycznej w Berlinie
Polnisches Fremdenverkehrsamt
Kurfürstendamm 71
10709 Berlin
tel. +49 30/ 21-00-92-0; +49 30/ 21-00-92-11 fax: +49 30/ 21-00-92-14
e-mail: berlin@pot.gov.pl

Według analizy wyników badań przeprowadzanych corocznie przez Wspólnotę Badawczą Wakacje i Podróże - F.U.R (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.), jeden z najważniejszych ośrodków badawczych zajmujących się niemieckim rynkiem turystycznym, w 2009 roku Niemcy odbyli łącznie 64,75 mln (wzrost 0 1,2% w porównaniu do roku poprzedniego) podróży urlopowych, wydając przy tym przeciętnie na każdy wyjazd zagraniczny ok. 820 Euro/os.
58,7% Niemców odbyło co najmniej jedną podróż urlopową trwającą co najmniej 5 dni, a 18% dwie lub więcej. 2/3 tych wyjazdów to podróże zagraniczne. 47% z nich organizowane były przez biura podróży. Samochód pozostał głównym środkiem lokomocji (48% podróży), w następnej kolejności są: samolot (36%), autokar (9%) i kolej (5%). 48% podróżujących nocuje w hotelach i pensjonatach, 25% w domkach letniskowych, 6% na campingach i aż 10% mieszka u rodziny i przyjaciół.
Trendem długookresowym jest skracanie długości podstawowego urlopu (49,04 mln w 2009 roku - spadek o 0,3 mln) na rzecz drugiego i trzeciego wyjazdu w tym samym roku (15,7 mln - wzrost o 1,1 mln). Potwierdził się trend skracania czasu podróży, z 12,5 dni w 2008 na 12,2 w 2009 roku.

Według analizy Zrzeszenia Niemieckich Biur Podróży i Touroperatorów – DRV, niemieccy touroperatorzy odnotowali w 2009 roku prawie tyle samo klientów, co w roku poprzednim, jednak ich obroty spadły w stosunku do roku ubiegłego o 3-4%, osiągając poziom 20,7 mld euro (podobnie jak w 2007 r.). Spadek ten spowodowany był obniżkami cen, osiągniętymi przede wszystkim dzięki korzystniejszym warunkom zakupu miejsc w hotelach i samolotach, a nie obniżką marż. Oznacza to więc, że spadek obrotów nie spowodował znaczniejszego pogorszenia wyników finansowych firm.
Największy spadek odnotowano w podróżach lotniczych (o 7%), zarówno do celów bliskich jak i dalekich, a niewielki przyrost w podróżach podejmowanych samochodem, koleją lub autokarem. Natomiast największy wzrost obrotów, o 10%, nastąpił w podróżach morskich.

Według ekspertów DRV szczególnie pozytywnie rozwijał się rynek podróży krajowych, osiągając wzrost obrotów o 3%. Także bliskie cele podróży w Europie cieszyły się większym zainteresowaniem, niż w roku ubiegłym. Spadło natomiast zainteresowanie obszarem Morza Śródziemnego i destynacjami dalekimi. Tylko wyjazdy do Turcji i Egiptu zdołały utrzymać się na zeszłorocznym poziomie.

Jak informacji DRV w 2009 roku istniało ponad 10.700 biur podróży. W porównaniu z poprzednim rokiem to spadek o ok. 330. Charakterystyczne jest, że biura które zakończyły swoją działaność posiadały licencje IATA oraz Deutsche Bahn na sprzedaż biletów. Bilety lotnicze coraz częściej kupowane są przez internet bez pośrednictwa biur podróży, zaś Deutsche Bahn w latach 2008 i 2009 miała ogromne problemy z taborem. Według specjalistów ten fakt bardzo negatywnie wpłynął na wizerunek przedsiębiorstwa i przyczynił się do zmniejszenia obrotów tych biur, których egzystencja w dużej mierze uzależniona była

Polski Ośrodek Informacji Turystycznej w Berlinie
Polnisches Fremdenverkehrsamt
Kurfürstendamm 71
10709 Berlin
tel. +49 30/ 21-00-92-0; +49 30/ 21-00-92-11 fax: +49 30/ 21-00-92-14
e-mail: berlin@pot.gov.pl

od sprzedaży biletów kolejowych. Nasycenie rynku biurami podróży w Niemczech utrzymuje się jednak nadal na wysokim światowym poziomie i wynosi 12 biur na 100 tys. mieszkańców.

