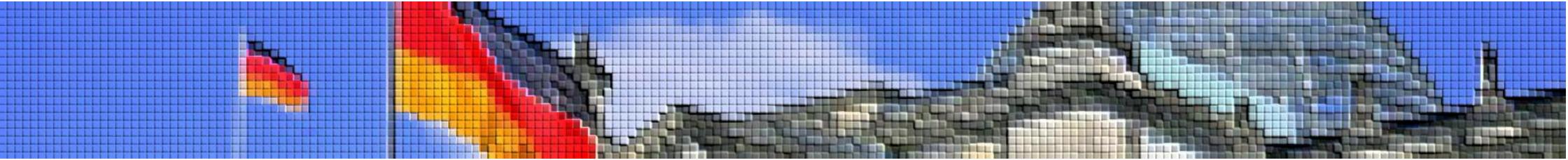


A photograph of the Reichstag building in Berlin, Germany. The building is a large, classical-style structure with a prominent portico of columns and a large glass dome on top. Two German flags are flying in the foreground. The sky is blue with some light clouds. The text "Informe sobre el Mercado Turístico Alemán" is overlaid in white on the right side of the image.

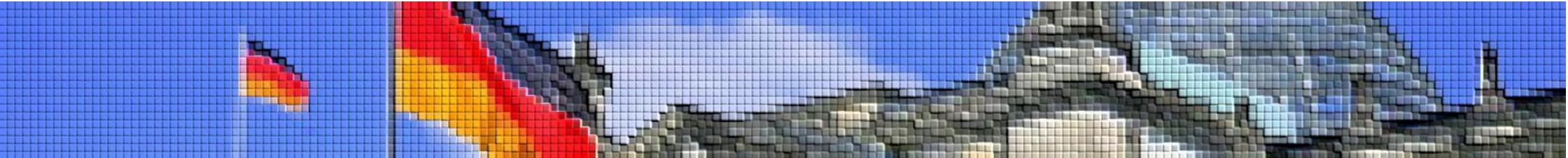
# Informe sobre el Mercado Turístico Alemán

Febrero 2018



## **Contenido**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Informe resumen</b>   | <b>3</b>  |
| <b>2. Alemania como mercado emisor</b>                                    | <b>25</b> |
| <b>3. Alemania en el contexto nacional</b>                                | <b>39</b> |
| <b>4. Indicadores de oferta del mercado alemán</b>                        | <b>42</b> |
| <b>5. Caracterización del turista alemán en Málaga- Costa del Sol</b>     | <b>56</b> |
| <b>6. Previsión de la oferta de asientos de avión desde Alemania 2017</b> | <b>70</b> |
| <b>7. Impacto Económico y de empleo</b>                                   | <b>74</b> |



## 1. Informe resumen

### *Alemania como mercado emisor*

Con más de 82,67 millones de habitantes, representa la mayor población entre los estados miembros de la Unión Europea. Por el desarrollo de su economía, es considerada en términos generales como la cuarta potencia mundial y la primera de Europa

Los cuatro factores que pueden definir la situación actual de la economía alemana son la estabilidad política, el crecimiento económico, la información en el mercado y la seguridad en el viaje.

La mayoría de los turistas en origen toman la decisión **antes** de contactarse con un canal de reservas o ventas

#### Información:

- La media de tiempo empleada por el viajero alemán que empieza a planear sus próximas vacaciones se sitúa en **6 meses antes** de la partida
- El 90% de los consumidores se **informan online** pero mayoritariamente **reservan con una agencia de viaje**

**Reservas:** las reservas se realizan de **2 a 3 meses antes** de la partida

- Las vacaciones de precio elevado se reservan preferentemente en una agencia de viajes

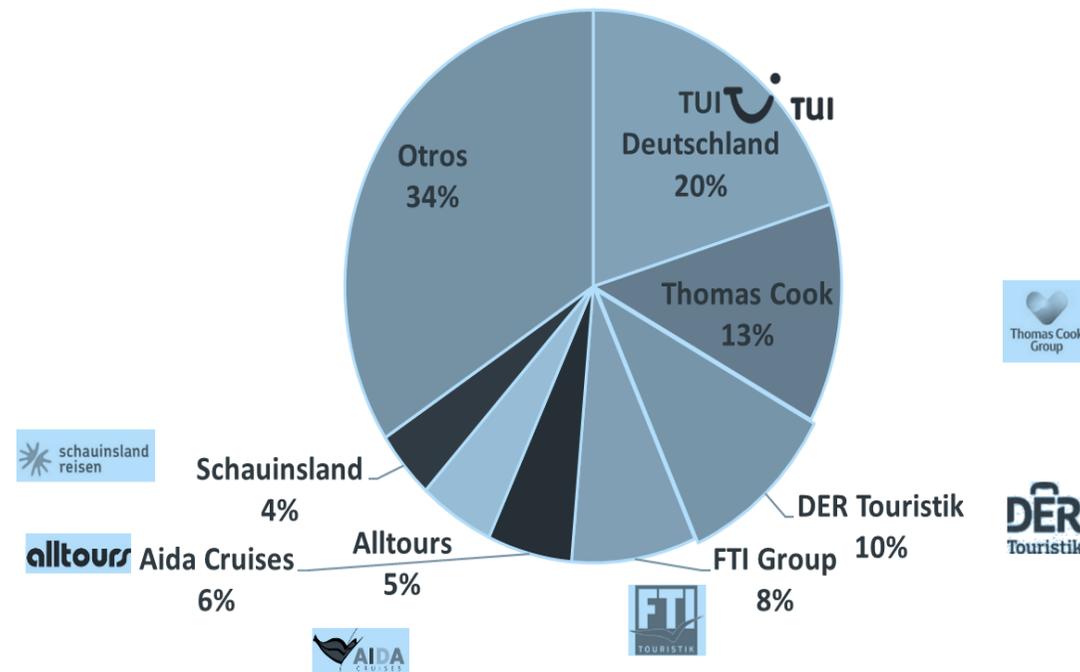


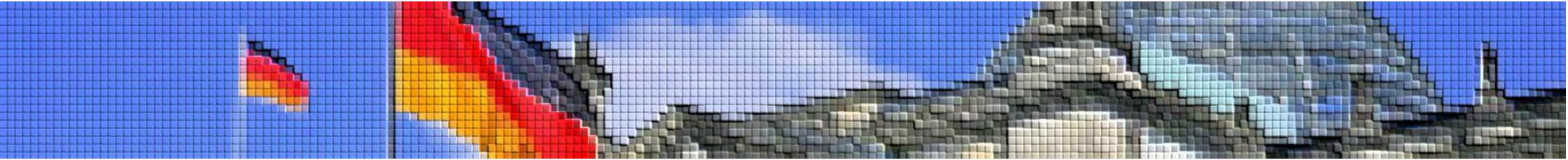
- El principal periodo en el que la mayoría de los alemanes hace sus **reservas** oscila entre **diciembre hasta marzo**
- La temporada en la que la mayoría de los alemanes **viaja** oscila entre **julio y septiembre**
- El **derecho anual de vacaciones** en Alemania es de entre **5 y 6 semanas** en total.

