



NJEMAČKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2023.


















SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| OPĆI PODACI O TRŽIŠTU | 3 |
| POLITIČKO UREĐENJE | 3 |
| STANOVNIŠTVO | 3 |
| OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA | 5 |
| MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU | 12 |
| PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2021. I 2022. GODINI | 31 |
| PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU | 38 |
| DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU | 41 |
| REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti) | 42 |
| TURISTIČKA SEZONA 2023. – OPĆI POKAZATELJI | 52 |
| TURISTIČKA SEZONA 2023. – HRVATSKA | 52 |

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Površina: 357.588 km².

Najveći gradovi

| | IME | Broj stanovnika 12/2021 | Broj stanovnika 12/2017 | Savezna država |
|-----|-------------------|----------------------------|----------------------------|---|
| 1. | Berlin | 3.677.472 | 3.613.495 |  |
| 2. | Hamburg | 1.853.935 | 1.830.584 |  |
| 3. | München | 1.487.708 | 1.456.039 |  Bayern |
| 4. | Köln | 1.073.096 | 1.080.394 |  |
| 5. | Frankfurt am Main | 759.224 | 746.878 |  Hessen |
| 6. | Stuttgart | 626.275 | 632.743 |  |
| 7. | Düsseldorf | 619.477 | 617.280 |  |
| 8. | Leipzig | 601.866 | 586.600 |  Sachsen |
| 9. | Dortmund | 586.852 | 583.393 |  |
| 11. | Essen | 579.432 | 581.980 |  |
| 10. | Bremen | 563.290 | 568.006 |  |
| 12. | Dresden | 555.351 | 551.072 |  Sachsen |
| 13. | Hannover | 534.049 | 535.061 |  |
| 14. | Nürnberg | 510.632 | 515.201 |  |
| 15. | Duisburg | 495.152 | 498.110 |  |

Izvor: Statista

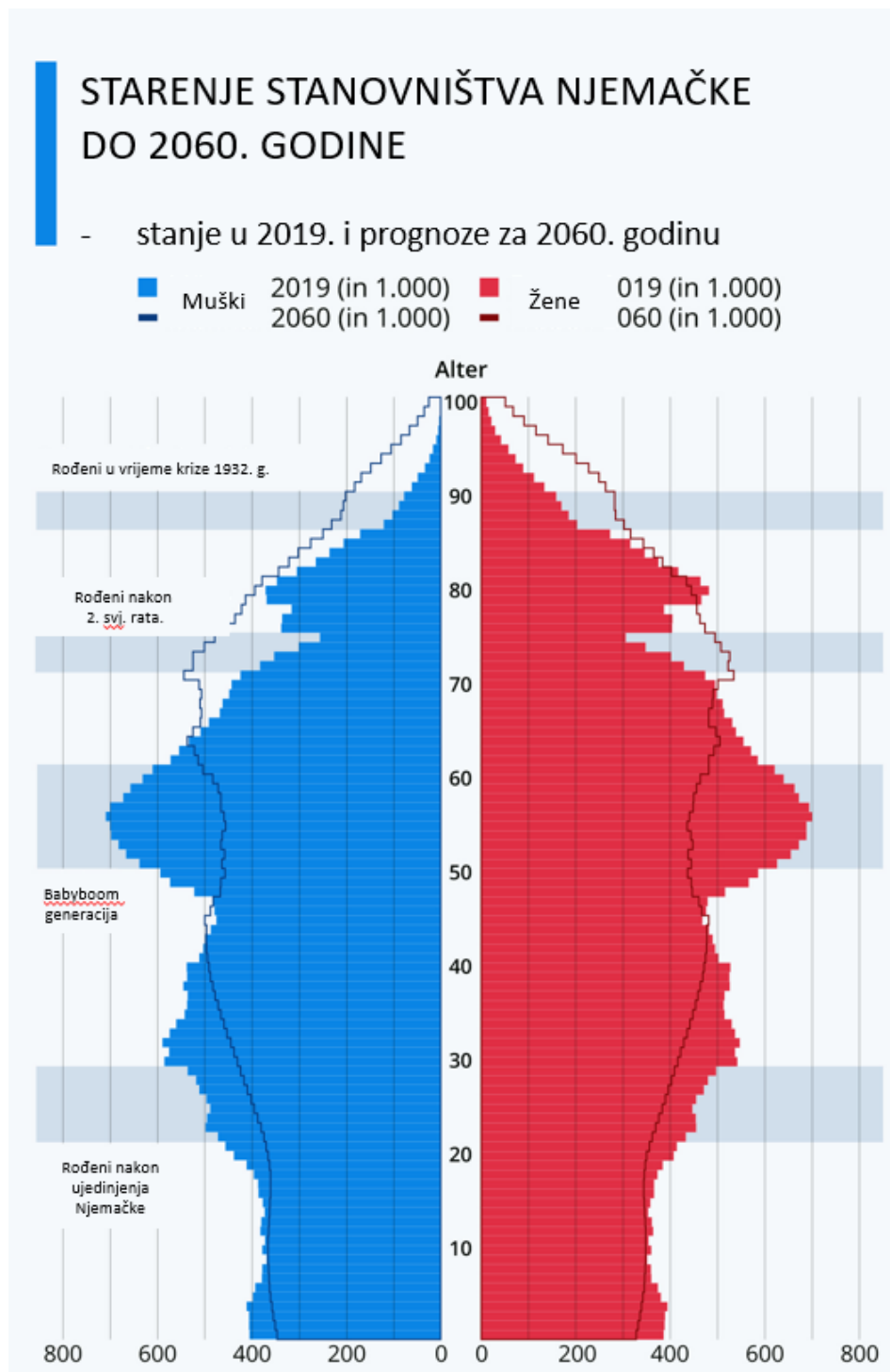
POLITIČKO UREĐENJE

| | |
|---------------------|--|
| Političko uređenje: | Demokratska-parlamentarna država od 1949. |
| Glavni grad: | Berlin |
| Uprava: | Federacija 16 Saveznih pokrajina |
| Ustav: | Ustavni zakon (GG) od 1949. (s izmjenama) |
| Predsjednik: | Savezni predsjednik Frank-Walter Steinmeier, od ožujka 2017. |
| Parlament: | dvodomni parlament: Bundestag (Donji Dom), 736 članova, Bundesrat (Gornji Dom), 69 članova |
| Predsjednik vlade: | kancelar Olaf Scholz, od 08. prosinca 2021. godine |
| Državni praznik | 3. listopada |

STANOVNIŠTVO

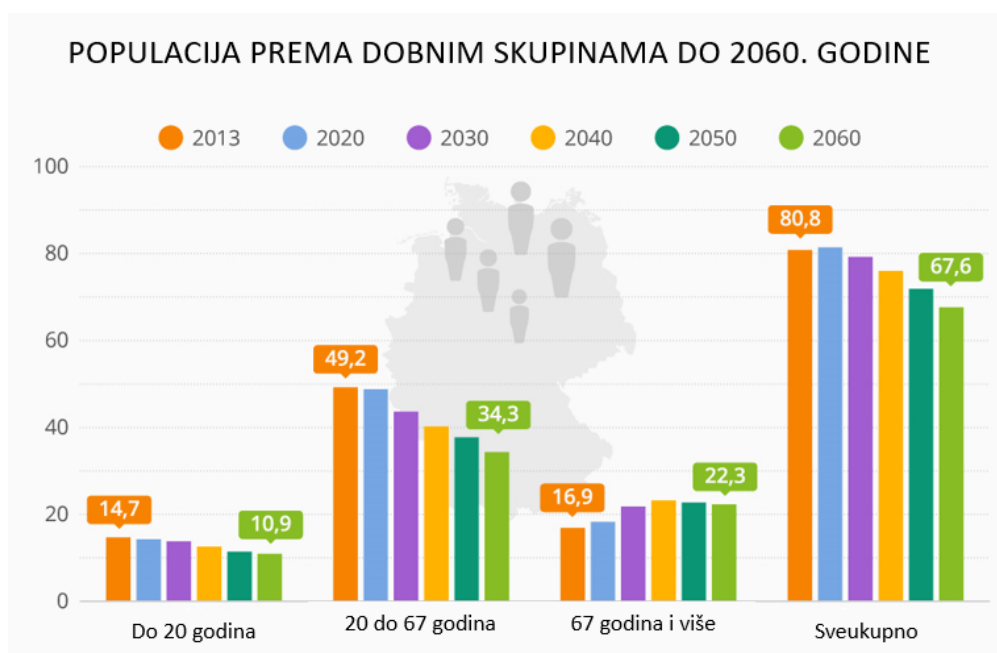
| | |
|----------------------|--|
| Broj stanovnika: | 84,1 milijuna (Stanje: 06/2022. Izvor: Destatis) |
| Od toga Nijemci: | 72,5 milijuna (Stanje: 06/2021.) |
| Stranci: | 22,3 milijuna (Stanje: 04//2022.) |
| Žensko stanovništvo: | 42,7 milijuna (Stanje: 06/2022.) |
| Muško stanovništvo: | 41,4 milijuna (Stanje: 06/2022.) |

Grafikon Statiste koji se temelji na prognozi stanovništva Saveznog ureda za statistiku pokazuje koliko brzo njemačko stanovništvo stari. S jedne strane smanjuje se broj rođenih, a s druge produljuje životni vijek. Državni mirovinski sustav stoga će sljedećih godina biti izložen velikim financijskim opterećenjima.



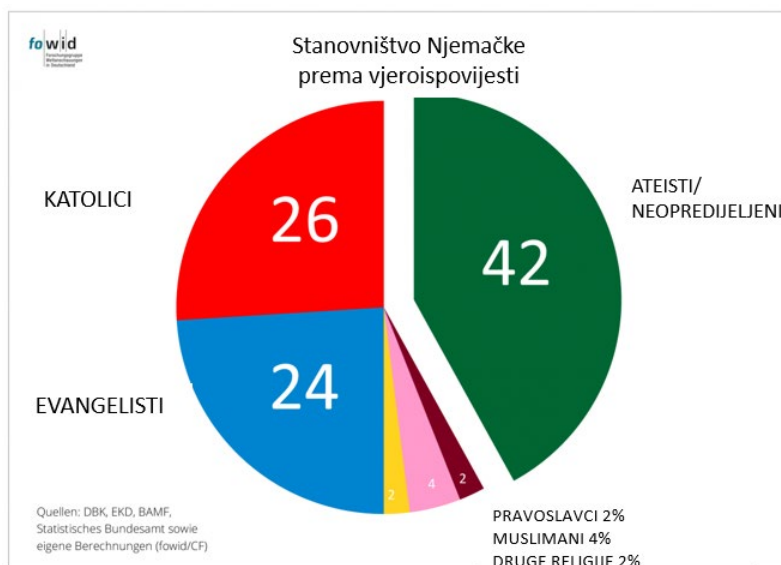
Izvor: Statista

Stanovništvo i prognoze kretanja stanovništva prema dobnim skupinama



Izvor: Statista

Stanovništvo prema vjeroispovijesti



Izvor: Statista

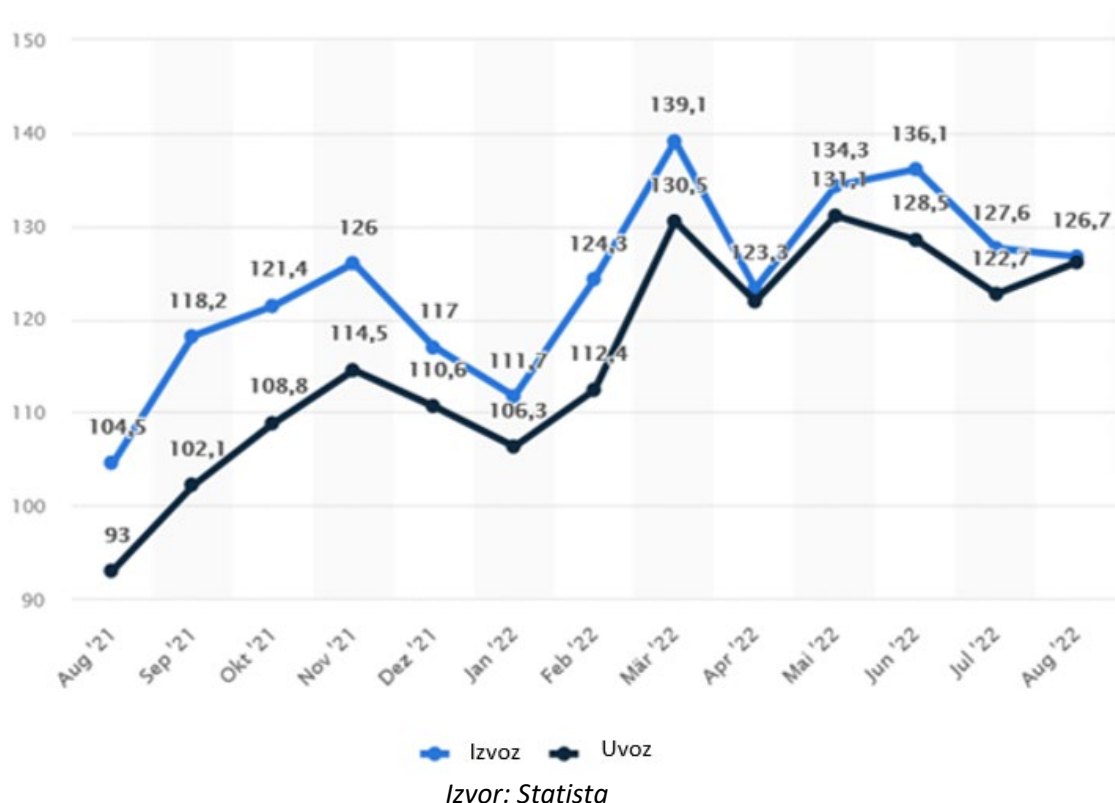
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Valuta: 1 euro = 100 centi
 Bruto nacionalni dohodak 2022: 3.730 mlrd. Eura
 Izvoz 2022.: 126 mlrd. eura
 Uvoz 2022. : 172 mlrd. eura

Izvor: Statista, 05.10.2022.

U kolovozu 2022. iz Njemačke je izvezena roba u vrijednosti od 126,1 milijarde eura, što znači da je vrijednost izvoza porasla za 21,2% u odnosu na isti mjesec prethodne godine. Vrijednost uvoza iznosila je oko 126,1 milijarde eura, što je povećanje od 35,7% u odnosu na kolovoz prethodne godine.

Uvoz/izvoz Njemačke u razdoblju 8/2021. do 8/2022. (u mlrd. eura)



Gospodarski razvoj u vrijeme krize

Kad se učinilo da je COVID kriza prošla te da se perspektive poboljšavaju, njemačko gospodarstvo ušlo je u sljedeće nepredvidivo krizno razdoblje. Rat u Ukrajini izazvao je ekonomsku nestabilnost, koja podjednako uznemiruje tvrtke i potrošače.

Snažna ovisnost o ruskim energetske resursima poput sirove nafte, prirodnog plina i ugljena uzrokovala je vrtoglavi skok cijena energije na globaliziranom tržištu – poskupljenja su jasno vidljiva na crpkama, ali i u drugim područjima potrošnje. U mnogim je zemljama inflacija porasla na nove rekordne razine i mogla bi gurnuti gospodarstvo u recesiju. Dok političari pokušavaju rasteretiti gospodarstvo paketima poticaja i financijskom pomoći, ECB prvi put od 2008. ponovno podiže kamatnu stopu, kako bi zaustavila brzo rastuću inflaciju.

Istodobno, globalna ekonomija je u krizi, što se, između ostalog, očituje i u trajno poremećenim opskrbnim lancima. Osim toga, nedostatak kvalificiranih radnika ugrožava konkurentnost Njemačke. Na kraju, ali ne i najmanje važno, posljedice brzo napredujućih klimatskih promjena, kao što su poplave ili suše, više se ne mogu zanemariti. Ova kretanja ukazuju na ekonomski nesigurna vremena, s brojnim rizicima i izazovima.

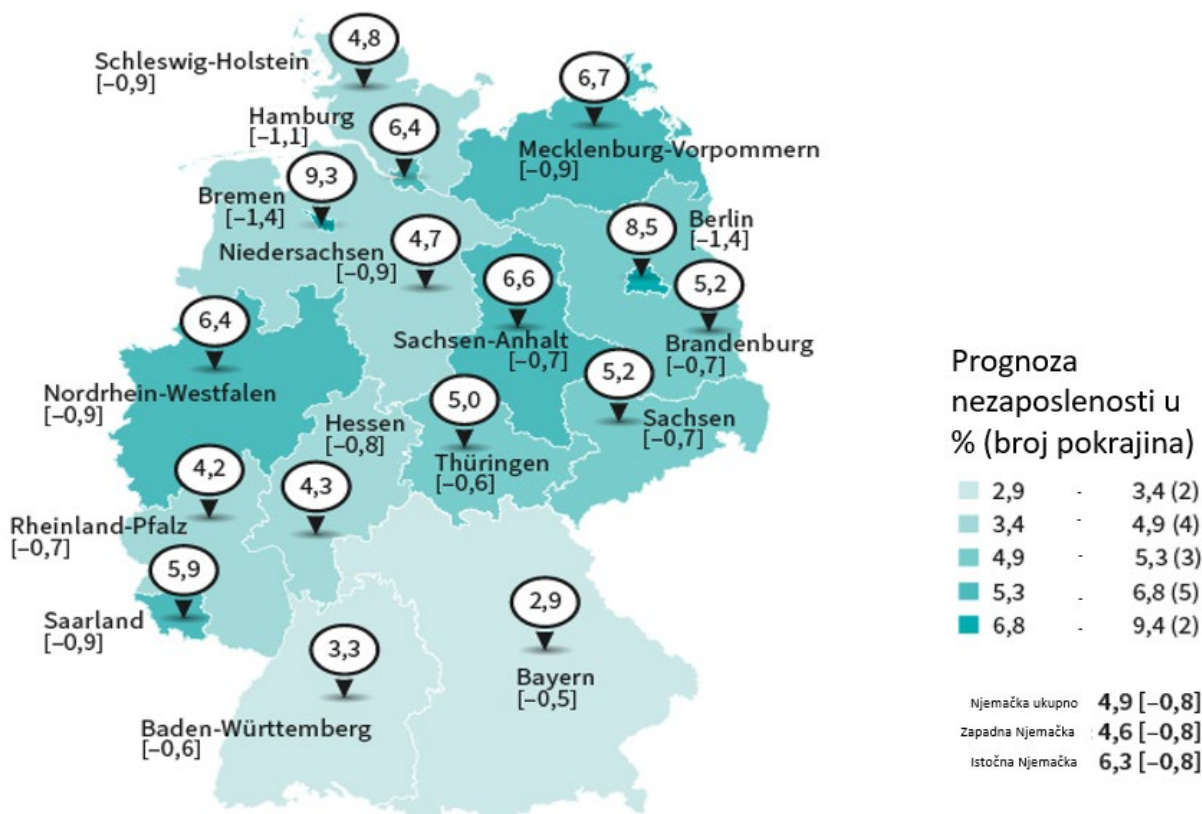
Stopa nezaposlenosti

Stopa nezaposlenosti porasla je od prosinca 2021. do siječnja 2022. za 0,3 postotna boda, na 5,4%.

| | Broj nezaposlenih | | |
|-------|-------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| | Njemačka | Zapadna Njemačka ¹ | Istočna Njemačka ² |
| 2021. | 2.613.489 | 2.006.132 | 607.357 |
| 2020. | 2.695.444 | 2.075.003 | 620.441 |
| 2019. | 2.266.720 | 1.723.059 | 543.661 |
| 2018. | 2.340.082 | 1.758.627 | 581.455 |
| 2017. | 2.532.837 | 1.894.294 | 638.543 |

Izvor: Savezna agencija za zapošljavanje (BA): Nezaposlenost tijekom vremena 2022.

Stopa nezaposlenosti (%) i promjena stope nezaposlenosti u odnosu na prethodnu godinu (postotni bodovi) prema pokrajinama Njemačke – stanje 3/2022.



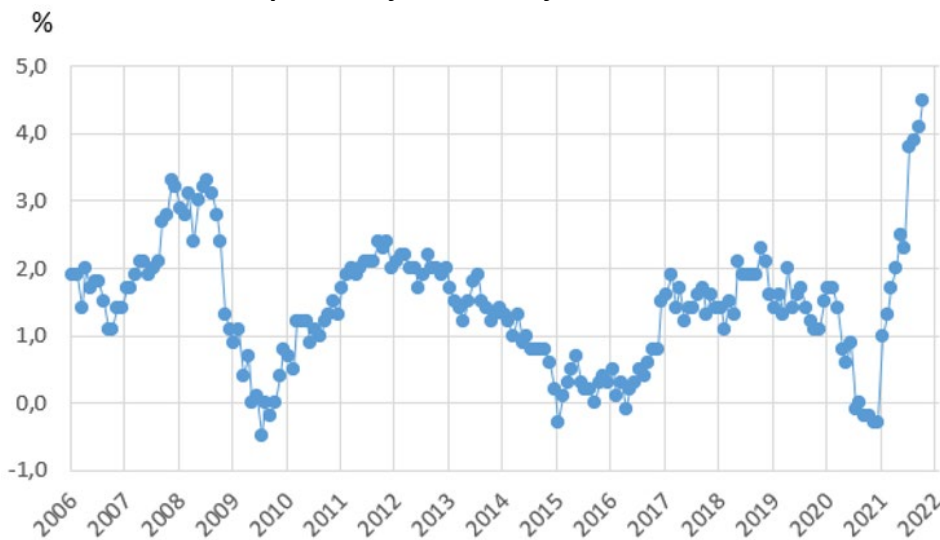
Izvor: Bundesagentur für Arbeit 2022

BDP «per capita»

BDP po stanovniku iznosi 43.292 Eura (2022. godina); Izvor: Destatis

Prosječna plaća: 49.200 eura bruto (stanje: 2022. godina); Izvor: GfK

Stopa inflacije u razdoblju 2006.-2022.



