

Информационен бюлетин №4

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВИ НА
ГЕРМАНСКИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР

JUNE 5

Изготвил:

Тихомир Патарински

Първи секретар, Аташе по туризма

Посолство на Република България в Берлин



СЪДЪРЖАНИЕ

1.	Германския туристически пазар – обзор на 2022 г.	3
1.1.	Международен и вътрешен туризъм в Германия през 2022 г.	3
1.2.	Посещения на германски туристи в България през 2022 г.	4
2.	Среща на върха на германската туристическа индустрия	7
4.	Документален филм „Светът на планините в България“	12

1. Германския туристически пазар – обзор на 2022 г.

1.1. Международен и вътрешен туризъм в Германия през 2022 г.

По данни на Световната организация по туризъм (UNWTO) през последното десетилетие Германия заема устойчиво 10-то място по ТОП дестинации в света (по бр. реализирани нощувки), а в Европа е на 2, 3 или 4 място в зависимост от годината (след Франция, Италия и Испания). Най-важните входящи пазари за Германия (по нощувки) са: Нидерландия (5 млн.), Швейцария (2,7 млн.), Полша (2,6 млн.), Австрия, САЩ, Дания, Франция, Белгия, Италия и др.

Туристическата индустрия в Германия през 2022 г. продължава възходящия тренд по възстановяване. По данни на Федералната статистическа служба (Destatis) през 2022 г. средствата за подслон и места за настаняване са регистрирали 450,8 милиона нощувки през миналата година, което е 45,3% спрямо 2021 г. и -9,1% спрямо предкризисната 2019 г. Броят на нощувките на гости от Германия нараства с 37,1% до 282,7 милиона през 2022 г. спрямо предходната година, докато този на чужденците със 119,6% - до 68,1 милиона – 15,1% от общия дял. Освен това реализирания оборот в местата за настаняване през 2022 г. се е повишил с 45,4% спрямо 2021 г., но е все още 12,5% под нивата преди пандемията. Резултатите ясно показват, че германската туристическа индустрия възстановява своите изходни параметри от нивата преди пандемията.

Отличителна черта на отминалата 2022 г. е увеличение на реализирания оборот на германските туроператори от +142% през 2022 г. спрямо предходната 2021 г. В ТОП 5 с най-голям пазарен дял по реализиран оборот в немскоговорящите страни (D-A-CH) са туроператорите¹: TUI – 5,8 млрд. (+123,1%); DER Touristik – 3,0 млрд. (+138,1%); FTI Group – 2,96 млрд. (+159,6%); Alltours – 1,86 млрд. (+162,9%) и Schauinsland-Reisen – 1,86 млрд. (+181,4%).

¹ По данни на специализираното издание FVW/TravelTalk Dossier, №4, 2023.

Икономически параметри на туристическата индустрия в Германия – 2022 г.:

- 61,5 млн. туристически пътувания с продължителност над 5 дни (55,1 млн. през 2021 г.);
- над 50% от пътуванията в Германия се резервират в туроператори и туристически агенции;
- 52,9 млн. туриста с продължителност над 5 дни (47,8 млн. през 2021 г.);
- 74,9% от населението пътува с цел туризъм;
- 2,9 млн. заети в туристическата индустрия в Германия (7% от всички работни места);
- 450,8 млн. реализирани нощувки в Германия през 2022 г. (+45,3%);
- 27% от всички пътувания на германците се реализират в собствената им страна.

1.2. Посещения на германски туристи в България през 2022 г.