### ¿Dónde reservan los alemanes sus vacaciones?

- El 51% de los servicios de vacaciones se reservan **antes del viaje** con un **turoperador**
- El 36% (+0.5%) reservan **directamente** con el proveedor de los servicios (aerolíneas, hoteles, alquiler de coches)
- El 13% a través de **páginas webs** de productos (+2.1%) (reservas de hoteles, aerolíneas)

La cuota de Mercado de los Turoperadores alemanes se recoge en el siguiente gráfico:



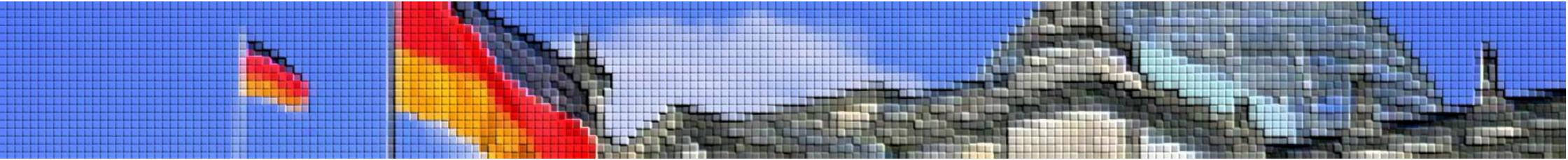


Dentro de los productos turísticos que escogen, optan por establecimientos hoteleros (cerca del 65%), y a pesar de que domina el turismo de sol y playa, se aprecia el creciente consumo de otros productos como el turismo de ciudad-cultural, el wellness y los cruceros. No obstante, los alemanes, en sus vacaciones de sol y playa, realizan otras actividades. Sus preferencias son: visitas culturales e históricas, naturaleza, gastronomía, actividades acuáticas, senderismo y ciclismo

En definitiva, Alemania es uno de los mercados más importantes del mundo para el turismo en España, muestra tendencia positiva, un sector profesional muy fuerte en la operación de viajes y pautas de consumo y organización del viaje diferenciales por relación a otros mercados

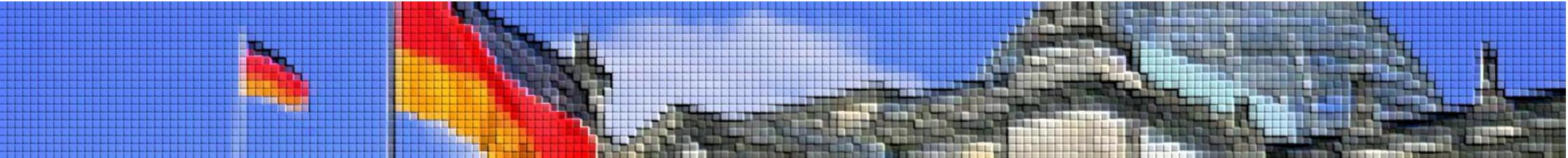
Sus principales características, según Fwv Reiseanalyse, son:

- El tipo de vacaciones preferidas son playa y sol, pero los viajeros quieren combinar su viaje con experiencias
- La gente con más de 55 años (*best agers*) busca cultura, experiencia y seguridad
- Cruceros: Alemania es líder en el mercado europeo con 2 millones de pasajeros en 2016
- Escapadas a ciudades (city breaks) ganan mucha popularidad (40% del volumen de viajes cortos)
- Todavía hay demanda de viajes organizados especialmente con destino España (77% de viajes)
- 70 % de vacaciones largas se reservan por agencias de viajes y TTOOs
- A veces los viajeros no recuerdan su canal de búsqueda (*multichannel-approach*)
- TTOOs invierten en páginas web, o bien en OTAs o en páginas de contenido único
- Las OTAs de hoteles crecen rápidamente, la mayoría por escapadas urbanas y viajes cortos y domésticos

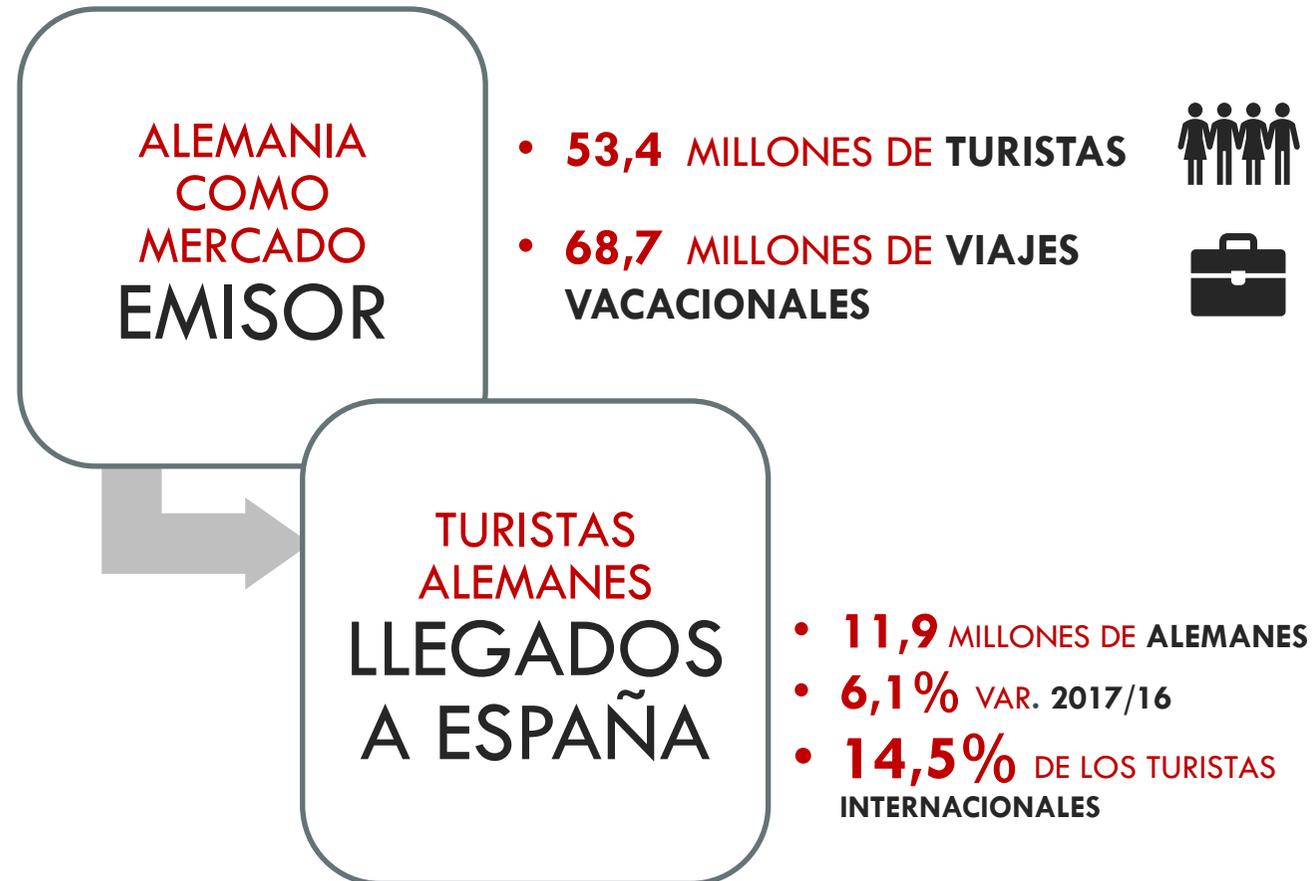


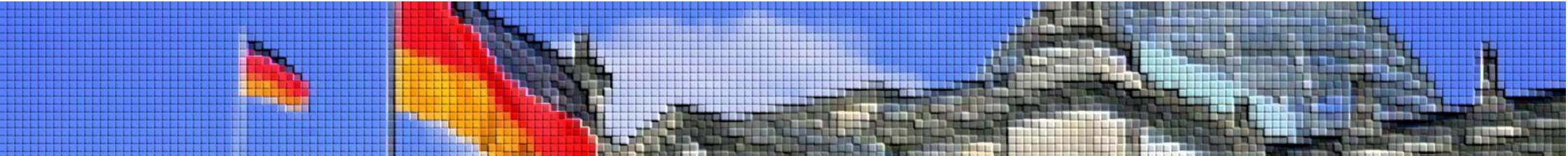
Según un estudio de ADAC Reise-Monitor, donde participaron 2.118 alemanes, se les planteó un cuestionario de elección múltiple, donde se le preguntaba que cuál era el mejor destino para los diferentes tipos de vacaciones. Las respuestas fueron de una rotundidad a favor de los destinos españoles, tal y como se muestra en el siguiente cuadro resumen:

| Característica     | No. 1         | No. 2                            | No. 3                          |
|--------------------|---------------|----------------------------------|--------------------------------|
| <b>Familias</b>    | Alemania      | Bélgica, Países Bajos, Dinamarca | <b>España</b> (2016: número 6) |
| <b>Solteros</b>    | <b>España</b> | Gran Bretaña                     | Italia                         |
| <b>Aventura</b>    | <b>España</b> | Gran Bretaña                     | Francia                        |
| <b>Relajar</b>     | <b>España</b> | Grecia                           | Alemania                       |
| <b>Socializar</b>  | <b>España</b> | Italia                           | Alemania                       |
| <b>Gente Joven</b> | <b>España</b> | Italia                           | Croacia                        |



## Alemania en el contexto nacional





Durante el año 2017, cerca de **11,9 millones** de turistas alemanes visitaron España, lo que supone un crecimiento del 6,1% respecto al año anterior, e implica continuar la tendencia de crecimiento iniciada en 2016 (+6,5%), con un incremento de más 679.000 alemanes más con respecto al año anterior.