Izvor: Statista

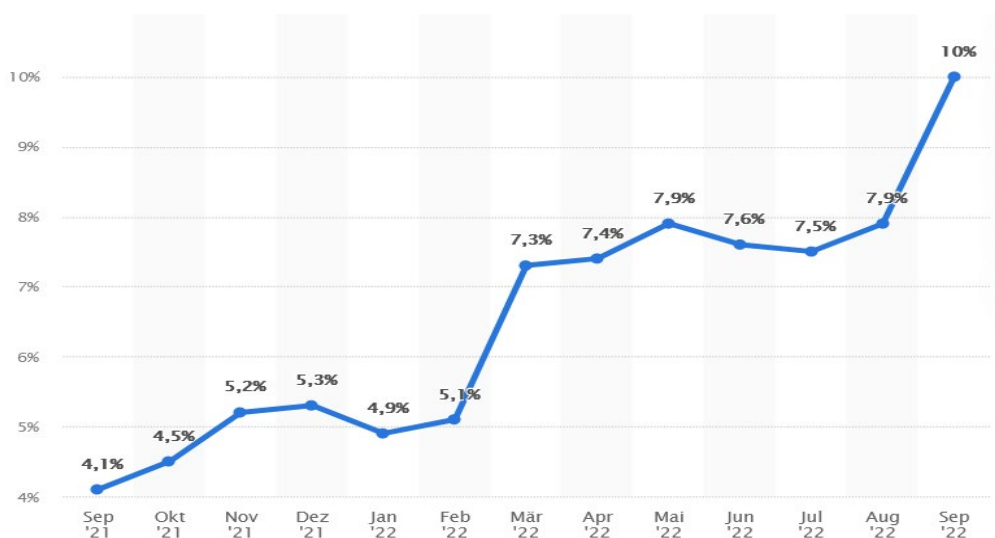
Stopa inflacije u Njemačkoj, u usporedbi s istim mjesecom prošle godine, iznosila je +10,0% tijekom rujna 2022. Stopa inflacije tako je skokovito porasla, nakon +7,9% u kolovozu 2022. te je već sedam mjeseci veća od 7%.

Stopa inflacije 2022

Kretanje inflacije - stopa promjene u% u odnosu na isti mjesec prethodne godine

| Ožujak 2022. | Travanj 2022. | Svibanj 2022.. | Lipanj 2022. | Srpanj 2022. | Kolovoz 2022. |
|--------------|---------------|----------------|--------------|--------------|---------------|
| 7,30% | 7,40% | 7,90% | 7,60% | 7,50% | 7,90% |

Stopa inflacije u Njemačkoj od rujna 2021. do rujna 2022. (porast indeksa potrošačkih cijena u odnosu na isti mjesec prošle godine)



Izvor: Statista

Prognozirana stopa inflacije za Njemačku u 2023. godini = 7,5%

Indeks potrošačke klime

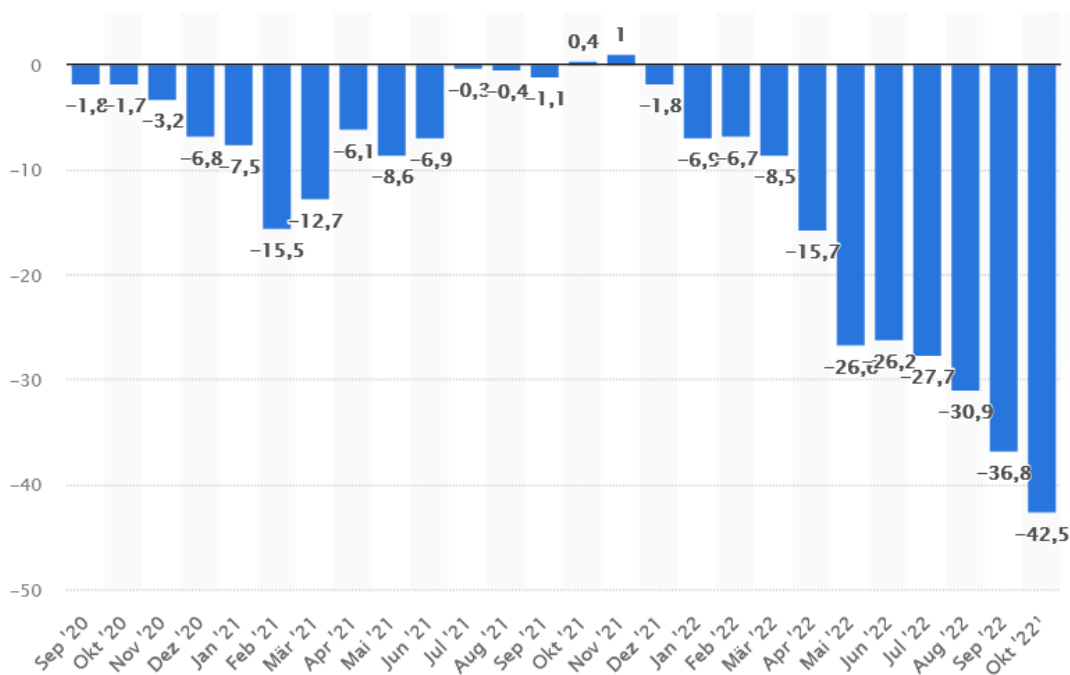
Energetska kriza i inflacija u Njemačkoj gurnule su raspoloženje potrošača na novu rekordno nisku razinu. Cijene su visoke, energetska kriza se nastavlja, potrošnja je u padu, pokazuje to GfK indeks istoimene nürnberške tvrtke za istraživanje tržišta. Stručnjaci za listopad predviđaju snažan pad od 5,7 bodova, na minus 42,5 bodova. Od početka ovog istraživanja 1991. godine nije izmjerena lošija vrijednost.

Mnoga su kućanstva trenutno prisiljena trošiti znatno više novca na energiju, ili izdvajati za osjetno veće račune za grijanje, ističe GfK stručnjak za potrošnju, Rolf Bürkl. Sukladno tome, građani moraju štedjeti na drugim izdacima, poput novih kupnji, zaključuje Bürkl.

Istovremeno se ne nazire osjetno usporavanje inflacije, pa će potrošačka klima sljedećih mjeseci vjerojatno ostati u na niskim razinama.

Cijene energije u Europi zasad će ostati visoke, a inflacija se neće uskoro smanjiti. Potrošači to znaju i sve više ograničavaju svoju potrošnju i planove", ističe Jörg Zeuner, glavni ekonomist Union Investmenta. „Ova neizvjesnost navodi potrošače na štednju“, navodi Zeuner i prognozira pad gospodarske proizvodnje od 2% do proljeća 2023.

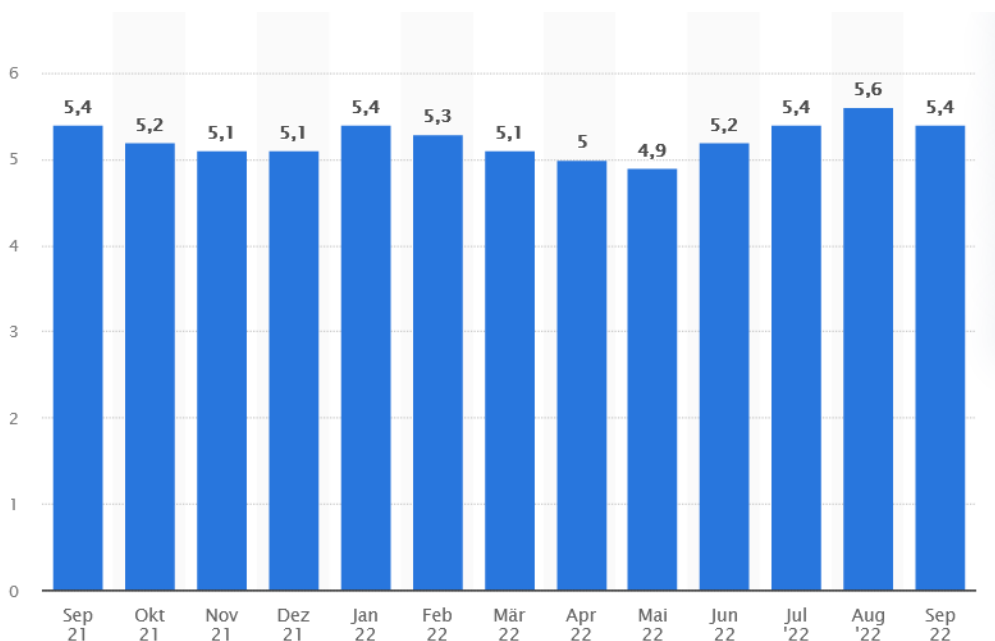
GfK indeks potrošačke klime za Njemačku do rujna 2022.



Izvor: Statista

Stopa nezaposlenosti na kraju rujna 2022. iznosila je 5,4%. Broj nezaposlenih u rujnu se u odnosu na prethodni mjesec smanjio za 61.606 osoba, dok je u odnosu na isti mjesec prošle godine (rujan 2021.) broj nezaposlenih veći za oko 20.945 osoba.

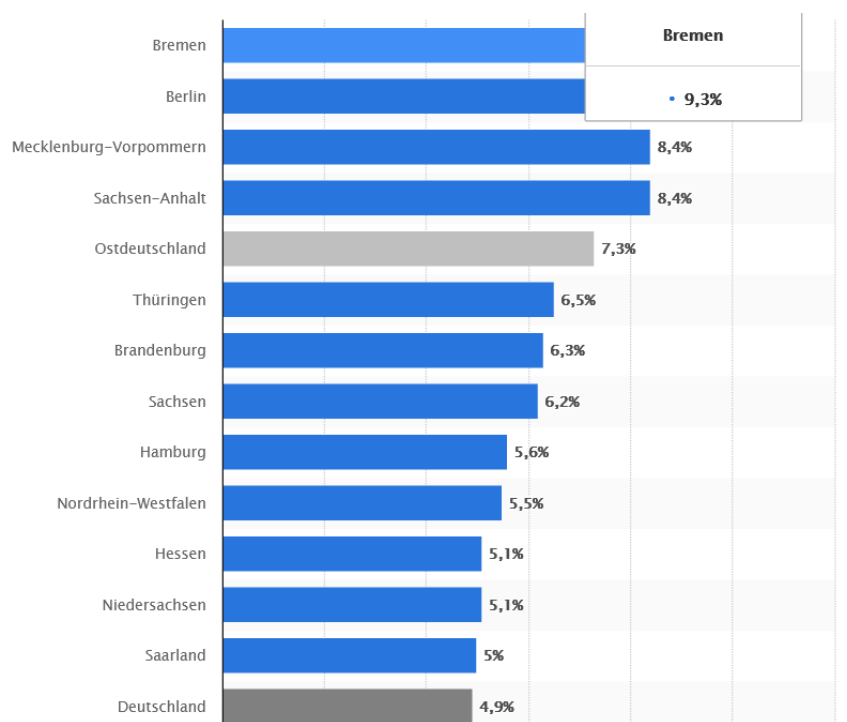
Stopa nezaposlenosti u Njemačkoj (%)



Izvor: Statista

S prosječnom stopom od 7,3%, nezaposlenost mladih u istočnoj Njemačkoj i dalje je znatno viša nego u zapadnoj Njemačkoj (4,5% u rujnu 2022.) Stopa nezaposlenosti među osobama od 15 do 25 godina posebno je visoka u gradovima-pokrajinama Berlinu i Bremenu te u Mecklenburg-Vorpommernu i Sachsen-Anhaltu.

Stopa nezaposlenosti mladih u Njemačkoj po savezним državama



Izvor: Statista

Procjena nastavka pandemije bolesti COVID-19 te učinaka aktualne energetske-inflatorne krize na stanje gospodarstva u ostatku 2022. te u 2023. godini

Njemačko je gospodarstvo snažno orijentirano na izvoz - otprilike svaki četvrti posao u Njemačkoj ovisi o izvozu. Istodobno, kao zemlja siromašna sirovinama, Njemačka također ovisi o uvozu. Tijekom krize vezane uz širenje korona virusa, njemačka je ekonomija osjetila posljedice uslijed pada potražnje i prekidanja lanaca isporuke raznih komponenata koje su služile za daljnju proizvodnju te su uglavnom stizale iz Kine. Međutim, radi velikih državnih izdataka standard građana nije previše trpio. Njemačka je iz proračunskih sredstava izdvajala velike financijske iznose za osiguravanje radnih mjesta kroz formulu „Kurzarbeit“ i davala velike zajmove tvrtkama kojima je prijetila nelikvidnost kroz program „Überbrückungshilfe“. Te državne potpore koštale su kroz cijelu pandemiju oko 500 milijardi eura. Gotovo 60 milijardi eura alocirano je za radnike, dok je ostatak alociran za tvrtke. Valja napomenuti da su npr. tvrtke kao TUI ili Lufthansa dobile financijske potpore od strane države u iznosima do 12 milijardi eura. Alociranje novca u tvrtke i očuvanje radnih mjesta dovelo je do toga da njemačko stanovništvo nije u većoj mjeri osjetilo financijske posljedice, tako da je novaca za potrošnju bilo na raspolaganju kao i prije pandemije. U 2021. uslijedio je gotovo kompletan oporavak.

Nijemci su nakon COVID ograničenja bili željni putovanja - ljetna sezona 2022. (od svibnja do listopada) vjerojatno će dosegnuti razinu prodaje ljetne sezone 2019. Prodaja za organizirana putovanja nedavno je bila samo 5% ispod razine iz ljeta 2019., pokazuje istraživanje Travel Data + Analytics (TDA).

Želja za putovanjem ostaje velika, no u posljednje vrijeme su prisutne i različite otegotne okolnosti – prema različitim ekonomskim istraživanjima i scenarijima rizika Njemačkoj prijete dramatična kriza u slučaju nestašice plina. Ministar gospodarstva Robert Habeck ipak je pokušao prije nekoliko dana prenijeti malo optimizma: "Ukoliko sve bude u redu sa štednjom energenata te vremenske prilike budu povoljne, postoji velika mogućnost da se relativno dobro prebroditi zima." Međutim, ukoliko kućanstva i poduzeća ne budu štedjeli dovoljno plina te zima bude jako hladna, scenarij se mijenja i prijetnja postaje velika. Različitim scenarijima su se pozabavila četiri velika instituta za ekonomska istraživanja, koja su predstavila zajedničku ekonomsku prognozu.

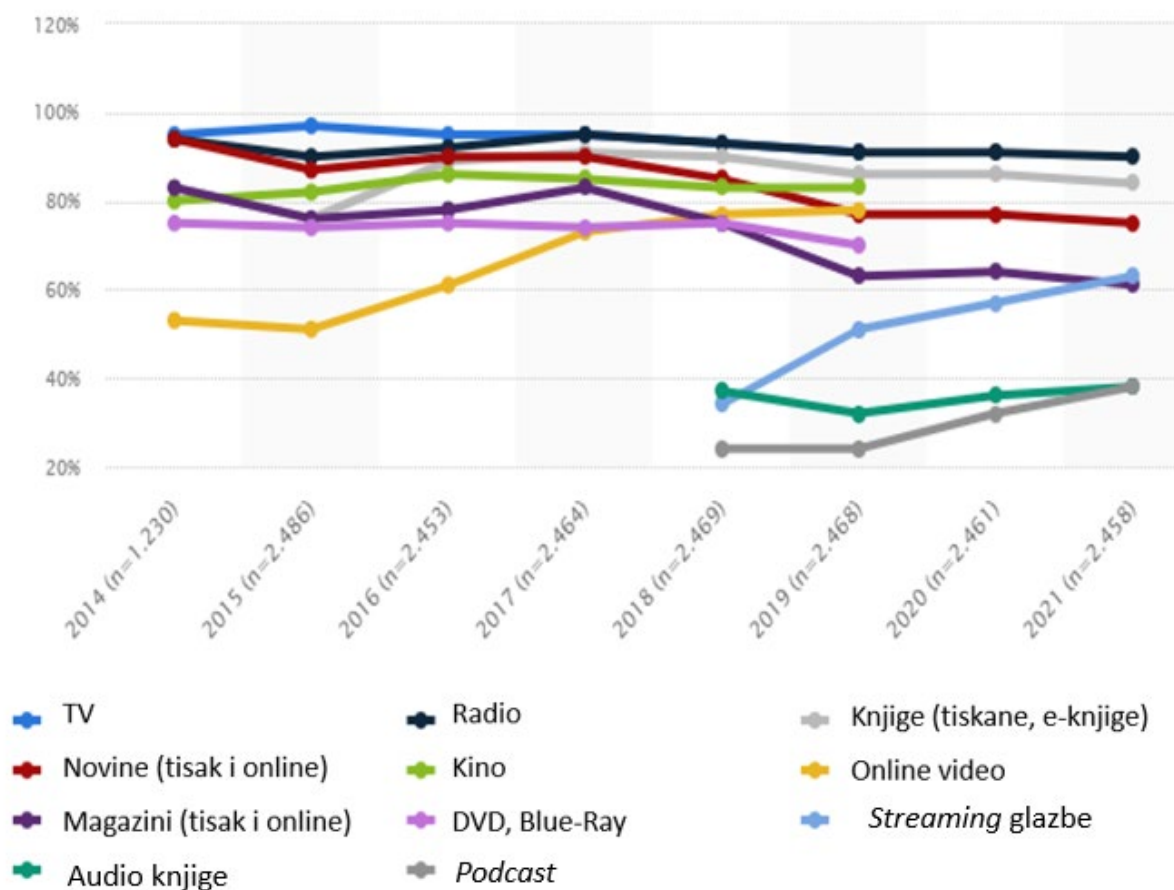
U osnovnom scenariju ekonomisti očekuju blagu recesiju. Bruto domaći proizvod (BDP) će se u 2023. smanjiti za 0,4%, ali će njemačko gospodarstvo tijekom godine ponovno rasti. Međutim, u svom izvješću instituti se intenzivno bave i scenarijem rizika koji je dobio manje pozornosti tj. što će se dohoditi ako zima bude izrazito hladna, a građani i privreda ne budu štedjeli dovoljno energenata. Odgovor istraživača je da bi u tom slučaju posljedice bile dramatičan pad gospodarstva te najdublja i najduža ekonomska kriza od Drugog svjetskog rata. U 2023. gospodarska proizvodnja u Njemačkoj tada bi pala za 7,9%. U zimskom tromjesečju BDP bi se smanjio čak za 14%. Kriza bi bila ne samo duboka, već i duga. Tijekom 2024. godine gospodarstvo bi se smanjilo za značajnih 4,2%, u prvom kvartalu čak za 15%. Nikada se u Saveznoj Republici Njemačkoj nije dogodila takva depresija - posljedice za građane, prihode, tržište rada te društvenu i političku stabilnost bile bi goleme. Sukladno istraživačima najveći rizik za gospodarski razvoj trenutno je dostupnost plina. Štoviše, ne mogu se isključiti nestašice plina tijekom zime. U ovoj situaciji je teško procijeniti vjerojatnost rizika jer mnogo toga ovisi o vremenu. Osim toga, potrebno je povećati uvoz plina iz drugih izvora, posebice ukapljenog plina. Bude li ograničenja proizvodnje zbog nedostatka plina, posljedice će biti ozbiljne, zaključuju ekonomisti.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Upotreba medija u Njemačkoj

Već dvije godine za redom konzumacija različitih medijskih sadržaja u Njemačkoj raste, čemu je doprinijela i COVID pandemija.

Konzumacija medijskih sadržaja u razdoblju 2014. – 2021. u postocima

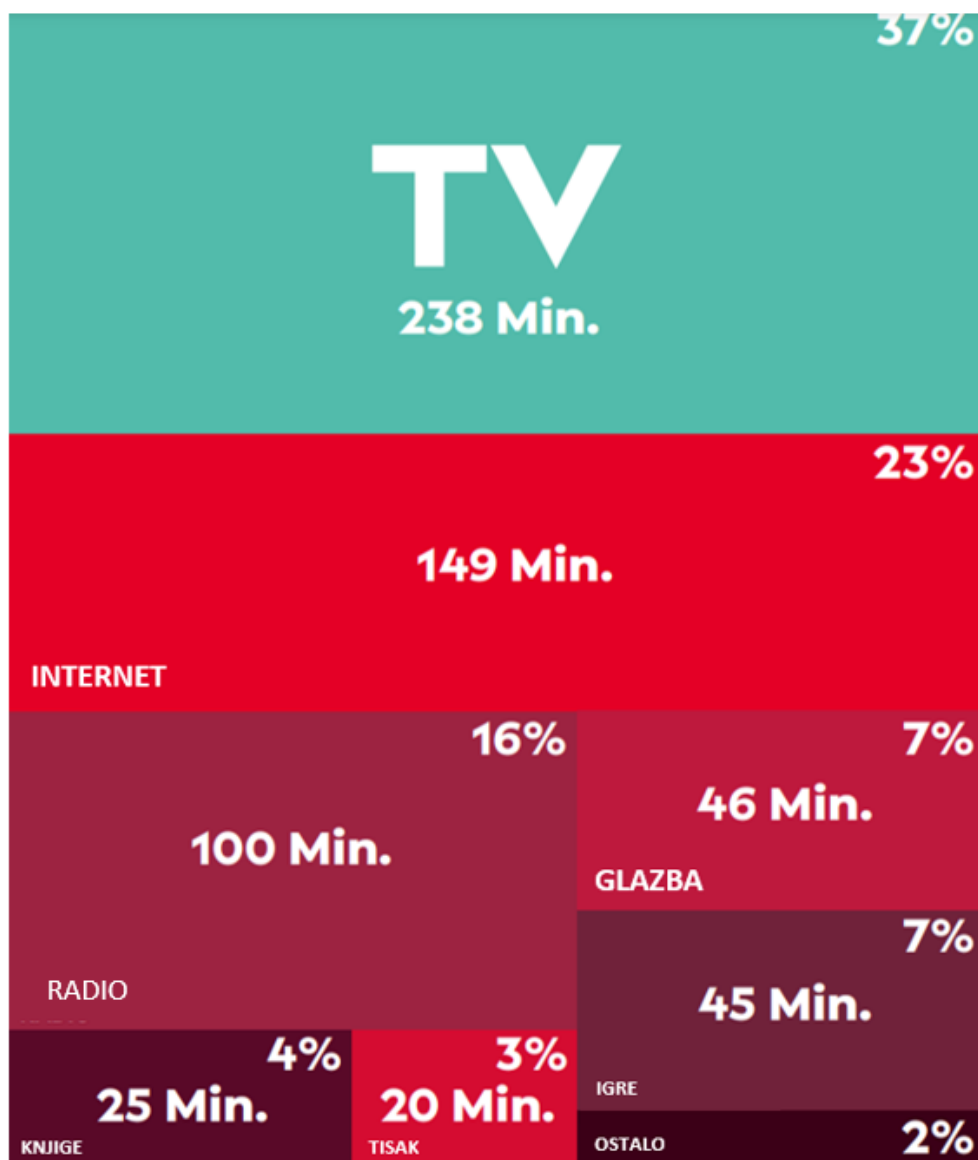


Izvor: Statista

U razdoblju od 2014. do 2021. vrijeme korištenja TV-a i radija se postupno smanjilo, dok se u istom razdoblju vrijeme korištenja interneta povećalo, sa 61 minute na 149 minuta dnevno.

