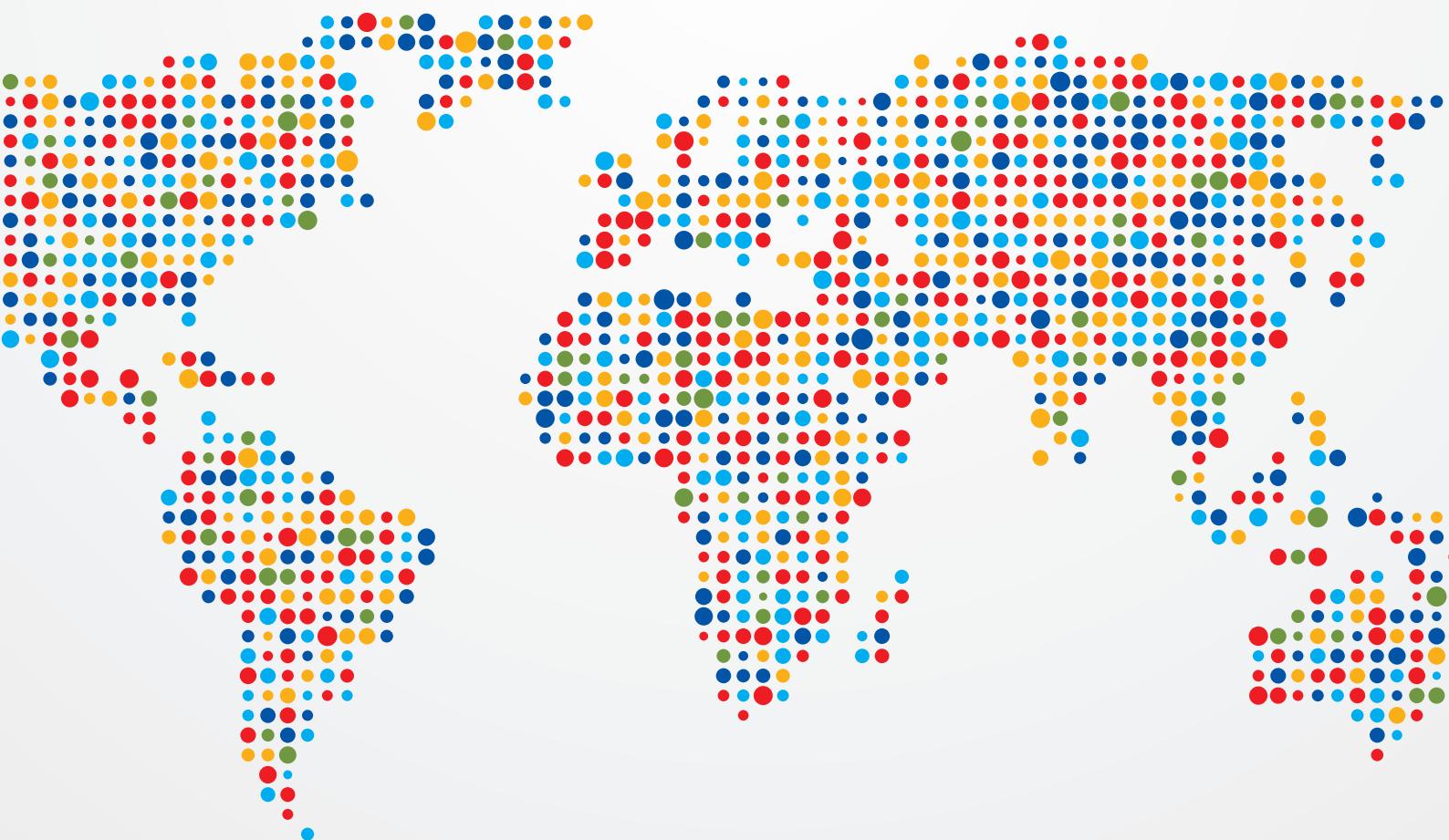




NJEMAČKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2021.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Uvodna napomena:

Pojavom pandemije bolesti COVID-19 tijekom prvog kvartala 2020. na globalnoj je razini došlo do iznimno snažnog poremećaja svih sfera društvenog i gospodarskog života te je turizam, u svim svojim pojavnim oblicima jedna od najsnažnije pogođenih djelatnosti, s neizujesnim kratkoročnim i srednjoročnim perspektivama oporavka.

U takvom kontekstu, 2020. (vrlo vjerojatno i nekoliko narednih godina) donosi potpuni odmak od uobičajenih poslovnih okolnosti i obrazaca ponašanja na strani ponude i potražnje, tako da ranije ustanovljeni trendovi i prognoze temeljene na modelima izgrađenim u kontekstu stabilnih poslovnih odnosa doživljavaju korjenitu promjenu. Imajući u vidu navedeno, standardni format profila tržišta u ovoj je godini promijenjen i prilagođen novonastalim okolnostima na način da su u odnosu na ranija izdanja redefinirana određena tematska poglavlja.

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. godine.

Parlament:

dvodomni parlament: Bundestag (Donji Dom), 709 članova, Bundesrat (Gornji Dom), 69 članova.

Predsjednik vlade: kancelarka Angela Merkel, od rujana 2005. godine.
















Državni praznik:

3. listopada.

Površina:

Njemačke iznosi: 357.123,50 km².

Najveći gradovi

	IME	Broj Stanovnikaa 12/2019.	Broj Stanovnikaa 2000.	Savezna država
1.	Berlin	3.644.826	3.382.169	
2.	Hamburg	1.841.179	1.707.901	
3.	München	1.471.508	1.236.370	
4.	Köln	1.080.664	962.884	
5.	Frankfurt am Main	753.056	650.055	
6.	Stuttgart	634.830	585.604	
7.	Düsseldorf	619.294	571.030	
8.	Leipzig	587.857	519.710	
9.	Dortmund	587.010	598.840	
10.	Essen	583.109	614.861	
11.	Bremen	569.352	549.357	
12.	Dresden	554.649	495.424	
13.	Hannover	538.068	523.147	
14.	Nürnberg	518.365	492.425	
15.	Duisburg	498.590	535.250	

Izvor: Statista Research Department

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Valuta:

1 Euro = 100 Cent.

Brutto nacionalni dohodak 2018.:

3 449,1 mrd. eura (Stanje: 9/2020, Izvor: Destatis).

BDP-stopa rasta za 09/2020.:

-9,7 %.

Izvoz 2019.:

1.327,6 mrd. Euro (Stanje: 12/2019, Izvor: Destatis).

Uvoz 2019.:

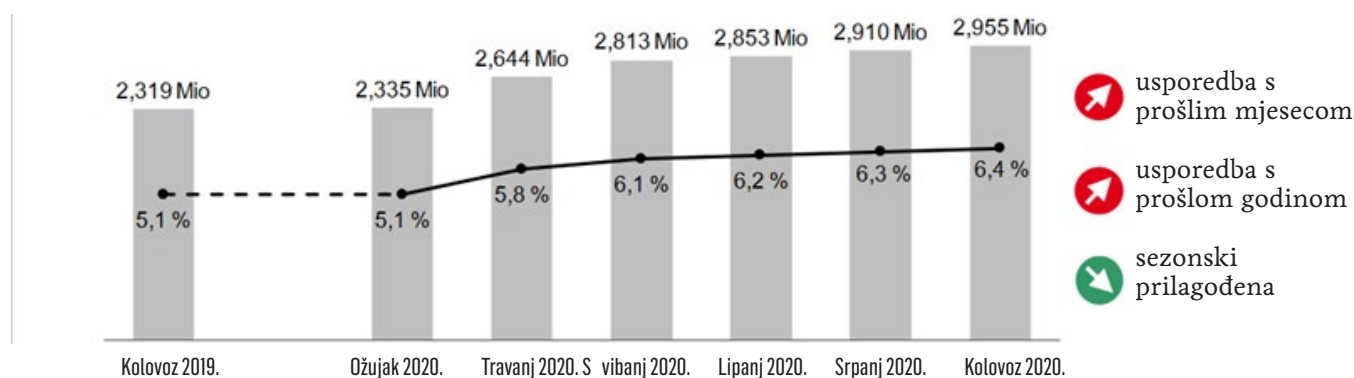
1.104,1 mrd. Euro (Stanje: 12/2019, Izvor: Destatis).

Stopa nezaposlenosti

Broj nezaposlenih 2.955.000, stanje 8/2020. stopa: 6,4%. (8/2020) – (2019 stopa 5,1% / + 636.000 u odnosu na isti mjesec prošle godine).

Kretanje nezaposlenosti

Broj nezaposlenih u Njemačkoj



Izvor: <https://www.arbeitsagentur.de/>

Iz gornjeg grafikona vidljivo je da je uslijed pandemije broj radnika koji su bili na mjeri za očuvanje zaposlenosti „Kurzarbeit“ dosegao u travnju 2020. gotovo 6 milijuna osoba, dok je na vrhuncu financijske krize 2019. broj takvih radnih odnosa bio manji od 1,5 milijuna.

BDP per capita

BDP po stanovnikau iznosi cca. 41.508 eura (2019.) (Izvor: Destatis).

Prosječna plaća:

23.766 Euro brutto (stanje: 2020) (Izvor: GfK).

Stopa inflacije:

Stopa inflacije u 2019. godini je iznosila je 1,4 %. Prognoza stope inflacije za 2020.= 0,6 %, za 2021. = 1,2%. (Izvor: <https://de.statista.com>).

Stanovništvo

Broj stanovnika:

cca. 83,2 milijuna (Stanje: 12/2019. Izvor: Destatis).

Od toga Nijemci:

cca. 72,77 milijuna (Stanje:12/2019).

Stranci:

cca 10,4 milijuna (Stanje:12/2019).

Žensko stanovništvo:

cca. 42,1 milijuna (Stanje:12/2019).

Muško stanovništvo:

cca. 41,0 milijuna (Stanje:12/2019).

Samci:

cca. 34,2 milijuna (Stanje:12/2015, izvor: Destatis) *

Oženjeni

cca. 36,0 milijuna (Stanje:12/2015, izvor: Destatis)*

Rastavljeni/udovci:

cca. 6,2 milijuna (Stanje:12/2015, izvor: Destatis)*

Naseljenost stanovnika:

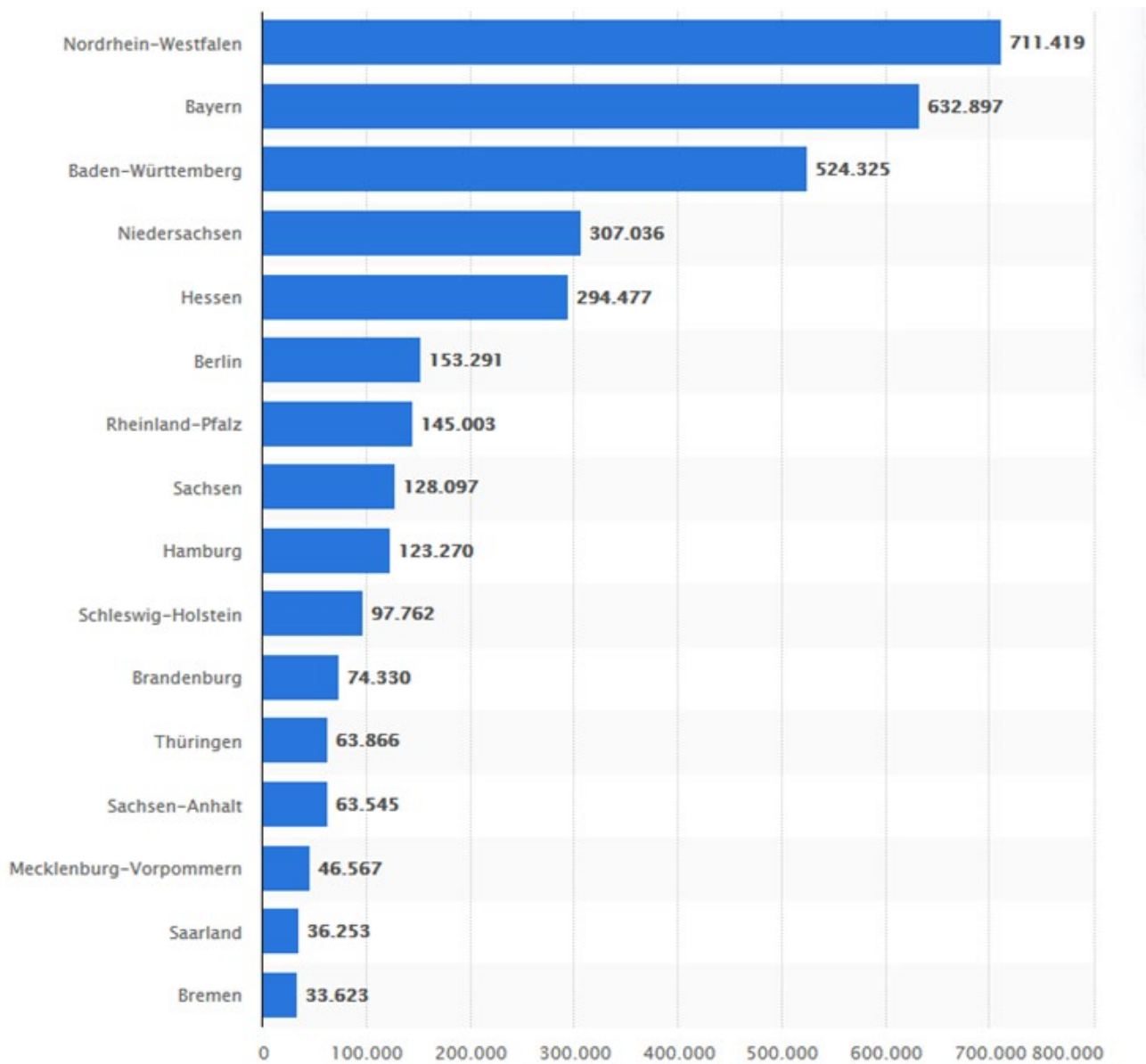
233 stanovnika po km²

Izvor: Destatis

Vjerska pripadnost:

Kršćani 53,2 % (Katolici 27,1%, Protestanti 24,9%)
Muslimani 5,2%, bez konfesije 38,8%,
ostali 4 %).

BDP po pokrajinama



Izvor: Destatis rujan 2020.

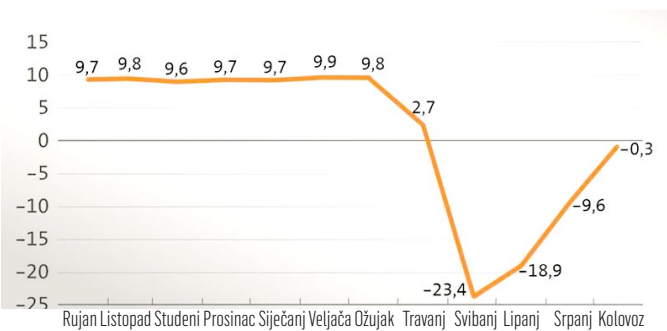
Makroekonomski pokazatelji po savezним pokrajinama

Savezna država	BDP /po stanovnikau 2018.	Raspoloživog dohotka/po stanovnikau 2018.
Hamburg	64.567 Euro	25.242 Euro
Bremen	49.570 Euro	20.969 Euro
Bayern	45.810 Euro	25.107 Euro
Baden-Württemberg	44.886 Euro	24.732 Euro
Hessen	44.804 Euro	24.329 Euro
Nordrhein-Westfalen	38.645 Euro	22.777 Euro
Berlin	38.032 Euro	21.033 Euro
Niedersachsen	36.164 Euro	22.475 Euro
Rheinland-Pfalz	35.455 Euro	22.587 Euro
Saarland	35.460 Euro	21.620 Euro
Schleswig-Holstein	32.342 Euro	23.020 Euro
Sachsen	29.856 Euro	19.727 Euro
Thüringen	28.747 Euro	19.669 Euro
Brandenburg	27.675 Euro	20.938 Euro
Sachsen-Anhalt	27.221 Euro	19.456 Euro
Mecklenburg-Vorpommern	26.560 Euro	19.356 Euro

Vanjskotrgovinska bilanca

U 2019. vanjskotrgovinska bilanca Njemačke iznosila je oko 223,2 milijarde eura, tj. Njemačka je imala izvozni višak. U srpnju 2020. iz Njemačke je izvezeno robe u vrijednosti 102,3 milijarde eura, a vrijednost izvoza pala je za jedanaest posto u odnosu na isti mjesec prethodne godine. Vrijednost uvoza iznosila je 83,1 milijardu eura, što je pad od 11,3 posto u odnosu na srpanj prethodne godine.

Indeks potrošnje



Izvor: GfK

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domaćino gospodarstvo

Njemačko je gospodarstvo uglavnom orijentirano na izvoz. Otprilike svaki četvrti posao u Njemačkoj ovisi o izvozu. Istodobno, kao zemlja siromašna sirovinama, Njemačka također ovisi o uvozu. Unatoč ovoj ovisnosti o uvozu, izvoz robe u Njemačkoj desetljećima je bio veći od uvoza. Sukladno razvoju pandemijske krize njemačka ekonomija osjeća posljedice zbog slabljenja potražnje za robama i uslugama.

Utjecaj pandemije virusa COVID 19 na ekonomiju i društvo u 2020., očekivani utjecaj u 2021.

Ne samo da tvrtke trenutno gledaju na blisku budućnost s velikom dozom skepticizma, već i Bundesbank strahuje da će gospodarski oporavak biti usporen zbog drugog vala korona krize. Njemačka centralna banka iz trenutne perspektive smatra kako će gospodarstvo vjerojatno nastaviti s oporavkom tek u četvrtom tromjesečju 2020., iako puno sporijim tempom. Ova procjena slijedi nakon faze određenog oporavka – u razdoblju od srpnja do rujna gospodarska je aktivnost “naglo porasla”, piše

Bundesbank. Mjereno kvartalnim bruto domaćim proizvodom (BDP), više od polovice drastičnog pada u proljeće već je nadoknađeno. Ipak, s ponovnim razbuktavanjem epidemije gospodarstvo slabi. Bundesbank predviđa da bi mnoge financijske institucije sada mogle ponovno uspostaviti restriktivnija pravila kreditiranja, a može se očekivati i smanjivanje profitabilnosti njemačkih banaka.

Savezna vlada je pesimističnija od Bundesbanke. Iz vlade smatraju da će njemačkom gospodarstvu malo nedostajati da premaši najveći gospodarski pad od osnutka Republike. U jesenskoj prognozi ministar Peter Altmaier ipak je u određenoj mjeri poboljšao očekivanja o kretanju bruto domaćeg proizvoda u ovoj godini s prognozom od minus 5,5 posto, s ranijih minus 5,8 posto. Altmaier i dalje očekuje rast od 4,4 posto za 2021. godinu. Recesija, kao posljedica pandemije korone, tako bi se zadržala malo ispod rekordne razine od minus 5,7 posto u 2009. godini (nakon svjetske financijske krize).

Institut Ifo nedavno je izvijestio o pesimističnom raspoloženju tvrtki. Indeks poslovne klime tada je pao za 0,5 bodova u odnosu na prethodni mjesec i to na 92,7 bodova, što je više od očekivanog (analitičari su očekivali pad na 93,0 boda). Daljnji razvoj ekonomskih kretanja ovisit će o razvoju zdravstvene situacije u zadnjem kvartalu 2020. i u prvom kvartalu 2021. U trenutku kada se u cijeloj Europi bilježi rast broja zaraženih osoba i kada sve više zemalja uvodi drastične mjere radi suzbijanja širenja epidemije, izgledi nisu pozitivni, što potvrđuje i novi, blaži nego tijekom proljeća, lockdown koji je u Njemačkoj uveden u studenome 2020.

Glavne značajke ovog *lockdowna* su:

- ugostiteljski objekti se zatvaraju, ostaju otvoreni jedino za dostavu
- hoteli mogu primiti samo goste na poslovnim putovanjima, noćenja radi turizma su zabranjena
- svi sportski objekti za rekreaciju se zatvaraju
- kulturne ustanove se zatvaraju za publiku
- saloni za masažu i tetoviranje se zatvaraju
- na javnim prostorima mogu se družiti samo članovi dvaju domaćinstava do maksimalno 10 osoba.

Savjetuje se:

- da se ne putuje i da se što više radi od kuće.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Upotreba medija u Njemačkoj

Od svih medija u Njemačkoj, televizija je i dalje najpopularnija. Prema studiji SevenOne Media, televizija ima najveći dnevni doseg od 90 %. Najviše korišteni audio medij je i dalje radio, s udjelom od 91 %, pa internet s 63 %. Gotovo 77 % Nijemaca čita novine svaki dan, dok časopisi imaju dnevni doseg od 63 %.