El número de *turistas internacionales* que visitaron *España en 2017* ha vuelto a alcanzar cifra récord superando los **81,8 millones de turistas** con un incremento del 8,59%. Esto significa que Alemania *representa el 14,5% de los turistas internacionales* que llegaron a España durante el año 2017.

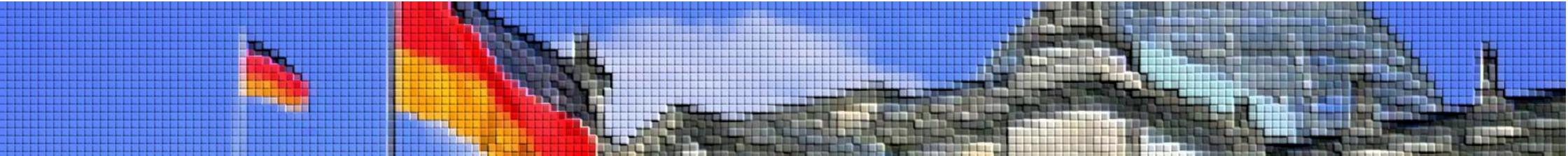
### Indicadores de oferta del mercado alemán

En 2017 en *España* la cifra de alemanes que se alojaron en establecimientos hoteleros superó los **8 millones de viajeros**, creciendo en unos 80.000 alemanes más respecto a 2016 (+1,2%).

| VIAJEROS HOTELEROS     | 2013      | 2014      | 2015      | 2016      | 2017      | % Var<br>2017/13 | % Var<br>2017/16 |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------|------------------|
| ESPAÑA                 | 7.035.130 | 7.274.552 | 7.261.342 | 7.933.484 | 8.026.683 | 14,09%           | 1,17%            |
| ANDALUCÍA              | 789.735   | 776.308   | 803.936   | 858.150   | 925.312   | 17,17%           | 7,83%            |
| MÁLAGA                 | 279.436   | 277.916   | 263.522   | 275.807   | 304.541   | 8,98%            | 10,42%           |
| CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA    | 4,0%      | 3,8%      | 3,6%      | 3,5%      | 3,8%      | -0,18            | 0,32             |
| CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA | 35,4%     | 35,8%     | 32,8%     | 32,1%     | 32,9%     | -2,47            | 0,77             |

En 2017 los establecimientos hoteleros de la *provincia de Málaga* alojaron a **304.541 viajeros alemanes**, creciendo un **10,4%**.

Estas cifras otorgan al destino *Costa del Sol Málaga* una cuota del **3,8% del total de viajeros hoteleros alemanes de España** y **32,9% de Andalucía**, lo que muestra la importancia que tiene la oferta hotelera de Costa del Sol Málaga en el contexto Andalucía en el mercado emisor alemán



*Uno de cada tres alemanes hoteleros que visitaron Andalucía se alojó en los hoteles de la provincia de Málaga.*

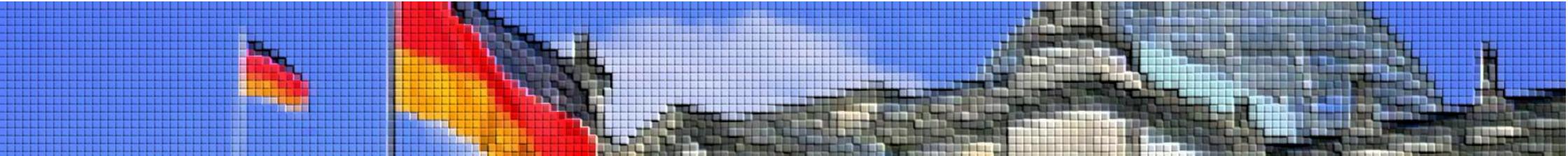
En 2017 en *España* se registraron más de *50 millones de pernoctaciones hoteleras* de alemanes, creciendo un +1,5% con respecto a 2016.

| PERNOCTACIONES HOTELERAS | 2013       | 2014       | 2015       | 2016       | 2017       | % Var 2017/13 | % Var 2017/16 |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------|---------------|
| ESPAÑA                   | 45.816.923 | 46.828.303 | 46.181.637 | 49.558.393 | 50.307.927 | 9,80%         | 1,51%         |
| ANDALUCÍA                | 3.816.727  | 3.761.911  | 3.785.881  | 4.130.707  | 4.516.194  | 18,33%        | 9,33%         |
| MÁLAGA                   | 1.470.096  | 1.459.782  | 1.342.620  | 1.382.904  | 1.533.038  | 4,28%         | 10,86%        |
| CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA      | 3,2%       | 3,1%       | 2,9%       | 2,8%       | 3,0%       | -0,16         | 0,26          |
| CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA   | 38,5%      | 38,8%      | 35,5%      | 33,5%      | 33,9%      | -4,57         | 0,47          |

En el caso de la *Costa del Sol- Málaga* las pernoctaciones hoteleras de alemanes experimentan un *aumento* importante *del +10,9%* respecto al año anterior, similar al crecimiento de los viajeros, lo que le ha originado un aumento de las pernoctaciones de más de 150.000 noches hoteleras hasta *alcanzar la cifra de 1.533.038 pernoctaciones alemanas*.

Estas cifras otorgan al destino Costa del Sol Málaga una cuota del 3,0% del total de las pernoctaciones hoteleros alemanas de España y 33,9% de Andalucía, es decir, más de una de cada tres noches se registran en los hoteles de la provincia de Málaga

En los *últimos cinco años 2017-2013*, las pernoctaciones de los viajeros alemanes hoteleros *han crecido un +9,8% en el contexto nacional*, en *Andalucía un +18,33%* y en *la provincia de Málaga (+4,28%)*, lo que supone superar la cifra de *pre crisis de 2008 por primera en los últimos 10 años*.



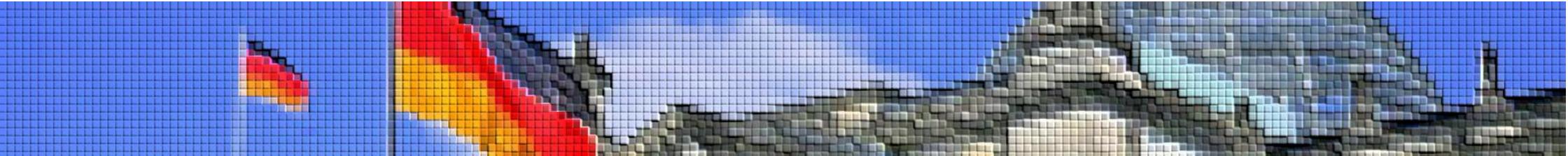
## Indicadores Apartamentos Turísticos

En 2017 en *España* la cifra de alemanes que se alojaron en apartamentos turísticos se situó en *906.073 viajeros*, descendiendo ligeramente con respecto a 2016 (-1,41%). En dicho año, los apartamentos turísticos de la *provincia de Málaga alojaron cerca de 50.000 viajeros alemanes*, experimentando un notable crecimiento del +24,6%. Estas cifras otorgan al destino Costa del Sol Málaga una cuota del 5,5% del total de viajeros alemanes en apartamentos en España y 63,0% de Andalucía, es decir, *cerca de dos de cada tres alemanes* que se hospedan en apartamentos turísticos en *Andalucía eligen la provincia de Málaga*.

