



NJEMAČKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2024.


















SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
POLITIČKO UREĐENJE	3
STANOVNIŠTVO	4
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA	5
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU	12
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. i 2023. GODINI.....	30
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU	44
REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)	45
NALAZI ISTRAŽIVANJA TOMAS HRVATSKA 2022./2023.	48
TURISTIČKA SEZONA 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE	72
TURISTIČKA SEZONA 2024. – HRVATSKA.....	74

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Površina: 357.588 km².

Najveći gradovi

	Naziv	Broj Stanovnika 12/2022.	Broj Stanovnika 12/2017.	Savezna država
1.	Berlin	3.755.250	3.613.495	 Berlin
2.	Hamburg	1.892.122	1.830.584	 Hamburg
3.	München	1.512.491	1.456.039	 Bayern
4.	Köln	1.084.831	1.080.394	 Nordrhein-Westfalen
5.	Frankfurt am Main	773.068	746.878	 Hessen
6.	Stuttgart	632.865	632.743	 Baden-Württemberg
7.	Düsseldorf	629.047	617.280	 Nordrhein-Westfalen
8.	Leipzig	616.093	586.600	 Sachsen
9.	Dortmund	593.317	583.393	 Nordrhein-Westfalen
11.	Essen	584.580	581.980	 Nordrhein-Westfalen
10.	Bremen	569.396	568.006	 Bremen
12.	Dresden	563.311	551.072	 Sachsen
13.	Hannover	545.045	535.061	 Niedersachsen
14.	Nürnberg	523.026	515.201	 Bayern
15.	Duisburg	502.211	498.110	 Nordrhein-Westfalen

U Njemačkoj postoji 79 velikih gradova. Četiri grada imaju preko milijun stanovnika: glavni grad Berlin (3,76 milijuna), Hamburg (1,89 milijuna), München (1,51 milijuna) i Köln (1,08 milijuna).

Još deset gradova ima više od pola milijuna stanovnika: Frankfurt na Majni, Stuttgart, Düsseldorf, Dortmund, Essen, Leipzig, Bremen, Dresden, Hannover i Nürnberg.

Više od polovice velikih njemačkih gradova ima manje od 200.000 stanovnika.

Najveća metropolitanska regija u Njemačkoj, Rajna-Ruhr, ima gotovo 10 milijuna stanovnika.

Izvor: Statista Research Department

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:	84,4 milijuna (Stanje: 06/2023.)
Od toga Nijemci:	72,0 milijuna (Stanje: 06/2023.)
Stranci:	12,3 milijuna (Stanje: 06/2023.)
Žensko stanovništvo:	42,8 milijuna (Stanje: 06/2023.)
Muško stanovništvo:	41,6 milijuna (Stanje: 06/2023.)

Izvor: Destatis

Krajem 2022. u Njemačkoj je živjelo oko 84,4 milijuna osoba. Iako je više osoba umrlo nego li je rođeno, stanovništvo se povećalo – razlog je povećano useljavanje, posebno iz Ukrajine. Krajem 2022. godine u Njemačkoj je živjelo 72 milijuna Nijemaca i 12,3 milijuna ljudi sa stranim državljanstvom. Prema podacima Saveznog ureda za statistiku, broj Ukrajinaca koji žive u Njemačkoj od početka do kraja godine povećao se više od šest puta. Udio stranaca u ukupnom stanovništvu porastao je s 13,1% u prethodnoj godini, na 14,6%.

Porast stanovništva evidentiran je u svim saveznim pokrajinama. U apsolutnom iznosu, Sjeverna Rajna-Vestfalija zabilježila je najveći porast broja stanovnika, sa 215.000 osoba više. Slijede Bavarska sa 192.000 i Baden-Württemberg sa 156.000 osoba više. Gledano u postocima, Berlin i Hamburg imaju najveći porast, 2,1%.

Prema podacima Saveznog zavoda za statistiku, sve veći broj osoba sa stranim državljanstvom utječe na demografiju stanovništva, budući da se njihova dobna struktura značajno razlikuje od strukture njemačkog stanovništva.

Prognoza broja stanovnika Njemačke do 2070.

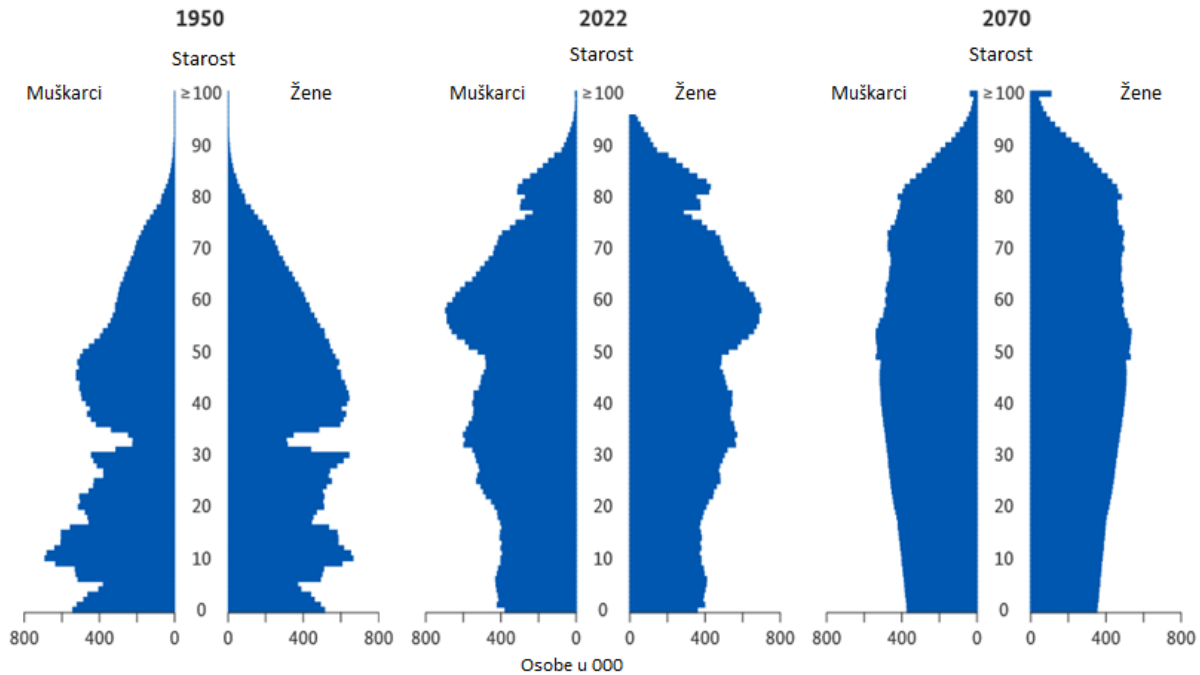
Prema predviđanjima, broj stanovnika u Njemačkoj će u 2030. iznositi oko 83,6 milijuna. Promjena dobne strukture uzrokovana padom broja novorođenih i produljenjem životnog vijeka jedan je od najvećih društveno-političkih izazova u većini industrijaliziranih zemalja.

Broj radno sposobnih osoba u dobi od 20 do 66 godina će se u narednim godinama smanjivati. Trenutno je u Njemačkoj 51,4 milijuna ljudi u ovoj dobnoj skupini – čak i uz visoku neto imigraciju očekuje se kako će doći do smanjenja od 1,6 milijuna osoba u ovoj dobnoj skupini do sredine 2030-ih. Uz nisku neto imigraciju, taj bi broj mogao pasti za 4,8 milijuna osoba.

Trenutno različita dobna struktura u saveznim državama će oblikovati budući regionalni razvoj.

Najveći izazov za zapadne njemačke pokrajine i gradove savezne države bit će povećanje broja 67-godišnjaka i starijih. Za istočne njemačke države, izvan gradova, to će prvenstveno biti sve manji potencijal radne snage.

Struktura stanovništva prema starosti, 1950. – 2070. (projekcije)



2070: 15. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung, Variante 2 (moderate Entwicklung)
 Datenquelle: Statistisches Bundesamt
 Darstellung: Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (2023); Bildlizenz: CC BY-ND 4.0

BUND – LÄNDER
 DEMOGRAFIE
 PORTAL

Izvor: Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung

Vjerska pripadnost

- Kršćani 51% (katolici 24,8%, protestanti 22,6%)
- Muslimani 3,7%, bez konfesije 43,8%, ostali 5,1%

(stanje 12/2022 – zadnji dostupni podaci)

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

- Valuta: 1 Euro = 100 Cent
- Bruto nacionalni dohodak 2022: 4.028 mlrd. eura (Stanje: 08/2023, izvor: Statista)
- Izvoz 2022.: 1.576,78 mlrd. eura
- Uvoz 2022: 1.494,5 mlrd. eura

U 2022. godini, BDP po stanovniku iznosio je cca. 46.264 eura.

Izvor: Statista, 08/2023.

Njemački izvoz i uvoz do kolovoza 2022.

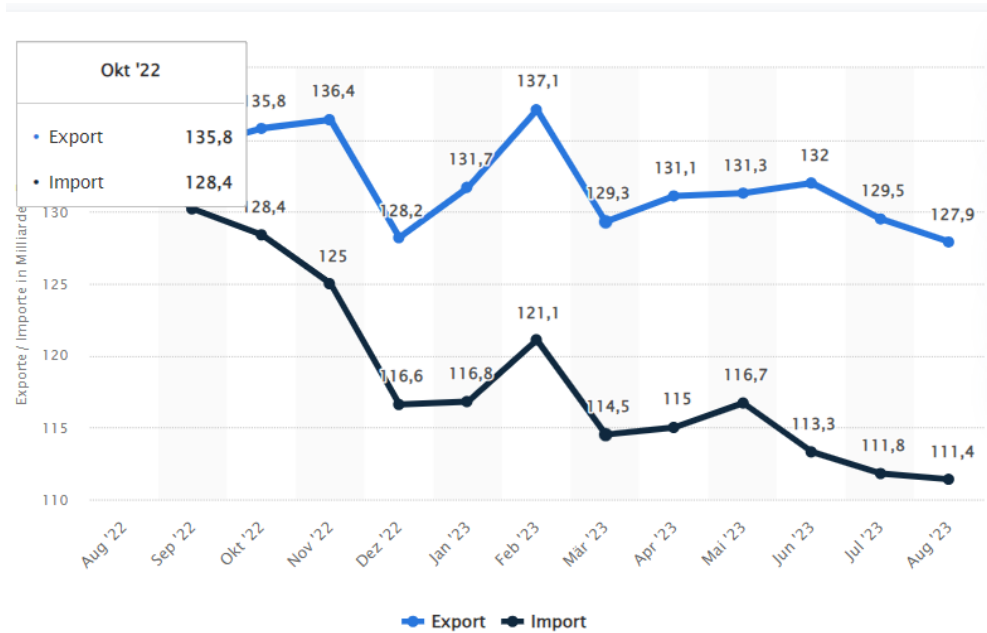
Savezna vlada za ovu godinu očekuje blagi rast bruto domaćeg proizvoda od 0,2%. U 2024. godini očekuje se rast gospodarstva od 1,8%. Njemačka se dosad dobro nosi s ekonomskim posljedicama rata u Ukrajini – unatoč energetskej krizi i problemima u opskrbnim lancima. „Njemačka pokazuje

što može“, izjavio je savezni ministar gospodarstva Robert Habeck na predstavljanju godišnjeg izvješća o gospodarstvu. „Križa je učinjena podnošljivom. Njemačka može u kratkom roku postići puno.“

Nominalno, do svibnja 2023. izvezeno je robe u vrijednosti od 130,6 milijardi eura, a uvezeno robe u vrijednosti od 117,2 milijarde eura. U odnosu na svibanj 2022. izvoz je u svibnju 2023. smanjen za 4,0%, a uvoz za 10,6%.

Izvor: Statista Research Department, 05. 10. 2023.

Vrijednosti Njemačkog izvoza i uvoza od VIII 2022. do VIII 2023., u mlrd. eura



Izvor: Statista

Stopa nezaposlenosti

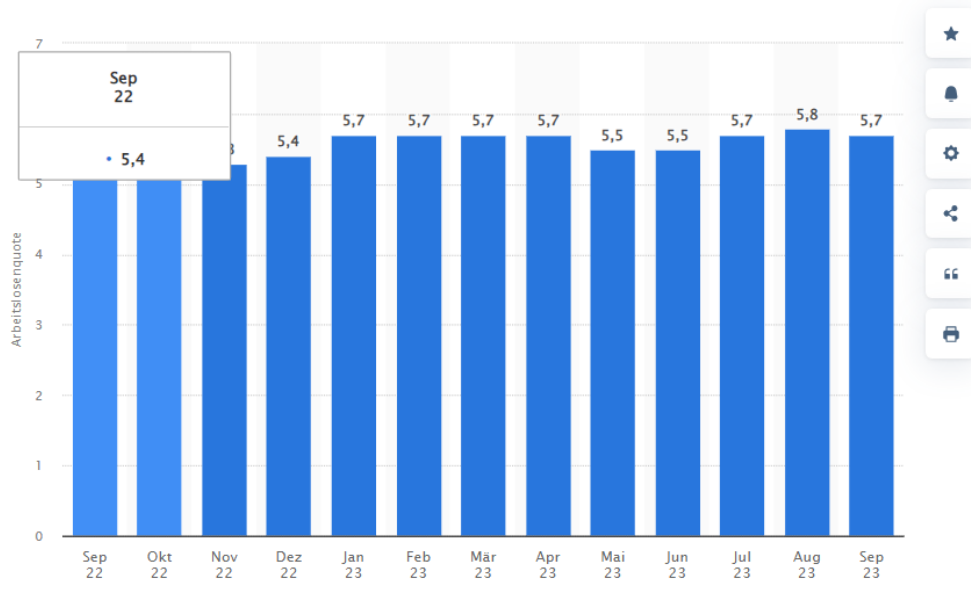
Stopa nezaposlenosti porasla je od rujna 2022. do rujna 2023. za 0,3 postotna boda, na 5,7%. Podzaposlenost, koja također uzima u obzir promjene politika tržišta rada i kratkotrajnu nesposobnost za rad, u rujnu 2023. iznosila je 3.440.000 osoba.

	Nezaposleni		
	Njemačka	Zapadna Njemačka ¹	Istočna Njemačka ²
2022.	2.418.133	1.850.626	567.507
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)

Stopa nezaposlenosti na kraju rujna 2023. iznosila je 5,7%. Broj nezaposlenih u rujnu se u odnosu na prethodni mjesec smanjio za 68.728, dok je u odnosu na isti mjesec prošle godine (rujan 2022.) broj nezaposlenih veći za oko 141.361.

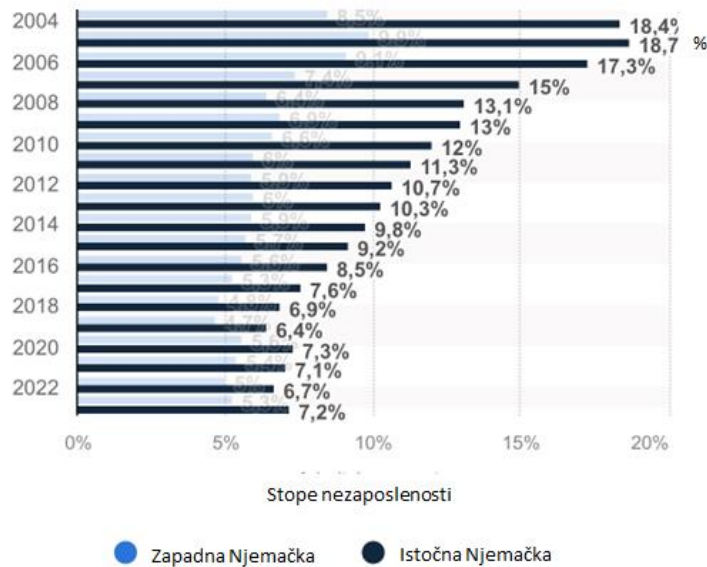
Stopa nezaposlenosti



Izvor: Statista, 30. rujna 2023.

Primjetno je kako je stopa nezaposlenosti veća u regijama Istočne Njemačke, nego li je to slučaj s regijama Zapadne Njemačke.

Razlike u stopama nezaposlenosti



Čak i 30 godina nakon ponovnog ujedinjenja, stopa nezaposlenosti na istoku države još uvijek je viša nego na zapadu. Dok je razlika na prijelazu tisućljeća bila veća od deset postotnih bodova, trenutno iznosi samo oko dva postotna boda.

Prosječna plaća

49.260 Euro bruto (stanje: 04/2022)

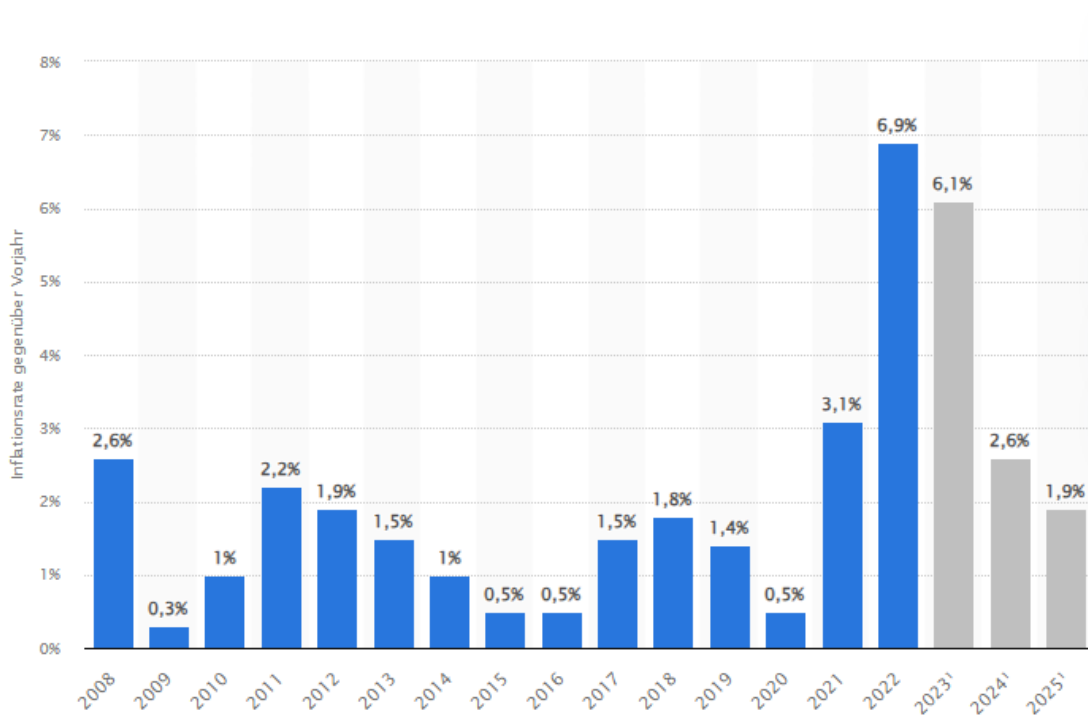
Izvor: Destatis

Stopa inflacije

Prema zajedničkoj procjeni vodećih ekonomskih instituta u Njemačkoj, stopa inflacije će u 2023. iznositi oko 6,1%. Ekonomski instituti uglavnom očekuju smanjenje poskupljenja, jer su cijene energenata značajno pale.

- Stopa inflacije u 2022. godini je iznosila 6,9%
- Stopa inflacije u 2022. godini u rujnu 2022. je 8,6%
- Prognoza stope inflacije Njemačka 2023. je 6,1%
- Stopa inflacije u 2023. godini u rujnu 2023. je 4,5%
- Prognozirana stopa inflacije za Njemačku 2024. je 2,6%

Stopa inflacije po godinama



Izvor: Statista

Rast cijena značajno se reflektirao na zrakoplovni promet. Prema izvješću Saveznog ureda za statistiku (Destatis), cijene međunarodnih letova porasle su za 24,9% u prvoj polovici 2023., u usporedbi s istom polovicom prethodne godine. Cijene avionskih karata i paket-aranžmana naglo su porasle od prestanka ograničenja putovanja povezanih s koronom: cijene avionskih karata u prvoj polovici 2023. bile su čak 52,6% više nego u prvoj polovici 2021., na što je uvelike utjecala pandemija. U ekonomskoj klasi, najveća poskupljenja bila su na dalekim letovima za Aziju i Australiju: putnici su u prvoj polovici 2023. plaćali 42,5% više nego u prvoj polovici prethodne godine. Osjetno su poskupjele i karte za ostale europske zemlje (+31,9%), Južnu Ameriku (+19,6%) i Afriku (+16,6%). Nasuprot tome, rast cijena karata za domaće letove bio je prilično nizak i iznosio je 3,9% u prvoj polovici 2023., u usporedbi s istom polovicom prethodne godine.

Vanjskotrgovinska bilanca

Njemačko gospodarstvo izrazito je usmjereno na izvoz - jedno od četiri radna mjesta u Njemačkoj ovisi o izvozu. Istovremeno, kao zemlja koja je siromašna sirovinama, Njemačka je ovisna o uvozu, naročito u energetske sektoru. Unatoč ovisnosti o uvozu, izvoz robe iz Njemačke već desetljećima premašuje uvoz. Od 2014. do 2019. ostvareni su rekordni trgovinski suficiti, međutim, izvozni suficit u 2022. bio je najniži u proteklih 22 godine.

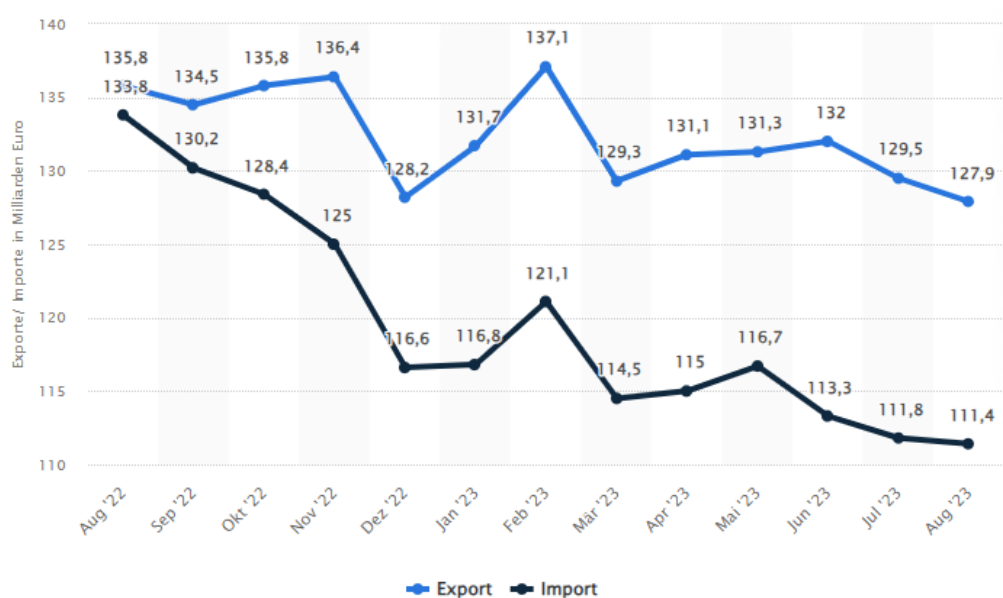
Njemačka je 2022. godine, prema podacima Saveznog ureda za statistiku, izvezla robe u vrijednosti od 1,576 milijardi eura, a zauzvrat uvezla robu u vrijednosti od 1,495 milijardi eura – vrijednost izvoza i uvoza nikada nije bila veća. Sveukupno, izvoz i uvoz robe povećavali su se za 5,3 i 5,2% godišnje između 1980. i 2022. Zbog pandemije korona virusa saldo vanjskotrgovinske bilance je od 2019. do 2021. pao s 224, na 175 milijardi eura (-21,7%). Izvozni suficit je od 2021. do 2022. naglo pao sa 175, na 81 milijardu eura. Pad od 53,8% bio je najveći od ponovnog ujedinjenja Njemačke 1989. Važan razlog tome bio je nagli rast uvoznih cijena energenata. Osim toga, Njemačka je 2022. godine zabilježila najveći trgovinski deficit u vanjskoj trgovini s Kinom otkako je Savezni ured za statistiku započeo s radom.

Kretanje vanjskotrgovinske bilance od 2018.



Izvor: Statistisches Bundesamt

Vrijednost njemačkog izvoza i uvoza od kolovoza 2022. do kolovoza 2023.



Izvor: Statista, 10/2023

Kupovna moć u Njemačkoj u 2023. godini

Kupovna moć prema GfK istraživanju definirana je kao zbroj svih neto primanja stanovništva prema mjestu stanovanja. Osim neto dohotka od samostalne djelatnosti i nesamostalnog rada, u kupovnu moć uključeni su i dohodak od kapitala te državna transferna davanja poput naknade za nezaposlene, dječjeg doplatka i mirovine. Međutim, izdaci za životne troškove, osiguranje, stanarinu i popratne troškove kao što su plin ili struja, odjeća ili ušteđevina nisu odbijeni od ovog raspoloživog dohotka. Osim statistike poreza na plaće i dohodak, izračun se temelji na statistikama državnih naknada i prognoziranim vrijednostima ekonomskih instituta.

GfK Kupovna moć Njemačka 2023.



