

ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO NIEMIEC



Tomasz Dąbrowa

2014

SPIS TREŚCI

Zawartość

SPIS TREŚCI	1
Wstęp:	3
I. Podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej. ...	5
1.Ogólne informacje na temat Niemiec	5
Położenie	6
Ludność	6
Klimat.....	7
Podstawowe dane gospodarcze.....	8
Przepisy wizowe i celne.....	8
Waluta	9
Historia	9
2.Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów	11
3.Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna	13
Hotele	13
Główni organizatorzy turystyki.....	14
Narodowe oraz inne ważne linie lotnicze	14
Inne środki transportu.....	14
Lotniska	15
Sieć komunikacyjna	15
4. Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej	15
Dochody	15
Ceny	16
Demografia	16
5.Narodowa administracja turystyczna (NTA)	16
6. Narodowa Organizacja Turystyki (NTO).....	17
II. Rynek recepcji turystycznej (zagraniczna turystyka przyjazdowa).....	18

1. PRZYJAZDY I GŁÓWNE KRAJE EMITUJĄCE.....	18
1.1 Pozycja kraju na tle regionu i subregionu	18
1.2 Wielkość i struktura przyjazdów turystów zagranicznych do Niemiec	19
1.3 Dynamika przyjazdów turystów zagranicznych do Niemiec.....	19
1.4 Cele przyjazdów turystów zagranicznych do Niemiec	20
1.5 Środki lokomocji wybierane przez turystów zagranicznych odwiedzających Niemcy	21
1.6 Długość pobytu turystów zagranicznych przyjeżdżających do Niemiec.....	22
1.7 Preferowany typ zakwaterowania turystów zagranicznych przyjeżdżających do Niemiec.....	22
2.Dochody z turystyki przyjazdowej:	23
Wielkość, struktura i dynamika dochodów oraz pozycja Niemiec na tle subregionu i regionu	24
Prognoza dochodów z turystyki przyjazdowej dla Niemiec na tle świata, Europy oraz regionu Europa Zachodnia.....	25
3. Analiza profili konsumenckich.	25
4. Główne obszary koncentracji zagranicznego, przyjazdowego ruchu turystycznego...	26
III. Rynek emisji turystycznej.....	28
1.Poziom aktywności turystycznej mieszkańców Niemiec w turystyce zagranicznej.....	28
Stopa aktywności turystycznej.....	28
Wielkość, struktura oraz dynamika wyjazdów zagranicznych Niemców.....	28
Prognoza podróży zagranicznych Niemców	29
Cele wyjazdów zagranicznych Niemców.....	29
Najczęściej wybierane przez Niemców środki lokomocji.....	30
2.Wydatki na podróże zagraniczne Niemców	30
Wielkość, struktura i dynamika wydatków Niemców na podróże zagraniczne oraz pozycja kraju na tle regionu i subregionu	30
Prognoza wydatków Niemców na podróże zagraniczne.....	31
3. Ulubione destynacje mieszkańców Niemiec	31
Geografia destynacji, wielkość, dynamika i prognoza ruchu turystycznego Niemców	31
IV. Znaczenie badanego rynku dla Polski/regionu.....	32
1.Analiza przyjazdów Niemców do Polski.....	32
2. WUTZ (Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej) dla Polski z Niemiec	35
3.Zaangażowanie marketingowe Polski na rynku Niemiec i zaangażowanie marketingowe Niemiec na rynku Polski.....	36

4. Analiza wyjazdów Polaków do Niemiec.....	37
V. Analiza SWOT rynku turystycznego Niemiec	38
VI. Prezentacja przykładowej oferty.....	38
Podsumowanie	41
Dane Banku Światowego	41
Bibliografia:.....	44
Spis tabel.....	45
Spis rycin	46

Wstęp

Europa pojmowana jako region turystyczny wyznaczony przez UNWTO (Światową Organizację Turystyki) generuje 52% międzynarodowych przyjazdów turystów oraz 43% dochodów pochodzących z turystyki w stosunku do wszystkich regionów turystycznych świata. Jest więc wciąż jeszcze rynkiem wiodącym. Jednym z państw Europy Środkowej są należące do Unii Europejskiej Niemcy.

Celem teoretycznym tej pracy jest odpowiedź na pytania jaka jest obecna sytuacja na rynku turystycznym Niemiec, jaką rolę Niemcy odgrywają na globalnym rynku turystycznym, jaką rolę ten kraj pełni pod względem turystycznym dla Polski oraz prognoza jego znaczenia na przyszłe lata.

Udział Niemiec w globalnym rynku turystycznym jest znaczący, a świadczy o tym fakt, iż kraj ten plasuje się w pierwszej dziesiątce zarówno w rankingu międzynarodowych przyjazdów turystów jak i państw czerpiących najwyższe na świecie dochody pochodzące z turystyki.

Niemcy odgrywają również bardzo istotną rolę na rynku turystycznym Polski. Jako nasi sąsiedzi według najbardziej aktualnych analiz stanowią 40% wszystkich turystów przyjeżdżających do Polski.

Celem praktycznym pracy jest możliwość wykorzystania jej do badań i analiz przez zainteresowane tą tematyką przedsiębiorstwa turystyczne.

Jako metoda badawcza w poniższej pracy zastosowana została analiza źródeł wtórnych- desk research.

Najważniejszymi źródłami informacji były strony internetowe zawierające analizy rynku turystycznego Niemiec w tym w szczególności raporty UNWTO oraz POT-u.

I. Podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej.

1.Ogólne informacje na temat Niemiec

Niemcy to państwo związkowe położone w środkowej Europie, nad Morzem Bałtyckim i Morzem Północnym. Pełna nazwa kraju brzmi Republika Federalna Niemiec. Powierzchnia kraju zajmuje 357 tys. km². Niemcy graniczą z Danią (68 km długości granicy), Polską (467 km długości granicy), Czechami (646 km długości granic), Austrią (784 km długości granic), Szwajcarią (334 km długości granic), Francją (451 km długości granic), Luksemburgiem (138 km długości granic), Belgią (167 km długości granic), oraz Holandią (567 km długości granic). Ludność państwa to 81,8 mln mieszkańców. Gęstość zaludnienia wynosi natomiast 229,3 os/km². Niemcy dzielą się administracyjnie na 16 krajów związkowych (tzw. landów), a stolicą państwa jest Berlin. Świętem państwowym jest 3 października — Dzień Jedności Niemiec (1990). Ustrój Niemiec to demokratyczna republika federalna z jedynym w swoim rodzaju systemem kanclersko-parlamentarnym. Organizacje międzynarodowe, do których należą Niemcy to Azjatycki Bank Rozwoju, Europejska Agencja Kosmiczna, Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju, Międzynarodowa Agencja Energii Atomowej, Międzynarodowa Organizacja Pracy, , Międzynarodowy Bank Odbudowy i Rozwoju, Międzynarodowy Fundusz Walutowy, Międzynarodowy Trybunał Karny, Organizacja Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie, Organizacja Narodów Zjednoczonych, Organizacja Paktu Północnoatlantyckiego, Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju, Rada Europy, Światowa Organizacja Handlu, Unia Europejska. Oficjalne strony internetowe to www.bund.de (internetowy serwis promocyjny rządu Niemiec), www.deutschland.de (serwis internetowy Niemiec)¹.

¹ Niemcy, Wiedza i życie, Warszawa 2013, str. 8-12

Polozenie

"Niemcy znajdują się w Zachodniej Europie. Na północy graniczą z Danią, na wschodzie z Polską i Republiką Czeską, na południu z Austrią oraz Szwajcarią, na południowym zachodzie z Francją i Luksemburgiem, a na północnym zachodzie z Belgią i Holandią. Leżą w przeważającej części pomiędzy równoleżnikami 47°, a 55° N (fragment wyspy Sylt znajduje się na północ od równoleżnika 55°), oraz południkami 5° i 16° E. Obszar państwa obejmuje 357021 km², w tym 349223 km² na lądzie i 7798 km² na wodzie. Jest to siódmy pod względem wielkości kraj w Europie i 62 na świecie.²

Niemcy rozciągają się od Alp (z najwyższym szczytem kraju – Zugspitze o wysokości 2962 m n.p.m.) na południu po brzegi Morza Północnego (*Nordsee*) na północnym zachodzie oraz Bałtyku (*Ostsee*) na północnym wschodzie. Porośnięte lasami wyżyny centralnych Niemiec oraz niziny na północy kraju (z najniższym punktem – Wilstermarsch o wysokości 3,54 m n.p.m.) przecinają liczne rzeki, np.: Ren, Dunaj i Łaba. Zanikające lodowce górskie pojawiają się w Alpach. Głównymi surowcami naturalnymi są: rudy żelaza, węgiel brunatny, węgiel kamienny, drewno, potas, uran i miedzi, gaz ziemny, sól kamienna i potasowa, nikiel oraz woda. Na terenie Niemiec można wydzielić cztery wielkie regiony geograficzne: Nizinę Północnoniemiecką, Średniogórze Niemieckie, przedgórze Alp (Wyżyna Bawarska) i Alpy.

Położenie w centrum Europy oraz dostęp do Morza Północnego i Morza Bałtyckiego w dużym stopniu determinują znaczenie Niemiec jako państwa atrakcyjnego turystycznie oraz mają dla tego kraju największe znaczenie."³

Ludność

" Pod względem liczby ludności Niemcy zajmują 2. miejsce w Europie, po Rosji. Niemcy stanowią ok. 91% ogółu ludności, poza tym jest ponad 2% Turków, powyżej 1% Słowian Południowych (gł. Serbów), ok. 1% Włochów, także Grecy i in.; we wschodniej Saksonii i południowo-wschodniej Brandenburgii żyje ok. 100 tys. Łużyczan; na północno-zachodnich terenach przygranicznych zamieszkują Duńczycy i Holendrzy; niewielka Polonia tzw. starej emigracji (sprzed I wojny świat.) jest skupiona gł. w Zagłębiu

² <http://www.encyklopedia.pwn.pl/szukaj.html?module=lista&co=&search=Niemcy&x=0&y=0> , data odczytu: 04.01.2014r.

³ Niemcy, Wiedza i życie, Warszawa 2013, str. 8-12

Ruhry. W 2000 w Niemczech mieszkało 7,3 mln cudzoziemców, co stanowiło 9% ogółu społeczeństwa. Pomimo zaostrezenia przepisów regulujących prawo do uzyskania azylu, Niemcy pozostają krajem do którego kieruje się najwięcej w Europie uchodźców i migrantów. Niski przyrost naturalny, utrzymujący się w obu państwach niem. od lat. 60. (ujemny od lat 70. XX w., w 2006 $-2,3\%$), zahamował przyrost ludności niem., spowodował także proces starzenia się społeczeństwa: 14,1% ludności w wieku poniżej 15 lat, 19,4% — w wieku 65 lat i powyżej; przeciętna długość trwania życia mężczyzn wynosi 76 lat, kobiet — 82 lata. Większość ludności stanowią chrześcijanie, w tym wyznawcy Kościołów ewang.-augsb. (luteranie) — ok. 14%, gł. mieszkańcy północnych krajów związkowych, katolicy — 33%, najliczniejsi w południowych krajach związkowych; wśród imigrantów przewaga katolików i muzułmanów, bez określonej przynależności rel. — ok. 8% ⁴ludności."

Klimat

" W Niemczech panuje klimat umiarkowany z chłodnymi, pochmurnymi i mokrymi zimami i latami, na południu występuje fen. Większość terenu Niemiec leży w strefie umiarkowanej ciepłej, gdzie dominują wilgotne wiatry zachodnie. Na północy panuje klimat oceaniczny z całorocznymi opadami. Zimy są stosunkowo łagodne, a lata dość ciepłe. Na wschodzie widać przejawy klimatu kontynentalnego. Zimy bywają bardzo zimne, a lata bardzo ciepłe. W centralnej części kraju, a także na południu klimat wykazuje cechy przejściowe, zarówno oceaniczne, jak i kontynentalne. Zimy są tu łagodne, a lata chłodne, chociaż temperatury mogą przekroczyć $+30\text{ }^{\circ}\text{C}$. Najcieplejszym regionem Niemiec jest południowo-zachodni zakątek kraju: Deutsche Weinstraße i Nizina Górnoreńska. Tutejsze lata mogą być bardzo ciepłe przez długi okres. Czasami minimalna temperatura nie spada poniżej $+20\text{ }^{\circ}\text{C}$, co jest rzadkim zjawiskiem w pozostałej części kraju^{[43][44]}. Przeważają wiatry zachodnie i południowo-zachodnie. Na Wyżynie Bawarskiej w miesiącach wiosennych i jesiennych wieją ciepłe i suche feny." ⁵

⁴ <http://www.encyklopedia.pwn.pl/szukaj.html?module=lista&co=&search=Niemcy&x=0&y=0>, data odczytu: 04.01.2014r.

⁵ Niemcy, Wiedza i życie, Warszawa 2013, str.8-12

Podstawowe dane gospodarcze

"Niemcy, mimo zaobserwowanych problemów gospodarczych w latach 2003–2005, jeszcze do niedawna utrzymywali się na trzecim miejscu wśród największych potęg gospodarczych świata. PKB wyniósł w 2005 2,91 bilionów USD. Niemiecka gospodarka była zatem nominalnie trzecią co do wielkości na świecie. Dopiero w 2008 gospodarka ChRL pod względem PKB, przerosła niemiecką. PKB w przeliczeniu na jednego mieszkańca wynosi: 33,4 tys. USD i plasuje RFN na 10. miejscu w Unii Europejskiej oraz na 17. miejscu w świecie. Deficyt budżetowy w 2005 wyniósł 78 mld euro. Państwo osiągnęło dochody w wysokości 971 mld euro, a wydało 1 049,7 mld euro. Niemcy są obecnie drugim, po Chinach i przed USA, eksporterem na świecie. Wartość eksportu w 2004 wyniosła ponad 731 mld euro. Przewaga eksportu nad importem wyniosła wówczas blisko 160 miliardów euro (tymczasem deficyt handlowy USA w 2003 wyniósł 489 mld \$). Stopa bezrobocia: 7,2 proc.(XII 2008).

Głównym centrum finansowym o światowym znaczeniu jest Frankfurt nad Menem, m.in. siedziba Frankfurckiej Giełdy Papierów Wartościowych (*Frankfurter Wertpapierbörse*), Deutsche Banku, Dresdner Banku oraz Commerzbanku.