Različita slika pojavljuje se za dobnu skupinu od 14 do 49 godina - kod ove skupine internet prednjači pred televizijom. Sveukupno, svaki Nijemac prosječno provede 220 minute dnevno pred televizorom. Trenutno ima oko 63,3 milijuna korisnika interneta diljem zemlje koji barem povremeno koriste internet. Prisutan je i snažan rast paralelne upotrebe Interneta i televizije. Nasuprot tome, naklada dnevnih novina u Njemačkoj opada već godinama.

TV postaje

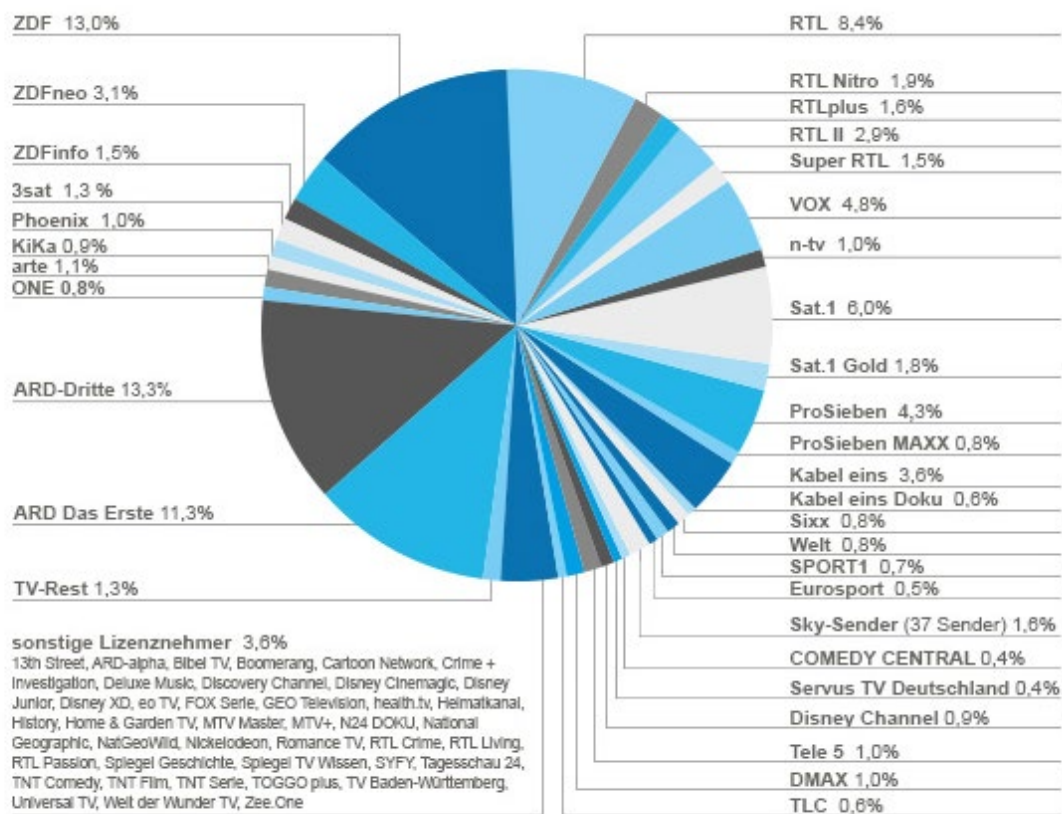
Gledanje televizije jedan je od najpopularnijih „hobija“ u Njemačkoj. Prema Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF), dok je u 2000. godini prosječna dnevna gledanost televizije iznosila 190 minuta, u 2019. godini je narasla na 220 minuta. U prosjeku, kućanstva primaju preko 74 kanala (siječanj 2016.). Za usporedbu, dvadeset godina ranije, prosjek je iznosio 35 televizijskih kanala po kućanstvu.

Glede tržišnog udjela TV postaja (gledanosti), još uvijek prednjače javni kanali: ZDF, ARD te tzv. „ARD Dritte“ tj. regionalne postaje prvog programa javne televizije poput SWR, BR, WDR, NDR itd.

U dobnj skupini 14-49 prevladavaju privatne postaje RTL, ProSieben i Sat.


Glede bruto reklamnih prihoda RTL je na prvom mjestu, s više od 3 milijarde eura. Drugo i treće mjesto zauzele su ProSieben (oko 2,4 milijarde eura) i Sat.1 (nešto manje od 2,1 milijardi eura).

Grafički pregled tržišnih udjela/ gledanosti tv postaja u Njemačkoj



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.01.2019-31.12.2019, Marktstandard: TV

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	Dokumentacije & Lifestyle (D)
hr-fernsehen		ARD	Regionalna postaja Hessen (D)
KiKA		ARD, ZDF	Program za djecu (D)
MDR Fernsehen		ARD	Regionalna postaja Mitteldeutschland (D)
NDR Fernsehen		ARD	Regionalna postaja Norddeutschland (D)
Phoenix		ARD, ZDF	Vijesti, Politika i dokumentarci (D)
Radio Bremen TV		ARD	Regionalna postaja Bremen (D)
rbb Fernsehen		ARD	Regionalna postaja Berlin und Brandenburg (D)
SR Fernsehen		ARD	Regionalna postaja das Saarland (D)
SWR Fernsehen		ARD	Regionalna postaja Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz (D)
WDR Fernsehen		ARD	Regionalna postaja Nordrhein-Westfalen (D)
ZDF		ZDF	Kompletan program (D)
ZDFinfo		ZDF	Informacije (D)
ZDFkultur		ZDF	Umjetnost i glazba (D)
ZDFneo		ZDF	Mlada publika (D)

Privatne postaje (Free-TV)

Ime	Logo	Grupacija	Klasifikacija
Anixe SD			Filmovi i serije (D)
Comedy Central		MTV Networks Germany	Serien (D, A, CH)
DAF		Börsenmedien AG	Vijesti sa burze (D)
Das Vierte		Mini Movie International	Filmovi i serije (D)
Deluxe Music		Deluxe Television GmbH	Musik (D)
DMAX		Discovery-Communications	Program za muškarce (D, CH)
euronews		diverse europäische TV's	Vijesti (EU)
Eurosport		TF1	Sport (EU)
kabel eins		ProSiebenSat.1 Media	Kompletan program (D, A, CH)
N24		N24 Media GmbH	Vijesti & Doku (D)
n-tv		RTL Group	Vijesti & Doku (D)
nickelodeon		MTV Networks Germany	Kinder (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	Kompletan program (D, A, CH)
RTL NITRO		Tele München Gruppe	(D)
Sat.1		RTL Group	Kompletan program (D, A, CH)
Servus TV		ProSiebenSat.1 Media	Kompletan program (A, D)
sixx		RedBull GmbH	Program za žene & serije (D, A, CH)
sonnenklar.TV		ProSiebenSat.1 Media	Putovanja (D)
Sport 1		Euvia Travel GmbH	Sport (D)
Star TV		Constantin Medien AG	Kompletan program (CH)
SUPER RTL			Program za djecu & serije (D, A, CH)
Tele 5		RTL Group	Filmovi i serije (D)
VIVA		Tele München Gruppe	Glazba i serije (D, A)
VOX		MTV Networks Germany	Kompletan program (D, A, CH)

1.2 Radijske postaje

- 418 radijskih programa, od toga 232 privatne, 71 javna radio postaja te 115 ostalih (izvor: @Statista 2019)
- 77,1 % Nijemaca (starijih od 14 godina), dnevno sluša radio u prosijeku 258 minuta.

U nastavku poredak najslušanijih postaja (broj slušatelja po satu izraženo u 1000, ponedjeljak do petak)

	Hörer in Tsd. ma 2019/II	Hörer in Tsd. ma 2019/I	Veränderung in Prozent
Radio NRW	1.594	1.603	- 0,6 %
Bayern 1	1.103	1.018	+ 8,3 %
WDR 2	1.092	1.046	+ 4,4 %
Antenne Bayern	1.035	1.018	+ 1,8 %
SWR 3	1.033	1.072	- 3,6 %
Bayern 3	868	837	+ 3,7 %
1Live	855	818	+ 4,5 %
NDR 2	807	808	- 0,1 %
Hit-Radio FFH	474	520	- 8,8 %
radio ffn	461	432	+ 6,7 %
SWR 4 BW	454	468	- 3,0 %
SWR 1 BW	407	374	+ 8,8 %
MDR Sachsen	366	357	+ 2,5 %
hr3	358	340	+ 5,3 %
Antenne Niedersachsen	346	316	+ 9,5 %
MDR Jump	299	299	+/- 0
R.SH	280	235	+ 19,1 %
Klassik Radio	259	254	+ 2,0 %
Radio Hamburg	251	236	+ 6,4 %
MDR Thüringen	240	239	+ 0,4 %

Izvor: AG.MA

Print mediji

Novine i dalje igraju važnu ulogu u životima Nijemaca. Prema studiji Score Media, regionalne novine u tiskanom ili digitalnom obliku svakog dana čita četiri od pet Nijemaca. Dok čitatelji cijene dubinu informacija u

tiskanom izdanju, koriste online izdanja kako bi došli do aktualnih vijesti. Ukupni doseg svih novina je procijenjen na 38,1 milijuna njemačkih govornika starijih od 14 godina. Ukupni doseg svih novina u 2019. neznatno je smanjen u odnosu na 2018. godinu.

Najčitanije regionalne dnevne novine po savezним pokrajinama

	Naklada 2019	vs. 2018.	u %
Berlin			
Der Tagesspiegel (sa Potsdamer Neueste Nachrichten)	94.482	1.198	1,3
Brandenburg			
Märkische Allgemeine	96.537	-4.080	-4,1
Mecklenburg-Vorpommern			
Ostsee-Zeitung	112.344	-5.217	-4,4
Sachsen-Anhalt			
Mitteldeutsche Zeitung	156.649	-9.144	-5,5
Sachsen			
Freie Presse	213.073	-5.330	-2,4
Thüringen			
Mediengruppe Thüringen Verlag	219.889	-11.773	-5,1
Bremen			
Weser-Kurier	118.688	-5.540	-4,5
Hamburg			
Hamburger Abendblatt/Bergedorfer Zeitung	139.195	-8.965	-6,1
Niedersachsen			
HAZ/NP Hannover	140.737	-6.436	-4,4
Schleswig-Holstein			
sh:z	162.008	-5.549	-3,3
Nordrhein-Westfalen			
Funke-Mediengruppe (WAZ+NRZ+WP+WR)+IKZ	463.881	-31.712	-6,4
Hessen			
RheinMainMedia (FNP, Höchster Kreisbl., Taunus Ztg, Nass. Neue Presse, Rhein-Main-Ztg, FR)	154.164	-1.141	-0,7
Rheinland-Pfalz			
Die Rheinpfalz	192.938	-5.952	-3,0
Saarland			
Saarbrücker Zeitung	102.315	-6.101	-5,6
Baden-Württemberg			
Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten PLUS	170.778	-8.414	-4,7
Bayern			
Nürnberger Nachrichten Gesamt	226.415	-7.552	-3,2

Poredak najčitanijih nadregionalnih dnevnih novina u Njemačkoj:

Redni broj	Naslov	Naklada (Travanj 2019.)	Travanj 2019./2018. (apsolutne vrijednosti)	Indeks travanj 2019./2018.
1	Bild	1.182.699	-134.113	-10,2
2	Süddeutsche Zeitung	279.079	-12.858	-4,4
3	Frankfurter Allgemeine	192.770	-6.909	-3,5
4	Handelsblatt	87.560	-1.018	-1,1
5	Welt Print werktag (Welt + Welt Kompakt)	66.957	-9.498	-12,4
6	taz.die tageszeitung	42.113	-413	-1,0
7	Neues Deutschland	19.010	-3.449	-15,4

Izvor: @ IVW 2019

U nastavku poredak top 50 publikacija (magazini, novine, specijalizirani časopisi) prema doseg u milijunima čitatelja, kriterij dobna skupina od 14 godina i neto dohodak po kućanstvu 2.500, uz usporedbu s 2019.

	Ukupno			Muškarci			Žene		
	Doseg (%)		Indeks promjene	Doseg (%)		Indeks promjene	Doseg (%)		Indeks promjene
	2019	2020		2019	2020		2019	2020	
Basis	100,0	100,0	100	100,0	100,0	100	100,0	100,0	100
BILD am SONNTAG	10,7	10,2	95	15,6	14,3	92	5,9	6,2	104
WELT PRINT Gesamt	2,0	2,4	115	2,9	3,4	118	1,2	1,3	108
FOCUS	5,5	4,9	89	8,0	6,5	82	3,2	3,3	105
DER SPIEGEL	8,0	7,4	93	11,9	10,1	85	4,3	4,8	113
stern	8,2	7,8	96	10,3	9,0	87	6,1	6,7	109
Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	1,0	1,1	114	1,3	1,3	96	0,6	1,0	148
DIE ZEIT	2,6	2,8	107	3,5	3,0	86	1,7	2,5	152
Gong plus	2,7	2,0	74	2,4	1,8	75	3,0	2,2	74
HÖRZU	5,8	5,3	91	5,1	4,7	93	6,4	5,8	90
TV DIGITAL	5,2	5,2	100	6,2	6,6	106	4,2	3,8	91
TV für mich	0,9	0,9	93	0,2	0,2	117	1,7	1,5	91
TVdirekt	2,9	2,6	90	3,0	2,5	81	2,8	2,7	99
auf einen Blick	3,1	2,2	73	2,0	1,5	76	4,1	2,9	71
BILDWOCHE	0,7	0,5	76	0,5	0,5	97	0,8	0,5	64
Fernsehwoche	2,3	2,0	85	1,9	1,6	81	2,7	2,4	87
FUNK UHR	1,9	1,4	74	1,7	1,5	88	2,1	1,3	63
SuperTV	0,7	0,7	97	0,5	0,5	92	0,8	0,8	100
tv Hören und Sehen	3,8	3,2	83	3,5	2,9	83	4,2	3,5	82
TV klar	0,8	0,7	89	0,8	0,7	86	0,7	0,7	93
TV neu!	0,6	0,5	78	0,6	0,5	80	0,6	0,5	76
die 2	0,4	0,3	84	0,3	0,1	48	0,5	0,5	103
TV Movie	7,4	7,6	102	7,4	7,2	98	7,4	7,9	107
TV Piccolino		0,7			0,6			0,8	
TV SPIELFILM plus	7,9	7,4	95	8,1	7,7	95	7,6	7,2	94
tv14	7,5	6,4	85	7,4	6,2	84	7,5	6,5	87
tv pur	1,6	1,4	86	1,5	1,1	73	1,8	1,7	96
die aktuelle	2,5	2,6	102	0,8	0,7	91	4,2	4,4	104
ECHO DER FRAU	1,3	0,9	69	0,1	0,1	80	2,3	1,6	69
frau aktuell	1,4	1,0	70	0,1	0,2	202	2,6	1,7	65
FRAU IM SPIEGEL	1,7	1,2	69	0,3	0,2	80	3,1	2,1	68
DAS GOLDENE BLATT	1,9	1,7	87	0,5	0,5	103	3,3	2,8	84
NEUE WELT	1,0	0,6	64	0,3	0,3	105	1,6	0,9	57
BILD der FRAU	6,9	6,5	95	0,7	0,9	130	12,9	12,0	93
FRAU von HEUTE	0,5	0,3	67	0,0	0,1	231	1,0	0,6	62
Avanti	0,5	0,4	93	0,1	0,1	85	0,8	0,7	95
Frau mit Herz	0,8	0,4	52	0,1	0,1	57	1,5	0,8	52
FREIZEIT REVUE	2,8	2,7	98	1,8	1,7	94	3,7	3,7	100
FREIZEIT SPASS	0,6	0,6	91	0,4	0,4	93	0,9	0,8	90
FREIZEITWOCHE	0,7	0,7	107	0,4	0,4	104	0,9	1,0	108
GLÜCKS REVUE	1,1	0,9	83	0,9	0,8	88	1,4	1,1	79
mach mal Pause	0,9	0,7	80	0,7	0,6	97	1,1	0,8	71
Mini	0,4	0,3	67	0,1	0,2	113	0,7	0,4	58
das neue	0,4	0,3	92	0,1	0,2	263	0,6	0,4	68
DAS NEUE BLATT	2,0	1,6	83	0,6	0,5	96	3,4	2,7	81
DIE NEUE FRAU	0,2	0,2	94	0,0	0,0	456	0,4	0,4	86

Izvor: © Media-Analyse agma 2019

Digitalni mediji

Prema AGOF Digital Facts online studiji, oko 59,5 milijuna ljudi u Njemačkoj koristilo je internet tijekom 2019. godine, što predstavlja udio „onlinera“ u Njemačkoj od 86,4 posto u odnosu na ukupnu populaciju zemlje. U generaciji od 60+, udio korisnika interneta iznosi 82,2 posto, dok je u skupini od 14 do 19 godina, 99,3 posto korisnika Interneta. Prosječno korištenje interneta dnevno u Njemačkoj 2019. godine iznosilo je 196 minuta.

Povećana upotreba mobilnih uređaja također je promijenila udio korisnika mobilnog Interneta. Dok je udjel internetskih korisnika koji koriste mobilni internet u 2011. iznosio oko 13 posto, taj je udio porastao na 74 posto u 2019. godini. Oko 37 posto ljudi u Njemačkoj svakodnevno koristi internet na putu.

U nastavku slijedi top 20 web stranica prema broju korisnika 2019. (neto i bruto doseg):

TOP 20: Digitale Gesamtangebote

	Unique User in %	Unique User in Mio.	Kontakte in Mio.
Basis	100,0	68,86	
T Online	75,5	52,02	14.998,68
ebay Kleinanzeigen	75,1	51,72	82.099,50
FOCUS Online	73,9	50,88	4.317,19
BILD	71,0	48,89	13.475,15
WELT.de	69,0	47,53	2.460,11
SPIEGEL ONLINE SPM	68,9	47,47	9.014,30
WEB.DE	68,5	47,18	32.266,11
CHIP	68,3	47,01	937,94
CHEFKOCH EMS	67,4	46,41	4.139,66
STERN EMS	64,4	44,34	1.908,01
COMPUTERBILD.de	63,1	43,47	1.083,02
FUNKE MEDIEN NRW	62,2	42,83	1.366,84
Merkur.de OMS	62,1	42,79	1.210,56
RTL IPD	60,9	41,92	1.105,98
N-TV IPD	60,8	41,85	5.912,38
wetter.com	60,5	41,63	5.307,48
Das Telefonbuch	58,9	40,59	448,24
ZEIT ONLINE	58,8	40,47	1.417,74
Süddeutsche.de	58,6	40,34	1.335,56
DuMont Newsnet	58,4	40,21	1.867,67

Izvor: AGOF facts & figures 2019v

U nastavku je redoslijed mobilnih stranica po broju korisnika lipanj 2020. (neto i bruto doseg):

	Vrsta medija	Neto doseg(Unique User)		Bruto doseg (Kontakti)
		%	Unique User u mil.	Kontakti u mil.
Basis		100,0	60,12	
ebay Kleinanzeigen	Mobile	59,2	35,58	11.347,35
T Online	Mobile	48,3	29,02	1.509,89
FOCUS Online	Mobile	46,4	27,90	474,03
BILD	Mobile	41,6	25,01	1.213,33
DER SPIEGEL SPM	Mobile	37,0	22,24	604,11
WEB.DE	Mobile	37,0	22,21	3.558,88
WELT.de	Mobile	36,5	21,92	244,55
CHIP	Mobile	35,8	21,50	95,60
N-TV IPD	Mobile	35,3	21,22	830,59
RTL IPD	Mobile	31,0	18,65	133,83
CHEFKOCH EMS	Mobile	29,4	17,69	323,89
wetter.com	Mobile	29,2	17,58	707,00
STERN EMS	Mobile	28,1	16,91	183,56
GMX	Mobile	28,0	16,86	3.086,50
FUNKE MEDIEN NRW	Mobile	26,9	16,14	101,03
mobile.de	Mobile	25,8	15,48	1.352,50
FAZ.NET	Mobile	25,7	15,45	153,54
Immobilien Scout 24	Mobile	25,2	15,16	1.293,71
RND	Mobile	25,0	15,02	106,69
Süddeutsche.de	Mobile	24,1	14,51	156,79
DuMont Newsnet	Mobile	23,9	14,34	165,83
COMPUTERBILD.de	Mobile	23,8	14,29	113,10
ZEIT ONLINE	Mobile	22,8	13,69	181,29
GIGA.de	Mobile	21,9	13,14	90,29
RP Online	Mobile	21,8	13,13	127,71
AUTOBILD.de	Mobile	21,3	12,83	166,25
Der Tagesspiegel	Mobile	17,4	10,46	82,77
Das Telefonbuch	Mobile	17,0	10,22	43,80
WUNDERWEIB	Mobile	16,8	10,12	46,59
BUNTE	Mobile	16,7	10,06	60,11
TV SPIELFILM PLUS	Mobile	16,0	9,61	180,06

Izvor: AGOF facts & figures 2020

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2019. GODINI

Generalni osvrt na stanje na emitivnom turističkom tržištu

Putovanja i turizam visoko su na rang listi prioriteta njemačkih građana - u medijima su turističke teme vrlo zastupljene, a prosječni Nijemac iskusan je putnik. Njemačka domaćinstva svake godine odvajaju značajan dio svog kućnog budžeta za putovanja i godišnji odmor.