Gledanje televizije je ipak i dalje na prvom mjestu, slijedi Internet na drugom mjestu te radio na trećem mjestu, s oko 100 minuta slušanja dnevno.

Dnevna konzumacija medijskih sadržaja (minutaža i udjeli u%)



Izvor: Vodič za medijske aktivnosti 2021.; AGF video istraživanje u suradnji s GfK; VIDEOSCOPE 1.4, tržišni standard: TV, Q1/2021; baza: ispitanici 14-69 godina

Digitalni mediji se ubrzano šire i preuzimaju primat u dostupnosti i vremenu konzumacije, dok se tradicionalni mediji bore za svoju tržišnu poziciju. Internet je promijenio načine konzumacije medija tako da, primjerice, video i audio *streaming* te *podcast* pariraju klasičnim medijima, kao što su televizija i radio. Digitalizacija postaje korisna i za klasične medije jer se uz pomoć medijateka i sadržaja na zahtjev otvaraju prostori za privlačenje novih ciljnih skupina.

Ukupno vrijeme korištenja medija u Njemačkoj 2021., za sve vrste medija, iznosilo je oko 13 sati dnevno.

* Prema studiji SevenOne Media za 2021.god.

Najviše korišteni audio medij je radio.

Gotovo 54% Nijemaca čita novine svaki dan, dok časopisi imaju dnevni doseg od 64%. Broj korisnika interneta u Njemačkoj je u stalnom je porastu i trenutno se oko 61,15 milijuna ljudi diljem zemlje koristi (ili povremeno koristi) internetom. Nasuprot tome, prodaja dnevnih novina u Njemačkoj već godinama opada.

Televizija

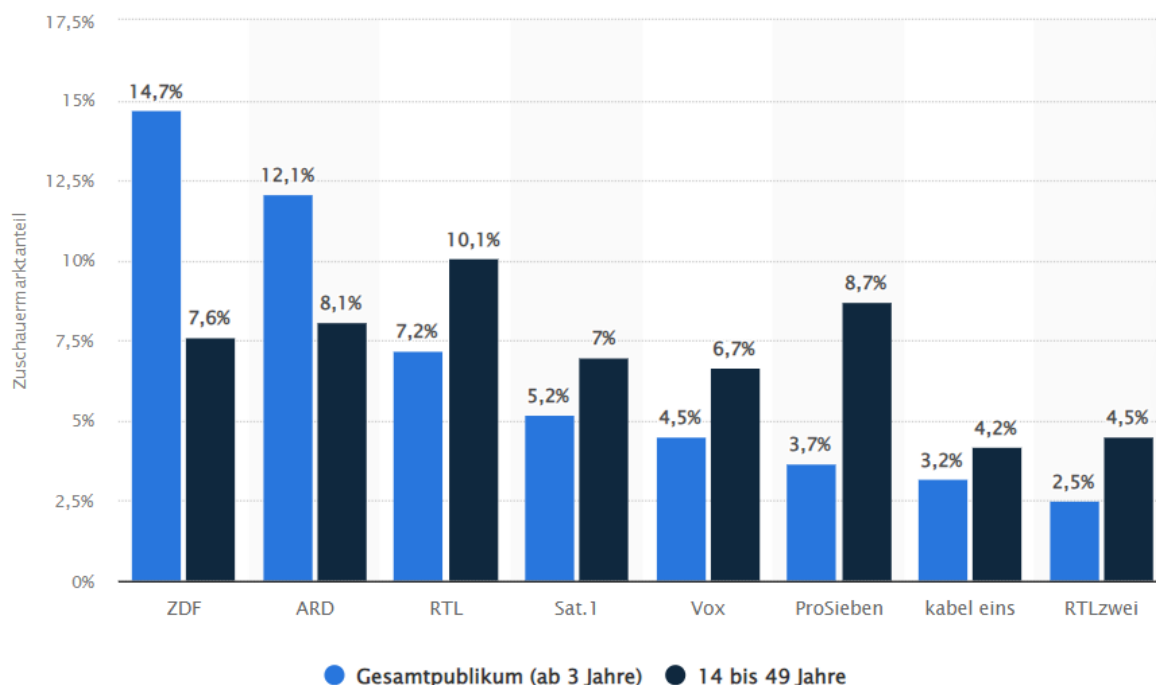
Prema studiji SevenOne Media televizija je u 2021. godini i nadalje imala najširu skupinu korisnika, s dnevnim dosegom od 92%

Glede tržišnog udjela, po gledanosti još uvijek prednjače javni TV kanali: ZDF, ARD i „ARD Dritte“ te regionalne postaje prvog programa javne televizije poput SWR-a, BR, WDR, NDR itd. Međutim, u dobnoj skupini 14 do 49 godina prevladava interes za privatne televizijske kanale RTL, ProSieben i Sat. Isto vrijedi i za bruto reklamne prihode gdje je RTL na prvom mjestu, s reklamnim prihodima većim od tri milijarde eura. Drugo i treće mjesto zauzeli su ProSieben (oko 2,4 milijarde eura) i Sat.1 (oko 1,96 milijardi eura).

Sve vrijednosti korištenja TV-a u 2021. bile su iznad razine prije krize iz 2019., no doseg iz izvanredne 2020. nije postignut.

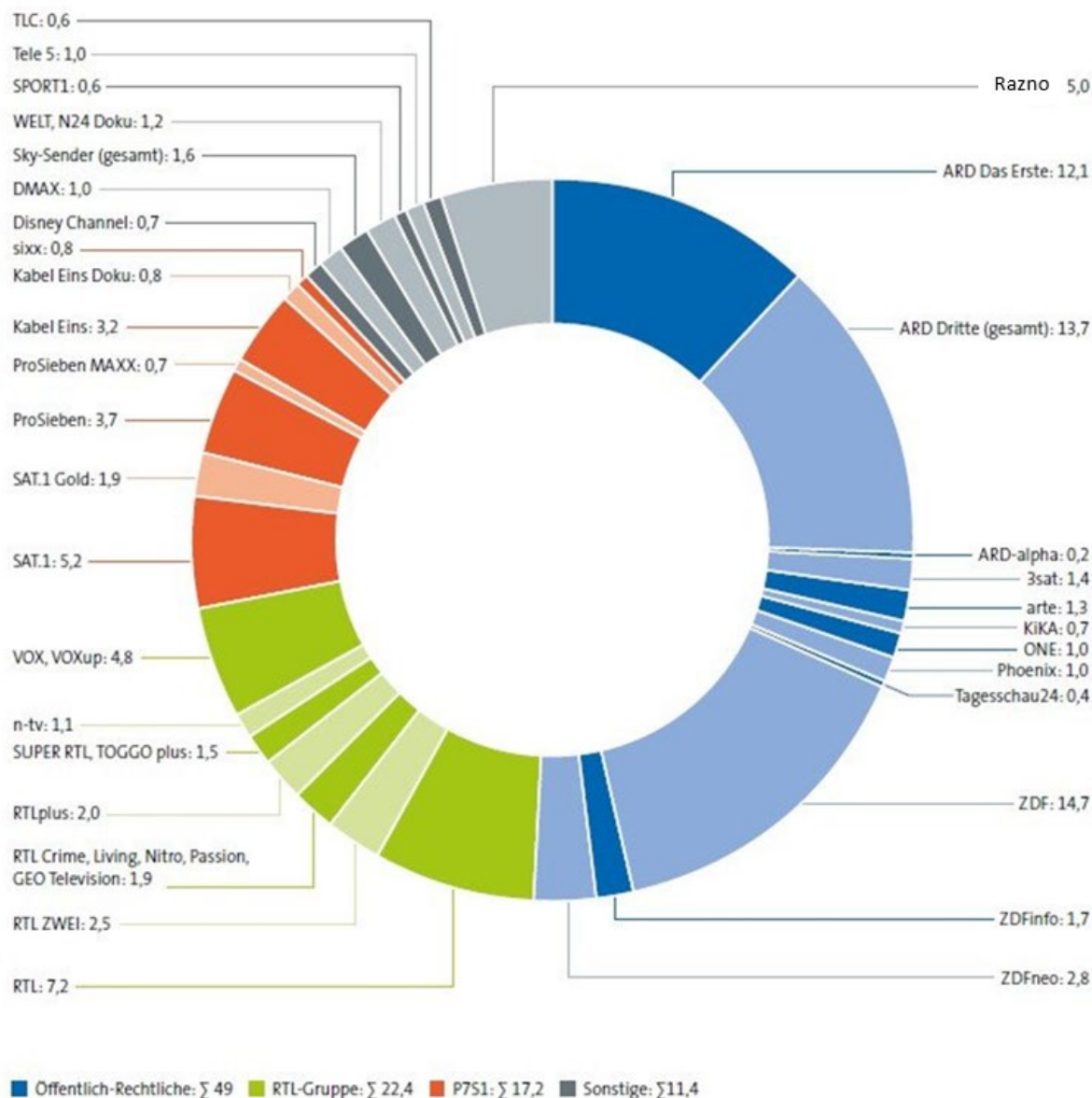
Prema Media Activity Guide (vodiču za medijske aktivnosti) televizija je, s prosječno gotovo četiri sata korištenja dnevno, bila medij s najdužom dnevnom konzumacijom tijekom 2021. godine.

Udio gledatelja u postotcima / usporedba dobnih skupina



Izvor: Statista

Grafički pregled tržišnih udjela/gledanosti TV kanala u Njemačkoj 2021



U prosjeku kućanstva imaju prijem preko 75 televizijskih kanala (dvadesetak godina ranije samo 35 kanala po kućanstvu).






















Javne postaje

| Naziv | Logo | Grupacija | Klasifikacija |
|-----------|---|------------------------------|-------------------------------|
| 3sat |  | ZDF, ARD, ORF, SRG | D, A, CH |
| arte |  | ZDF, ARD, France Télévisions | Kompletan program (D, F) |
| BR |  | ARD | Regionalna postaja Bayern (D) |
| BR alpha |  | ARD | Obrazovni (D) |
| Das Erste |  | ARD | Kompletan program (D) |

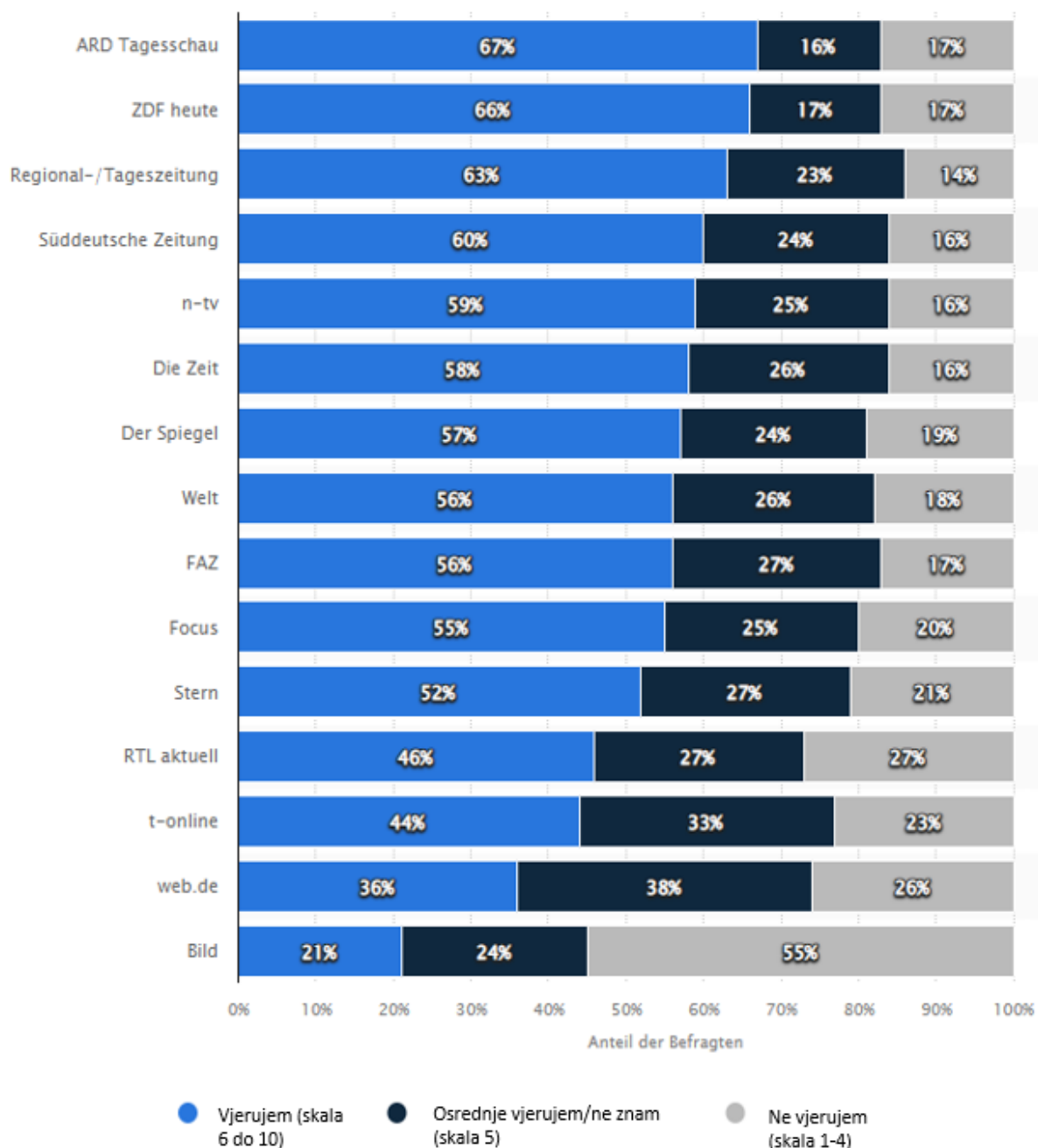
| Naziv | Logo | Grupacija | Klasifikacija |
|-----------------|---|-----------|--|
| DW |  | ARD | Vijesti iz svijeta, Vijesti (D) |
| EinsExtra |  | ARD | Vijesti (D) |
| Einsfestival |  | ARD | Filmovi i serije (D) |
| EinsPlus |  | ARD | Dokumentacije & Lifestyle (D) |
| hr-fernsehen |  | ARD | Regionalna postaja Hessen (D) |
| KiKA |  | ARD, ZDF | Program za djecu (D) |
| MDR Fernsehen |  | ARD | Regionalna postaja Mitteldeutschland (D) |
| NDR Fernsehen |  | ARD | Regionalna postaja Norddeutschland (D) |
| Phoenix |  | ARD, ZDF | Vijesti, politika i dokumentarci (D) |
| Radio Bremen TV |  | ARD | Regionalna postaja Bremen (D) |
| rbbFernsehen |  | ARD | Regionalna postaja Berlin und Brandenburg (D) |
| SR Fernsehen |  | ARD | Regionalna postaja das Saarland (D) |
| SWR Fernsehen |  | ARD | Regionalna postaja Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz (D) |
| WDR Fernsehen |  | ARD | Regionalna postaja Nordrhein-Westfalen (D) |
| ZDF |  | ZDF | Kompletan program (D) |
| ZDFinfo |  | ZDF | Informacije (D) |
| ZDFkultur |  | ZDF | Umjetnost i glazba (D) |
| ZDFneo |  | ZDF | Mlada publika (D) |

Privatne postaje (Free-TV)

| Naziv | Logo | Grupacija | Klasifikacija |
|----------------|---|--------------------------|----------------------|
| Anixe SD |  | | Filmovi i serije (D) |
| Comedy Central |  | MTV Networks Germany | Serije (D, A, CH) |
| DAF |  | Börsenmedien AG | Vijesti sa burze (D) |
| Das Vierte |  | Mini Movie International | Filmovi i serije (D) |
| Deluxe Music |  | Deluxe Television GmbH | Glazba (D) |

| Naziv | Logo | Grupacija | Klasifikacija |
|----------------|---|----------------------------------|------------------------------------|
| DMAX |  | Discovery-Communications | Program za muškarce (D, CH) |
| euronews |  | diverse europäische TV's | Vijesti (EU) |
| Eurosport |  | TF1 | Sport (EU) |
| kabeleins |  | ProSiebenSat.1 Media | Kompletan program (D, A, CH) |
| N24 |  | N24 Media GmbH | Vijesti&Doku (D) |
| n-tv |  | RTL Group | Vijesti&Doku (D) |
| nickelodeon |  | MTV Networks Germany | Program za djecu (D, A, CH) |
| ProSieben |  | ProSiebenSat.1 Media | Kompletan program (D, A, CH) |
| RTL Television |  | RTL Group | Kompletan program (D, A, CH) |
| RTL II |  | RTL Group Tele München Gruppe | Kompletan program (D, A, CH) |
| RTL NITRO |  | RTL Group | (D) |
| Sat.1 |  | ProSiebenSat.1 Media | Kompletan program (D, A, CH) |
| Servus TV |  | RedBull GmbH | Kompletan program (A, D) |
| sixx |  | ProSiebenSat.1 Media | Program za žene&serije (D, A, CH) |
| sonnenklar.TV |  | Euvia Travel GmbH | Putovanja (D) |
| Sport 1 |  | Constantin Medien AG | Sport (D) |
| Star TV |  | | Kompletan program (CH) |
| SUPER RTL |  | RTL Group | Program za djecu&serije (D, A, CH) |
| Tele 5 |  | Tele München Gruppe | Filmovi i serije (D) |
| VIVA |  | MTV Networks Germany | Glazba i serije (D, A) |
| VOX |  | RTL Group | Kompletan program (D, A, CH) |

Prema Reutersovoj studiji, provedenoj u siječnju i veljači 2022., Tagesschau je najpouzdaniji izvor vijesti u Njemačkoj - format vijesti ARD-a postigao je najveću razinu povjerenja među njemačkim medijima, 67%.




Radijske postaje

U Njemačkoj postoje ukupno 464 radijske postaje, s trendom porasta tog broja. Od toga je 290 privatnih, a 74 su javne radio postaje. Broj radijskih postaja u Njemačkoj je u zadnjih 35 godina porastao za više od deset puta.

Prosječno vrijeme slušanja radija u Njemačkoj ostalo je posljednjih godina relativno konstantno, no uvelike ovisi o starosnoj dobi slušatelja. Tako su u 2021. godini mladi u dobi od 14 do 19 godina proveli samo oko 92 minute dnevno slušajući radio, dok je ukupna populacija više od tri sata dnevno slušala radio. Najdulje vrijeme slušanja od 221 minute zabilježeno je među dobnom skupinom od 60 do 69 godina.

Poredak najslušanih postaja (broj slušatelja 14+ po satu od ponedjeljka do petka) s usporednim vrijednostima iz 2020.

| | | | |
|-----------------------------|-----------|---------|---|
| Radio NRW | 1.562.000 | +62.000 |  |
| BAYERN 1 | 1.112.000 | +8.000 |  |
| WDR 2 | 1.044.000 | +94.000 |  |
| BAYERN FUNKPAKET (Kombi) | 1.026.000 | +39.000 |  |
| SWR 3 | 970.000 | -28.000 |  |
| ANTENNE BAYERN | 829.000 | +24.000 |  |
| NDR 2 | 809.000 | +69.000 |  |
| 1LIVE | 761.000 | +15.000 |  |
| BAYERN 3 | 635.000 | -93.000 |  |
| Hit Radio FFH | 482.000 | +24.000 |  |
| SWR 4 Baden-Württemberg | 418.000 | +4.000 |  |
| MDR SACHSEN | 409.000 | +3.000 |  |
| RADIO BOB! | 408.000 | +13.000 |  |
| SWR 1 Baden-Württemberg | 406.000 | -5.000 |  |

| | | | |
|---------------|---------|---------|---|
| radio ffn | 403.000 | -15.000 |  |
| MDR JUMP | 295.000 | -33.000 |  |
| hr 3 | 280.000 | -8.000 |  |
| hr 4 | 259.000 | -26.000 |  |
| ROCK ANTENNE | 258.000 | +25.000 |  |
| Klassik Radio | 237.000 | +9.000 |  |

Sve veće vrijeme slušanja i korištenje radija ima pozitivan učinak na prodaju radijskog oglašavanja. U 2019. godini njegov je volumen iznosio oko 797 milijuna eura (COVID pandemija dovela je do značajnog pada), no PricewaterhouseCoopers (PwC) predviđa povećanje na 848 milijuna eura do 2025. godine.

Prema analizi „ma 2022 Audio I“ Radio NRW u Sjevernoj Rajni-Vestfaliji ostvario je najviše bruto kontakata sa slušateljima u Njemačkoj. Slijede javni servisi Bayern 1 i WDR 2 na drugom i trećem mjestu ljestvice 20 najboljih radijskih postaja.

FM prijem je i dalje imao daleko najveći doseg tijekom 2021. godine, međutim, DAB+ (Digital Audio Broadcasting) i prijem s IP radijskim uređajima postigli su značajno povećanje udjela.