Do końca 2006 r. do byłej NRD przetransferowano w różnej formie około 1100–1250 mld euro. Obecnie na pomoc dla landów wschodnich przeznaczają się ok. 4% PKB zachodnich landów. PKB per capita na obszarze b. NRD osiągnął poziom 67,3% poziomu zachodnioniemieckiego, wpływy podatkowe osiągają 45% poziomu zachodniego.⁶

Ustrój polityczny Republiki Federalnej Niemiec – demokratyczna republika federalna z jedynym w swoim rodzaju systemem kanclersko-parlamentarnym."

Przepisy wizowe i celne

" Obywatele polscy korzystają z prawa do swobodnego przepływu osób w ramach Unii Europejskiej/Europejskiego Obszaru Gospodarczego. Dokumentem podróży uprawniającym do bezwizowego wjazdu i pobytu (niezależnie od jego celu) na terytorium Republiki Federalnej Niemiec do 90 dni jest paszport bądź dowód osobisty.

⁶ <http://www.encyklopedia.pwn.pl/szukaj.html?module=lista&co=&search=Niemcy&x=0&y=0>, data odczytu: 04.01.2014r.

Kontrola celna (a także kontrola Policji Federalnej, dawniej Straży Granicznej) może być prowadzona na całym terytorium RFN. Zaleca się posiadanie dowodów zakupu na przedmioty wywożone z Niemiec. Sprzęt strzelecki typu Paintball jest traktowany w Niemczech jak broń. Przywóz do Niemiec lub tranzyt przez Niemcy tego sprzętu jest możliwy bez zezwolenia, jeżeli jest on oznakowany literą F. Jeśli nie ma takiego oznaczenia, władze niemieckie żądają okazania pozwolenia na broń lub Europejskiej Karty Broni Palnej oraz udokumentowania celu podróży z bronią.

Przewóz zwierząt domowych. Pies, kot czy fretka towarzyszące właścicielom w podróży do Niemiec (a także pozostałych państw Unii Europejskiej) zgodnie z wymogami prawa unijnego muszą mieć paszporty. Do wyrobienia paszportu z emblematem UE potrzebne są dokumenty zawierające dane o właścicielu zwierzęcia oraz informacje na temat imienia zwierzęcia, jego gatunku, rasy, płci, daty urodzenia i umaszczenia. Niezbędne jest także przedstawienie zaświadczenia o szczepieniach i przebytych chorobach. Zwierzę musi mieć identyfikator w postaci tatuażu lub elektronicznego chipu, którego numer i miejsce umieszczenia są odnotowane w paszporcie. Zdjęcie zwierzęcia w paszporcie nie jest obowiązkowe. Paszporty wydają lecznice weterynaryjne, których spis znajduje się na stronie internetowej Krajowej Izby Lekarsko-Weterynaryjnej."⁷

Waluta

Do 2002 roku walutą obowiązującą w Niemczech była marka, natomiast obecnie jest to waluta Euro.

Historia

"Pragermanie – tak na ogół nazywano ludy epoki brązu w południowej Skandynawii i Jutlandii – rozpoczynają ekspansję na tereny dzisiejszych Niemiec i Francji. Największy rozkwit polityczno-gospodarczy przypada na okres panowania Karola Wielkiego (768-814). W 843 r. na mocy traktatu w Verdun cesarstwo zostaje podzielone między trzech synów Ludwika Pobożnego. Powstają nowe państwa – Francja, Niemcy,

⁷ <http://niemcy.geozeta.pl/wizy> , data odczytu: 04.01.2014r.

Włochy. Koronacja Ottona I Wielkiego na cesarza Niemiec w 962 r. zapoczątkowuje powstanie Cesarstwa Rzymskiego Narodu Niemieckiego. Nazwa ta ma odzwierciedlać dominującą rolę w ówczesnej Europie i nawiązywać do uniwersalnych tradycji Cesarstwa Rzymskiego.

W drugiej połowie XI w. następuje osłabienie gospodarki Niemiec. Umocnienie władzy w prowincjach nie daje szansy na silne zjednoczone królestwo. W okresie Wiosny Ludów ujawniają się nastroje zjednoczeniowe narodu niemieckiego. Wojna francusko-pruska w 1871 r. przynosi zwycięstwo Niemcom. Kanclerzem Niemiec zostaje Otto von Bismarck. Jego ekspansywna polityka przyczynia się do wzrostu potęgi ekonomicznej Niemiec. W 1914 r. wybuchła I wojna światowa między blokiem sojuszników (Niemcy, Austro-Węgry, Włochy) a krajami Ententy (Francja, Rosja, Wielka Brytania). Po przegranej wojnie w 1918 r. powstaje Republika Weimarska. Destabilizacja polityczna i trudności gospodarcze ciągnące się po klęsce I wojny światowej sprzyjają nasilaniu się ruchów nacjonalistycznych. Prawicę zdominowała utworzona w 1919 r. faszystowska partia NSDAP. Przywódcą partii zostaje Adolf Hitler, mianowany następnie w 1933 r. na urząd kanclerski. Hitler doprowadza do powstania sojuszu Berlin-Rzym-Tokio (1937 r.), a dwa lata później (1939 r.) rozpoczyna ekspansję na Europę, doprowadzając do wybuchu II wojny światowej. Tragiczną kartą tej wojny jest prowadzona na skalę masową zagłada Żydów. Wojna pochłania miliony ofiar, przede wszystkim narodowości słowiańskiej. W 1945 r. następuje wreszcie jej kres, kiedy to Związek Radziecki i USA zmuszają Niemcy do bezwarunkowej kapitulacji. Cztery lata później powstają dwa państwa niemieckie: Republika Federalna Niemiec – RFN (utworzona wg zachodniego modelu ustrojowego przez Francję, USA i Wielką Brytanię) oraz Niemiecka Republika Demokratyczna – NRD (oparta na wzorach radzieckich). W RFN władzę kolejno sprawują: Konrad Adenauer (1949-1963), Ludwig Erhard (1963-1966), Willy Brandt (1969-1974), Helmut Schmidt (1974-1982), Helmut Kohl (1982-1998), Gerhard Schröder (od 1998). W NRD reprezentantem niedemokratycznego, autorytarnego reżimu była partia komunistyczna SED. Nasilające się w kolejnych latach tendencje reformatorskie w Polsce, ZSRR i na Węgrzech zmierzające do demokratyzacji powodują w 1989 r. upadek muru berlińskiego dzielącego oba państwa. Zostaje zniesiony monopol władzy SED, zlikwidowana służba bezpieczeństwa, I sekretarz Erich Honecker odsunięty od władzy. Plan Helmuta Kohla dotyczący zjednoczenia Niemiec doprowadza do otwarcia Bramy Brandenburskiej, zniesienia wiz oraz do przymusowej wymiany dewiz. Nastąpiła wolność podróżowania. Zmiany gospodarcze pociągnęły za sobą olbrzymie wydatki. RFN przekazywała

gigantyczne pieniądze na rzecz wyrównania poziomów gospodarczych. Obecnie te różnice pomiędzy bogatszą częścią zachodnią kraju oraz biedniejszą częścią wschodnią są już mniej widoczne, lecz wciąż istnieją."⁸

2.Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów

1. miejsce - Zamek Neuschwanstein

Zamek Neuschwanstein, położony w Alpach w południowej części Bawarii, to jeden z najslynniejszych i najczęściej fotografowanych zabytków w Niemczech. Wybudowany został w 1869 r. na polecenie bawarskiego króla Ludwika II na stromych skalnych ścianach nad przełomem rzeki Pöllat. Neuschwanstein jest wzorowany na słynnym zamku Wartburg, jak i legendach o królu Arturze, rycerzach Okrągłego Stołu i poszukiwaniach Świętego Graala. Rocznie odwiedza go 1,3 mln osób, a latem dzienna liczba turystów zwiedzających go dochodzi nawet do 6 tysięcy.

2. miejsce - Europa-Park w Rust

To największy park rozrywki w Niemczech i jeden z największych w Europie. Położony jest na granicy niemiecko - francusko - szwajcarskiej w miejscowości Rust. Na ponad 90 hektarach zorganizowano tam 13 europejskich stref tematycznych z typową architekturą, roślinnością i kuchnią. Na gości czeka ponad 100 pokazów i atrakcji, wśród nich 11 kolejek górskich. W 2012r. odwiedziło go około 5 mln osób.

3. miejsce - Katedra w Kolonii

Katedra kolońska, której budowa odbywała się w latach 1248 - 1880, należy do arcydzieł średniowieczno-gotyckiej sztuki architektonicznej. Spośród największych kościołów świata kolońska budowla uosabia typ gotyckiej katedry w najczystszej i najdoskonalszej postaci. Po zakończeniu budowy w XIX wieku uznana została za największą budowlę świata.

⁸ <http://niemiecki-ist-toll.blog.onet.pl/2008/03/27/krotka-historia-niemiec-geschichte-von-deutschland/>, data odczytu: 03.02.2014r.

4. miejsce - Brama Brandenburska, Berlin

Żadna inna berlińska budowla nie jest tak znana w świecie, jak Brama Brandenburska, wybudowana w latach 1789-91 według projektu C. G. Langhansa przy Placu Paryskim w centrum miasta. Wraz z budową Muru Berlińskiego w 1961 roku Brama Brandenburska na 28 lat stała się nieprzekraczalna. Jako znak i symbol ponownego zjednoczenia Niemiec dzisiaj jest najlepszym reprezentantem współczesności i historii miasta.

5. miejsce - Mur Berliński

Mur Berliński, zbudowany w czasach zimnej wojny, dzielił niemiecką stolicę przez 28 lat. Dziś trzeba udać się w konkretne miejsca, aby zobaczyć pozostałości tej ponurej granicy. Jednym z takich miejsc jest East Side Gallery pomiędzy mostem Oberbaumbrücke a dworcem Ostbahnhof. To fragment muru zmieniony przez artystów z całego świata w galerię street artu.

6. miejsce - Skała Lorelei

Lorelei w pobliżu Sankt Goarshausen, to 120-metrowa skała górująca nad doliną Renu. Związana jest z nią legenda o skarbie Nibelungów, a także inna, o dziewczynie zdradzonej przez ukochanego, która ze skały rzuciła się w wody Renu, a potem jako syrena zwodziła okolicznych rybaków. To malownicze miejsce już od dawna budzi fascynację podróżnych odbywających wyprawy wzdłuż największej rzeki Niemiec.

7. miejsce - Schwarzwald⁹

Schwarzwald to rozciągający się na przestrzeni 160 km masyw górski w południowo-zachodnich Niemczech. Jego najwyższy szczyt Feldberg nie przekracza wysokości 1500 m n.p.m. Słynie z gęstych jodłowych lasów porastających jego zbocza. Tutaj również ma swoje źródła Dunaj, a w okolicy mieszczą się liczne uzdrowiska, z najbardziej znanym Baden-Baden.

⁹http://serwisy.gazetaprawna.pl/turystyka/galerie/616510,duzezdjecie,1,najwieksze_atrakcje_turystyczne_w_niemczech.html (Badania przeprowadzone przez Niemiecką Centralę Turystyki), data odczytu: 04.01.2014r.

8. miejsce - Zamek Heidelberg

Każdy turysta przybywający do Heidelbergu chce go zobaczyć. Wznosi się na wysokości około 70 metrów nad rzeką Neckar, na wysuniętym w stronę rzeki tarasie góry Königstuhl. 700-letni zamek i towarzyszące mu zabudowania wraz ze Starym Mostem nad Neckarem należą do najbardziej imponujących widoków, jakie można podziwiać w podróży po Niemczech.

9. miejsce - Jezioro Bodeńskie i Wyspa Mainau

To jedno z największych jezior w Europie środkowej. Położone u podnóża Alp, na pograniczu Niemiec, Austrii i Szwajcarii. Wyspa Mainau położona w północno-zachodniej części jeziora słynie z pięknych kwiatowych ogrodów. Atrakcją jest też palmiarnia w barokowym zamku oraz egzotyczne motyle.

10. miejsce - Wyspa Muzeów w Berlinie

Wyspa Muzeów w Berlinie, położona między rzeką Sprewą a kanałem Kupfergraben, to niespotykany na skalę światową kompleks muzeów obejmujący pięć przypominających świątynie gmachów. Kryją one w swych wnętrzach skarby z okresu 6 tysięcy lat historii ludzkości. Wyspa została wpisana na listę światowego dziedzictwa UNESCO w 1999 roku i stanowi centrum berlińskich placówek muzealnych.¹⁰

3. Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna

Hotele

Główne łańcuchy hotelowe występujące w Niemczech to Hilton, Marriott, Ramada, Best Western, Novotel, Westin, Melia, Park Inn, Quality Inn, a główni organizatorzy turystyki to TUI Deutschland, Touristik der REWE Group, Thomas Cook, FTI Group, Alltours, Aida Cruises, oraz Schauinsland Reisen.

¹⁰http://serwisy.gazetaprawna.pl/turystyka/galerie/616510,duzezdjecie,1,najwieksze_atrakcje_turystyczne_w_niemczech.html (Badania przeprowadzone przez Niemiecką Centralę Turystyki), data odczytu: 04.01.2014r.

Główni organizatorzy turystyki

Tab. 1.1 Główni touroperatorzy w Niemczech

L.p	Firma	Obroty (w mln euro)	Udział w obrotach rynku w %
1.	TUI Deutschland	4,471,6	18,3 ¹¹
2.	Touristik der REWE Group	3.175,7	13,1
3.	Thomas Cook	3.200,0	13,1
4.	FTI Group	1.624,0	6,7
5.	Alltours	1.400,0	5,7
6.	Aida Cruises	1.100,0	4,5
7.	Schauinsland-Reisen	701,0	2,9

Źródło: <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/analiza-rynkow-zagranicznych-trendy-komercjalizacja-na-podstawie-raportow-przedstawicielstw-pot-za-rok-2012.pdf>, str. 12 - data odczytu: 04.01.2014r.

Narodowe oraz inne ważne linie lotnicze

Narodowe linie lotnicze Niemiec to oczywiście Lufthansa. Inne ważne linie to m.in: Air Berlin, Germania, Germanwings, Condor, Hahnair.

Inne środki transportu

Do najpopularniejszych miejskich środków transportu w Niemczech należą:

- tramwaj(Straßenbahn)
- autobus(Bus)
- metro(U-Bahn)
- szybka kolejka miejska (S-Bahn)

¹¹ <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/analiza-rynkow-zagranicznych-trendy-komercjalizacja-na-podstawie-raportow-przedstawicielstw-pot-za-rok-2012.pdf>, str. 12 - data odczytu: 04.01.2014r.