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

U 2020. godini, od ožujka nadalje, slika turističkog tržišta potpuno se promijenila. Klijenti su, u jeku ozbiljne epidemiološke situacije, odlučili korjenito promijeniti svoje navike i u velikom broju odustati od odmora u inozemstvu, tj. okrenuli su se domaćim destinacijama, ili nisu uopće putovali.

Prije korona krize, u istraživanju „Reiseanalyse 2020“ instituta FUR, koja obuhvaća uzorak od 12 tisuća ispitanika, navedeni su prvi opći trendovi za turističko tržište u 2020. Prema pokazateljima FUR-a, turistička potražnja Nijemaca za 2020. trebala je ostati stabilna i na visokom nivou. U 2019. Nijemci su realizirali 71 milijun putovanja dužih od 5 dana i 91 milijun kratkih putovanja, a indikatori turističke potražnje za godinu 2020. pokazivali su pozitivan trend. Nijemci koji su sudjelovali u anketi instituta FUR ocijenili su očekivanja vezana uz vlastitu ekonomsku perspektivu uglavnom kao zadovoljavajuću. Njih 22% (25% 2018.) očekivalo je da će im se ekonomska situacija poboljšati, dok je 22% (19% 2018.) očekivalo pogoršanje. 57% anketiranih nije očekivalo promjene (56% u 2018.). Do kraja 2019. već je četiri od pet Nijemaca razmišljalo o godišnjem za 2020. a sklonost putovanjima porasla je u odnosu na proteklu godinu na 57% (s 56%).

Cjelokupna slika turističkog sektora u 2020. nije se u velikoj mjeri trebala razlikovati u odnosu na 2019. godinu, kako u pogledu turističkih destinacija, tako i vrste putovanja. FUR je procjenjivao da će redosljed

omiljenih destinacija ostati nepromijenjen: Njemačka je trebala zauzeti prvo mjesto s 30% udjela, slijedile su Španjolska, Italija, Turska i Austrija, a Hrvatska i Grčka također su bile u vrhu potražnje.

Glavna nadolazeća tema bila je održivost turističkog proizvoda, kao rezultat sve većeg saznanja o klimatskim promjenama. Posebno se analizira i promatra emisija CO2 kroz letove prema dalekim destinacijama. U tom pogledu pojavio se termin "Flugscham" tj. loš osjećaj putnika radi proizvodnje CO2 na letu na kojim putuju.

Utjecaj pandemije virusa COVID-19 na turistički promet u 2020.

Očekivanja struke za ljetnu sezonu 2020. uglavnom su bila pozitivna tj. očekivala se stabilna potražnja. Smatralo se kako će okretanje klijenata prema održivosti u turizmu donijeti prednosti onima kojima se mogu u kraćem roku preorijentirati ka pružanju proizvoda s ugrađenom komponentom očuvanja prirode.

U veljači su se učinci širenja novog virusa COV SARS 2 počeli osjećati i u Njemačkoj, a zabrinutost za zdravstvenu i za ekonomsku situaciju je rasla. „Drama“ se odvijala krajem veljače vezano uz održavanje sajma ITB, a definitivno otkazivanje sajma, koji se trebao odvijati od 4. do 8. ožujka označilo je početak krize u turističkoj branši. Postepeno uvođenje mjera izolacije i lockdowna doveli su turističko tržište u poziciju koja nikad prije nije bila viđena, niti se činila mogućom.

Njemačka je uvela preporuku da se ne putuje u inozemstvo. Turoperatori i aviokompanije morali su stornirati programirana putovanja i letove, što je dovelo do potpune destabilizacije tržišta. Kako bi se osigurala zaposlenost i likvidnost tvrtki, vlada je omogućila nebirokratsko postupanje sa skraćenim radnim vremenom te su osigurani povoljni krediti za tvrtke. Razvila se debata oko obeštećivanja klijenata koji nisu mogli pristupiti plaćenom aranžmanu ili letu. Na kraju su turoperatori i aviokompanije mogli dijeliti vouchere, ukoliko ih klijenti prihvaćaju, ili vratiti uplaćen novac.

Sredinom lipnja, njemačko ministarstvo vanjskih poslova je ukinulo negativnu preporuku za putovanja za zemlje Europske unije. Od tada kreće i promet prema

destinacijama unutar EU, iako u reduciranom obujmu. Aviolinije prema odmorišnim destinacijama reducirane su i do 90% u odnosu na ranija razdoblja.

Prvi konkretniji promet u inozemnim destinacijama počeo se odvijati u srpnju, a najviše njemačkih gostiju privukle su automobilske destinacije (poput Austrije ili Hrvatske), dok su avio destinacije bilježile puno skromnije brojke.

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2020. otputovali na odmor

Gotovo ¾ njemačkog stanovništva odlazi barem jednom godišnje na putovanja, koja traju minimalno 5 dana, iako

su pokazatelji za 2020. znatno skromniji.

U razdoblju do 2025. godine, usporedno sa starenjem stanovništva, procjenjuje se kako će udio ukupnih putovanja koje realiziraju osobe starije od 60 godine doći do 40%. Osobe preko 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 više nego sada, dok će opast broj putovanja grupe od 14 do 59 godina za cijelih 7,4 milijuna putovanja. Ukupan broj putovanja ostat će uglavnom stabilan, naravno, pod pretpostavkom relativno skore stabilizacije tržišta nakon korona krize.

Turistička putovanja i kratka putovanja u 2019.



Putovanja (5 ili više dana)

Godina	Broj turista	Broj putovanja po turistu	Broj putovanja	Potrošnja po osobi po putovanju	Ukupna potrošnja
2019.	55,2 mil.	1,28	70,8 mil.	€ 1.033	€ 73,1 milijardi
2018.	55,0 mil.	1,27	70,1mil.	€ 1.017	€ 71,2 milijardi
2017.	54,1 mil.	1,29	69,6 mil.	€ 1.054	€ 72,7 milijardi
2016.	53,4 mil.	1,29	68,7 mil.	€ 983	€ 67,5 milijardi
2015.	53,4 mil.	1,29	69,1 mil.	€ 954	€ 65,9 milijardi
2014.	54,6 mil.	1,29	70,3 mil.	€ 958	€ 67,3 milijardi
2013.	54,8 mil.	1,29	70,7 mil.	€ 906	€ 64,1 milijardi

Kratka putovanja (2-4 dana)

Godina	Broj turista	Broj putovanja po turistu	Broj putovanja	Potrošnja po osobi po putovanju	Ukupna potrošnja
2019.	35,8 mil.	2,45	87,6 mil.	€ 271	€ 23,7 milijardi
2018.	35,4 mil.	2,49	88,0 mil.	€ 268	€ 23,6 milijardi
2017.	34,3 mil.	2,39	82,1 mil.	€ 268	€ 22,0 milijardi
2016.	33,0 mil.	2,44	80,5 mil.	€ 253	€ 20,4 milijardi
2015.	31,7 mil.	2,43	77,1 mil.	€ 274	€ 21,1 milijardi
2014.	32,6 mil.	2,32	75,7 mil.	€ 261	€ 19,8 milijardi
2013.	33,3 mil	2,27	75,6 mil	€ 254	€ 19,2 milijardi

Izvor: FUR. Reise Analyse 2020

U 2019., prema FUR-u, putovalo je 55,2 milijuna Nijemaca (i ostalih stanovnika Njemačke bez njemačkog državljanstva) koji su ostvarili 70,8 milijun putovanja. Potrošnja vezana uz putovanja iznosila je 73,1 milijarde eura, što bio rekord. Prosječna potrošnja po putovanju povećala se na 1.033 eura.

Dodatno, registrirano je 36 milijuna putnika na kraćim putovanjima (2-4 dana), koji su ostvarili 87,6 milijun putovanja, s ukupno potrošenih 23,7 milijardi eura, što također predstavlja mali rast potrošnje u odnosu na prethodnu godinu.

Ukupno je na sva putovanja potrošeno 96,8 milijardi eura, a ostvareno je 158,4 milijuna putovanja.

Prikazane brojke potvrđuju da je 2019. bila iznimno dobra za njemački outgoing segment turizma. Potrošnja i sklonost putovanjima bili su na stabilnoj visokoj razini, s laganim trendom rasta.

U 2020. redoslijed destinacija se promijenio, s obzirom da su tradicionalne destinacije poput Španjolske ili Turske pale u ključnim ljetnim mjesecima za 70 do 80% prometa, a tijekom pred i posezone prometi su bili mali. Njemačka je u ljetnim mjesecima bilježila 80 do 90% lanjskog prometa. Austrijske destinacije imale su solidan rezultat, a slično se može reći i za Hrvatsku, koja je u srpnju i kolovozu stigla na 85% noćenja iz prethodne godine.

Njemački autoklub ADAC godišnje izdaje istraživanje u kojem se analiziraju upiti članova ADAC-a vezano uz traženje ruta prema odredištima godišnjeg odmora. Ovogodišnja analiza obuhvaća 345.547 upita, koji su u ADAC pristigli od svibnja do rujna. Ovogodišnja anali-

za, u jeku korona krize, utvrdila je kako su najveći rast potražnje doživjele Njemačka i Hrvatska. Na listi država, Njemačka je na prvom mjestu s 33,3% upita, što je rast od 3,4 postotna boda u odnosu na 2019. Druga je Italija s 14,9%, ali i padom od gotovo 4 postotna boda. Hrvatska je treća, ali s velikim rastom od gotovo 5 postotnih bodova. Na četvrtom je mjestu Austrija s 9,7% i rastom od 0,9 postotna boda. Ostale destinacije, kao što su Francuska i Turska, bilježe smanjivanje potražnje. Još interesantniji je redoslijed pojedinih regija u poretku ADAC-a. Po prvi puta na prvom i drugom mjestu nalaze se dvije hrvatske destinacije - Istra na prvom mjestu, a dalmatinska obala na drugom mjestu. Jezero Garda, koje je inače bilo na trećem mjestu palo je na osmo mjesto. S druge strane, tri njemačke destinacije popele su se na mjesta od trećeg do osmog i to Gornja Bavarska (3), Schleswig-Holstein (6) i Mecklenburg-Vorpommern (7).

Istraživanje Routenplanner 2020. potvrdilo je i veliko zanimanje Nijemaca za hrvatske kampove. Hrvatska je na toj listi pretekla Italiju i plasirala se s 15,4% upita po prvi puta na drugo mjesto iza same Njemačke, s 35,1% upita. Italija je s 14,9% upita, s drugog, pala na treće mjesto.

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

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

U 2019. bilježi se lagani rast sredozemnih destinacija i nastavak smanjivanja udjela domaćih destinacija.

Putovanja Nijemaca *	2019.	2018.	2017.	2016.	2015.	2014.
Ukupan broj putovanja od 5 i više dana	73,1 Mil.	71,2 Mil.	69,6 Mil.	68,7 Mil.	69,1 Mil.	70,3 Mil.
u Njemačkoj	26%	27%	27,9%	30%	28,90%	30,50%
u strane države	74%	73%	72,4%	70%	71,10%	69,50%
– Sredozemlje (države koje su neposredno na Sredozemlju)	37,9%	36,8%	36,9%	36,5%	37,00%	36,20%
– Zapadna Europa (UK, IRL, F, NL, CH, A)	13,3%	13,5%	12,4%	12,8%	12,80%	13,30%
– Istočna Europa (H, CZ, PL, RUS usw.)	7,2%	7,8%	7,7%	6,8%	7,30%	6,60%
– Skandinavija (DK, N, S, FIN)	3,2%	3,3%	3,5%	3,3%	2,80%	2,70%
– Daleka putovanja	8,4%	8,1%	8,4%	7,8%	8,10%	7,60%

Izvor: DRV (Fakten & Zahlen 2020)

Konkretni brojevi o Nijemcima koji su otputovali na odmor u 2020. godini još uvijek nije dostupan, ali se svakako pretpostavlja da će isti biti barem upola manji u odnosu na 2019. U samoj Njemačkoj u ljetnim mjesecima dolasci i noćenja domaćih gostiju pali su za 15 do 20%. U Austriji su dolasci Nijemaca u ljetnim mjesecima pali oko 5 do 10%. U destinacijama u koje se putuje zrakoplovom dolazak Nijemaca pao je znatno više - npr. u Španjolskoj za 65% u srpnju te 75% u kolovozu za 75%. U Turskoj, pad broja dolazaka u ljetnoj sezoni iznosi oko 80%.

Redoslijed omiljenih destinacija

U nastavku slijedu pregled tržišnih udjela omiljenih destinacija za glavni godišnji odmor Nijemcima (dulje od 5 dana).

Destinacija	2019.	2018.	2017.	2016.	2015.	2013.
Španjolska	12,7%	13,7%	13,1%	14,80%	13,10%	12,60%
Italija	8,7%	8,1%	8,3%	8,20%	8,20%	7,60%
Turska	6,3%	5,1%	5,7%	5,60%	7,30%	7,40%
Mecklemburg-Vp*	5,1%	5,3%	5,1%	5,60%	5,20%	5,90%
Austrija	4,7%	4,9%	5,0%	4,60%	5,30%	5,90%
Bavarska*	4,6%	4,7%	4,9%	5,50%	5,30%	6,00%
Schleswig-Holstein*	4,2%	4,3%	4,5%	4,20%	3,80%	4,30%
Grčka	4,1%	4,0%	3,9%	3,50%	3,00%	2,20%
Francuska	3,6%	3,1%	2,7%	2,60%	2,90%	3,10%
Niedersachsen*	3,4%	3,6%	3,4%	4,20%	4,20%	3,80%
Hrvatska	2,7%	3,1%	3,3%	3,20%	3,20%	2,90%
Nizozemska	2,4%	2,8%	2,2%	1,70%	2,10%	2,10%
Poljska	2,7%	2,5%	2,8%	2,00%	2,50%	2,10%
Baden-Württemberg*	2,0%	2,2%	2,7%	2,90%	2,50%	2,50%

Izvor F.U.R. Reiseanalyse 2020

Kao što možemo vidjeti iz tablica, Njemačka je najpopularnija destinacija za godišnje odmore i to Mecklenburg-Vorpommern, Bavarska i Schleswig Holstein.

Kod inozemnih turističkih destinacija dominira Španjolska, ispred Italije i Turske. Austrija je na četvrtom mjestu, Grčka je na petom, dok je Hrvatska na 7 mjestu.

Apsolutni broj dolazaka Nijemaca po destinacijama tijekom 2019.

Njemačka

Nijemci su u vlastitoj zemlji u 2019. realizirali je 151 milijun dolazaka, što je 4 % više u odnosu na prethodnu godinu. Osim domaćih gostiju, Njemačka bilježi i dolazak 40 milijuna stranaca, što je 2,6% više u odnosu na 2018. U kampovima su Nijemci realizirali 9,4 milijuna dolazaka, ili 4,4% više u odnosu na 2018. (2018. bilo je 15,4% više u odnosu na 2017.)

Španjolska

U 2019. realizirano je kumulativno 11,2 milijuna dolazaka Nijemaca, ili 2% manje u odnosu na 2018. Posebno slab bio je lipanj, s minusom od 14%. To je bila druga godina za redom u kojoj je broj Nijemaca u Španjolskoj bio u minusu.

Turska

Turska je u 2019. ostvarila 5 milijuna dolazaka njemačkih turista, što je za 11% bolji rezultat u odnosu na 2018. S tim rezultatima Turska se definitivno „vratila“ na njemačko tržište, Nakon loših sezona 2016. i 2017.

Austrija

U 2019. u Austriju je doputovalo 14,3 milijuna Nijemaca ili 3% više u odnosu na 2018.

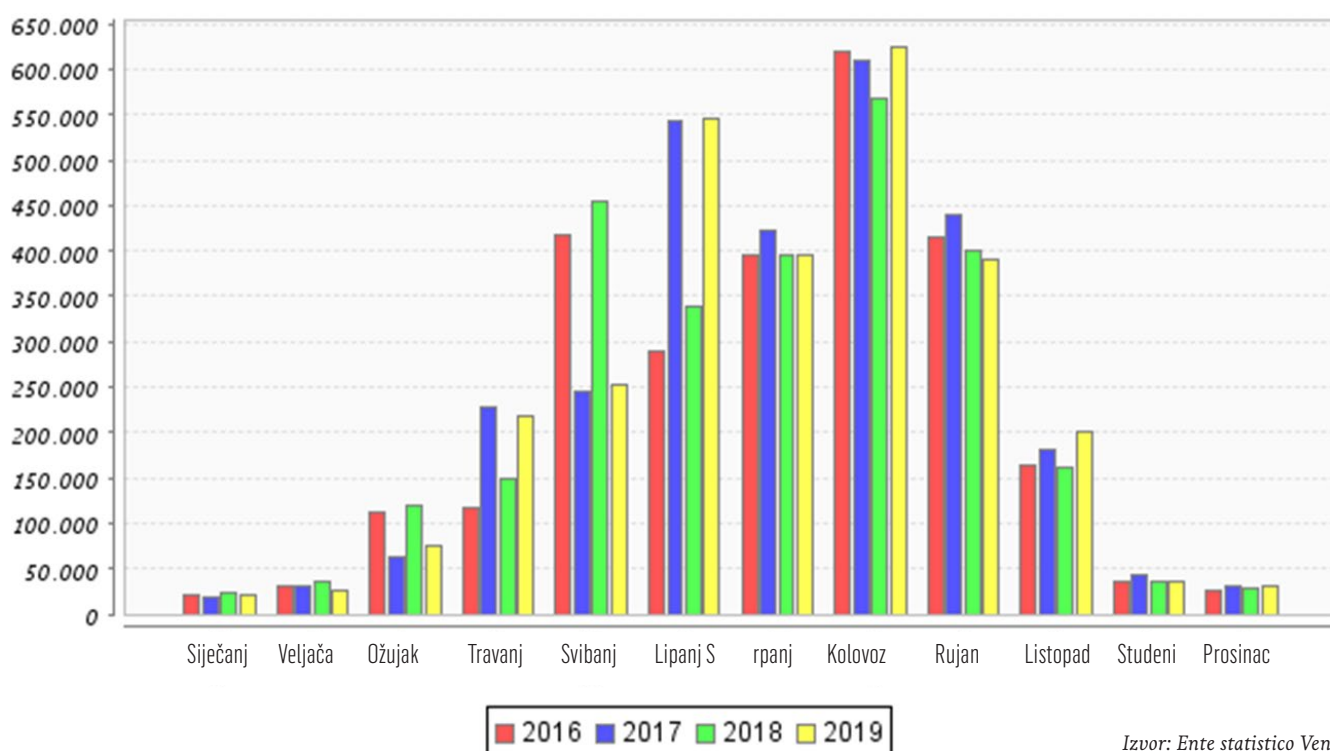
Bugarska

U Bugarskoj je do kraja 2019. stiglo 950 tisuća Nijemaca što je 10% manje u odnosu na 2018..

Veneto

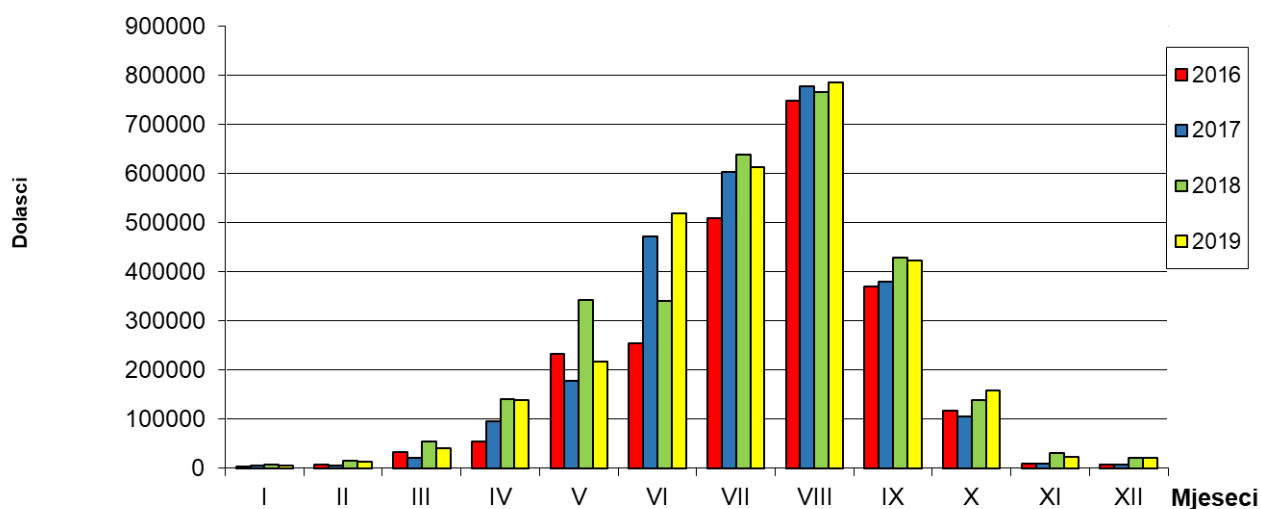
Regija Veneto je najizravniji konkurent Hrvatske na njemačkom tržištu. U 2019. u Veneto je doputovalo 2,8 milijuna Nijemaca što je bilo 1,5% manje u odnosu na 2018.