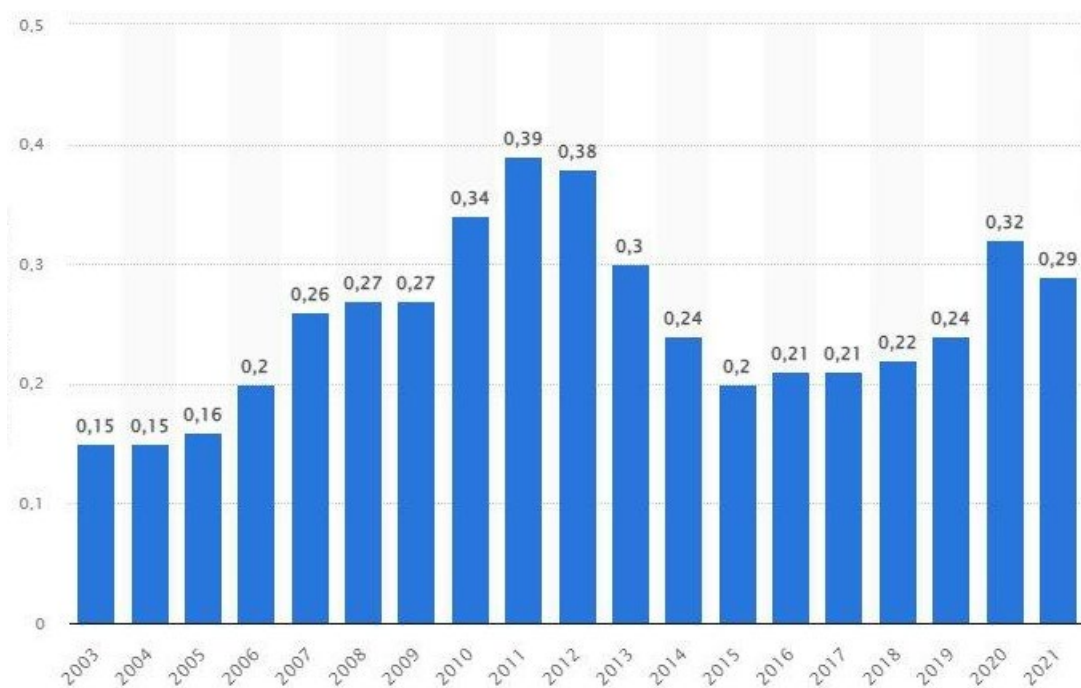
Tiskani mediji

Novine su čvrsto ukorijenjene kao izvor informacija i vijesti, komentara i zabave te služe kao „ogledalo“ regionalnih događanja i vodič za kupovinu, tj. i dalje igraju važnu ulogu u životima Nijemaca.

Ukupna naklada dnevnih novina u Njemačkoj je zadnjih 30 godina ipak kontinuirano opadala (od 1991. -2021.) - dok je 1991. prodano oko 27,3 milijuna primjeraka, naklada je 2021. iznosila oko 12,3 milijuna primjeraka.

Broj dnevnih novina u Njemačkoj također je pao, sa 158 na 114 naslova između 1991. i 2018.

Broj čitatelja dnevnih novina u razdoblju 2003. do 2021. (u mil.)



Pad ukupne naklade negativno utječe i na financijski rezultat prodaje dnevnih novina, koji je u 2021. iznosio oko 6,87 milijardi eura. Prema prognozi PricewaterhouseCoopersa (PwC), prodaja će u narednim godinama kontinuirano padati.

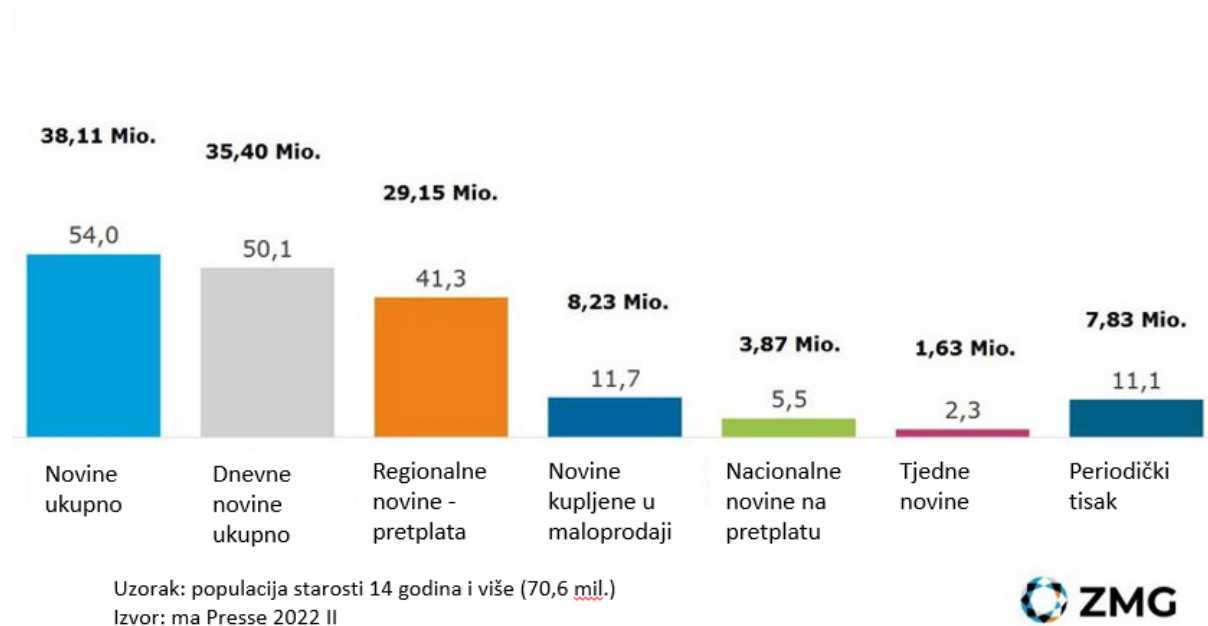
Doseg tiskanih novina u Njemačkoj

Prema podacima „ma Presse“ za drugi kvartal 2022., doseg tiskanih novina u Njemačkoj je 54%, tj. 38,1 milijun Nijemaca starijih od 14 godina čita dnevne ili tjedne novine. Ipak, ukupna tiraža svih novina zajedno je smanjena u odnosu na prethodnu godinu

Posebnu važnost imaju regionalne novine s visokim udjelom pretplatnika, s 29,2 milijuna čitatelja dnevno dopiru do 41,3% ljudi. Tisak redovito čita 33,7% osoba u dobi od 14 do 29 godina i 45,7% osoba u dobi od 30 do 49 godina.

Među dobnom skupinom od 50+ godina, tiskane novine postižu doseg od 66,5%. (ma Presse 2022 II). 11,7% Nijemaca (8,23 milijuna) čita novine koje su kupili u maloprodaji, a 5,5% (3,87 milijuna) čita nacionalne novine. Tiskane nedjeljne novine imaju doseg od 11,1% (7,83 milijuna). Tjedne novine redovito čita 2,3% građana (1,63 milijuna). (Izvor: ma press 2022 II)

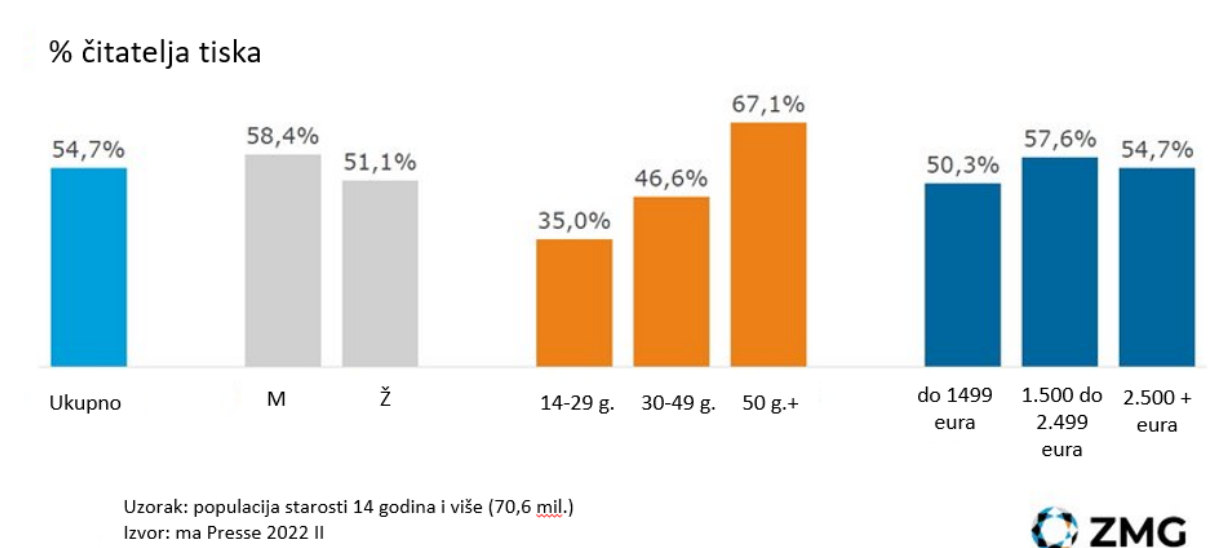
Doseg njemačkog tiska u 2022. godini



Visok je doseg tiska u *premium* ciljnim skupinama, među imućnijim i bolje obrazovanim Nijemcima: 57,4% ljudi s neto prihodom većim od 1.500 eura mjesečno redovito čita tiskane novine.

Čitatelji novina prema socio-demografskim skupinama u 2021.

Doseg njemačkog tiska u 2022. godini prema socio-demografskim skupinama



Časopisi i novine s najvećim dosegom u Njemačkoj prema AWA 2022

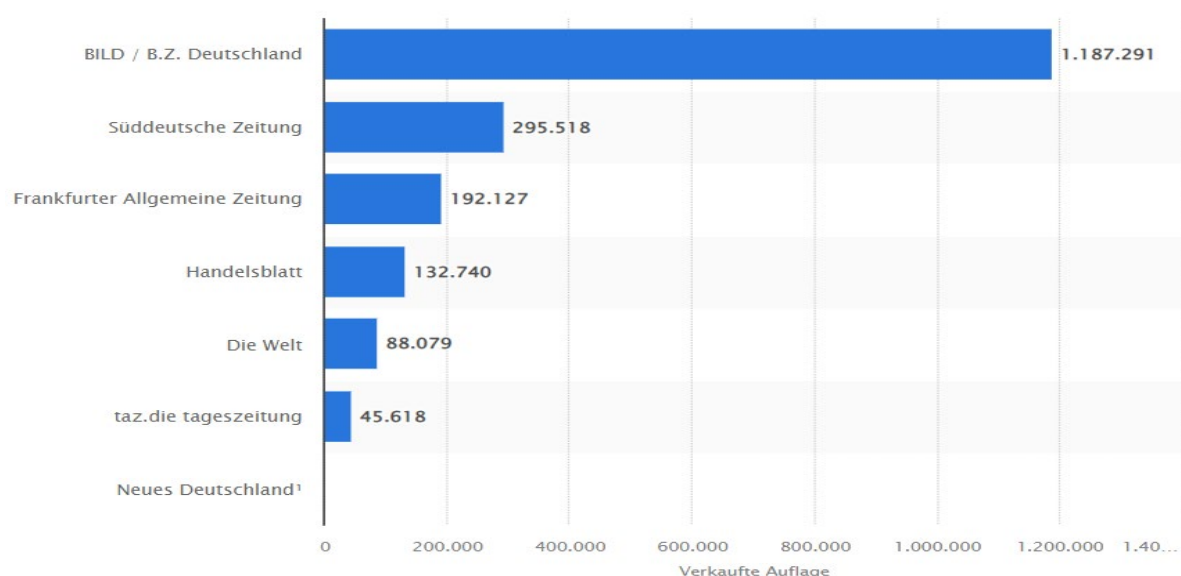
Prema Allensbach analizi tržišta i medija (AWA), ADAC Motorwelt bilježi najveći porast doseg u odnosu na prethodnu godinu s povećanjem od 180.000 čitatelja. Na drugom i trećem mjestu su Elle Decoration i Mein tv & ich.

Poredak 10 časopisa i novina u Njemačkoj s najvećim povećanjem doseg u 2022.

| Naslov | doseg u milijunima | rast |
|-----------------------------|--------------------|------|
| ADAC Motorwelt | 6,04 | 0,18 |
| Elle Decoration | 0,74 | 0,15 |
| Mein tv & ich | 0,38 | 0,1 |
| Garten Flora | 1 | 0,09 |
| Spektrum der Wissenschaft | 0,48 | 0,09 |
| TV direkt | 1,49 | 0,08 |
| Bild der Wissenschaft | 0,56 | 0,08 |
| Men's Health | 0,95 | 0,08 |
| WirtschaftsWoche | 0,7 | 0,08 |
| Bild der Frau Schlank & fit | 0,58 | 0,08 |

Najveća tiraža nacionalnih dnevnih novina u 3. kvartalu 2022

Bild Zeitung s gotovo 1,19 milijuna prodanih primjeraka u trećem kvartalu 2022. nacionalne su dnevne novine u Njemačkoj s najvećom komercijalnom nakladom i 7,35 milijuna čitatelja po broju. Na drugom slijedi Süddeutsche Zeitung, a potom Frankfurter Allgemeine, koji su za mnoge čitatelje među najboljim novinama u Njemačkoj.



Izvor: Statista

Bild Zeitung je s oko 1 milijun prodanih pretplata ima najveću nakladu e-izdanja među nacionalnim dnevnim novinama. Handelsblatt i Süddeutsche Zeitung slijede na drugom i trećem mjestu.

Poredak najčitanijih nacionalnih dnevnih novina u 1. kvartalu 2022. (pretplata i maloprodaja)

| RB | Naslov | Pretpl.+malop. 1/2022. | vs. 1/2021. | vs. 1/2021. u% |
|----|------------------------|---------------------------|-------------|----------------|
| 1. | Bild | 942.387 | -112.812 | -10,7 |
| 2. | Süddeutsche Zeitung | 265.049 | -10.419 | -3,8 |
| 3. | Frankfurter Allgemeine | 172.010 | -10.079 | -5,5 |
| 4. | Handelsblatt | 89.699 | -296 | -0,3 |
| 5. | Die Welt | 41.634 | -573 | -1,4 |
| 6. | taz – die tageszeitung | 41.245 | -1.109 | -2,6 |
| 7. | Neues Deutschland | 15.546 | -1.669 | -9,7 |

Izvor: IVW / Tabelle: MEEDIA

Poredak najčitanijih tjednih novina u 1. kvartalu 2022 (pretplata i maloprodaja)

| RB | Naslov | Pretpl.+malop. 1/2022. | vs. 1/2021. | vs. 1/2021. u% |
|----|--|---------------------------|-------------|----------------|
| 1. | Bild am Sonntag | 588.419 | -314 | -0,1 |
| 2. | Die Zeit | 533.726 | 24.677 | 4,8 |
| 3. | Welt am Sonntag (Sa+So) | 228.442 | 38.503 | 20,3 |
| 4. | Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung | 175.271 | -11.713 | -6,3 |
| 5. | Katholische Sonntagszeitung für Deutschland (gesamt) incl. Neue Bildpost | 24.579 | -2.360 | -8,8 |
| 6. | Junge Freiheit | 21.683 | -1.517 | -6,5 |
| 7. | Der Freitag | 20.994 | -66 | -0,3 |
| 8. | Die Tagespost – Katholische Wochenzeitung für Politik, Gesellschaft und Kultur | 10.750 | 282 | 2,7 |
| 9. | Das Parlament | 6.115 | -827 | -11,9 |

Izvor: IVW / Tabelle: MEEDIA

Prikaz neto dosegla novina, tiskanih i digitalnih izdanja

Podaci temeljeni na tromjesečnim nakladama koje objavljuje IVW za lokalne, regionalne i nacionalne novine s pretplatom, kao i dnevne, tjedne i nedjeljne novine

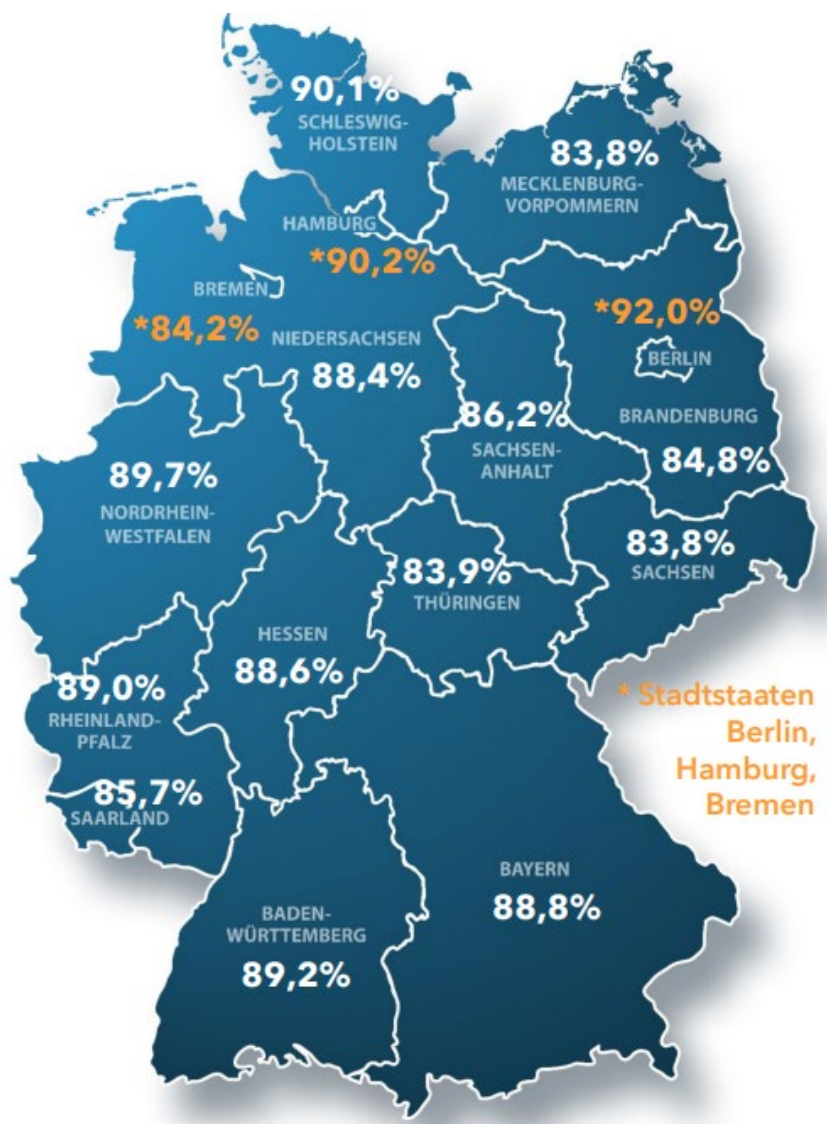
| 3. Kvartal 2022. | Prodana izdanja | Pretplate | Pojedinačna prodaja | Ostala/posebna prodaja | On-board primjerci |
|---|-----------------|------------|---------------------|------------------------|--------------------|
| Sve novine ukupno | 14.169.890 | 10.616.690 | 2.022.826 | 1.314.218 | 216.156 |
| 1. Dnevne novine | 11.467.479 | 8.942.172 | 1.355.766 | 1.057.996 | 111.545 |
| 1.1. lokalne i regionalne novine s pretplatom | 9.302.320 | 8.227.565 | 317.975 | 738.272 | 18.508 |
| 1.2. Nacionalne novine | 754.082 | 528.538 | 57.728 | 125.680 | 42.136 |
| 1.3. Tabloidi | 1.411.077 | 186.069 | 980.063 | 194.044 | 50.901 |
| 2. Nedjeljne novine | 1.106.171 | 322.309 | 571.222 | 124.447 | 88.193 |
| 3. Tjedne novine | 1.596.240 | 1.352.209 | 95.838 | 131.775 | 16.418 |
| 4. E-izdanja | 2.526.694 | 1.494.552 | 8.089 | 1.019.604 | 4.449 |

Digitalni mediji

Prema podacima radne skupine agencije AGOF za online istraživanja, 61,15 milijuna Nijemaca je prošle (2021. godine) koristilo Internet, što je 88,5% stanovništva Njemačke u dobi od 16 i više godina, tj. 870.000 korisnika više nego u istom razdoblju 2020. godine.

Broj onih koji nisu *online* smanjio se na samo 11,5% njemačkog rezidentnog stanovništva u dobi od 16 i više godina, dok je prethodne 2020. ta vrijednost iznosila 13,6%.

Prikaz udjela online korisnika po savezima država proporcionalno stanovništvu 16 i više godina starosti (za period od siječnja do studenog 2021.)

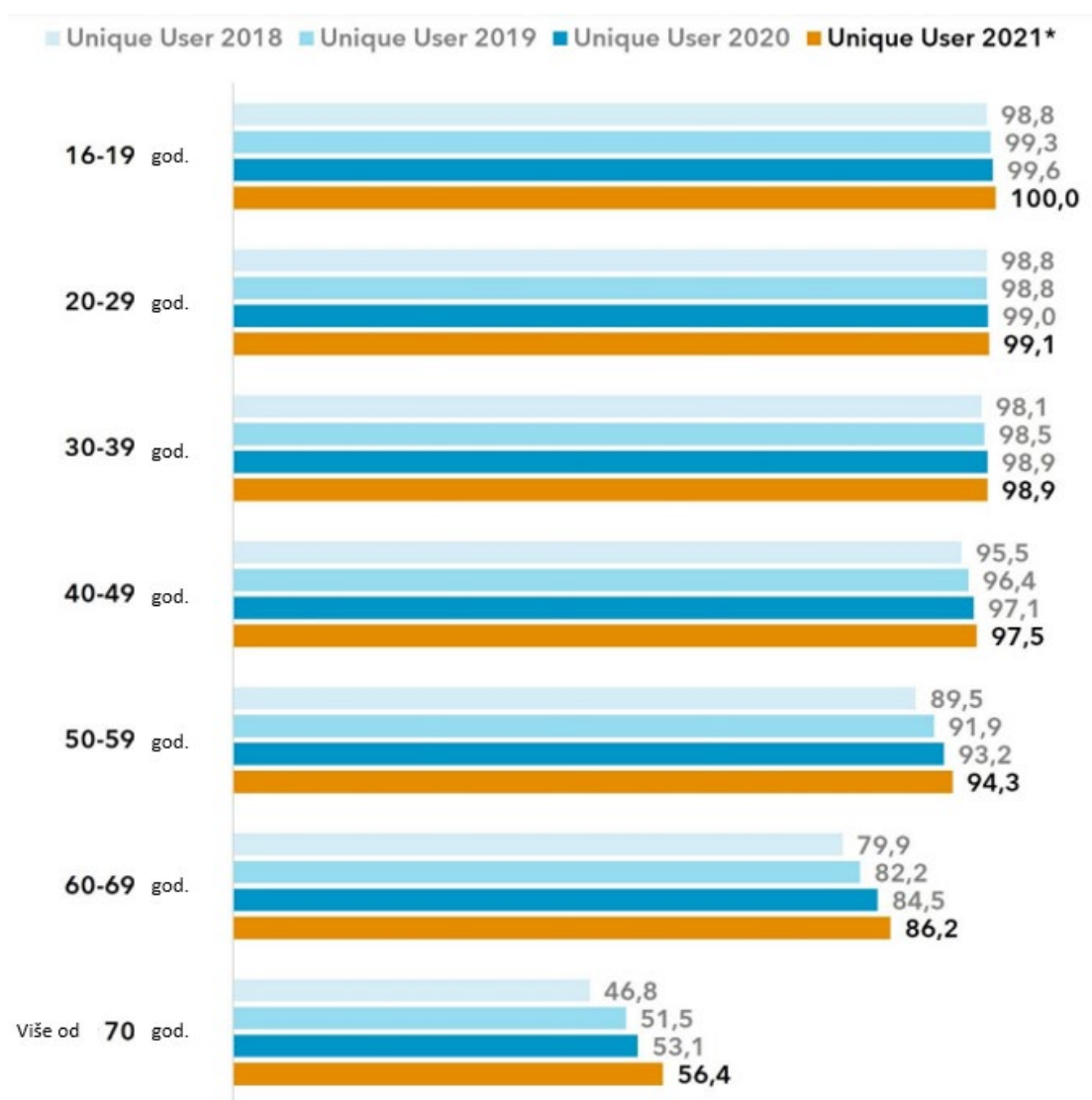


Udio online korisnika interneta u istočnonjemačkim savezima država (bez Berlina) još uvijek je niži nego na zapadu zemlje. Berlin je i 2021. godine bio „digitalna prijestolnica“, gdje je udio *online* korisnika ponovno porastao za 0,8 postotnih bodova.