Każde z podanych posiada swoje zalety. Chcąc w jak najkrótszym czasie przemieścić się z jednego krańca miasta na drugi najlepiej wybrać S-Bahn, który porusza się z prędkością do 100 km/h i mają na swojej trasie mniej przystanków niż przykładowy tramwaj. Ulicznego ruchu po części unikniemy wybierając także U-Bahn mający w niektórych przypadkach przystanki zarówno podziemne jak i naziemne. Najdogodniejszym sposobem przemieszczania się między miastami jest pociąg ekspresowy regionalny (**RE tj. Regional Express**), kolej regionalna (**RB tj. Regional Bahn**), a jeśli kieszonka na to pozwala, to oczywiście ICE lub IC (odpowiednio **Inter City Express, InterCity**).¹²

Lotniska

- * Berlin Schoenefeld (SXF)
- * Berlin Tegel (TXL)
- * Berlin Tempelhof (THF)
- * Brema (BRE)
- * Dortmund (DTM)
- * Dusseldorf (DUS)
- * Lotnisko Frankfurt (FRA)
- * Lotnisko Frankfurt Hahn (HHN)
- * Hanower (HAJ)
- * Kolonia/Bonn (CGN)
- * Monachium (MUC)

Sieć komunikacyjna

Niemcy posiadają doskonałą sieć komunikacyjną nie tylko dzięki wielu znajdujących się na światowym poziomie lotniskach. Kraj ten posiada prawie 13 000 km autostrad, którymi możemy przemierzyć dalekie odległości w bardzo krótkim czasie. Sieć autostrad obejmuje cały kraj łącząc główne kierunki północ-południe oraz wschód-zachód.

4. Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej

Dochody

Według danych Eurostatu z 2012r. Niemcy zarabiali przeciętnie 30,4 Euro /h. Wynik ten jest ponad 4 razy wyższy niż wynik Polski. Średnie roczne wynagrodzenie

¹² <http://www.encyklopedia.pwn.pl/szukaj.html?module=lista&co=&search=Niemcy&x=0&y=0>

Niemców w poszczególnych branżach wynosi pomiędzy 25 000 a 65 000 Euro i jest najwyższe w sektorze finansowym.¹³

Ceny

Ceny w Niemczech są w większości przypadków zbliżone do cen obowiązujących w Polsce. Trzeba jednak wziąć pod uwagę o wiele wyższe zarobki Niemców w stosunku do Polaków. Zwracającymi uwagę różnicami są jednak o wiele wyższe ceny za mięso oraz ryby w Niemczech w stosunku do Polski.¹⁴

Demografia

Z liczbą ludności sięgającą ok. 81 147 tys. osób w 2013 r., Niemcy są najludniejszym państwem w Unii Europejskiej, drugim w Europie i szesnastym na świecie.

Państwo boryka się z poważnym problemem demograficznym. Spośród ok. 81,8 mln mieszkańców Niemiec w 2009 r., aż 16,9 mln osiągnęło wiek emerytalny, co oznacza, że co piąty Niemiec jest emerytem. W ciągu ostatnich dwóch dekad odsetek ten wzrósł prawie o połowę. Szacuje się, że w ciągu najbliższych dziesięcioleci tempo wzrostu liczby emerytów w stosunku do ogólnej populacji będzie wzrastać, a do 2060 r. ludność państwa zmniejszy się o połowę. W celu przeciwdziałania problemowi, niemiecki rząd prowadzi aktywną politykę prorodziną.¹⁵

5.Narodowa administracja turystyczna (NTA)

Federalne Ministerstwo Gospodarki i Technologii- "w skrócie: BMWi (niem. *Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie*) – ministerstwo Republiki Federalnej Niemiec odpowiadające za prowadzenie polityki gospodarczej. Założone w 1949 jako Federalne Ministerstwo Gospodarki (niem. *Bundesministerium für Wirtschaft*). Główna siedziba ministerstwa znajduje się w Berlinie. Ponadto ministerstwo ma biura w Bonn-Duisdorf. Od 2011 roku minister gospodarki i technologii jednocześnie zajmuje

¹³ <http://kariera.forbes.pl/wynagrodzenia-w-niemczech-najlepiej-placa-w-finansach,artykuly,165649,1,1.html>, data odczytu: 04.01.2014r.

¹⁴ <http://kariera.forbes.pl/wynagrodzenia-w-niemczech-najlepiej-placa-w-finansach,artykuly,165649,1,1.html>, data odczytu: 04.01.2014r.

¹⁵ <http://www.encyklopedia.pwn.pl/szukaj.html?module=lista&co=&search=Niemcy&x=0&y=0>, data odczytu: 04.01.2014r.

stanowisko wicekanclerza Niemiec. W strukturach tej organizacji znajduje się wydział zajmujący się polityką turystyczną.¹⁶

6. Narodowa Organizacja Turystyki (NTO) -*Deutsche Zentrale für Tourismus* - (DZT) to narodowa organizacja turystyki Niemiec z siedzibą główną we Frankfurcie nad Menem. Centrala zajmuje się promowaniem Niemiec jako kraju turystycznego na zlecenie Federalnego Ministerstwa Gospodarki i Technologii (BMWi), które wspiera ją na mocy uchwały niemieckiego Bundestagu. DZT zajmuje się tworzeniem strategii i produktów oraz działaniami marketingowymi w celu dalszego umocnienia pozytywnego wizerunku Niemiec za granicą jako celu podróży oraz wspierania turystyki niemieckiej.¹⁷

DZT posiada łącznie 30 przedstawicielstw zagranicznych i agencji dystrybucji na całym świecie. Agencje działają przy izbach przemysłowo-handlowych (AHK), jak np. w Warszawie przy Polsko-Niemieckiej Izbie Przemysłowo-Handlowej, lub przy przedstawicielstwach firm będących członkami DZT jak np. Lufthansy.

DZT zajmuje się na arenie międzynarodowej promowaniem Niemiec, jako celu podróży. Działania są związane z dwoma głównymi trendami: kulturą oraz wypoczynkiem. Co roku wybierane są tematy przewodnie oraz punkty PR związane z konkretnymi wydarzeniami.

- Tematy roku 2008: Zamki, parki i ogrody
- 2009: Urlop aktywny w Niemczech – styl życia, wycieczki piesze i rowerowe
- 2010: Europejska Stolica Kultury - *Ruhr.2010, Miasta kultury w Niemczech*
- 2011: Urlop zdrowotny - wellness i spa w Niemczech
- 2012: Niemcy – cel podróży biznesowych oraz Niemcy - kraj natury oraz wina
- 2013: Turystyka młodzieżowa
- 2014: UNESCO - światowe dziedzictwo w Niemczech

¹⁶ http://pl.wikipedia.org/wiki/Ministerstwo_Gospodarki_i_Technologii_Niemiec, data odczytu: 03.02.2014r.

¹⁷ <http://www.germany.travel/pl/index.html>, data odczytu: 04.01.2014r.

II. Rynek recepcji turystycznej (zagraniczna turystyka przyjazdowa)

1. PRZYJAZDY I GŁÓWNE KRAJE EMITUJĄCE

W poniższym podrozdziale przedstawione zostaną podstawowe dane dotyczące wielkości, struktury, dynamiki i prognozy przyjazdów turystów zagranicznych do Niemiec oraz pozycja kraju na tle subregionu i regionu, cele przyjazdów, środki lokomocji, długość pobytu i preferowany typ zakwaterowania wybierany przez turystów przyjeżdżających do Niemiec.

1.1 Pozycja kraju na tle regionu i subregionu

Tab. 2.1 Pozycja Niemiec na tle subregionu i regionu w przyjazdach turystycznych [w mln] w latach 2008-2012

Obszar/lata	2008	2009	2010	2011	2012
Świat	917,000	882,000	940,000	995,000	1,035 000
Europa	485.200	461.500	485,550	516,410	534,171
Europa Zachodnia	153.2	148.6	154,347	161,455	166,579
Niemcy	24,900	24,200	26,875	28,352	30,408

Źródło: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights08_en_HR.pdf ,str. 6, data odczytu: 03.02.2014r. , http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights09_en_HR.pdf ,str.6,dataodczytu:03.02.2014r.,http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights10_en_HR.pdf ,str. 6, data odczytu: 03.02.2014r.,
http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights11_en_HR.pdf ,str. 6, data odczytu: 03.02.2014r. http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights12_en_HR.pdf ,str. 6, data odczytu: 03.02.2014r.

Niemcy leżą w Europie i według WTO zaliczane są do regionu Europa Zachodnia. W przybliżeniu co drugi podróżujący na świecie w roku 2012 jako cel swojej destynacji turystycznej wybrał Europę. Europa Zachodnia stanowi natomiast około 30% rynku przyjazdowego do całego obszaru Europy wg WTO. W 2012 roku do Niemiec przyjechało 30,408 mln turystów co stanowi około 5 % przyjazdów do całej Europy oraz 18% przyjazdów do obszaru Europy Zachodniej.

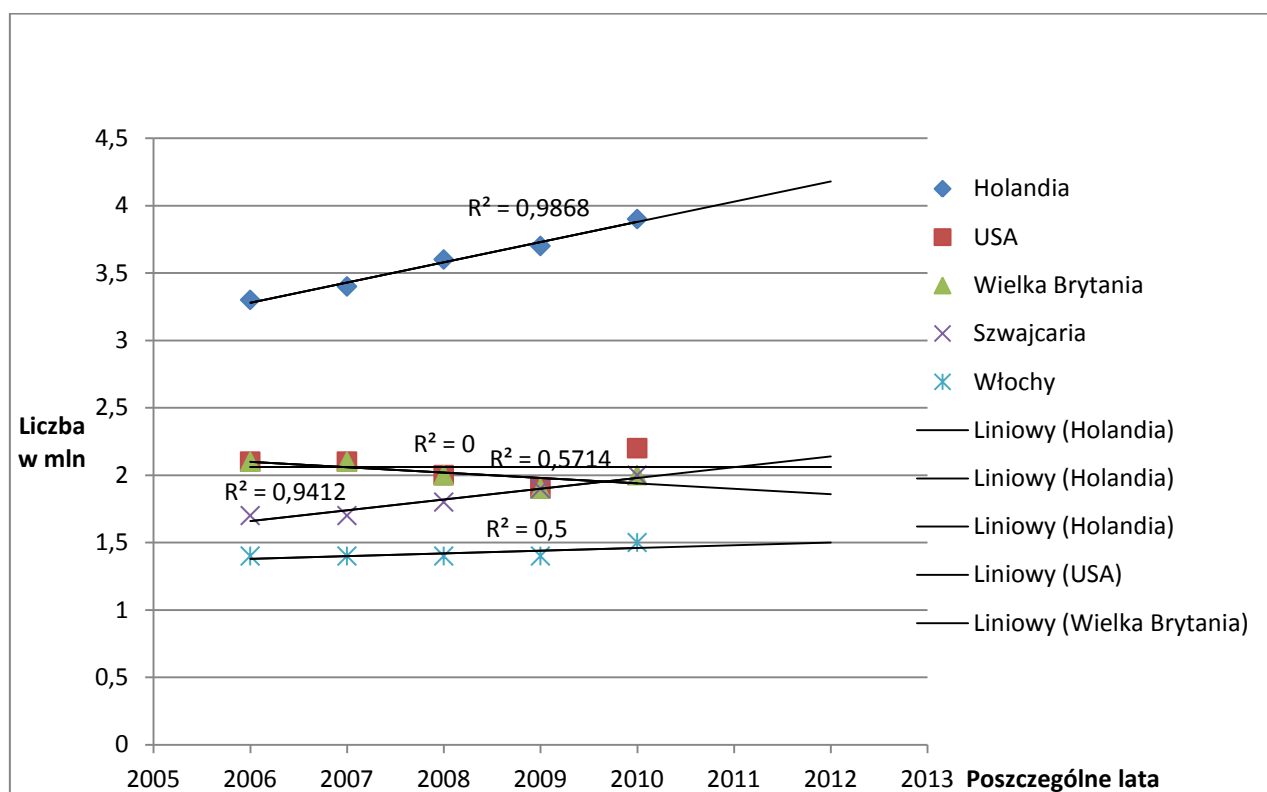
1.2 Wielkość i struktura przyjazdów turystów zagranicznych do Niemiec

Tab.2.2 Przyjazdy turystów z najważniejszych rynków emisyjnych do Niemiec (w mln) w latach 2006-2010

Kraje/lata	2006	2007	2008	2009	2010
Holandia	3,3	3,4	3,6	3,7	3,9
USA	2,1	2,1	2	1,9	2,2
Wielka Brytania	2,1	2,1	2	1,9	2
Szwajcaria	1,7	1,7	1,8	1,9	2
Włochy	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2012_tour-2012-en, str. 182, data odczytu: 03.02.2014r.

1.3 Dynamika przyjazdów turystów zagranicznych do Niemiec



Ryc.2.1 Dynamika przyjazdów do Niemiec z pięciu głównych rynków emisyjnych w latach 2006-2010 (w mln)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2012_tour-2012-en, str. 182, data odczytu: 03.02.2014r.

Najważniejszym rynkiem emisyjnym dla Niemiec jest od lat Holandia. W 2006 roku przyjechało do Niemiec 3,3 mln turystów holenderskich i od tego czasu liczba ta stopniowo wzrastała. W 2010 było to już 3,9 mln turystów. Według prognoz trend ten utrzyma się w kolejnych latach.

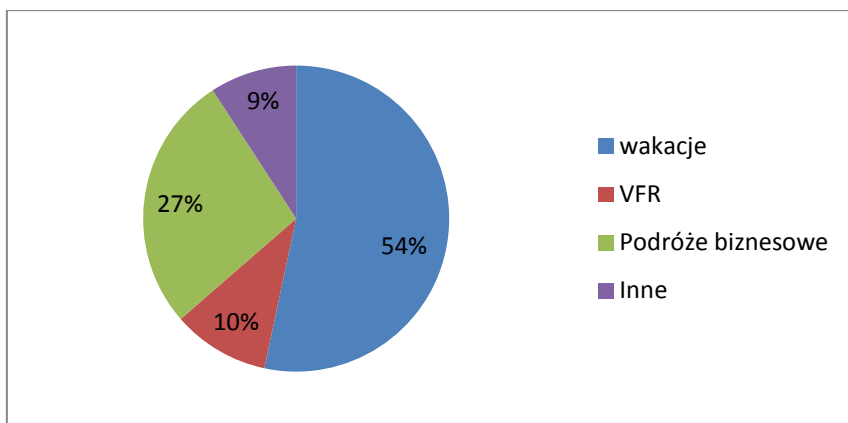
Drugim najważniejszym rynkiem jest USA. Około 2 mln amerykańskich turystów odwiedza Niemcy każdego roku. Rynek ten zanotował w prawdzie małą tendencję spadkową między 2007, a 2009 rokiem ale pomiędzy 2009 a 2010 rokiem liczba turystów zwiększyła się o 300 tysięcy. W tym przypadku wartość współczynnika r^2 nie pozwala nam na prognozowanie dalszej sytuacji.