Sezonalnost dolazaka, Veneto-Provenienza: Njemačka



Izvor: Ente statistico Veneto

Za usporedbu, u nastavku slijede dolasci njemačkih turista po mjesecima u Hrvatskoj



Izvor: e-visitor

Vidljive su slične brojke u dolascima po mjesecima i slični trendovi rasta i pada u pojedinim mjesecima (radi pomicanja blagdana i školskih praznika), što ukazuje na sličan profil klijenata iz Njemačke. Jedina razlika je vidljiva u srpnju, što ukazuje na trend da u Hrvatsku dolazi nešto više gostiju iz sjevernijih pokrajina.

Redoslijed omiljenih destinacija u 2020.

Prvi konkretniji promet prema inozemstvu počeo se odvijati u srpnju, a najviše njemačkih gostiju privukle su auto destinacije, poput Austrije i Hrvatske.

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Preferencija prijevoznih sredstava nije se značajnije promijenila još od početka 90-tih. Putovanja automobilom su ispred putovanja avionom, autobusom i vlakom. Međutim, sve do 2019. bio je vidljiv trend rasta udjela putovanja zrakoplovom, uz pad udjela putovanja automobilom. U 2019. bitno je napomenuti da su se udjeli putovanja automobilom i zrakoplovom približili na samo jedan postotni bod u korist automobila.

	2019.	2018.	2017.	2016.	2015.	2014.	2013.	2012.	2000.
Automobil	43%	45%	46%	47%	45%	46%	45%	47%	49,2%
Zrakoplov	42%	41%	40%	39%	40%	39%	38%	37%	34,6%
Autobus	6%	6%	7%	6%	7%	8%	8%	8%	9,1%
Vlak	6%	5%	5%	6%	5%	5%	6%	5%	5,8%

Izvor F.U.R. Reiseanalyse 2020

U 2020., budući da je avio promet doživio nezapamćeni pad, odnos će se značajno promijeniti u korist automobila.

Način bukiranja odmora

Paket aranžmani (paušalna putovanja) ostaju najvažniji oblik organiziranja putovanja te su u 2019. ostvarili rast udjela s 43 na 45%. Nastavio se i rast online prodaje, a osobni kontakt u putničkim agencijama nije više najpopularniji kanal za bukiranje. U 2019. više Nijemaca, njih 44% bukiralo je odmor on-line, a u agencijama 39%.

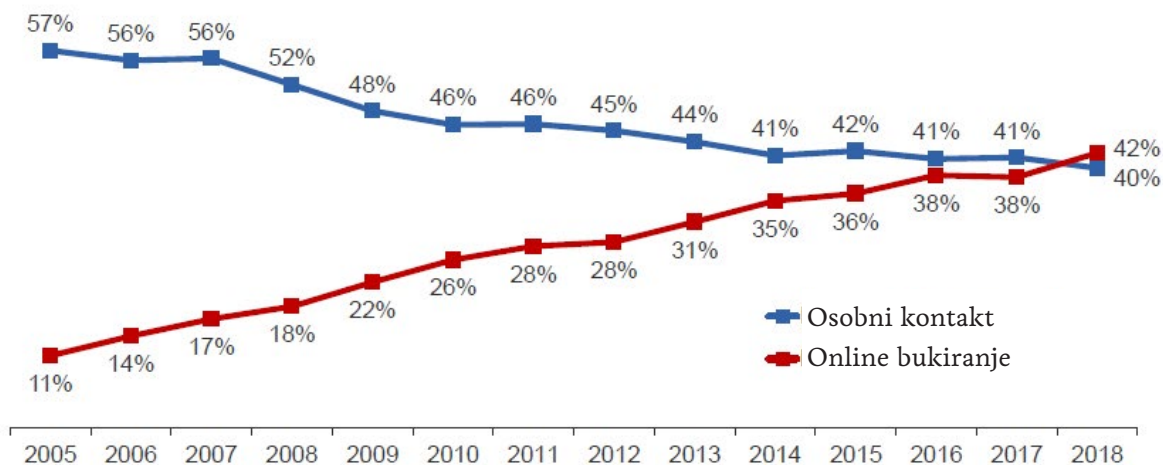
Njemačko tržište, iako je na visokoj razini potrošnje te na visokoj tehnološkoj razini, mijenja se sporije od drugih usporedivih tržišta i ostaje prilično vjerno „klasičnim“

oblicima kupovine turističkih proizvoda. Njemački *outgoing* turistički sustav, s razgranatom mrežom turoperatora i deset tisuća turističkih agencija te sustavom on line turističkih agencija čini jedinstveno tržišno okruženje za potencijalnog putnika. Njemački turooperatori još uvijek većinu svog proizvoda prodaju preko stacionarnih agencija (od 60 do 80%) dok rastu udjeli on line turističkih agencija. Ukupno se još uvijek oko 40% svih turističkih aranžmana proda u stacionarnim turističkim agencijama. Procjenjuje se da omjer između organiziranog i individualnog prometa na ukupnom njemačkom tržištu iznosi 50-50%.

Godina	Organizacija putovanja			Sredstvo bukiranja putovanja	
2019.	Paušal	45,00%	2018.	Online Booking (novo)	44,00%
2010.		42,00%	2010.		26,00%
2019.	Samo smještaj	35,00%	2018.	Agencija	39,00%
2010.		34,00%	2010.		46,00%
2019.	Prijevoz	15,00%	2017.	Per E-Mail (novo)	10,00%
2010.		13,00%	2010.		05,00%
2019.	Ostalo	8,00%	2018.	Per Telefon (novo)	15,00%
2010.		6,00%	2010.		24,00%
2019.	Bukiranje u destinaciji	12,00%	2017.	Per Brief/Fax (novo)	01,00%
2010.		15,00%	2010.		03,00%

Izvor: F.U.R. Reiseanalyse 2020 – putovanja od 5+ dana

U donjem prikazu vide se trendovi u načinu bukiranja aranžmana, s rastom online udjela i padom udjela agencija od 2005. do 2018.



Njemački sustav prodaje turističkih putovanja

Nijemci su u 2019. godini realizirali 70,8 milijun putovanja dužih od 5 dana, a 40% je realizirano posredovanjem turoperatora i turističkih agencija. U Njemačkoj djeluje gotovo 2.500 turoperatora i 11.000 turističkih agencija. I ako bi se moglo zaključiti da je prodorom on-line segmenta, važnost organiziranog prometa opala, pažljivija analiza podataka daje drugačiju sliku. Dok je 1995. 41% turističkih putovanja organizirano preko turoperatora i agencija, a 59% individualno, tijekom 2018. 36% prometa realizirano je putem organizatora putovanja, 34% individualno, a 30% on-line. Od tih 30% 13% je također kupljeno kod OTA, ili direktno od turoperatora putem interneta, tako da stvarna brojka organiziranog prometa seže do 49%. U turističkim agencijama radi 50.000 djelatnika i njihov broj je sve do 2019. bio stabilan. Turističke agencije su u 2019. realizirale 28,9 milijardi eura prometa, 2% više u odnosu na 2018. Opća je konstatacija kako, za razliku od pojedinih drugih zemalja, turističke agencije u Njemačkoj nastavljaju predstavljati nezaobilazan faktor u branši, a njihova je pozicija stabilna. Nakon pada u razdoblju 2000.-2010., od 2010. bilježi se stabilizacija tog kanala prodaje, a posljednjih godina broj agencija lagano raste, dok se promet lagano povećava. Trenutno, u Njemačkoj na 100.000 stanovnika dolaze 12,2 turističke agencije, a iznad prosjeka su uglavnom pokrajine na istoku.

Od 11.000 turističkih agencija, koliko ih ima prema popisu DRV (Njemačke turističke udruge) 620 agencija su samostalne i nisu povezane u korporaciju, udругu, ili franšizu, tj. ne pripadaju nikakvom lancu agencija u vlasništvu turoperatora.

Najveći lanci turističkih agencija u Njemačkoj su:

- DER Touristik (DER Reisebuero, DER Part, Karstadt Reisebueros + ADAC)
- TUI (TUI Leisure, TUI Store, First, Tui Travel Star, Hapag Lloyd)
- RTK Gruppe (samostalne agencije)
- Touristik Service Sistem (samostalne agencije)
- Lufthansa City Center (franšiza)
- BCD Travel (vlastite agencije)
- Thomas Cok Partner (Thomas Cook, Neckermann, Holiday Land)
- Carlson Wagonlit (agencije u tvrtkama za poslovna putovanja)
- Reiseland Holding (Reiseland, Otto)
- TVG (FTI, Sonnenklar, Flugbörse)
- Resecenter Alltours (Alltours agencije)
- Schmetterling (vlastite i agencije u kooperaciji)

Agencije/lanci	Broj agencija	Promet u milijardama eura
DER Touristik	2.067	4.950
RT-Vertrieb ukupno	5.474	4.116
TUI	1.519	3.929
BCD Travel	49	1.888
Lufthansa City Center	300	1.570
Thomas Cook Partner	1.256	1.511
TVG	293	485
Reisecenter Alltours	197	280
Kooperacije		
RTK Gruppe	5.170	3.570
TSS Group	2.357	3.133
Schmetterling	3.627	2.487
AER		1.399
Best Reisen		1.069
Deutscher Reising		270

Izvor: FVW Deutsche Vertriebsdossier 2019

Online prodaja u Njemačkoj

Prodaja turističkih putovanja i prodaja pojedinih turističkih usluga u online segmentu kontinuirano raste. Trenutno oko 85% njemačkog stanovništva ima pristup internetu, a 60% populacije informira se o putovanjima putem interneta. Osim bukiranja turističke usluge direktno putem web stranice pojedinog pružatelja turističke usluge, postoje dvije velike grane na koje se prodaja preko interneta dijeli:

- Prodaja preko online turističkih agencija - OTA (koje prodaju proizvode turoperatora, tj. djeluju na sličan način kao klasične turističke agencije)
- Prodaja preko posrednika (portali koji posreduju prilikom kupnje jedne turističke usluge, kao što su smještaj ili rent-a-car)

Interesantno je da i uz konstantan (iako u posljednje vrijeme relativno spori) rast prometa u online prodaji, dobit tvrtki koje rade u tom segmentu pada. Razlog su sve veći troškovi marketinga. Konkurencija je sve veća, a alati za vlastito pozicioniranje na tržištu su limitirani, tako da se tvrtke uglavnom nadmeću marketingom, a jedan od najvećih „dobitnika“ u tom poslu je Google, koji ključne riječi za pretragu naplaćuje sve skuplje.

U nastavku popis najvažnijih dionika na njemačkom tržištu u online prodaji turističkih proizvoda:

Tvrtka	Važni portali (djelomični odabir)	Promet u milijunima eura 2019			Objašnjenje procjene fvw temelje se na stručnim mišljenjima, tržišnim studijama i informacijama o tvrtkama u izvješćima za tisak i drugim publikacijama)
(1) Booking Holdings	Booking.com, agoda.com, Rentalcars.com	3.400,0	+34,4 %	2.530,0	procjena fvw-a bez Business Travel-a
(2) Check 24	Check24.de	2.930,0	+50,3 %	1.950,0	fww procjena; uzima u obzir prodaju samo uspoređujućih portala za paket aranžmane, letove, hotele i najam automobila
(3) Expedia Group	Expedia.de, Hotels.com, Ebookers.de	1.670,0	+ 4,4 %	1.600,0	procjena fvw-a bez Business Travel-a
(4) Invia Germany	Ab-in-den-Urlaub.de, Fluege.de, Reisen.de, Flug24.de	1.150,0	+10,0 %	1.045,0	procjena fvw-a
(5) Holidaycheck	Holidaycheck.de	1.035,0	+3,5 %	1.000,0	procjena fvw-a; na temelju godišnjeg izvješća. Prihod je u 2019. iznosio 144 mil eura (139 mil. € u prethodnoj godini)
(8) TUI Deutschland	TUI.com, TUIfly.com, Ltur.com, Airtours.de	1.000,0	+11,1 %	900,0	Obuhvaća je promet kompanije TUIfly, pozicioniran kao OTA, a ugovara i karte za druge aviokompanije. Berge & Meer prodan je u listopadu 2019. godine.
(7) Edreams Odigeo	Opodo.de, Edreams.de, Travellink.de	960,0	+3,2 %	930,0	fww procjena na temelju godišnjeg izvješća.
(6) HRS	HRS.de, Hotel.de, Tiscover.de	800,0	-15,8 %	950,0	fww procjena, uglavnom Business Travel
(10) LM Group	Weg.de, Lastminute.de, Bravofly.de, Ferien.de	600,0	+25,0 %	480,0	na temelju godišnjeg izvješća, prihod u Njemačkoj je iznosio je 48 mil. Eura (38 mil. eura u 2018. god.)
(9) Airbnb	Airbnb.com	550,0	+37,5 %	400,0	fww procjena
(11) DER Touristik	DER.com, IST.de, Dertour.de, Jahnreisen.de, DERhotel.com, Rewe-Reisen.de	400,0	+8,1 %	370,0	DER.com je pozicioniran kao OTA. Postoje i portali za druga pojedina imena.
(12) FTI Touristik	Sonnenklar.de, FTI.de, 5vorflug.de, Fly.de	330,0	-5,7 %	350,0	

Tvrtka	Važni portali (djelomični odabir)	Promet u milijunima eura 2019			Objašnjenje (procjene fvw temelje se na stručnim mišljenjima, tržišnim studijama i informacijama o tvrtkama u izvješćima za tisak i drugim publikacijama)
(13) Secret Escapes	Secretescapes.de	285,0	+21,3 %	235,0	
(14) Holiday Pirates	Urlaubspiraten.de	240,0	+5,7 %	227,0	Uključujući portale u drugim europskim zemljama.
(16) Urlaubsguru	Urlaubsguru.de	210,0	+5,0 %	200,0	fvw procjena
(17) Lidl Reisen	Lidl.de, Lidl-Reisen.de, JT.de	170,0	+6,3 %	160,0	fvw - Lidl Reisen prodaje putovanja od vlastitog organizatora Lidl Holidays-a i IT-a, također i od drugih turoperatora
(18) TSS Group	Onlineweg.de, Partnerumsätze	140,3	+1,2 %	138,7	internetska prodaja kod Onlineweg.de uključuje povezane turističke agencije odn partnere.
(15) Thomas Cook	Thomascook.de, Neckermann-reisen.de, Bucher-Reisen.de, Oeger.de	140,0	-35,8 %	218,0	Procjena za razdoblje do bankrota krajem rujna. Bez Condor.de
(19) Travelscout 24	Travelscout24.de, Billigweg.de, Reise.de, Unterkunft.de	60,0	-14,3 %	70,0	Trostruki licencirani član Travelscout24 iz Offenbacha, upravlja i drugim portalima.
(novo) Aldi Reisen	Aldi-reisen.de	60,0	+3,4 %	58,0	Aldi-Reisen organizira/ posreduje putovanja iz Berge & Meer, Eurotours-a, Select Holidays i Parcs Parcel-a.
ukupno		16.130,3	+16,8%	13.811,7	

Izvor: FVW Deutsche Vertriebsdossier 2019

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Glede smještaja koji Nijemci biraju, hoteli dominiraju nad apartmanima i kućama. Potrošnja po putovanju kao

i duljina boravka ostali su stabilni u usporedbi s prijašnjim godinama, uz nastavak laganog trenda skraćivanja odmora - prosječno trajanje odmora u 2019. iznosilo je 12,4 dana a u 2018. 12,5 dana.

Korišteni oblici smještaja											
	2019.	2018.	2017.	2016.	2015.	2014.	2012.	2011.	2010.	2009.	2000.
Hoteli	49%	48%	48%	46%	48%	48%	46%	47,1%	47,2%	47,5%	47,0%
Stanovi za odmor	24%	25%	25%	26%	23%	24%	24%	25,1%	24,5%	25,0%	23,9%
Kampovi	6%	7%	6%	6%	6%	6%	7%	5,3%	6,1%	6,3%	6,4%

Izvor: F.U.R. Reiseanalyse 2020 – putovanja od 5+ dana

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

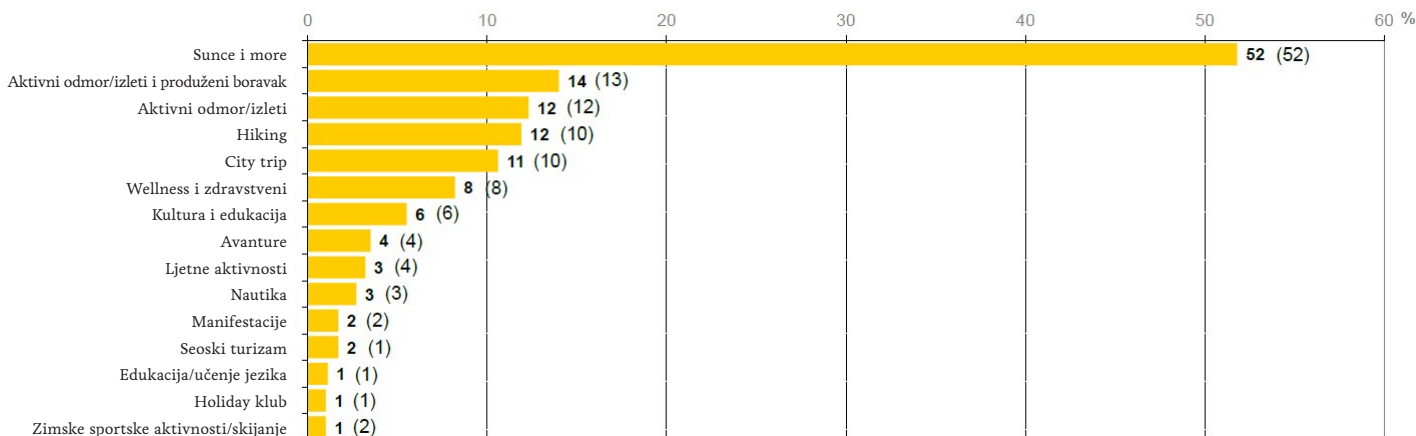
Najpopularnija vrsta odmora za Nijemce vezuje se uz sunce i more, a slijede odmor/opuštanje i priroda. Ukupno, dugoročni trendovi pokazuju da će kupanje, obiteljski odmor i razgledavanje znamenitosti (kultura) i dalje rasti, a odmaranje/opuštanje i zdravstveni turizam će gubiti tržišni udio. Generalno, možemo reći kako će današnji turist najčešće izabrati kombinaciju različitih vrsta sadržaja.

Sljedeća analiza odnosi se na prognoze ponašanja njemačkih turista prema istraživanju ADAC-a.

Najčešći (općeniti) razlozi za odlazak na godišnji odmor Nijemaca:

- Odmor i opuštanje
- Bijeg od svakodnevice
- Prekrasna priroda
- Regeneracija/revitalizacija
- Sunce/ lijepo vrijeme.

U tablici su rangirani pojmovi počevši od najbitnijih motiva putovanja:



Izvor: ADAC Reise Monitor 2018, ADAC Verlag

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

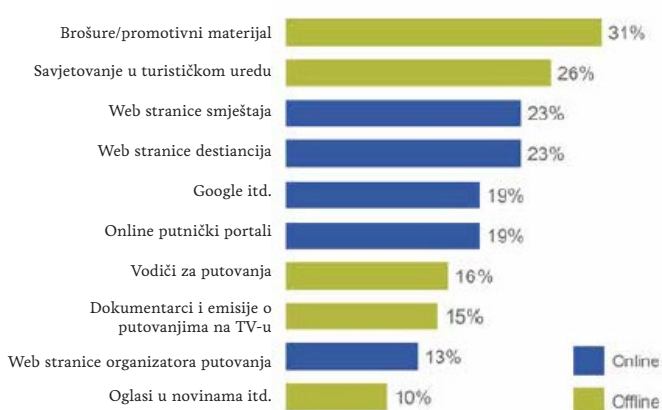
- Opuštanje
- Upoznavanje zemlje i lokalnog stanovništva/kulture
- Sunce i plaža
- Sport i zdravlje
- Vrijeme s obitelji
- Pustolovina i zabava

Kad je riječ o Hrvatskoj, na pitanje o tipu odmora u Hrvatskoj, 75% ispitanika je kao motiv putovanja navelo kupanje i sunčanje, 14% obilazak različitih destinacija, a 11% kombinaciju obilaska i mogućnosti dužeg boravka na destinacijama.