W Niemczech działa ok. 5 tys. prywatnych przedsiębiorstw autokarowych zdominowanych przez małe i średnie firmy. 40% z nich zatrudnia mniej niż 10 pracowników, 55% to biura rodzinne. Około 170 tys. miejsc pracy generowanych jest przez niemiecką branżę autokarową.

Około 44,3 mln Niemców dysponuje dostępem do internetu. Aż 75% z nich podaje, że korzystało z niego jako źródła informacji przy planowaniu urlopu, a 43% respondentów przynajmniej raz zamówiło podróż urlopową przez internet. Także wiodący touroperatorzy sprzedają znaczną część swojej oferty za pośrednictwem internetu, tak np. Thomas Cook i Rewe ponad 15% swoich podróży sprzedali przez własne lub obce portale, a Alltours potwierdza nawet 17-procentowy udział sprzedaży internetowej.

Hotele w Niemczech odczuwają również symptomy kryzysu gospodarczego. Według „Hotel Price Index" ceny noclegów spadły w pierwszym półroczu 2009 w porównaniu z rokiem ubiegłym o 14%. Najbardziej jest to widoczne w Düsseldorfie i Dreźnie, gdzie spadek cen wyniósł 33 i 21 procent. Również w miastach tak chętnie odwiedzanych przez turystów jak Monachium, Berlin czy Lipsk odnotowano około 15% spadek cen. Przeciętny koszt noclegu w Niemczech obniżył się do 86 Euro za osobodobę.
Dla zapewnienia właścicielom hoteli możliwości utrzymania swoich obiektów rząd federalny wprowadził ustawę, na mocy której od 1 stycznia 2010 obniżona została z 19 do 7 procent stawka VAT na usługi noclegowe. Natomiast stawki od sprzedaży posiłków, w tym śniadań, oraz usług towarzyszących (np. wellness) pozostają w dotychczasowej
wysokości.

Turystyka z Niemiec do Polski

Według obserwacji Ośrodka główne cele wizyt turystów niemieckich w Polsce to wyjazdy turystyczne, wypoczynkowe, zdrowotne, odwiedziny znajomych i krewnych oraz podróże służbowe. Do rozwijających się produktów turystycznych należą turystyka aktywna (rowery, wędrówki, sporty wodne), rekreacyjna i specjalistyczna, turystyka kulturowa i miejska (zwiedzanie dużych miast, imprezy kulturalne), turystyka przygraniczna, turystyka na terenach wiejskich oraz wellness & spa.

Wg statystyki F.U.R z destynacji zagranicznych Polska znajduje się na **9 miejscu** (1,8%), po Hiszpanii (12,8%), Włoszech (7,9%) i Austrii (5,9%), Turcji (5,7%), Skandynawia (3,5%), Francji (3,1%), Grecji (2,5%), Chorwacji/Słowenii (2,0%) i Holandii (2,0%).

Także Commerzbank, jeden z największych banków niemieckich, zalicza Polskę już od kilku lat do grupy krajów Top10 pod względem wielkości wydatków ponoszonych przez Niemców

podczas podróży zagranicznych. Według wstępnych danych w roku 2009 była to kwota 2,45 mld euro, tj. o ok. 1% większa niż w 2008 roku.

Z kolei instytut badawczy LEIF (Leipziger Institut für empirische Forschung) z Lipska przedstawił wyniki swoich badań statystycznych za 2009 rok, dotyczących podróżowania mieszkańców wschodnich Niemiec: Meklemburgii-Pomorza Przedniego, Brandenburgii, Saksonii, Saksonii-Anhalt, Turyngii i Berlina. Według tych danych Polska znajduje się wraz z Danią na 9. miejscu w rankingu krajów najchętniej odwiedzanych przez Niemców wschodnich (po Austrii, Hiszpanii, Włoszech, Turcji, Francji, Czechach, Grecji i Wielkiej Brytanii). Polskę jako miejsce swojego urlopu wybiera 1,62 % badanych.