36.866 €
Stamberg

35.326 €
München

33.865 €
Ebersberg

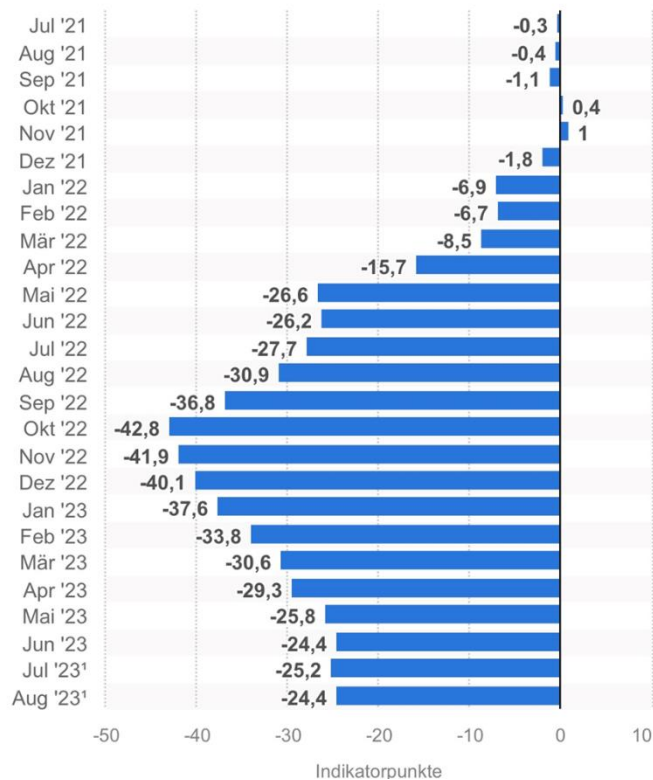
Izvor: GfK

Indeks potrošačke klime

Raspoloženje potrošača u Njemačkoj pada na novu, rekordno nisku razinu. Cijene su visoke, energetska kriza se nastavlja, potrošači su izgubili želju za potrošnjom - GfK indeks pokazuje iznenađujuće snažan pad.

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

GfK indeks potrošačke klime za Njemačku



GfK indeks potrošačke klime mjeri trenutno raspoloženje potrošača u privatnim kućanstvima u Njemačkoj, što uključuje procjenu sklonosti kućanstava potrošnji i utvrđivanje namjera potrošača, putem reprezentativnih anketa. U anketi se osobe od 14 i više godina mjesečno anketiraju o prihodima i očekivanjima potrošnje u sljedećih dvanaest mjeseci.

Ključni čimbenici koji utječu na „GfK Consumer Climate Indeks“ su ekonomska očekivanja i očekivanja prihoda, kao i sklonost kupnji te štednji.

Negativna vrijednost indeksa označava loše raspoloženje potrošača, s vjerojatnim negativnim učincima na domaće gospodarstvo.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

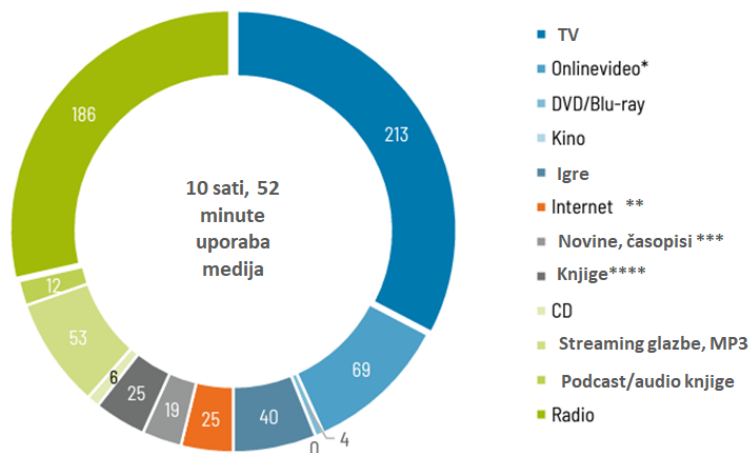
Upotreba medija u Njemačkoj

Ljudi su sve više u kontaktu s medijima, koji kao sredstva (masovnog) komuniciranja s javnošću, ili određenim društvenim skupinama, služe za širenje informacija i za zabavu, a uključuju: televiziju, radio, tiskane medije, medije za pohranu, kao što su CD ili DVD te internet, e-knjige, pametne telefone i dr. Gotovo svi ljudi u Njemačkoj stariji od 14 godina svakodnevno konzumiraju medije. Ipak, sveukupno korištenje medija u Njemačkoj nastavlja lagano opadati, nakon što je naglo poraslo u gotovo svim dobnim skupinama tijekom pandemije. Digitalni mediji se ubrzano šire i preuzimaju primat, dok se tradicionalni mediji bore za svoju tržišnu poziciju. Ipak, 80% stanovništva nastavlja redovito gledati „linearnu televiziju“ - dvije trećine stanovništva to čini svaki dan. Više nego ikada prisutne su razlike u korištenju medija prema dobnim skupinama. Kako su objavili ARD i ZDF, u svojoj studiji „Massenkommunikation Trends 2022“, broj osoba mlađih od 30 godina koje svakodnevno gledaju „linearnu televiziju“ pao je na 19%. Kod osoba od 30 do 49 godina udjel je 45%, što je za 28% manje nego prije pet godina.

Usluge video *streaminga* nastavljaju rasti, redovito ih koristi gotovo polovica stanovništva. Trenutna brojka od 47% znači povećanje od 5% u odnosu na 2021 (u 2019. 32% stanovništva). Korištenje medijateka također je doseglo novi rekord od 40%, za razliku od 2019. kad je ta vrijednost iznosila 33%. Radio ostaje u kada je u pitanju upotreba audio medija: 82% ljudi starijih od 14 godina redovito sluša „linearni radijski program“, a 68% to čini svaki dan. Količina vremena provedenog u slušanju radijskih audio sadržaja ipak se svaki dan kontinuirano smanjuje. Korištenje podcasta nastavlja rasti (30% redovitog korištenja). Značajan porast bilježi se prvenstveno kod mlađih osoba: gotovo polovica, odnosno 49%, redovito ih sluša.

Dnevno vrijeme korištenja medijske ponude u minutama u 2022. godini

Prosječna dnevna konzumacija medija, u minutama



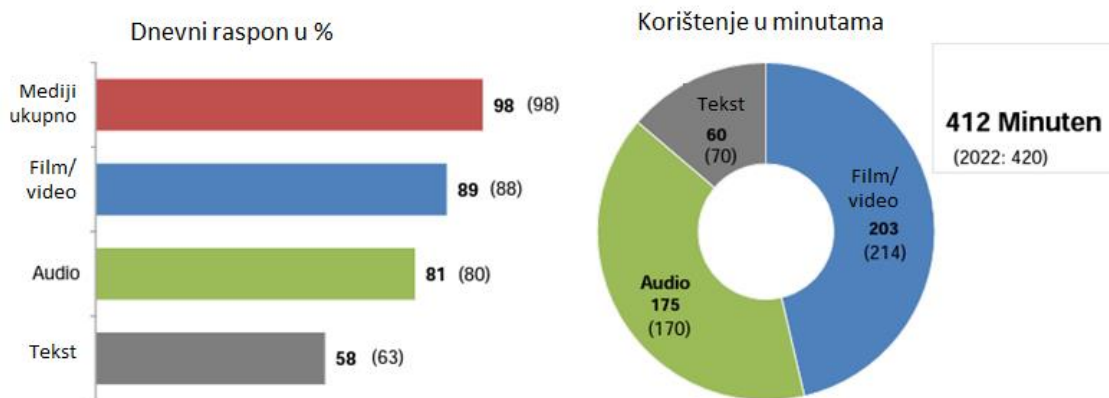
*besplatni i plaćeni video na zahtjev; **isklj. komunikacija, online video & streaming glazbe; ***uklj. e-papiri; ****uklj. e-knjige

Napomena: navedeni podaci vremena za medije potječu iz različitih studija, tako da zbrojeve treba promatrati samo kao aproksimaciju zbog metodoloških razlika.

Izvori: VAUNET analiza temeljena na AGF video istraživanju u suradnji s GfK 2022 (TV, od 14 i više godina), agma - ma 2022 Audio II (radio, radnim danima od 14 i više godina) i SevenOne Media / forsa – Media Activity Guide 2022 (svi ostali mediji, 14-69 godina)

Dnevni doseg i dnevno vrijeme uporabe medija - 2023. godina

Prema objavi ARD-a i ZDF-a, sveukupno je dnevno vrijeme korištenja medija palo s 420 minuta u 2022., na 412 minuta u 2023. Prema studiji „Massenkommunikation Trends 2023.“ najveći udio u korištenju medija čine video/filmski sadržaji, 203 minute dnevno u svim oblicima medija (2022.: 214 minuta), a zatim audio sadržaji sa 175 minuta (2022.: 170 minuta). Čitanje tekstova palo je sa 70 minuta, na 60 minuta. Time prosječna upotreba medija sveukupno iznosi 412 minuta dnevno.



ARD ZDF MASSEN KOMMUNIKATION TRENDS 2023 (...) = Werte für 2022 | * Überschneidungen in der Nutzung medialer Anwendungsmöglichkeiten herausgerechnet Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 70,60 Mio., n=2.000 9

(...) = vrijednosti za 2022 | *preklapanja u istovremenom korištenju različitih medija su isključena

Gotovo 72% Nijemaca čita novine svaki dan, dok časopisi imaju dnevni doseg od 57%. Kad se radi o dobnoj skupini od 14 do 49 godina, internet prednjači pred televizijom. Broj korisnika interneta u Njemačkoj je u stalnom porastu - trenutno oko 67 milijuna ljudi diljem zemlje koristi (ili povremeno koristi) internet. Nasuprot tome, cirkulacija prodaje dnevnih novina u Njemačkoj već godinama opada. Najviše korišteni audio medij je radio.

Televizija i TV kanali

Prema studiji SevenOne Media, televizija je u 2022. godini i nadalje imala najširu skupinu korisnika s dnevnim dosegom od 87%, što predstavlja pad od 5% u usporedbi sa 2021. godinom. „Tijekom 2020. i 2021. primijetili smo značajan utjecaj pandemije na korištenje medija: mjere su utjecale na gotovo sve sfere života i pratili smo najnovije informacije o njima. Tijekom karantena, gledanje televizije bilo je jedna od aktivnosti u slobodno vrijeme“, navodi Kerstin Niederauer-Kopf, predsjednica uprave AGF Videoforschung. „Sve navedeno se odrazilo na veću gledanost televizije, što se sada normalizira.“

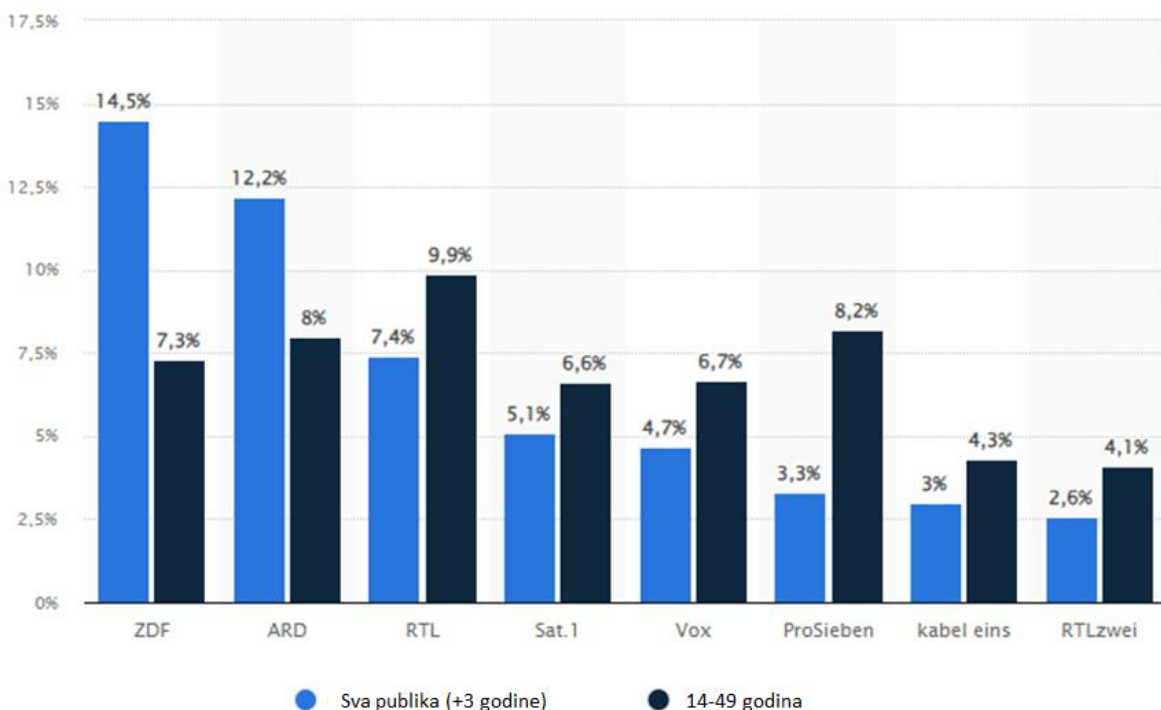
Glede tiče tržišnog udjela TV-a po gledanosti, još uvijek prednjače javni tv kanali: ZDF, ARD i „ARD Dritte“ te regionalne tv postaje prvog programa javne televizije, poput SWR-a, BR, WDR, NDR itd. Međutim u dobnoj skupini 14-49 prevladava interes za privatne televizijske kanale RTL, ProSieben i Sat1.

TV medij u 2022. godini bilježi pad ulaganja u oglašavanju od 7,4%, u odnosu na prethodnu godinu.

Za ovu godinu, VauNet 2023 predviđa daljnji pad od 3,7% u segmentu televizijskog oglašavanja. Unatoč tome, ovaj medij s više od 17 milijardi eura još uvijek čini gotovo polovicu svih bruto izdataka za oglašavanje. Dok su sektori umjetnosti, kulture i zabave (+185,4%) i turizam (+89,2%) povećali proračun za TV oglašavanje, sektori poput osobne njege (-13,1%), prehrane (-6,6%) i financija (-3,5%) su ga smanjili.

Prema Media Activity Guide 2023. (vodiču za medijske aktivnosti) vrijeme korištenja TV-a nastavlja se smanjivati, ali ostaje na vrlo visokoj razini od tri sata dnevno. Znači da je TV još uvijek daleko najpopularniji „video medij“. Oko 70% ukupne video konzumacije odnosi se na linearnu televiziju i medijateke.

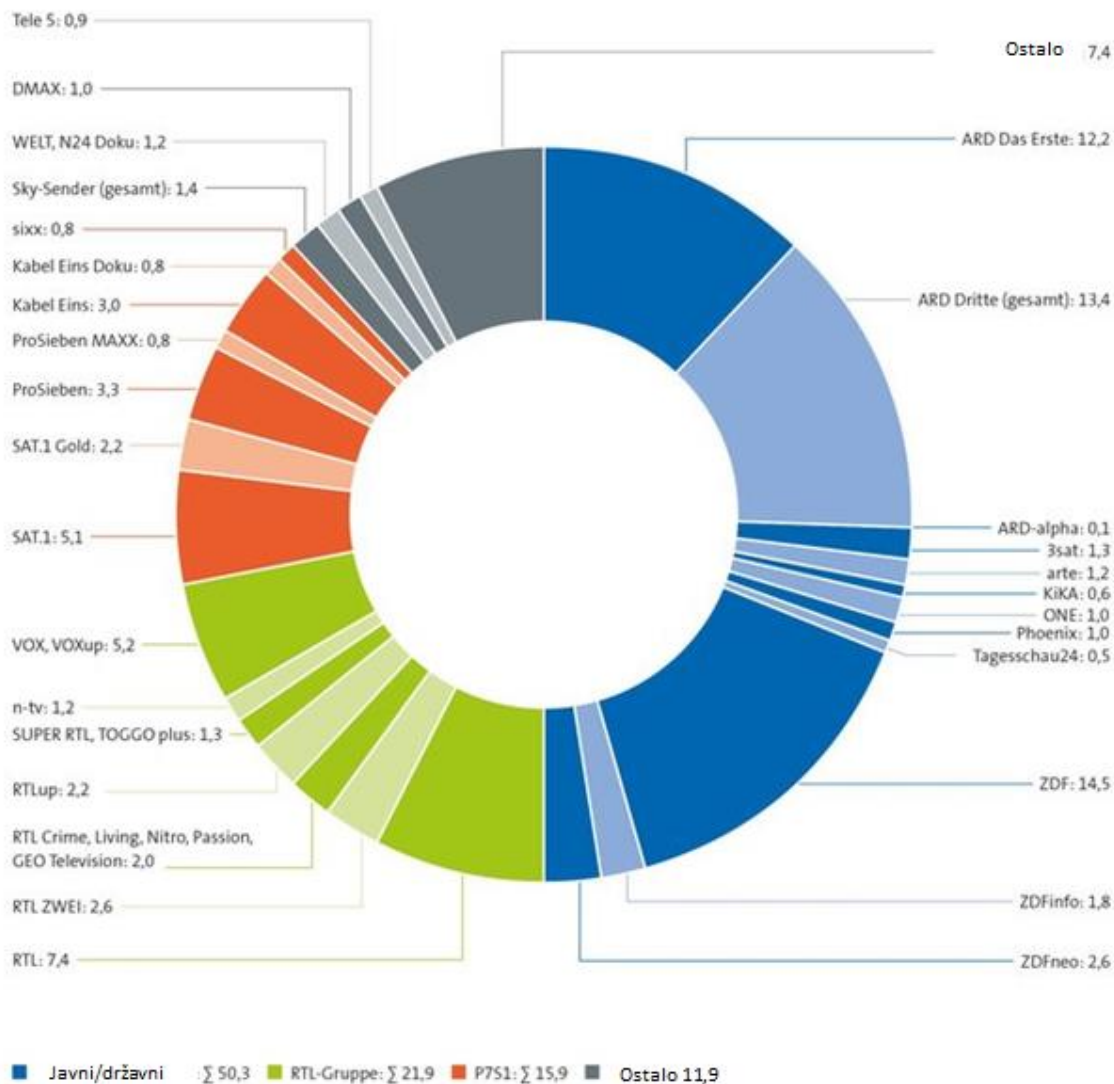
Udio gledatelja u postotcima / usporedba dobnih skupina



Izvor: Statista

Grafički pregled tržišnih udjela/gledanosti TV kanala u Njemačkoj 2022.
























U 2022. javni programi ponovno su premašili granicu od 50% sveukupnog udjela u gledanosti: ostvarili su kumulativni udio od 50,3%. Privatni programi činili su sveukupni udio u gledanosti od 49,7% u 2022 godini. Najgledaniji program bio je ZDF, s gledanošću od 14,5%. Prvi program ARD-a imao je udjel od 12,2%, a treći programi ARD-a ukupno 13,4% gledanosti. Dva vodeća privatna programa, RTL i Sat.1, ostvarila su prosječne udjele gledanosti od 7,4%, odnosno, 5,1% u 2022. godini. VOX je imao udio u gledanosti od 4,7%, a ProSieben 3,3%. Kabel Eins i RTL ZWEI bili su također visoko zastupljeni, s udjelom od 3%, odnosno, 2,6%.





























Izvor: AGF Videoforschung u suradnji sa GfK, gledaoci iznad 3 godine, u postotcima

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

Javne postaje

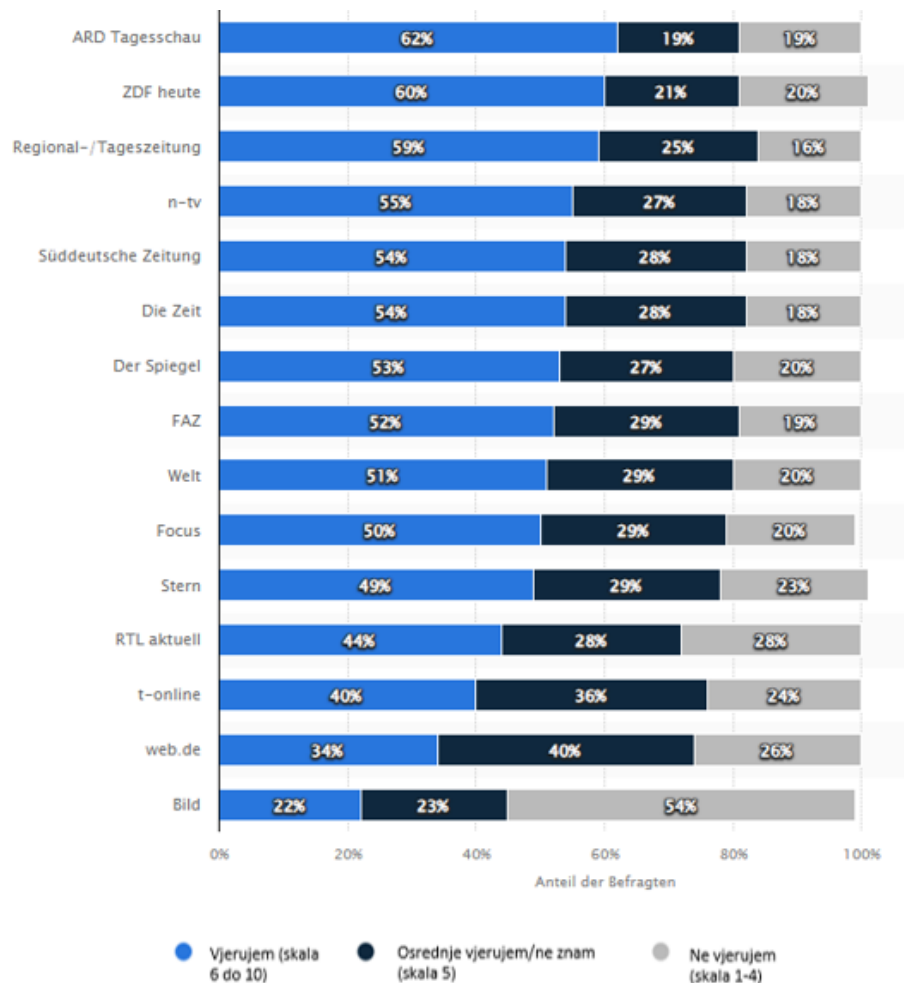
Ime	Logo	Grupacija	Klasifikacija
3sat		ZDF, ARD, ORF, SRG	D, A, CH
arte		ZDF, ARD, France Télévisions	Kompletan program (D, F)
BR		ARD	Regionalna postaja Bayern (D)
BR alpha		ARD	Obrazovni (D)
Das Erste		ARD	Kompletan program (D)
DW		ARD	Vijesti iz svijeta, Vijesti (D)
EinsExtra		ARD	Vijesti (D)
Einsfestival		ARD	Filmovi i serije (D)
EinsPlus		ARD	Dokumentarci i 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 i 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)

Ime	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)
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 i dokumentarci (D)
n-tv		RTL Group	Vijesti i dokumentarci (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 i 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 i 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)

Najpouzdaniji izvori vijesti u Njemačkoj, 2023. godina

Prema Reutersovoj studiji, u siječnju i veljači 2023. Tagesschau je najpouzdaniji izvor vijesti u Njemačkoj. Format vijesti ARD-a postigao je najveću razinu povjerenja među njemačkim medijima, s povjerenjem od 62%. Format vijesti ZDF-a heute i grupa regionalnih te lokalnih novina zauzeli su drugo i treće mjesto sa 60%, odnosno 59%.



Izvor: Statista

Radijske postaje

U Njemačkoj postoji ukupno 470 radijskih postaja, s trendom porasta. Od toga je 295 privatnih, a 74 su javne radio postaje. Gledajući ukupne brojke, broj radijskih postaja u Njemačkoj je zadnjih 35 godina porastao za više od deset puta. Prosječno vrijeme slušanja radija u Njemačkoj posljednjih je godina ostalo relativno konstantno, no uvelike ovisi o starosnoj dobi slušatelja. Tako su u 2023. godini mladi u dobi od 14 do 29 godina proveli oko 178 minute dnevno slušajući radio, dok je ukupna populacija više od četiri sata dnevno slušala radio. Najdulje vrijeme slušanja od 263 minute zabilježeno je među dobnom skupinom od 50 i više godina.

Izvor: ma 2023 Audio I

Poredak najslušanijih postaja (broj slušatelja starosti 14+ po satu od ponedjeljka do petka) u 2023., s usporednim vrijednostima iz 2022.

Radio NRW	1.438.000	-139.000	
BAYERN 1	1.061.000	-15.000	
WDR 2	985.000	-69.000	
SWR 3	920.000	-23.000	
ANTENNE BAYERN	703.000	-32.000	
1LIVE	669.000	-31.000	
NDR 2	651.000	-102.000	
BAYERN 3	599.000	-16.000	
RADIO BOB!	500.000	+79.000	
SWR 1 Baden-Württemberg	404.000	+40.000	
SWR 4 Baden-Württemberg	367.000	-36.000	
Hit Radio FFH	358.000	-53.000	
ROCK ANTENNE	345.000	-18.000	
radio ffn	403.000	-15.000	
MDR Sachsen	310.000	+5.000	
bigFM NATIONAL	305.000	-13.000	
hr4	289.000	+28.000	
ENERGY National	286.000	+3.000	
hr 3	257.000	+13.000	
Absolut Radio	234.000	+7.000	

Izvor: ma 2023 Audio I

Stabilno vrijeme slušanja i redovito korištenje radija ima pozitivan učinak na prihode od radijskog oglašavanja: prema PricewaterhouseCoopers (PwC), ukupni prihodi od oglašavanja na radijskom mediju (uključujući podcaste) iznosili su oko 759 milijuna eura u 2022. godini, što predstavlja osjetno povećanje, nakon pada uzrokovanog pandemijom. Za usporedbu, prodaja oglašavanja u 2019. iznosila je gotovo 826 milijuna eura. Ipak, PwC predviđa oporavak i povećanje prihoda na gotovo 790 milijuna eura do 2027. godine.