Izvori informiranja putnika

Za informacije i inspiracije za planiranje putovanja koriste se različiti izvori. Najpopularniji su letci i brošure, savjeti i preporuke u turističkoj agenciji, ali i web stranice destinacija te smještajnih objekata. Općenito, često korišteni izvori se smatraju pouzdanima. Ako je izvor zamijećen kao „dosadan“ ili „neugodan“, tada će ga klijenti izbjegavati.

Izvori inspiracija i informacija za planiranje putovanja



Izvor: F.U.R. Reise Analyse 2017

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Prema analizi FUR-a, potrošnja po putovanju i osobi uglavnom se lagano povećava iz godine u godinu. Sljedeći graf prikazuje prosječnu potrošnju njemačkog turista po putovanju do 2019. godine.

Duža putovanja + 5 dana		
Godina	Potrošnja po osobi po putovanju	Ukupna potrošnja
2019.	€ 1.033	€ 73,1 milijardi
2018.	€ 1.017	€ 71,2 milijardi
2017.	€ 1.045	€ 72,7 milijardi
2016.	€ 983	€ 67,5 milijardi
2015.	€ 954	€ 65,9 milijardi
2014.	€ 958	€ 67,3 milijardi
2013.	€ 906	€ 64,1 milijardi

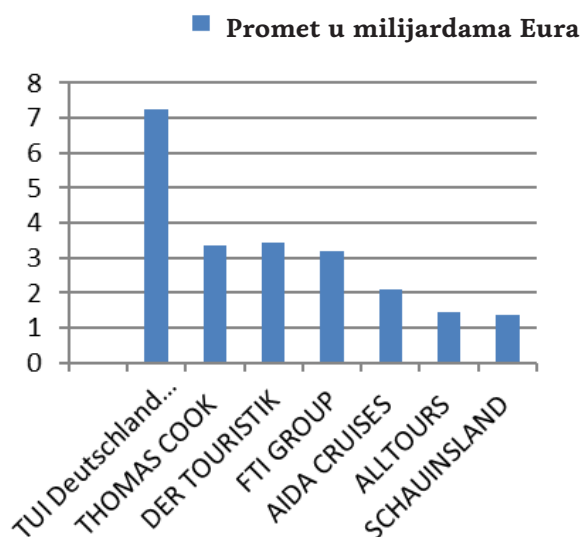
Kratka putovanja (2-4 dana)		
Godina	Potrošnja po osobi po putovanju	Ukupna potrošnja
2019.	€ 271	€ 23,7 milijardi
2018.	€ 268	€ 23,6 milijardi
2017.	€ 268	€ 22,0 milijardi
2016.	€ 253	€ 20,4 milijardi
2015.	€ 274	€ 21,1 milijardi
2014.	€ 261	€ 19,8 milijardi
2013.	€ 254	€ 19,2 milijardi

Izvor: F.U.R. Reise Analyse 2020

Pregled organizatora putovanja na tržištu

U Njemačkoj, usprkos dostupnosti najnovijih tehnoloških dostignuća, još uvijek je udio tradicionalnih kanala bukiranja značajan. Organizatori putovanja su nakon dvije dobre godine, u kojima je promet rastao po stopama od 15%, u sezoni 2018./2019., zabilježili tek mali plus. Ukupna potrošnja na turistička putovanja u toj je godini dostigla volumen prometa od preko 70 milijardi eura, ili 3,6% više u odnosu na prethodnu godinu. Od toga na organizirani promet otpada 35,4 milijarde, tj. +0,7% u odnosu na prethodnu godinu.

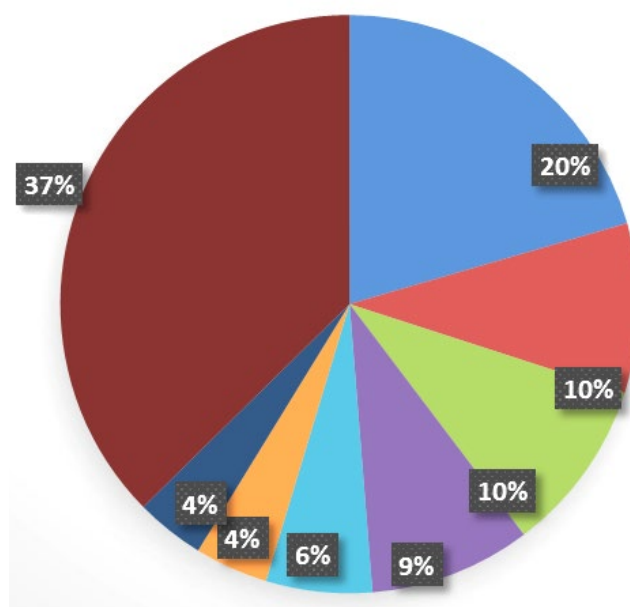
Pregled top 7 turoperatora u Njemačkoj po prometu i po broju putnika



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

Pregled tržišnog udjela najvažnijih turoperatora u Njemačkoj

- TUI Deutschland
- THOMAS COOK
- DER TOURISTIK
- FTI GROUP
- AIDA CRUISES
- ALLTOURS
- SCHAUINSLAND
- ostali



Izvor: DRV Fakten und Zahlen 2019 + FVW Veranstalter Dossier 2020 (udjeli TUI-a obuhvaćaju TUI Deutschland i TUI Cruises) Najvažniji njemački turoperator

Najvažniji njemački turoperatori

Poredak turoperatora 2018./19.	Promet u milijunima Eura (D-A-CH) 2018./2019.	%	Br. putnika (D-A-CH) 2018./2019.	%
1. TUI Deutschland	5.807,50	plus 1,0%	7.330.400	plus minus 0%
2. DER TOURISTIK	3.440,00	plus 1,2 %	6.000.000	plus minus 0%
3. THOMAS COOK	3.360,00	minus 20,0 %	5.840.000	minus 20 %
4. FTI GROUP	3.200,00	plus 10,3 %	5.100.000	plus 18,3 %
5. AIDA CRUISES	2.110,00	plus 14,1 %	1.290.500	plus 7,4 %
6. ALLTOURS Flugreisen	1.450,00	plus 0,4 %	1.730.000	plus 0,2 %
7. TUI CRUISES	1.445,00	plus 18,4 %	532.000	plus 13,9 %
8. Schauinsland-Reisen	1.370,00	plus 2,2 %	1.640.000	plus 1,9 %
9. PHOENIX Reisen	409,9	plus 9,2 %	195.928	plus 8,0 %
10. Vtours	390	plus 15,2 %	917.000	plus 24,1 %
11. MSC Kreuzfahrten	360	plus 9,1 %	250.000	plus 8,7 %
12. HAPAG-LLOYD KREUZFAHRTEN	318,2	minus 2,5 %	25.100	minus 10,5 %
13. Trendtours Touristik Neu	305	plus 4,1 %	415.000	plus 3,8 %
14. Studiosus Reisen / Marco Polo	276,7	minus 1,7 %	103.800	minus 1,4 %
15. Costa Kreuzfahrten	250	plus 4,2 %	225	plus 8,2 %
16. LMX Touristik	243,8	plus 1,9 %	420.846	plus 2,1 %
17. Gebeco / Dr. Tigges	119	plus minus %	59.000	plus minus 0,0 %
18. Wikinger Reisen	121,9	plus 4,2 %	68.709	plus 3,3 %
19. Ferien Touristik	141,6	plus 24,9 %	205.000	plus 63,6 %
20. Ameropa - Reisen	100	minus 29 %	420.000	minus 8,1 %
21. Bentour Reisen	105,7	plus 9,9 %	159.487	plus 24,0 %
22. Alpetour	94,7	minus 1,0 %	326.463	minus 3,3 %
23. Arosa Flussschiff	91,5	plus 4,6 %	85.486	plus 1,1 %
24. Anex Tour	91,1	plus 220,8 %	161.400	plus 159,1 %
25. Olimar	81,8	minus 5,1%	129.118	minus 6,0 %
26. Canusa Touristik	82	plus 2,5 %	59.600	plus 1,9 %
27. Chamäleon	82,3	plus 20,1 %	18.900	plus 20,0 %
28. H & H Touristik	65	minus 1,5 %	83.927	minus 1,3 %
29. CTS Gruppen -	65,8	plus 3,3 %	209.000	plus 7,5 %
30. Lernidee Erlebnisreisen	55,6	plus 10,8 %	13.630	plus 8,4%
31. SKR Reisen	61,8	plus 32,0 %	24.353	plus 25,0 %
32. Plantours & Partner	50,3	plus 11,3%	20.086	plus 22,0 %

Poredak turopatora 2018./19.	Promet u milijunima Eura (D-A-CH) 2018./2019.	%	Br. putnika (D-A-CH) 2018./2019.	%
33. Travel Trex	44	plus 4,0 %	112.328	plus 3,6 %
34. Eberhardt Gruppe	48,9	plus 16,2 %	40.377	plus 9,5 %
35. Spar mit Reisen	46	plus 13,0%	221.027	plus 13,1 %
36. 1A Vista Reisen	43,4	plus 7,2 %	36.000	plus 5,9 %
37. Diamir Erlebnisreisen	46,4	plus 21,8 %	14.468	plus 21,6%
38. Herole-Reisen	39,9	plus 5,8 %	127.100	plus 4,6 %
39. Ikarus Tours	34,9	minus 2,0 %	9.665	minus 3,2 %
40. G. Adventures	38,2	plus 14,0 %	22.766	plus 8,8 %
41. Frosch Sport Reisen	30	minus 0.3 %	29.970	minus 1,8 %
42. Attika Reisen	22,9	minus 11,2 %	22.459	minus 16,2 %
43. Haffermann Reisen	20,5	plus 3,0 %	32.023	minus 1,8 %
44. Vamos Eltern-Kind-Reisen	19,5	plus 6,6%	32.500	plus 5,0 %
45. Hauser Exkursionen	19,4	minus 2,0 %	7.220	minus 3,5 %
46. Tischler Reisen	17,5	plus 2,3 %	10.930	plus 0,3 %
47. Reisen mit Sinnen	14,8	plus 7,2 %	7.600	plus 2,7 %
48. Neue Wege Seminare & Reisen	14,3	plus 5,1 %	6.300	plus 1,6 %
49. Ventura Travel	14,2	plus 11,8%	3.843	plus 20,9 %
50. Asien Spezial Tours	12,9	plus 3,2 %	2.222	minus 5,6 %
Ukupno	26.673,90		34.573.756	

Izvor: FVW Deutsche Veranstalterdossier 2020

Njemačka turoperatorska branša u 2019. doživjela je težak udarac. Nakon što je matična kuća Thomas Cook u velikoj Britaniji proglasila stečaj krajem rujna 2019. njemački dio kompanije, koji je nastavio s poslovanjem, 5. studenog i sam je završio u stečaju. Tvrtka je bila osigurana protiv stečaja na 110 milijuna eura ali potraživanja, poglavito klijenata koji su već uplatili putovanje, dosegala su 250 milijuna eura. Aviokompanija Condor, koja je djelovala u sustavu Thomas Cooka, uz izdašnu pomoć državnog budžeta ostala je na tržištu. Povezane tvrtke Bucher Reisen i Öger Reisen prodane su i nastavile su poslovati.

U Njemačkoj, veliki koncerni i turoperatori 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 zaposlenih, specijalizirane za jednu temu, ili putovanja posebnih interesa.

Tržište kružnih putovanja u tom je trenutku snažno raslo. Među 10 najvećih njemačkih turoperatora četiri njih su specijalizirani za kružna putovanja i imaju vlastite brodove.

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

Avio promet

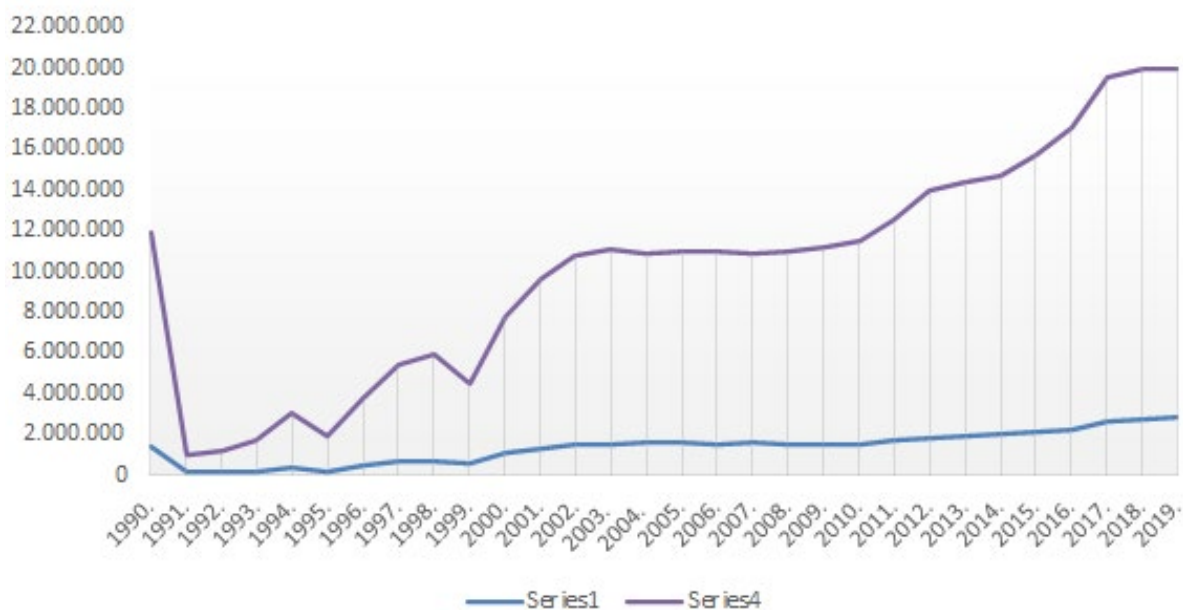
U paušalnim i kombiniranim aranžmanima prema mediteranskim destinacijama, gotovo se cjelokupni turistički promet Nijemaca odvija zrakoplovom. Tu se prvenstveno misli na klasične „turoperatorske destinacije“ kao što Turska, Španjolska, Grčka, Egipat, Tunis, Malta i Cipar. Destinacije kao Italija i Hrvatska su uglavnom percipirane kao „auto“ destinacije te se glavnina prometa prema njima odvija cestom, što ih čini sličnijima kontinentalnim destinacijama same Njemačke, Austrije, Beneluxa, Skandinavije, Francuske, Mađarske i Poljske.

DOPRINOS TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU U 2020.

Njemačka	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989=100	apsol.	indeks	1989=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

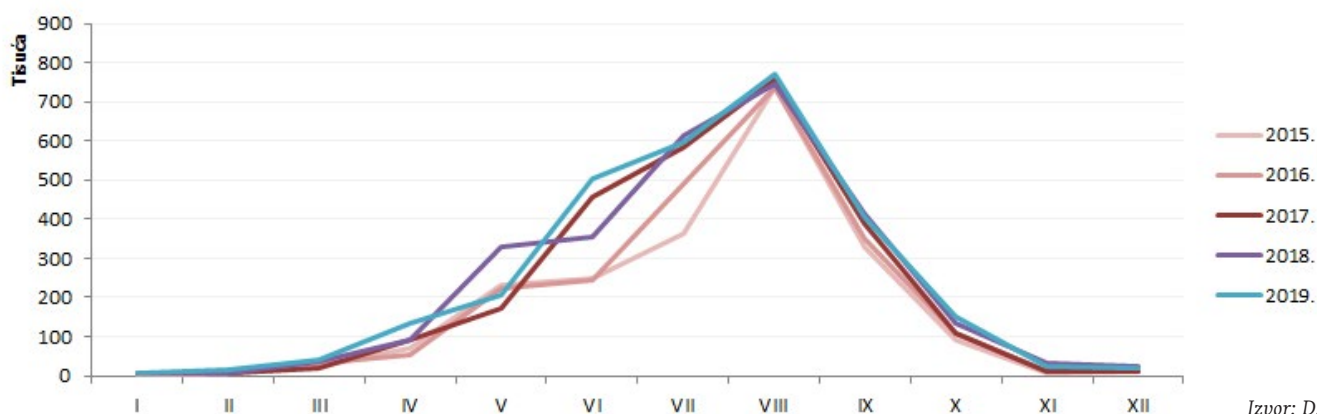
Izvor: DZS

Dolasci i noćenja njemačkih turista, razdoblje 1989. - 2019.



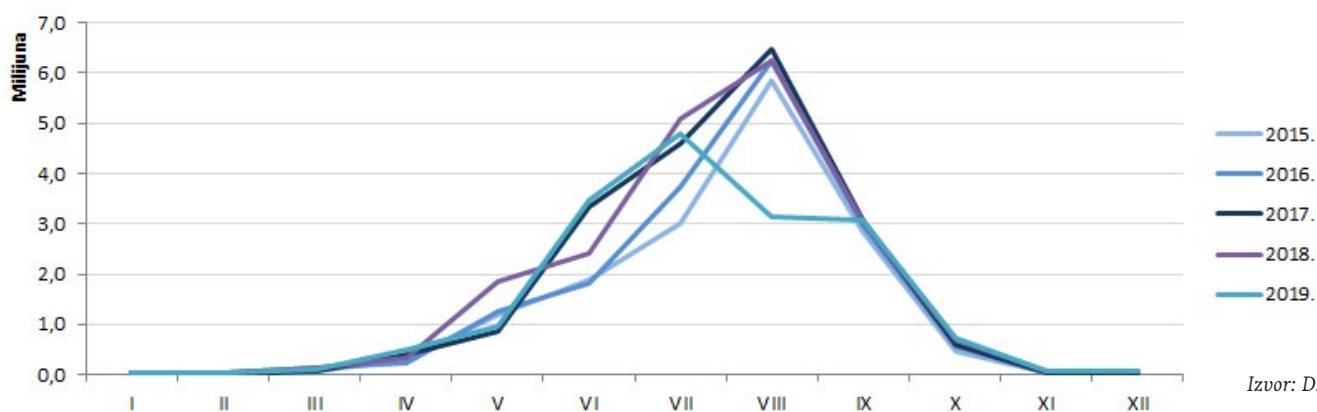
Izvor: DZS

Dolasci po mjesecima - Njemačka



Izvor: DZS

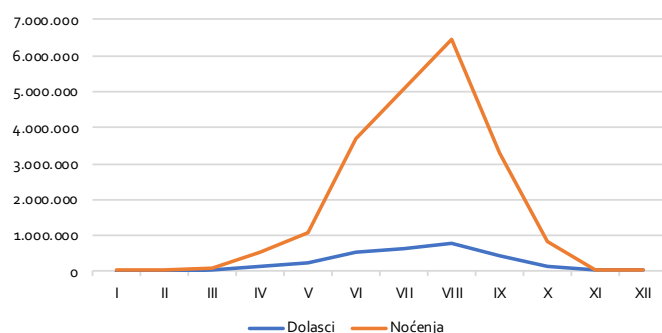
Noćenja po mjesecima - Njemačka



Izvor: DZS

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVisitor

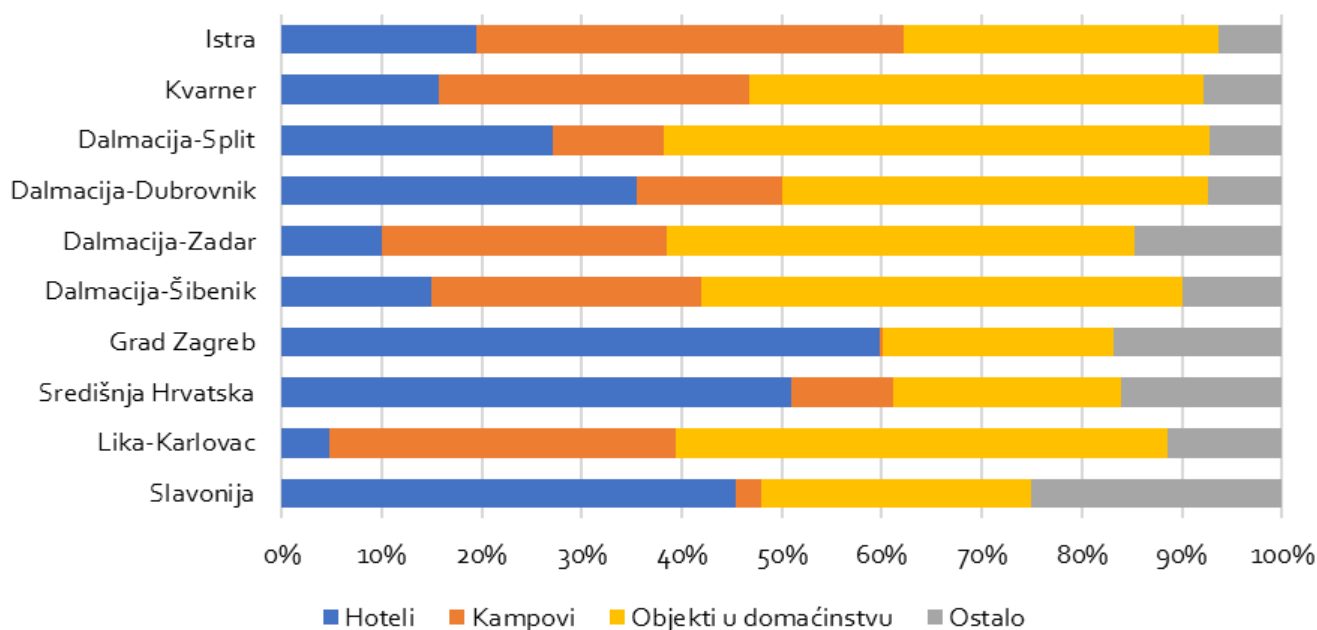
Dolasci i noćenja njemačkih turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Istra	1.059.918	8.694.707
Kvarner	630.059	4.665.272
Dalmacija-Split	358.014	2.274.847
Dalmacija-Zadar	276.931	2.224.611
Dalmacija-Šibenik	135.289	1.002.475
Dalmacija-Dubrovnik	183.445	764.295
Lika-Karlovac	161.189	726.147
Nautika	83.039	607.199
Grad Zagreb	73.628	141.262
Središnja Hrvatska	32.477	78.697
Slavonija	11.951	28.676
Ukupno	3.005.940	21.208.188