Zabilježen je značaja rast broja privatnih kućanstava s digitalnom opremom - računalo, prijenosno računalo ili tablet, posjeduje 86,5% ispitanika, dok istovremeno 98,2% ispitanika koristi „pametne telefone“ te nitko ne želi biti bez pristupa internetu (podaci iz studenog 2021.)

Dobna struktura online korisnika

Prikaz rasta broja korisnika interneta po dobnim skupinama i godinama



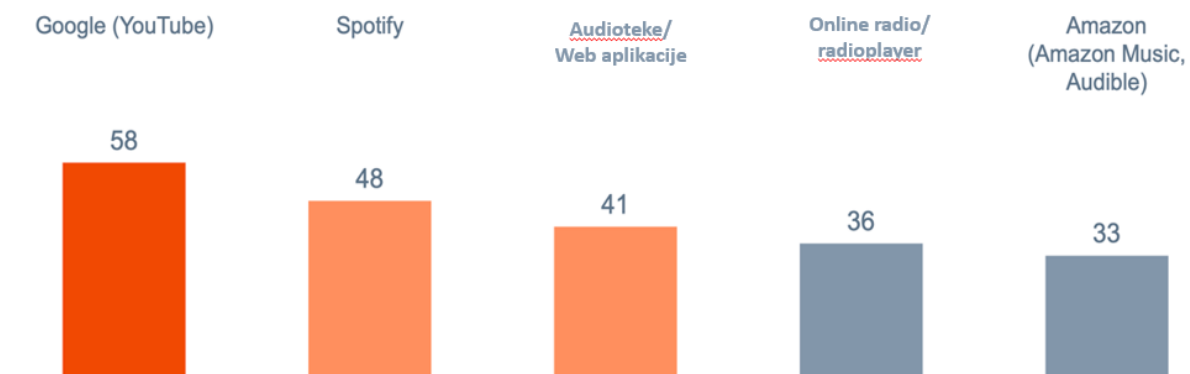
Online videozapisi posebno su dobili na važnosti posljednjih godina: u drugom tromjesečju 2021. besplatni online videozapisi gledani su u prosjeku oko 33 minute dnevno.

Online Audio Monitor je u rujnu 2022. objavio podatak da više od 30 milijuna ljudi svaki dan sluša audio sadržaj s interneta. Dvije trećine njemačkog stanovništva (64,2%) redoviti su korisnici internetskih audio zapisa, što odgovara broju od 45,3 milijuna ljudi u dobi od 14 i više godina. Najmanje jednom mjesečno putem interneta slušaju glazbeni *streaming* (52,9%), web radio (45,7%), *podcast* ili radijske emisije (24,6%), audio knjige, ili radio igre (18,8%).

Navedeno znači da redovita upotreba audio zapisa na mreži ostaje na visokoj razini, nakon naglog porasta u posljednje dvije godine pandemije.

Vodeće platforme za online audio sadržaje su Google (YouTube) i Spotify. *Streaming* glazbe je predvodnik među svim online audio sadržajima - 27,3% osoba u dobi od 14 i više godina svakodnevno sluša glazbu, većina korisnika pristupa online audio sadržajima putem YouTubea (56,8%), a zatim Spotifyja (47,6%). Nešto manji broj (40,7%) pristupa audio sadržaju s interneta putem audioteka, web stranica ili aplikacija radijskih postaja.

Top 5 platformi za konzumaciju online audio sadržaja



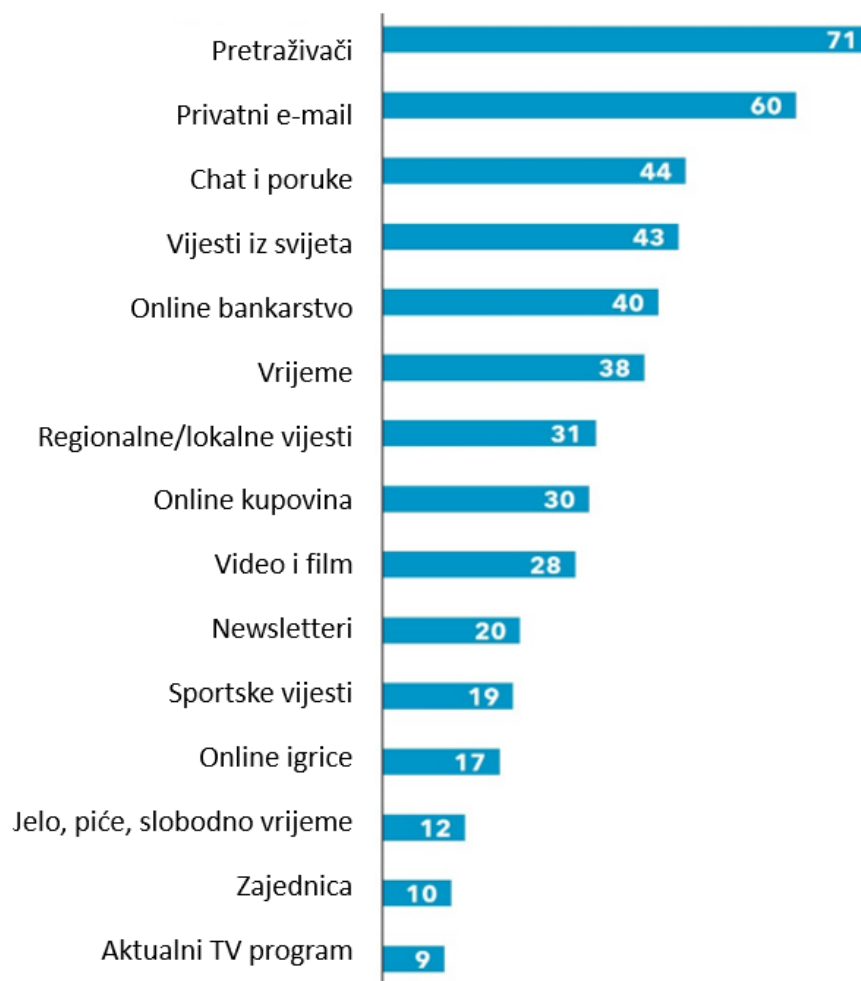
Intenzitet konzumacija online audio sadržaja raste: 41,7 milijuna ljudi sluša online audio sadržaje poput glazbe, web radija, *podcasta* ili audio knjiga barem jednom tjedno, preko 30 milijuna čak i dnevno.

Sve više ljudi također koristi nekoliko formata: gotovo svaka druga osoba (47,5%) sluša i linearne web radijske programe i barem jednu uslugu na zahtjev. Istodobno, raste udio onih koji barem polovicu svog ukupnog "audio vremena" provode uz *online* audio sadržaje.

Svaka četvrta osoba sluša web radio dnevno: 25,3% stanovnika u dobi od 14 i više godina svaki dan sluša programe web radija. S udjelom od 81,2%, vijesti su najčešće navedeni razlog za slušanje web radija, a slijede lokalne i regionalne informacije (78,2%).

Podcasti: 20,5 milijuna slušatelja u dobi od 14 i više godina barem povremeno konzumira *podcaste* i radijske programe na zahtjev, a 17 milijuna redovito.

Top 15 razloga korištenje interneta / udio korisnika u postotcima



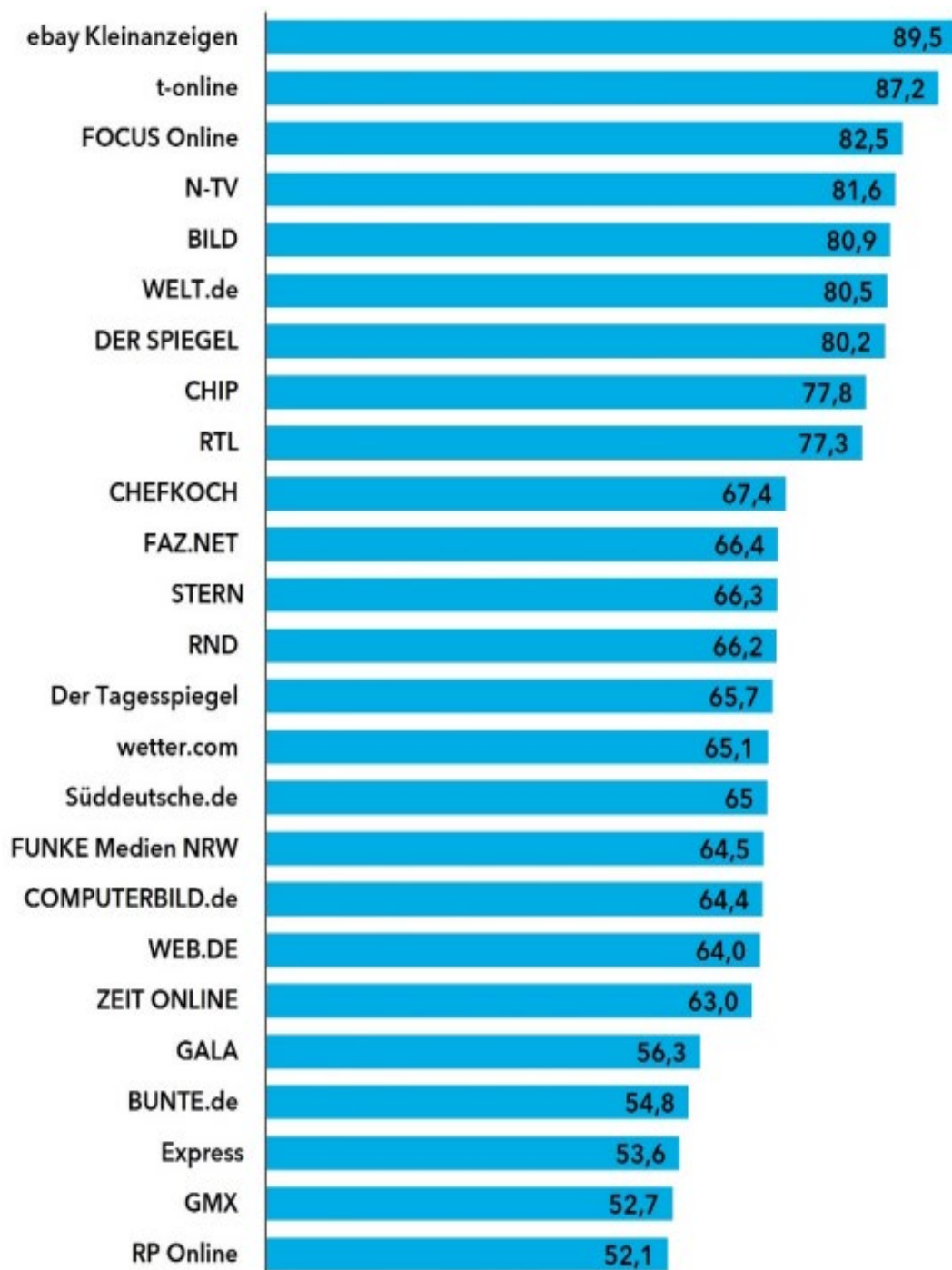
Online kupovina

Više od tri četvrtine (78,3%) Nijemaca u dobi od 16+ godina kupuje *online*. Neki se proizvodi *online* kupuju češće od drugih - na pitanje koje su artikle naručivali *online* barem jednom mjesečno, korisnici su najčešće odgovarali: moda (6,66 milijuna), ulaznice za događaje (4,29 milijuna), namirnice (3,97 milijuna), knjige (3,51 milijun), cipele (3,38 milijuna), potrepštine za kućne ljubimce (3,14 milijuna), kozmetiku (3,05 milijuna) i lijekove (2,90 milijuna).

Top 5 kategorija proizvoda koji najviše zanimaju *online* kupce:

1. (Duža) putovanja na odmor: 28,0%
2. Kratka putovanja (maksimalno 5 dana): 20,2%
3. Pametni telefoni, telefoni: 19,2%
4. Parfemi i mirisi: 18,7%
5. Cipele: 18,2%

Poredak 25 Internet portala s najvećim brojem korisnika (s neto dosegom u%)



Izvor: AGOF facts & figures 2022

TOP 10 najposjećenijih web stranica u Njemačkoj u 2022. godini

| | | |
|----|---------------|-------------|
| 1 | google.com | 890,63 Mio. |
| 2 | youtube.com | 300,20 Mio. |
| 3 | facebook.com | 281,26 Mio. |
| 4 | amazon.de | 246,23 Mio. |
| 5 | wikipedia.org | 232,81 Mio. |
| 6 | bild.de | 166,25 Mio. |
| 7 | google.de | 184,97 Mio. |
| 8 | ebay.de | 123,07 Mio. |
| 9 | instagram.com | 96,10 Mio. |
| 10 | t-online.de | 90,17 Mio. |

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2021. I 2022. GODINI

Generalni osvrt na stanje na emitivnom turističkom tržištu

Putovanja i turizam visoko su na rang listi prioriteta njemačkih građana i njih se nadograđuju razni segmenti društvenog života. U medijima su turističke teme vrlo zastupljene, a prosječni Nijemac je iskusan putnik. Njemačka domaćinstva svake godine odvajaju značajan dio svog kućnog budžeta za putovanja i godišnji odmor.

Turistička industrija je jedan od generatora rasta njemačke privrede. Ona osigurava i stvara radna mjesta te potiče dodatna ulaganja. Prema studiji "Gospodarski čimbenik turizma" (Wirtschaftsfaktor Tourismus) bruto prihod od turizma Njemačke je preko 105 milijardi eura. Uzimajući u obzir neizravne i inducirane učinke dolazimo do bruto dodatne vrijednosti od 213,5 milijardi eura. Turistička industrija u Njemačkoj osigurava 3 milijuna radnih mjesta.

U 2022. godini, nakon dvije godine pandemije, želja za putovanjima među Nijemcima je na visokom nivou. Receptivne destinacije se polako oporavljaju te se tržište općenito vraća predpandemijskoj poslovnoj dinamici.

Rast cijena energenata te inflacija glavni su izazovi s kojima se turističko tržište suočava u nadolazećem razdoblju.

Utjecaj pandemije bolesti COVID 19 na turistički promet u 2021. i 2022.

Nakon značajnog pada turističke potražnje tijekom 2020., nešto manjim dijelom i 2021. godine, u 2022. tržište se uglavnom stabiliziralo te je potražnja za putovanjima u samom startu bila veća u odnosu na prethodnu godinu. Ljetna sezona odvijala uglavnom bez ograničenja, dok je zimska sezona 2021./2022. ipak uglavnom izgubljena.

U ljetnoj sezoni, jedan od glavnih problema s kojim su se susretali putnici bio je kaos u zračnim lukama i nedostatak zrakoplovnih linija. Kako su zrakoplovne tvrtke uvelike smanjile kapacitete u pandemiji, iste ih nisu mogle nadoknaditi u kratkom roku kada je, nakon svih mjera restrikcije, potražnja naglo porasla. Pojedine njemačke zračne luke nisu mogle odgovoriti na povećanje broja putnika, radi nedovoljne radne snage, što se očitovalo na sigurnosnim kontrolama i dostavi prtljage. Prizori koji su se viđali na nekim zračnim lukama, gdje su putnici satima čekali na sigurnosnu kontrolu te propuštali letove obeshrabrili su dio potencijalnih putnika, koji su se okrenuli automobilskim putovanjima.

Sveukupno, ljetna sezona ipak je bila uspješna te su turoperatori i destinacije nadoknadili dio izgubljene zarade u godinama pandemije.

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2021. otputovali na odmor

Gotovo $\frac{3}{4}$ njemačkog stanovništva odlazi barem jednom godišnje na putovanje u trajanju od minimalno 5 dana. U razdoblju do 2025. godine, usporedno sa starenjem stanovništva, procjenjuje se da će putovanja koje realiziraju osobe starije od 60 godine dostići udjel od 40%. Osobe starije od 70 godina realizirat će 2,2 milijuna putovanja više u odnosu na 2015. Osobe od 60 do 70 godina realizirat će gotovo 4,1 milijun putovanja, dok će pasti broj putovanja skupine od 14 do 59 godina i to za 7,4 milijuna. Ukupan broj putovanja uglavnom će ostati stabilan.

Turistička putovanja i kratka putovanja u 2021.

Putovanja (5 ili više dana)

| Godina | Broj turista | Broj putovanja po turistu | Broj putovanja | Potrošnja po osobi po putovanju | Ukupna potrošnja |
|--------|--------------|---------------------------|----------------|---------------------------------|------------------|
| 2021. | 47,8 mil. | 1,15 | 55,1 mil. | € 1.017 | € 56,1 mlrd. |
| 2020. | 44,6 mil. | 1,13 | 50,5 mil. | € 892€ | € 45,1 mlrd. |
| 2019. | 55,2 mil. | 1,28 | 70,8 mil. | € 1.033 | € 73,1 mlrd. |
| 2018. | 55,0 mil. | 1,27 | 70,1 mil. | € 1.017 | € 71,2 mlrd. |
| 2017. | 54,1 mil. | 1,29 | 69,6 mil. | € 1.054 | € 72,7 mlrd. |
| 2016. | 53,4 mil. | 1,29 | 68,7 mil. | € 983 | € 67,5 mlrd. |
| 2015. | 53,4 mil. | 1,29 | 69,1 mil. | € 954 | € 65,9 mlrd. |
| 2014. | 54,6 mil. | 1,29 | 70,3 mil. | € 958 | € 67,3 mlrd. |

Izvor: *FUR. Reise Analyse 2022.*

Kratka putovanja (2-4 dana)

| Godina | Broj turista | Broj putovanja po turistu | Broj putovanja | Potrošnja po osobi po putovanju | Ukupna potrošnja |
|--------|--------------|---------------------------|----------------|---------------------------------|------------------|
| 2021. | | | 51,0 mil. | € 302 | € 15,4 mlrd. |
| 2020. | 28,1 mil. | 1,28 | 36,0 mil. | € 282 | € 10,2 mlrd. |
| 2019. | 35,8 mil. | 2,45 | 87,6 mil. | € 271 | € 23,7 mlrd. |
| 2018. | 35,4 mil. | 2,49 | 88,0 mil. | € 268 | € 23,6 mlrd. |
| 2017. | 34,3 mil. | 2,39 | 82,1 mil. | € 268 | € 22,0 mlrd. |
| 2016. | 33,0 mil. | 2,44 | 80,5 mil. | € 253 | € 20,4 mlrd. |
| 2015. | 31,7 mil. | 2,43 | 77,1 mil. | € 274 | € 21,1 mlrd. |
| 2014. | 32,6 mil. | 2,32 | 75,7 mil. | € 261 | € 19,8 mlrd. |

Izvor: *FUR. Reise Analyse 2022.*

Pandemija je donijela velike promjene u odabiru destinacija - tradicionalne destinacije kao Španjolska ili Turska „pale su“ u ključnim ljetnim mjesecima za 70 do 80%, dok u pred i posezoni prometa uglavnom nije bilo. Domaće tržište bilježilo je u ljetnim mjesecima 80 do 90% predpandemijskog prometa. U 2020. na godišnji odmor putovalo je 20% manje Nijemaca u odnosu na predpandemijsko razdoblje. Ukupan broj putovanja pao je za 30%, a ukupna potrošnja smanjila se za 40%. Kod kratkih putovanja rezultati su bili još lošiji. Broj realiziranih putovanja kraćih od 5 dana pao je s više od 80 milijuna na 36 milijuna, dok se ukupna potrošnja više nego prepolovila.

Prema *FUR*-u, u 2021. putovalo je 47,8 milijuna Nijemaca (tj. ostalih stanovnika Njemačke, bez njemačkog državljanstva) koji su ostvarili 55,1 milijuna dužih putovanja. Potrošnja na putovanjima iznosila je 56 milijardi eura. Riječ je o sveukupno 7% više putnika u odnosu na 2020., no 13% manje u odnosu na 2019. Realizirano je 22% putovanja manje u odnosu na 2019., tj. 9% više u odnosu na 2020. Na putovanjima je potrošeno 23% manje u odnosu na rekordnu 2019., ali i 24% više u odnosu 2020. Na dodatnih 51 milijuna kratkih putovanja (2-4 dana) ukupno je potrošeno 15,4 milijardi eura.

U 2021. redoslijed destinacija se ponovno promijenio, s obzirom da tradicionalne destinacije, poput Španjolske ili Turske, nisu dostigle rezultate iz 2019., dok je u Austriji zimska sezona potpuno podbacila.

Omjer stanovnika koji su na odmor otputovali u inozemstvo, ili odmor proveli u vlastitoj zemlji

Slika odabira destinacija među Nijemcima prije pandemije mogla se u grubo opisati na sljedeći način: 1/3 Nijemaca ljetuje u Njemačkoj, 1/3 na Mediteranu, dok na sve druge destinacije otpada zadnja trećina.