Coraz większego znaczenia nabierają krótkie podróże (od 1-4 dni) i wyjazdy jednodniowe (bez noclegu). 8% Niemców z landów wschodnich odbyło przynajmniej jedną zagraniczną podróż krótką i 9% jeden lub więcej zagranicznych wyjazdów jednodniowych.

W rankingu krótkich podróży Polska zajmuje 2. miejsce, po Czechach, przed Austrią, Szwajcarią, Francją, Włochami i Hiszpanią. Ponad 2% wyjazdów prowadzi do naszego kraju. Regionami najczęściej odwiedzanymi w Polsce były województwa dolnośląskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie i małopolskie. Trzy najważniejsze motywy wyjazdów to odwiedziny znajomych i przyjaciół, imprezy kulturalne i urlop.

W podróżach jednodniowych Polska zajmuje 1. miejsce, przed Czechami. Wyjazdy do Polski stanowią aż 86% podróży jednodniowych, odbywanych przez mieszkańców Niemiec wschodnich. Podstawowym powodem tych wyjazdów są zakupy towarów i usług, odwiedzanie miast, znajomych i przyjaciół oraz zwiedzanie. W dalszej kolejności wymieniane są wycieczki, udział w imprezach kulturalnych oraz wypoczynek aktywny i wellness. Najchętniej odwiedzanymi regionami Polski w podróżach jednodniowych są Zachodniopomorskie, Dolnośląskie, wybrzeże Morza Bałtyckiego i Wielkopolska. Łącznie w 2009 roku, wg szacunków instytutu LEIF, przybyło do Polski ponad 1,4 mln turystów z landów wschodnich.

Prognoza na 2010 rok

Z uwagi na utrzymującą się niestabilną sytuacją gospodarczą w Niemczech prognozowanie zachowań konsumpcyjnych w roku turystycznym 2010 jest trudne. Jednak obserwacja zimowego sezonu urlopowego 2009/2010 pokazuje, że popyt utrzymuje się prawie na poziomie ubiegłorocznym. Pozwala to oczekiwać, że także w sezonie letnim nie nastąpią istotne zmiany w zachowaniach konsumentów niemieckich.
Tezę tę potwierdzają ekonomiści Commerzbank. W ich ocenie wysoka pozycja urlopu w planowaniu budżetu domowego gospodarstw niemieckich utrzyma się także w 2010 roku i Niemcy zachowają swoją pozycję „mistrza świata w podróżowaniu". Przy planowaniu urlopu będą się jednak kierować bardziej niż dotychczas rozsądkiem, co oznaczać będzie m.in. skracanie urlopu lub przesuwanie go na niski sezon, wybór nieodległych destynacji,

Polski Ośrodek Informacji Turystycznej w Berlinie
Polnisches Fremdenverkehrsamt
Kurfürstendamm 71
10709 Berlin
tel. +49 30/ 21-00-92-0; +49 30/ 21-00-92-11 fax: +49 30/ 21-00-92-14
e-mail: berlin@pot.gov.pl

wzrost zainteresowania pakietami urlopowymi oraz ograniczanie wydatków podczas urlopu. Podobnie jak w 2009 roku opóźni się termin zakupu ofert urlopowych.

Głównym krajem docelowym będą Niemcy, ale utrzyma się też zainteresowanie krótkimi podróżami zagranicznymi (turystyka miejska i kulturowa), nawet kosztem skracania urlopu podstawowego. Kierunki zagranicznych podróży urlopowych nie ulegną w 2010 roku zmianie, przy czym należy się spodziewać dalszego spadku wyjazdów do tradycyjnych destynacji śródziemnomorskich (Hiszpania, Włochy) i Portugalii na korzyść regionów niemieckich i Turcji oraz tych państw Europy Środkowo-Wschodniej, które oferują korzystny stosunek cen do jakości usług. Warto w tym miejscu przypomnieć, że Federalny Związek Banków Niemieckich opublikował w zeszłym roku wyniki analizy porównawczej siły nabywczej euro w krajach będących najważniejszymi celami podróży urlopowych Niemców z której wynika, że Polska jest tym krajem, w którym za 1 euro można kupić najwięcej towarów i usług.