Noćenja njemačkih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

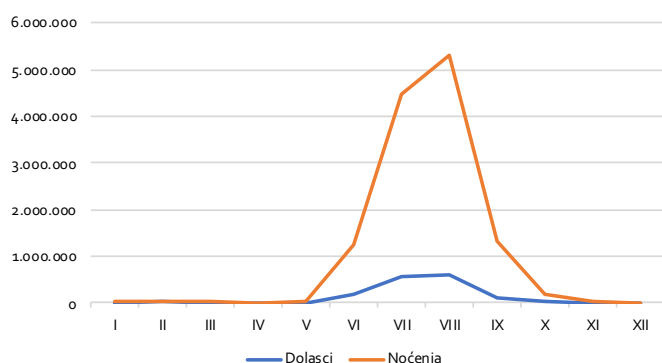
Grad općina	Noćenja
Rovinj	1.184.051
Poreč	951.204
Medulin	790.361
Tar	683.846
Vrsar	613.303
Funtana	577.262
Krk	545.749
Umag	544.595
Rab	510.114
Labin	495.421

Dolasci po dobi i spolu

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

REZULTATI 2020. PREMA SUSTAVU eVisitor

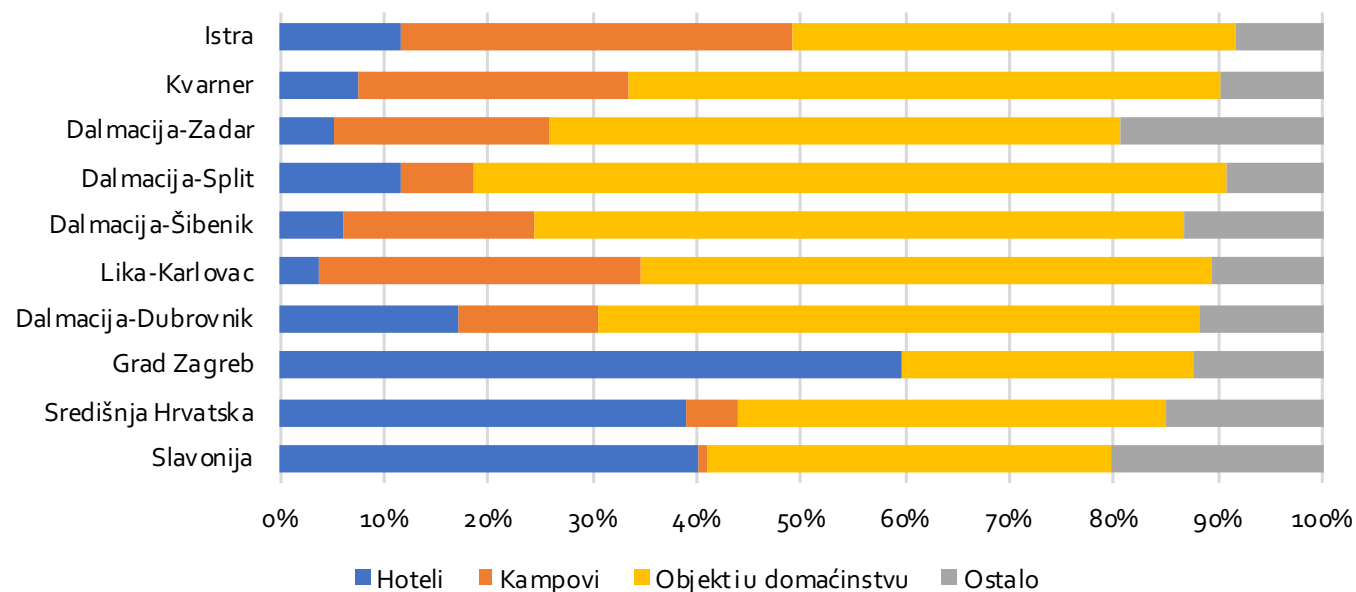
Dolasci i noćenja njemačkih turista, 2020.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Istra	601.905	5.224.540
Kvarner	365.495	3.015.483
Dalmacija-Zadar	152.430	1.442.534
Dalmacija-Split	167.334	1.303.861
Dalmacija-Šibenik	60.387	543.338
Lika-Karlovac	74.318	406.573
Nautika	43.268	336.321
Dalmacija-Dubrovnik	53.602	321.347
Grad Zagreb	23.749	51.368
Središnja Hrvatska	14.276	40.121
Slavonija	3.891	11.316
Ukupno	1.560.655	12.696.802

Noćenja njemačkih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2020.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Rovinj	682.977
Poreč	547.656
Medulin	538.876
Rab	378.688
Crikvenica	368.494
Tar	348.361
Pula	330.666
Krk	329.021
Vrsar	320.392
Funtana	317.623

Dolasci po dobi i spolu

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

TOMAS HRVATSKA 2019. - NJEMAČKA

TOMAS istraživanja primarna su kvantitativna istraživanja u okviru kojih se podaci prikupljaju osobnim intervjuom s turistima (uz korištenje strukturiranog upitnika), a provode se s ciljem identifikacije stavova i potrošnje turista u hrvatskim turističkim destinacijama. Posljednje u nizu, pod nazivom TOMAS Hrvatska 2019. po prvi je puta provedeno na području cijele zemlje, od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine, tako da ujedno donosi rezultate obilježja putovanja i boravka turista u Hrvatskoj izvan razdoblja ljetne turističke sezone. Na takav način, istraživanje je reprezentativno za posljednju „standardnu“ turističku godinu prije pojave epidemije virusa COVID-19 te posljedične globalne društvene i gospodarske krize, s dramatičnim implikacijama na turistička putovanja u svjetskim razmjerima. Uz domaće tržište, istraživanjem su obuhvaćena i za

Hrvatsku značajnija europska tržišta – Njemačka, Slovenija, Austrija, Poljska, Italija, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Skandinavija, Mađarska, Nizozemska, Slovačka, Francuska, BiH, Švicarska, Belgija, Španjolska, Srbija, kao i odabrana daleka tržišta - SAD, Republika Koreja, Kina, Japan.

U nastavku slijede pokazatelji iz istraživanja TOMAS Hrvatska 2019. koji prikazuju set odabranih karakteristika profilom obrađenog tržišta, uz usporedbu s prosječnim vrijednostima svih istraživanjem obuhvaćenih stranih tržišta. Zelenom bojom označene su vrijednosti kod kojih tržište u okviru relevantnijih podatkovnih kategorija pokazuje značajnije iznadprosječan rezultat, dok su crveno označene vrijednosti značajnije ispodprosječnog rezultata.

Glavni motivi odmorišnih putovanja

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Njemačka
More	66,5	76,7
Priroda	13,4	13,3
Touring, sightseeing	7,2	2,5
Gradovi (city break)	4,8	3,0
Kultura i umjetnost	2,0	0,9
Zabava i festivali	1,3	0,6
Sela, ruralno područje	0,9	0,4
Manifestacije i događanja	0,6	0,3
Gastronomija	0,6	0,6
Wellness, toplice	0,4	0,2
Ostali sportovi i rekreacija	0,5	0,3
Cikloturizam, mountain biking	0,3	0,4
Planinarenje, hodanje	0,2	0,1
Nešto drugo	1,1	0,8
UKUPNO	100,0	100,0

Motiv dolaska u Hrvatsku

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Njemačka
More	79,1	86,8
Priroda	56,2	61,8
Gradovi (city break)	24,8	19,6
Touring, sightseeing	22,3	16,6
Kultura i umjetnost	13,4	11,9
Ostali sportovi i rekreacija	11,1	13,1
Gastronomija	6,7	9,6
Zabava i festivali	5,1	2,4
Sela, ruralno područje	4,7	5,0
Manifestacije i događanja	4,1	3,3
Posao	2,8	1,6
Wellness, toplice	3,3	4,5
Planinarenje, hodanje	3,3	3,2
Drugi odmorišni motivi	2,6	3,0
Posjet rodbini i prijateljima	1,7	1,1
Cikloturizam, mountain biking	1,7	2,1
Zdravstveni razlozi	0,8	0,6
Obrazovanje	0,4	0,2
Vjerski razlozi	0,2	0,1
Neki drugi razlog	1,0	1,0

Učestalost dolaska u Hrvatsku

Broj posjeta Hrvatskoj	Prosjek za strana tržišta	Njemačka
Prvi posjet	33,3	23,8
Drugi posjet	15,4	12,2
3 do 6 posjeta	20,1	23,4
7 i više posjeta	31,2	40,5
UKUPNO	100,0	100,0

Izvori informacija

Izvori informacija	Prosjek za strana tržišta	Njemačka
Internet	56,2	54,2
Preporuke rodbine ili prijatelja	25,6	21,9
Prijašnji boravak	21,4	24,0
Preporuke TA ili kluba	10,7	8,0
Brošure, oglasi, plakati	5,3	6,0
Radio, televizija, film ili video	5,2	4,3
Turistički sajmovi, izložbe	5,1	5,6
Članci - novine/ časopisi	3,3	2,5
Nije trebao informacije	8,0	9,5

Način rezervacije smještaja

Rezervacija smještaja	Prosjek za strana tržišta	Njemačka
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom, e-mailom	17,2	16,3
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući Booking.com, Expedia i sl.	45,9	41,8
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom ili telefaksom, e-mailom	16,4	17,7
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	15,7	16,3
Na neki drugi način	0,8	1,1
Nije unaprijed rezerviran	4,0	6,7
UKUPNO	100,0	100,0

Trenutak rezervacije smještaja

Trenutak rezervacije	Prosjek za strana tržišta	Njemačka
Manje od tjedan dana prije dolaska	6,4	5,5
1 do 4 tjedna prije dolaska	17,1	15,2
1 do 3 mjeseca prije dolaska	33,0	28,3
3 do 6 mjeseci prije dolaska	27,6	29,3
Više od 6 mjeseci prije dolaska	15,9	21,7
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0

Smetnje tijekom boravka u destinaciji

Smetnje	Prosjek za strana tržišta	Njemačka
Gužva na kupališnom prostoru/preveliki broj kupaca	7,6	7,3
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	7,2	4,9
Neprijemno odloženo smeće	6,2	7,3
Nemogućnost razdvajanja otpada	6,3	5,5
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	6,0	5,5
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	6,2	6,5
Nešto drugo	1,3	1,6

Aktivnost tijekom boravka u destinaciji

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Njemačka
Plivanje, kupanje	76,5	82,6
Razgledavanje gradova ('city sightseeing')	53,8	47,3
Odlazak u restorane	50,4	49,7
Posjet povijesnim građevinama	23,4	16,0
Posjet nacionalnim parkovima, zaštićenim prirodnim područjima	19,1	17,1
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	15,4	11,2
Odlazak na organizirane izlete brodom	14,8	13,5
Pješačenje	14,5	10,7
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	13,8	10,4
Jogging, trčanje	12,9	13,3
Odlazak u klubove, ples, noćni život	11,0	8,9
Tenis	10,0	12,1
Korištenje wellness, spa usluga	8,5	8,3
Ronjenje	8,4	6,0
Posjet tematskim parkovima	7,8	7,8
Posjet zabavnim događanjima	7,1	5,4
Obilazak vinskih cesta, vinarija	7,3	7,1
Ribolov	6,1	4,3
Obilazak tematskih cesta	6,2	6,0
Posjet tradicionalnim događanjima	5,3	5,3
Ostalo	4,8	5,9
Posjet seoskim domaćinstvima	4,6	3,2
Posjet toplicama	3,9	5,8
Posjet kulturnim događanjima	3,8	3,7
Golf	3,8	5,3
Jedrenje	3,4	3,4

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Njemačka
Posjet sportskim događanjima	3,2	3,0
Planinarenje	2,7	1,7
Avanturistički sportovi	2,5	1,8
Mountain biking	2,5	4,7
Korištenje zdravstvenih usluga	1,8	1,3
Sudjelovanje na radionicama	1,6	1,4
Dvoranski sportovi	1,5	1,1
Lov	1,4	1,4
Jahanje	1,4	2,5
Rafting	1,3	1,5
Posjet božićnim ili adventskim sajmovima	0,9	0,9
Nekom drugom	9,1	7,6
Niti jednom	0,9	0,7

Stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude mjesta

Element ponude	Prosjek za strana tržišta	Njemačka
Ljepota prirode i krajolika	87,7	86,9
Ljepota mjesta	86,3	84,2
Osobna sigurnost	84,3	86,4
Atmosfera, ugođaj	82,7	82,7
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	82,3	82,1
Ukupni boravak	80,5	80,8
Uređenost mjesta	78,5	77,4
Čistoća plaža	77,2	77,0
Smještajni objekt	76,8	78,3
Informacije u destinaciji	76,3	73,9
Ekološka očuvanost prostora	76,4	76,0
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	76,0	74,4
Prilagođenost destinacije djeci	75,3	76,2
Pješačke staze	75,1	74,5
Prometna dostupnost destinacije	74,1	75,8
Gastronomska ponuda u mjestu	71,7	73,9
Označavanje znamenitosti	71,8	70,5
Kultura i umjetnost	71,4	72,6
Opremljenost, uređenost plaža	70,6	70,1
Besplatni internet u destinaciji	69,5	70,0
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	69,5	69,0
Informacije, edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	69,1	69,3
Biciklističke rute i staze	67,7	71,1
Lokalni javni prijevoz	63,9	71,5
Sportski sadržaji	63,8	69,0
Događanja i manifestacije	63,4	63,6
Mogućnost za kupnju	62,5	67,5
Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	62,4	67,5
Zabava, noćni život	62,4	65,7
Promet u mjestu	62,3	65,3

Vjerojatnost preporuke mjesta prijateljima, rodbini ili kolegama

	Prosjek za strana tržišta	Njemačka
Nije vjerojatno da ću preporučiti	4,2	4,0
Vjerojatno ću preporučiti	26,9	26,1
Jako je vjerojatno da ću preporučiti	68,9	69,9
UKUPNO	100,0	100,0

Prosječni dnevni izdaci (u EUR)

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Njemačka
Prosječni dnevni izdaci ukupno	99,0	91,8
Smještaj	52,8	48,9
Hrana u restoranima i barovima	17,1	16,6
Usluge trgovine	11,6	10,9
Kultura i zabava	3,3	3,2
Sport i rekreacija	2,8	2,9
Izleti	2,7	2,1
Lokalni prijevoz	7,1	6,0
Ostalo	1,7	1,1

Struktura prosječnih dnevnih izdataka

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Njemačka
Prosječni dnevni izdaci ukupno	100,0	100,0
Smještaj	53,3	53,2
Hrana u restoranima i barovima	17,2	18,1
Usluge trgovine	11,7	11,9
Kultura i zabava	3,3	3,5
Sport i rekreacija	2,9	3,1
Izleti	2,8	2,3
Lokalni prijevoz	7,1	6,6
Ostalo	1,7	1,3

Imidž Hrvatske

Najveći broj turista u Njemačkoj dolazi iz regija Nordrhein Westfalen, Bavarska i Baden-Württemberg. Prema kriteriju posjete Hrvatskoj u protekle tri godine, najveće udjele imaju te iste regije: prva je Bavarska s udjelom od 26 %, zatim slijedi Nordrhein Westfalen (20 %) te Baden-Württemberg (16 %). Kada promatramo interes za posjet Hrvatskoj u budućnosti, struktura prema regijama znatno je drugačija i donekle odgovara prosjeku za sve njemačke turiste. Najveći interes zabilježen je u regiji Sjeverna Nordrhein - Westfalen (25 %), zatim u Bavarskoj (19 %) i Baden Württemberg (11 %), regije koje pokazuju novi interes za putovanje u Hrvatsku u budućnosti uz Nordrhein Westfalen su Niedersachsen te gradovi Berlin i Hamburg.

Analizirajući proces i kriterije odabira destinacije odmora, s obzirom na potrebe koje zadovoljava, Hrvatska se među njemačkim turistima profilira kao destinacija gdje obitelji uživaju u suncu i moru.

U usporedbi s Turskom i Grčkom, njemački turisti Hrvatsku najčešće povezuju s odmorom za obitelji, opuštanjem i povoljnim odmorom, a najrjeđe s pojmovima komfora i luksuza, individualnim putovanjima i adventure turizmom.

Na pitanje koje destinacije najbolje odgovaraju različitim grupama turista, Hrvatska se našla među prve tri spomenute zemlje za turiste koji brinu o budžetu te za mlađe putnike.

U sezoni 2020. glavna tema među potencijalnim klijentima koji su namjeravali putovati bila je sigurnost vezana za rizike od zaraze korona virusom te dostupnost individualnim prijevoznim sredstvima.

Hrvatska je prije početka ljetne sezone godišnjih odmora odskakala po tim pitanjima od konkurencije na Mediteranu - prednosti su dobro komuniciranje u medijima u kojima je Hrvatska bila zastupljenija no ikada.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2020.
Popis turoperatora koji su u 2020. godini imali Hrvatsku u ponudi slijedi u nastavku.