U 2021. se takav obrazac dijelom vratio i 37% putnika za svoj odmor je izabrao Njemačke destinacije, dok je 63% odabrало inozemstvo. Time su domaće destinacije izgubile dio gostiju koje su dobile u pandemiji, tijekom 2020. godine.

| Putovanja Nijemaca | 2021. | 2020. | 2019. | 2018. | 2017. | 2016. |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Ukupan broj putovanja od 5 i više dana | 55,1 mil. | 50,5 mil. | 73,1 mil. | 71,2 mil. | 69,6 mil. | 68,7 mil. |
| u Njemačkoj | 36,6% | 45% | 26% | 27% | 27,9% | 30% |
| u strane države | 63,4% | 55% | 74% | 73% | 72,4% | 70% |
| – Sredozemlje (države koje su neposredno na Sredozemlju) | 35,4% | 26,3% | 37,9% | 36,8% | 36,9% | 36,5% |
| – Zapadna Europa (UK, IRL, F, NL, CH, A) | 10,7% | 12,6% | 13,3% | 13,5% | 12,4% | 12,8% |
| – Istočna Europa (H, CZ, PL, RUS usw.) | 7,2% | 6,9% | 7,2% | 7,8% | 7,7% | 6,8% |
| – Skandinavija (DK, N, S, FIN) | 2,9% | 2,9% | 3,2% | 3,3% | 3,5% | 3,3% |
| – Daleka putovanja | 3,7% | 4,1% | 8,4% | 8,1% | 8,4% | 7,8% |

Izvor: DRV (Fakten & Zahlen 2022)

U 2022. s druge strane udio ljetovanja u inozemstvo opet je porastao. Za sada se ne raspolaže konkretnim izračunima.

Redoslijed omiljenih destinacija

U nastavku slijedi pregled tržišnih udjela omiljenih destinacija za glavni godišnji odmor Nijemaca (+5 dana), u inozemstvu i vlastitoj zemlji.

| Destinacija | 2021. | 2020. | 2019. | 2018. | 2017. | 2016. |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| Španjolska | 11,5% | 7,7% | 12,7% | 13,7% | 13,1% | 14,80% |
| Italija | 8,0% | 5,7% | 8,7% | 8,1% | 8,3% | 8,20% |
| Bavarska* | 6,8% | 9,0% | 4,6% | 4,7% | 4,9% | 5,50% |
| Mecklemburg-Vp* | 6,3% | 7,6% | 5,1% | 5,3% | 5,1% | 5,60% |
| Turska | 6,2% | 4,6% | 6,3% | 5,1% | 5,7% | 5,60% |
| Schleswig-Holstein* | 5,8% | 7,2% | 4,2% | 4,3% | 4,5% | 4,20% |
| Hrvatska | 4,3% | 3,4% | 2,7% | 3,1% | 3,3% | 3,20% |
| Niedersachsen* | 4,3% | 5,1% | 3,4% | 3,6% | 3,4% | 4,20% |
| Austrija | 3,7% | 4,8% | 4,7% | 4,9% | 5,0% | 4,60% |
| Baden-Württemberg* | 3,5% | 4,0% | 2,0% | 2,2% | 2,7% | 2,90% |
| Grčka | 3,4% | 2,8% | 4,1% | 4,0% | 3,9% | 3,50% |
| Francuska | 3,0% | 2,6% | 3,6% | 3,1% | 2,7% | 2,60% |
| Poljska | 2,7% | 3,1% | 2,7% | 2,5% | 2,8% | 2,00% |
| Nizozemska | 2,6% | 3,6% | 2,4% | 2,8% | 2,2% | 1,70% |

Izvor F.U.R. Reiseanalyse 2022

Tijekom ljeta 2022. Hrvatska je ostvarila najveći rast od svih analiziranih destinacija, u odnosu na iste mjeseci 2019., što je posebno naglašeno u usporedbi s drugim auto destinacijama kao što su Austrija i talijanska regija Veneto, koji su rasli prema znatno nižim stopama.

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Raspored na ljestvici omiljenih prijevoznih sredstava se nije promijenio još od početka 90-tih. Putovanja automobilom su ispred putovanja zrakoplovom, autobusom i vlakom. Međutim, sve do 2019. bio je vidljiv trend rasta udjela putovanja zrakoplovom, tj. pad udjela putovanja automobilom. Pandemija je rezultirala ponovnim preokretom trenda, tj. velikim padom udjela korištenja zrakoplova te rastom automobilske prijevoza, koji je u specifičnim COVID okolnostima percipiran kao sigurniji. Za 2022. se predviđa ponovni rast udjela zrakoplovnih putovanja.

| Prijevozno sredstvo korišteno prilikom putovanja na odmor | | | | | | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2021. | 2020. | 2019. | 2018. | 2017. | 2016. | 2015. | 2014. | 2000. |
| Automobil | 55% | 61% | 43% | 45% | 46% | 47% | 45% | 46% | 49,2% |
| Zrakoplov | 34% | 26% | 42% | 41% | 40% | 39% | 40% | 39% | 34,6% |
| Autobus | 4% | 4% | 6% | 6% | 7% | 6% | 7% | 8% | 9,1% |
| Vlak | 6% | 7% | 6% | 5% | 5% | 6% | 5% | 5% | 5,8% |

Izvor F.U.R. Reiseanalyse 2022.

Način bukiranja odmora

Paket aranžmani (paušalna putovanja) ostaju najvažniji oblik organiziranja putovanja u 2019., kada su ostvarili rast udjela s 43% na 45%. Nastavljen je i rast udjela *online* prodaje, a osobna konzultacija u putničkim agencijama nije više najpopularniji način bukiranja. U 2019. više Nijemaca, njih 44% bukiralo je odmor *online*, dok ih je u agencijama bukiralo 39%.

Njemačko tržište mijenja se sporije od drugih usporedivih tržišta i ostaje prilično vjerno klasičnim oblicima donošenja odluke i nabave turističkih proizvoda. Njemački *outgoing* turistički sustav, s razgranatom mrežom turoperatora i deset tisuća turističkih agencija te sustavom *online* turističkih agencija predstavlja jedinstveno okruženje kupovine za potencijalnog putnika. Njemački turooperatori još uvijek većinu svog proizvoda prodaju preko stacionarnih agencija (od 60 do 80%) dok istovremeno polako rastu udjeli *online* prodaje. Ukupno se još uvijek oko 40% svih turističkih aranžmana prodaje u stacionarnim turističkim agencijama. Procjenjuje se da ukupan omjer između organiziranog i individualnog prometa njemačkom tržištu iznosi 50:50%.

| Godina | Organizacija putovanja | | Godina | Sredstvo bukiranja putovanja | |
|--------|-------------------------|------|--------|------------------------------|-----|
| 2021. | Paket aranžman | 390% | 2020. | Online buking | 46% |
| 2010. | | 42% | 2010. | | 26% |
| 2021. | Samo smještaj | 39% | 2020. | Agencija | 36% |
| 2010. | | 34% | 2010. | | 46% |
| 2021. | Prijevoz | 12% | 2020. | E-mail | 13% |
| 2010. | | 13% | 2010. | | 5% |
| 2021. | Ostalo | 8% | 2020. | Telefon | 15% |
| 2010. | | 6% | 2010. | | 24% |
| 2021. | Bukiranje u destinaciji | 14% | 2020. | Pismo/Fax | 1% |
| 2010. | | 15% | 2010. | | 3% |

Izvor: F.U.R. Reiseanalyse 2022 – putovanja od 5+ dana

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Unatoč pada u razdoblju pandemije, hoteli za Nijemce ostaju preferirana vrsta smještaja.

| Korišteni oblici smještaja | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2021. | 2020. | 2019. | 2018. | 2017. | 2016. | 2015. | 2014. | 2012. | 2011. | 2000. |
| Hoteli | 49% | 43% | 49% | 48% | 48% | 46% | 48% | 48% | 46% | 47,1% | 47,0% |
| Stanovi za odmor | 28% | 30% | 24% | 25% | 25% | 26% | 23% | 24% | 24% | 25,1% | 23,9% |
| Kampovi | 8% | 7% | 6% | 7% | 6% | 6% | 6% | 6% | 7% | 5,3% | 6,4% |

Izvor: F.U.R. Reiseanalyse 2022 – putovanja od 5+ dana

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

Glavni motivi odmora Nijemaca vezani su uz bijeg od svakodnevice, upoznavanje drugih kultura te sunce/more i prirodu. Dugoročni trendovi sugeriraju kako će kupanje, obiteljski odmor i razgledavanje znamenitosti (kultura) kao motiv odmora i nadalje jačati, dok će pasivni odmor i zdravstveni turizam gubiti tržišni udio. Generalno, možemo konstatirati kako današnji turisti uglavnom kombiniraju različite vrste odmora. Glavni motivi/razlozi putovanja nisu se u pandemiji značajnije promijenili. Najčešći općeniti razlozi za odlazak na godišnji odmor kod Nijemaca (u %) su:

- Bijeg od svakodnevice 69
- Odmor na sunčanim destinacijama 64
- Odmor i opuštanje 64
- Uživanje i zabava 63
- Regeneracija/revitalizacija 62
- Prekrasna priroda 56
- Vrijeme za sebe i za obitelj, partnera 55
- Ugoditi samom sebi 54
- Osjećaj slobode, raspolaganje vlastitim vremenom 53
- Odmoriti se, ljenčariti 49
- Ugodna klima 47
- Nova iskustva 44
- Jednostavno putovanje 42
- Doživjeti promjenu 41
- Ponovno doživjeti lijep krajolik 39
- Provesti vrijeme s dragim osobama 39
- Poduzeti nešto za ljepotu 37
- Poduzeti nešto za zdravlje 33
- Kontakt s domaćinima 33
- Upoznati nove zemlje 33
- Lagane sportske aktivnosti 32
- Upoznati nove ljude 31
- Zabavljati se 28
- Odmak od zagađenog ambijenta 25
- Kultura, obrazovanje 24
- Igra s djecom, zajedničke aktivnosti 19
- Istraživanje, uživanje u riziku 14

- Flert/Erotika 13
- Aktivno bavljenje sportom 10

Izvor: F.U.R. Reiseanalyse 2021 – putovanja od 5+ dana

Kroz istraživanje je uočeno da se određeni razlozi putovanja često spominju u više iteracija, pri čemu se formira šest osnovnih grupa motiva, koje su prema zastupljenosti rangirane na sljedeći način:

- Opuštanje
- Upoznavanje zemlje i lokalnog stanovništva/kulture
- Sunce i plaža
- Sport i zdravlje
- Vrijeme s obitelji
- Pustolovina i zabava

Kad je riječ o Hrvatskoj, 75% ispitanika je kao motiv navelo kupanje i sunčanje, a 14% obilazak većeg broja destinacija.

Izvori informiranja putnika

Za informiranje i inspiraciju prilikom planiranja putovanja koriste se različiti izvori. Najpopularniji su *online* izvori informacija, ali se još uvijek koriste brošure, kao i savjeti te preporuke u turističkoj agenciji.

Kriteriji za izbor destinacije u sezonu 2022./2023.

| | |
|--|-----|
| Niže cijene putovanja | 37% |
| Higijenski standardi smještaja | 32% |
| Uvjeti otkazivanja putovanja | 31% |
| Poznavanje destinacije | 25% |
| Dolazak i odlazak vlastitim vozilom | 24% |
| Mogućnost brzog povratka | 19% |
| Individualizirani smještajni kapaciteti (stan za odmor umjesto hotela) | 18% |
| Destinacija daleko od ratnih zbivanja | 18% |
| Niski udjel COVID infekcija na destinaciji | 17% |
| Odabir turoperatora koji će u slučaju problemima brinuti o gostu | 16% |
| Manje opterećenje okoliša prilikom putovanja | 16% |
| Što manje bliskih kontakata s nepoznatim osobama | 12% |
| Ništa od navedenog | 8% |

Izvor: F.U.R. Reise Analyse 2022

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Prema analizi FUR-a potrošnja po putovanju po osobi lagano se povećavala iz godine u godinu, sve do pandemijske 2020. kada bilježi pad. U 2021. potrošnja po putovanju je ponovno porasla, između ostalog i iz razloga što su cijene bile znatno više u odnosu na ranija razdoblja.

Prema rezultatima „Tourismusanalyse 2022“ instituta „Stiftung für Zukunftsfragen“ njemački turisti prosječno na dan na putovanju potroše 98 eura. Postoje destinacije u kojima je ta potrošnja manja, kao što je npr. Hrvatska sa 82, ili Turska sa 62 eura na dan. U vlastitoj zemlji su Nijemci prosječno trošili 99 eura na dan, u Italiji 95. Nijemci su najviše potrošili u Španjolskoj,

112 eura na dan, zatim u Skandinaviji, 110 eura te u Grčkoj, 103 eura na dan. Troškovi se odnose na smještaj i sve ostale turističke usluge na putovanju.

Duža putovanja + 5 dana

| Godina | Potrošnja po osobi po putovanju | Ukupna potrošnja |
|--------|---------------------------------|------------------|
| 2021. | € 1017 | € 56,0 milijardi |
| 2020. | € 892 | € 45,1 milijardi |
| 2019. | € 1.033 | € 73,1 milijardi |
| 2018. | € 1.017 | € 71,2 milijardi |
| 2017. | € 1.045 | € 72,7 milijardi |
| 2016. | € 983 | € 67,5 milijardi |
| 2015. | € 954 | € 65,9 milijardi |
| 2014. | € 958 | € 67,3 milijardi |
| 2013. | € 906 | € 64,1 milijardi |

Kratka putovanja (2-4 dana)

| Godina | Potrošnja po osobi po putovanju | Ukupna potrošnja |
|--------|---------------------------------|------------------|
| 2021. | € 302 | € 15,4 milijardi |
| 2020. | € 282 | € 10,2 milijardi |
| 2019. | € 271 | € 23,7 milijardi |
| 2018. | € 268 | € 23,6 milijardi |
| 2017. | € 268 | € 22,0 milijardi |
| 2016. | € 253 | € 20,4 milijardi |
| 2015. | € 274 | € 21,1 milijardi |
| 2014. | € 261 | € 19,8 milijardi |
| 2013. | € 254 | € 19,2 milijardi |

Izvor: F.U.R. Reise Analyse 2022

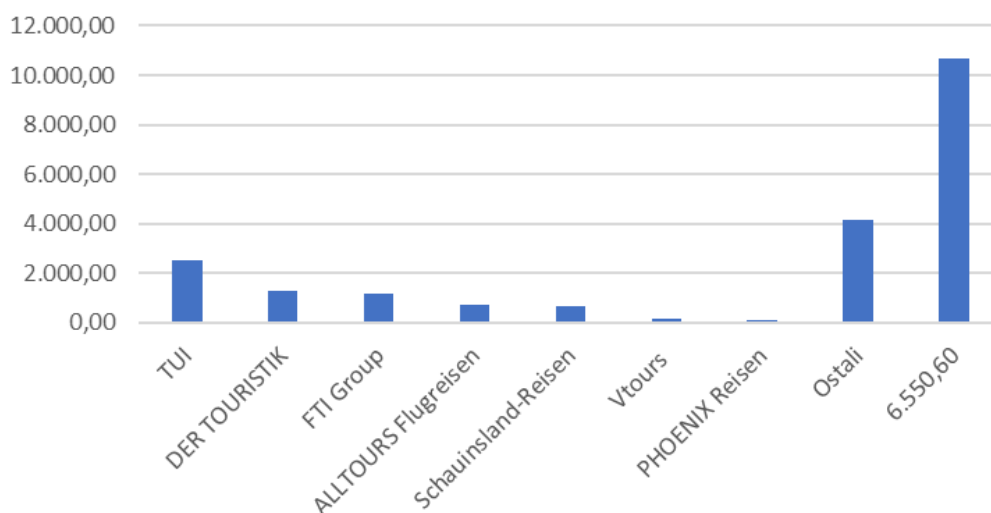
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Usprkos dostupnosti najnovijih tehnoloških dostignuća, u Njemačkoj je još uvijek udio tradicionalnih kanala bukiranja značajan.

Do 2019. organizatori putovanja zabilježili su nekoliko dobrih poslovnih godina, ali im je pandemijska 2020. donijela je strmoglavi pad broja putnika i prometa, na razini minusa u rasponu do 50 do 70%. Dok su u 2019. turoperatori zaradili 35 milijardi, a turističke agencije 25 milijardi eura, u 2020. turoperatori su poslovali na razini 12,5 milijardi, a agencije na 10,2. milijarde eura.

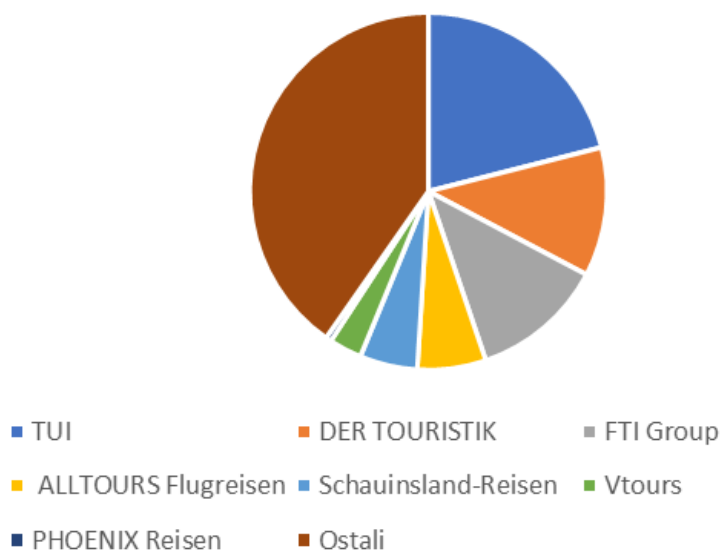
U 2019. broj zaposlenih u turističkoj branši (turoperatori i agencije) iznosio je 72.000 osoba, dok je u 2020. došlo do pada na 66.000 osoba. Usprkos velikom padu prometa, pad broja zaposlenih nije bio toliko drastičan radi izdašne državne pomoći. U 2021. godini branša se donekle oporavila, da bi značajniji oporavak uslijedio tek tijekom 2022. godine.

Promet većih turoperatora u milijunima eura



Izvor: DRV Fakten und Zahlen 2019 + FVW Veranstalter Dossier 2020

Pregled tržišnog udjela najvažnijih turoperatora u Njemačkoj (prema broju putnika)



Izvor: DRV Fakten und Zahlen 2019 + FVW Veranstalter Dossier 2020
Udjeli TUI-a obuhvaćaju TUI Deutschland i TUI Cruises

Njemački turoperator koji su objavili svoje poslovne podatke za 2021 godinu.

| Turoperator | Promet DACH 2020./2021. u mil. eura | y/y | Br. putnika DACH 2020./2021. | y/y |
|---------------------|-------------------------------------|--------|------------------------------|--------|
| TUI | 2.500,00 | 23,80% | 2.700.000 | 17,40% |
| DER TOURISTIK | 1.260,00 | 0,80% | 1.500.000 | -6,30% |
| FTI Group | 1.140,00 | 6,60% | 1.550.000 | -6,10% |
| ALLTOURS Flugreisen | 709,00 | 57,20% | 797.000 | 15,80% |
| Schauinsland-Reisen | 661,00 | 25,40% | 672.000 | 23,50% |

| | | | | |
|-------------------------------|-----------------|---------|------------------|----------|
| Interhome Group (CH) | 265,00 | 21,10% | 244.000 | 17,30% |
| Hotelplan Suisse (CH) | 179,60 | -8,30% | 188.000 | -13,80% |
| Vtours | 170,1 | 22,60% | 381.000 | 24,10% |
| PHOENIX Reisen | 110,5 | -28,10% | 65.126 | -5,10% |
| Ferien Touristik/Coral Travel | 105,1 | 178,00% | 145.550 | 177,2,4% |
| Anex Tour | 96 | 357,,1% | 126.000 | 293,80% |
| Bentour Reisen | 62,3 | 28,20% | 101.657 | 36,30% |
| Wikinger Reisen | 28,5 | -33,60% | 25.578 | -19,90% |
| Olimar | 24,5 | 20,10% | 38.735 | 20,00% |
| 1A Vista Reisen | 18 | 12,50% | 13.000 | 28,10% |
| Chamäleon | 14,5 | -57,10% | 3.019 | -61,00% |
| Frosch Sport Reisen | 14,1 | -21,20% | 14.070 | -21,90% |
| Diamir Erlebnisreisen | 12,3 | -49,60% | 4.120 | -40,80% |
| CTS Gruppen -und Studienreise | 11,5 | 176,20% | 41.000 | 156,30% |
| Attika Reisen | 10,3 | 114,60% | 10.482 | 115,60% |
| Herole-Reisen | 10,2 | 117,00% | 33.112 | 103,50% |
| Eberhardt Travel | 9,7 | -42,60% | 13.675 | -25,20% |
| Hauser Exkursionen | 4,8 | -38,30% | 2.008 | -31,10% |
| Neue Wege Seminare & Reise | 4,1 | -16,30% | 2.000 | -20,00% |
| AIFS Educational Travel | 3,9 | 2,60% | 894 | -0,70% |
| Canusa Touristik | 3 | -91,40% | 1.200 | -95,20% |
| Lernidee Erlebnisreise | 2,8 | -81,50% | 540 | -78,70% |
| Ukupno | 7.530,90 | | 8.669.776 | |

Izvor: FVW Deutsche Veranstalterdossier 2022

U Njemačkoj je prisutan sustav velikih turoperatora koji dominiraju tržištem organiziranih putovanja (paket aranžmana i složenih aranžmana). Veliki koncerni i turooperatori koji se bave organizacijom te prodajom kružnih i drugih putovanja čine gotovo 70% tržišta. Ostalih 30% čini mnoštvo manjih turoperatora, od kojih su mnogi tvrtke s jednim ili dva zaposlenika, uglavnom specijalizirane za neku temu, tj. putovanja posebnih interesa.

Valja napomenuti da su se njemačke turooperatorske grupacije nastavile širiti i na druga europska tržišta. Veliki koncerni su na drugim tržištima prisutni preko matične kuće, preko vlastitih tvrtki (TUI), kupljenih lokalnih turoperatora (DER Touristik), ili kao ispostave njemačkih tvrtki (FTI).