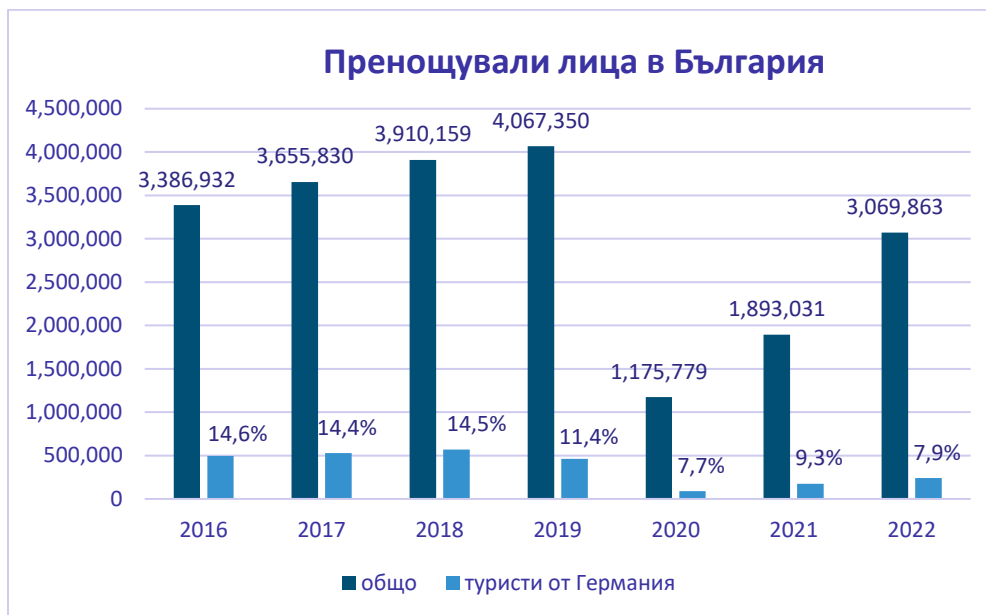
Германия е основен и приоритетен туристически пазар за България още от самото начало на организирания туризъм в страната. От тогава и до ден днешен страната ни е изградила имидж на морска дестинация, предлагаща богато разнообразие от култура, природа, балнеология, вино, кухня и др.

В годините до пандемията от коронавирус България се посещава от около 1 млн. германци, от които над 500 хил. отсядат в местата за настаняване и реализират над 3,5 млн. нощувки. Разпределението е 60:40 Северно към Южно Черноморие, като най-предпочитани за германците са курортните комплекси Златни пясъци, Албена, Слънчев бряг, Св.Св. Константин и Елена и Приморско.

Според различни проучвания близо 85% от туристите от Германия посещават България заради „морето и плажа“ по време на лятната си почивка; 7-8% културен туризъм, обиколни пътувания; 8% здравен туризъм и др.

Изходни данни от сезон 2022 на германския туристически пазар в България:

- **бр. посещения и бр. пренощували лица:** 787 004 гости от Германия, от които 276 918 са с цел почивка и екскурзия. От всички тях в категоризираните места за настаняване са пренощували 241 109 хил. души (7,9% от всички в страната). По този показател (бр. пренощували лица) имаме ръст от +36% спрямо 2021 г., но сме под нивата на предкризисната 2019 г.



Източник: НСИ

- бр. реализирани нощувки:** германците реализират средно до 20-22% от всички нощувки в България, което ги нарежда на първо място по този показател в годините до пандемията. През 2022 г. броят на реализираните нощувки от германски туристи в България е 1 237 450 (10% от всичките в страната). По този показател също има ръст от +29% спрямо 2021 г., но е под нивото през 2019 г.

Дестинациите, в които германците реализират най-много нощувки са общините Варна, Несебър, София, Балчик, Поморие и Созопол.



Източник: НСИ

- германците са сред туристите в България с най-дълъг среден престой в страната: през последните години този показател варира между 6,4 и 5,1 дни, който е над средния за страната (4,7 – 4 дни). Това се дължи на организирания характер на техните пътувания с цел морска почивка, туристически обиколки, здравен, СПА и уелнес туризъм.



Източник: НСИ

2. Среца на върха на германската туристическа индустрия

На 22 май в Берлин се състоя 24-та годишна [Среца на върха на германската туристическа индустрия](#), организирана от Федералния съюз на германската туристическа индустрия BTW (*Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V.*). През последните години форумът се утвърди като водеща платформа за обмен на идеи между бизнеса и политиката и поставя на дневен ред водещите предизвикателства в сектора.

В центъра на вниманието бяха теми, свързани със зеления преход, устойчивата трансформация на туристическата индустрия, дигитализацията, приложението на изкуствения интелект в туризма и предизвикателствата, свързани с квалифицираната работна ръка.