Naziv tvrtke službeni	Adresa	Telefon	Website	Email	Proizvodi
TUI Deutschland GmbH	Kai Weichert Alle 23, 30625 Hannover	0511-56780100	tui.com	info@tui.info	paušalna i modularna putovanja
DER Touristik GmbH	Humboldtstraße 140 , 51149 Köln	+49 (0)2203 420	dertouristik.com	service@its.de	paušalna i modularna putovanja
ID Rivatours GMBH	Neuhauser Str. 27, 80331 München	0049 89 23 11 00-0	idriva.com	info@idriva.com	paušalna i modularna putovanja, kružna putovanja, grupe, kuće za odmor
FTI GmbH	Landsbergerstraße 88, 80339 München	+49 (0) 89 / 25 25 - 1090	fti.de	info@fti.de	paušalna i modularna putovanja
NOVASOL	Gotenstraße 11, Hamburg	+49 (0)40- 688 71 51 82	novasol.de	novasol@novasol.de	kuće za odmor
DER Touristik (Dertour – ADAC Reisen)	Emil von Behring Straße 6, 60424 Frankfurt / M	069 958800	dertour.de	info@dertour.de	paušalna i modularna putovanja
Alltours Flugreisen GmbH	Dreischeibenhaus 1, 40211 Düsseldorf	+49 (0)2 11 / 54 27- 0	alltours.de	info@alltours.de	paušalna i modularna putovanja
OLIMAR Reisen Vertriebs GmbH	Glockengasse 2, 50667 Köln	+49 221 20 590 0	olimar.de	info@olimar.com	paušalna i modularna putovanja, mali hoteli
Berge & Meer Touristik GmbH	Andreestraße 27, 56578 Rengsdorf	02634 960 0	berge-meer.de	info@berge-meer.de	paušalna i modularna putovanja, krstarenja
Reisewelt Teiser & Hüter GmbH	Fuldaer Str. 2, 36119 Neuahof	06655 / 96 09-0	reisewelt-neuhof.com	info@reisewelt-neuhof.de	paušalna i modularna putovanja, krstarenja, grupe
Misir Sonnenlandreisen	Viehofer Str. 23, 45127 Essen	0049 201 439370	kroatien-misir.de	info@misir.de	paušalna i modularna putovanja, grupe
Ameropa-Reisen GmbH	Hewlett-Packard- Straße 4 61352 Bad Homburg	+49 6172 109-0	ameropa.de	info@ameropa.de	paušalna i modularna putovanja, putovanja željeznicom
FIT Gesellschaft für gesundes Reisen mbH	Ferdinand-Happ- Str. 28, 60314 Frankfurt/M	+49 (0) 69 / 40 58 85-0	fitreisen.de	info@fitreisen.de	SPA i Wellness putovanja
Studiosus Reisen München GmbH	Riesstraße 25, 80 992 München	089 50060-0	studiosus.com	info@studiosus.com	Studijska putovanja

Naziv tvrtke službeni	Adresa	Telefon	Website	Email	Proizvodi
Studiosus Reisen München GmbH	Riesstraße 25, 80 992 München	90 50060-0	studiosus.com	info@studiosus.com	Posebne grupe
Wörlitz Tourist GmbH	Frankfurter Allee 31 A, 10247 Berlin	0 30-422 195 21	woerlitztourist.de	info@woerlitztourist.de	autobusna putovanja, grupe
INTER CHALET Ferienhaus-Gesellschaft mbH	Heinrich von Stephan Str. 25, 79021 Freiburg	0049 (0)761 - 2100 77	interchalet.de	info@interchalet.de	kuće za odmor
KROATI - Reisen GmbH & Co. KG	Sassenstraße 16a, 97450 Arnstein	+49 (0) 9363 5335	kroati.de	info@kroati.de	privatni smještaj
Adrialin GmbH	Klehestraße 3-5, 76571 Gaggenau	+49 (0)7225 9880-0	www.kroatien-adrialin.de	info@adrialin.de	privatni smještaj
Hauser Exkursionen international GmbH	Spiegelstr. 9, 81241 München	49 (89) 235006-0	hauser-exkursionen.de	info@hauser-exkursionen.de	outdoor putovanja
SERVICE-REISEN Heyne GmbH & Co KG	Rödgener Str. 12, 35394 Giessen	+49-(0)641-4006-0	servicereisen.de	info@servicereisen.de	grupna putovanja
Alpetour Touristische GmbH	Josef-Jägerhuber-Straße 6, 82319 Starnberg	0049 8151 775-0	alpetour.de	info@alpetour.de	grupna putovanja
Leitner Touristik GmbH	Am Spitalwald 2, 90584 Allersberg	+49 (0) 9176 - 98 600	leitner-reisen.de	info@leitner-reisen.de	grupna putovanja
Hörmann Reisen GmbH	Fuggerstraße 16, 86150 Augsburg	(0821) 345 000	hoermann-reisen.de	info@hoermann-reisen.de	grupna putovanja
Humboldt Reisen Berlin GmbH	Friedrichstrasse 95; 10117 Berlin	030 – 201 644 40	humboldtreisen.de	info@humboldtreisen.de	grupna putovanja
IKARUS TOURS GmbH	Am Kaltenborn 49 - 51, 61462 Königstein / Ts	+49 6174 2902-0	ikarus.com	info@ikarus.com	grupna putovanja
Heinrich Kofler Omnibusbetrieb & Reisebüro	Stockwiesenstraße 31; 64739 Höchst/ Odw.	06163 / 9345-0	kofler-reisen.de	info@kofler-reisen.de	grupna putovanja
Behringer Touristik GmbH & Co. KG	Rober-Bosch-Straße 12; 35398 Gießen	49 (0)641 96 81-0	behringer-touristik.de	info@behringer-touristik.de	grupna putovanja
Vtours GmbH	Weißenburger Str. 30; 63739 Aschaffenburg	+49 (0)6021 / 86211750	vtours.de	zentrale@vtours.de	paušalna i modularna putovanja
Tropo GmbH	Mönckebergstraße 27; 20095 Hamburg	0049 40 80 8163 000	tropo.de	info@tropo.de	paušalna i modularna putovanja
Vamos Eltern Kind Reisen GmbH	Hindenburgstraße 27, 30175 Hannover	0049 511 400 799 99	vamos-reisen.de	kontakt@vamos-reisen.de	putovanja s djecom
Wikinger Reisen GmbH	Kölnerstraße 20, 58135 Hagen	0 23 31 / 90 4	wikinger-reisen.de	mail@wikinger.de	outdoor putovanja
L'TUR Tourismus AG	Augustaplatz 8, 76530 Baden Baden	0761 557 557	ltur.com	info@ltur.de	putovanja za mlade
Stanglmeier Touristik GmbH & Co KG	Industriestr. 14, 84048 Mainburg	08751/709-0	stanglmeier.de	info@stanglmeier.de	grupna putovanja

Naziv tvrtke službeni	Adresa	Telefon	Website	Email	Proizvodi
Oböna Reisen FKK Touristik	Am Taubenbaum 27; 61231 Bad Nauheim	+49 (0) 6032 - 960 90	oboena.de	info@oboena.de	FKK putovanja
Radurlaub ZeitReisen GmbH	Maybachstraße 8, 78467 Konstanz	+49-(0)7531-36186-0	inselhuepfen.de	info@inselhuepfen.de	biciklističke ture, krstarenja
Biblische Reisen GmbH	Silberburgstraße 121, 70176 Stuttgart	0049 711 619 25 0	biblische-reisen.de	info@biblische-reisen.de	grupna putovanja
Bayerisches Pilgerbüro e.V.	Dachauer Str. 9, 80335 München	0049 89 54 58 11 0	pilgerreisen.de	info@pilgerreisen.de	grupna putovanja
Gebeco mbH & Co. KG	Holzoppelweg 19, 24118 Kiel	0049 431 5446 0	gebeco.de	Kontakt@Gebeco.de	grupna putovanja
Ruf Reisen GmbH	Am Lenkwerk 11, 33609 Bielefeld	0049 521 96 27 20	ruf.de	info@ruf.de	putovanja za mlade/ city i krstarenja / party
CTS Gruppen- und Studienreisen GmbH	Herforder Str. 75, 32657 Lemgo	0049 5261 2506-0	cts-reisen.de	info@cts-reisen.de	grupna /školska putovanja
HEROLÉ Reisen GmbH	Sosaer Straße 11, 01257 Dresden	0049 351 888 7890	herole.de	kontakt@herole.de	grupna/školska putovanja
FERIEN Touristik GmbH	Schiess-Str. 44a, 40549 Düsseldorf	0049 211 68 771 185	ferien-touristik.de	service@ferien-touristik.de	paušalna i last minute putovanja
Express Travel International GmbH	Bockenheimer Anlage 11, 60322 Frankfurt am Main	0049 69 756 122 50	eti.de	info@eti.de	paušalna i last minute putovanja
Lernidee Erlebnisreisen GmbH	Kurfürstenstraße 112, 10787 Berlin	0049 30 786000	lernidee.de	team@lernidee.de	studijska putovanja, krstarenja
LMX Touristik GmbH	Walter-Köhn-Str. 4D, 04356 Leipzig	0049 341 90 98 740	lmx.de	info@lmx-touristik.de	paušalna, modularna-dinamična i last minute putovanja
Reiseveranstalter Mediplus REISEN	Lyon-Strasse 31, 4053 Basel	0049 30 97 92 10 20	mediplusreisen.de	kundenservice@mediplusreisen.ch	SPA Wellness, ture, paušalna putovanja
H&H Touristik GmbH	Kaiserstr. 94 A, 76133 Karlsruhe	0049 721 509 81 0	hht.de	info@hht.de	paušalna, modularna-dinamična i last minute putovanja, ture, krstarenja
Spar mit Reisen	Mattenstrasse 24, CH-4058 Basel	0049 7621 91 40 111	spar-mit.com	kontakt@spar-mit.com	paušalna, modularna-dinamična i last minute putovanja, ture, wellness, posebni interesi
Eberhardt TRAVEL GmbH	Zschoner Ring 30, 01723 Kesselsdorf (bei Dresden)	0049 35204 92 112	eberhardt-travel.de	info@eberhardt-travel.de	paušalna, modularna-dinamična i last minute putovanja, ture, wellness, posebni interesi, kružna putovanja

Naziv tvrtke službeni	Adresa	Telefon	Website	Email	Proizvodi
Windrose Finest Travel GmbH	Fasanenstr. 33, 10719 Berlin	0049 30 20 17 21 0	windrose.de	service@windrose.de	luksuzna putovanja
DESIGNREISEN GmbH	Theresienstrasse 1, 80333 München	0049 89 21 76 68 88 93	designreisen.de	info@designreisen.de	luksuzna putovanja
Frosch Sportreisen GmbH	Sendener Stiege 161, 48163 Münster	0049 251 927 88 10	frosch-sportreisen.de	info@frosch-sportreisen.de	sportski odmor
Patricio Travel GmbH	Dr.-Emil-Brich- ta-Str.7; 94036 Passau	0049 8591 93 99 111	patriciotravel.com	kontakt@patricio-travel.de	sportski odmor, tenis, wellness
JAM! Reisen GmbH	Steindamm 97, 20099 Hamburg	0049 40 23 51 90 0	jam-reisen.de	info@jam-reisen.de	putovanja za mlade, party
DB Klasenfahrten und Gruppenreisen		0721 - 9143 74 74	bahn.de/p/view/ angebot/gruppen/ services.shtml		putovanja vlakom
Welcome Berlin Tours GmbH	Neue Bahnhof- straße 9-10; 10245 Berlin	0049 30 443 393 0	superklassenfah- ten.de	info@welcome- berlintours.de	školska putovanja
Martin Geldhauser Omnibusunternehmen im Linien- und Reiseverkehr GmbH & Co. KG	Fichtenstraße 29; 85649 Hofolding	0049 8104 89 45 4	geldhauser.de	info@geldhauser.de	autobusna putovanja, grupe
BERR REISEN GMBH	Hermann-Ober- th-Str. 4, 83052 Bruckmühl	080 62 / 90 67 - 0	berr-reisen.de	info@berr-reisen.de	autobusna putovanja, grupe
Marx Reisen - Alfons Marx KG	Strohhof 8, 83413 Fridolfing	08684 987 90	marx-reisen.de	info@marx-reisen.de	autobusna putovanja, grupe
Nussbaum Reisen Omnibus GmbH & Co. KG	Ulmer Strasse 2, 86420 Biburg	0821 48 14 32	nussbaum-reisen.de	info@nussbaum-reisen.de	autobusna putovanja, grupe
Benedikt Heine GmbH & CO. KG	Ahegg 22, 88239 Wangen im Allgäu	075 22 / 97 46-0	heine-reisen.de	info@heine-reisen.de	autobusna putovanja, grupe
Bendel-Reisen GmbH	Reutlinger Weg 3, 88527 Unlingen	07371-12247	bendel-reisen.de	info@bendel-reisen.de	autobusna putovanja, grupe
Schüle Reisen Touristik GmbH & CoKG	Bahnhofstrasse 50, 88316 Isny	075 62 / 70 99 0	schuele-reisen.de	info@schuele-reisen.de	autobusna putovanja, grupe
Omnibus Wegis GmbH	Gehrenbergstr. 23,88697 Bermatingen/Ahausen	075 44 / 95 55 0	wegis-reisen.de	info@wegis-reisen.de	autobusna putovanja, grupe
Osterrieder Reisen	Zirgesheimer Straße 29 86609 Donauwörth	0906/706050	osterrieder.de	reisen@osterrieder.de	autobusna putovanja, grupe
Heideker Reisen GmbH	Dottinger Strasse 55, 72525 Münsingen	073 81 / 93 95-0	heideker.de	info@heideker.de	autobusna putovanja, grupe
P.I.T.-Touristik GmbH & Co. KG	Ulmer Straße 34, 89584 Ehingen	07391-70000	pit-touristik.de	info@pit-touristik.de	autobusna putovanja, grupe
Weiss & Nesch GmbH	Schönbuchstraße 51 72202 Nagold-Vollmaringen	07459 / 93004-0	weiss-nesch.de	info@weiss-nesch.de	autobusna putovanja, grupe

Naziv tvrtke službeni	Adresa	Telefon	Website	Email	Proizvodi
Eberhardt Reisen	Bahnhofstraße 6 75172 Pforzheim	07231 38 02 43	eberhardt-reisen.de	info@eberhardt-reisen.de	autobusna putovanja, grupe
Albert Rexer GmbH & Co KG	Robert-Bosch-Str. 15, 75365 Calw	07051 / 16 26 0	rexer.de	reisen@rexer.de	autobusna putovanja, grupe
IKARUS Reisen GmbH	Kaiserstr. 25, 76131 Karlsruhe	0721/ 931400	ikarus-reisen.de	info@ikarus-reisen.de	autobusna putovanja, grupe
Hirsch-Reisen GmbH	Erbprinzenstraße 31, 76133 Karlsruhe	0721 181118	hirschreisen.de	verkauf@hirschreisen.de	autobusna putovanja, grupe
Karawane Reisen GmbH & Co. KG	Schorndorfer Straße 149, 71638 Ludwigsburg	07141 2848-0	karawane.de	info@karawane.de	autobusna putovanja, grupe
Die Weltenbummler GmbH	Rudolstädter Straße 234, 99098 Erfurt	0361 / 442930	weltenbummler.com	info@weltenbummler.com	autobusna putovanja, grupe
Schäfer-Reisen GmbH	Sontheimer Straße 44, 74074 Heilbronn	07131-5033-0	schaefer-touristik.de	mail@schaefer-touristik.de	autobusna putovanja, grupe
Reisebüro GROSS	Weinsberger Straße 43, 74072 Heilbronn	07131/15090	gross-international.de	info@gross-reisen.de	autobusna putovanja, grupe
Beck+Schubert GmbH & Co. KG	Habsburger Str. 6, 73432 Aalen-Ebnat	07367 9609-0	beckundschubert.de	info@beckundschubert.de	autobusna putovanja, grupe
Fischer Omnibusreisen GmbH & Co. KG	Am Wasserrain 4 73235 Weilheim/ Teck	0 70 23 95 21 0	fischer-omnibus.de	info@fischer-omnibus.de	autobusna putovanja, grupe
Schlienz-Tours GmbH & Co.KG	Willy-Rüsch-Straße 11 71394 Kernen / Stuttgart	07151 / 94931 - 0	schlienz.info	info@schlienz.info	autobusna putovanja, grupe
Omnibus Held	Hans-Liebherr-Str. 20 88161 Lindenberg	08381/928880	omnibus-held.de	info@omnibus-held.de	autobusna putovanja, grupe
Frey und Salzer Reisen GmbH	Dendelstraße 25 94431 Großköllnbach	09953-9306-0	frey-reisen.de	info@frey-reisen.de	autobusna putovanja, grupe
Radissimo GmbH	Hennebergstraße 6 76131 Karlsruhe	0721 / 35 48 18-0	radissimo.de	info@radissimo.de	grupna i individualna biciklistička putovanja,
Rückenwind Reisen GmbH	Am Patentbusch 14 26125 Oldenburg	0441 485970	rueckenwind.de	info@rueckenwind.de	grupna i individualna biciklistička putovanja,
BIKETEAM Radreisen	Lise-Meitner-Str. 2 79100 Freiburg	0761 – 556 559 29	biketeam-radreisen.de	info@biketeam-radreisen.de	biciklistička putovanja
Die Landpartie Radeln & Reisen GmbH	Am Schulgraben 6 26135 Oldenburg	0441/570683-0	dieLandpartie.de	service@die-Landpartie.de	biciklistička putovanja, MTB
Fahrtwind Sportreisen	Wiesholz 1, 83122 Samerberg	080 32-89 89	fahrtwind.de	info@mtb-fahrtwind.de	biciklistička putovanja, MTB
Natours Reisen GmbH	Potsdamer Straße 51 49088 Osnabrück	0541 34751894	natours.de	info@natours.de	biciklistička putovanja, trekking ture, krstarenja

Naziv tvrtke službeni	Adresa	Telefon	Website	Email	Proizvodi
Velociped GmbH & Co. KG	Alte Kasseler Str. 43 35039 Marburg	06421 88689-0	velociped.de	info@velociped.de	grupna i individualna biciklistička putovanja,
VOYAGE Reiseorganisation GmbH	Nord-West-Ring 4 32832 Augustdorf	05237 - 89 08 21	go-jugendreisen.de	info@voyage-gruppenreisen.de	putovanja za mlade/ city i krstarenja / party
FUN-Reisen GmbH	Elbgaustrasse 64 22523 Hamburg	040 - 57 00 65 70	fun-reisen.de	info@fun-reisen.de	putovanja za mlade/ city i krstarenja / party
DAV Summit Club GmbH	Am Perlacher Forst 186 81545 München	089 64240 0	dav-summit-club.de	info@dav-summit-club.de	MTB biciklistička putovanja, trekking ture
SKR Reisen GmbH	Venloer Str. 47-53 50672 Köln	0221 93372-0	skr.de	info@skr.de	grupna putovanja, trekking ture
Touristik und Kontakt International GmbH	Danziger Str. 168 10407 Berlin	030 4233333	kurreisen.de	info@tuk.de	zdravstveni turizam, wellness
TOUR VITAL Touristik GmbH	Kaltenbornweg 6 50679 Köln	0221 222 89-210	tourvital.de	info@tourvital.de	wellness
VIATOR-REISEN	Propsteihof 4, 44137 Dortmund	0231 - 177 93 - 0	viator.de	info@viator.de	studijska putovanja
Transmedic GmbH	Völckersstraße 7-9 22765 Hamburg	069 - 40 5885 78	transmedic.de	kontakt@transmedic.de	zdravstveni turizam, wellness
RMB Travel & Events GmbH	Am Diebsteich 31 22761 Hamburg	040 - 800 80 97 15	ttt-jugendreisen.de	info@ttt-jugendreisen.de	putovanja za mlade/ školska putovanja
Trendtours	Am Holzweg 26 65830 Kriftel	0049 6192 404 0	Trendtours.de	Info@trendtours	grupna putovanja

TUI Deutschland GmbH (Touristik Union International)

Najveća međunarodna putnička i turistička kompanija sa sjedištem u Hannoveru (Njemačka). U svom vlasništvu ima putničke agencije, hotele, avio-kompanije, kruzere i trgovine. Posjeduje 6 avio-kompanija, ima 76.000 zaposlenika, 1.800 turističkih agencija, 300 hotela. U svom vlasništvu također ima turoperatore: Thomson holiday, First Choice, TCS World Travel, TUI Deutschland, 1-2-Fly, Wolters Reisen, Star Tour. Ponuda za Hrvatsku: sve destinacije.

DER Touristik GmbH

Pripada REWE grupi. Nude široku paletu za zimski odmor na njemačkom tržištu te 2.500 različitih tura u 179 zemalja. Nude 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 se nude paket aranžmani u trajanju od 5-8 noćenja, s polascima iz raznih europskih zračnih luka.

DER Touristik Frankfurt (Dertour – ADAC Reisen)

Osnovan je 1917. u Frankfurtu na Maini, a danas broji oko 2.500 radnika. Aranžmane prodaje i preko ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V.) koji danas broji 20 milijuna članova. Nude se aranžmani za Hrvatsku, uglavnom na obali.

ID Riva Tours GmbH

Najveći turoperator specijalist za Hrvatsku, s preko 70.000 gostiju i 23,8 milijuna eura prometa. Posebno je specijaliziran za kružna putovanja brodovima (30-40 pax) po Jadranu s polascima iz Rijeke, Zadra i Trogira.

Suraduje s velikim brojem hotelskih kompanija, kampovima, privatnim smještajem, kućama za odmor i dr. Jaki su u segmentu grupnih putovanja autobusima te charter letova iz brojnih njemačkih gradova prema destinacijama u Hrvatskoj.