Trzecim i czwartym rynkiem emisyjnym pod względem wielkości i ważności dla Niemiec są Wielka Brytania i Szwajcaria. W 2010 roku przyjechało do Niemiec 2 mln turystów z obydwu wspomnianych rynków. Według prognoz liczba turystów z Wielkiej Brytanii zmniejszy się w kolejnych latach. Liczba odwiedzających z Wielkiej Brytanii będzie się jednak prawdopodobnie zmniejszać, natomiast ilość turystów ze Szwajcarii zwiększać.

Piąty pod względem wielkości i ważności rynek emisyjny dla Niemiec to Włochy. W 2006 roku przyjechało do Niemiec 1,4 mln włoskich turystów, a w 2010 roku 1,5 mln. Jest to o ponad 50 % mniejszy rynek emisyjny niż holenderski. Jest to jednak również rynek rozwojowy.

1.4 Cele przyjazdów turystów zagranicznych do Niemiec

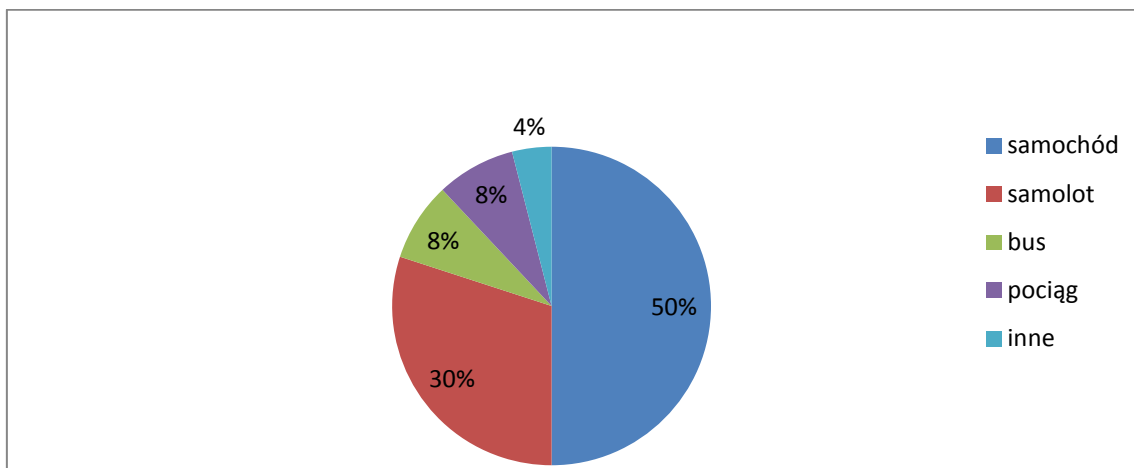
Głównym celem przyjazdów turystów zagranicznych do Niemiec są wakacje. Stanowią one aż 54 %. W tym przedziale zawiera się 25,8 % krótkich wyjazdów wakacyjnych między 1-3 dniami długości pobytu oraz 27,7 % długich, czyli 4 i więcej dni. Drugie miejsce zajmują z wynikiem 27% podróże biznesowe. Spowodowane jest to bardzo dobrze rozbudowaną infrastrukturą Niemiec w dziedzinie biznesowej natomiast VFR (Visit of Friends and Relatives), czyli odwiedziny krewnych i znajomych zajmują trzecie miejsce pod względem celów przyjazdów do Niemiec. W tym przypadku powodem mogą być wyjazdy mieszkańców z województw śląskiego i dolnośląskiego do swoich rodzin i znajomych, którzy mieszkają w Niemczech. 9 % stanowią inne cele.



Ryc.2.2 Cele przyjazdów turystów zagranicznych do Niemiec w 2013r. źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.germany.travel/pl/index.html>, data odczytu 04.01.2014r.

1.5 Środki lokomocji wybierane przez turystów zagranicznych odwiedzających Niemcy

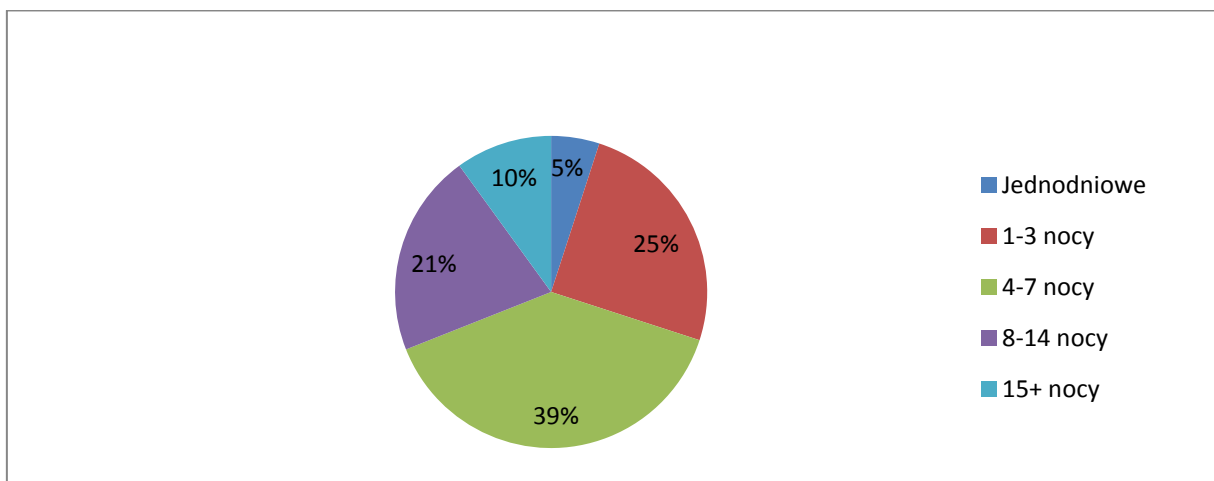
Turyści najchętniej przyjeżdżają do Niemiec własnymi samochodami. Ten środek transportu preferuje aż 50 % badanych. Spowodowane może to być znakomicie rozwiniętą infrastrukturą drogową w Niemczech. Samolotem przybywa do Niemiec 30% turystów, busami oraz pociągami odpowiednio po 8 %, a 4 % wybiera inne środki transportu.



Ryc.2.3 Najczęściej wybierane środki lokomocji przez turystów zagranicznych przyjeżdżających do Niemiec w 2013r. Źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.germany.travel/pl/index.html>, data odczytu: 04.01.2014r.

1.6 Długość pobytu turystów zagranicznych przyjeżdżających do Niemiec

Turyści przyjeżdżający do Niemiec zostają tam w większości na 4-7 nocy. Grupę tą stanowi aż 39 %. Na 1-3 nocy zostaje 25 %. Niewiele mniej, bo 21% zostaje na 8-14 nocy. Na 15 i więcej nocy przyjeżdża 10 % turystów, natomiast przyjazdy jednodniowe to 5% całej grupy.

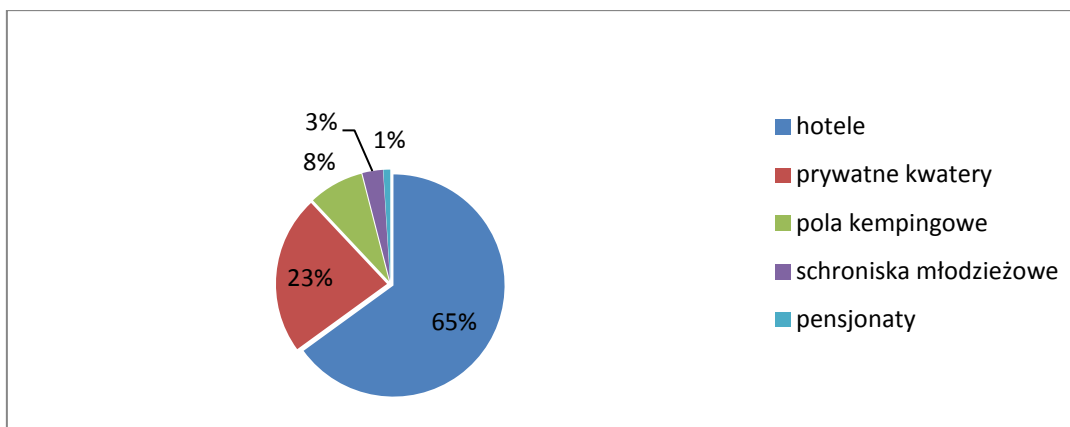


Ryc.2.4 Długość pobytu turystów zagranicznych w Niemczech w 2013 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.germany.travel/pl/index.html>, data odczytu: 03.02.2014r.

1.7 Preferowany typ zakwaterowania turystów zagranicznych przyjeżdżających do Niemiec

Turyści zagraniczni przybywający do Niemiec najchętniej wybierają hotele jako miejsce swojego zakwaterowania. Wybór ten dotyczy aż 65 % wszystkich turystów. 23% wybiera prywatne kwatery, 8 % pola kempingowe, 3 % schroniska młodzieżowe i tylko 1 % pensjonaty. Widać więc, że turyści zagraniczni przybywający do Niemiec stawiają na wygodę i wysoki standard w zakwaterowaniu.



Ryc.2.5 Preferowany typ zakwaterowania turystów zagranicznych w Niemczech w 2013r.

źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.germany.travel/pl/index.html>, data odczytu: 03.02.2014r.

2.Dochody z turystyki przyjazdowej:

Najważniejsze rynki dla turystyki przyjazdowej do Niemiec to Holandia, USA, Wielka Brytania, Szwajcaria oraz Włochy. Łącznie wszyscy turyści, którzy odwiedzili w 2012 roku Niemcy wydali około 37 miliardów \$. Stanowi to około 25 % dochodów regionu Europa Zachodnia, 12 % dochodów całej Europy oraz 3,5 % dochodów światowych. Wspomniane wyniki pozwoliły zająć Niemcom 7 miejsce na świecie w dochodach czerpanych z turystyki przyjazdowej. Również 7 miejsce przypadło Niemcom w klasyfikacji światowych przyjazdów turystów zagranicznych. W obu klasyfikacjach plasują się więc w czołówce.

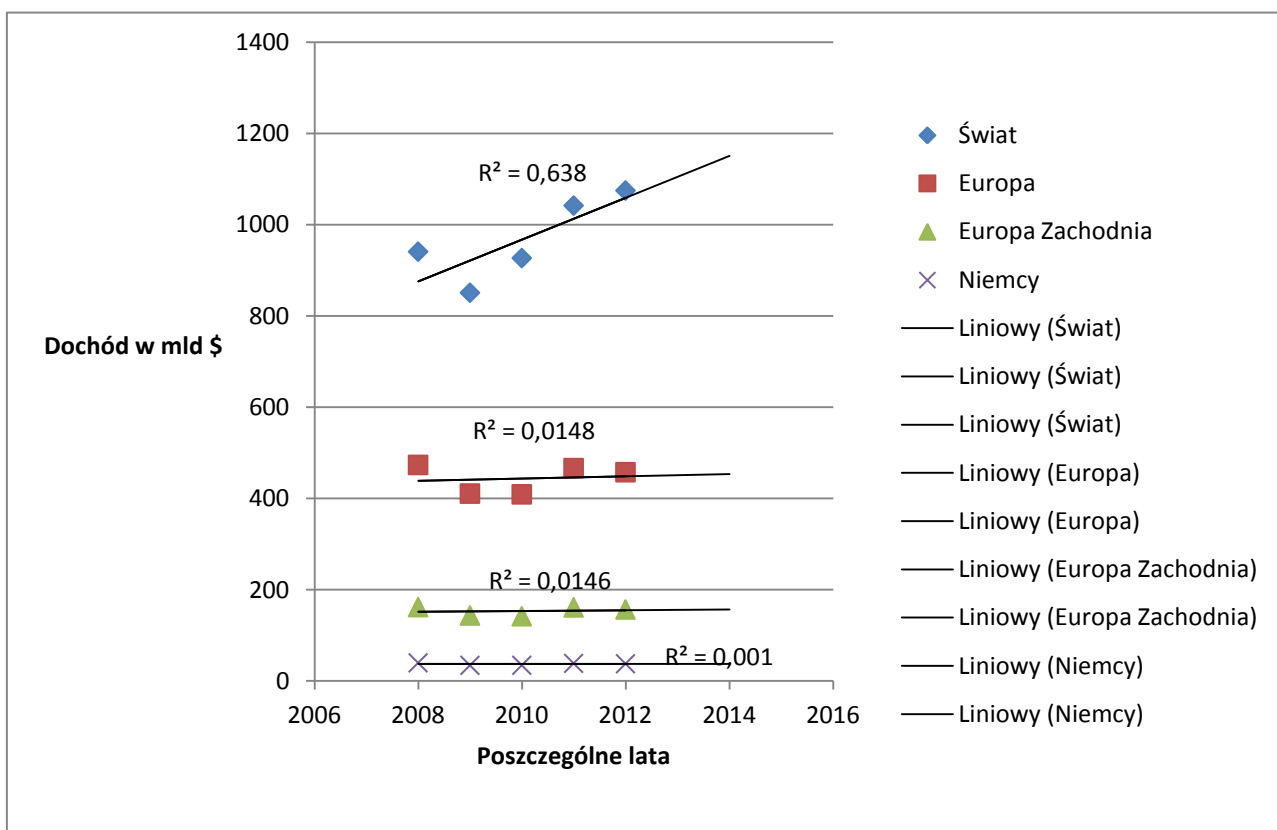
Wielkość, struktura i dynamika dochodów oraz pozycja Niemiec na tle subregionu i regionu

Tab. 2.3 Dochody Niemiec z turystyki przyjazdowej na tle subregionu i regionu w latach 2008-2012[w mld \$]

Kraje	2008	2009	2010	2011	2012
Świat	941,0	851,0	927,0	1,042	1,075
Europa	473,7	410,9	409,3	466,7	457,8
Europa Zachodnia	162,2	143,8	142,2	161,6	157,0
Niemcy	40,0	34,6	34,7	38,9	38,1

Źródło: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights08_en_HR.pdf ,str. 8, data odczytu: 03.02.2014r. , http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights09_en_HR.pdf ,str.8,dataodczytu:03.02.2014r.,http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights10_en_HR.pdf ,str. 8, data odczytu: 03.02.2014r.,
http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights11_en_HR.pdf ,str. 8, data odczytu: 03.02.2014r. http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights12_en_HR.pdf ,str. 8, data odczytu: 03.02.2014r.