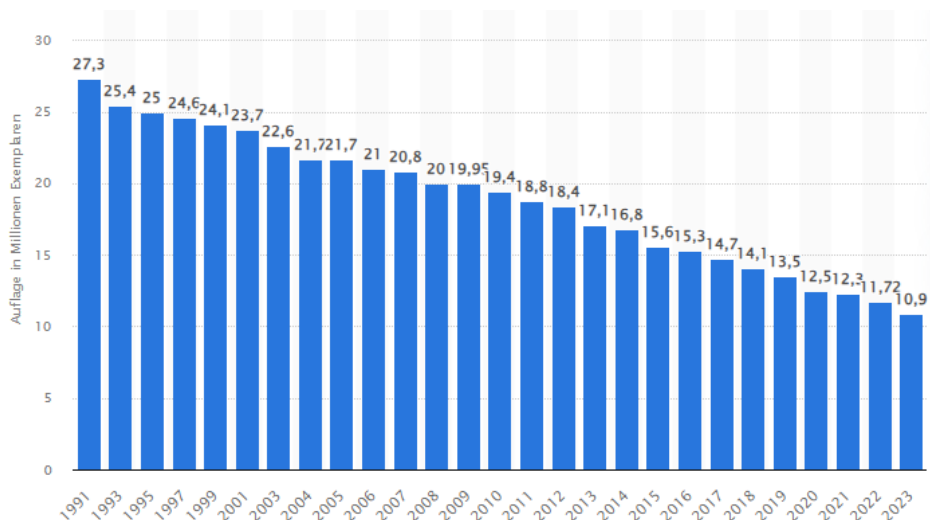
Prema analizi „ma 2023 Audio I“ Radio NRW, kao naslovni program lokalnih radio postaja u Sjevernoj Rajni-Vestfaliji, imao je najviše bruto kontakata (1,44 milijuna) u Njemačkoj. Slijede javni servisi Bayern 1 i WDR 2 na drugom i trećem mjestu ljestvice 20 najboljih radijskih postaja.

Od različitih vrsta prijema, FM je i dalje imao daleko najveći udjel tijekom 2021. godine. Međutim, od 2014. i DAB+ (Digital Audio Broadcasting) i prijem s IP radijskim uređajima postigli su značajno povećanje dometa (zadnji dostupni podaci 09/2021). Prema analizi „ma 2023 Audio II“, DAB+ sluša 28,5% stanovništva (ma 2022 Audio II: 27%); sa 32% slušatelja posebno je popularan u ciljnoj skupini od 30 do 59 godina (ma 2022 Audio II: 30,1%).

Tiskani mediji

Novine su čvrsto ukorijenjene u živote ljudi kao izvor informacija i vijesti, komentara i zabave te služe kao „ogledalo“ regionalnih događanja i vodič za kupovinu te i dalje igraju važnu ulogu u životima Nijemaca. Ukupna plaćena naklada dnevnih novina u Njemačkoj je zadnjih 30 godina kontinuirano opadala (od 1991. -2021.). Dok je 1991. prodano oko 27,3 milijuna primjeraka, naklada je 2021. bila oko 12,3 milijuna, odnosno, prepоловила se za više od 50%. Ipak, u 2022. je prvi put nakon 30 godina zabilježen zamjetan porast naklade, na 14,6 milijuna. Unatoč tome, brojke prodaje i dalje padaju. Broj dnevnih novina objavljenih u Njemačkoj također je pao, s oko 158 na 114 naslova, između 1991. i 2018.

Kretanje prodane naklade dnevnih novina u Njemačkoj u 2. kvartalu, od 1991. do 2023.



Izvor: Statista

Pad ukupne naklade negativno utječe i na prodaju dnevnih novina, koje su do 2022. pale na približno 6,83 milijardi eura prometa. Prema prognozi PricewaterhouseCoopersa (PwC), prodaja će još više pasti do 2027. godine, na 6,31 milijardi eura.

Ukupan doseg tiskanih novina u 2022. bio je oko 54%. Domet nacionalnih dnevnih novina sveukupno je bio oko 5,5%. Za usporedbu, nedjeljne novine imale su doseg od 2,3%.

Dnevne novine su u prvom kvartalu ove godine prodavane u prosječno 12 milijuna primjeraka po danu, što predstavlja pad od 10,55% u odnosu na početak 2022. Za usporedbu: u prvom kvartalu 2022. prodano je 13,42 milijuna primjeraka, što je pad od 4,20% u odnosu na prvi kvartal 2021.

Nasuprot tome, bilanca dnevnog tiska je pozitivna u segmentu digitalne ponude. Udio prodanih elektroničkih novina u ukupnoj prodaji porastao je na 2,19 milijuna primjeraka, što znači da se gotovo svake pete novine sada prodaju u digitalnom izdanju.

Die Bild / B.Z. u drugom je kvartalu 2023. bio nacionalni dnevni list s najprodavanijom nakladom u Njemačkoj, s gotovo 1,11 milijuna primjeraka. Ovaj tabloid izdavačke kuće Axel Springer tradicionalno, unatoč padu prodaje, ima najveću nakladu dnevnih novina. Na drugom i trećem mjestu slijede Süddeutsche Zeitung i Frankfurter Allgemeine Zeitung, koji su za mnoge čitatelje među najboljim novinama u Njemačkoj.

Bild Zeitung s 162.700 prodanih primjeraka u Njemačkoj također ima najveću nakladu e-izdanja među nacionalnim dnevnim novinama u drugom kvartalu 2023. godine. Süddeutsche Zeitung i Handelsblatt slijede na drugom i trećem mjestu.

Unatoč poziciji, „Bild“ je izgubio 12,6% prometa u odnosu na isti kvartal prethodne godine, "Süddeutsche Zeitung" 7,5%, a "Frankfurter Allgemeine" 7,1%. Situacija je nešto pozitivnija za "Handelsblatt" koji, međutim, nije postigao cjelokupnu čitanost tiskanim primjercima, već rastućim e-izdanjima ili digitalnom pretplatničkom datotekom.

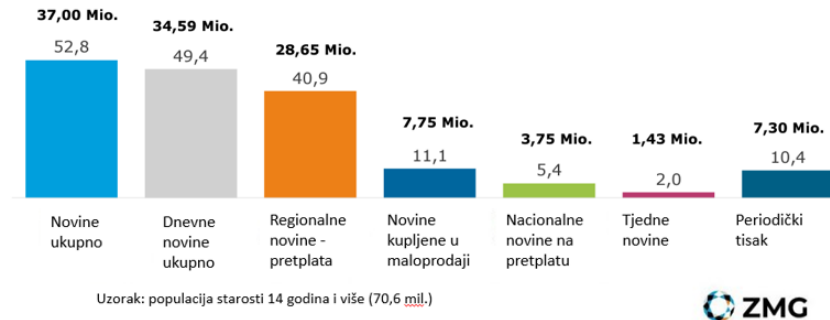
Doseg tiskanih novina u Njemačkoj (prema podacima ma Presse za drugi kvartal 2023.)

Prema izvoru „ma Presse“ za drugi kvartal 2023., doseg tiskanih novina u Njemačkoj je 52,8%, tj. 37 milijuna Nijemaca starijih od 14 godina čita svaki broj dnevnih ili tjednih novina. Posebnu važnost imaju regionalne novine s visokim udjelom pretplatnika, s 28,65 milijuna čitatelja dnevno, koje dopiru do 40,9% ljudi.

11,1% (7,75 milijuna) osoba čita novine koje su kupili u maloprodaji, a 5,4% (3,75 milijuna) čita nacionalne novine. Tiskane nedjeljne novine imaju doseg od 10,4% (7,30 milijuna). Tjedne novine redovito čita 2,0% građana (1,43 milijuna).

Izvor: ma Presse 2023 II

Doseg njemačkog tiska u 2023. godini - čitatelja po izdanju



Izvor: ma Presse 2023 II

Novine dopiru do svih slojeva stanovništva

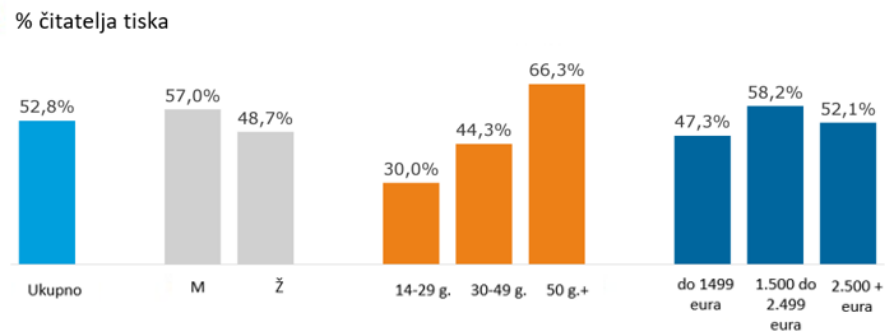
Struktura čitanosti novina uvelike odgovara općoj strukturi stanovništva, što novine čini tiskanim medijem koji je univerzalno prilagođen najširim populacijskim slojevima te, osobito važno s obzirom na sve veću fragmentiranost digitalnih medija, komunikacijskom formom koja istodobno dopire do različitih društvenih skupina: mladih i starih, muškarca i žena, više i niže obrazovanih, s višim ili nižim primanjima.

Sve dobne skupine čitaju novine. Tisak redovito čita 30% osoba u dobi od 14 do 29 godina i 44,3% osoba u dobi od 30 do 49 godina. Među dobnom skupinom od 50+ godina, koja je dokazano ljubitelj ovakvog formata, tiskane novine postižu doseg od 66,3%.

Također, postižu natprosječan doseg osobito među imućnijim i bolje obrazovanim ciljnim skupinama – 58,2% ljudi s neto prihodom većim od 1.500 eura redovito čita tiskane novine.

Čitatelji novina po socio-demografskim skupinama u 2023.

Doseg njemačkog tiska u 2023. godini prema socio-demografskim skupinama



Uzorak: populacija 14+ godina (70,8 mil.)

Izvor: ma Presse 2023 II, ZMG

Časopisi i novine s najvećim dosegom u Njemačkoj prema AWA 2023.

Prema Allensbach analizi tržišta i medija (AWA), časopisi o zdravlju Apotheken Umschau A i Apotheken Umschau B su tiskovine s najvećim dosegom u 2023., s oko 11,9 milijuna čitatelja i oko 11,7 milijuna čitatelja. ADAC Motorwelt slijedi na trećem mjestu.

Prema AWA, časopis Der Focus bilježi najveći porast dosegom u odnosu na prethodnu godinu s povećanjem od oko 120.000 čitatelja.

Na drugom i trećem mjestu su TV direkt i Men's Health.

Apotheken Umschau B pretrpjela je najveći gubitak, s padom od 650.000 čitatelja. Drugi su bili Apotheken Umschau A i die Bild am Sonntag.

Poredak 10 časopisa i novina u Njemačkoj s najvećim povećanjem dosegom u 2023.

Naslov	Doseg u mil.	Usporedba s prethodnom godinom u mil.
Focus	2,55	0,12
TV direkt	1,59	0,1
Men's Health	1,05	0,1
Playboy	0,82	0,09
TV14	3,21	0,08
Spektrum der Wissenschaft	0,56	0,08
Süddeutsche Zeitung Magazin	1,23	0,08
Chrismon	1,59	0,07
TVfOr mich	0,74	0,07
Glamour	1,25	0,06

Izvor: Statista

Poredak najčitanijih nacionalnih dnevnih novina u 1. kvartalu 2023. u Njemačkoj (samo pretplata i maloprodaja)

RB	Naslov	Abo+EV 2023-I	vs. 2022-I	vs. 2022-I %
1.	Bild	823.273	-119.114	-12,6
2.	Süddeutsche Zeitung	245.146	-19.903	-7,5
3.	Frankfurter Allgemeine	159.818	-12.192	-7,1
4.	Handelsblatt	90.134	435	0,5
5.	taz – die tageszeitung	35.961	-2.541	-6,6
6.	Die Welt	35.878	-5.756	-13,8

Izvor: IVW / Tablica: MEEDIA

Poredak najčitanijih nedjeljnih novina u 1. kvartalu 2023. (samo pretplata i maloprodaja)

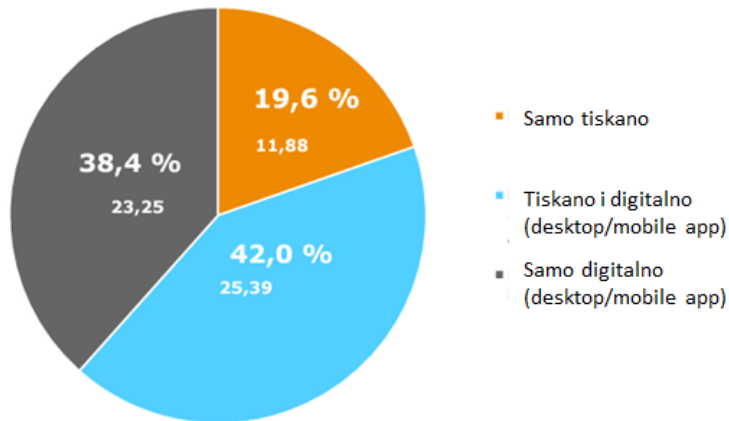
RB	Naslov	Abo+EV 2023-I	vs. 2022-I	vs. 2022-I %
1.	Die Zeit	525.809	-7.917	-1,5
2.	Bild am Sonntag	501.395	-87.024	-14,8
3.	Welt am Sonntag (Sa+So)	189.028	-39.414	-17,3
4.	Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	158.980	-16.291	-9,3
5.	wochentaz	53.865		novo
6.	Katholische SonntagsZeitung für Deutschland (gesamt) incl. Neue Bildpost	22.428	-2.151	-8,8
7.	Der Freitag	21.218	224	1,1
8.	Junge Freiheit	20.648	-1.035	-4,8
9.	Die Tagespost – Katholische Wochenzeitung für Politik, Gesellschaft und Kultur	10.158	-592	-5,5

Izvor: IVW / Tablica: MEEDIA

Prikaz neto doseg novina, tiskanih i digitalnih izdanja

U doba digitalizacije, e-formati dobivaju na značaju, no digitalni oblik izdanja do sada nije nadoknadio gubitak tiskanih naklada. Glede digitalnog doseg online ponude nacionalnih dnevnih novina, Springer izdanja prednjače.

Među njemački govornom populacijom od 14+ godina, odnosno od 70,08 milijuna ljudi u cijeloj zemlji, 42% korisnika čita i tiskana i digitalna izdanja. 38,4% stanovništva čita samo digitalno, dok 19,6% čita samo tiskana izdanja.



Uzorak: populacija 14+ godina (70,8 mil.)
% i brojka u mil.

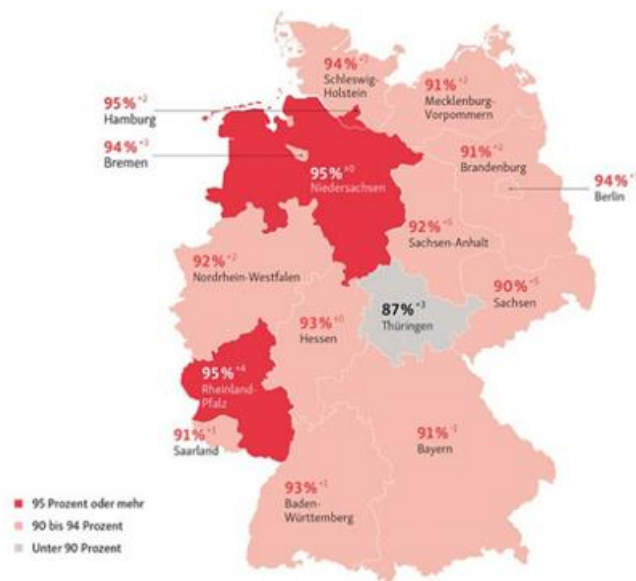
Podaci temeljeni na tromjesečnim nakladama koje objavljuje IVW za lokalne, regionalne i nacionalne novine s pretplatom, kao i dnevne, tjedne i nedjeljne novine

3. kvartal 2023.	Prodana izdanja	Pretplate	Pojedinačna prodaja	Ostala/posebna prodaja	On-board primjerci
Sve novine ukupno	13.077.529	9.937.177	1.611.894	1.301.849	226.609
Dnevne novine	11.457.079	8.560.620	1.523.309	1.163.076	210.074
Lokalne/regionalne novine s pretplatom	9.302.320	8.227.565	317.975	738.272	18.508
Nacionalne novine	754.082	528.538	57.728	125.680	42.136
Tabloidi	1.411.077	186.069	980.063	194.044	50.901
Nedjeljne novine	1.106.171	322.309	571.222	124.447	88.193
Tjedne novine	1.620.450	1.376.557	88.585	138.773	16.535
E-izdanja	2.690.739	1.654.375	4.469	1.024.902	6.993

Digitalni mediji

Prema podacima ARD/ZDF online studije, 67 milijuna ljudi u Njemačkoj je tijekom 2022. koristilo Internet, što je 95% stanovništva Njemačke u dobi od 14 i više godina, odnosno, 400.000 korisnika više nego u istom razdoblju 2021. godine. Internet svakodnevno koristi 80% ljudi u dobi od 14 i više godina, bilo da se radi o videima, medijatekama, vijestima, *streamingu*, podcastima, društvenim mrežama, *chatovima* ili slično, dok 95% povremeno koristi internet. Među osobama u dobi od 70 i više godina korištenje interneta ima ogroman porast: 2018. je internet svakodnevno koristilo 29%, 2022. čak 51% osoba.

Prikaz udjela online korisnika po savezima država proporcionalno rezidentnom stanovništvu od 14 i više godina (za period od siječnja do studenog 2022.)



Izvor: D21-Digital-Index 2022/2023

Udio online korisnika u istočnonjemačkim saveznom državama (bez Berlina) još uvijek je niži nego na zapadu. U svakoj državi se povećao udio korisnika interneta, samo u Thüringenu brojka staje ispod 90%. Znatno iznad nacionalnog prosjeka nalaze se savezne države Niedersachsen i Rheinland-Pfalz, u kojima se prošlih godina bilježi najveći porast korisnika interneta.

„Stare“ savezne države pozicioniraju se između online udjela od 91 do 95 posto, bez obzira jesu li gradske ili velike države. U „novim“ saveznom državama prosječno 91% stanovništva ima pristup internetu.

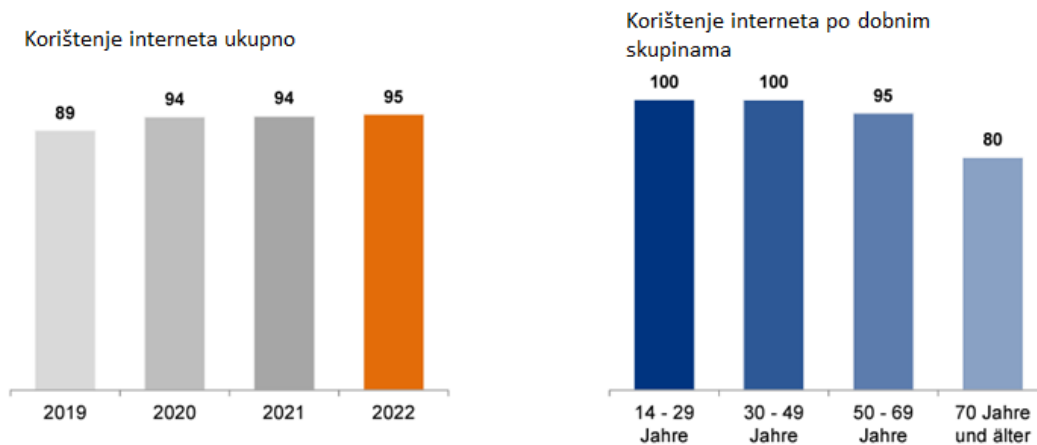
Zabilježen je značajan rast privatnih kućanstava s digitalnom opremom. U 2023. godini oko 89,2% korisnika interneta reklo je da koristi internet putem mobitela ili pametnog telefona. Oko 66,6% koristilo ga je putem tableta ili laptopa u vrijeme.

Dobna struktura online korisnika

Sveukupnom porastu korištenja interneta posebno pridonose starije dobne skupine. Dok su oni mlađi od 50 gotovo u potpunosti online, generacija 50+ postojano ih slijedi. U 2020. osobito su značajan porast zabilježile dobne skupine od 60 i više godina (60–69 godina: +8 postotnih bodova/starije od 70 godina: +17 postotnih bodova). U sljedeće dvije godine vrijednosti nastavljaju rasti i time je 2022. čak 80% osoba u dobi od 70 i više godina bilo online.

Tijekom 2022., osobe u dobi od 50 do 59 godina bile su dobna skupina s najviše korisnika interneta, 12,6 milijuna. Slijede korisnici u dobi od 30 do 39 godina s 10,6 milijuna, a gotovo 5 milijuna korisnika interneta u Njemačkoj bilo je između 14 i 19 godina.

Prikaz udjela korisnika interneta sveukupno po godinama i po dobnim skupinama u 2022.



Korištenje interneta u Njemačkoj 1997.-2022. – prikaz po godinama/spolu, u postocima

	mindestens selten genutzt												Tagesreichweite Internet**				
	1997	2000	2003	2006	2009	2012	2015	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Gesamt	7	29	54	60	67	76	80	90	89	94	94	95	68	72	72	76	80
Frauen	3	21	45	52	60	71	76	89	88	92	93	94	66	72	71	75	79
Männer	10	37	63	67	75	82	83	92	91	96	96	96	72	72	72	77	82
14-19 Jahre	6	49	92	97	98	100	100	100	100	100	100	100	95	100	97	100	100
20-29 Jahre	13	55	82	87	95	99	98	100	100	100	100	100	94	97	97	98	99
30-39 Jahre	12	41	73	81	89	98	94	99	99	100	100	100	89	87	89	93	93
40-49 Jahre	8	32	67	72	80	89	92	98	98	100	100	100	75	80	83	91	88
50-59 Jahre	3	22	49	60	67	77	83	97	95	96	97	95	69	70	67	71	77
60-69 Jahre	1	8	20	29	39	63	67	82	85	93	93	95	50	56	57	62	75
ab 70 Jahren	0	1	5	11	16	20	38	65	58	75	77	80	29	35	34	42	51

* Seit 2017 wird die Internetnutzung als berechneter Wert aus mehreren Internetaktivitäten erfasst; davor: pauschale Abfrage „Internet genutzt“.

** Daten aus dem Tagesablauf-Schema, Day-After-Recall 5.00 bis 24.00 Uhr: Die Tagesreichweite umfasst alle Personen, die in mindestens einem Viertelstunden-Intervall eine Tätigkeit ausüben.

Basis: bis 2009: Deutsche ab 14 Jahren in Deutschland (2009: n=1 806, 2006: n=1 820, 2003: n=2 633, 2000: n=1 005, 1997: n=1 003).

Ab 2010: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2022: n=2 007; 2021: n=2 001; 2020: n=3 003; 2019: n=2 000; 2018: n=2 009; 2015: n=1 800; 2012: n=1 800).

Izvor: ARD/ZDF Onlinestudien

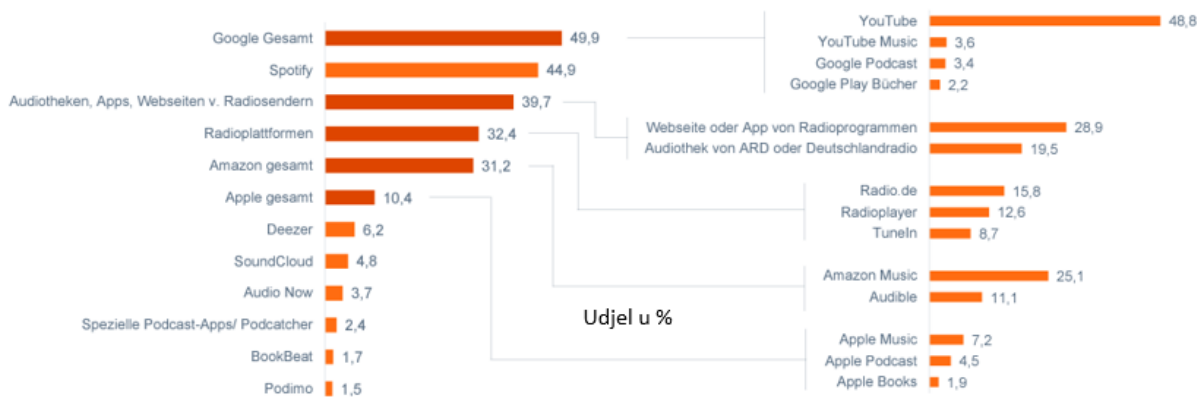
Online videozapisi posebno su dobili na važnosti posljednjih godina: u drugom tromjesečju 2023. besplatni online videozapisi gledani su u prosjeku oko 34 minute dnevno.

Online Audio Monitor 2023. pokazuje da je upotreba audio sadržaja na internetu u Njemačkoj dosegla novi vrhunac: 50,2 milijuna ljudi barem povremeno sluša online audio sadržaj, što predstavlja 71% stanovništva u dobi od 14 i više godina, dok ga čak 40,6% sluša svakodnevno. U usporedbi s prethodnom godinom, upotreba audio zapisa na internetu blago je porasla, za 2 postotna boda. Najveći porast bilježi web radio, koji se češće sluša u dobnoj skupini od 50 i više godina. Međutim, glazbeni *streaming* ostaje najkorišteniji online audio format u Njemačkoj (60%), ispred web radija (52%), podcasta ili radijskih programa za slušanje (30%) te audio knjiga i radijskih igara (24%). 75,5 % muškaraca koristi online audio ponude, dok je udio kod žena 66,6%. Kad je riječ o dobnim skupinama, uvjerljivo prednjači skupina od 14 do 29 godina, s udjelom od gotovo 90%. Slijedi skupina od 30 do 49 godina s 84,7%, a dobna skupina 50+ bilježi najveći porast. Upotreba audio sadržaja na internetu u ovoj skupini je porasla za gotovo 5 postotnih bodova, na 56%. Skoro svaka četvrta osoba sluša web radio svaki dan: 23,4% stanovništva u dobi od 14 i više godina. Činjenica da web radio ima najveći udio dnevnih korisnika ide ruku pod ruku s njegovom tradicionalnom važnošću kao medija informiranja: nakon slušanja muzike (82,7%), vijesti su s 62,1% najčešće navedeni razlog za slušanje web radija, a slijede lokalne i regionalne informacije (52,8%).