Podobna jest prognoza F.U.R: potrzeba obniżania kosztów urlopu spowoduje, że Niemcy zrezygnują z wyjazdów odległych, przede wszystkim samolotowych, a wybiorą podróże do bliskich destynacji (takich jak Polska), które osiągnąć można drogą lądową. F.U.R prognozuje, że z tego właśnie powodu w najbliższych dwóch latach zwiększy się liczba turystów niemieckich odwiedzających nasz kraj.

Również instytut LEIF przewiduje na 2010 rok optymistyczny dla nas rozwój przyjazdów turystów z landów wschodnich. LEIF podaje, że wg badań ok. 5% mieszkańców tej części Niemiec deklaruje chęć wyjazdu do Polski. Na liście wymarzonych celów podróży mieszkańców landów wschodnich Polska zajmuje 8. miejsce, po Hiszpanii, Włoszech, Austrii, Grecji, Turcji, Francji i Wielkiej Brytanii. Jak podaje LEIF, aż 74% Niemców wschodnich nie zrezygnuje z urlopu w 2010 roku, a 24% wybierze jako cel podróży kraj europejski.

Dobre prognozy na 2010 rok wyraża także branża niemiecka. W grupie 62 touroperatorów, zapytanych przez czasopismo branżowe FVW, aż 44 przedstawia optymistyczne prognozy na 2010 rok, spodziewając się wzrostu obrotów o 1,7% i liczby uczestników podróży o 6,8%. Ta prognoza jest jednak nie w pełni reprezentatywna, ponieważ nie wypowiedziało się dotychczas sześciu największych touroperatorów niemieckich, generujących ok. 75% obrotów.

Uczestnictwo w Polskim Stoisku Narodowym i oferta

Udział w Polskim Stoisku Narodowym określają „Zasady uczestnictwa w polskich stoiskach narodowych organizowanych na międzynarodowych targach turystycznych i przemysłu kongresowego".
Prezentowana na stoisku oferta powinna być adekwatna do potrzeb rynku, charakteru imprezy (konsumencka), a także powinna być sporządzona w języku niemieckim. Zalecamy poddanie

Polski Ośrodek Informacji Turystycznej w Berlinie
Polnisches Fremdenverkehrsamt
Kurfürstendamm 71
10709 Berlin
tel. +49 30/ 21-00-92-0; +49 30/ 21-00-92-11 fax: +49 30/ 21-00-92-14
e-mail: berlin@pot.gov.pl

materiałów ofertowych adjustacji przez tzw. native speaker w celu uniknięcia błędów językowych.
Wszystkie propozycje, a w szczególności wkład wystawcy w ogólny program stoiska narodowego musi być przygotowany i zrealizowany na wysokim poziomie.
Podobnie jak w roku ubiegłym, polskie wystąpienie na targach Touristik & Caravaning International jest przygotowywane przez POIT w Berlinie we współpracy z przedstawicielstwem Targów Lipskich w Polsce (www.targilipskie.pl).

Informacje dodatkowe:

- więcej o targach Touristik & Caravaning International na stronach internetowych organizatorów www.touristikundcaravaning.de
- szczegóły planów działania Polskiej Organizacji Turystycznej i Ośrodków Zagranicznych na stronach internetowych www.pot.gov.pl
- kompleksowe dane o turystyce przyjazdowej do Polski na stronach internetowych Instytutu Turystyki www.intur.com.pl

Szczegółowych informacji na temat udziału w targach Touristik and Caravaning International w Lipsku udziela POIT w Berlinie, **Ewa Duchowska**,
tel. 004930/ 21009212, e-mail: ewa.duchowska@pot.gov.pl

Polski Ośrodek Informacji Turystycznej w Berlinie
Polnisches Fremdenverkehrsamt
Kurfürstendamm 71
10709 Berlin
tel. +49 30/ 21-00-92-0; +49 30/ 21-00-92-11 fax: +49 30/ 21-00-92-14
e-mail: berlin@pot.gov.pl