Proгноза доходів з туристики приїждзової для Німеччини на тлі світа, Європи oraz регіону Європа Західна



Ryc 2.6 Prognoza dochodów z turystyki przyjazdowej dla Niemiec na tle świata, Europy oraz regionu Europa Zachodnia (w mld \$)

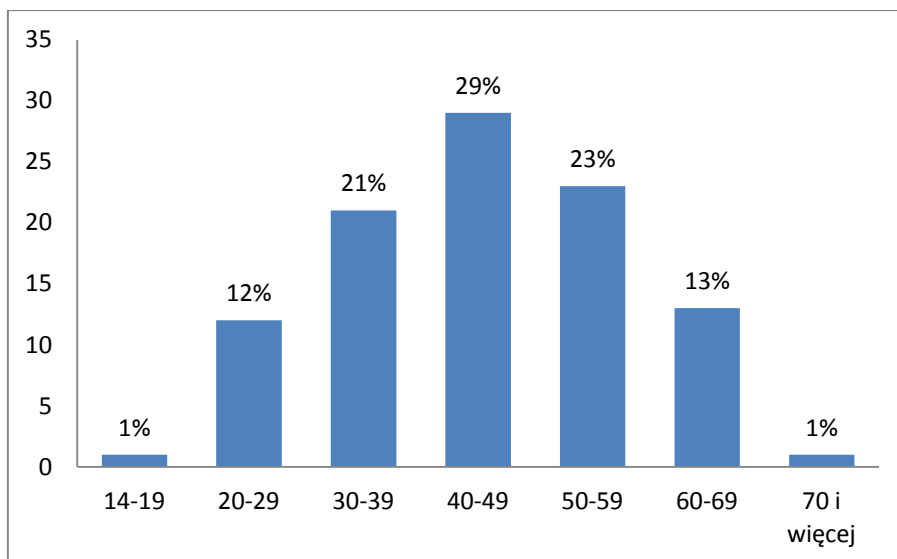
Źródło: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights08_en_HR.pdf ,str. 8, data odczytu: 03.02.2014r. , http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights09_en_HR.pdf ,str.8,dataodczytu:03.02.2014r.,http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights10_en_HR.pdf ,str. 8, data odczytu: 03.02.2014r.,

http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights11_en_HR.pdf ,str. 8, data odczytu: 03.02.2014r. http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights12_en_HR.pdf ,str. 8, data odczytu: 03.02.2014r.

3. Analiza profili konsumentkich.

Najliczniej reprezentowany przedział wiekowy turystów zagranicznych odwiedzających Niemcy to grupa pomiędzy 40-49 życia. Należy do niej aż 29 % turystów. Odpowiednio 23% i 21 % stanowią przedziały wiekowe 50-59 lat oraz 30-39 lat. 13 % stanowi grupa wiekowa 60-69 lat, a 12 % grupa wiekowa 20-29 lat. Najmniej licznie

reprezentowane grupy wiekowe to 14-19 lat oraz 70 i więcej. W obu przypadkach jest to zaledwie 1 %.

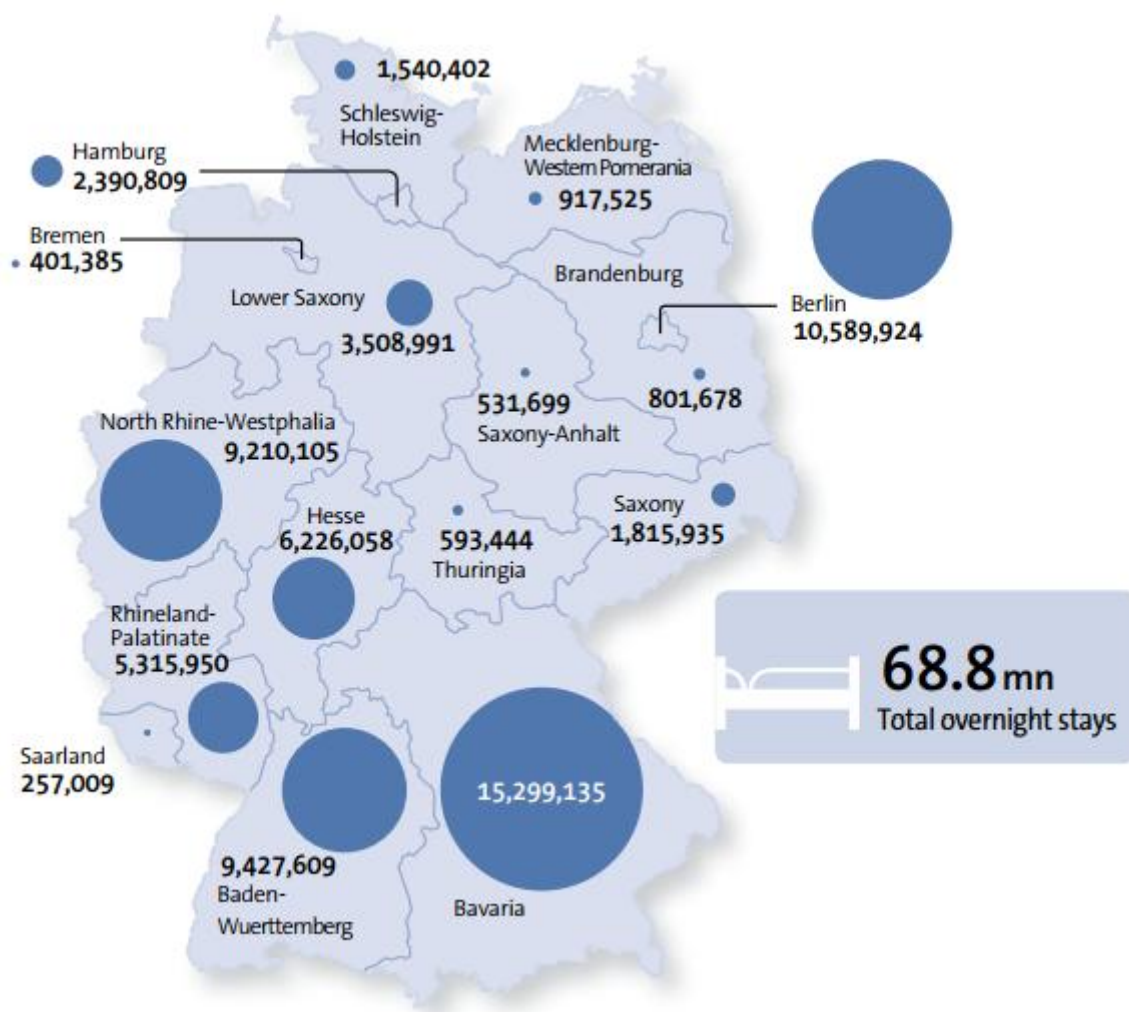


Ryc.2.7 Przedział wiekowy turystów odwiedzających Niemcy w 2013r.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.germany.travel/pl/index.html>, data odczytu 03.02.2014r.

4. Główne obszary koncentracji zagranicznego, przyjazdowego ruchu turystycznego.

Główne obszary zagranicznego przyjazdowego ruchu turystycznego to stolica kraju Berlin, północna część ze względu na dostęp do morza, oraz wielkie miasta Niemieckie takie jak Monachium czy Frankfurt (trzecie pod względem przepustowości lotnisko w Europie).



Ryc.2.8 Ilość udzielonych noclegów turystom zagranicznym przyjeżdżającym do Niemiec w mln wg obszarów w 2013r.

Źródło: <http://www.germany.travel/pl/index.html>, data odczytu: 03.02.2014r.

Rycina pokazuje zdecydowaną dominację regionu Bawaria w ilości noclegów udzielonych turystom zagranicznym podróżującym do Niemiec. Spowodowane jest to dużą atrakcyjnością i dobrą promocją regionu. Z widocznych na rycinie danych możemy również przekonać się o potwierdzeniu wcześniej wspomnianego faktu koncentracji ruchu turystycznego w okolicy Berlina. Sporo, gdyż prawie 10 mln turystów znalazło nocleg w regionie uzdrowiskowym Baden-Wuerttemberg.

III. Rynek emisji turystycznej.

1. Poziom aktywności turystycznej mieszkańców Niemiec w turystyce zagranicznej.¹⁸

Stopa aktywności turystycznej

Niemcy należą do ścisłej światowej czołówki pod względem wyjazdów turystycznych. Przy ich okazji w 2012 roku wydali 83,8 miliarda dolarów co stanowi drugi wynik na świecie tuż za Chinami. Część tych pieniędzy zasiliła również Polskę. Najwięcej turystów przyjeżdżających do Polski w celach turystycznych pochodzi właśnie z Niemiec. Z dużą dozą prawdopodobieństwa można również stwierdzić, że trend ten będzie się utrzymywał w przyszłości głównie z powodu bliskości naszych krajów. Rekordowo dużo, gdyż aż 914,00 euro przeznaczali Niemcy w 2012 na osobę na jedną podróż urlopową (w 2011 r.: 868,00 euro). Wydatki na podróże zagraniczne obywateli stanowią 4,2% konsumpcji prywatnej (2011r.: 4,1%).

Według badań Wspólnoty Badawczej Urlop i Podróże (FUR) -jednej z najbardziej istotnych organizacji zajmujących się badaniem rynku turystycznego Niemiec w 2012 roku Niemcy odbyli łącznie 69,3 mln podróży urlopowych trwających co najmniej 5 dni (spadek w stosunku do poprzedniego roku o 0,2 mln) i 79,6 mln podróży krótkich trwających 2-4 dni (wzrost w porównaniu z poprzednim rokiem o 1,4 mln). Wśród podanej liczby 69,3 mln podróży aż 69 % to podróże zagraniczne, natomiast 31 to podróże krajowe. Można podejrzewać, iż spowodowane jest to dużą zamożnością Niemców i co tyczy się w szczególności emerytów, sporą ilością czasu wolnego. Gdy zestawimy razem te dwa czynniki otrzymamy odpowiedź dlaczego tak wielu Niemców wyjeżdża za granicę.

Wielkość, struktura oraz dynamika wyjazdów zagranicznych Niemców

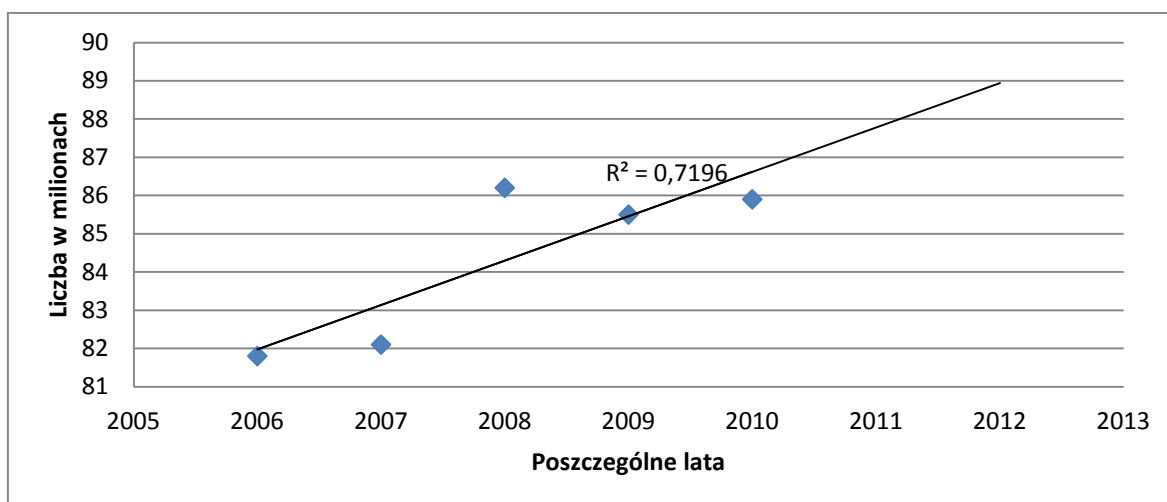
Tabela 3.1 Liczba wyjazdów zagranicznych Niemców w poszczególnych latach (w mln)

2006	2007	2008	2009	2010
81,8	82,1	86,2	85,5	85,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2012_tour-2012-en, str. 187, data odczytu: 03.02.2014r.

¹⁸ <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/analiza-rynkow-zagranicznych-trendy-komercjalizacja-na-podstawie-raportow-przedstawicielstw-pot-za-rok-2012-2.pdf>, str. 122, data odczytu: 03.02.2014r.

Prognoza podróży zagranicznych Niemców



Ryc.3.1 Prognoza wyjazdów zagranicznych Niemców w poszczególnych latach

Źródło: opracowanie własne na podstawie http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2012_tour-2012-en, str.187, data odczytu: 03.02.2014r.

OECD podaje dane dotyczące wyjazdów zagranicznych Niemców w latach 2006-2010. Możemy zaobserwować, iż liczba ta oscyluje w okolicach 82-86 mln. Wahania są więc niewielkie, natomiast według prognozowanej linii trendu w latach przyszłych powinniśmy zanotować nieznaczny wzrost.

Cele wyjazdów zagranicznych Niemców

Zgodnie z utrzymującym się od lat trendem dotyczącym motywów podróży Niemcy poszukują w czasie wyjazdów zagranicznych przede wszystkim odpoczynku, odprężenia i regeneracji organizmu. Często więc wyjeżdżają na rodzinne wakacje przebywając na plażach i kąpieliskach oraz odwiedzają swoich znajomych lub wypoczywają na łonie natury. Niemcy nie są natomiast zbyt zainteresowani turystyką aktywną, zwiedzaniem, turystyką objazdową i zdrowotną.¹⁹

¹⁹ <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/analiza-rynkow-zagranicznych-trendy-komercjalizacja-na-podstawie-raportow-przedstawicielstw-pot-za-rok-2012-2.pdf>, str. 119, data odczytu: 03.02.2014r.

Najczęściej wybierane przez Niemców środki lokomocji

Najczęściej wybieranym przez Niemców środkiem lokomocji przy wyjazdach urlopowych jest samochód (47%), na drugim miejscu znajduje się samolot (37 %), autokar (8%), i kolej (5%).

46 % Niemców stawia na wygodę i nocuje w hotelach, 24 % w domkach letniskowych, a tylko 7 % na campingach. Spowodowane jest to z całą pewnością dużą zamożnością mieszkańców tego kraju.