Podcasti: 21 milijuna slušatelja u dobi od 14 i više godina barem povremeno koristi podcaste i radijske programe na zahtjev, oko 17,6 milijuna redovito. Skoro svaka deseta osoba svakodnevno sluša ovu vrstu audio sadržaja. Politika i društvo i dalje je najpopularnija kategorija među redovitim korisnicima, 41,2%. Tri vodeće platforme za online audio: Google (YouTube), Spotify, audioteka/web stranice ili aplikacije radijskih postaja. *Streaming* glazbe je predvodnik među svim online audio ponudama. 24,9% onih u dobi od 14 i više godina čak svakodnevno sluša glazbu, većina korisnika pristupa online audio sadržajima putem YouTubea (48,8%), a zatim Spotifyja

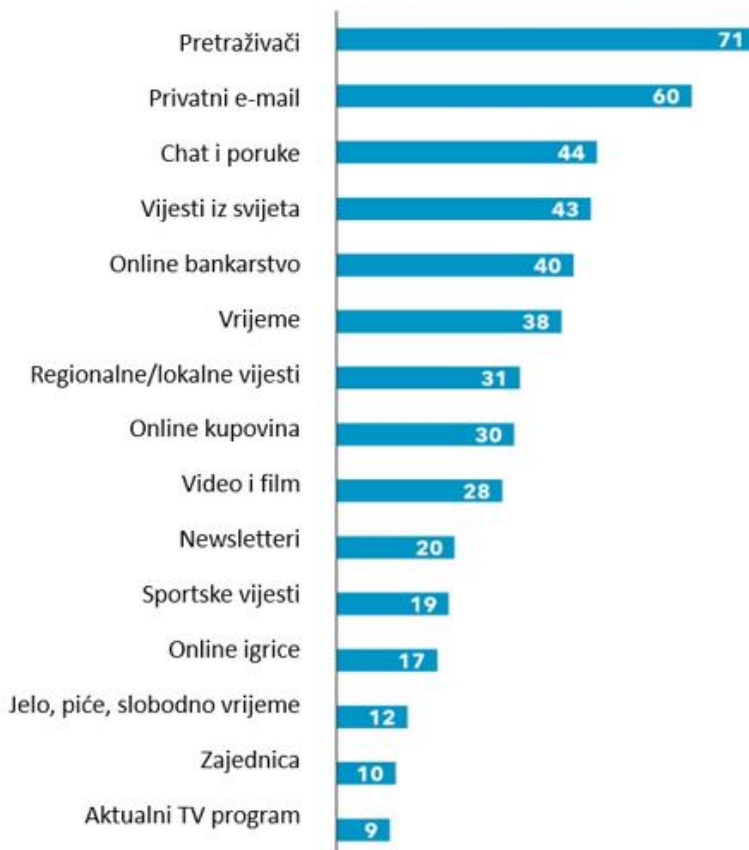
(44,9%). Nešto manji broj (39,7%) pristupa audio sadržaju s interneta putem audioteka, web stranica ili aplikacija radijskih postaja.

Vodeće platforme za online audio sadržaj u svim formatima



Izvor: Online Audio Monitor 2023

Top 15 razloga korištenje interneta / udio korisnika u postotcima



Izvor: agof ddF

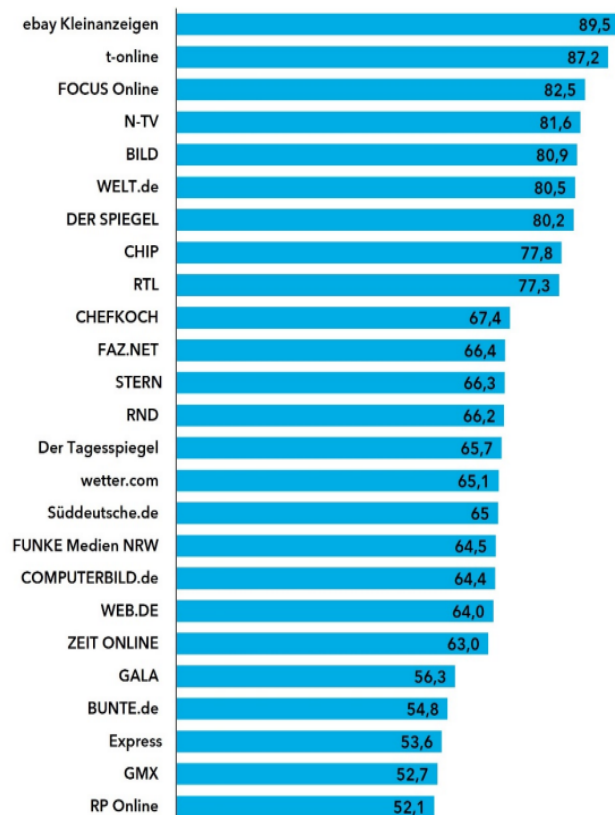
Online kupovina

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 2022. godini

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

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. I 2023. 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 glavna značajka turističkog tržišta je bila izlazak iz COVID krize i velika želja stanovništva za putovanjima.

Prema podacima FUR-ove „Reiseanalyse 2023“, koja obrađuje njemačko turističko tržište odmora i putovanja, gotovo 70% Nijemaca je voljno putovati jednom ili više puta tijekom 2023., dok 17% želi uštedjeti na budžetu putovanja, a 23% planira veću potrošnju.

Pokazatelji turističke potražnje za 2023. odražavaju napetu gospodarsku situaciju. Glede očekivanog općeg gospodarskog razvoja, Nijemci su bili pesimističniji nego što su bili prije godinu dana. Dvije trećine je početkom godine očekivalo da će se situacija pogoršati.

Osobna ekonomska situacija također se ocjenjuje kao manje optimistična: prema FUR-u, 17% (prethodne godine 22%) ispitanika očekuje da će se njihova osobna ekonomska situacija poboljšati za godinu dana; S druge strane, 42% (prethodne godine 24 posto) ispitanika strahuje od pogoršanja. Preostalih 41% ne očekuje promjenu. Ipak, unatoč sve većoj zabrinutosti, očito je da su planovi za odmor i putovanja na visokoj razini.

Prema istraživanjima tržišta, 83% Nijemaca već je u studenom prošle godine razmišljalo o putovanjima na odmor u 2023. Želja za odmorom je visoka i iznosi 54%, a 66% ispitanika smatra da će imati vremena za odmor. Drugačija je situacija kada je riječ o novcu: iako je 54% uvjeren da će imati dovoljno novca za godišnji odmor, 24% sumnja da će si moći priuštiti putovanje u 2023. Polovica je sigurna da neće putovati.

U skladu s trenutnim gospodarskim izazovima, sve više Nijemaca želi smanjiti troškove putovanja na odmor (17%, prošle godine: 5%). Financijske brige ne utječu na sve jednako, navodi FUR. Ove godine 23% ispitanika želi potrošiti više (prethodna godina: 15%).

Cjelokupna slika godišnjih odmora u 2023. biti će slična onoj prije pandemije korona virusa, kako po odredištima tako i po vrstama putovanja. Prvo mjesto ponovo zauzimaju putovanja na odmor unutar same Njemačke, zatim slijede Španjolska, Italija, Turska i Austrija, a Hrvatska i Grčka su također visoko pozicionirane na ljestvici preferencija.

Ukupno se može očekivati oko 65 milijuna turističkih putovanja s njemačkog tržišta. Prije pandemije, ukupan broj turističkih putovanja od više od 4 dana iznosio je oko 71 milijun te će udio odmora na Mediteranu opet iznositi 38% (u pandemiji je udio pao do 25%), dok će daleka putovanja imati i dalje manji udio u odnosu na predpandemijsko vrijeme.

Prema istraživanju konzultantske tvrtke PwC iz studenog 2022., sedam od deset ispitanika želi uštedjeti na putovanjima tako što će putovati rjeđe, skratiti boravak, ili se odreći nekih aktivnosti i komfora. Iako je oko polovice ispitanih svoju financijsku situaciju ocijenilo lošom (+19% u odnosu na travanj 2022.), spremnost da se štedi na putovanjima neznatno je smanjena. 58% vjeruje da će se njihova financijska situacija poboljšati, ili barem da se neće pogoršati u sljedećih šest mjeseci. Visoka inflacija i dalje zabrinjava veliku većinu ispitanih: 84% zabrinuto je zbog rasta cijena.

Velika većina razmišlja o tome kako uštedjeti pri odabiru smještaja: 69% gostiju navodi da bi manje koristili hotele u svrhu uštede na putovanjima. Oko 70% bi se odreklo *resorta* s ponudom za slobodno vrijeme, ili wellness ponudom. Glede prijevoznih sredstava, ispitanici bi posebice smanjili putovanja zrakoplovom: oko 69% potencijalnih putnika želi manje letjeti, što je nešto manje nego u travnju (73%). Isti trend vidljiv je i kod korištenja brodova (69%) i vlakova (60%). Unatoč povećanim troškovima goriva, automobili se znatno rjeđe nalaze na „crvenoj listi“ štednje (56%).

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2022. 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.

Duža putovanja (5 ili više dana)

Godina	Broj turista	Broj putovanja po turistu	Broj putovanja	Potrošnja po osobi po putovanju	Ukupna potrošnja
2022.	52,9 mil.	1,27	67,1 mil.	€ 1.171	€ 78,6 mlrd.
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	70,1mil.	€ 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.

Kratka putovanja (2-4 dana)

Godina	Broj turista	Broj putovanja po turistu	Broj putovanja	Potrošnja po osobi po putovanju	Ukupna potrošnja
2022.	31,4 mil	2,0	76,8 mil.	€ 348	€ 26,7 mlrd.
2021.	28,3 mil	1,8	46,4 mil.	€ 303	€ 14,0 mlrd.
2020.	27,1 mil	1,8	52,1 mil.	€ 295	€ 15,4 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 2023

Ukupno su u 2022. Nijemci realizirali 143,9 milijuna putovanja, što je 13 milijuna putovanja manje u odnosu na 2019.

U 2022. je ukupno bilo 11% više putnika na dužim putovanjima (+4 dana) u odnosu a 2021., ali i 4% manje u odnosu na 2019. Realizirano je 5% manje putovanja u odnosu na 2019. i 22% više u odnosu na 2021. Potrošeno je 8% više u odnosu na rekordnu 2019., tj. 40% više od 2021.

Dodatno, realizirano je 76 milijun kratkih putovanja (2-4 dana), s ukupno potrošenih 26 milijardi eura.

Ukupno je na sva putovanja potrošeno 105 milijardi eura, a ostvareno je skoro 143,9 milijuna putovanja.

U 2022., udio Nijemaca koji su otišli na duži godišnji odmor barem jednom u godini iznosio je 75% što je 53,1 milijuna ljudi i više u odnosu na prethodnu godinu (68%), tj. ispod razine iz 2019. (78%). U 2022., s 80,1 milijardom eura potrošeno je 7 milijardi eura više nego u 2019. godini.

Na kratkim odmorima u 2022. potrošeno je oko 27 milijardi eura (77 milijuna putovanja), što je nešto manje putovanja nego u 2019., ali novi rekord u potrošnji na kratkim putovanjima.

Ukupno je na sva putovanja potrošeno rekordnih 106,8 milijardi eura.

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

U grubo, 1/3 Nijemaca ljetuje u Njemačkoj, 1/3 na Mediteranu, dok na sve druge destinacije otpada zadnja trećina. U 2021. 37% putnika za svoj odmor je izabrao njemačke destinacije, dok je 63% odabralo inozemstvo. Time su domaće destinacije izgubile dio gostiju koje su dobile u pandemiji.

Putovanja Nijemaca *	2022.	2021.	2020.	2019.	2018.	2017.
Ukupan broj putovanja od 5 i više dana	67,1 mil.	55,1 mil.	50,5 mil.	73,1 mil.	71,2 mil.	69,6 mil.
u Njemačkoj	27,1 %	36,6 %	45%	26%	27%	27,9%
u strane države	72,9 %	63,4 %	55%	74%	73%	72,4%
– države koje su neposredno na Sredozemlju	40,1 %	35,4 %	26,3%	37,9%	36,8%	36,9%
– Zapadna Europa (UK, IRL, F, NL, CH, A)	12,3%	10,7 %	12,6%	13,3%	13,5%	12,4%
– Istočna Europa (H, CZ, PL, RUS)	6,6 %	7,2 %	6,9%	7,2%	7,8%	7,7%
– Skandinavija (DK, N, S, FIN)	3,4 %	2,9 %	2,9%	3,2%	3,3%	3,5%
– Daleka putovanja	6,37 %	3,7 %	4,1%	8,4%	8,1%	8,4%

Izvor: DRV (Fakten&Zahlen 2023)

2022. godina bila je godina povratka Nijemaca u tradicionalne destinacije, u tradicionalnim omjerima.

Redosljed omiljenih destinacija

U nastavku, slijedi pregled tržišnih udjela omiljenih destinacija za glavni godišnji odmor Nijemaca (dulje od 5 dana), *inbound* i *outbound*.

Destinacija	2022.	2021.	2020.	2019.	2018.	2017.
Španjolska	12,9%	11,5%	7,7%	12,7%	13,7%	13,1%
Italija	8,3%	8,0%	5,7%	8,7%	8,1%	8,3%
Turska	8,0%	6,2%	4,6%	6,3%	5,1%	5,7%
Bavarska*	5,3%	6,8%	9,0%	4,6%	4,7%	4,9%
Mecklemburg-Vp*	4,8%	6,3%	7,6%	5,1%	5,3%	5,1%
Austrija	4,2%	3,7%	4,8%	4,7%	4,9%	5,0%
Hrvatska	4,0%	4,3%	3,4%	2,7%	3,1%	3,3%
Schleswig-Holstein*	3,8%	5,8%	7,2%	4,2%	4,3%	4,5%
Niedersachsen*	3,8%	4,3%	5,1%	3,4%	3,6%	3,4%
Grcka	3,7%	3,4%	2,8%	4,1%	4,0%	3,9%
Francuska	2,9%	3,0%	2,6%	3,6%	3,1%	2,7%
Poljska	2,8%	2,7%	3,1%	2,7%	2,5%	2,8%
Nizozemska	2,8%	2,6%	3,6%	2,4%	2,8%	2,2%
Baden-Württemberg*	2,5%	3,5%	4,0%	2,0%	2,2%	2,7%

Izvor F.U.R. Reiseanalyse 2023

U 2022., mediteranske destinacije vratile svoj udio u ukupnom volumenu turističkih putovanja s njemačkog tržišta.

Analiza konkurenata u 2023.

Iako se trenutno ne raspolaže potpunim podacima o putovanjima Nijemaca, za glavne destinacije se mogu pronaći podaci do kraja rujna 2023. Turska: do kraja rujna Tursku je posjetilo 4,9 milijuna Nijemaca, što je 12% više u odnosu na 2022., ali i 40% više u odnosu na 2019., koja ipak nije bila rekordna godina (rekordna godina bila je 2017. te rast u 2023. u odnosu na tu godinu iznosi 9%). Španjolska: do kraja kolovoza 2023. u Španjolsku je doputovalo 7,1 milijuna Nijemaca, što je 9% više u odnosu na 2022. ali 7% manje u odnosu na 2019.

Austrija: do kraja rujna bilježi se 12,2 milijuna dolazaka, što je 10% više u odnosu na 2022. U tom kontekstu treba napomenuti da je u 2022. početak godine bio u znaku pandemije i samim time bilježilo se manje putnika. Ako se gleda samo ljetna sezona, od travnja do rujna, u 2023. realizirano je 9% više dolazaka. Njemačka: Do kraja rujna Nijemci su u vlastitoj zemlji realizirali 99 milijuna turističkih dolazaka, ili 12,5% više u odnosu na 2022., tj. -2,5% u odnosu na 2019.

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Do 2019. bio je vidljiv trend rasta udjela putovanja zrakoplovom i pad udjela putovanja automobilom. U 2020. je zrakoplovni promet doživio nezapamćeni pad, a odnos se značajno promijenio u korist automobila. U 2022. vidljiv je povratak na omjere iz vremena prije pandemije.

	2022.	2021.	2020.	2019.	2018.	2017.	2016.	2015.	2000.
Automobil	47%	55%	61%	43%	45%	46%	47%	45%	49,2%
Zrakoplov	41%	34%	26%	42%	41%	40%	39%	40%	34,6%
Autobus	4%	4%	4%	6%	6%	7%	6%	7%	9,1%
Vlak	5%	6%	7%	6%	5%	5%	6%	5%	5,8%

Izvor F.U.R. Reiseanalyse 2023

Način bukiranja odmora

Paket aranžmani (paušalna putovanja) ostaju najvažniji oblik organiziranja putovanja a u 2022., uz rast udjela na 43,3%. Nastavio se i rast online prodaje, a osobna konzultacija u putničkim agencijama nije više najpopularniji kanal bukiranja. U 2019. više Nijemaca, njih 44% U 2022. udio agencija je i opada naspram on-line prodaje. 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.

Organizacija putovanja			Način bukiranja putovanja		
2022.	Paušal	43,30%	2022.	Online Booking	49,60%
2010.		42,00%	2010.		26,00%
2022.	Samo smještaj	37,70%	2022.	Agencija	36,10%
2010.		34,00%	2010.		46,00%
2022.	Prijevoz	14,40%	2022.	E-Mail	11,00%
2010.		13,00%	2010.		05,00%
2022.	Ostalo	5,60%	2022.	Telefon	13,00%
2010.		6,00%	2010.		24,00%
2022.	Buking u destinaciji	11,40%	2022.	Pismo/Fax	00,60%
2010.		15,00%	2010.		03,00%

Izvor: F.U.R. Reiseanalyse 2023 – putovanja od 5+ dana

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Glede smještaja, hoteli dominiraju nad apartmanima i kućama. U 2022. udio hotelskog smještaja je narastao, dok je istovremeno pao udio kuća za odmor i stanova za odmor. I kampovi su povećali svoj udio. Promjena je uslijedila u skladu s trendovima pandemije, koji su klijente potaknuli na individualni/distancirani oblik odmora. U 2023. odnos se ponovno normalizirao, s vraćanjem hotelskog udjela na više razine, no potražnja za individualnim oblicima smještaja nije pala.

Korišteni oblici smještaja											
	2022.	2021.	2020.	2019.	2018.	2017.	2016.	2015.	2014.	2012.	2000.
Hoteli	52,8%	49%	43%	49%	48%	48%	46%	48%	48%	46%	47,0%
Stanovi/apartmani	26,3%	28%	30%	24%	25%	25%	26%	23%	24%	24%	23,9%
Kampovi	6%	8%	7%	6%	7%	6%	6%	6%	6%	7%	6,4%

Izvor: F.U.R. Reiseanalyse 2023 – putovanja od 5+ dana

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

Najpopularnija vrsta odmora kod Nijemaca vezana je uz sunce i more, a slijede relaksacija i odmor vezan uz prirodu. Dugoročni trendovi pokazuju kako će kupanje, obiteljski odmor i razgledavanje znamenitosti (kultura) i dalje rasti, a relaksacija i zdravstveni turizam će gubiti tržišni udio. Generalno možemo reći da današnji turist radije bira kombinaciju različitih vrsta odmora. Razlozi putovanja nisu se u pandemiji značajnije promijenili. Najčešći općeniti razlozi za odlazak na godišnji odmor Nijemaca su:

- Bijeg od svakodnevice 69%
- Sunce/ lijepo vrijeme 69%
- Uživanje i zabava 65%
- Regeneracija/revitalizacija 62%
- Opuštanje 64%
- Vrijeme za sebe i za obitelj, partnera 56%
- Priušiti si nešto 55%
- Priroda 52%
- Sloboda 52%
- Odmor 47%

Izvor: F.U.R. Reiseanalyse 2023 – putovanja od 5+ dana

Kroz istraživanje uočeno je da se određeni razlozi putovanja često spominju zajedno, pri čemu se formira 6 osnovnih grupa motiva koji su prema zastupljenosti rangirani na sljedeći način:

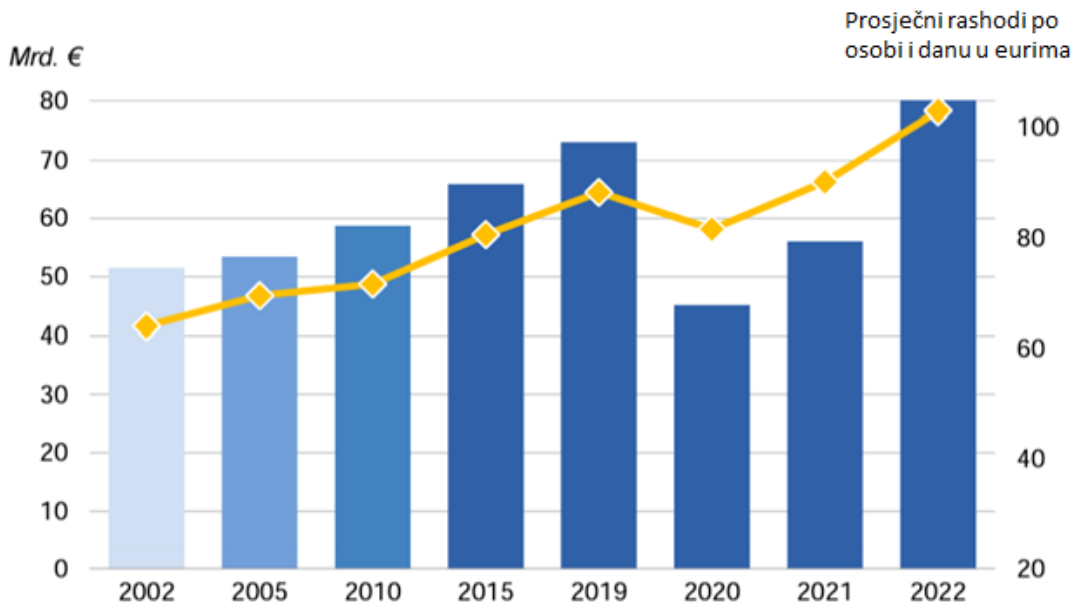
- Putovanje radi odmora 69%
- Sunce i plaža 67%
- Odmor s obitelji 47%
- Posjeta gradovima 40%
- Putovanja u prirodu 35%
- Putovanja radi doživljaja 30%
- Wellness 24%
- Kružna putovanja 22%
- Sightseeing 19%
- Aktivni odmor 18%

Izvor: F.U.R. Reiseanalyse 2023 – putovanja od 5+ dana

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Prema analizi FUR-a, potrošnja po danu po osobi i sveukupna potrošnja na putovanja lagano se povećavaju iz godine u godinu, sve do početka pandemije korona virusa. 2020. je bila posebna godina, koja će ostati upamćena kao sistemski neusklađena na turističkom tržištu, tako da podaci odskakuju od trenda. U 2021., potrošnja po putovanju je porasla i iz razloga što su cijene bile znatno više u odnosu na ranija razdoblja. Nakon oporavka od pandemije, u 2022. je ostvarena rekordna sveukupna potrošnja na putovanja, koja je premašila vrijednosti iz predpandemijske 2019. Sljedeći graf prikazuje sveukupnu potrošnju Nijemaca na putovanja (u milijardama) i prosječnu potrošnju njemačkog turista po danu do 2022. godine (troškovi se odnose na smještaj i sve ostale turističke usluge na putovanju).

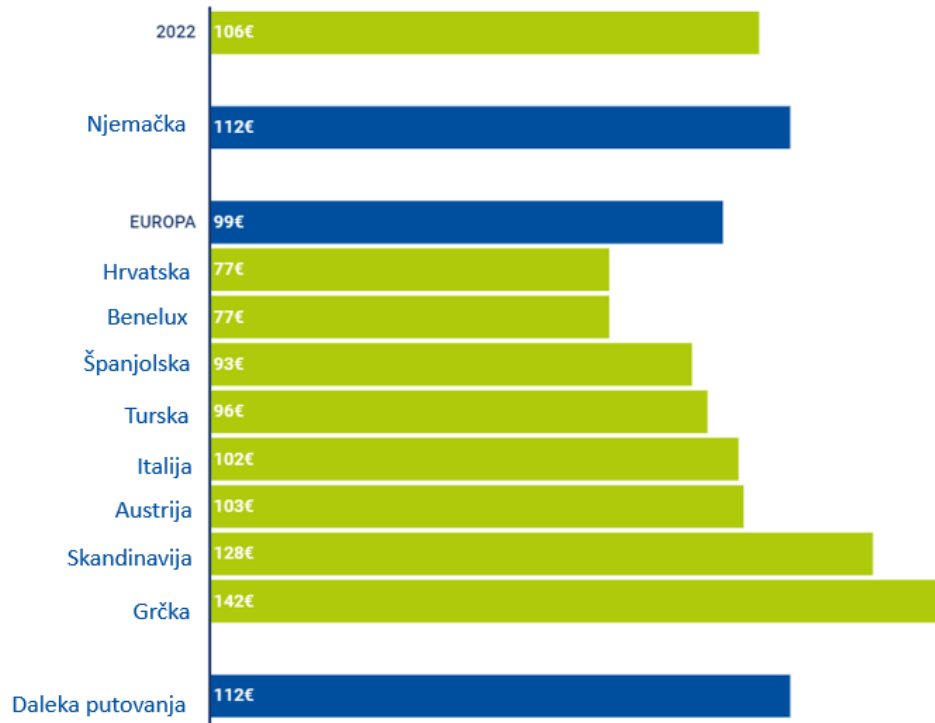
Prosječni dnevni rashodi na putovanjima



Izvor: FUR Reiseanalyse 2023.