Zrakoplovni promet

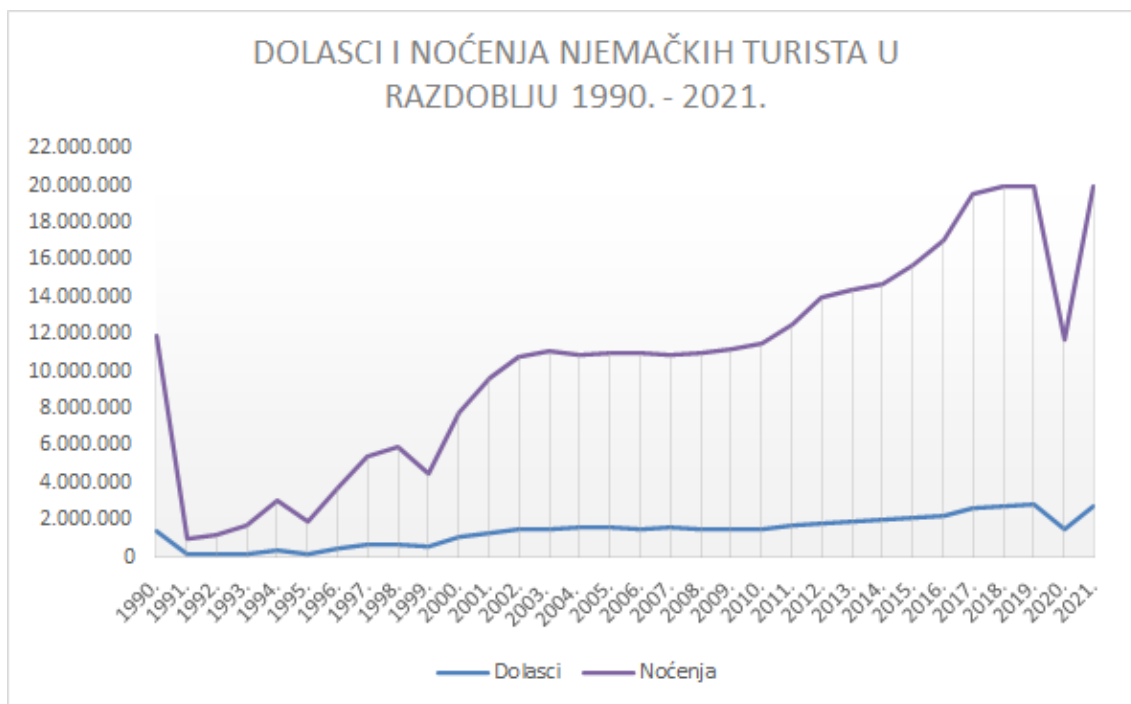
U paušalnim i kombiniranim aranžmanima prema mediteranskim destinacijama, gotovo se cjelokupni turistički promet iz Njemačke odvija zrakoplovom i to prvenstveno za „klasične turooperatorske destinacije“ kao što su Turska, Španjolska, Grčka, Egipat, Tunis, Malta i Cipar.

Zemlje poput Italije i Hrvatske su uglavnom percipirane kao automobilske destinacije, što ih čini sličnijima kontinentalnim destinacijama same Njemačke, Austrije, Beneluxa, Skandinavije, Francuske, Mađarske i Poljske.

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

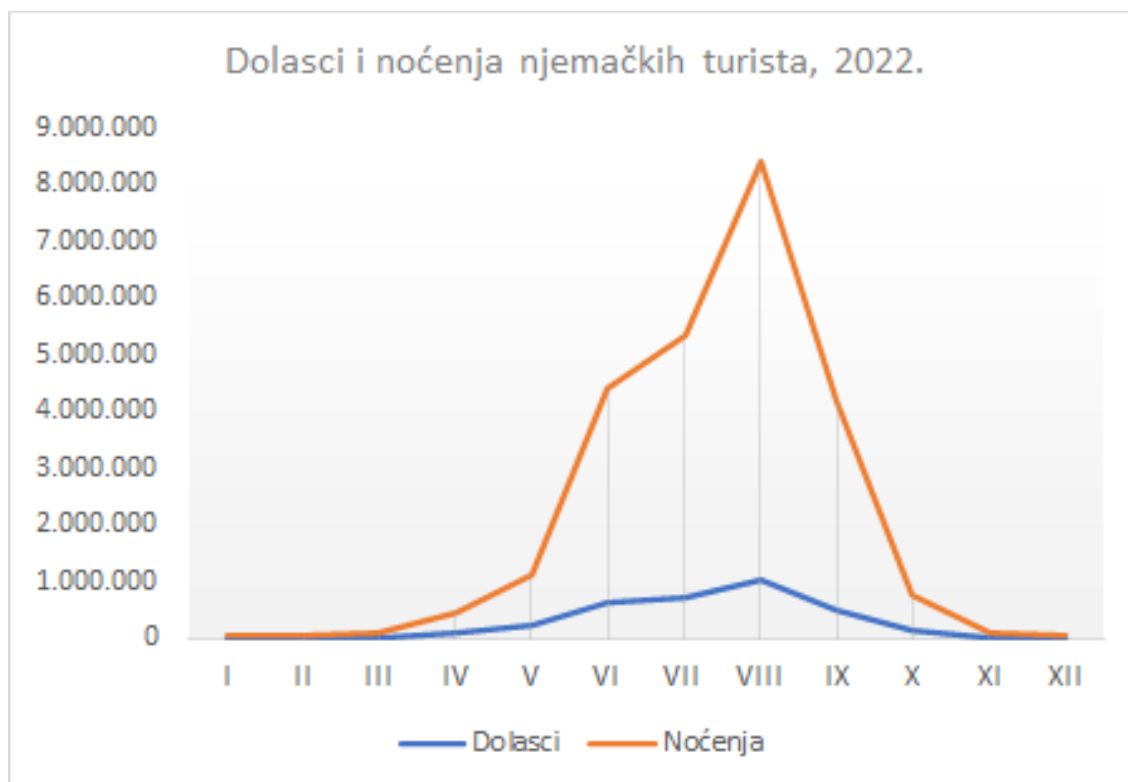
| NJEMAČKA | Dolasci | | | Noćenja | | |
|----------|-----------|--------|-----------|------------|--------|-----------|
| | | indeks | 1990.=100 | | indeks | 1990.=100 |
| 1990. | 1.445.905 | | 100 | 11.943.840 | | 100 |
| 1991. | 150.883 | 10 | 10 | 984.021 | 8 | 8 |
| 1992. | 148.408 | 98 | 10 | 1.159.476 | 118 | 10 |
| 1993. | 194.318 | 131 | 13 | 1.740.658 | 150 | 15 |
| 1994. | 355.716 | 183 | 25 | 3.014.113 | 173 | 25 |
| 1995. | 210.968 | 59 | 15 | 1.914.656 | 64 | 16 |
| 1996. | 449.000 | 213 | 31 | 3.744.000 | 196 | 31 |
| 1997. | 640.031 | 143 | 44 | 5.403.249 | 144 | 45 |
| 1998. | 720.569 | 113 | 50 | 5.933.641 | 110 | 50 |
| 1999. | 531.259 | 74 | 37 | 4.514.765 | 76 | 38 |
| 2000. | 1.048.275 | 197 | 72 | 7.804.139 | 173 | 65 |
| 2001. | 1.299.729 | 124 | 90 | 9.685.991 | 124 | 81 |
| 2002. | 1.481.659 | 114 | 102 | 10.789.069 | 111 | 90 |
| 2003. | 1.551.844 | 105 | 107 | 11.056.130 | 102 | 93 |
| 2004. | 1.580.244 | 102 | 109 | 10.887.638 | 98 | 91 |
| 2005. | 1.572.090 | 99 | 109 | 11.001.142 | 101 | 92 |
| 2006. | 1.544.801 | 98 | 107 | 10.986.866 | 100 | 92 |
| 2007. | 1.554.794 | 101 | 108 | 10.848.939 | 99 | 91 |
| 2008. | 1.545.735 | 99 | 107 | 10.982.654 | 101 | 92 |
| 2009. | 1.463.281 | 95 | 101 | 11.166.827 | 102 | 93 |
| 2010. | 1.525.133 | 104 | 105 | 11.476.383 | 103 | 96 |
| 2011. | 1.661.345 | 109 | 115 | 12.487.389 | 109 | 105 |
| 2012. | 1.852.731 | 112 | 128 | 13.946.703 | 112 | 117 |
| 2013. | 1.931.890 | 104 | 134 | 14.435.155 | 104 | 121 |
| 2014. | 1.988.993 | 103 | 138 | 14.748.546 | 102 | 123 |
| 2015. | 2.124.149 | 107 | 147 | 15.769.657 | 107 | 132 |
| 2016. | 2.269.843 | 107 | 157 | 17.074.476 | 108 | 143 |
| 2017. | 2.615.900 | 115 | 181 | 19.525.823 | 114 | 163 |
| 2018. | 2.783.513 | 106 | 193 | 19.983.716 | 102 | 167 |
| 2019. | 2.881.284 | 104 | 199 | 19.944.549 | 100 | 167 |
| 2020. | 1.480.454 | 51 | 102 | 11.739.390 | 59 | 98 |
| 2021. | 2.737.013 | 185 | 189 | 19.931.221 | 59 | 98 |

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



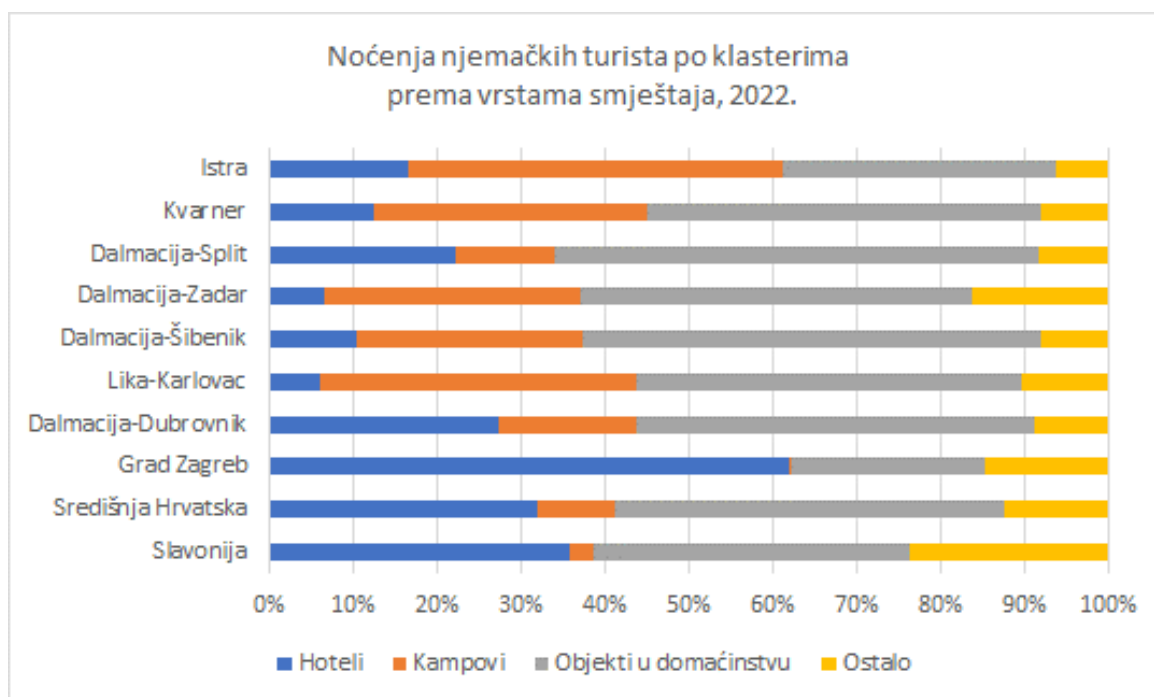
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

| | Dolasci | Noćenja |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Istra | 1.320.086 | 10.999.506 |
| Kvarner | 706.227 | 5.267.770 |
| Dalmacija-Split | 385.655 | 2.546.621 |
| Dalmacija-Zadar | 303.731 | 2.487.281 |
| Dalmacija-Šibenik | 136.008 | 1.039.739 |
| Lika-Karlovac | 188.092 | 905.083 |
| Dalmacija-Dubrovnik | 159.597 | 739.304 |
| Nautika | 88.125 | 652.903 |
| Grad Zagreb | 80.031 | 156.403 |
| Središnja Hrvatska | 38.864 | 106.409 |
| Slavonija | 13.300 | 32.263 |
| Ukupno | 3.419.716 | 24.933.282 |



Top destinacije

| Grad općina | Noćenja |
|-------------|-----------|
| Rovinj | 1.515.947 |
| Poreč | 1.119.076 |
| Medulin | 1.063.045 |
| Vrsar | 773.709 |
| Funtana | 768.279 |
| Tar | 764.074 |
| Umag | 751.095 |
| Pula | 641.490 |
| Krk | 629.677 |
| Mali Lošinj | 569.119 |

Dolasci po dobi i spolu

| | muškarci | žene |
|--------------|----------|------|
| 0-5 godina | 2,8% | 2,6% |
| 6-11 godina | 3,8% | 3,6% |
| 12-17 godina | 4,1% | 4,1% |
| 18-24 godina | 4,2% | 4,1% |
| 25-34 godina | 6,5% | 6,5% |
| 35-44 godina | 7,8% | 7,9% |
| 45-54 godina | 8,9% | 7,9% |
| 55-64 godina | 8,4% | 7,0% |
| > 65 godina | 5,4% | 4,3% |

Imidž Hrvatske

Hrvatska se prema broju dolazaka i noćenja s njemačkog tržišta pozicionirala među najznačajnije inozemne destinacije. U apsolutnim pokazateljima, Hrvatska spada u grupu deset vodećih destinacija (uzmu li se u obzir i njemačke pokrajine). Naravno, naša zemlja ima mnogo dodatnog prostora za jačanje svoje pozicije na tržištu, kroz segmentiranje i ciljanu komunikaciju prema različitim skupinama potencijalnih klijenata, poglavito u razdobljima pred i posezone.

Nakon što se u zadnjem desetljeću na njemačkom tržištu radilo na podizanju svjesnosti o hrvatskom turističkom brendu, u sljedećem razdoblju ključna aktivnost mora biti usmjerena prema boljem razumijevanju brenda.

U razdoblju pandemije, veća potražnja bila je prisutna za destinacijama u koje se moglo putovati automobilom, gdje je Hrvatska bila dobro pozicionirana te je povećala svoj udio u krugu turističkih destinacija u koje Nijemci najradije putuju.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2021.

U nastavku slijedi popis turoperatora koji su u 2021. godini imali Hrvatsku u svojoj ponudi.

| Naziv tvrtke | Adresa | Telefon | Website | Email |
|--|--|--------------------|----------------------------|------------------------------------|
| TUI Deutschland GmbH | Kai Weichert Alle 23, 30625 Hannover | +49(0)51156780105 | www.tui.com | info@tui.info |
| DER Touristik GmbH | Humboldtstraße 140 , 51149 Köln | +49(0)2203420 | www.dertouristik.com | service@its.de |
| ID Rivatours GMBH | Neuhauser Str. 27, 80331 München | +49(0)892311000 | www.idriva.com | info@idriva.com |
| FTI GmbH | Landsbergerstraße 88, 80339 München | +49(0)8925251090 | www.fti.de | info@fti.de |
| DER Touristik (Dertour – ADAC Reisen) | Emil von Behring Straße 6, 60424 Frankfurt / M | +49(0)69958800 | www.dertour.de | info@dertour.de |
| Alltours Flugreisen GmbH | Dreischeibenhaus 1, 40211 Düsseldorf | +49(0)21154270 | www.alltours.de | info@alltours.de |
| OLIMAR Reisen Vertriebs GmbH | Glockengasse 2, 50667 Köln | +49(0)221205900 | www.olimar.de | info@olimar.com |
| Schauinsland Reisen | Stresemannstraße 80, 47051 Duisburg | +49 (0)203 99405 0 | www.schauinsland-reisen.de | service@schauinsland- reisen.de |
| Berge & Meer Touristik GmbH | Andreestraße 27, 56578 Rengsdorf | +49(0)26349600 | www.berge-meer.de | info@berge-meer.de |
| Reisewelt Teiser & Hüter GmbH | Fuldaer Str. 2, 36119 Neuhof | +49(0)665596090 | www.reisewelt-neuhof.com | info@reisewelt-neuhof.de |
| Misir Sonnenlandreisen | Viehofer Str. 23, 45127 Essen | +49(0)201439370 | www.kroatien-misir.de | info@misir.de |
| Ameropa-Reisen GmbH | Hewlett-Packard- Straße 4 61352 Bad Homburg | +49(0)61721090 | www.ameropa.de | info@ameropa.de |
| FIT Gesellschaft für gesundes Reisen mbH | Ferdinand-Happ-Str. 28, 60314 Frankfurt/M | +49(0)694058850 | www.fitreisen.de | info@fitreisen.de |
| Studiosus Reisen München GmbH | Riesstraße 25, 80 992 München | +49(0)90500600 | www.studiosus.com | info@studiosus.com |
| NOVASOL AS | Gotenstraße 11, Hamburg | +49(0)40688715182 | www.novasol.de | novasol@novasol.de |
| INTER CHALET Ferienhaus-Gesellschaft mbH | Heinrich von Stephan Str. 25, 79021 Freiburg | +49(0)761210077 | www.interchalet.de | info@interchalet.de |
| KROATI - Reisen GmbH & Co. KG | Sassenstraße 16a, 97450 Arnstein | +49(0)93635335 | www.kroati.de | info@kroati.de |
| Hauser Exkursionen international GmbH | Spiegelstr. 9, 81241 München | +49(0)892350060 | www.hauser-exkursionen.de | info@hauser- exkursionen.de |
| SERVICE-REISEN Heyne GmbH & Co KG | Rödgener Str. 12, 35394 Giessen | +49(0)64140060 | www.servicereisen.de | info@servicereisen.de |
| Alpetour Touristische GmbH | Josef-Jägerhuber- Straße 6, 82319 Starnberg | +49(0)81517750 | www.alpetour.de | info@alpetour.de |
| RSD Reise Service Deutschland | Elsenheimerstraße 61, 80687 München | +49 (0) 8921129042 | www.rsd-reisen.de | info@rsd-reisen.com |
| Leitner Touristik GmbH | Am Spitalwald 2, 90584 Allersberg | +49(0)917698600 | www.leitner-reisen.de | info@leitner-reisen.de |

| | | | | |
|--|---|--------------------------------|--|------------------------------|
| Hörmann Reisen GmbH | Fuggerstraße 16, 86150 Augsburg | (0821)345000; (0821)3450070 | https://www.hoermann-reisen.de/ | info@hoermann-reisen.de |
| Humboldt Reisen Berlin GmbH | Friedrichstrasse 95; 10117 Berlin | +49(0)3020164440 | www.humboldtreisen.de | info@humboldtreisen.de |
| IKARUS TOURS GmbH | Am Kaltenborn 49 - 51, 61462 Königstein/Ts | +49(0)617429020 | www.ikarus.com | info@ikarus.com |
| Heinrich Kofler Omnibusbetrieb & Reisebüro | Stockwiesenstraße 31; 64739 Höchst/Odw. | +49(0)616393450 | www.kofler-reisen.de | info@kofler-reisen.de |
| SD - Holidays | Friedrichstraße 8 I, 65185 Wiesbaden | +49 (0) 6115058355 | www.top-kreuzfahrt-in-kroatien.com | sales@sd-holidays.de |
| Behringer Touristik GmbH & Co. KG | Rober-Bosch-Straße 12; 35398 Gießen | +49(0)64196810 | www.behringer-touristik.de | info@behringer-touristik.de |
| Vtours GmbH | Weißburger Str. 30; 63739 Aschaffenburg | +49(0)602186211 750 | www.vtours.de | zentrale@vtours.de |
| JT Touristik GmbH | Spreetalallee 1; 14050 Berlin | +49(0)3020164999 | www.jt.de | info@jt.de |
| Vamos Eltern Kind Reisen GmbH | Hindenburgstraße 27, 30175 Hannover | +49(0)51140079999 | www.vamos-reisen.de | kontakt@vamos-reisen.de |
| Wikinger Reisen GmbH | Kölnerstraße 20, 58135 Hagen | +49(0)2331904 | www.wikinger-reisen.de | mail@wikinger.de |
| L'TUR Tourismus AG | Augustaplatz 8, 76530 Baden Baden | +49(0)761557557 | www.ltur.com | info@ltur.de |
| Stanglmeier Touristik GmbH & Co KG | Industriestr. 14, 84048 Mainburg | +49(0)87517090 | www.stanglmeier.de | info@stanglmeier.de |
| Oböna Reisen FKK Touristik | Am Taubenbaum 27; 61231 Bad Nauheim | +49(0)603236090 | www.oboena.de | info@oboena.de |
| Radurlaub ZeitReisen GmbH | Maybachstraße 8, 78467 Konstanz | +49(0)7531361860 | www.inselhuepfen.de | info@inselhuepfen.de |
| Biblische Reisen GmbH | Silberburgstraße 121, 70176 Stuttgart | +49(0)711619250 | www.biblische-reisen.de | info@biblische-reisen.de |
| Trendtours Touristik GmbH | Am Holzweg 26, 65830 Kriftel | +49 (0)6912007799 | www.trendtours.de | info@trendtours.de |
| Express Travel International | Bockenheimer Anlage 11, 60322 Frankfurt am Main | +49(0)69756122555 | www.eti.de | info@eti.de |
| Schneewittchen Reisen | Hohenstaufenstr. 62, 10781 Berlin | +49(0)3021969272 | www.schneewittchenreisen.de | info@schneewittchenreisen.de |
| Secret Escapes | Klosterstraße 62, 10179 Berlin | +49(0)3056794884 | www.secretescapes.de | |
| Bayerisches Pilgerbüro e.V. | Dachauer Str. 9, 80335 München | +49(0)895458110 | www.pilgerreisen.de | info@pilgerreisen.de |
| Gebeco Gesellschaft für internationale Begegnung und Cooperation mbH & Co. | Holzoppelweg 19, 24118 Kiel | +49(0)43154460 | www.gebeco.de | Kontakt@Gebeco.de |
| Ruf Reisen GmbH | Am Lenkwerk 11, 33609 Bielefeld | +49(0)521962720 | www.ruf.de | info@ruf.de |
| CTS Gruppen- und Studienreisen GmbH | Herforder Str. 75, 32657 Lemgo | +49(0)52612506-0 | www.cts-reisen.de | info@cts-reisen.de |
| HEROLÉ Reisen GmbH | Sosaer Straße 11, 01257 Dresden | +49(0)3518887890 | www.herole.de | kontakt@herole.de |
| FERIEN Touristik GmbH | Schiess-Str. 44a, 40549 Düsseldorf | +49(0)21168771185 | www.ferien-touristik.de | service@ferien-touristik.de |