На политическо ниво участие в срещата взеха вицеканцлерът и федерален министър на икономиката Робърт Хабек (Съюз 90/Зелените) и г-н Хубертус Хайл (ГСДП) – министър на труда и социалните въпроси. Парламентарният държавен секретар към федералното министерство на транспорта и дигиталната инфраструктура г-жа Даниела Клуерт (СДП) призова за „повече инвестиции железопътна и дигитален инфраструктура които ще бъдат от съществено значение за бъдещето развитие на туристическата индустрия“.

Според президента на BTW г-н Съорен Хартман коронакризата е доказала, че туризмът е изключително гъвкав отрасъл и навлизането на дигитализацията в сектора е от съществено значение за справяне с основните предизвикателства. Той апелира за по-активна реклама на Германия на международните туристически пазари, като е необходимо да се заложи на ефективност и креативност. По отношение на проблемите с липсата на персонал, Хартман посочва необходимостта от повече гъвкавост от страна на работодателите (предлагане на различни почасови форми на заетост), за да бъде браншът по-атрактивен за младите хора. По отношение на политиката и институциите, той настоява за облекчаване на процедурите по получаване на работни визи и улесняване на трудовата миграция от трети страни.

Според Хартман устойчивата туристическа трансформация трябва да бъде ускорена и е пряко свързана с конкурентоспособността на германския туризъм. Туристическата индустрия трябва да е също така „проактивна в решаването на основните проблеми и предизвикателства в сектора и да не оставя инициативата в полето на политиката, чиито задължения и отговорности са да осигурява базисните условия и механизми за функциониране на бизнеса, а не да създава допълнителни препятствия и ограничения“. В тази връзка той посочва няколко конкретни примера:

- приетият наскоро [Закон за веригите за доставки](#)² създава допълнителни бюрократични пречки пред туристическия бизнес;
- диференцираната ставка на ДДС 7% в гастрономията трябва да продължи, за да бъде тя конкурентноспособна;
- по отношение на дигитализацията държавата трябва да предвиди подкрепа за представителите на МСП, които са „гръбнака“ на туристическата индустрия;
- устойчивата трансформация - сериозен проблем за бранша, защото тя струва пари, вкл. и за клиентите. Тук апелът е отново към държавата за намиране на механизми за подпомагане на бизнеса за осъществяване на зеления преход.



Tourismusgipfel 2023, BTW

² Целта на този закон е да подобри защитата на правата на човека и околната среда в глобалните вериги на доставки - спазване на основните стандарти за правата на човека като забраната за детски и принудителен труд и ключови стандарти за околната среда като забраната за замърсяване на питейната вода. Отговорност за това носят и компаниите в Германия. Те трябва да гарантират, че правата на човека и екологичните стандарти се спазват в техните вериги на доставки. Законът определя изисквания за надлежната проверка на компаниите и създава правна сигурност за компаниите и засегнатите. (<https://www.bmz.de/de/themen/lieferkettengesetz>)

За вицеканцлера Хабек, туристическият бранш е основно ядро на германската икономика и приоритетите на федералното правителство включват създаването на условия за климатично-неутрална верига на добавена стойност в тясно взаимодействие на политическата и институционална рамка с предприемаческата инициатива и социалния ангажимент.

Министърът посочи и някои от предприетите инициативи:

- нов Закон за трудовата миграция в Германия, който създава по-облекчени условия за привличане на работна сила от трети страни за решаване на проблема с липсата на кадри и персонал;
- допълнителни икономически мерки за борба с високата инфлация в страната;
- дигитализацията ще облекчи до известна степен проблема с персонала и в по-средносрочен аспект ще доведе до намаляване на разходите. Бизнесът обаче има нужда от първоначална подкрепа и в тази връзка федералното министерство ще предвиди допълнителни инструменти чрез програми и проекти за насърчаване на дигитализацията в МСП;
- климатичните промени – подкрепа на туристическата индустрия за осъществяване на зеления преход.

По отношение на работната ръка в туризма социалният министър Хубертус Хайл отбелязва следното:

(1) Мобилизиране на съществуващия в страната потенциал.

Общо 2,6 милиона души (2/3 от дългосрочно безработните в Германия) са хора без образование, а близо 45 000 младежи всяка година напускат предсрочно училище. На фона на тази статистика според министър Хайл е необходимо по-активно да се насърчава професионалното образование и новият закон за професионалното ориентиране ще заложи задължителна професионална ориентация още от 5-ти клас, в т.ч. и по-тясно сътрудничество между училищата и професионалните агенции за трудова заетост. Според министъра следва да има по-силна подкрепа, вкл. финансова за мобилността на младите хора с цел професионална реализация и призова за активно участие и на общини и местни власти в изграждането на обществения за млади работещи, а не само за студенти.