FTI GROUP

Najveći turoperator u Bavarskoj i 4. u Njemačkoj. U svom portfelju ima brendove:

- FTI Touristik – organizirani programi (aranžmani) u destinacijama na 5 kontinenata, suraduje s preko 14.000 agencija i online portala u Austriji, Švicarskoj, Francuskoj te dijelu istočne Europe. Ima prosječni godišnji rast od 15%.
- BIGXTRA – najveći specijalizirani turoperator fokusiran na „white label production“ (svoje aranžmane prodaje kroz druge agencije i druge brendove). Prodaje kroz SonnenklarTV kanal, kroz snažne brendove poput Lidl, Tchibo-a te kroz turističke agencije u Njemačkoj Austriji i Švicarskoj. Nudi veliki izbor putovanja izvan glavne sezone.
- 5 vor Flug – jedan od najvećih last minute turoperatora i kraćih putovanja u prostoru njemačkog govornog područja. Fokusira se na putovanjima unutar 60 dana. Baziran je na modernom cash&carry konceptu.
- MEETING POINT International – jedna od vodećih destinacijskih management kompanija, aktivna 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 niti jednom koncernu. S prometom od 1,74 milijardi eura i 1,87 mio. gostiju (Sezona 2014/2015) u avio prometu danas je peti turoperator u Njemačkoj i šesti u Europi. Turoperatoru pripadaju i druge uspješne tvrtke uključujući: Reisecenter Alltours GmbH, putničku agenciju

s oko 200 turističkih agencija, zatim BYE.bye GmbH turoperator za dinamične turističke aranžmane, Alltours Turistički portal GmbH, španjolska incoming agencija Viajes Allsun sa sjedištem na Mallorci te tvrtka nekretništva i menadžmenta Alltours España. Turoperatoru također pripadaju hotelski brendovi „alltours Hotels“ i „holiday Hotels“. Alltours hotels su specijalizirani za odmor u klubovima npr. club alltourini, holiday hotels za odmor za obitelji. Ponude za Hrvatsku: Kvarner, Rijeka, Krk, Rab, Sjeverna Dalmacija, Zadar, Split, Dubrovnik.

OLIMAR Reisen Vertriebs GmbH.

Tvrtka u privatnom vlasništvu, specijalist za Portugalu i južnu Europu s 45 godina iskustva. Nudi raznolike proizvode u što su uključeni gradski izleti, kružna putovanja i gurmanske ture, ljetni i obiteljski odmor, aktivni odmor i golf putovanja. Pobjednik je nagrade tourVERS koju dodjeljuje LTH AG kao top turoperator 2014. godine. Ponuda za Hrvatsku: Istra, Kvarner, Dalmacija/vrsta putovanja: za odrasle, aktivni odmor, izlet u prirodu, deluxe, dizajn, obiteljska, 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, a promet se popeo na 1,2 milijarde eura. Schauinsland se bavi pretežito klasičnim paket aranžmanima u destinacijama kao što su Turska, Španjolska, Grčka. U Hrvatsku su značajnije ušli sa sezonom 2017. Schauinsland je omiljeni turoperator turističkih agencija, gdje ga redovno proglašavaju najboljim partnerom radi velike pažnje koju pruža u servisu prema agencijama.

BERGE UND MEER Touristik GmbH

Berge & Meer je 100 % podružnica TUI Grupe, vodeće svjetske turističke grupacije sa sjedištem u Hannoveru. Berge & Meer je unutar TUI Grupe tvrtka specijalizirana za direktnu prodaju turističkih aranžmana. Ponuda za Hrvatsku: Istra, Kvarner i Dalmacija. Nude kružna putovanja (more i rijeke) i kombinirana putovanja.

REISEWELT TEISER & HÜTER GmbH

Od 1989. godine razvio se kao jedan od vodećih turoperatora za grupna putovanja, avio putovanja, krstarenja, autobusna putovanja i hodočašća. Ponuda za Hrvatsku: Istra i Kvarner te najveću ponudu ima 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 destinacije. U ponudi imaju hotele i privatni smještaj, mobilne kućice, paušalna putovanja, kružna putovanja, krstarenja – izlete.

AMEROPA-REISEN

65 godina uspješno posluje na tržištu te prodaje svoje aranžmane u 7.400 putničkih agencija i DB (Deutsche Bahn) turističkim centrima. Ponuda za Hrvatsku: Južna Dalmacija (Dubrovnik). U ponudi imaju hotele.

FIT REISEN

Osnovan je prije 40 godina - 1976. godine kada je objavljen prvi FIT katalog, FIT putovanja, s tada potpuno novim konceptom zdravog odmora pod motom "Ferien und Kuren." Od siječnja do studenog 2015. godine povećana je prodaja u odnosu na 2014. godinu za 17 %, a godinu dana prije (2014.) ostvarili su povećanje prodaje od 30 %. Ponuda za Hrvatsku: Istra, Kvarner, Dalmacija.

Vrsta putovanja:

wellness, sportski i aktivni odmor, zdravstveni turizam.

STUDIOSUS REISEN München GmbH

Studiosus Reisen München GmbH obiteljska je tvrtka koja zapošljava 320 osoba u grupi svojih tvrtki. Planiraju, razvijati i organiziraju više od 1.000 različitih tura u više od 100 zemalja. Imaju 570 specijalnih vodiča za Studiosus ture po svijetu. Ostvaruju godišnji promet od 257 milijuna eura (u cijeloj grupi). 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.

Zračni čarteri u 2020.

Nakon godina zadovoljavajućeg rasta, kada se avio promet iz Njemačke prema Hrvatskoj konsolidirao iznad brojke od milijun sjedala u jednom smjeru, 2020. i korona kriza donose veliki pad. Prije izbivanja krize najbitnije novosti bile su konsolidacije koje su kompanije poduzimale kako bi jačale svoju profitabilnost u poslovanju prema Hrvatskoj. Tako je npr. Eurowings planirao „rezanje“ pojedinih linija koje nisu ostvarivale veći prihod. Isto je planirao i Condor, dok je Ryanair najavljivao nove linije, poglavito prema ZL Dubrovnik. Naravno, okolnosti vezane uz korona krizu narušila su planove prijevoznika te dovele do velikog pada tržišta.

Autobuseri

U njemačkoj „autobuserskoj“ branši se realizira približno 1,4 milijarde eura prometa. U Njemačkoj su najpopularnije destinacije za autobusera Mecklenburg-Vorpommern, Bavarska, Baden-Württemberg, Niedersachsen i Schleswig-Holstein. U inozemstvo su Nijemci autobusom najčešće putovali u Italiju (23%), zatim u Poljsku (12%) i Austriju (11%), u Španjolsku (11%) i Češku 6%. U zemljama kao što su Poljska i Češka udio autobuserskih gostiju u ukupnom broju njemačkih gostiju doseže 30%, dok je u Mađarskoj ili Sloveniji taj udio oko 20%. Prosječna starost njemačkog autobuserskog gosta je 59 godina, a na putovanja u grupama se prosječno potroši 980 eura po osobi.

Najjači mjeseci za grupna putovanja su svibanj, lipanj i rujanj, s udjelima oko 16%. Kolovoz je također značajan mjesec za putovanja autobusom, s udjelom do 16%. U grupnim putovanjima, 67% Nijemaca koristi autobus kao prijevozno sredstvo. 72% autobuserskih gostiju noći u hotelima.

Segment autobuserstva je u konstantnom, ali vrlo laganom padu. Hrvatsku godišnje posjeti oko 180 tisuća Nijemaca, koji u naše destinacije dolaze autobusom. U 2020. autobuserska branša je segment turističke privrede koji je osobito snažno pogođen korona krizom, dodatno, ima li se u vidu kako su njihova publika vrlo velikim dijelom stariji putnici, koji su u vrijeme pandemije najrizičnija populacijska skupina.

TURISTIČKA SEZONA 2021. – OPĆI POKAZATELJI

Sezona 2021. i dalje je pod znakom velike neizvjesnosti – korona virus je još uvijek prisutan i uvelike utječe na život i odluke građana, pa tako i u kontekstu provođenja godišnjih odmora.

Sezonu 2021. će zasigurno obilježiti *lastminute* buking te se, ovisno o epidemiološkoj situaciji, pretpostavlja kako će se klijenti okretati sigurnijim varijantama organizacije godišnjih odmora. U normalnim okolnostima sezona prodaje počinje već u studenome i prosincu te kulminira u siječnju. Za sljedeću godinu predviđa se da će klijenti s kupovinom čekati do zadnjeg trenutka, kako izbjegli negativne posljedice eventualnih otkazivanja aranžmana ili letova te kako se ne bi doveli u situaciju da se moraju suočavati s eventualnim stečajima turoperatora.

TURISTIČKA SEZONA 2021. – HRVATSKA

Godina 2021. bit će još izazovnija za hrvatski turizam na njemačkom tržištu nego li 2020., a glavni razlozi su:

- najave recesije u Njemačkoj i općenito slabija gospodarska konjunktura u odnosu na protekla razdoblja
- neizvjesna epidemiološka situacija
- nesigurnost kod klijenata u vezi odluke o godišnjem odmoru

U slučaju da se situacija s korona virusom normalizira pred početak sezone, Hrvatska može računati s 20 do 30% većim prometom iz Njemačke u odnosu na 2020.

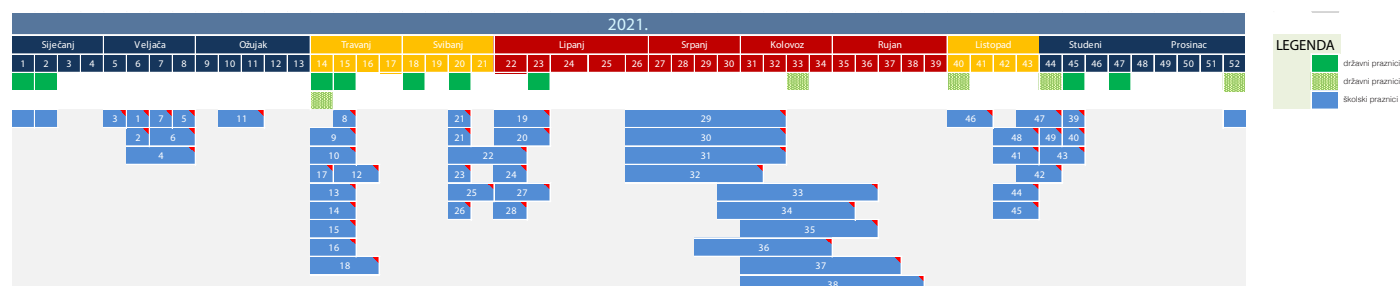
Imajući u vidu aktualno stanje na tržištu, na kojemu se predviđa posebno teška zima s neizvjesnim tijekom pandemije, te imajući u vidu daljnje moguće mjere zaštite stanovništva, potrebno pažljivo planirati aktivnosti za nadolazeću sezonu. Nakon pojave pandemije outgoing segment njemačke turističke privrede nalazi se u velikim problemima te se cjelokupna situacija mijenja u odnosu

na ranije godine. U 2021. ključni čimbenik za putovanja njemačkih turista u bilo koju destinaciju bit će razvoj epidemiološke situacije. Važno će biti da u proljeće stanje u Hrvatskoj bude zadovoljavajuće, tj. da naša zemlja bude barem na epidemiološkoj razini Njemačke, tj. da niti jedna županija ne bude na „crvenoj listi“, ili listi negativnih preporuka za putovanja.

Turoperatori i avioprijevoznici, sukladno dobivenim informacijama, planiraju i očekuju bolju sezonu od 2020. Ipak, nastoje svoje programe učiniti što fleksibilnijima, kako bi se minimizirao rizik eventualnog ponovnog jačanja epidemije u ljetnim mjesecima i proglašavanja pojedine destinacije rizičnom.

Kako bi izašli u susret klijentima te učinili aranžmane što atraktivnijima, organizatori putovanja nude dobre uvjete storniranja rezervacija i smatraju kako će veća fleksibilnost i smanjivanje rizika za klijente biti ključno za odabir destinacija.

Kalendar praznika



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2020.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2022.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2020	Srijeda	1	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Subota	1
Bogojavljenje - Sveta tri kralja (Epiphany (BW, BY, ST))	06.01.2020	Ponedjeljak	2	06.01.2021	Srijeda	2	06.01.2022	Četvrtak	2
Veliki petak (Good Friday)	10.04.2020	Petak	15	02.04.2021	Petak	14	15.04.2022	Petak	16
Uskrs (Easter)	12.04.2020	Nedjelja	15	04.04.2021	Nedjelja	14	17.04.2022	Nedjelja	17
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	13.04.2020	Ponedjeljak	16	05.04.2021	Ponedjeljak	15	18.04.2022	Ponedjeljak	17
Prvi svibanj (1 May)	01.05.2020	Petak	18	01.05.2021	Subota	18	01.05.2022	Nedjelja	19
Uzašašće (Ascension Day)	21.05.2020	Četvrtak	21	13.05.2021	Četvrtak	20	26.05.2022	Četvrtak	22
Duhovi ponedjeljak (Whit Monday/Pentecost Monday)	01.06.2020	Ponedjeljak	23	24.05.2021	Ponedjeljak	22	06.06.2022	Ponedjeljak	24
Tijelovo (Corpus Christi (BW, BY, HE, NW, RP, SL, SN, TH))	11.06.2020	Četvrtak	24	03.06.2021	Četvrtak	23	16.06.2022	Četvrtak	25
Velika Gospa (Assumption of the Virgin Mary (BY, SL))	15.08.2020	Subota	33	15.08.2021	Nedjelja	33	15.08.2022	Ponedjeljak	34
Dan ujedinjena Njemačke (Day of German Unity)	03.10.2020	Subota	40	03.10.2021	Nedjelja	40	03.10.2022	Ponedjeljak	41
Dan reformacije (Reformation Day (BB, MV, SN, ST, TH))	31.10.2020	Subota	44	31.10.2021	Nedjelja	44	31.10.2022	Ponedjeljak	45
Dan Svih svetih (All Saints' Day (BW, BY, NW, RP, SL))	01.11.2020	Nedjelja	44	01.11.2021	Ponedjeljak	45	01.11.2022	Utorak	45
Dan pokajanja i molitve (Day of Repentance and Prayer (SN))	22.11.2020	Nedjelja	47	17.11.2021	Srijeda	47	16.11.2022	Srijeda	47
Božić (Christmas)	25.12.2020	Petak	52	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Nedjelja	53
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2020	Subota	52	26.12.2021	Nedjelja	52	26.12.2022	Ponedjeljak	53

Izvor: Eurydice, <http://www.feiertagskalendar.ch/>

Školski praznici	2021.		
	Početak	Kraj	
Božićni praznici i Nova godina - Baden-Württemberg, Bavarska	23.12.2020	09.01.2021	
Božićni praznici i Nova godina - Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern	21.12.2020	02.01.2021	
Božićni praznici i Nova godina - Bremen, Niedersachsen	23.12.2020	08.01.2021	
Božićni praznici i Nova godina - Hamburg	21.12.2020	04.01.2021	
Božićni praznici i Nova godina - Hessen	21.12.2020	09.01.2021	
Božićni praznici i Nova godina - Nordrhein-Westfalen	23.12.2020	06.01.2021	
Božićni praznici i Nova godina - Rheinland-Pfalz, Saarland	21.12.2020	31.12.2021	
Božićni praznici i Nova godina - Schleswig-Holstein	21.12.2020	06.01.2021	
Božićni praznici i Nova godina - Sachsen-Anhalt	21.12.2020	05.01.2021	
Božićni praznici i Nova godina - Sachsen	23.12.2020	02.01.2021	
Zimski praznici - Berlin, Brandenburg	01.02.2021	06.02.2021	1
Zimski praznici - Bremen, Niedersachsen	01.02.2021	02.02.2021	2
Zimski praznici - Hamburg	29.01.2021	29.01.2021	3
Zimski praznici - Mecklenburg-Vorpommern	06.02.2021	18.02.2021	4
Zimski praznici - Saarland	15.02.2021	19.02.2021	5
Zimski praznici - Sachsen	08.02.2021	20.02.2021	6
Zimski praznici - Sachsen-Anhalt, Thüringen	08.02.2021	13.02.2021	7
Proljetni/Uskršnji praznici - Baden-Württemberg	06.04.2021	10.04.2021	8
Proljetni/Uskršnji praznici - Bavarska, Berlin, Nordrhein-Westfalen, Thüringen	29.03.2021	10.04.2021	9
Proljetni praznici - Brandenburg, Niedersachsen	29.03.2021	09.04.2021	10
Uskršnji praznici - Hamburg	01.03.2021	12.03.2021	11
Proljetni/Uskršnji praznici - Hessen	06.04.2021	16.04.2021	12
Proljetni/Uskršnji praznici - Mecklenburg-Vorpommern, Saarland	29.03.2021	07.04.2021	13
Proljetni/Uskršnji praznici - Rheinland-Pfalz	29.03.2021	06.04.2021	14
Proljetni/Uskršnji praznici - Saarland	29.03.2021	07.04.2021	15
Proljetni/Uskršnji praznici - Sachsen	02.04.2021	10.04.2021	16
Proljetni/Uskršnji praznici - Sachsen-Anhalt	29.03.2021	03.04.2021	17
Proljetni/Uskršnji praznici - Schleswig-Holstein	01.04.2021	16.04.2021	18
Praznici - Baden-Württemberg	25.05.2021	05.06.2021	19
Praznici - Bavarska	25.05.2021	04.06.2021	20
Praznici - Berlin, Sachsen, Thüringen	14.05.2021	14.05.2021	21
Praznici - Bremen, Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern	14.05.2021	25.05.2021	22
Praznici - Hamburg	10.05.2021	14.05.2021	23
Praznici - Saarland	25.05.2021	28.05.2021	24
Praznici - Sachsen-Anhalt	10.05.2021	22.05.2021	25
Praznici - Schleswig-Holstein	14.05.2021	15.05.2021	26
Praznici - Rheinland-Pfalz	25.05.2021	02.06.2021	27
Praznici - Nordrhein-Westfalen	25.05.2021	25.05.2021	28
Ljetni praznici - Hamburg	24.06.2021	04.08.2021	29
Ljetni praznici - Berlin	24.06.2021	06.08.2021	30
Ljetni praznici - Brandenburg	24.06.2021	07.08.2021	31
Ljetni praznici - Mecklenburg-Vorpommern/Schleswig-Holstein	21.06.2021	31.07.2021	32
Ljetni praznici - Bremen, Niedersachsen, Sachsen-Anhalt	21.07.2021	01.09.2021	33
Ljetni praznici - Rheinland-Pfalz, Hessen, Saarland	19.07.2021	27.08.2021	34
Ljetni praznici - Sachsen, Thüringen	26.07.2021	03.09.2021	35
Ljetni praznici - Nordrhein-Westfalen	05.07.2021	17.08.2021	36
Ljetni praznici - Baden-Württemberg	29.07.2021	11.09.2021	37
Ljetni praznici - Bavarska	30.07.2021	13.09.2021	38
Jesenski praznici - Baden-Württemberg	02.11.2021	06.11.2021	39
Jesenski praznici - Bavarska	02.11.2021	05.11.2021	40
Jesenski praznici - Berlin, Brandenburg, Hessen, Nordrhein-Westfalen	11.10.2021	23.10.2021	41
Jesenski praznici - Bremen, Sachsen	18.10.2021	30.10.2021	42
Jesenski praznici - Thüringen	25.10.2021	06.11.2021	43
Jesenski praznici - Hamburg	04.10.2021	15.10.2021	44
Jesenski praznici - Schleswig-Holstein	04.10.2021	16.10.2021	45
Jesenski praznici - Mecklenburg-Vorpommern	02.10.2021	09.10.2021	46
Jesenski praznici - Niedersachsen, Saarland	18.10.2021	29.10.2021	47
Jesenski praznici - Rheinland-Pfalz	11.10.2021	22.10.2021	48
Jesenski praznici - Sachsen-Anhalt	25.10.2021	30.10.2021	49
Božićni praznici i Nova godina - Baden-Württemberg, Bremen, Hessen, Schleswig-Holstein	23.12.2021	08.01.2022	
Božićni praznici i Nova godina - Bavarska, Nordrhein-Westfalen	24.12.2021	08.01.2022	
Božićni praznici i Nova godina - Berlin	24.12.2021	31.12.2021	
Božićni praznici i Nova godina - Brandenburg	23.12.2021	31.12.2021	
Božićni praznici i Nova godina - Niedersachsen	23.12.2021	07.01.2022	
Božićni praznici i Nova godina - Hamburg	23.12.2021	04.01.2022	
Božićni praznici i Nova godina - Mecklenburg-Vorpommern	22.12.2021	31.12.2021	
Božićni praznici i Nova godina - Saarland	23.12.2021	03.01.2022	
Božićni praznici i Nova godina - Rheinland-Pfalz	23.12.2021	31.12.2021	
Božićni praznici i Nova godina - Sachsen-Anhalt	22.12.2021	08.01.2022	
Božićni praznici i Nova godina - Sachsen	23.12.2021	01.01.2022	

Izvor: Eurydice;
<https://www.feiertagskalender.ch/ferien.php?geo=3059&jahr=2021&klasse=0&hl=en;>