2.Wydatki na podróże zagraniczne Niemców

Wielkość, struktura i dynamika wydatków Niemców na podróże zagraniczne oraz pozycja kraju na tle regionu i subregionu

Jeśli chodzi o wydatki na podróże zagraniczne trwające co najmniej 5 dni w 2013 roku to nastąpił ich wzrost do 63,3 mld euro (+5 % w stosunku do poprzedniego roku) , a wydatki na podróże krótkie również wzrosły o 7,5 % do wartości 20,1 mld euro.²⁰

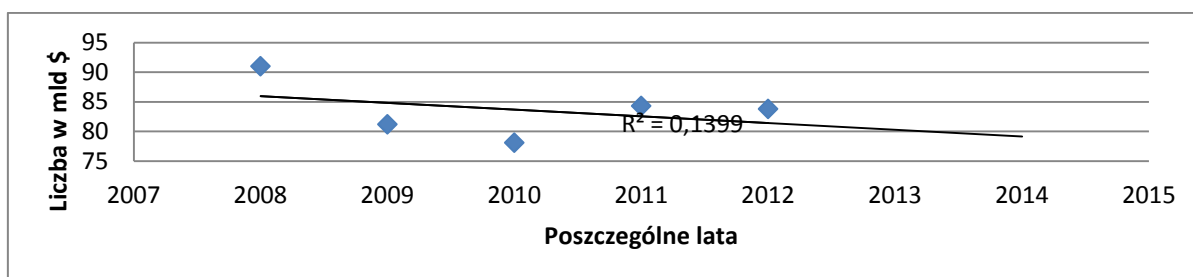
Tab.3.2 Wydatki na podróże zagraniczne Niemców na tle subregionu i regionu (w mld \$) w latach 2008-2012

Obszar/państwo	2008	2009	2010	2011	2012
Świat	943	852	927	1 030	1 075
Europa	409	335	329	466	457
Niemcy	91,0	81,2	78,1	84,3	83,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2012_tour-2012-en, str.187, data odczytu: 03.02.2014r.

²⁰ <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/analiza-rynkow-zagranicznych-trendy-komercjalizacja-na-podstawie-raportow-przedstawicielstw-pot-za-rok-2012-2.pdf>, str. 114, data odczytu: 03.02.2014r.

Prognoza wydatków Niemców na podróże zagraniczne



Ryc.3.2 Prognoza wydatków Niemców na wyjazdy turystyczne w mld \$ w poszczególnych latach

Źródło: Opracowanie własne na podstawie http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2012_tour-2012-en, str.187, data odczytu: 03.02.2014r.

Jak widzimy na powyższej rycinie w stosunku do roku 2008 w następnych latach wydatki Niemców na wyjazdy turystyczne malały. Tendencja ta powinna utrzymać się również w następnych latach według prognozowanej linii trendu i współczynnika r^2 .

3. Ulubione destynacje mieszkańców Niemiec

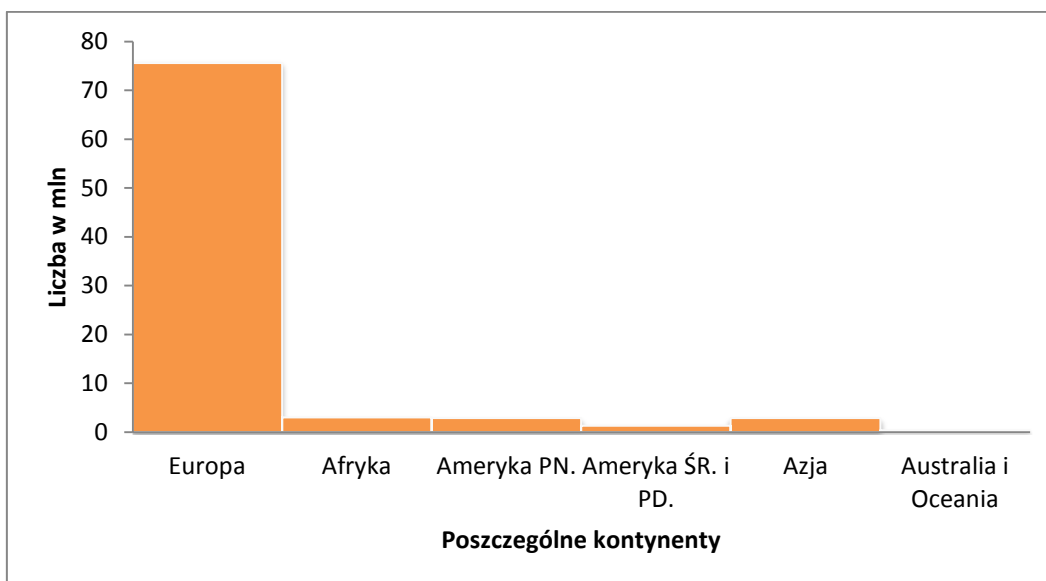
Geografia destynacji, wielkość, dynamika i prognoza ruchu turystycznego Niemców

Według FUR (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen) wśród destynacji w kategorii wyjazdów trwających co najmniej 5 dni w czołówce od lat znajdują się Hiszpania i Włochy. Polska w 2012 roku zajęła w tej klasyfikacji 7 miejsce.

Tabela 3.2 Ulubione cele zagranicznych wyjazdów urlopowych mieszkańców Niemiec w 2012 roku

Pozycja	Kraj	Udział w %
1.	Hiszpania	13,0
2.	Włochy	8,4
3.	Turcja	7,3
4.	Austria	5,5
5.	Chorwacja	2,9
6.	Francja	2,8
7.	Polska	2,1
8.	Grecja	1,9
9.	Holandia	1,9
10.	Egipt	1,7

Źródło: <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/analiza-rynkow-zagranicznych-trendy-komercjalizacja-na-podstawie-raportow-przedstawicielstw-pot-za-rok-2012-2.pdf>, str.115, data odczytu: 03.01.2014r.



Ryc. 3.3 Liczba wyjazdów zagranicznych Niemców według kontynentów w mln w 2013r.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.germany.travel/de/parallel-navigation/ueber-uns/jahresbericht/jahresbericht.html>, data odczytu: 04.01.2014r.

Według FUR (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen) powyższe tendencje w kolejnych latach utrzymają się.²¹

IV. Znaczenie badanego rynku dla Polski/regionu

1. Analiza przyjazdów Niemców do Polski

Polska według UNWTO zaliczana jest do regionu Centralna/Wschodnia Europa. Ten region przyciąga 20 % wszystkich podróży do Europy. Polska jest trzecim zaraz po Ukrainie i Rosji najczęściej odwiedzanym krajem tego regionu.

²¹<http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/analiza-rynkow-zagranicznych-trendy-komercjalizacja-na-podstawie-raportow-przedstawicielstw-pot-za-rok-2012-2.pdf>, str. 115, data odczytu: 03.02.2014r.

Tab.4.1. Pozycja Polski na tle subregionu i regionu w przyjazdach turystycznych (w mln)

Region	2008	2009	2010	2011	2012
Europa	485	461	474	503	534,2
Centralna/Wschodnia Europa	100,0	92,5	95,7	103,5	111,6
Polska	12,9	11,8	12,4	13,3	14,8

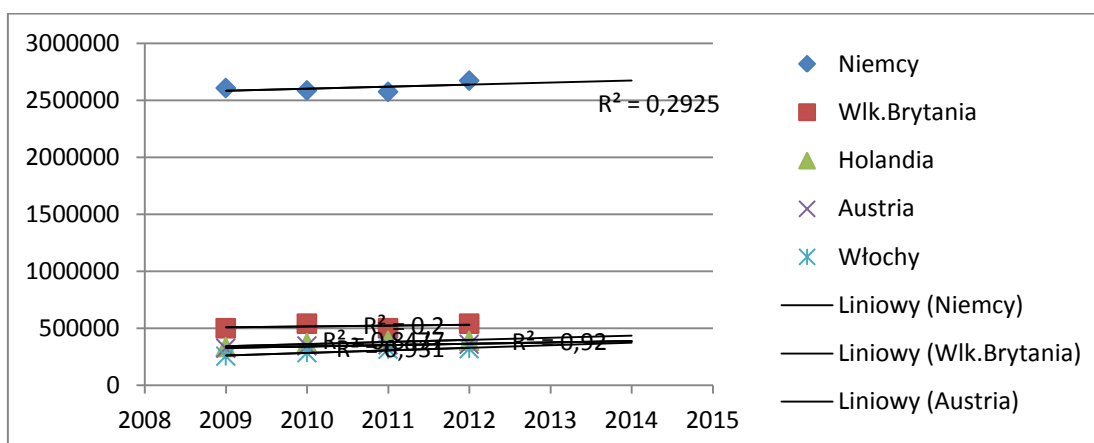
źródło: opracowanie własne na podstawie

http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights12_en_HR.pdf ,str. 8, data odczytu: 03.02.2014r.

Tab.4.2. Liczba przyjazdów do Polski z pięciu wybranych krajów w poszczególnych latach (w tys.)

Kraj/Rok	2009	2010	2011	2012
Niemcy	26070	25860	25740	26720
Wlk.Brytania	500	540	500	540
Holandia	335	370	390	390
Austria	325	345	355	360
Włochy	255	285	315	320

źródło: Opracowanie własne na podstawie . <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/analiza-rynkow-zagranicznych-trendy-komercjalizacja-na-podstawie-raportow-przedstawicielstw-pot-za-rok-2012-2.pdf>., str. 2-3, data odczytu: 03.02.2014r.



Ryc. 4.1 Prognoza liczby przyjazdów do Polski z pięciu wybranych krajów

źródło: Opracowanie własne na podstawie . <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/analiza-rynkow-zagranicznych-trendy-komercjalizacja-na-podstawie-raportow-przedstawicielstw-pot-za-rok-2012-2.pdf>., str. 2-3, data odczytu: 03.02.2014r.

Niemcy zajmują od lat pierwszą pozycję jeśli chodzi o zagraniczne przyjazdy do Polski i w tym względzie zdecydowanie dominują na tle pozostałych krajów notując wyniki powyżej 2,5 mln, przy zaledwie około 500 tys. Wielkiej Brytanii. Nie podlega żadnym wątpliwościom, że tendencja ta pozostanie na podobnym poziomie przez kolejne lata i Niemcy wciąż będą rynkiem o największym znaczeniu dla Polski.

Jako cel pobytu Niemcy najczęściej wybierali Gdańsk, Wrocław, Kraków, Warszawę, Poznań i Szczecin. Widać więc, że Niemcy najbardziej zainteresowani są nadmorską turystyką wypoczynkową a w drugiej kolejności zwiedzaniem większych polskich miast, czyli turystyką śródmiejską.²²

Niemcy najczęściej podróżowali do Polski samochodami. Wynika to zapewne z bliskości naszych krajów. W drugiej kolejności stawiali na wygodę i szybkość transportu lotniczego a w kolejnych autobusowego i kolejowego.²³

Zdecydowanie najwięcej Niemców nocowało w polskich hotelach a dominującym przedziałem długości pobytu były pobyty powyżej 5 dni.

Tabela 4.3 Wydatki (w USD) turystów na osobę według kraju w latach 2006-2010

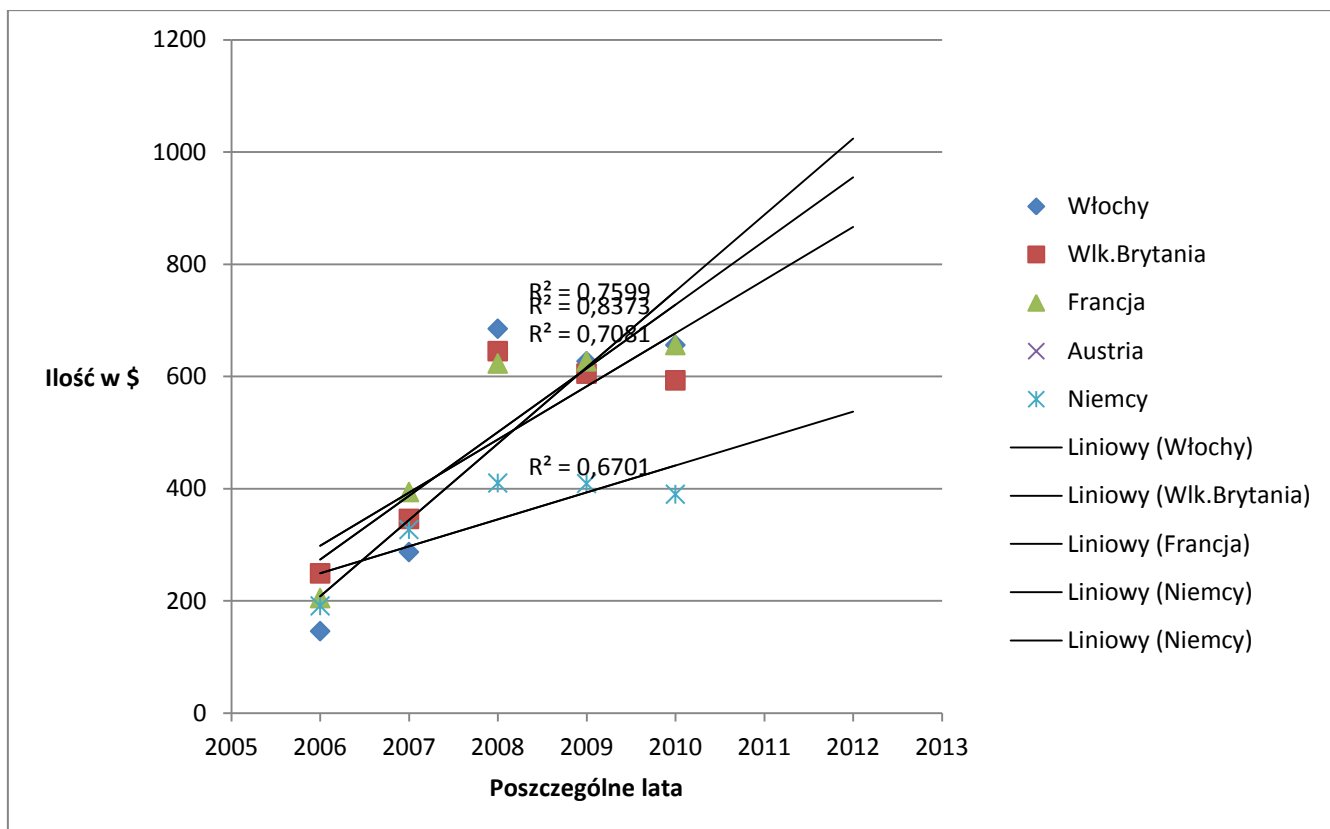
Kraje/lata	2006	2007	2008	2009	2010
Włochy	146	287	685	627	656
Wielka Brytania	249	346	645	605	593
Francja	205	394	623	627	656
Austria	167	253	489	512	495
Niemcy	191	327	410	409	390

źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.intur.com.pl/wydatkizagraniczne.php?w=1>

<http://www.intur.com.pl/wydatki.htm>, data odczytu: 03.02.2014r.