En *Costa del Sol Málaga* las pernoctaciones en apartamentos turísticos de alemanes experimentan el mayor incremento de los ámbitos analizados (+22,98%), rozando las 350.000 pernoctaciones en la provincia en 2017. *Cerca de tres de cada cuatro pernoctaciones* alemanas que se registran en los apartamentos de Andalucía, *se producen en la provincia de Málaga*.

| VIAJEROS APARTAMENTOS TURÍSTICOS | 2013    | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | % Var 2017/13 | % Var 2017/16 |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------|---------------|
| ESPAÑA                           | 847.438 | 850.794 | 867.562 | 919.030 | 906.073 | 6,92%         | -1,41%        |
| ANDALUCÍA                        | 44.506  | 50.151  | 56.401  | 65.779  | 78.952  | 77,40%        | 20,03%        |
| MÁLAGA                           | 26.698  | 29.340  | 32.517  | 39.924  | 49.731  | 86,27%        | 24,56%        |
| CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA              | 3,2%    | 3,4%    | 3,7%    | 4,3%    | 5,5%    | 2,34          | 1,14          |
| CUOTA MÁLAGA/ANDALUCIA           | 60,0%   | 58,5%   | 57,7%   | 60,7%   | 63,0%   | 3,00          | 2,29          |

| PERNOCTACIONES APARTAMENTOS | 2013      | 2014      | 2015      | 2016      | 2017      | % Var 2017/13 | % Var 2017/16 |
|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------|---------------|
| ESPAÑA                      | 8.438.773 | 8.280.004 | 8.212.259 | 8.466.485 | 7.984.174 | -5,39%        | -5,70%        |
| ANDALUCÍA                   | 319.292   | 346.043   | 361.893   | 396.941   | 479.751   | 50,25%        | 20,86%        |
| MÁLAGA                      | 223.424   | 222.619   | 235.818   | 282.893   | 347.904   | 55,71%        | 22,98%        |
| CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA         | 2,6%      | 2,7%      | 2,9%      | 3,3%      | 4,4%      | 1,71          | 1,02          |
| CUOTA MÁLAGA/ANDALUCIA      | 70,0%     | 64,3%     | 65,2%     | 71,3%     | 72,5%     | 2,54          | 1,25          |



## Ranking de Provincias según Viajeros y Pernoctaciones Alemanas en Hoteles y Apartamentos Turísticos

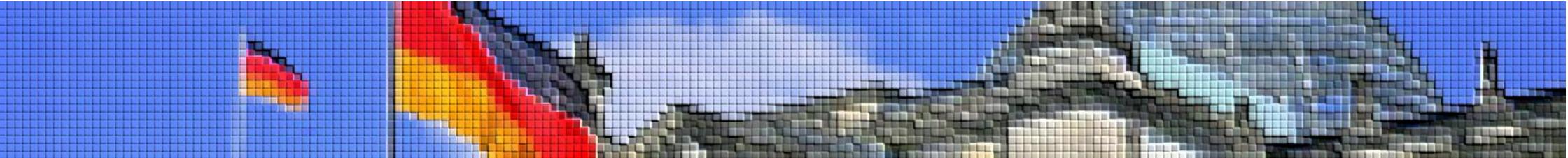
*Málaga*, es la segunda provincia de la península, superada por Barcelona y la quinta de España, con mayor número de viajeros alemanas en los hoteles y apartamentos reglados; y desciende un puesto en términos de pernoctaciones superada por Cádiz, siendo la tercera provincia de la península, y la sexta en el contexto nacional.

*Islas Baleares* lidera con mucha diferencia el ranking tanto en viajeros como en pernoctaciones alemanas, le siguen *Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife y Barcelona*, primera provincia peninsular.

*Las Palmas* pasa de registrar del 18,9% de viajeros alemanes al 27,1% de las pernoctaciones, y mantiene su segunda posición en el ranking nacional en ambos casos.

*Málaga*, con 354.600 viajeros alemanes ocupa el segundo puesto peninsular con una cuota del 4,0%, seguida de *Cádiz* (302.533 viajeros alemanes), *Madrid* (289.612 alemanes), *Girona* (206.542 viajeros), *Granada* (98.822 alemanes) y *Valencia* (90.650 alemanes).

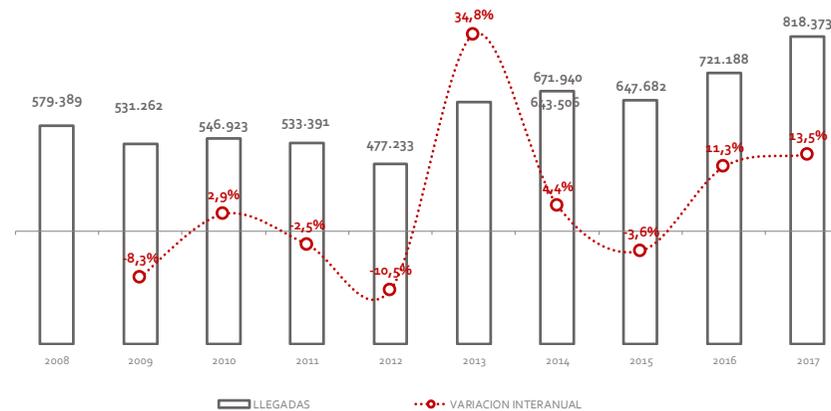
| RANK. VIAJEROS | PROVINCIAS             | Nº VIAJEROS ALEMANES | VAR. 2017/16 | RANK. PERN. | PERNOCTACIONES    | VAR. 2017/16 |
|----------------|------------------------|----------------------|--------------|-------------|-------------------|--------------|
| 1              | Balears. Illes         | 3.534.567            | 3,0%         | 1           | 23.828.225        | 1,1%         |
| 2              | Palmas. Las            | 1.690.523            | 20,7%        | 2           | 15.822.392        | 20,0%        |
| 3              | Santa Cruz de Tenerife | 683.224              | -1,5%        | 3           | 6.307.800         | -2,9%        |
| 4              | Barcelona              | 675.179              | -6,9%        | 4           | 2.352.173         | -7,0%        |
| <b>5</b>       | <b>Málaga</b>          | <b>354.272</b>       | <b>12,6%</b> | <b>6</b>    | <b>1.880.942</b>  | <b>11,9%</b> |
| 6              | Cádiz                  | 302.533              | 5,8%         | 5           | 1.948.130         | 7,2%         |
| 7              | Madrid                 | 289.612              | -0,9%        | 9           | 696.171           | 0,8%         |
| 8              | Girona                 | 206.542              | 7,9%         | 7           | 1.135.331         | 2,2%         |
| 9              | Granada                | 98.822               | -2,7%        | 14          | 276.900           | -3,0%        |
| 10             | Valencia/València      | 90.650               | 9,0%         | 13          | 305.103           | 12,2%        |
| 11             | Coruña. A              | 87.632               | 0,3%         | 16          | 142.313           | 13,2%        |
| 12             | Alicante/Alacant       | 84.394               | 2,1%         | 10          | 496.532           | -1,6%        |
| 13             | Palmas, Las            | 70.375               | -78,0%       | 8           | 895.288           | -74,4%       |
| 14             | Vizcaya                | 58.206               | 8,9%         | 17          | 127.570           | 17,4%        |
| <b>TOTAL</b>   |                        | <b>8.932.757</b>     | <b>2,0%</b>  |             | <b>58.292.107</b> | <b>0,8%</b>  |



## **Análisis de las Llegadas por Aeropuerto procedentes de Alemania**

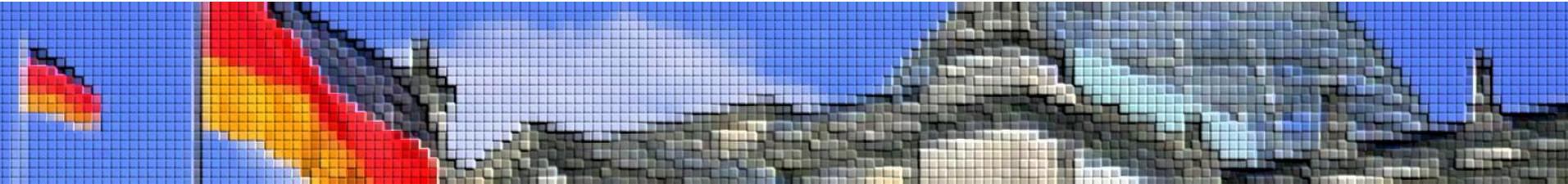
Según los datos de AENA, en el año 2017 la llegada de *pasajeros procedentes de Alemania* a los aeropuertos de España, en general, han experimentado *crecimiento* tanto en ese último año como en el acumulado de los últimos diez años, tan solo descendiendo ligeramente en el año 2009, 2011, 2012 Y 2015.

**EVOLUCIÓN DE LAS LLEGADAS AL AEROPUERTO MÁLAGA COSTA DEL SOL  
PROCEDENTES ALEMANIA**



Durante el año 2017, *la cifra de pasajeros* procedentes de Alemania llegados a los aeropuertos de España supera la cifra de **14,2 millones de personas**, lo que representa un crecimiento acumulado desde 2013 del +23,5% y del 3,4% en el último año.