Njemački turisti su u 2022. prosječno na dan na putovanju trošili 106 eura, naspram 98 eura iz 2021. U Hrvatskoj su prosječno dnevno trošili 77 eura.

Prosječni dnevni rashodi na putovanjima prema destinacijama



Izvor: Stiftung für Zukunftsfragen 2023.

Duža putovanja + 5 dana

Godina	Potrošnja po osobi po putovanju	Ukupna potrošnja
2022.	€ 1171	€ 78,6 milijardi
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

Izvor: F.U.R. Reise Analyse 2023

Kratka putovanja (2-4 dana)

Godina	Potrošnja po osobi po putovanju	Ukupna potrošnja
2022.	€ 348	€ 26,7 milijardi
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

Izvor: FUR Reiseanalyse 2023.

Redosljed njemačkih turoperatora koji su objavili svoje podatke za 2022. godinu.

U Njemačkoj, usprkos dostupnosti najnovijih tehnoloških dostignuća, još uvijek je udio tradicionalnih kanala bukiranja značajan. Pandemijska 2020. donijela je strmoglavi pad broja putnika i prometa svim turoperatorima - pad prometa bio je na razini od 50 do 70%. Dok su u 2019. turoperatora zaradili 35, a turističke agencije 25 milijardi eura, u 2020. turoperatora su bili na razini 12,5, a agencije na 10,2 milijarde eura. U 2022., s ponovnim oporavkom tržišta, turoperatora su pak zaradili oko 26, a agencije 15,3 milijardi eura.

U 2019. broj zaposlenih u turističkoj branši (turoperatora i agencije) bio je 72.000 dok se taj broj u 2020. smanjio na 66.000. Usprkos velikom padu prometa pad zaposlenosti nije bio značajan, poglavito radi izdašne državne pomoći. U 2022. broj zaposlenih bio je oko 52.500.

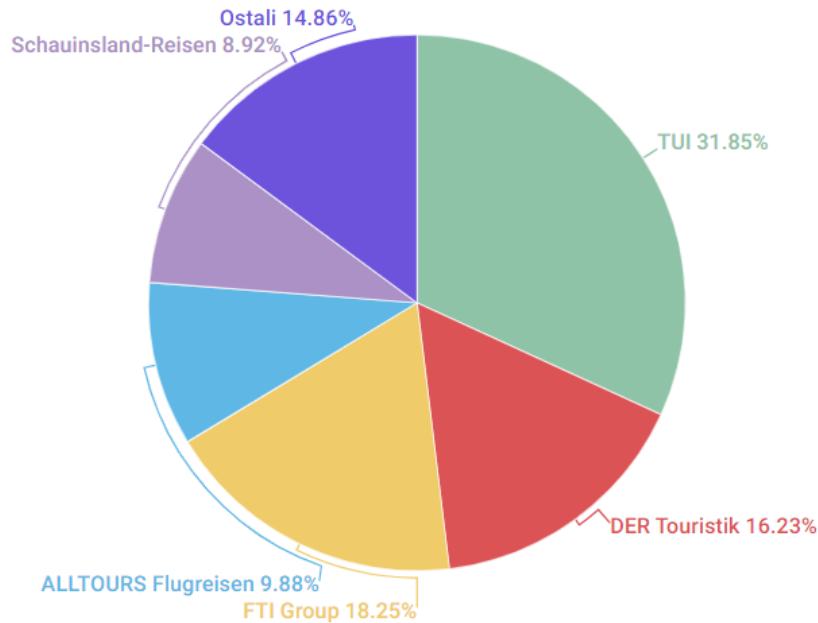
Promet najvećih turoperatora (D-A-CH) u sezoni 2021./2022., u usporedbi sa prijašnjom godinom



Izvor: fww TravelTalk 2023.

Pregled tržišnog udjela najvažnijih turoperatora (D-A-CH) u sezoni 2021./2022.:

Broj putnika D-A-CH 2021./22.



Izvor: DRV Fakten und Zahlen + FVW Veranstalter Dossier

Redoslijed njemačkih turoperatora koji su objavili svoje podatke za 2021./22. godinu (promet u milijunima EUR)

Poredak turoperatora za sezonu 2021./2022.	Promet D-A-CH 2021./2022.	Br. Putnika (D-A-CH) 2021./2022.
TUI	5.800	5.800.000
DER TOURISTIK	3.000	3.200.000
FTI Group	2.960	3.600.00
ALLTOURS	1.864	1.949.000
Schauinsland-Reisen	1.860	1.760.000
Aida Cruises	1.370	n/a
TUI Cruises	1.240	481.733
Hotelplan Group	1.225,3	n/a
Volume T.O. Hotelplan Group (Vtours)	701,4	n/a
Interhome Group	375,5	n/a
Anex-Gruppe	365	450.000
Ferien Touristik/Coral Travel	353,9	428.120
PHOENIX Reisen	305,8	155.456
LMX Touristik	253,2	380.000
Hurtigruten	195	45.500

Trendtours Touristik	179	205.000
Travelhouse /TPT	157,8	n/a
Holidays.ch	121,8	165.219
Bentour Reisen	118,7	153.262
Wikinger Reisen	79,8	47.231
Alpetour	73,1	239.417
Olimar	70,5	95.250
Canusa Touristik	70	30.000
Chamäleon	60,4	12.630
CTS Gruppen -und Studienreise	56,1	170.000
Plantours Kreuzfahrten	53	21.201
Travel Trex	43,8	105.481
Diamir Erlebnisreisen	36,9	9.660
1A Vista Reisen	35	24.800
Herole-Reisen	34,9	113.933
Eberhardt Travel	32,7	22.365
Frosch Sportreisen	30,8	27.584
Lernidee Erlebnisreise	30,1	5.300
Erlebe Fernreise	22,2	k.A.
Hauser Exkursionen	13,9	4.940
Ikarus Tours	13,4	3.200
Umfulana	12,5	4.490
AIFS Educational Travel	9,3	1.410
Neue Wege Seminare & Reise	8,7	4.400
Miller Reisen	5,5	1.200
Tischler Reisen	4,9	2.092
Troll Touristik	3,5	2.300
Thomas Cook	n.v.	n.v.
Ukupno	22.012,6	19.722.174

Izvor: FVW Deutsche Veranstalterdossier 2023.

U Njemačkoj sustav velikih turoperatora dominira tržištem paušalnih putovanja (paket aranžmana i složenih aranžmana). U krugu nekoliko tisuća turoperatora, veliki koncerni i turoperator koji se bave organizacijom i prodajom kružnih putovanja čine gotovo 70% tržišta. Ostalih 30% čini mnoštvo manjih turoperatora, od kojih veliki broj čine tvrtke s jednim ili dva zaposlenika, koji su ili specijalizirani za jednu temu/područje, ili organiziraju grupna putovanja te putovanja posebnih interesa.

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

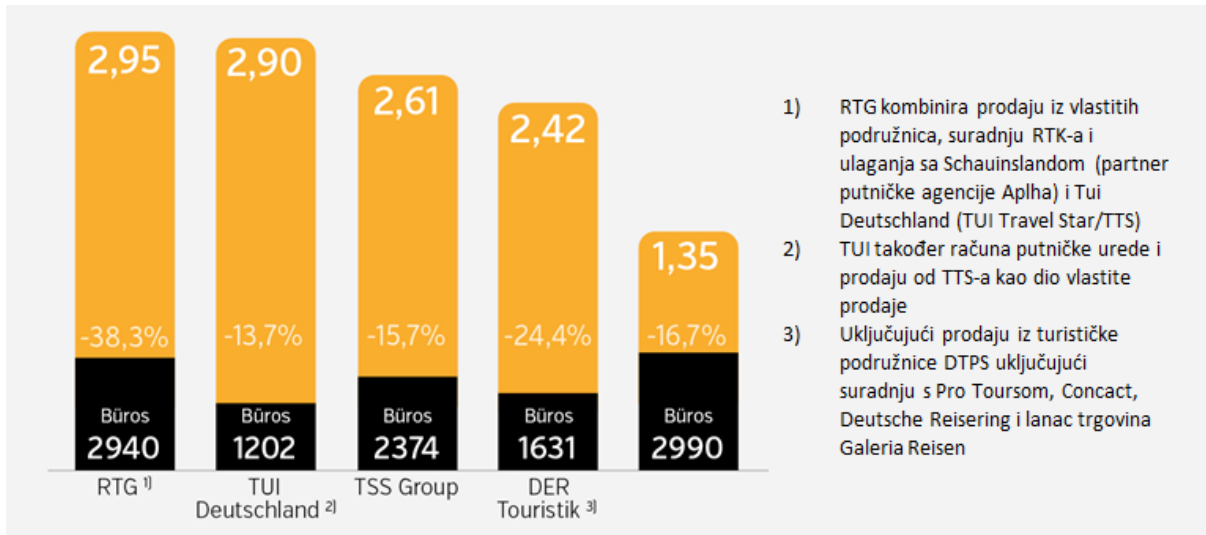
Njemački sustav prodaje turističkih putovanja

Nijemci su u 2022. godini realizirali 67,1 milijun putovanja dužih od 5 dana, a više od 40% istih je realizirano pomoću turoperatora i turističkih agencija. U Njemačkoj djeluje gotovo 2.000 turoperatora (većinom tzv. autobuseri) i 9.000 turističkih agencija, što čini Njemačku, u odnosu

na broj stanovnika, zemljom s najgušćom mrežom turističkih poslovnih subjekata na svijetu. Trenutno u Njemačkoj na 100.000 stanovnika dolaze 11,9 turističke agencije a iznad prosjeka su uglavnom pokrajine na istoku.

Turističke agencije u Njemačkoj i nakon pandemije ostaju bitan faktor u branši. Procjena je da će se u narednim razdobljima nastaviti njihova stabilizacija. U usporedbi s 2019. još uvijek ima puno prostora za napredak.

Prodaja u milijardama eura za 2022 – TOP 5 organizatora putovanja/koncerna



Izvor: fvw/TravelTalk-Recherche

Deset tvrtki, koje su prisutne u istraživanju FVW-a, s barem 25 stacionarnih prodajnih mjesta, predstavljaju veliki dio tržišta stacionarne prodaje putovanja. Osim koncerna agencija AER, nedostaju pružatelji poslovnih putovanja ATG, CWT i GBT koji već godinama ne iznose podatke za njemačko tržište.

Redoslijed prvih pet koncerna turističkih agencija znatno se promijenio u usporedbi s razdobljem prije pandemije. Dugi niz godina DER Touristik prednjačio je u stacionarnoj prodaji, što se promijenilo u 2022. godini - grupacija Raiffeisen Touristik (RTG) zauzela je prvo mjesto. DER Touristik zauzima četvrto mjesto po prodaji u 2022. godini - iza TUI-a i TSS grupe. Schmetterling je na petom mjestu.

Osim općeg pada tržišta, pad prodaje u DER Touristiku posljedica je i činjenice da je grupacija, koja je dio Rewea, izgubila suradnju s AER-om, kao članica njezinog prodajnog krovnog DTPS-a u 2019. godini. Razni regionalni klubovi ADAC-a sada su se prestali prodavati i pridružuju vlastitoj organizaciji koja je, osim svojih podružnica, zaokupljena uspostavljanjem franšiznog sustava od 2022. godine.

Prodaja odjela za poslovna putovanja DER Business Travel tvrtki Amex GBT ponovno se oživljava - tijekom godine aktivirat će 85 specijaliziranih agencija diljem zemlje.

Njemačke putničke agencije

Prodaja u milijunima eura za 2022., 2019. i 2018. godinu

Rang	Agencija	Promet u milijunima eura			Prodajna mjesta		
		2022.	2019.	2018.	2022.	2019.	2018.
1.	RTG – Reifeisen Touristik Group	2.954,0	4.778,9	4.116,9	2.940	3.299	5.117
2.	TUI Deutschland	2.900,0	3.361,3	3.929,0	1.202	1.300	1.503
3.	TSS Group	2.605,4	3.089,8	3.133,4	2.374	2.438	2.403
4.	Der Touristik	2.420,0	3.200,0	4.950,0	1.631	1.803	2.442
5.	Schmeterling International	1.358,2	1.629,8	2.487,5	2.990	3.061	2.967
6.	BCD Travel Germany	1.161,0	1.698,4	1.888,2	71	42	46
7.	Lufthansa City Center	1.120,0	1.530,0	1.570,0	280	311	302
8.	Best Reisen	398,7	1.113,0	1.069,9	539	648	630
9.	Alltours Reisecenter	213,7	247,4	280,9	112	185	196
10.	FCM Travel	97,6	40,9	n/a	1	1	n/a

Pandemija je dovela do pada broja agencija. Koliko je agencija tijekom pandemije zauvijek zatvorilo svoja vrata, teško je utvrditi. Mnogi stariji vlasnici zatvorili svoje tvrtke, ili služe stalnim kupcima kao „mobilni konzultanti“. Sustavi poput Lufthansa City Centera izgubili su velike, tradicionalne primatelje franšize s insolventnim lancima putničkih agencija poput Bühlera ili Fahrenkroga, koji su zajedno imali oko 30 ureda. Korporacije poput TUI Deutschland i DER Touristik također su zatvorile ili spojile mnoge podružnice.

Prodajni uredi / prodaja

	2018.	2019./2018.	2019.	2022./2018.	2022.
Agencije – promet u milijardama Eura	26,9	-9%	24,6	-38%	15,3
Broj ureda	11.303	-403	10.900	-2.100	8.800
Od toga					
IATA agencije s licencom	2.602	-60	2470	-46	2.048
Promet bruto u milijardama Eura	11,1	-1%	10,9	-28%	7,8
Deutsche Bahn agencije s licencom	2.038	--566	1.472	-172	1.300
Promet u željezničkom prometu u milrd. eura	0,56				

Izvor: Njemačka udruga putničkih agencija, GfK, BSP Njemačka, fvw/travelTalk

Dokumentiran je značajan pad broja agencija, međutim, ne može se reći u kojoj mjeri on odgovara brojkama DRV-a. Udruga nije objavila službene podatke o broju turističkih agencija od 2019. U 2018. DRV je još uvijek imao 11.303 prodajna mjesta.

Kako bi se pružila procjena za 2019. i 2022., baza podataka putničke agencije Infox koristi se za fvw|TravelTalk prodajni dosje. Međutim, ovaj izvor definira putničke agencije drugačije od DRV-a; dovoljan je agencijski ugovor sa stručnjakom. Udruga je do danas brojala stacionarna putnička prodajna mjesta koja su imala najmanje dva agencijska ugovora s jednim od velikih turoperatora, ili s GDS-om i latom.

Werner Sülberg, istraživač tržišta i predavač na Sveučilištu primijenjenih znanosti u Frankfurtu, procjenjuje, uzimajući u obzir druge izvore, da se broj prodajnih mjesta smanjio s 10.900 (2019.) na 8.800 (2022.) S druge strane, u odnosu na 2019. godinu razina cijena na tržištu značajno je porasla. Ovakav razvoj događaja utječe na broj gostiju. Prema Travel Data & Analytics (TDA), realizirana je oko 20% veća prodaja, ali 10% manje putovanja rezervirano je u prvom kvartalu 2023. nego u usporedivom razdoblju 2019.

Poslovna putovanja se oporavljaju – među velikim prodajnim organizacijama postoje dva značajna pružatelja usluge organizacije poslovnih putovanja. FCM Travel više je nego udvostručio svoju prodaju u 2022., u usporedbi s 2019., na 97,6 milijuna eura (sa 40,6 milijuna eura). Njemački ogranak australske tvrtke Flight Center Travel Group objašnjava to potpunim oporavkom turističke aktivnosti, ali i inflacijom. Nasuprot tome, konkurent BCD Travel pretpostavlja da neće ponovno dosegnuti razinu iz 2019. sve do 2025. godine.

Zrakoplovni promet

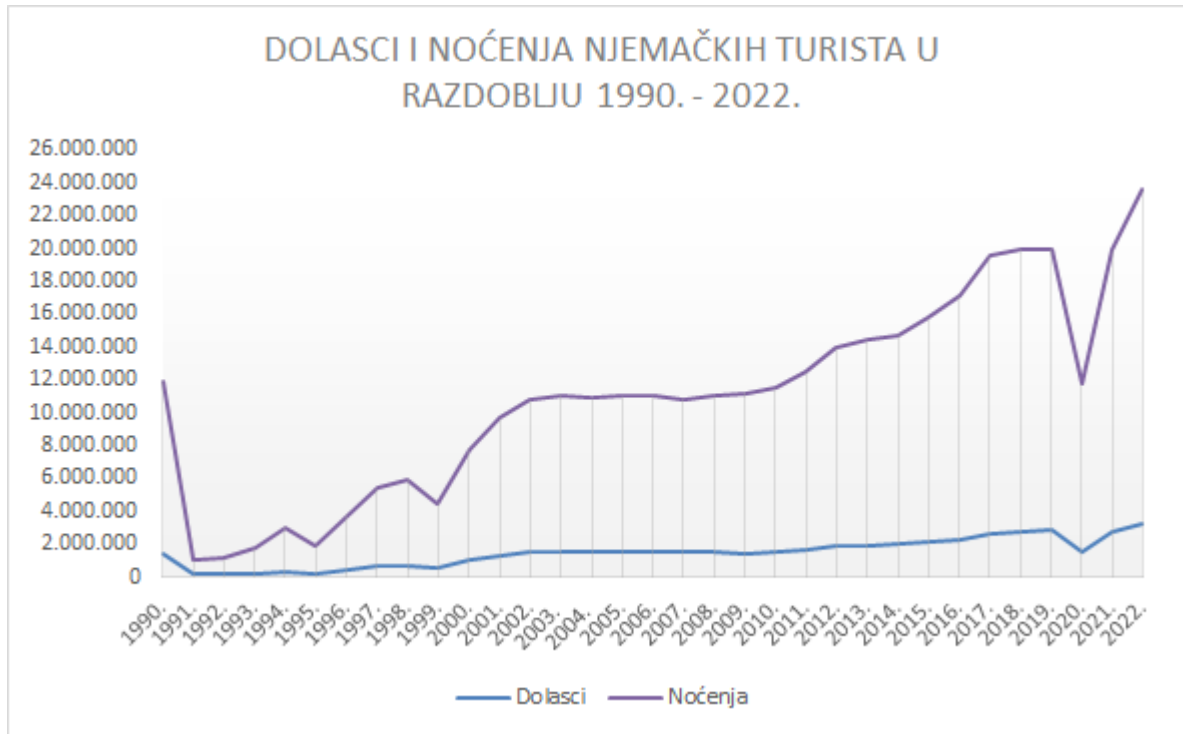
U paušalnim i kombiniranim aranžmanima usmjerenim prema mediteranskim destinacijama gotovo se cjelokupni turistički promet Nijemaca odvija zrakoplovom. Tu se prvenstveno misli na čiste „turoperatorske destinacije“ kao što su Turska, Španjolska, Grčka, Egipat, Tunis, Malta i Cipar.

Destinacije kao Italija i Hrvatska uglavnom su percipirane kao „auto“ destinacije, što ih čini sličnijima kontinentalnim destinacijama kao je sama Njemačka, Austrija Benelux, Skandinavija, Francuska, Mađarska i Poljska.

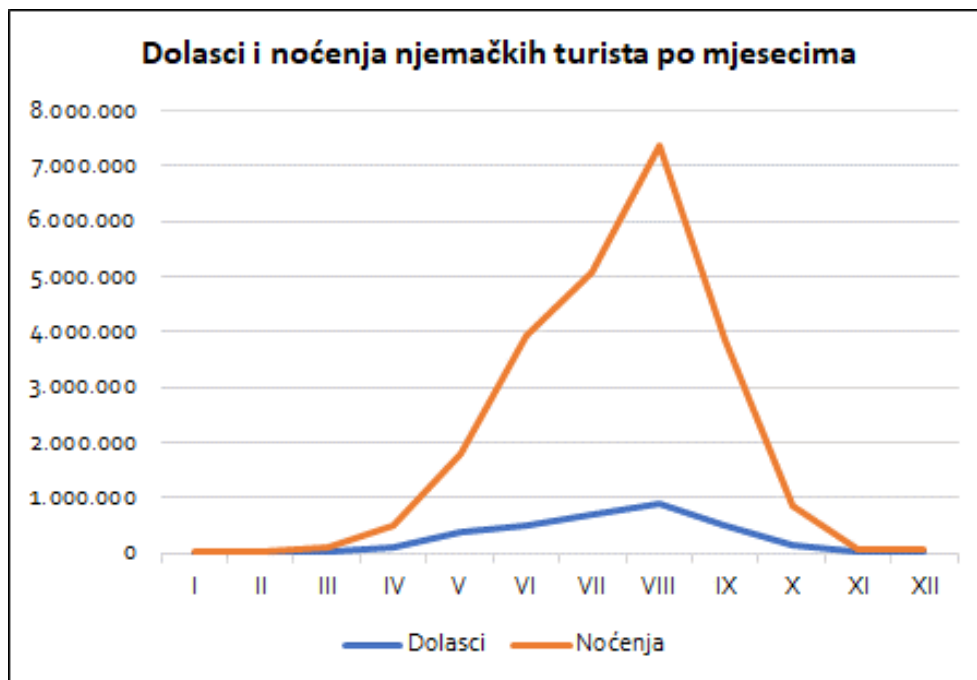
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

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
2022.	3.281.187	120	227	23.555.423	59	98

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

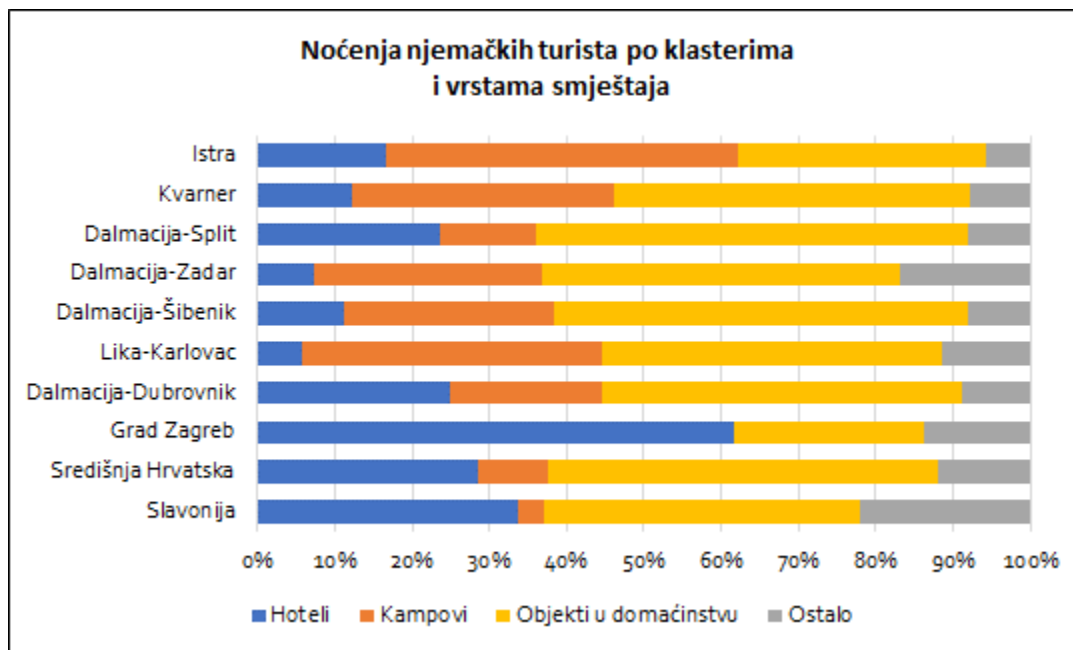


REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	1.296.380	10.586.549
Kvarner	665.743	4.868.161
Dalmacija-Split	381.289	2.403.148
Dalmacija-Zadar	297.473	2.347.535
Dalmacija-Šibenik	129.514	957.147
Lika-Karlovac	184.611	850.474
Dalmacija-Dubrovnik	155.160	686.851
Nautika	83.960	615.311
Grad Zagreb	88.024	172.776
Središnja Hrvatska	42.143	122.030
Slavonija	15.314	38.928
Ukupno	3.339.611	23.648.910



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Rovinj	1.476.188
Poreč	1.060.836
Medulin	981.668
Funtana	768.571
Vrsar	750.747
Tar	726.244
Umag	720.458
Krk	598.096
Pula	590.794
Mali Lošinj	520.530

Dolasci po dobi i spolu

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

NALAZI ISTRAŽIVANJA TOMAS HRVATSKA 2022./2023.

Istraživanje TOMAS Hrvatska 2022./2023. je kvantitativno primarno istraživanje obilježja turističke potražnje u Hrvatskoj u kojem se podaci prikupljaju izravno od turista koji borave u Hrvatskoj. Pristup u definiranju metodološkog okvira istraživanja TOMAS Hrvatska 2022./2023. temelji se na znanstveno-istraživačkim metodama, uključivanju multidisciplinarnog tima stručnjaka te transparentnom i inovativnom pristupu utemeljenom na dugogodišnjem iskustvu i međunarodnoj prepoznatljivosti u postavljanju metodologije i provođenju kvantitativnih longitudinalnih istraživanja turističke potražnje.