²² źródło: Opracowanie własne na podstawie . <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/analiza-rynkow-zagranicznych-trendy-komercjalizacja-na-podstawie-raportow-przedstawicielstw-pot-za-rok-2012-2.pdf>, str. 119, data odczytu: 03.02.2014r.

²³ <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/analiza-rynkow-zagranicznych-trendy-komercjalizacja-na-podstawie-raportow-przedstawicielstw-pot-za-rok-2012>, str.120, data odczytu: 03.02.2014r.



Ryc.4.2 Wydatki turystów w Polsce na jedną osobę w USD

źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.intur.com.pl/wydatkizagraniczne.php?w=1>, data odczytu: 03.02.2014r.

Najwięcej spośród wszystkich turystów przyjeżdżających do Polski wydają nasi sąsiedzi Białorusini oraz Ukraińcy, na kolejnych miejscach klasyfikują się Francuzi, którzy wyprzedzają Włochów, oraz Holendrów. Niemcy w tej klasyfikacji zajmują dopiero 7 miejsce. Fakt iż najważniejszym i największym rynkiem turystycznym dla Polski jest rynek Niemiecki nie oznacza więc, że Niemcy wydają w Polsce największą ilość pieniędzy. Gdyby jednak pomnożyć tę ilość przez liczbę osób otrzymamy zdecydowanie największą sumę.²⁴

2. WUTZ (Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej) dla Polski z Niemiec

Rynek Niemiecki to najbardziej użyteczny dla Polski, strategiczny oraz pierwszoplanowy rynek turystyki zagranicznej.

²⁴ źródło: <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/analiza-rynkow-zagranicznych-trendy-komercjalizacja-na-podstawie-raportow-przedstawicielstw-pot-za-rok-2012-2.pdf>, str.10, data odczytu: 03.02.2014r.

Tab.4.4 Wielkość wydatków w USD, wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę w USD oraz liczba turystów odwiedzających Polskę w tys. z rynku niemieckiego

Lata/wskaźnik	Wielkość wydatków w Polsce w mln USD	Wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę	Liczba turystów odwiedzających Polskę w tys.
2006	3669	260	1 117
2007	5780,7	379	907,6
2008	6028,8	449	4780
2009	3794,7	386	4560
2010	3383,3	333	4520
2011	3594,9	345	4590
2012	3712,6	339,5	4800

źródło: Opracowanie własne na podstawie WUTZ 2006-2012

Niemcy od lat są najważniejszym turystycznym rynkiem dla Polski a liczba Niemców odwiedzających nasz kraj oraz ilość wydanych przez nich pieniędzy utrzymuje się od lat na wysokim poziomie. W 2013 roku Niemcy w raporcie WUTZ dla Polski uzyskali łączny wynik wartości standaryzowanej na poziomie 3,2623 co jest wynikiem deklasującym nawet drugą w tym względzie Ukrainę (1,2608).

Pozycja Niemiec w macierzy atrakcyjności i potencjału rynków jest wysoka, co pociąga za sobą wskazania, aby prowadzić intensywną promocję naszego kraju na rynku niemieckim.

Niemcy są krajem atrakcyjnym turystycznie, a sprzyja temu w szczególności dostęp do morza. Pozycja polskiej turystyki na rynku niemieckim również jest silna, gdyż to właśnie do Niemiec Polacy podróżują najczęściej i można przypuszczać, że dalej będzie się utrzymywać na podobnym poziomie.

3.Zaangażowanie marketingowe Polski na rynku Niemiec i zaangażowanie marketingowe Niemiec na rynku Polski.

W związku z tym, że Polska na zachodzie kojarzy się jeszcze wielu z rolnictwem i zaściankowością POT przeprowadził w ostatnich latach głośną kampanię promocyjną pod nazwą Move your imagination. Jej zadaniem było promowanie Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie i wartego odwiedzenia. Tego typu kampanii było w ostatnich latach więcej i można powiedzieć, że Polska wykazuje zaangażowanie marketingowe na rynku Niemiec czego efekty są wyraźnie widoczne w ilości turystów Niemieckich odwiedzających Polskę.

W Polsce promuje się również rynek Niemiecki poprzez podobne akcje marketingowe. Nie da się też nie zauważyć próby pozytywnego przedstawiania naszych

zachodnich sąsiadów w komercyjnych mediach. Nad wyraz nagłaśnia się wręcz dobre stosunki polityczno gospodarcze pomiędzy Polską a Niemcami i choć w świadomości wielu Polaków Niemcy już zawsze kojarzyć się będą z wydarzeniami drugiej wojny światowej to z całą pewnością można powiedzieć że podejmowane jest wiele prób aby to zmienić.

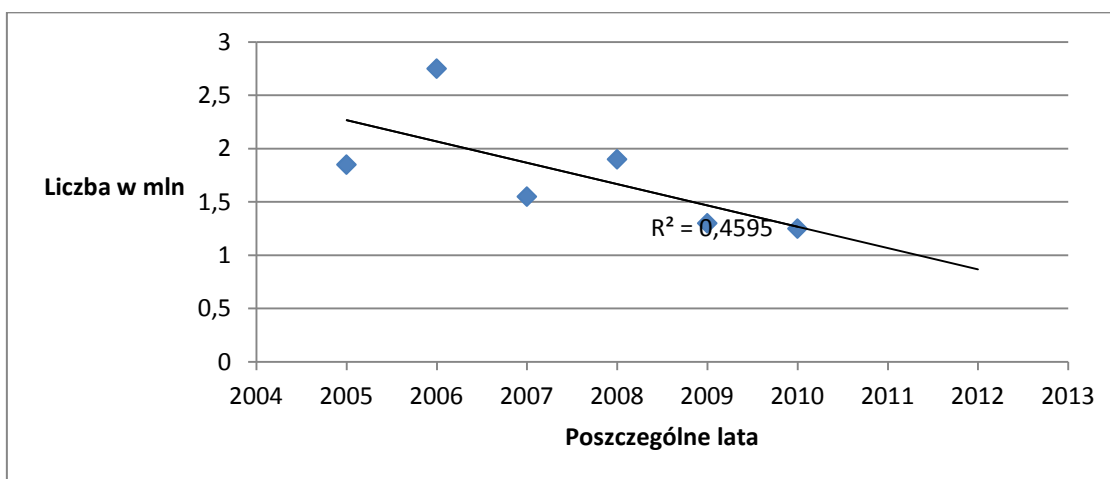
4. Analiza wyjazdów Polaków do Niemiec

Liczba wyjazdów turystycznych Polaków do Niemiec od 2005 roku wyraźnie spada i według prognozowanej linii trendu można przypuszczać, że tendencja ta utrzyma się w kolejnych latach. Spowodowane jest to prawdopodobnie dużą promocją turystyczną innych, bardziej atrakcyjnych turystycznie krajów w Polsce.

Polacy organizowali swoje wyjazdy do Niemiec głównie samodzielnie. Była to liczba ponad dwa razy większa, niż liczba korzystających przy tej czynności z usług biur podróży. Polacy w zdecydowanej większości korzystali z hoteli jako miejsca noclegu a ich celem był głównie wypoczynek, odwiedziny krewnych lub znajomych. Na trzecim miejscu znalazły się wyjazdy służbowe.

Przeważająca grupa Polaków podróżowała do Niemiec samochodem, w drugiej kolejności autobusem, a w trzeciej samolotem. Najczęściej były to wyjazdy krótkie (do 7 dni).

W 2012 roku polscy turyści wydali przeciętnie 527 Euro na urlop w Niemczech, jest to kwota o 35 euro większa niż w poprzednim roku.²⁵



Ryc. 4.3 Wyjazdy turystyczne Polaków do Niemiec w latach 2003-2010 oraz ich prognoza

Źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.intur.com.pl/polacy.php?o=1&t1=13>, data odczytu: 04.01.2014r.

²⁵ <http://www.intur.com.pl/polacy.php?o=4&t1=14>

V. Analiza SWOT rynku turystycznego Niemiec

Tab.5.1 Analiza SWOT rynku turystycznego Niemiec

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
-odgrywanie głównej roli w polityce Unii Europejskiej -doskonale rozwinięta infrastruktura komunikacyjna, a w szczególności sieć autostrad -duża liczba połączeń lotniczych	- warunki atmosferyczne (brak bardzo wysokich temperatur jak ma to miejsce w innych krajach nadmorskich) -droższa waluta - niewystarczające skupienie się na promocji turystycznej (drzeią tu jeszcze spore pokłady możliwości)
SZANSE	ZAGROŻENIA
-nowe sposoby promocji kraju -podniesienie poziomu kształcenia kadr turystycznych -polepszenie jakości bazy noclegowej -lepsze wykorzystanie dostępu do morza	-powodzie - konkurencja bardziej atrakcyjnych turystycznie krajów - starzejące się społeczeństwo z bardzo małą liczbą urodzin - Coraz większa ilość imigrantów z Turcji

Źródło: Opracowanie własne.

VI. Prezentacja przykładowej oferty.



Ryc.6.1 Logo przykładowej oferty turystycznej promującej rejon Bawaria

źródło: <http://www.rainbowtours.pl/bajkowa-zima-w-bawarii/zakwaterowanie-mon#2014-02-01>, data odczytu: 04.01.2014r.

Prezentowana oferta pochodzi ze strony biura podróży Rainbow Tours i dotyczy Bajkowej zimy w Bawarii. Analizując jej składowe możemy dostrzec pewne podobieństwa związane z wynikami wcześniej prezentowanych w pracy analiz. Wycieczka trwa 6 dni, jej cena to 1020 zł za osobę i odbywa się ona w formie objazdu autokarowego. Tuż po własnym samochodzie Polacy najczęściej wybierają właśnie autobus jako środek

transportu do Niemiec. Spowodowane jest to zapewne o wiele niższymi cenami autobusów w porównaniu z transportem lotniczym. Bardzo dobre jest również połączenie komunikacyjne Polski i Niemiec pod względem jakości dróg i autostrad oraz ilości autobusowych kursów oferowanych przez sporą liczbę przewoźników.

Jako formę zakwaterowania w trakcie objazdu oferta zawiera noclegi w hotelu co również pokrywa się z danymi statystycznymi. Oferta dotyczy Bawarii czyli również statystycznie najczęściej odwiedzanego obszaru w Niemczech.²⁶

Program

BAJKOWA ZIMA W BAWARII Średniowieczna Norymberga- Bawarskie piwo - Zugspitze-Muzeum BMW- Kąpiele termalne pod gołym niebem-Zwiedzanie browaru monachijskiego.

DZIEŃ 1 Wyjazd z Polski według rozkładu Europa Zachodnia. Nocleg w okolicach Lipska/Gery. Ze względu na późny przyjazd do hotelu, w tym dniu nie ma obiadokolacji.

DZIEŃ 2 Po śniadaniu przejazd do Norymbergii. Zobaczymy budynek sądu z miejscem pamięci Memorium oraz salę, w której odbywały się procesy i zapadały wyroki na dygnitarzy III Rzeszy. Zwiedzimy zabytkowy ratusz miejski (zwiedzanie jest możliwe tylko wtedy, kiedy nie odbywają się aktualnie żadne posiedzenia rady miejskiej). Następnie spacer po średniowiecznych uliczkach zabudowanych rzemieślniczymi kamienicami. Przyjazd do hotelu w okolicach Monachium. Obiadokolacja dla chętnych za dodatkową opłatą ok 20 EUR.

DZIEŃ 3 Tego dnia odwiedzimy zimową stolicę Niemiec Garmisch-Partenkirchen. Przejazd w okolice skoczni narciarskiej. Proponujemy wycieczkę dookoła najwyższego szczytu Niemiec- Zugspitze (2962 m). Kolejną zębatą wjedziemy na lodowiec. Czas do własnej dyspozycji. Na taras widokowy wjedziemy kolejką linową (Gletscherbahn). Zjazd kolejką linową do stacji przy jeziorze Eibsee. Krótkie zwiedzanie Garmisch-Partenkirchen. Powrót do Monachium. Dla chętnych obiadokolacja za dodatkową opłatą około 20 Euro.

DZIEŃ 4 Po śniadaniu przejazd do miejscowości Erding. W największym w Europie kompleksie basenów termalnych Therme Erding zażywać będziemy kąpeli w wodach o stałej temperaturze 32 stopni C. Dla chętnych (dodatkowo płatna) możliwość skorzystania z RAJU SAUN. Po południu proponujemy zwiedzanie bawarskiego browaru.

Powrót do hotelu. Dla chętnych obiadokolacja za dodatkową opłatą ok. 20 EUR.

DZIEŃ 5 Po śniadaniu przejazd do Monachium komunikacją miejską. Zwiedzanie rozpoczniemy od objazdu miasta autokarem. Zobaczymy m.in. dzielnicę Schwabing oraz Pałac Nymphenburg. Kolejnym punktem programu będzie Stara Pinakoteka. W muzeum tym zobaczymy ciekawą kolekcję dzieł malarzy europejskich. Odwiedzimy Muzeum

²⁶ <http://www.rainbowtours.pl/bajkowa-zima-w-bawarii/zakwaterowanie-mon#2014-02-01>, data odczytu: 04.01.2014r.

BMW, które przyciąga nie tylko fanów motoryzacji. Dzień zakończymy spacerem po Starówce Monachijskiej z Kościołem Mariackim (Frauenkirche) i Starym Ratuszem. Dla chętnych kolacja regionalna w bawarskiej restauracji (golonka i piwo)- płatna dodatkowo ok.30euro.Nocny przejazd przez terytorium Niemiec.

DZIEŃ 6

Przejazd do Polski w godzinach porannych.

Zakwaterowanie na objeździe

Hotele/**** klasy turystycznej, położone na peryferiach miast (20-30 km od centrum). W hotelu zazwyczaj znajduje się restauracja oraz bar. Funkcjonalnie urządzone pokoje 2-osobowe (na życzenie z dostawką), wszystkie z WC i łazienkami, telefonem i TV-sat. Śniadania w formie bufetu.

Świadczenia

ŚWIADCZENIA

Cena obejmuje przejazd komfortowym autokarem (klimatyzacja, video, bar i WC), zakwaterowanie w hotelach j. w. (4 rozpoczęte doby hotelowe), 4 śniadania, program turystyczny j. w., opieka pilota, ubezpieczenie Europa SA (NNW, KL, CP, Assistance i bagaż).