Al aeropuerto de *Málaga Costa del Sol* han llegado en este año 2017 más de **818.000 pasajeros** procedentes del país germano, experimentando un ascenso del +13,48% respecto al año 2016.

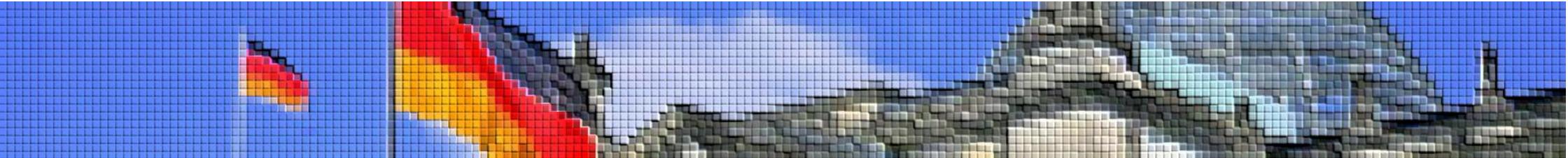


| LLEGADAS AEROPUERTO   | 2013       | 2014       | 2015       | 2016       | 2017       | % Var<br>2017/13 | % Var<br>2017/16 |
|-----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------------|------------------|
| ESPAÑA                | 11.545.475 | 12.239.480 | 12.523.598 | 13.789.842 | 14.258.344 | 23,50%           | 3,40%            |
| MÁLAGA                | 643.506    | 671.940    | 647.682    | 721.188    | 818.373    | 27,17%           | 13,48%           |
| CUOTA MÁLAGA / ESPAÑA | 5,6%       | 5,5%       | 5,2%       | 5,2%       | 5,7%       | 0,17             | 0,51             |

En 2017 los aeropuertos de 6 ciudades alemanas son las emisoras de cerca de tres de cada cuatro pasajeros procedentes de Alemania que llegan al Aeropuerto Málaga Costa del Sol.

Frankfurt es la ciudad emisora líder de pasajeros con destino a Málaga Costa del Sol, con un incremento del 69,9%, alcanzando las 151.428 llegadas a lo largo de todo el año, seguida de Berlín con más de 117.000 pasajeros, aunque con un ligero descenso de -0,9%. Dusseldorf, Múnich, Hamburgo y Colonia/Bonn, son las cuatro siguientes ciudades más importantes como emisoras de pasajeros con destino a Málaga.

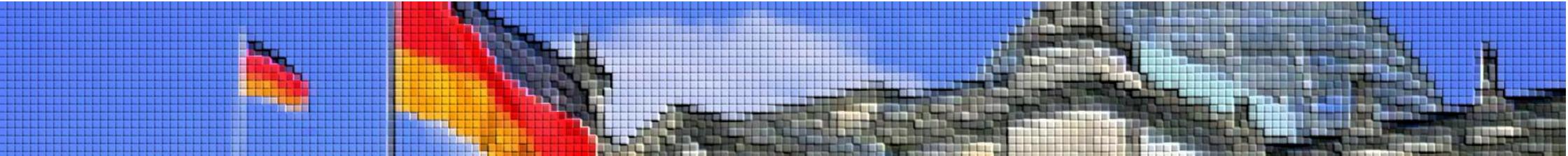
| CIUDADES CON MAYOR<br>AFLUENCIA DE PASAJEROS A<br>LA CDS |                     | 2014    | 2015   | 2016    | 2017    | % Var.<br>2017/ 14 | % Var.<br>2017/ 16 |
|--|---------------------|---------|--------|---------|---------|--------------------|--------------------|
| 1  | FRANKFURT           | 76.242  | 84.919 | 89.149  | 151.428 | 98,6%              | 69,9%              |
| 2  | BERLIN              | 73.504  | 75.740 | 118.318 | 117.196 | 59,4%              | -0,9%              |
| 3  | DUSSELDORF          | 73.864  | 73.851 | 78.879  | 92.989  | 25,9%              | 17,9%              |
| 4  | MUNICH              | 101.758 | 92.601 | 89.236  | 89.442  | -12,1%             | 0,2%               |
| 5  | HAMBURGO            | 81.191  | 78.759 | 86.945  | 73.536  | -9,4%              | -15,4%             |
| 6  | COLONIA/BONN        | 72.659  | 69.419 | 70.535  | 68.826  | -5,3%              | -2,4%              |
| 7  | NIEDERRHEIN         | 50.740  | 54.104 | 65.969  | 64.026  | 26,2%              | -2,9%              |
| 8  | STUTTGART           | 32.407  | 31.776 | 34.403  | 35.628  | 9,9%               | 3,6%               |
| 9  | HANNOVER            | 8.744   | 196    | 187     | 24.119  | 175,8%             | 12797,9%           |
| 10   | KARLSRUHE-BADEN BAD | 17.979  | 16.855 | 19.948  | 23.382  | 30,1%              | 17,2%              |
| 11   | MEMMINGEN           | 16.969  | 18.459 | 18.652  | 18.546  | 9,3%               | -0,6%              |
| 12   | BREMEN              | 15.737  | 11.898 | 12.244  | 15.304  | -2,8%              | 25,0%              |



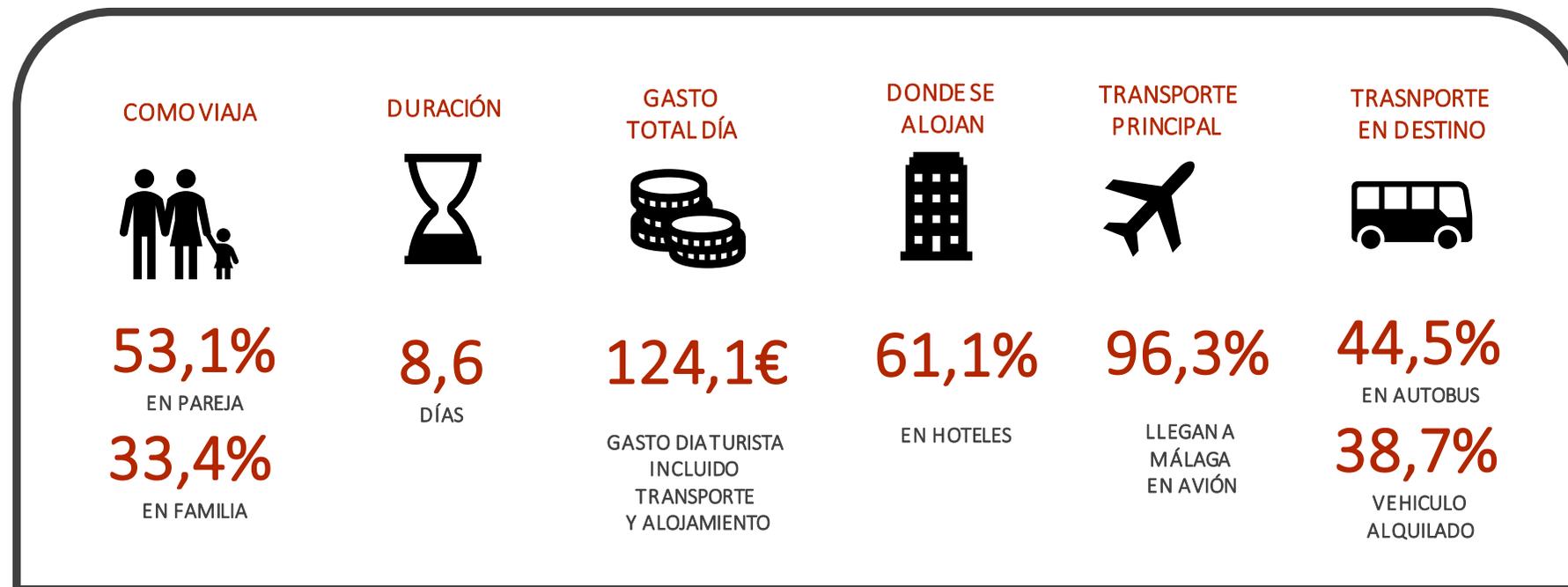
## Caracterización del turista alemán en Málaga- Costa del Sol