Pet je glavnih skupina obilježja/pokazatelja koji se prikupljaju:

- Profil turista: spol, dob, školska sprema, zemlja stalnog boravka i mjesečni prihodi kućanstva.
- Obilježja putovanja: pratnja na putovanju, glavni razlog putovanja, motivi poslovnih i odmorišnih putovanja, izvori informacija o destinaciji, učestalost posjeta Hrvatskoj (za inozemne turiste) i destinaciji, glavno korišteno prijevozno sredstvo za dolazak u destinaciju, korištenje usluga niskobudžetnih zračnih prijevoznika (za turiste koji su koristili zrakoplov u dolasku/odlasku), korištenje usluga paket aranžmana, usluge uključene u paket aranžman te način i vrijeme rezervacije smještaja.
- Obilježja boravka u destinaciji: duljina boravka na putovanju i u destinaciji (broj noćenja), broj korištenih komercijalnih smještajnih objekata tijekom putovanja, usluge u okviru smještaja, aktivnosti u destinaciji (38 ponuđenih aktivnosti) te korištena prometna sredstva u destinaciji.
- Izdaci na turističkom putovanju, odnosno turistička potrošnja: izdaci za usluge paket aranžmana (ukoliko je putovanje bilo organizirano kao paket aranžman), izdaci za prijevoz u Hrvatskoj do destinacije i natrag, izdaci za lokalni prijevoz, izdaci za uslugu smještaja s povezanom uslugom hrane, izdaci za hranu i piće izvan smještaja, izdaci za kupnju, izdaci za kulturu i zabavu, izdaci za sport i rekreaciju, izdaci za izlete te svi ostali izdaci.
- Stavovi o ponudi/zadovoljstvo ponudom: ocjena ukupnog zadovoljstva, ocjena pojedinačnih elemenata ponude, smetnje koje su negativno utjecale na boravak u destinaciji te namjera preporuke.

Stratumi:

- Mjeseci: lipanj 2022. do lipanj 2023. godine;
- Regije: Istarska županija, Primorsko-goranska županija, Ličko-senjska županija, Zadarska županija, Šibensko-kninska županija, Splitsko-dalmatinska županija, Dubrovačko-neretvanska županija, Grad Zagreb, Slavonija (Brodsko-posavska, Vukovarsko-srijemska,

Osječko-baranjska, Požeško-slavonska i Virovitičko-podravska županija), Sjeverna Hrvatska (Zagrebačka, Krapinsko-zagorska, Međimurska, Varaždinska i Koprivničko-križevačka županija) i Središnja Hrvatska (Bjelovarsko-bilogorska, Sisačko-moslavačka, Karlovačka županija);

Konačni rezultati istraživanja, listopad 2023.

Vrste smještaja: hoteli prema kategoriji (hoteli visoke i više kategorija - 4* i 5*, hoteli s 3*, hoteli niže kategorije uključujući nekategorizirane objekte, pansioni i slično)², hosteli, kampovi, obiteljski smještaj;

Zemlje porijekla turista: Hrvatska, Njemačka, Slovenija, Austrija, Poljska, Italija, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Skandinavija (Švedska, Norveška, Danska i Finska), Mađarska, Nizozemska, Slovačka, Francuska, Bosna i Hercegovina, Sjedinjene američke države, Švicarska, Belgija, Španjolska, Srbija i azijske zemlje.

Pregled ključnih nalaza predmetnog istraživanja, s usporednim pokazateljima po tržištima slijedi u nastavku:

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Do 500 eura	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3	0,0	0,3	1,7	0,0	0,0	0,3	0,1	0,1	1,1
501 do 1.000 eura	0,7	2,5	0,6	0,3	0,1	0,0	0,4	0,0	0,6	0,0	0,0	0,7	0,6	0,0	1,2	8,3	0,0	0,0	0,0	0,8	1,8	0,9	2,6
1.001 do 1.500 eura	2,5	10,7	1,8	0,7	1,9	0,4	2,1	1,1	2,8	0,7	0,1	1,7	0,8	1,7	0,6	21,2	3,8	0,4	0,0	10,4	14,2	1,5	1,8
1.501 do 2.000 eura	5,5	17,1	4,5	1,3	6,5	2,4	5,9	8,8	8,7	1,5	3,1	3,1	0,0	4,5	2,7	24,3	1,1	1,7	1,0	3,8	23,0	13,3	23,9
2.001 do 2.500 eura	11,4	21,4	10,5	9,9	15,3	7,8	11,2	16,3	11,7	8,6	4,4	13,3	3,1	10,9	7,8	23,3	3,5	0,1	2,0	5,9	20,1	9,8	1,9
2.501 do 3.000 eura	15,5	20,4	15,1	14,7	18,8	17,8	17,2	21,4	22,7	8,0	3,3	16,2	5,2	24,3	8,4	9,9	4,3	9,8	5,0	10,3	9,0	7,8	0,8
3.001 do 3.500 eura	19,6	15,7	20,0	20,5	25,7	23,2	20,4	20,0	22,2	9,0	16,4	30,4	14,2	28,7	9,5	4,9	3,4	14,3	12,1	23,6	9,2	18,6	2,0
3.501 do 4.000 eura	20,4	6,9	21,6	25,3	20,6	26,1	22,8	19,6	14,2	18,9	17,6	22,1	27,6	15,7	25,6	0,7	18,6	28,1	20,5	21,9	7,7	18,9	6,9
4.001 do 5.000 eura	11,9	3,4	12,7	14,9	6,7	12,3	11,1	8,3	11,6	13,5	12,9	6,0	29,8	8,4	18,1	6,0	6,5	15,3	26,2	8,8	7,0	13,0	15,8
5.001 euro i više	12,1	1,9	13,0	12,4	4,3	10,1	8,8	4,4	5,6	39,6	42,2	6,1	18,8	5,4	26,1	1,1	57,1	30,4	33,1	14,3	7,9	16,0	43,2
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

PRATNJA NA PUTOVANJU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

PRATNJA NA PUTOVANJU	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Sam(a)	5,5	20,1	4,1	2,6	3,7	3,4	1,1	4,3	5,6	3,6	3,9	2,5	2,1	7,4	6,4	3,4	7,1	2,8	1,6	8,0	10,8	10,7	18,3
Samo s partnerom	37,6	34,7	37,9	37,8	31,8	40,8	34,4	44,1	30,7	53,8	43,0	30,3	29,2	32,3	51,2	31,1	57,9	29,7	23,1	54,9	37,7	46,8	38,6
S članovima obitelji	43,8	32,1	44,9	48,7	49,9	47,4	50,4	31,2	52,5	22,0	37,7	51,3	57,1	52,8	23,1	56,2	16,3	49,9	48,2	12,8	34,8	33,3	19,0
S prijateljima poznanicima	13,1	13,1	13,1	10,9	14,6	8,4	14,1	20,4	11,2	20,5	15,5	16,0	11,6	7,6	19,3	9,4	18,7	17,6	27,2	24,3	16,7	9,1	24,1
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

GLAVNI RAZLOG PUTOVANJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

GLAVNI RAZLOG PUTOVANJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Posao	2,8	14,6	1,7	0,9	2,7	1,3	0,3	2,1	0,9	1,0	1,6	1,4	1,5	1,0	4,0	2,6	3,6	1,3	2,0	5,5	7,4	5,7	7,7
Odmor	92,2	70,7	94,2	95,3	94,2	94,9	97,6	90,4	96,3	96,9	96,3	96,8	97,4	92,3	93,5	85,4	89,3	97,3	92,0	88,6	82,9	92,3	89,5
Posjet rodbini i prijateljima	3,1	7,7	2,6	3,0	1,6	2,3	0,9	3,7	1,4	0,5	1,4	0,6	0,2	5,7	1,8	9,1	3,8	0,6	5,8	4,2	8,5	0,5	0,5
Zdravstveni razlozi	1,3	5,4	0,9	0,6	1,4	0,7	0,6	3,1	1,2	0,8	0,6	0,8	0,6	0,5	0,5	2,2	0,0	0,2	0,2	0,0	0,3	0,4	0,0
Vjerski razlozi	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	1,4
Obrazovanje	0,4	0,9	0,3	0,1	0,1	0,6	0,4	0,1	0,0	0,5	0,1	0,4	0,2	0,4	0,1	0,2	3,3	0,5	0,0	1,5	0,5	0,9	0,0
Nešto drugo	0,1	0,5	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,1	0,9
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

MOTIVI DOLASKA * PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

MOTIVI DOLASKA*	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
More	79,4	51,1	82,0	86,5	85,7	83,7	92,4	76,0	90,5	72,5	69,7	83,5	82,3	87,4	68,6	78,6	47,7	82,0	82,8	62,5	74,9	66,3	45,7
Priroda	61,1	44,0	62,7	71,7	58,9	74,2	64,5	62,0	71,0	40,9	56,3	37,2	74,7	65,2	54,6	45,0	33,2	64,7	61,7	38,5	47,2	37,5	25,5
Gradovi (city break)	19,2	10,7	20,0	15,4	17,6	20,7	26,2	21,9	11,3	29,0	29,3	30,9	21,4	13,5	23,3	18,6	40,9	28,2	17,9	40,6	13,7	29,6	47,7
Gastronomija	18,2	10,5	18,9	21,8	14,4	22,2	15,6	11,0	17,8	21,0	21,4	28,9	17,2	14,1	13,8	14,1	27,0	17,2	15,0	17,3	8,1	21,1	25,4
Touring/ sightseeing	11,4	4,7	12,1	5,6	6,5	4,3	17,5	14,5	6,7	33,4	32,2	7,9	21,9	5,8	30,9	4,5	33,7	10,2	11,8	18,6	15,9	36,5	46,7
Kultura i umjetnost	9,0	3,5	9,5	8,9	3,0	5,0	11,4	5,7	6,7	22,5	14,9	10,7	7,9	4,7	17,1	5,5	31,0	8,8	5,8	23,9	6,2	16,3	31,1
Zabava i festivali	8,8	9,9	8,7	8,6	16,7	6,6	5,8	9,5	8,8	6,4	1,3	5,0	4,7	9,8	11,2	14,8	0,9	10,6	7,4	15,7	19,0	5,6	4,1
Manifestacije /dogođanja	8,2	10,8	8,0	3,7	7,5	5,1	10,2	13,6	11,7	11,7	8,4	11,6	16,3	9,2	7,1	5,5	5,1	21,6	25,7	7,4	10,1	4,4	1,5
Ostali sportovi i rekreacija	7,7	6,4	7,9	11,2	11,7	12,2	3,9	7,7	5,7	1,9	1,3	13,9	9,1	4,1	1,6	1,0	2,4	8,7	1,6	0,0	5,7	1,5	3,4
Sela/ ruralno područje	4,7	4,9	4,7	5,7	4,6	4,6	2,5	4,4	5,1	7,3	4,3	6,2	5,0	5,7	2,9	4,2	1,9	4,5	6,3	1,8	2,9	2,0	1,2
Planinarjenje/ hodaње	3,5	2,8	3,5	5,1	3,1	4,2	2,7	2,1	3,4	1,7	4,8	2,3	3,0	3,4	2,0	1,4	2,1	7,1	1,0	1,9	0,0	1,8	2,5
Posjet rodbini i prijateljima	3,1	7,7	2,6	3,0	1,6	2,3	0,9	3,7	1,4	0,5	1,4	0,6	0,2	5,7	1,8	9,1	3,8	0,6	5,8	4,2	8,5	0,5	0,5
Posao	2,8	14,6	1,7	0,9	2,7	1,3	0,3	2,1	0,9	1,0	1,6	1,4	1,5	1,0	4,0	2,6	3,6	1,3	2,0	5,5	7,4	5,7	7,7
Wellness/ toplice/	2,5	5,4	2,3	1,5	2,9	4,4	1,7	2,3	1,4	2,8	3,0	1,7	1,1	2,3	0,6	4,0	6,4	2,9	0,3	1,6	6,7	0,2	0,0
Ostali motivi	1,3	3,7	1,1	0,8	2,4	0,5	0,9	1,3	1,5	0,5	0,1	1,2	0,4	0,0	1,1	7,7	1,4	1,8	1,1	0,2	0,4	0,0	0,7
Zdravstveni razlozi	1,3	5,4	0,9	0,6	1,4	0,7	0,6	3,1	1,2	0,8	0,6	0,8	0,6	0,5	0,5	2,2	0,0	0,2	0,2	0,0	0,3	0,4	0,0
Cikloturizam	1,0	1,7	0,9	0,6	1,7	0,7	0,8	1,1	1,1	0,2	4,0	1,6	1,4	0,8	1,1	0,0	0,1	2,1	0,1	0,3	0,4	0,0	0,2
Obrazovanje	0,4	0,9	0,3	0,1	0,1	0,6	0,4	0,1	0,0	0,5	0,1	0,4	0,2	0,4	0,1	0,2	3,3	0,5	0,0	1,5	0,5	0,9	0,0
Vjerski razlozi	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	1,4
Neki drugi razlog	0,1	0,5	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,1	0,9

*mogućnost više odgovora

UČESTALOST DOLASKA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

UČESTALOST DOLASKA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Prvi posjet	15,6	-	15,6	6,3	3,0	6,5	10,7	8,1	6,5	43,2	43,2	16,5	22,7	19,7	40,7	3,5	60,6	11,7	23,6	62,4	14,9	57,6	83,3
Drugi posjet	14,0	-	14,0	10,7	5,3	9,2	18,7	10,4	12,1	24,1	28,0	18,1	18,4	14,5	37,6	2,7	26,8	14,7	16,9	23,3	12,0	29,1	11,5
3 do 6 posjeta	26,5	-	26,5	29,7	23,2	24,9	41,2	27,0	32,5	22,0	16,7	26,1	17,7	31,4	13,8	24,1	8,7	29,0	19,2	7,7	36,9	6,3	2,8
7 i više posjeta	43,9	-	43,9	53,3	68,5	59,5	29,4	54,5	48,9	10,7	12,1	39,3	41,2	34,4	7,9	69,7	3,8	44,6	40,4	6,6	36,3	7,0	2,4
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
TO/TA - osobnim kontaktom, telefonom/ e-mailom	7,7	6,4	7,8	6,5	6,7	10,0	5,2	7,1	9,9	13,8	8,5	5,6	7,7	9,7	10,4	5,8	13,8	7,0	7,6	5,9	7,0	8,0	14,5
Posredstvom TO/TA - online booking (ne e-mailom), uključujući i OTA.	44,7	25,1	46,5	46,4	29,1	45,4	47,8	45,3	51,4	53,2	52,9	53,3	49,0	58,5	49,3	36,2	47,4	39,0	45,8	56,1	47,2	62,4	39,3
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom,	26,3	42,2	24,8	28,0	38,2	27,2	19,5	27,9	20,7	11,9	14,5	22,8	22,3	18,6	15,1	40,8	8,8	20,5	36,5	16,0	27,5	8,6	14,9
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	17,5	20,6	17,2	16,1	21,2	15,1	19,2	16,1	14,5	19,6	21,4	14,4	19,4	9,8	20,2	10,6	21,2	25,5	7,9	21,3	16,8	18,9	30,7
Na neki drugi način	0,8	1,4	0,7	0,4	1,7	0,3	3,0	0,7	0,3	0,0	0,1	0,2	0,1	0,5	0,1	0,8	0,3	0,4	0,0	0,0	0,6	0,5	0,5
Nije unaprijed rezerviran	3,1	4,4	3,0	2,6	3,1	2,0	5,3	2,9	3,3	1,5	2,6	3,7	1,5	2,9	4,8	5,9	8,5	7,7	2,2	0,6	1,0	1,6	0,2
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

IZVORI INFORMACIJA U PLANIRANJU PUTOVANJA* PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

IZVORI INFORMACIJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Internet stranice hrvatskih turističkih zajednica ili ureda	18,3	12,0	18,9	17,5	11,7	21,6	14,7	19,1	20,3	23,2	31,5	21,1	35,0	13,7	16,7	19,2	13,2	24,7	23,5	23,2	22,4	16,1	30,9
Online turističke agencije	32,1	19,5	33,2	33,0	20,8	35,4	31,0	27,6	34,9	38,5	36,5	37,5	35,2	41,3	45,7	29,8	33,9	31,0	29,1	47,6	35,0	42,2	41,3
Internet stranice i mobilne aplikacije smještajnih objekata	10,6	9,6	10,7	9,0	9,9	11,4	12,4	9,4	9,6	16,9	19,3	5,2	12,9	6,7	9,3	11,1	8,1	19,0	12,8	8,3	13,2	11,6	7,4
Internet stranice turističkih atrakcija	11,4	5,1	12,0	10,4	9,4	11,0	12,7	11,5	12,1	11,9	15,0	8,6	25,9	13,6	12,9	11,1	16,7	14,3	14,9	16,1	16,9	6,7	12,5
Objave korisnika na društvenim mrežama	22,3	10,6	23,4	22,7	16,2	24,2	21,2	24,3	18,0	28,4	27,6	25,8	25,9	21,2	28,6	15,5	37,7	26,1	30,2	45,7	29,3	37,2	26,8
Blogovi, forumi i portali o putovanjima i slični online sadržaji	15,4	5,8	16,3	15,3	9,1	14,0	17,2	13,3	16,0	29,2	22,0	14,1	19,4	14,5	17,6	8,8	32,3	15,3	27,8	16,3	11,4	23,5	24,5
Sponzorirani oglasi na internetskim pretraživačima, društvenim mrežama i portalima	9,9	6,3	10,3	11,7	7,1	12,2	6,7	8,3	14,0	12,6	6,0	9,0	16,4	8,1	8,9	7,6	2,2	15,5	13,4	3,4	9,8	9,8	20,6
Promotivni oglas ili spot na radiju ili televiziji	9,5	4,9	9,9	10,2	8,7	9,5	8,1	11,8	15,4	8,3	10,3	10,6	5,2	12,9	5,8	12,0	6,4	13,4	15,9	9,5	5,8	5,4	2,6
Dokumentarni film ili prilog na radiju ili televiziji	7,6	3,1	8,0	8,3	5,8	7,5	9,3	10,5	6,0	9,1	12,6	7,3	7,8	13,2	6,2	4,3	5,1	7,4	12,8	1,4	6,6	6,3	1,2
Članci u novinama ili časopisima	6,9	4,0	7,2	8,7	6,0	7,2	3,8	7,9	6,8	8,4	6,1	9,2	5,2	13,5	5,0	6,5	11,9	7,4	6,5	1,9	2,3	3,4	8,3
Oglasi, plakati, katalozi, brošure i ostali tiskani promotivni materijali	6,3	5,8	6,3	6,9	4,3	7,0	5,0	7,3	6,6	7,3	7,4	6,5	6,0	10,4	4,1	3,7	7,5	5,8	11,4	2,2	1,2	3,7	3,8
Turistički i drugi sajmovi	7,6	4,3	7,9	7,0	6,8	7,3	7,8	9,1	10,4	12,2	10,3	5,9	13,6	8,2	4,2	1,6	18,9	8,1	10,9	3,0	4,3	6,8	4,4
Preporuke rodbine ili prijatelja	33,3	29,5	33,7	28,9	28,3	29,6	42,6	28,6	36,4	45,7	41,1	35,4	37,4	40,8	42,1	37,1	49,4	41,9	41,3	30,2	33,4	24,0	21,2
Preporuke putničkih ili turističkih agencija	11,3	5,9	11,8	10,5	9,5	11,0	9,4	13,4	16,8	12,2	12,8	17,0	18,5	13,9	13,7	6,1	16,4	15,0	17,5	9,9	3,2	7,2	12,5
Preporuke klubova, udruženja	5,1	6,0	5,0	3,5	6,1	5,4	4,1	7,9	5,5	2,7	3,9	6,6	7,3	10,9	3,1	3,3	3,4	11,5	5,3	4,1	5,6	1,8	15,7
Prijašnji boravak	28,9	42,8	27,6	28,0	42,8	22,1	34,7	30,8	35,2	17,7	13,5	28,3	16,9	31,5	16,8	50,2	9,1	21,2	35,4	6,1	22,9	8,5	2,6
Nisu bile potrebne nikakve informacije	5,2	12,1	4,6	6,3	8,7	7,8	2,2	6,0	2,1	1,5	0,9	3,1	5,6	0,9	0,5	2,1	1,9	4,4	2,5	1,2	1,8	0,7	0,4

*mogućnost više odgovora

TRENTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA*

TRENUTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Manje od tjedan dana prije dolaska	3,8	9,3	3,3	2,1	5,8	2,2	1,7	5,7	1,3	2,9	2,5	2,2	1,3	6,8	4,6	6,5	3,2	4,1	1,9	9,8	6,5	2,2	3,3
1 do 4 tjedna prije dolaska	20,1	37,4	18,5	19,8	18,9	17,5	13,7	23,9	15,3	16,5	14,4	24,0	9,3	9,7	16,1	28,0	16,7	16,5	22,3	23,4	30,2	29,4	24,8
1 do 3 mjeseca prije dolaska	43,5	38,5	44,0	38,5	37,8	36,5	56,6	41,2	48,6	54,9	50,3	45,2	33,7	56,2	55,9	47,9	46,7	36,3	50,0	43,7	45,8	53,3	60,9
3 do 6 mjeseci prije dolaska	20,2	12,1	21,0	20,1	23,1	29,2	17,8	20,5	25,6	16,2	16,5	21,8	27,7	21,4	18,4	16,8	20,5	25,2	15,9	20,4	15,9	12,1	3,0
Više od 6 mjeseci prije dolaska	12,4	2,7	13,3	19,4	14,4	14,7	10,1	8,7	9,2	9,5	16,4	6,7	28,1	5,9	5,1	0,8	12,9	18,0	9,8	2,7	1,6	2,9	8,1
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* Za one koji su unaprijed rezervirali smještaj

PRIVEZNO SREDSTVO PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

PRIVEZNO SREDSTVO	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Automobil	66,0	88,5	63,9	66,9	69,5	73,0	82,6	66,4	78,8	16,4	28,3	88,7	45,5	85,5	31,5	89,4	0,0	61,9	60,1	13,8	85,3	38,6	4,4
Automobil s kamp-kućicom	9,1	2,7	9,7	15,7	12,8	11,3	6,8	6,5	7,6	1,3	7,9	4,3	15,7	3,4	1,9	1,8	0,0	11,4	17,4	1,6	0,2	0,5	0,0
Kamper	6,6	0,4	7,2	10,9	12,3	10,1	2,8	8,5	3,3	0,6	5,5	2,0	17,1	1,6	2,1	0,0	0,0	7,7	5,1	0,7	0,3	2,6	0,0
Autobus	2,4	4,9	2,1	1,0	2,6	1,0	2,5	1,5	5,0	1,8	0,7	1,9	0,7	2,5	5,0	6,3	0,0	2,4	1,9	7,2	9,7	1,5	0,0
Motocikl	1,5	1,6	1,5	0,9	2,3	1,3	0,4	5,0	2,8	0,1	1,3	0,5	0,3	5,0	2,2	0,6	0,0	3,8	1,2	0,3	0,3	0,2	0,0
Bičikl	0,1	0,3	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zrakoplov	13,9	0,8	15,2	4,5	0,5	3,2	4,9	8,6	2,0	78,8	56,1	2,3	20,5	1,7	56,0	0,1	100	12,7	14,1	75,5	3,8	56,7	95,6
Brod/trajekt	0,2	0,4	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0
Jahta ili jedrilica	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nešto drugo	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,5	0,3	0,2	0,0	0,2	0,3	0,8	1,9	0,0	0,2	0,1	0,0	0,5	0,0	0,0
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 1/2

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Česka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Plivanje/ kupanje	72,8	52,3	74,8	78,3	74,4	73,6	81,6	67,8	83,9	73,7	80,7	66,1	75,5	74,0	64,8	70,2	70,0	76,9	76,6	63,7	63,7	59,6	45,3
Odlazak u restorane	59,3	49,9	60,2	57,8	52,7	63,4	66,7	49,2	64,1	76,0	63,3	45,6	62,0	55,4	73,5	55,9	74,3	51,8	67,3	78,9	59,0	68,4	71,7
Razgledavanje gradova	40,0	31,7	40,8	31,3	31,3	36,7	51,2	35,9	31,5	66,3	60,8	44,2	57,4	28,9	64,2	36,4	75,7	56,9	39,3	65,9	49,4	55,8	76,7
Odlazak u klubove/ples/ noćni život	22,7	13,7	23,5	22,7	22,0	23,2	20,8	24,6	20,7	30,2	20,7	27,4	24,2	13,9	28,0	21,2	38,6	37,9	48,2	41,2	25,3	23,3	21,2
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	17,8	13,6	18,2	14,8	12,1	14,3	25,2	8,3	14,4	36,9	32,4	9,4	33,2	11,7	24,6	13,9	29,6	27,3	19,8	35,4	29,4	33,8	24,4
Posjet povijesnim građevinama	16,6	15,0	16,8	9,3	9,9	8,5	26,0	8,6	14,1	40,8	32,5	12,0	23,4	11,2	40,0	15,0	52,5	19,0	15,2	42,3	13,7	33,6	30,7
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	15,1	11,0	15,5	9,6	9,8	9,4	17,1	10,7	15,8	34,2	22,3	14,3	21,2	14,9	29,4	14,3	59,2	14,2	16,3	33,9	14,1	30,0	39,9
Pješačenje	14,2	11,2	14,4	12,2	8,7	9,9	15,4	8,0	15,2	28,1	22,2	11,9	16,9	11,8	30,5	9,9	37,1	12,6	13,3	21,8	6,3	24,3	26,9
Posjet zaštićenim područjima	13,0	6,6	13,6	12,0	7,9	10,2	17,9	6,2	11,6	29,0	15,0	12,7	17,2	20,3	18,7	11,8	26,6	13,2	23,3	13,5	3,9	14,2	25,3
Vožnja biciklom označenim stazama	13,0	8,0	13,5	14,7	16,6	12,5	13,3	11,1	17,7	7,5	17,9	10,7	19,8	10,9	5,1	13,8	3,4	12,3	17,0	4,0	10,0	5,2	15,7
Jogging /trčanje	12,3	8,3	12,7	13,4	15,6	10,6	6,9	15,4	14,0	11,9	19,9	15,4	16,9	6,1	12,2	5,9	25,2	14,2	15,8	8,4	11,0	6,5	5,2
Posjet zabavnim dogadanjima	11,9	13,6	11,7	10,2	15,8	8,4	15,0	12,3	14,8	8,5	11,1	16,9	4,4	17,5	13,5	12,0	5,7	11,3	30,6	15,9	9,4	4,9	3,0
Obilazak tematskih cesta	11,8	9,9	12,0	14,6	11,9	13,9	10,7	9,5	15,7	9,3	10,2	16,5	4,8	10,0	8,8	8,6	10,4	4,4	21,8	7,3	3,6	8,9	6,5
Tenis	11,7	6,9	12,2	14,4	10,3	13,4	9,8	11,7	8,1	6,9	16,6	21,4	19,6	13,4	6,8	1,6	15,4	17,2	19,0	8,9	5,2	4,4	13,2
Korištenje wellness/spa	11,5	15,9	11,1	9,0	11,1	15,4	9,3	11,3	4,6	22,4	15,3	8,9	7,4	7,2	18,0	8,2	33,4	11,1	9,9	19,6	17,0	11,8	14,3
Odlazak na organizirane izlete brodom	10,4	4,6	10,9	13,2	6,8	13,2	6,5	5,7	6,9	22,2	11,3	5,8	12,9	5,4	20,0	9,5	13,0	11,1	20,1	7,3	6,9	17,2	7,5
Obilazak vinskih cesta	10,2	11,8	10,1	6,0	14,4	7,5	9,4	13,8	10,8	13,6	12,6	11,8	11,5	9,2	21,6	7,5	10,5	20,7	22,1	9,9	16,3	8,7	0,8
Ribolov	10,1	5,9	10,4	8,6	11,3	9,4	7,2	17,4	16,0	7,8	12,0	11,2	16,4	18,3	9,3	5,2	1,5	16,6	10,6	16,7	5,1	5,3	7,9
Posjet tematskim parkovima	9,8	6,5	10,1	6,9	11,6	7,6	13,8	6,0	17,7	10,2	10,1	11,3	15,5	15,3	7,4	13,7	7,5	8,7	19,7	8,9	11,6	10,5	0,7
Ostali sportovi na vodi	9,8	3,5	10,4	9,9	8,8	9,0	11,6	8,5	9,3	10,7	13,9	10,8	17,5	10,3	9,0	9,2	24,2	10,7	22,4	9,4	11,6	10,5	0,2