- заетостта на жените - неизползван потенциал, който трябва задължително да бъде съчетан с адекватни мерки за съвместяване на семейство и професия;

-
- възрастни работници и служители - в пенсионна възраст, но трудоспособни и с желание за работа;
 - активното използването на труда на хора с увреждания - обикновено това са високо интелигентни и образовани хора и при сегашните разнородни видове заетост и дигитализация, това се явява потенциал, който следва да бъде активно използван в туризма.
- (2) Предприемане на мерки за повишаване на продуктивността чрез по-широко прилагане на *дигитализацията и изкуствения интелект* в туризма
- (3) *Внос на квалифицирана работна ръка от чужбина*. Трудовата миграция е ключов фактор за гарантиране на работната сила в страната. Предвижда се нов закон, който следва да:
- облекчи издаването на работни визи, което се очаква да се случи след като приключи окончателно процеса по дигитализация на консулските служби към германските посолства по света;
 - облекчи процедурата по признаване на придобита професионална квалификация в чужбина.

Според министър Хайл е необходимо да се направи целенасочена кампания на пазари, от които туристическата индустрия желае да привлече работна ръка. Посланията към желаещите следва да са под формата на „покана да станат част от германския трудов пазар, а не на социалната система за подпомагане“.

3. България участва на изложението за конгресен туризъм IMEX във Франкфурт

От 23 до 25 май 2023 г. във Франкфурт на Майн се проведе най-голямото изложение в сферата на конгресния и бизнес туризъм в Европа IMEX, което събра представители на 2800 компании от 60 държави и близо 3500 специалисти от сферата на конферентния и събитийен туризъм. По данни на организаторите тази година участниците са близо 30% повече от предходната 2022 г. България се представи със свой самостоятелен информационен щанд съвместно с два висококатегорийни хотела (Маринела и Хилтън), два специализирани туроператора в сферата на MICE туризма (Травъл Тайм България и Меркурий – 97) и две туристически дестинации – София и Варна. На щанда бяха проведени презентации и дискусии със специализираната публика относно възможностите за конгресен туризъм у нас.

Програмата на изложението се фокусира към устойчиво развитие, природосъобразен и социално отговорен туризъм. Организаторите залагат трайно дигитализацията, като въвеждат концепцията „без хартия“ и се стремят да намалят въглеродния отпечатък на участниците, стимулирайки пътуването с влак, вместо със самолет. По време на пандемията конферентния туризъм беше един от най-тежко засегнатите в отрасъла, но по данни на редица международни организации – в момента в световен мащаб се очертава ясна тенденция към възстановяване на търсенето на срещи и събития (сегментът MICE). Въпреки дигитализацията, срещите „лице в лице“ отново са предпочитани когато се инициират нови или се укрепват съществуващи партньорства. По данни на организаторите на IMEX компаниите планират все повече събития и използват инсентив пътуванията за стимулиране на своите служители като инструмент за справяне с недостига на квалифицирана работна ръка.



4. Документален филм „Светът на планините в България“

На 11 май телевизионният канал *Phoenix* в праймтайма от 20:00 до 22:00 часа излъчи двусерийния документален филм на ARTE и ZDF „Светът на планините в България“, сниман през 2019 г. Предаването акцентира върху възможностите за планински туризъм в Стара планина, Пирин, Рила, Родопите и Странджа с автентичен разказ към бита и култура на местните: „двусерийният документален филм ни отвежда на вълнуващо пътешествие в един непознат регион в Европа, чието живописно разнообразие е със спираща дъха красота.“

Епизод 1: Стара планина

(<https://www.phoenix.de/sendungen/dokumentationen/bulgariens-bergwelten-a-1472565.html>)



Епизод 2: Рила, Пирин, Родопи и Странджа

(<https://www.phoenix.de/sendungen/dokumentationen/bulgariens-bergwelten-a-1472575.html?ref=suche>)



Благодаря за вниманието!

Последвайте ни във фейсбук: [@ReisezielBulgarien](#)