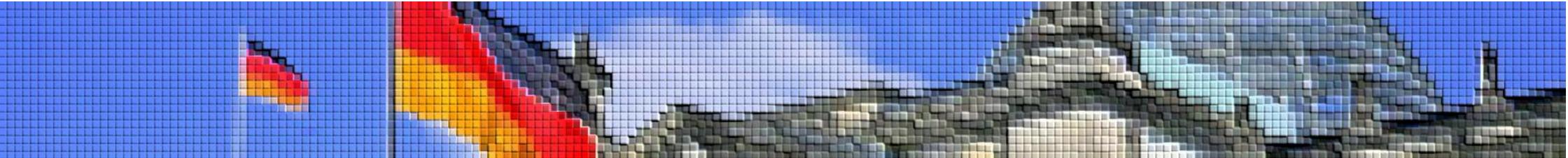
### Perfil sociodemográfico



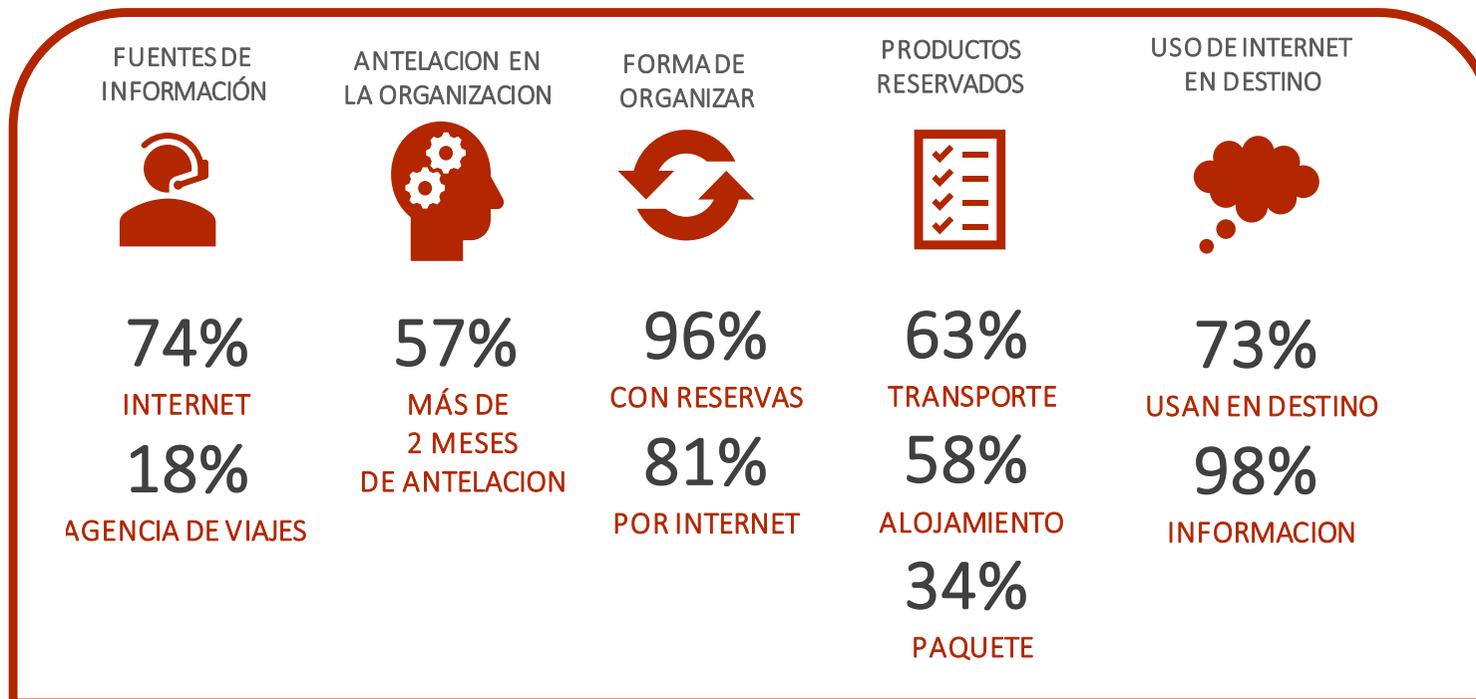


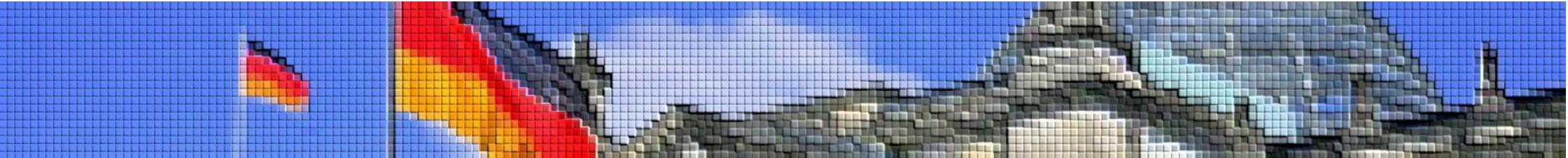
## Características del Viaje



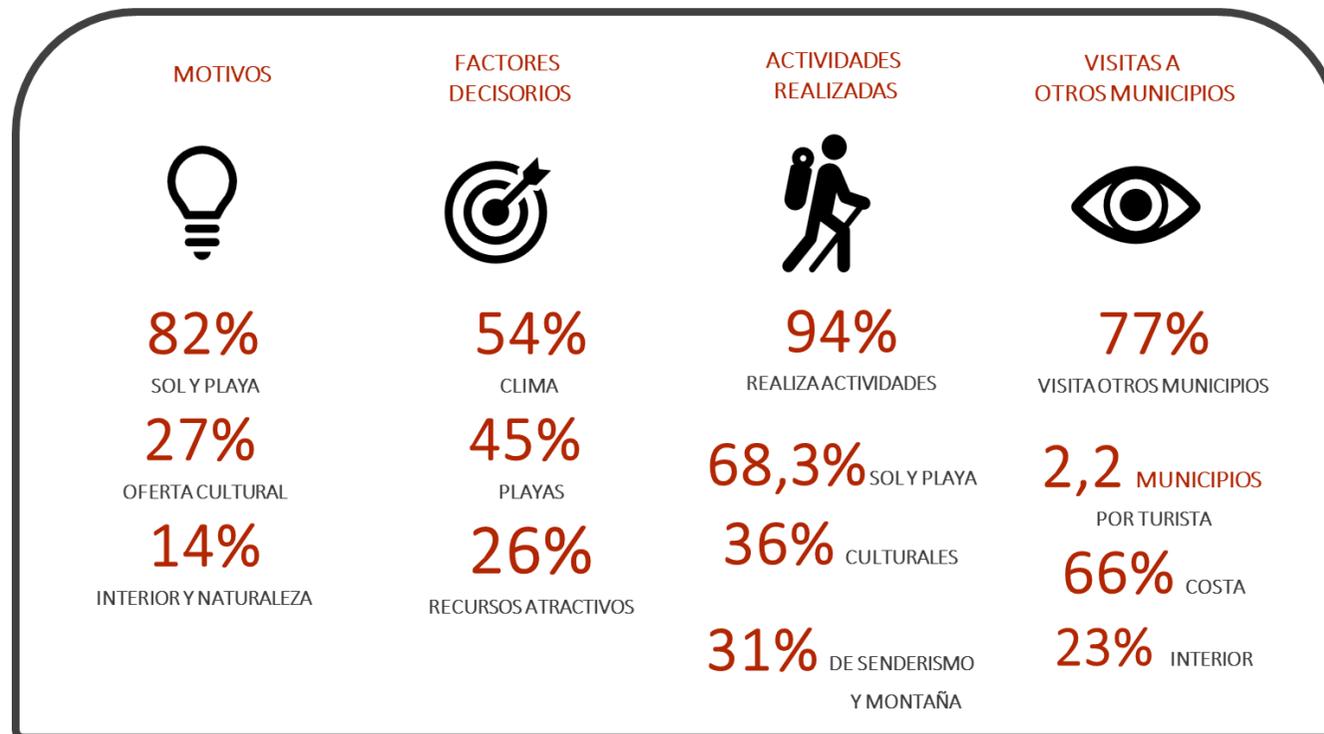


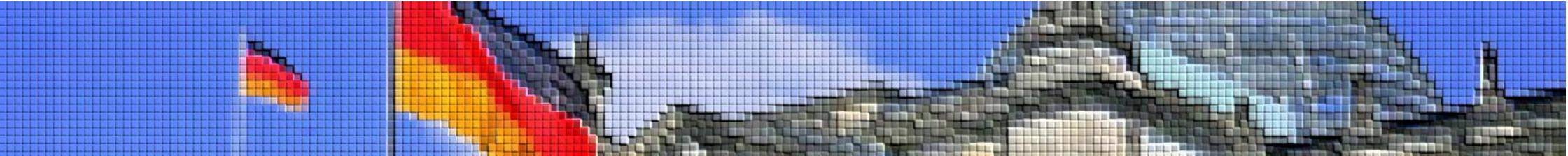
## Información y Reserva



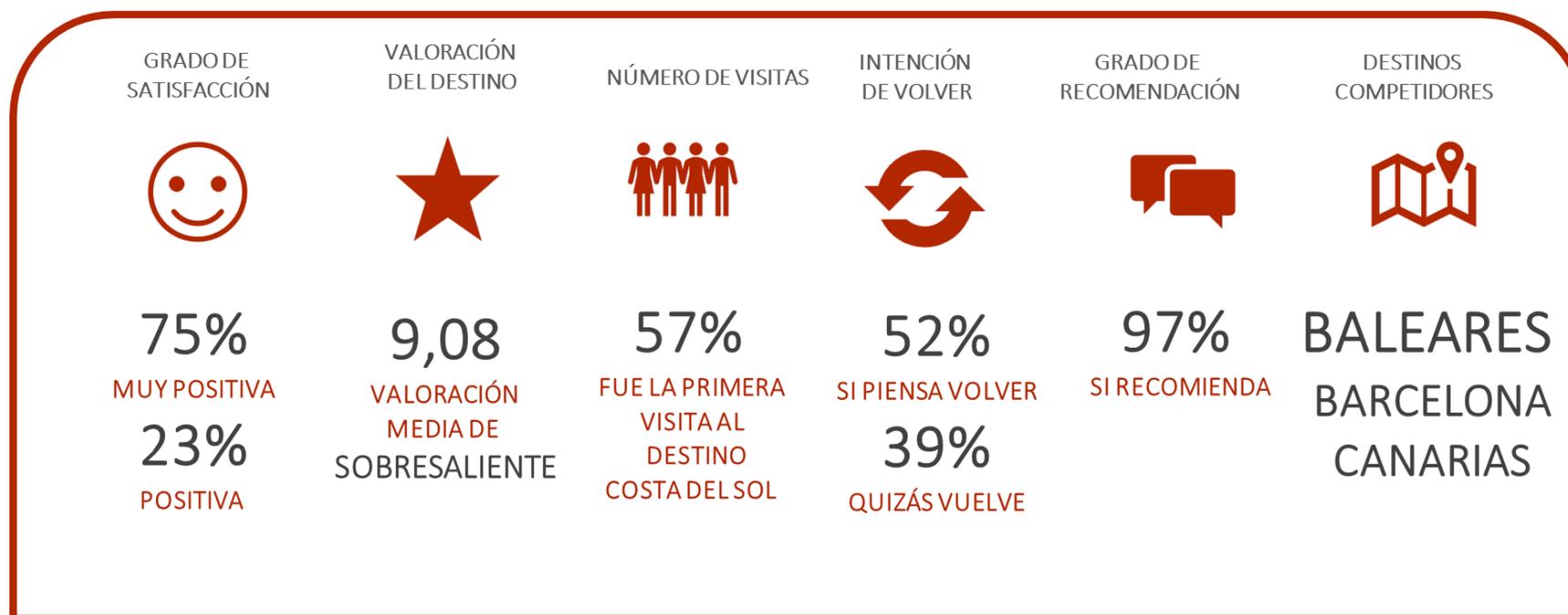


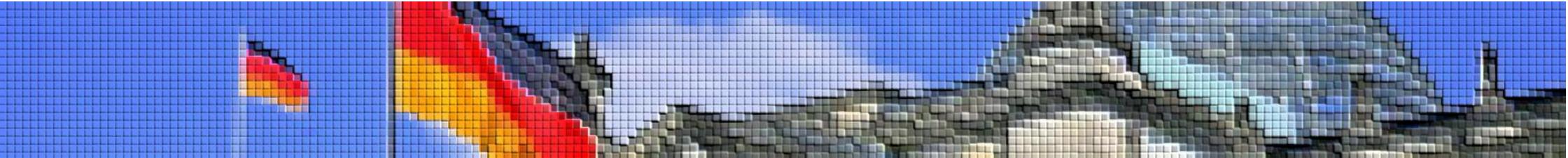
## Comportamiento en destino





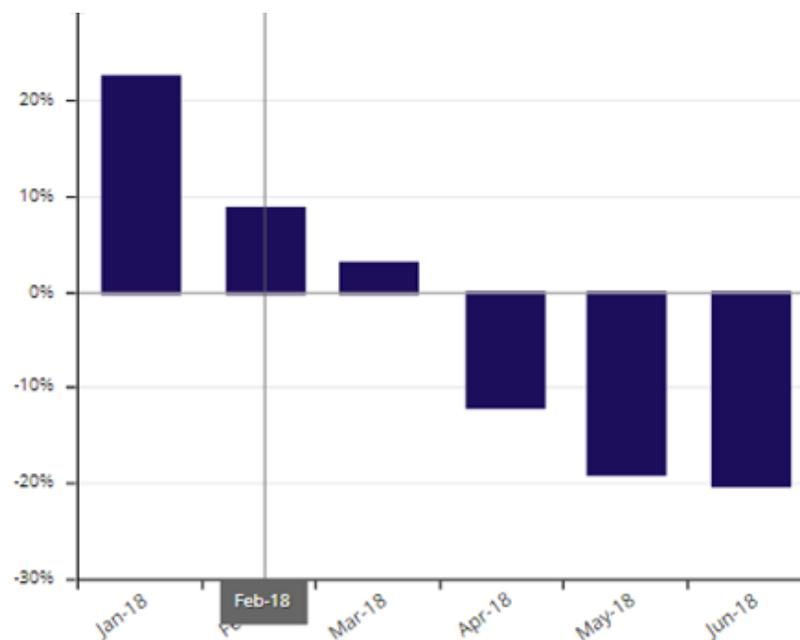
## Imagen y satisfacción



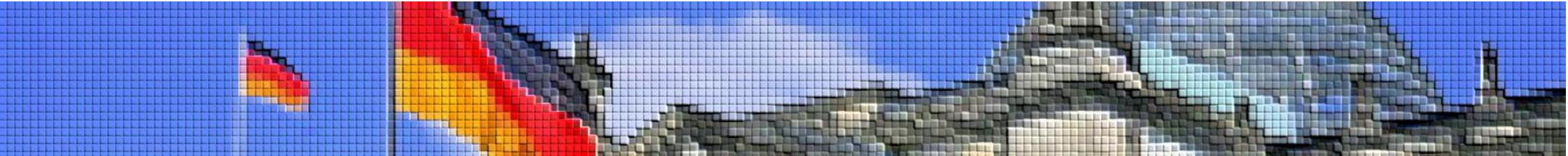


## Previsión de la oferta de asientos de avión desde Alemania 2017

Para el primer semestre de 2018 las previsiones de llegadas de viajeros procedentes de Alemania al aeropuerto de Málaga - Costa del Sol son negativas con respecto al mismo periodo del año anterior. Se prevé que, en dicho periodo puedan llegar al aeropuerto de Málaga un 8,6% de viajeros menos, que en el del año anterior.