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 2/2

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA *	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Posjet sportskim događanjima	8,8	6,5	9,0	8,3	11,8	8,9	9,6	9,6	10,3	6,6	6,3	8,6	17,6	7,3	10,1	2,2	5,9	11,6	23,6	15,3	6,0	5,0	0,6
Ronjenje	6,9	4,9	7,1	5,5	6,7	4,2	7,6	6,4	9,4	10,1	9,3	8,1	18,2	10,9	3,3	6,8	7,7	10,1	13,0	7,5	9,4	6,6	0,3
Posjet seoskim domaćinstvima	6,2	11,6	5,7	3,1	7,6	3,3	4,6	2,2	5,8	8,8	10,2	4,4	11,3	6,8	12,2	11,0	8,1	13,4	11,2	4,5	10,2	10,2	7,6
Posjet tradicionalnim događanjima	5,4	4,3	5,5	5,0	7,8	5,1	5,1	4,9	6,5	5,5	4,2	10,8	2,2	8,5	3,4	2,5	5,1	8,2	14,0	4,8	0,6	1,4	1,5
Golf	4,0	1,4	4,3	5,2	2,8	6,2	5,6	3,0	2,8	1,9	1,9	9,9	7,2	3,2	3,8	0,4	0,8	7,2	1,6	4,0	3,0	1,4	0,1
Planinarjenje	3,8	4,6	3,7	3,6	4,4	2,1	2,6	2,3	10,7	1,9	3,2	2,7	3,8	2,3	4,2	7,9	2,9	2,0	0,4	4,4	1,5	3,0	1,8
Jedrenje	3,7	2,7	3,8	2,5	5,2	2,6	3,0	5,1	2,1	6,8	5,0	4,2	3,7	2,1	7,3	3,1	6,6	10,8	10,2	4,3	3,9	5,1	7,5
Korištenje zdravstvenih usluga	2,9	6,8	2,5	1,4	3,9	1,4	3,5	5,5	1,5	3,7	2,7	2,7	2,4	0,6	2,4	4,3	4,2	5,6	2,5	4,9	6,6	2,2	0,0
Avanturistički sportovi	2,8	2,2	2,8	2,1	2,0	1,6	2,3	3,2	3,6	7,1	4,0	3,5	7,2	1,5	2,4	2,0	6,8	4,0	6,6	3,8	2,5	1,7	3,3
Posjet kulturnim događanjima	2,5	3,2	2,4	1,3	4,2	1,6	2,1	2,1	2,8	4,1	2,2	1,8	2,5	1,5	6,7	2,7	3,8	1,6	2,5	5,5	1,8	4,4	3,2
Mountain biking	2,3	0,9	2,4	2,6	3,4	1,7	4,2	4,0	0,9	0,4	1,2	1,4	2,6	7,0	0,8	0,9	1,3	4,3	0,2	0,2	0,9	0,0	0,0
Rafting	2,3	0,6	2,4	2,0	1,2	0,9	4,6	1,6	2,5	2,9	2,9	3,6	0,9	1,5	2,4	3,9	9,1	2,7	2,0	7,8	0,0	5,7	0,3
Posjet toplicama	2,2	2,7	2,2	1,9	1,2	1,7	2,0	1,8	1,4	5,4	2,2	0,6	3,0	2,9	2,8	1,6	5,6	0,3	7,9	5,2	0,5	1,4	0,2
Dvoranski sportovi	1,5	1,2	1,5	1,2	1,2	1,9	3,0	1,1	1,2	0,6	2,4	0,5	0,6	1,6	3,1	0,5	2,7	1,4	1,4	0,0	1,1	3,5	1,4
Jahanje	1,4	1,7	1,4	1,4	3,1	1,0	0,4	0,4	0,3	1,5	1,6	1,6	2,8	0,3	1,4	0,9	4,9	1,5	2,3	1,5	0,1	0,5	9,2
Sudjelovanje na radionicama	1,0	1,2	1,0	0,9	2,0	1,0	0,8	0,9	0,9	1,4	1,3	0,3	0,0	0,5	2,3	1,5	1,0	0,0	1,2	0,7	0,7	0,1	0,0
Posjet božićnim/adventskim sajmovima	0,8	1,6	0,7	0,6	0,6	0,8	0,0	0,9	0,0	0,7	0,1	1,2	0,3	0,5	0,6	2,2	2,0	0,1	0,4	1,0	4,2	0,6	3,4
Lov	0,5	0,2	0,5	0,4	0,5	1,1	0,5	0,6	0,4	0,5	0,3	0,3	1,9	0,9	0,0	0,0	0,0	0,7	1,0	0,0	0,5	0,0	0,0
Nekom drugom	16,5	19,6	16,2	19,6	18,4	17,3	17,0	19,1	16,7	9,1	7,8	27,5	4,7	15,9	9,6	7,1	7,2	13,9	38,3	5,8	7,6	1,9	8,5

*mogućnost više odgovora

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 1/2

STUPANJ ZADOVOLJSTVA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Ljepota prirode i krajolika	92,9	97,4	92,4	90,9	95,9	89,1	96,5	88,8	94,0	96,5	91,1	89,5	85,7	96,8	92,3	96,7	98,2	92,9	91,6	96,8	99,1	98,5	93,2
Ljepota mjesta	92,7	94,9	92,5	90,5	94,8	89,7	94,7	88,6	91,6	94,0	95,2	94,4	92,5	95,9	92,9	96,9	98,2	93,2	93,1	95,6	98,2	95,9	92,5
Ukupni boravak	92,4	90,1	92,7	92,2	93,4	90,3	96,9	91,5	94,4	92,6	90,9	90,7	89,1	94,2	89,9	93,8	98,0	91,5	92,8	97,4	96,0	94,0	94,2
Osobna sigurnost	92,2	96,7	91,8	90,4	95,5	89,1	93,9	88,2	95,1	91,3	90,0	89,5	87,3	95,0	90,1	95,6	95,4	89,9	96,0	96,5	97,9	94,9	98,3
Atmosfera, ugodaj	91,0	94,3	90,7	90,7	95,8	87,2	95,4	87,1	86,3	93,4	86,8	91,8	88,1	90,2	91,6	93,6	93,2	87,4	89,5	94,4	96,4	92,1	93,2
Čistoća plaža	89,1	90,6	89,0	87,8	93,8	84,6	93,8	83,9	91,4	90,6	87,5	85,0	88,8	87,7	88,4	94,4	92,2	92,0	92,4	95,1	88,2	92,6	90,6
Smještajni objekt	88,9	89,9	88,8	91,4	91,0	87,3	90,3	84,5	87,2	89,3	86,5	87,5	81,6	83,1	89,2	95,5	88,0	87,7	87,8	89,6	92,6	87,8	73,5
Uređenost mjesta	88,6	91,9	88,3	88,6	92,6	89,0	90,6	83,8	89,5	82,7	81,8	88,5	90,0	86,7	89,2	94,9	83,5	88,7	85,7	88,4	94,3	80,6	90,6
Ekološka očuvanost prostora	88,5	91,3	88,3	89,3	92,5	85,6	91,3	82,9	87,5	81,5	83,3	89,5	90,1	92,7	88,8	94,1	82,4	87,1	91,0	91,4	93,0	85,0	92,3
Gostoljubivost stanovništva	88,2	90,7	87,9	88,2	88,7	86,2	91,1	84,6	86,5	90,1	82,0	84,5	90,2	86,0	87,1	96,1	90,5	90,7	81,8	94,1	92,8	91,7	92,5
Gastronomska ponuda	87,3	85,7	87,4	88,0	87,4	87,9	91,8	81,7	86,1	87,7	76,9	89,2	86,3	85,7	86,8	90,0	90,8	87,0	87,6	92,4	92,9	92,3	90,5
Mogućnosti kretanja pješice u destinaciji	86,2	86,9	86,1	86,6	87,9	86,6	87,3	81,4	86,7	85,3	80,2	87,8	86,7	80,1	87,7	89,1	87,9	83,3	84,9	91,4	88,2	92,6	81,9
Prilagođenost destinacije djeci	85,8	88,7	85,6	87,9	89,5	85,1	91,5	79,9	83,8	77,4	72,3	84,6	88,7	81,2	76,1	96,0	78,8	86,1	86,9	80,9	88,7	89,3	86,1
Informacije u destinaciji	84,7	87,7	84,4	85,0	87,5	85,2	84,4	80,6	87,4	82,2	83,1	85,0	82,3	81,4	73,6	91,0	84,1	84,2	82,1	76,0	86,5	85,0	85,0
Opremljenost/uređenost plaža	84,3	81,4	84,5	85,6	83,5	87,8	89,8	81,2	84,7	79,3	83,4	87,1	86,4	80,4	74,7	87,7	79,2	90,6	88,5	75,1	75,7	81,1	89,9
Pješačke staze	84,3	87,1	84,0	85,7	88,7	84,8	83,8	81,7	86,6	78,9	74,3	89,0	81,4	84,4	68,4	89,9	87,7	77,3	83,1	73,2	76,6	81,4	87,8
Besplatni internet u destinaciji	84,3	85,0	84,2	86,7	87,0	86,8	85,9	83,0	81,6	74,1	81,7	85,2	82,6	81,0	82,2	84,7	69,1	93,0	90,0	81,7	86,7	73,7	89,1
Označavanje znamenitosti	83,7	86,0	83,5	83,0	83,8	83,9	89,1	76,5	87,8	79,3	73,5	84,6	81,3	87,2	80,6	87,0	91,1	82,1	82,8	87,3	93,5	81,5	79,2
Kultura i umjetnost	83,6	86,4	83,4	84,7	86,1	84,8	85,8	79,4	81,4	76,8	76,7	85,1	80,0	82,3	78,8	90,9	90,6	82,7	75,3	87,6	90,8	80,6	92,7
Prometna dostupnost destinacije	83,3	89,4	82,7	86,6	86,8	84,2	78,7	78,5	84,0	77,1	72,7	84,8	86,0	77,5	80,6	82,0	73,8	83,9	79,2	79,3	90,9	76,5	78,1

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 2/2

STUPANJ ZADOVOLJSTVA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	82,4	82,4	82,4	83,6	82,8	85,3	86,2	81,8	85,1	77,2	67,5	82,4	75,0	85,6	70,4	88,1	74,3	76,4	87,4	86,6	83,6	84,4	84,1
Informacije/ edukacija u zaštićenim područjima	81,7	82,0	81,7	83,6	82,8	83,3	82,9	78,3	79,7	75,6	75,3	81,9	87,3	75,5	74,3	87,4	90,1	82,7	77,4	75,5	83,4	84,5	78,7
Prilagođenost osobama s posebnim potrebama	81,4	83,7	81,2	86,2	83,4	84,3	77,7	72,9	80,0	64,0	72,0	82,1	82,7	75,4	68,2	87,8	60,3	80,6	83,7	76,7	79,2	78,9	56,5
Sportski sadržaji	81,0	82,4	80,9	82,9	85,0	83,5	80,9	80,1	80,0	70,3	71,9	83,1	85,3	74,4	66,8	83,6	79,9	86,7	80,9	73,6	82,7	74,9	65,4
Zabava/noćni život	79,8	76,8	80,1	83,4	83,3	81,8	87,2	77,9	79,4	68,8	67,4	86,6	75,7	78,7	68,9	71,5	72,3	82,8	82,9	77,0	62,8	66,6	76,4
Događanja i manifestacije	79,4	81,0	79,3	82,6	85,6	85,2	76,9	75,2	80,6	64,7	63,8	84,4	72,6	86,7	66,5	78,2	64,9	82,4	80,7	74,2	70,9	64,9	60,1
Biciklističke rute i staze	78,9	77,8	78,9	78,5	85,2	83,7	78,4	78,0	80,9	64,3	72,1	79,0	84,4	82,9	70,8	78,8	64,9	78,3	83,9	58,3	67,0	70,7	87,5
Mogućnost za kupnju	77,8	72,6	78,3	82,9	79,6	84,1	82,4	74,4	75,3	70,2	68,0	77,1	70,9	71,4	69,0	84,9	70,4	78,0	64,1	76,9	81,6	81,1	67,6
Lokalni javni prijevoz	76,9	72,8	77,2	80,9	74,4	80,5	75,4	77,5	82,1	66,2	55,9	75,1	78,1	83,7	70,8	78,8	58,6	76,5	80,7	73,0	77,6	76,7	71,5
Promet u mjestu	67,3	65,8	67,4	72,1	71,1	76,7	56,4	68,9	63,8	56,7	61,7	63,7	69,5	64,0	58,8	67,5	59,7	71,5	70,6	56,0	72,7	53,4	72,7

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA* U DESTINACIJI PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

SMETNJEI* TIJEKOM BORAVKA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	5,2	4,9	5,2	3,5	4,6	3,4	9,2	4,1	3,9	5,9	7,4	4,7	12,4	6,3	8,6	8,6	12,2	3,7	6,6	5,5	2,3	2,9	0,7
Gužva na kupališnom prostoru (preveliki broj kupaca)	3,7	4,2	3,6	2,4	3,4	2,3	3,5	3,2	4,6	4,8	7,0	3,2	2,6	6,0	9,5	6,4	7,5	4,0	4,4	11,3	1,5	2,3	0,2
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	2,7	2,6	2,7	2,6	3,0	2,2	2,5	2,0	3,9	3,3	2,6	1,2	3,0	4,8	2,0	2,1	4,0	2,4	0,4	1,3	0,1	3,5	3,5
Neprijmjereno odloženo smeće	4,7	7,7	4,4	3,1	5,0	3,4	6,0	2,5	4,8	5,4	3,7	2,0	2,3	7,7	4,1	5,2	10,8	7,7	9,2	4,2	5,2	10,3	6,7
Nemogućnost razdvajanja otpada	4,1	2,9	4,2	3,6	4,5	2,7	2,9	3,0	5,0	3,6	6,3	2,4	3,5	7,9	7,8	2,5	12,5	3,8	7,6	4,1	4,2	8,8	2,9
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	3,5	4,0	3,5	3,1	4,3	3,0	3,2	1,7	4,2	3,5	6,4	1,0	1,8	6,5	3,6	2,5	9,2	2,5	1,1	2,5	2,7	4,7	3,0
Nešto drugo	0,7	1,0	0,7	0,3	0,2	0,9	0,5	0,1	1,1	0,8	1,3	0,0	0,8	0,5	0,1	7,9	2,7	0,3	0,0	0,0	1,5	1,1	0,0

* Prikazan je postotak ispitanika koji su zasmetani (donekle ili jako) pojedinim elementom.

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI TURISTA U EURIMA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Prosječni dnevni izdaci ukupno	140,15	131,65	141,03	119,09	105,89	129,15	137,66	141,24	133,86	232,36	198,12	112,43	124,87	141,50	200,24	118,58	299,03	166,27	135,57	220,00	172,73	218,32	54,86
Smještaj	67,61	68,80	67,49	61,02	53,97	72,82	57,82	67,37	63,24	101,89	90,53	51,32	55,38	66,31	80,27	57,97	139,94	81,09	70,75	82,44	87,73	80,39	80,28
Hrana i piće u restoranima i barovima	28,27	24,68	28,64	22,56	20,53	20,43	31,01	25,43	24,76	54,59	43,75	23,08	24,16	29,94	53,52	23,03	62,50	36,04	26,77	52,33	33,83	59,93	32,96
Usluge trgovine	23,16	18,74	23,61	19,73	17,23	16,62	28,44	21,39	25,11	35,29	33,08	23,18	22,35	26,05	32,25	22,01	46,80	25,50	22,86	41,57	26,71	37,37	19,64
Kultura i zabava	4,20	3,32	4,29	3,51	2,61	3,44	4,62	3,87	4,28	7,75	5,46	3,67	5,31	5,07	6,19	2,98	8,92	4,04	3,61	8,93	3,84	7,20	6,06
Sport i rekreacija	3,78	3,46	3,81	3,52	3,09	3,54	3,20	4,15	3,79	4,36	6,09	3,11	3,85	4,63	3,28	2,35	8,71	4,41	2,56	4,44	6,90	3,63	0,67
Izleti	7,51	5,70	7,69	5,57	4,21	5,75	8,03	6,67	7,27	18,05	12,05	4,07	9,05	7,03	14,49	4,59	20,64	9,69	5,70	17,37	7,11	21,48	13,70
Lokalni prijevoz	1,63	0,99	1,70	1,12	1,31	1,32	1,40	2,00	1,57	4,12	1,74	1,17	1,94	0,77	3,66	1,28	4,88	2,04	1,12	6,68	3,35	4,63	0,02
Ostalo	4,00	5,95	3,80	2,06	2,94	5,24	3,14	10,36	3,84	6,31	5,42	2,83	2,83	1,70	6,58	4,36	6,64	3,46	2,20	6,25	3,26	3,70	1,52

Napomena: Usluga smještaja uključuje i hranu u okviru smještaja (noćenje s doručkom, polupansion, puni pansion, all-inclusive); Lokalni prijevoz uključuje sve troškove prijevoza osim onih u dolasku i odlasku iz destinacije

VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

VJEROJATNOST PREPORUKE	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Nije vjerojatno da ću preporučiti*	2,7	5,7	2,4	1,9	1,9	2,5	1,4	2,5	3,3	2,2	5,5	0,6	3,7	2,6	3,7	1,0	1,5	5,0	6,7	0,1	0,3	0,8	4,4
Vjerojatno ću preporučiti**	36,8	33,8	37,1	38,1	41,1	39,6	30,2	40,3	41,2	22,7	40,0	40,6	34,5	44,0	26,8	33,1	26,6	38,9	38,2	23,1	33,4	41,5	9,6
Jako je vjerojatno da ću preporučiti***	60,5	60,6	60,5	60,0	57,0	57,9	68,4	57,2	55,5	75,1	54,5	58,8	61,8	53,4	69,5	65,9	72,0	56,1	55,2	76,9	66,4	57,7	85,9
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*Zbroj postotaka za ocjene od 0 do 5 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

**Zbroj postotaka za ocjene od 6 do 8 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

***Zbroj postotaka za ocjene 9 i 10 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

Aktualni imidž Hrvatske

Hrvatska se po broju dolazaka i noćenja s njemačkog tržišta pozicionirala među vodeće inozemne destinacije. U apsolutnim pokazateljima Hrvatska spada u grupu deset vodećih destinacija (uzmu li se u obzir i njemačke pokrajine), no ima još dodatnog prostora za jačanje svoje pozicije na tržištu kroz segmentiranje i kroz 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 na podizanju razumijevanja brenda.

U razdoblju pandemije, u 2020., 2021. i 2022. fokus je bio na destinacijama u koje se moglo putovati automobilom, gdje je Hrvatska dobro iskoristila priliku i povećala udio u okviru turističkih destinacija u koje Nijemci najčešće putuju.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2023.

Popis turoperatora koji su u 2023. godini imali Hrvatsku u ponudi

Naziv tvrtke	Adresa	Telefon	Website	Email
TUI Deutschland GmbH	Kai Weichert Alle 23, 30625 Hannover	00 49(0)51156780105; (0)5115678600	www.tui.com	info@tui.info
DER Touristik GmbH	Humboldtstraße 140-144 , 51149 Köln	00 49(0)2203420	www.dertouristik.com	presse@dertouristik.com
ID Rivatours GMBH	Bahnhofstr. 101, 82166 Gräfelfing	00 49(0)892311000	www.kroatien-idriva.de	info@idriva.de
FTI GmbH	Landsbergerstraße 88, 80339 München	00 49(0)8925251090	www.fti.de	info@fti.de
Alltours Flugreisen GmbH	Dreischeibenhäuser 1, 40211 Düsseldorf	00 49(0)21154270; 021154275427	www.alltours.de	info@alltours.de
OLIMAR Reisen Vertriebs GmbH	Glockengasse 2, 50667 Köln	00 49(0)221205900	www.olimar.de	info@olimar.com
Schauinsland Reisen gmbh	Stresemannstraße 80, 47051 Duisburg	0049 (0)203 99405 0	www.schauinsland-reisen.de	slr@schauinsland-reisen.de
Berge & Meer Touristik GmbH	Andreestraße 27, 56578 Rengsdorf	00 49(0)26349600	www.berge-meer.de	info@berge-meer.de
Reisewelt Teiser & Hüter GmbH	Fuldaer Str. 2, 36119 Neuhoof	00 49(0)665596090	www.reisewelt-neuhof.de	info@reisewelt-neuhof.de
Misir Sonnenlandreisen	Viehofer Str. 23, 45127 Essen	00 49(0)201439370	www.kroatien-misir.de	info@misir.de
Ameropa-Reisen GmbH	Siemensstr. 27 61352 Bad Homburg	00 49(0)61721090; 06172109777	www.ameropa.de	info@ameropa.de
FIT Gesellschaft für gesundes Reisen mbH	Ferdinand-Happ-Str. 28, 60314 Frankfurt/M	00 49(0)694058850; 0049 (0) 69 40 58 85-88	www.fitreisen.de	info@fitreisen.de
Studiosus Reisen München GmbH	Riesstraße 25, 80 992 München	00 49(0)90500600	www.studiosus.com	info@studiosus.com
NOVASOL Reise GmbH	Gotenstraße 11, 20097 Hamburg	00 49(0)40688715182; 040 23885982	www.novasol.de	novasol@novasol.de
INTER CHALET Ferienhaus-Gesellschaft mbH	Heinrich von Stephan Str. 25, 79021 Freiburg	00 49(0)761210077	www.interchalet.de	info@interchalet.de
KROATI - Reisen GmbH & Co. KG	Sassenstraße 16a, 97450 Arnstein-Büchold	00 49(0)93635335	www.kroati.de	info@kroati.de
Hauser Exkursionen international GmbH	Spiegelstr. 9, 81241 München	00 49(0)892350060	www.hauser-exkursionen.de	info@hauser-exkursionen.de
SERVICE-REISEN Heyne GmbH & Co KG	Rödgener Str. 12, 35394 Giessen	00 49(0)64140060	www.servicereisen.de	info@servicereisen.de