Cena podstawowa nie obejmuje biletów wstępu do zwiedzanych obiektów, zestawu słuchawkowego Tour Guide (jest to bezprzewodowy system oprowadzania grup, umożliwiający klientowi wygodny sposób zwiedzania.) oraz dodatkowych posiłków. Orientacyjny koszt uczestnictwa w programie ok. 145 EUR. Orientacyjny koszt 1 obiadokolacji: ok. 20 EUR ²⁷

²⁷ <http://www.rainbowtours.pl/bajkowa-zima-w-bawarii/zakwaterowanie-mon#2014-02-01>, data odczytu: 04.01.2014r.

Podsumowanie

Niemcy są krajem o średniej atrakcyjności turystycznej ze względu na warunki środowiska naturalnego oraz panujący tam klimat. Pomimo to zajmują oni bardzo dobre 7 miejsce na świecie pod względem międzynarodowych przyjazdów turystycznych oraz również 7 miejsce pod względem przychodów z międzynarodowej turystyki przyjazdowej. Oznacza to, iż Niemcy są krajem, który w bardzo dobry sposób prowadzi swoją politykę turystyczną osiągając wyniki wyższe niż wskazuje na to ich turystyczny potencjał.

Pod względem użyteczności rynku turystycznego dla Polski Niemcy od lat osiągają najwyższe wyniki wręcz deklasując kolejne państwa o około 1/3 wysokości wskaźnika wartości standaryzowanej WUTZ. Utrzymywanie tak wysokiego wskaźnika przyjazdów Niemców do Polski powinno więc wciąż być priorytetową kwestią w strategii promocji turystycznej naszego kraju. Nieco mniej użyteczny jest natomiast dla Niemiec rynek turystyki przyjazdowej z Polski, choć wciąż najczęściej wybraną destynacją turystyczną Polaków są właśnie Niemcy.

Istnieją bardzo dobre perspektywy rozwoju rynku Niemieckiego i jego przydatności dla Polski przez najbliższe lata. Nic nie wskazuje na to, że jakiegokolwiek z państw mogłoby wyprzedzić Niemcy w wszelkich statystykach Wskaźników Użyteczności Turystyki Zagranicznej dla Polski.

Dane Banku Światowego

Tab.7.1 Międzynarodowe dochody z turystyki dla 5 wybranych krajów w latach 2009-2011 (w mld \$)

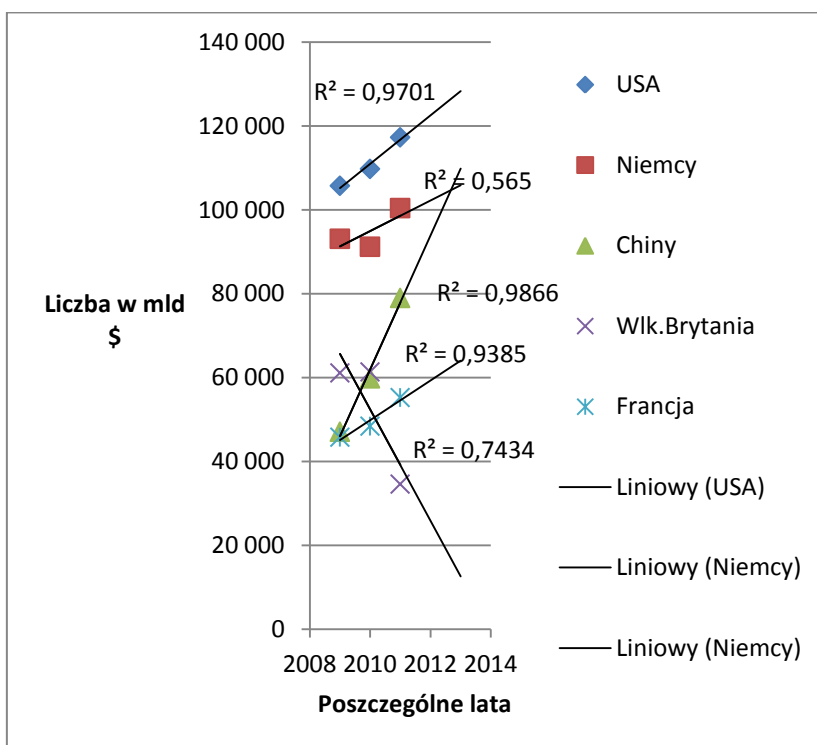
Kraj/lata	2009	2010	2011
USA	149 498	165 149	185 186
Hiszpania	59 743	59 042	67 538
Francja	58 857	56 282	65 172
Niemcy	47 452	49 126	53 411
Chiny	42 632	50 154	53 313

Źródło: http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?order=wbapi_data_value_2011+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=asc, data odczytu: 04.02.2014r.

Tab.7.2 Międzynarodowe nakłady na turystykę dla 5 wybranych krajów w latach 2009-2011 (w mld\$)

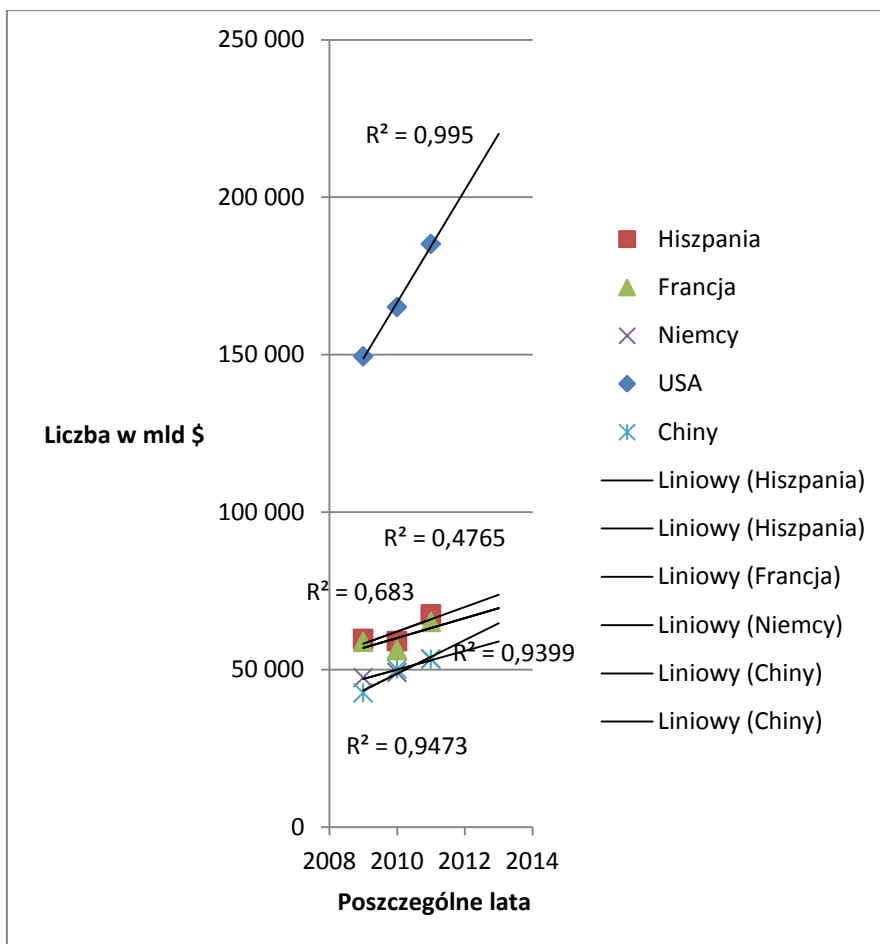
Kraj/lata	2009	2010	2011
USA	105 745	109 764	117 293
Niemcy	93 107	91 205	100 424
Chiny	47 108	59 840	79 010
Wlk.Brytania	61 133	61 368	34 627
Francja	45 806	48 439	55 265

Źródło: http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?order=wbapi_data_value_2011+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=asc, data odczytu: 04.02.2014r.



Ryc.7.1 Prognoza międzynarodowych dochodów z turystyki dla 5 wybranych krajów w 2014r. (w mld \$)

Źródło: http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?order=wbapi_data_value_2011+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=asc, data odczytu: 04.02.2014r.



Ryc.7.2 Prognoza międzynarodowych nakładów na turystykę dla 5 wybranych krajów 2014r. (w mld\$)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie

http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?order=wbapi_data_value_2011+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=asc, data odczytu: 04.02.2014r.

Jak wynika z powyższych tabel i rycin możemy prognozować, iż przychody z turystyki oraz nakłady Niemiec na turystykę w przyszłych latach będą wciąż rosnąć. Świadczy o tym wartość współczynnika r^2 na obu rycinach.

Bibliografia

1. Pozycje drukowane

Niemcy, Wiedza i życie, Warszawa 2013

2. Strony internetowe

http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights08_en_HR.pdf ,str. 8,
data odczytu: 03.02.2014r. ,

http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights09_en_HR.pdf
,str.8,data odczytu:03.02.2014r.

http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights10_en_HR.pdf ,str. 8,
data odczytu: 03.02.2014r.

http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights11_en_HR.pdf ,str. 8,
data odczytu: 03.02.2014r.

http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights12_en_HR.pdf ,str. 8,
data odczytu: 03.02.2014r.

<http://niemcy.geozeta.pl/wizy> , data odczytu: 04.01.2014r.

https://www.germany.travel/media/pdf/DZT_Qualitaetsmonitor_08-09.pdf

<http://www.germany.travel/de/parallel-navigation/ueber-uns/jahresbericht/jahresbericht.html>

<http://www.germany.travel/de/parallel-navigation/ueber-uns/jahresbericht/jahresbericht.html>

<http://www.intur.com.pl/wydatki.htm>

<http://www.intur.com.pl/wydatkizagraniczne.php?w=1>

<http://www.intur.com.pl/polacy.php?o=4&t1=14>

<http://www.rainbowtours.pl/bajkowa-zima-w-bawarii/zakwaterowanie-mon#2014-02-01>

: <http://www.rainbowtours.pl/bajkowa-zima-w-bawarii/zakwaterowanie-mon#2014-02-01>, data odczytu: 04.01.2014r.

http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?order=wbapi_data_value_2011+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=asc, data odczytu: 04.02.2014r.

http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?order=wbapi_data_value_2011+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=asc, data odczytu: 04.02.2014r.

http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?order=wbapi_data_value_2011+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=asc, data odczytu: 04.02.2014r.

<http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/analiza-rynkow-zagranicznych-trendy-komercjalizacja-na-podstawie-raportow-przedstawicielstw-pot-za-rok-2012.pdf>, str. 12 - data odczytu: 04.01.2014r.

http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2012_tour-2012-en, str.187, data odczytu: 03.02.2014r.

Spis tabel

Tab. 1.1 Główni touroperatorzy w Niemczech

Tab. 2.1 Pozycja Niemiec na tle subregionu i regionu w przyjazdach turystycznych [w mln] w latach 2008-2012

Tab.2.2 Przyjazdy turystów z najważniejszych rynków emisyjnych do Niemiec (w mln) w latach 2006-2010

Tab. 2.3 Dochody Niemiec z turystyki przyjazdowej na tle subregionu i regionu w latach 2008-2012[w mld \$]

Tabela 3.1 Liczba wyjazdów zagranicznych Niemców w poszczególnych latach (w mln)

Tab.3.2 Wydatki na podróże zagraniczne Niemców na tle subregionu i regionu (w mld \$) w latach 2008-2012

Tabela 3.2 Ulubione cele zagranicznych wyjazdów urlopowych mieszkańców Niemiec w 2012 roku

Tab.4.1. Pozycja Polski na tle subregionu i regionu w przyjazdach turystycznych (w mln)

Tab.4.2. Liczba przyjazdów do Polski z pięciu wybranych krajów w poszczególnych latach (w tys.)

Tabela 4.3 Wydatki (w USD) turystów na osobę według kraju w latach 2006-2010

Tab.4.4 Wielkość wydatków w USD, wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę w USD oraz liczba turystów odwiedzających Polskę w tys. z rynku niemieckiego

Tab.5.1 Analiza SWOT rynku turystycznego Niemiec

Tab.7.1 Międzynarodowe dochody z turystyki dla 5 wybranych krajów w latach 2009-2011 (w mld \$)

Tab.7.2 Międzynarodowe nakłady na turystykę dla 5 wybranych krajów w latach 2009-2011 (w mld\$)

Spis rycin

Ryc.2.1 Dynamika przyjazdów do Niemiec z pięciu głównych rynków emisyjnych w latach 2006-2010 (w mln)

Ryc.2.2 Cele przyjazdów turystów zagranicznych do Niemiec w 2013r.

Ryc.2.3 Najczęściej wybierane środki lokomocji przez turystów zagranicznych przyjeżdżających do Niemiec w 2013r.

Ryc.2.4 Długość pobytu turystów zagranicznych w Niemczech w 2013 roku

Ryc.2.5 Preferowany typ zakwaterowania turystów zagranicznych w Niemczech w 2013r.

Ryc 2.6 Prognoza dochodów z turystyki przyjazdowej dla Niemiec na tle świata, Europy oraz regionu Europa Zachodnia (w mld \$)

Ryc.2.7 Przedział wiekowy turystów odwiedzających Niemcy w 2013r.

Ryc.2.8 Ilość udzielonych noclegów turystom zagranicznym przyjeżdżającym do Niemiec w mln wg obszarów w 2013r.

Ryc.3.1 Prognoza wyjazdów zagranicznych Niemców w poszczególnych latach

Ryc.3.2 Prognoza wydatków Niemców na wyjazdy turystyczne w mld \$ w poszczególnych latach

Ryc. 3.3 Liczba wyjazdów zagranicznych Niemców według kontynentów w mln w 2013r.

Ryc. 4.1 Prognoza liczby przyjazdów do Polski z pięciu wybranych krajów

Ryc.4.2 Wydatki turystów w Polsce na jedną osobę w USD

Ryc. 4.3 Wyjazdy turystyczne Polaków do Niemiec w latach 2003-2010 oraz ich prognoza

Ryc.6.1 Logo przykładowej oferty turystycznej promującej rejon Bawaria

Ryc.7.1 Prognoza międzynarodowych dochodów z turystyki dla 5 wybranych krajów w 2014r. (w mld \$)

Ryc.7.2 Prognoza międzynarodowych nakładów na turystykę dla 5 wybranych krajów 2014r. (w mld\$)

Wyrażam zgodę na opublikowanie wykonanego przeze mnie projektu na stronie AWF Kraków poświęconej realizacji przedmiotu „Rynki turystyczne i rekreacyjne”. Oświadczam, że został on wykonany zgodnie zobowiązującymi zasadami i nie narusza niczych praw autorskich