| | | | | |
|---|---|--------------------|----------------------------|---------------------------------|
| Express Travel International GmbH | Bockenheimer Anlage 11, 60322 Frankfurt am Main | +49(0)6975612250 | www.eti.de | info@eti.de |
| Lernidee Erlebnisreisen GmbH | Kurfürstenstraße 112, 10787 Berlin | +49(0)30786000 | www.lernidee.de | team@lernidee.de |
| LMX Touristik GmbH | Walter-Köhn-Str. 4D, 04356 Leipzig | +49(0)3419098740 | www.lmx.de | info@lmx-touristik.de |
| Reiseveranstalter Mediplus REISEN | Lyon-Strasse 31, 4053 Basel | +49(0)3097921020 | www.mediplusreisen.de | kundenservice@mediplusreisen.ch |
| H&H Touristik GmbH | Kaiserstr. 94 A, 76133 Karlsruhe | +49(0)721509810 | www.hht.de | info@hht.de |
| Spar mit Reisen | Mattenstrasse 24, CH-4058 Basel | +49(0)76219140111 | www.spar-mit.com | kontakt@spar-mit.com |
| Eberhardt TRAVEL GmbH | Zschoner Ring 30, 01723 Kesselsdorf (bei Dresden) | +49(0)3520492112 | www.eberhardt-travel.de | info@eberhardt-travel.de |
| Windrose Finest Travel GmbH | Fasanenstr. 33, 10719 Berlin | +49(0)302017210 | www.windrose.de | service@windrose.de |
| DESIGNREISEN GmbH | Theresienstrasse 1, 80333 München | +49(0)892176688893 | www.designreisen.de | info@designreisen.de |
| Frosch Sportreisen GmbH | Sendener Stiege 161, 48163 Münster | +49(0)2519278810 | www.frosch-sportreisen.de | info@frosch-sportreisen.de |
| Patricio Travel GmbH | Dr. Emil-Brichta Str.7; 94036 Passau | +49(0)85919399111 | www.patriciotravel.com | kontakt@patriciotravel.de |
| JAM! Reisen GmbH | Steindamm 97, 20099 Hamburg | +49(0)402351900 | www.jam-reisen.de | info@jam-reisen.de |
| DB Klassenfahrten und Gruppenreisen | Bahnhofplatz 1, 76137 Karlsruhe | +49(0)72191437474 | www.bahn.de | / |
| Welcome Berlin Tours GmbH | Neue Bahnhofstraße 9-10; 10245 Berlin | +49(0)304433930 | www.superklassenfahrten.de | info@welcomeberlintours.de |
| Martin Geldhauser Omnibusunternehmen im Linien- und Reiseverkehr GmbH | Fichtenstraße 29; 85649 Hofolding | +49(0)810489454 | www.geldhauser.de | info@geldhauser.de |
| BERR REISEN GMBH | Hermann-Oberth-Str. 4, 83052 Bruckmühl | +49(0)806290670 | www.berr-reisen.de | info@berr-reisen.de |
| Marx Reisen - Alfons Marx KG | Strohhof 8, 83413 Fridolfing | +49(0)868498790 | www.marx-reisen.de | info@marx-reisen.de |
| Nussbaum Reisen Omnibus GmbH & Co. KG | Ulmer Strasse 2, 86420 Biburg | +49(0)821481432 | www.nussbaum-reisen.de | info@nussbaum-reisen.de |
| Benedikt Heine GmbH & CO. KG | Ahegg 22, 88239 Wangen im Allgäu | +49(0)752297460 | www.heine-reisen.de | info@heine-reisen.de |
| Bendel-Reisen GmbH | Reutlinger Weg 3, 88527 Unlingen | +49(0)737112247 | www.bendel-reisen.de | info@bendel-reisen.de |
| Schüle Reisen Touristik GmbH & CoKG | Bahnhofstrasse 50, 88316 Isny | +49(0)756270990 | www.schuele-reisen.de | info@schuele-reisen.de |
| Omnibus Wegis GmbH | Gehrenbergstr. 23, 88697 Bermatingen/Ahausen | +49(0)754495550 | www.wegis-reisen.de | info@wegis-reisen.de |
| Osterrieder Reisen | Zirgesheimer Straße 29, 86609 Donauwörth | +49(0)906706050 | www.osterrieder.de | reisen@osterrieder.de |
| Heideker Reisen GmbH | Dottinger Strasse 55, 72525 Münsingen | +49(0)738193950 | www.heideker.de | info@heideker.de |
| P.I.T.-Touristik GmbH & Co. KG | Ulmer Straße 34, 89584 Ehingen | +49(0)739170000 | www.pit-touristik.de | info@pit-touristik.de |

| | | | | |
|---|--|-------------------|----------------------------|------------------------------|
| Weiss & Nesch GmbH | Schönbuchstraße 51 72202 Nagold- Vollmaringen | +49(0)7459930040 | www.weiss-nesch.de | info@weiss-nesch.de |
| Eberhardt Reisen | Bahnhofstraße 6 75172 Pforzheim | +49(0)7231380243 | www.eberhardt-reisen.de | info@eberhardt-reisen.de |
| Albert Rexer GmbH & Co KG | Robert-Bosch-Str. 15, 75365 Calw | +49(0)705116260 | www.rexer.de | reisen@rexer.de |
| IKARUS Reisen GmbH | Kaiserstr. 25, 76131 Karlsruhe | +49(0)721931400 | www.ikarus-reisen.de | info@ikarus-reisen.de |
| Hirsch-Reisen GmbH | Erbprinzenstraße 31, 76133 Karlsruhe | +49(0)721181118 | www.hirschreisen.de | verkauf@hirschreisen.de |
| Karawane Reisen GmbH & Co. KG | Schorndorfer Straße 149, 71638 Ludwigsburg | +49(0)714128480 | www.karawane.de | info@karawane.de |
| Die Weltenbummler GmbH | Rudolstädter Straße 234, 99098 Erfurt | +49(0)361442930 | www.weltenbummler.com | info@weltenbummler.com |
| Schäfer-Reisen GmbH | Sontheimer Straße 44, 74074 Heilbronn | +49(0)713150330 | www.schaefer-touristik.de | mail@schaefer-touristik.de |
| Reisebüro GROSS | Weinsberger Straße 43, 74072 Heilbronn | +49(0)713115090 | www.gross-international.de | info@gross-reisen.de |
| Beck+Schubert GmbH & Co. KG | Habsburger Str. 6, 73432 Aalen-Ebnat | +49(0)736796090 | www.beckundschubert.de | info@beckundschubert.de |
| Fischer Omnibusreisen GmbH & Co. KG | Am Wasserrain 4 73235 Weilheim/Teck | +49(0)702395210 | www.fischer-omnibus.de | info@fischer-omnibus.de |
| Schlienz-Tours GmbH & Co.KG | Willy-Rüsch-Straße 11 71394 Kernen / Stuttgart | +49(0)7151949310 | www.schlienz.info | info@schlienz.info |
| Omnibus Held | Hans-Liebherr-Str. 20 88161 Lindenberg | +49(0)8381928880 | www.omnibus-held.de | info@omnibus-held.de |
| Frey und Salzer Reisen GmbH | Dendlstraße 25 94431 Großköllnbach | +49(0)995393060 | www.frey-reisen.de | info@frey-reisen.de |
| Radissimo GmbH | Hennebergstraße 6 76131 Karlsruhe | +49(0)7213548180 | www.radissimo.de | info@radissimo.de |
| Rückenwind Reisen GmbH | Am Patentbusch 14 26125 Oldenburg | +49(0)441485970 | www.rueckenwind.de | info@rueckenwind.de |
| BIKETEAM Radreisen | Lise-Meitner-Str. 2 79100 Freiburg | +49(0)7615565929 | www.biketeam-radreisen.de | info@biketeam-radreisen.de |
| Die Landpartie Radeln & Reisen GmbH | Am Schulgraben 6 26135 Oldenburg | +49(0)4415706830 | www.dieLandpartie.de | service@dieLandpartie.de |
| Fahrtwind Sportreisen | Wiesholz 1, 83122 Samerberg | +49(0)80328989 | www.fahrtwind.de | info@mtb-fahrtwind.de |
| Natours Reisen GmbH | Potsdamer Straße 51 49088 Osnabrück | +49(0)54134751894 | www.natours.de | info@natours.de |
| Velociped GmbH & Co. KG | Alte Kasseler Str. 43 35039 Marburg | +49(0)642188689-0 | www.velociped.de | info@velociped.de |
| VOYAGE Reiseorganisation GmbH | Nord-West-Ring 4 32832 Augustdorf | +49(0)5237890821 | www.go-jugendreisen.de | info@voyage-gruppenreisen.de |
| FUN-Reisen GmbH | Elbgaustrasse 64 22523 Hamburg | +49(0)57006570 | www.fun-reisen.de | info@fun-reisen.de |
| DAV Summit Club GmbH | Am Perlacher Forst 186, 81545 München | +49(0)89642400 | www.dav-summit-club.de | info@dav-summit-club.de |
| SKR Reisen GmbH | Venloer Str. 47-53 50672 Köln | +49(0)221933720 | www.skr.de | info@skr.de |
| Touristik und Kontakt International GmbH | Danziger Str. 168 10407 Berlin | +49(0)304233333 | www.kurreisen.de | info@tuk.de |
| TOUR VITAL Touristik GmbH | Kaltenbornweg 6 50679 Köln | +49(0)22112228921 | www.tourvital.de | info@tourvital.de |

| | | | | |
|--------------------------|-------------------------------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|
| VIATOR-REISEN | Propsteihof 4, 44137 Dortmund | +49(0)231177930 | www.viator.de | info@viator.de |
| Transmedic GmbH | Völckersstraße 7-9 22765 Hamburg | +49(0)6940588578 | www.transmedic.de | kontakt@transmedic.de |
| RMB Travel & Events GmbH | Am Diebsteich 31 22761 Hamburg | +49(0)40800809715 | www.ttt-jugendreisen.de | info@ttt-jugendreisen.de |
| Sailwithus GmbH | Gagernstraße 8 60385 Frankfurt | +49 (0)1794163832 | www.sailwithus.de | info@sailwithus.de |

TUI Deutschland GmbH (Touristik Union International)

Najveća međunarodna putnička i turistička kompanija sa sjedištem u Hannoveru (Njemačka) u svom vlasništvu ima putničke agencije, hotele, zrakoplovne kompanije, kruzere i trgovine. Posjeduje šest zrakoplovnih kompanija, imaju 76.000 zaposlenika, 1.800 turističkih agencija te 300 hotela. U svom vlasništvu također ima i turoperatore: Thomson Holiday, First Choice, TCS World Travel, TUI Deutschland, 1-2-Fly, Wolters Reisen, Star Tour. Ovo ljeto TUI grupa investirala je u 11 zrakoplova tipa Boeing. Ponuda za Hrvatsku: širok spektar destinacija.

DER Touristik GmbH

Pripadaju REWE grupi. Nude široku paletu za zimski odmor na njemačkom tržištu te 2.500 različitih tura u 179 zemalja, kroz 45 različitih brošura turoperatora ITS, Jahn Reisen, Travelix, Dertour, Meier's Weltreisen i ADAC Reisen. Daju popuste od 50% za rani buking. Der Touristik je ove godine preuzeo vodeći sportski resort na Fuertaventuri (Kanarski otoci, Španjolska). U svojoj ponudi za Hrvatsku imaju veliki broj hotela na cijeloj jadranskoj obali. Uglavnom nude paket aranžmane u trajanju od 5-8 noćenja, s polascima iz većeg broja zračnih luka.

DER Touristik Frankfurt (Dertour – ADAC Reisen)

Osnovan je 1917. u Frankfurtu na Maini, a danas zapošljava oko 2.500 radnika. Aranžmane prodaju i preko ADAC-a (Allgemeiner Deutscher Automobil-Club) koji danas broji 20 milijuna članova. Nude veći broj aranžmana za Hrvatsku, uglavnom na obalnim destinacijama.

ID Riva Tours GmbH

Najveći turoperator specijalist za Hrvatsku, s preko 70.000 gostiju i 23,8 milijuna eura prometa. Posebno su specijalizirani za kružna putovanja brodovima (30-40 osoba) Jadranom, s polascima iz Rijeke, Zadra i Trogira. Surađuju s velikim brojem hotelskih kompanija, kampovima, obiteljskim smještajem, kućama za odmor i dr. Snažno su zastupljeni u segmentu grupnih putovanja autobusima te nude charter letove iz brojnih njemačkih gradova prema destinacijama u Hrvatskoj.

FTI GROUP

Najveći su turoperator u Bavarskoj, četvrti u Njemačkoj. U svom portfelju imaju brendove FTI Touristik. Organiziraju programe (aranžmane) u destinacijama na 5 kontinenata te surađuju sa više od 14.000 agencija i online portala u Austriji, Švicarskoj, Francuskoj i dijelu istočne Europe.

BIGXTRA

Najveći su specijalizirani turoperator fokusiran na „white label production“ (svoje aranžmane prodaje kroz druge agencije i druge brendove). Prodaju kroz SonnenklarTV kanal i snažne brendove poput Lidla, Tchiboa te kroz turističke agencije u Njemačkoj Austriji i Švicarskoj. Nude veliki izbor putovanja izvan glavne sezone.

5 vor Flug

Jedan su od najvećih *last minute* turoperatora i organizatora kraćih putovanja u prostoru njemačkog govornog područja.

MEETING POINT International

Jedna su od vodećih destinacijskih management kompanija, aktivnih u 17 zemalja, na 36 lokacija.

Ostali FTI brendovi: LAL, FTI cruises, SonnenklarTV, FTI ticketshop, flug.de, TVG, Meeting point rent-a-car, Gold by FTI, Drive FTI, FTI@com, FTI voyages, erf 24, reise.de, youtravel.com, travia.net. FTI grupa ima 3.500 zaposlenika, više od 4,5 milijuna putnika godišnje i preko 2,5 milijarde eura prihoda.

U svojoj ponudi ima sve hrvatske županije na moru te središnju Hrvatsku.

ALLTOURS FLUGREISEN GmbH

Najveći turoperator u Njemačkoj koji ne pripada ni jednom koncernu. Osnivan je 1974. godine. Turoperatoru pripadaju i druge uspješne tvrtke uključujući: Reisecenter Alltours GmbH, BYE.bye GmbH, Alltours GmbH, španjolska incoming agencija Viajes Allsun sa sjedištem na Mallorci te tvrtka za nekretnine i nekretninski menadžment Alltours España. Turoperatoru pripadaju i hotelski brendovi „Alltours Hotels“ i "Holiday Hotels". Alltours hotels su specijalizirani za odmor u klubovima.

Ponude za Hrvatsku: Kvarner, Rijeka, Krk, Rab, Sjeverna Dalmacija, Zadar, Split, Dubrovnik.

OLIMAR Reisen Vertriebs GmbH.

Tvrtka su u privatnom vlasništvu, specijalist za Portugalu i južnu Europu, s više od 45 godina iskustva. Nude raznoliku ponudu: gradski izleti, kružna putovanja i gurmanske ture, ljetni i obiteljski odmor, aktivni odmor i golf putovanja.

Ponuda za Hrvatsku: Istra, Kvarner, Dalmacija, uz vrste putovanja za odrasle, aktivni odmor, izlet u prirodu, deluxe, dizajn, obiteljska putovanja, golf, gourmet, wellness.

SCAUINSLAND Reisen

Schauinsland se od srednjeg turoperatora razvio u jednog od značajnijih dionika u Njemačkoj. Godišnje sa Schauinslandom putuje preko milijun putnika. Schauinsland se bavi pretežito klasičnim paket aranžmanima u destinacijama poput Turske, Španjolske i Grčke. U Hrvatskoj su značajnije zastupljeni do sezone 2017. Schauinsland je omiljeni turoperator turističkih agencija, koje ga redovno proglašavaju najboljim partnerom.

BERGE UND MEER Touristik GmbH

Berge & Meer je podružnica TUI Grupe, vodeće svjetske turističke grupacije sa sjedištem u Hannover, specijalizirana za direktnu prodaju turističkih aranžmana. Nude kružna putovanja (more i rijeke) i kombinirana putovanja.

Ponuda za Hrvatsku: Istra, Kvarner i Dalmacija

REISEWELT TEISER & HÜTER GmbH

Od 1989. godine razvio se kao jedan od vodećih turoperatora za grupna putovanja, zrakoplovna putovanja, krstarenja, autobusna putovanja i hodočasnička putovanja.

Ponuda za Hrvatsku: Istra i Kvarner, uz najveću ponudu u Dalmaciji (pogotovo Srednja Dalmacija). U ponudi imaju hotele, aktivni odmor, planinarenje, luksuzne vile, brod MS Spalato (dalmatinski otoci).

MISIR Sonnenlandreisen Essen

Od 1966. specijalist je za putovanja u Hrvatsku. Uz hotele i drugi smještaj nudi moderne mobilne kućice, vile, obiteljske hotele i krstarenja.

AMEROPA-REISEN

Više od 65 godina uspješno posluju na tržištu te prodaju svoje aranžmane u 7.400 putničkih agencija i DB (Deutsche Bahn) turističkim centrima:

Ponuda za Hrvatsku: hoteli u regiji Južne Dalmacija (Dubrovnik).

FIT REISEN

Osnovan je 1976. godine, kada je objavljen prvi FIT katalog, s tada potpuno novim konceptom: „zdrav odmor“, pod motom "Ferien und Kuren."

Ponuda za Hrvatsku: Istra, Kvarner, Dalmacija; vrsta putovanja: wellness, sportski i aktivni odmor, zdravstveni turizam.

STUDIOSUS REISEN München GmbH

Studiosus Reisen München GmbH je obiteljska tvrtka koja organizira više od 1.000 različitih tura, u više od 100 zemalja. Studiosus katalogi nalaze se u oko 6.400 putničkih agencija u Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj.

Ponuda za Hrvatsku: Istra, Dalmacija; vrsta putovanja: studijska putovanja, event putovanja, grupna putovanja.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2022. godine

Nakon godina zadovoljavajućeg rasta, kada se zrakoplovni promet iz Njemačke konsolidirao iznad brojke od milijun sjedala prema Hrvatskoj i s više od milijun putnika, COVID kriza donijela

je veliki pad. Ipak, već u 2022. naleti iz Njemačke prema Hrvatskoj značajnije su se povećali, posebice kroz odmicanja ljetne sezone.

Autobuseri

U Njemačkoj su najpopularnije destinacije za autobusere Mecklenburg-Vorpommern, Bavarska, Baden-Württemberg, Niedersachsen i Schleswig-Holstein. U inozemstvo Nijemci autobusom najčešće putuju u Italiju, Poljsku, Austriju, Španjolsku i Češku. U zemljama kao što su Poljska i Češka udio autobuserskih gostiju u ukupnom prometu njemačkih gostiju doseže čak 30%, u Mađarskoj i Sloveniji oko 20%. Prosječna starost njemačkog autobuserskog gosta je 59 godina, a na putovanja u grupama se prosječno potroši 980 eura po osobi.

Najjači mjeseci za grupna putovanja su svibanj, lipanj i rujanj, s udjelima oko 16%, a potom slijedi kolovoz. 72% autobuserskih gostiju iz Njemačke noći u hotelima. Segment autobuserstva je u konstantnom laganom padu, a posebice je loše poslovao u 2020., u početku COVID krize. U 2021. i 2022. autobusne ture prema Hrvatskoj ponovno su „oživjele“, ali u manjem volumenu nego li prije pandemije.

TURISTIČKA SEZONA 2023. – OPĆI POKAZATELJI

ADAC, njemački automobilski klub, objavio je iscrpno istraživanje o potencijalnoj potražnji Nijemaca za europskim destinacijama u turističkoj 2023. godini. Rezultati istraživanja govore kako usprkos brojnim opterećenjima recesijom, energetsom krizom, pandemijom te ratom u Ukrajini, zanimanje Nijemaca za turističkim putovanjima ostaje na istoj razini kao i tijekom 2022. godine. Na prvom mjestu interesa Nijemaca i nadalje su domaće destinacije, a potom slijede Francuska i Italija.

Prema istraživanju ADAC-a, najtraženije i najzanimljivije destinacije bit će one s dobrom i ponudom odmora na plažama, što traži 22% ispitanih Nijemaca, a potom slijede destinacije koje nude aktivan odmor (16%) i gradska putovanja (13%). Najveći dio ispitanika, njih čak 56%, ove je godine koristilo turističke usluge, a 22% je putovalo više puta nego li tijekom 2021.

Najvažniji je podatak da se 92% Nijemaca koji su putovali ove godine, ne planira odreći turističkih putovanja u 2023.

Istraživanja su pokazala kako sve više raste osviještenost mlađe turističke populacije (18 do 24 godine) glede održivosti u turizmu, koju smatraju vrlo važnom. Čak 54% ispitanika traži destinacije koje nisu opterećene atributom masovnog turizma.

Na kraju, valja uzeti u obzir da još uvijek nije moguće sa sigurnošću ustanoviti kakav će utjecaj imati poskupljenja, pogotovo energenata, na ponašanje njemačkih turista u sezoni 2023.

TURISTIČKA SEZONA 2023. – HRVATSKA

Turoperatori i zrakoplovni prijevoznici, sukladno dobivenim informacijama, oprezni su s predviđanjima za sljedeću ljetnu sezonu. Suglasni su da interes za Hrvatsku postoji te da će konkretna kretanja u velikoj mjeri ovisiti o vanjskom čimbenicima, tj. o nadolazećoj krizi i poskupljenjima, tj. ukupno raspoloživim budžetima za godišnji odmor.