Alpetour Touristische GmbH	Josef-Jägerhuber-Straße 6, 82319 Starnberg	00 49(0)81517750	www.alpetour.de	info@alpetour.de
RSD Reise Service Deutschland	Elsenheimerstraße 61, 80687 München	0049 (0) 89 211 290 42	www.rsd-reisen.de	info@rsd-reisen.com
Leitner Touristik GmbH	Am Spitalwald 2, 90584 Allersberg	00 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 ReiseWelt GmbH	Bückerbergstr. 26, 31710 Buchholz	0049 (0)5751 – 9263 9980	www.humboldt-reisewelt.de	info@humboldt-reisewelt.de
IKARUS TOURS GmbH	Am Kaltenborn 49 - 51, 61462 Königstein / Ts	00 49(0)617429020	www.ikarus.com	info@ikarus.com
Heinrich Kofler Omnibusbetrieb & Reisebüro	Stockwiesenstraße 31; 64739 Höchst/Odw.	00 49(0)616393450	www.kofler-reisen.de	info@kofler-reisen.de
SD - Holidays	Friedrichstraße 8 I, 65185 Wiesbaden	0049 (0) 611 50 58 355	www.top-kreuzfahrt-in-kroatien.com	sales@sd-holidays.de
Behringer Touristik GmbH & Co. KG	Rober-Bosch-Straße 12; 35398 Gießen	00 49(0)64196810	www.behringer-touristik.de	info@behringer-touristik.de
Vtours GmbH	Weißburger Str. 30; 63739 Aschaffenburg	00 49(0)602186211750	www.vtours.com	zentrale@vtours.de
JT Touristik GmbH	Hauptstrasse 101 a, 63829 Krombach	00 49(0)60246718600	www.jt.de	info@jt.de; service@jt.de
Vamos Eltern Kind Reisen GmbH	Loebensteinstr. 27 , 30175 Hannover	0049 49 511 400 799-0	www.vamos-reisen.de	kontakt@vamos-reisen.de
Wikinger Reisen GmbH	Kölnerstraße 20, 58135 Hagen	00 49(0)23319046	www.wikinger-reisen.de	mail@wikinger.de
l'tur GmbH	Karlsruher Str. 22, 76437 Rastatt	00 49(0)761557557; 00800 / 21 21 21 00	www.ltur.com	info@ltur.de; kundenservice@ltur.de
Stanglmeier Touristik GmbH & Co KG	Industriestr. 14, 84048 Mainburg	00 49(0)87517090	www.stanglmeier.de	info@stanglmeier.de
Oböna Reisen FKK Touristik GmbH & Co KG	Lutherstraße 5, 61231 Bad Nauheim	00 49(0)603236090	www.oboena.de	info@oboena.de; cdp@oboena.com
Radurlaub ZeitReisen GmbH	Gottlieb-Daimler-Str. 5, 78467 Konstanz	00 49(0)7531361860	www.inselhuepfen.com	info@inselhuepfen.de
Biblische Reisen GmbH	Hohenzollernstr. 14, 70178 Stuttgart	00 49(0)711619250	www.biblische-reisen.de	info@biblische-reisen.de
Trendtours Touristik GmbH	Düsseldorfer Straße 9, 65760 Eschborn	0049 (0)6196 - 7800 700	www.trendtours.de	info@trendtours.de
Schneewittchen Reisen	Hohenstaufenstr. 62, 10781 Berlin (6.Etage)	0049 (0)30 21 969 272	www.schneewittchenreisen.de	info@schneewittchenreisen.de
Bayerisches Pilgerbüro e.V.	Dachauer Str. 9, 80335 München	00 49(0)895458110	www.pilgerreisen.de	info@pilgerreisen.de

Gebeco Gesellschaft für internationale Begegnung und Cooperation mbH & Co. KG	Holzoppelweg 19, 24118 Kiel	00 49(0)43154460	www.gebeco.de	kontakt@gebeco.de
Ruf Reisen GmbH	Am Lenkwerk 11, 33609 Bielefeld	00 49(0)521962720	www.ruf.de	info@ruf.de
CTS Gruppen- und Studienreisen GmbH	Dteinweg 15, 32657 Lemgo	00 49(0)52612506-0	www.cts-reisen.de	info@cts-reisen.de
HEROLÉ Reisen GmbH	Sosaer Straße 11, 01257 Dresden	00 49(0)3518887890; 0351-888789100	www.herole.de	kontakt@herole.de
FERIEN Touristik GmbH; Coral Touristik GmbH	Emanuel-Leutze-Str. 8, 40547 Düsseldorf	00 49(0)21168771185	www.ferien-touristik.de	service@ferien-touristik.de
Express Travel International GmbH	Bockenheimer Anlage 11, 60322 Frankfurt am Main	00 49(0)6975612250; 069.756122555	www.eti.de	info@eti.de
Lernidee Erlebnisreisen GmbH	Kurfürstenstraße 112, 10787 Berlin	00 49(0)30786000	www.lernidee.de	team@lernidee.de
LMX Reiseservice GmbH	Walter-Köhn-Str. 4D, 04356 Leipzig	00 49(0)3419098740	www.lmx.de	info@lmx-reiseservice.de
Fit & Vital Reisen GmbH	Auguststraße 29, 53229 Bonn	00 49(0)228 6883 35 50	www.fitundvitalreisen.de	service@fitundvitalreisen.de
Spar mit Reisen	Mattenstrasse 24, CH-4058 Basel	00 49(0)76219140111	www.spar-mit.com	kontakt@spar-mit.com
Eberhardt TRAVEL GmbH	Zschoner Ring 30, 01723 Kesselsdorf (bei Dresden)	00 49(0)3520492112	www.eberhardt-travel.de	info@eberhardt-travel.de
Windrose Finest Travel GmbH	Wallstraße 9-13, 10179 Berlin	00 49(0)302017210	www.windrose.de	service@windrose.de
DESIGNREISEN GmbH	Theresienstrasse 1, 80333 München	00 49(0)89 90778899; 015780535350	www.designreisen.de	info@designreisen.de
Frosch Sportreisen GmbH	Dahlweg 112, 48153 Münster	00 49(0)2519278810	www.frosch-sportreisen.de	info@frosch-sportreisen.de
Patricio Travel GmbH	Am Hafen 8; 94130 Obernzell	00 49(0)85919399111	www.patriciotravel.com	info@patriciotravel.de
rufJugendreisen GmbH & Co. KG (JAM! Reisen GmbH)	Am Lenkwerk 11 33609 Bielefeld	0049 (0)521-96 27 20	www.jam-reisen.de www.ruf.de	info@jam-reisen.de; info@ruf.de
Welcome Berlin Tours GmbH	Borgmannstraße 4, 11555 Berlin	00 49(0)304433930	www.superklassenfahrten.de	info@welcomeberlintours.de
Martin Geldhauser Omnibusunternehmen im Linien- und Reiseverkehr GmbH & Co. KG	Fichtenstraße 29; 85649 Hofolding	00 49(0)810489454	www.geldhauser.de	info@geldhauser.de
BERR REISEN GMBH	Hermann-Oberth-Str. 4, 83052 Bruckmühl	00 49(0)806290670	www.berr-reisen.de	info@berr-reisen.de
Marx Reisen - Alfons Marx KG	Strohhof 8, 83413 Fridolfing	00 49(0)868498790	www.marx-reisen.de	info@marx-reisen.de
Nussbaum Reisen Omnibus GmbH & Co. KG	Ulmer Strasse 2, 86420 Biburg	00 49(0)821481432	www.nussbaum-reisen.de	info@nussbaum-reisen.de
Benedikt Heine GmbH & CO. KG	Ahegg 22, 88239 Wangen im Allgäu	00 49(0)752297460	www.heine-reisen.de	info@heine-reisen.de

Bendel-Reisen GmbH	Reutlinger Weg 3, 88527 Unlingen	00 49(0)737112247	www.bendel-reisen.de	info@bendel-reisen.de
Schüle Reisen Touristik GmbH & CoKG	Bahnhofstrasse 50, 88316 Isny	00 49(0)756270990	www.schuele-reisen.de	info@schuele-reisen.de
Omnibus Wegis GmbH	Gehrenbergstr. 23, 88697 Bermatingen/Ahausen	00 49(0)754495550	www.wegis-reisen.de	info@wegis-reisen.de
Osterrieder Reisen	Zirgesheimer Straße 29, 86609 Donauwörth	00 49(0)906706050	www.osterrieder.de	reisen@osterrieder.de
Heideker Reisen GmbH	Dottinger Strasse 55, 72525 Münsingen	00 49(0)738193950; +49 (0) 7381 9395-822	www.heideker.de	info@heideker.de
P.I.T.-Touristik GmbH & Co. KG	Ulmer Straße 34, 89584 Ehingen	00 49(0)739170000; 07391 7000 0	www.pit-touristik.de	info@pit-touristik.de
Weiss & Nesch GmbH	Schönbuchstraße 51, 72202 Nagold-Vollmaringen	00 49(0)7459930040	www.weiss-nesch.de	info@weiss-nesch.de; ab@weiss-nesch.de
Eberhardt Travel GmbH	Zschoner Ring 30, 07123 Kesselsdorf (bei Dresden)	00 49(0) 3 52 04 / 92 112 +49 (0) 800 - 22 21 57 5	www.eberhardt-travel.de	info@eberhardt-travel.de
IKARUS Reisen GmbH	Kaiserstr. 25, 76131 Karlsruhe	00 49(0)721931400	www.ikarus-reisen.de	info@ikarus-reisen.de
Hirsch-Reisen GmbH	Erbprinzenstraße 31, 76133 Karlsruhe	00 49(0)721181118; Fax: +49 (721) 181150	www.hirschreisen.de	info@hirschreisen.de
Karawane Reisen GmbH & Co. KG	Schorndorfer Straße 149, 71638 Ludwigsburg	00 49(0)71412848-0	www.karawane.de	info@karawane.de
Die Weltenbummler GmbH	Rudolstädter Straße 234, 99098 Erfurt	00 49(0)361442930	www.weltenbummler.com	info@weltembummler.com
Schäfer-Reisen GmbH	Sontheimer Straße 44, 74074 Heilbronn	00 49(0)713150330	www.schaefer-touristik.de	mail@schaefer-touristik.de
Friedrich Gross OHG	Weinsberger Straße 43, 74072 Heilbronn	00 49(0)713115090	www.gross-international.de	info@gross-reisen.de
Beck+Schubert GmbH & Co. KG	Habsburger Str. 6, 73432 Aalen-Ebnat	00 49(0)736796090	www.beckundschubert.de	info@beckundschubert.de
Fischer Omnibusreisen GmbH & Co. KG	Am Wasserrain 4, 73235 Weilheim/Teck	00 49(0)702395210	www.fischer-omnibus.de	info@fischer-omnibus.de
Schlienz-Tours GmbH & Co.KG	Willy-Rüsch-Straße 11,71394 Kernen / Stuttgart	00 49(0)7151949310	www.schlienz.info	info@schlienz.info; info@s.tours
Omnibus Held	Hans-Liebherr-Str. 20, 88161 Lindenberg	00 49(0)8381928880	www.omnibus-held.de	info@omnibus-held.de
Der Frey Reisen GmbH	Dendlstraße 25,94431 Großköllnbach	00 49(0)995393060	www.frey-reisen.de	info@frey-reisen.de
Rückenwind Reisen GmbH	Am Patentbusch 14,26125 Oldenburg	00 49(0)441485970	www.rueckenwind.de	info@rueckenwind.de
BIKETEAM Radreisen	Lise-Meitner-Str. 2, 79100 Freiburg	00 49(0)7615565929	www.biketeam-radreisen.de	info@biketeam-radreisen.de

Die Landpartie Radeln & Reisen GmbH	Am Schulgraben 6, 26135 Oldenburg	00 49(0)4415706830; 0441 / 570683-10	www.dieLandpartie.de	urlaub@dieLandpartie.de
Fahrtwind Sportreisen	Wiesholz 1, 83122 Samerberg	00 49(0)80328989; (0)80 32-7249999	www.fahrtwind.de	info@mtb-fahrtwind.de
Natours Reisen GmbH	Potsdamer Straße 51, 49088 Osnabrück	00 49(0)54134751894	www.natours.de	info@natours.de
Velociped GmbH & Co. KG	Alte Kasseler Str. 43, 35039 Marburg	00 49(0)642188689-0	www.velociped.de	info@velociped.de
VOYAGE Reiseorganisation GmbH	Nord-West-Ring 4, 32832 Augustdorf	00 49(0)5237890821	www.go-jugendreisen.de	jugendreisen@govoyage.de
FUN-Reisen GmbH	Elbgaustrasse 64, 22523 Hamburg	00 49(0)57006570	www.fun-reisen.de	info@fun-reisen.de
DAV Summit Club GmbH	Anni-Albers-Straße 7, 80807 München	00 49(0)89642400	www.dav-summit-club.de	info@dav-summit-club.de
SKR Reisen GmbH	Venloer Str. 47-53, 50672 Köln	00 49(0)221933720, 0221933720	www.skr.de	info@skr.de
TOUR VITAL Touristik GmbH	Kaltenbornweg 6 50679 Köln	00 49(0)221122289210; 0221 222890	www.tourvital.de	info@tourvital.de
VIATOR-REISEN	Schwarze-Brüder-Strasse 1, 44137Dortmund	00 49(0)231177930	www.viator.de	info@viator.de
Transmedic GmbH	Gaußstr. 120 , 22765 Hamburg Büro	00 49(0)6940588578 040	www.transmedic.de www.fitreisen.de	kontakt@transmedic.de
RMB Travel & Events GmbH	Steindamm 97 20099 Hamburg	00 49(0)40800809715	www.ttt-jugendreisen.de	info@ttt-jugendreisen.de
Sailwithus GmbH	Gagernstraße 8 60385 Frankfurt	0049 (0)1794163832; 00496990233957	www.sailwithus.de	info@sailwithus.de
Geotoura GmbH	Schiffgasse 4a, 69117 Heidelberg	0049 (0) 62216530790	www.geotoura.com	info@geotoura.com
Crovillas GmbH	Werner-Bock-Straße 40, 33602 Bielefeld	0049 (0)521 – 430 69 899	www.crovillas.com	info@crovillas.com

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 turooperatore: Thomson Holiday, First Choice, TCS World Travel, TUI Deutschland, 1-2-Fly, Wolters Reisen, Star Tour. Ponuda za Hrvatsku: sve relevantne destinacije u Hrvatskoj.

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. Snažno im rastu aranžmani za daleka putovanja u Južnu Afriku, Tajland i Karibe.

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.

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. Fokusira se na putovanjima unutar 60 dana od polaska, na *cash&carry* konceptu.

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, npr. club alltourini, holiday hotels za odmor za obitelji i dr. 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 i moderne mobilne kućice, vile, obiteljske hotele i krstarenja.

Ponuda za Hrvatsku: sve relevantne destinacije. U ponudi imaju: hotele i obiteljski smještaj, mobilne kućice, paušalna putovanja, kružna putovanja, krstarenja – izlete.

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 2023. godine

Nakon godina zadovoljavajućeg rasta, kada se zračni promet iz Njemačke konsolidirao iznad brojke od milijun sjedala u jednom smjeru prema Hrvatskoj i s više od milijun putnika, pandemijska 2020. je donijela veliki pad. Prije izbijanja krize nisu se očekivali veći poremećaji – najbitnije novosti bile su konsolidacije koje su kompanije poduzimale kako bi ječale svoju profitabilnost u poslovanju prema Hrvatskoj, no situacija se naglo promijenila. Nakon postupnog oporavka u 2022., u 2023. naleti iz Njemačke prema Hrvatskoj povećali su se, poglavito s odmicanjem ljetne sezone.

Prijevoznik	Destinacija - grad, ZL	Odredište Hrvatska
Croatia Airlines	Frankfurt/Main - Frankfurt Airport (Rhein-Main-Flughafen)	Zagreb
Croatia Airlines	Muenchen (Munich) - Franz Josef Strauss	Zagreb
Eurowings	Duesseldorf - Düsseldorf International Airport	Zagreb
Eurowings	Stuttgart - Echterdingen	Zagreb
Lufthansa	Frankfurt/Main - Frankfurt Airport (Rhein-Main-Flughafen)	Zagreb
Ryanair	Frankfurt/Hahn	Zagreb
Ryanair	Karlsruhe-Baden - Soellingen	Zagreb
Ryanair	Memmingen Airport	Zagreb
Ryanair	Weeze Airport	Zagreb

Eurowings	Cologne - Cologne Airport (Flughafen Köln/Bonn)	Zagreb
EasyJet Europe	Berlin	Zadar
Eurowings	Duesseldorf - Düsseldorf International Airport	Zadar
Eurowings	Hamburg - Fuhlsbuettel	Zadar
Eurowings	Berlin	Zadar
Eurowings	Stuttgart - Echterdingen	Zadar
Eurowings	Cologne - Cologne Airport (Flughafen Köln/Bonn)	Zadar
Lufthansa	Muenchen (Munich) - Franz Josef Strauss	Zadar
Lufthansa	Frankfurt/Main - Frankfurt Airport (Rhein-Main-Flughafen)	Zadar
Ryanair	Weeze Airport	Zadar
Ryanair	Nürnberg (Nuremberg)	Zadar
Ryanair	Memmingen Airport	Zadar
Ryanair	Karlsruhe-Baden - Soellingen	Zadar
Ryanair	Bremen - Bremen Airport (Flughafen Bremen)	Zadar
Ryanair	Cologne - Cologne Airport (Flughafen Köln/Bonn)	Zadar
Ryanair	Muenster/Osnabrueck	Zadar
Ryanair	Frankfurt/Hahn	Zadar
Croatia Airlines	Frankfurt/Main - Frankfurt Airport (Rhein-Main-Flughafen)	Split
Lufthansa	Muenchen (Munich) - Franz Josef Strauss	Split
Lufthansa	Frankfurt/Main - Frankfurt Airport (Rhein-Main-Flughafen)	Split
Croatia Airlines	Muenchen (Munich) - Franz Josef Strauss	Split
Eurowings	Berlin	Split
Eurowings	Dortmund	Split
Eurowings	Duesseldorf - Düsseldorf International Airport	Split
Eurowings	Stuttgart - Echterdingen	Split
Eurowings	Cologne - Cologne Airport (Flughafen Köln/Bonn)	Split
Eurowings	Hamburg - Fuhlsbuettel	Split
Lufthansa	Frankfurt/Main - Frankfurt Airport (Rhein-Main-Flughafen)	Rijeka
Eurowings	Hamburg - Fuhlsbuettel	Rijeka
Croatia Airlines	Muenchen (Munich) - Franz Josef Strauss	Rijeka
Eurowings	Duesseldorf - Düsseldorf International Airport	Rijeka
Condor	Frankfurt/Main - Frankfurt Airport (Rhein-Main-Flughafen)	Rijeka
Eurowings	Stuttgart - Echterdingen	Rijeka
Eurowings	Berlin	Rijeka
Eurowings	Cologne - Cologne Airport (Flughafen Köln/Bonn)	Rijeka
Lufthansa	Frankfurt/Main - Frankfurt Airport (Rhein-Main-Flughafen)	Pula
Lufthansa	Muenchen (Munich) - Franz Josef Strauss	Pula
EasyJet UK	Berlin	Pula
Ryanair	Weeze Airport	Pula
Eurowings	Duesseldorf - Düsseldorf International Airport	Pula
Eurowings	Cologne - Cologne Airport (Flughafen Köln/Bonn)	Pula
Eurowings	Stuttgart - Echterdingen	Pula
Croatia Airlines	Muenchen (Munich) - Franz Josef Strauss	Osijek
Eurowings Discover	Frankfurt/Main - Frankfurt Airport (Rhein-Main-Flughafen)	Dubrovnik
Croatia Airlines	Muenchen (Munich) - Franz Josef Strauss	Dubrovnik
Eurowings	Duesseldorf - Düsseldorf International Airport	Dubrovnik
Eurowings	Hamburg - Fuhlsbuettel	Dubrovnik
Eurowings	Berlin	Dubrovnik
Eurowings	Cologne - Cologne Airport (Flughafen Köln/Bonn)	Dubrovnik
Eurowings	Stuttgart - Echterdingen	Dubrovnik
Croatia Airlines	Muenchen (Munich) - Franz Josef Strauss	Brač

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 rujan, 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.

U 2021. Autobusne ture prema Hrvatskoj ponovno su oživjele ali njihova je razina još uvijek bitno manja u odnosu na predpandemijsko vrijeme. U 2023. su se i autobuseri vratili u Hrvatsku u većem broju.

TURISTIČKA SEZONA 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE

Njemačka turistička branša, kao i sami putnici, još uvijek su pod dojmom poskupljenja turističkih usluga i proizvoda tijekom zadnjih godine, a za 2024. stručnjaci predviđaju daljnja poskupljenja, kao rezultat sveukupne situacije na tržištu gdje će se povećanje troškova poslovanja ponovno „prebaciti“ na klijente.

Ukupno se procjenjuje da su cijene aranžmana turoperatora u 2023. bile prosječno 10% više u odnosu na 2022., a letovi su u 2022. bili gotovo 30% skuplji u odnosu na predpandemijsku 2019.

Neke državne mjere također poskupljuju aranžmane - nekoliko mjera izravno pogađa turoperatorski i zrakoplovni sektor od naredne godine:

- Osiguranje od insolventnosti: turoperatora neće morati kao do sada uplaćivati 1% prometa u fond osiguranja od insolventnosti, već će morati uplatiti jednokratno do 7% svog prometa kao garanciju. Prema procjenama udruge agencija VURS, to će donijeti poskupljenje od 60 eura po aranžmanu.
- Odštete za putnike: u slučaju kašnjenja aviokompanije će putnicima morati nadoknađivati veća financijska sredstva.
- Goriva s boljom CO2 bilancom: od 2025. aviokompanije moraju barem u 2% udjela koristiti nova „klimatski neutralna“ goriva, koja su do pet puta skuplja u odnosu na konvencionalna.
- Nabava CO2 certifikata – trošak ovih certifikata zrakoplovne kompanije kompenzirat će većim cijenama letova.
- Troškovi zrakoplovnih operacija: porasti će troškovi kontrola na aerodromima te će samim tim i zrakoplovne pristojbe biti više.

Mogu se očekivati dodatna poskupljenja turističkih aranžmana koji, u kombinaciji sa radi krize i inflacije smanjenim kućnim budžetima, mogu dovesti do smanjene potražnje za turističkim

aranžmanima. Dodatno, moguće je da će pojedini putnici štedjeti na putovanjima tako da će skratiti dane boravka, kupovati jeftinije odmore, ili potpuno odustati od putovanja.

Ipak, studija „Outpayce“ najavljuje kako će potražnja za turističkim aranžmanima dogodne ostati stabilna. Prema istraživanju, 52% ispitanika smatra da im je putovanje prioritet te se može zaključiti kako će Nijemci u 2024. godini putovat barem kao u ovoj godini, ali da bi im izdaci za putovanja mogli biti i veći. Studija pokazuje da potražnja potrošača za putovanjima ostaje snažna. Potrošači su prilično voljni potrošiti ušteđevinu iz doba pandemije i napraviti kompromise u drugim područjima kako bi potrošili više novca na međunarodna putovanja.

Dodatni kriterij koji bi mogao utjecati na kretanja u sezoni 2024. su i ratna zbivanja u Izraelu. Iako sam Izrael nije među vodećim destinacijama u Njemačkoj, ratna i sigurnosna kriza na Bliskom istoku, ukoliko se produži, mogla bi odvratiti veći broj putnika od putovanja u Egipat te u zemlje Zaljeva.

Ukupno gledajući, želja za putovanjima je kod Nijemaca, usprkos lošijoj ekonomskoj situaciji, na visokim razinama. Odabir destinacije i oblika odmora ovisit će kod velikog dijela stanovništva o raspoloživom budžetu i o razvitku sigurnosne situacije.

Motivi za putovanja u 2024.

Istraživanje putničkog portala Booking.com provedenog na više od 27.000 tisuća osoba u više od 30 zemalja pokazuje koji će trendovi utjecati na odabir godišnjeg odmora tijekom 2024. godine.

1. Pobjeći od svakodnevice i otkriti nove mogućnosti - 43% njemačkih putnika u anketi navelo je kako se tijekom svojih putovanja osjećalo kao „glavni lik u vrlo posebnoj priči“. Putovanje je u velikoj mjeri bijeg od stresne svakodnevice.
2. 38% Nijemaca reklo je da će klimatske promjene utjecati na njihovo planiranje odmora tijekom 2024. godine. Mnogima blizina vode i „obećanje“ da će se malo rashladiti važan argument pri planiranju godišnjeg odmora. Tri četvrtine ispitanika reklo je da se u blizini vode osjećaju opuštenije. Gotovo 42% ispitanika čak želi otići na putovanje u 2024. godini s motivom vezanim uz vodu. Osobito su popularni novi oblici wellness izleta poput plutajuće joge, vodenih zvučnih kupki i snježne meditacije.
3. Istraživanje nepoznatih mjesta i novih destinacija još je jedan trend - 43% reklo je da želi rezervirati godišnji odmor u 2024. u novoj/nepoznatoj destinaciji (za generaciju Z taj broj iznosi čak 60%).
4. Turisti su sve više zainteresirani za domaću hranu - 51% navodi kako ih zanimaju lokalne kuhinje, a 86% njemačkih putnika će svakako kušati domaću kuhinju. Zanimanje za lokalnu kulturu, a time i povijest koja stoji iza tradicionalnih jela, sigurno će utjecati na izbor destinacija za odmor mnogih turista.
5. 49% ispitanih navodi kako na odmoru traži dobar i miran san. Trećina ispitanika izjavila je kako želi odvojiti vrijeme za ljubav, produblivanje odnosa s partnerom, ili traženje partnera na odmoru. S ciljem relaksacije, 43% ispitanih Nijemaca odabralo bi jednostavnu, seosku lokalnu destinaciju za odmor.
6. Mnogi putnici i dalje žele određenu dozu luksuza tijekom svog odmora – makar i nakratko. S druge strane, 42% ispitanika planira iduće godine putovati u zemlju u kojoj su troškovi života jeftiniji nego kod kuće.
7. Trendi je održivost na putovanjima - 42% ispitanika želi da se smještaj oslanja na održive inovacije, a više od polovice traži simbiozu između smještaja i prirode.

TURISTIČKA SEZONA 2024. – HRVATSKA

Hrvatska se po broju dolazaka i noćenja s njemačkog tržišta pozicionirala među vodeće inozemne destinacije za ljetni godišnji odmor. U apsolutnim pokazateljima Hrvatska spada u grupu deset vodećih destinacija (uzmu li se u obzir i njemačke pokrajine).

Sezona 2022. donijela je rast s njemačkog tržišta prema Hrvatskoj u okolnostima koja su posebno pogodovale auto destinacijama. S druge strane, 2023. godina, kada su se tržišni uvjeti normalizirali, donijela je stabilizaciju tržišta, s kvalitativnim promjenama u samoj dinamici odvijanja sezone, tj. jačanju pred i posezone, prometa u kontinentalnim destinacijama i korištenja većeg broja selektivnih turističkih proizvoda.

Hrvatska ipak ima još dodatnog prostora za jačanje svoje pozicije na tržištu kroz segmentiranje i kroz ciljanu komunikaciju prema različitim skupinama potencijalnih klijenata, poglavito u razdobljima pred i posezone, u skladu s trendovima održivosti i brige o okolišu.