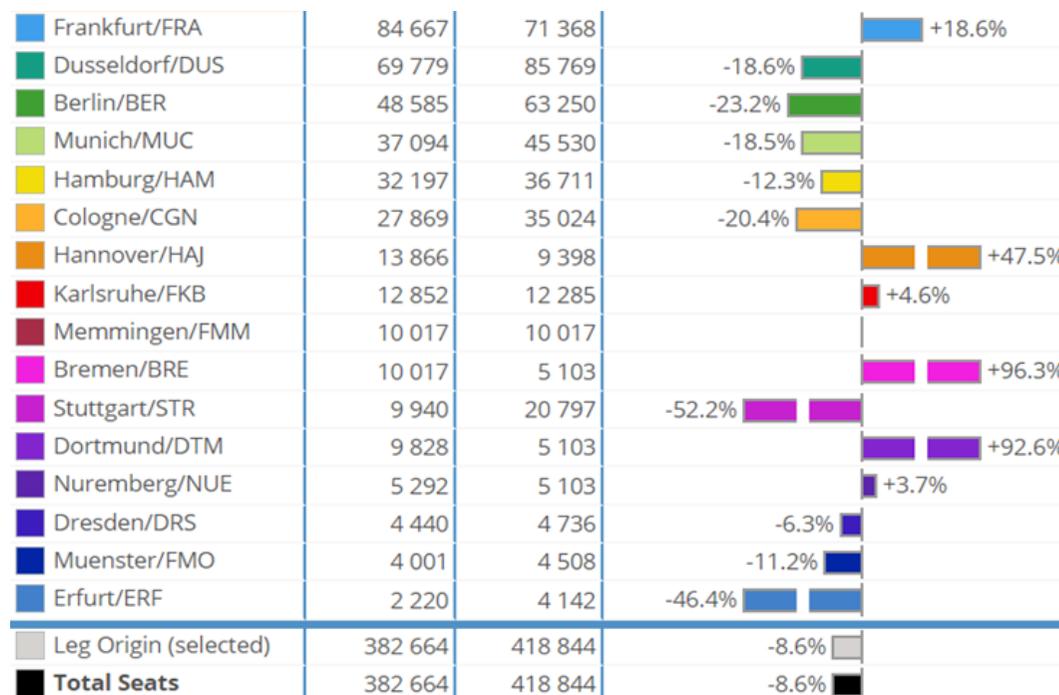
En términos cuantitativos, según las previsiones realizadas, para el primer semestre del año 2018 se *ofertarán 382.664 asientos en los aviones* que hacen el trayecto de los distintos aeropuertos de Alemania a Málaga, mientras que en el mismo periodo del año anterior se pusieron en el mercado 418.844 plazas



En definitiva, se ofertarán en este semestre 36.200 **plazas menos** desde los aeropuertos alemanes, que los ofertados durante dicho periodo en el año 2017.

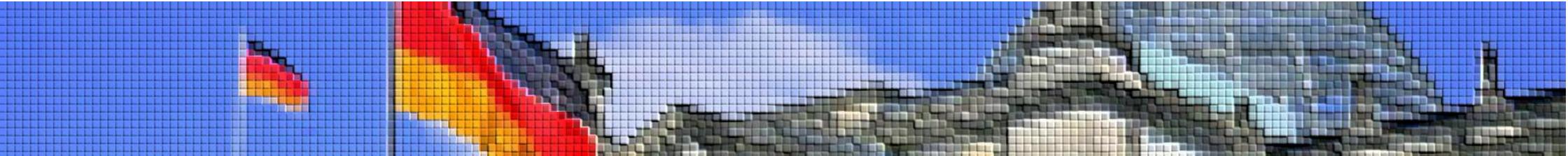
Según las previsiones de contratación de asientos de avión desde las distintas ciudades alemanas de origen hasta el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, se comprueba que, de las **16 ciudades conectadas**, crecen los asientos ofertados en 5 ciudades, **se mantiene en una, y desciende en el resto**.

**Frankfurt, Dusseldorf, Berlín y Munich**, son las ciudades de origen de casi **dos de cada tres plazas de asientos ofertados** desde Alemania, pero no evolucionan igual. **Destaca el crecimiento de Frankfurt, que se convierte en este año en la ciudad con mayor oferta de asientos con destino Málaga y un crecimiento del 18,6%**.



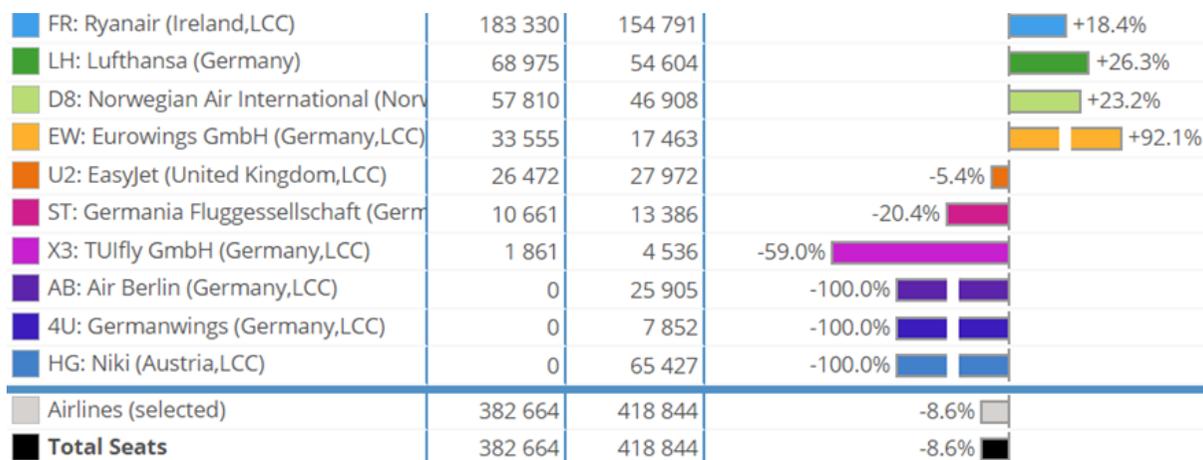
En cuanto a los destinos que presentan disminuciones en la oferta de plazas aéreas con respecto al primer semestre de 2017, cabe señalar a Dusseldorf (-18,6%), Berlín (-23,2%), Munich (-18,5%), Hamburgo (-12,3%) y Colonia (-20,4%), que son la segunda, tercera, cuarta, quinta y sexta ciudad en orden de emisión hacia el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, con una reducción conjunta de esas cinco ciudades de unas 50.700 plazas.

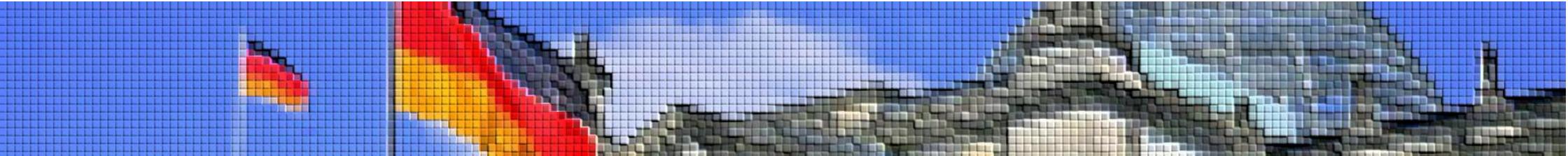
**Siete compañías operan las más de 380.000** plazas de asientos que se van a ofertar en el primer semestre de 2018, tres menos que el año anterior. Es de resaltar que han dejado de operar las siguientes compañías: Air Berlín, Germanwings y Niki. De esas



siete, las cuatro principales (Ryanair, Lufthansa, Norwegian y Eurowings) aumentan conjuntamente más de 70.000 plazas para el primer semestre del año 2018. Por otro lado, tres de ellas reducen su oferta de plazas (Easyjet, Germania y TUIfly), aunque con solo una bajada entre ellas de unas 7.000 plazas.

**Ryanair**, es la principal compañía líder en oferta, con 183.000 plazas, un 18 % más que en el periodo anterior y con casi la mitad de la cuota de mercado. **Lufthansa**, **Norwegian** y **Eurowings**, son las siguientes compañías con mayor oferta de plazas de asientos, con crecimientos muy positivos del 26%, 23% y 92%, respectivamente.





## Impacto Económico y de empleo

El impacto directo del gasto de los turistas alemanes en la Provincia de Málaga durante 2017, se ha calculado en base a la intensidad de uso y gasto medio de cada uno de los conceptos de gastos incluidos en la encuesta de demanda, elevados al número de visitantes que llegaron a la provincia, y sustraída la parte de la demanda importada y transformando dicho importe de precios de adquisición a precios básicos, dando como resultado un *impacto sobre la producción directa* que asciende a más de *564 millones de euros*.

Aplicando la metodología Input-Output, el impacto total que ha generado el gasto turístico del mercado alemán en 2017 es de *1.051,2 millones de euros*, lo que representa el *7,6%* de la *producción generada por el gasto turístico total de la provincia*.

La *producción indirecta e inducida* es de unos *487,2 millones de euros*, mientras que la *directa es de unos 564 millones*

| DISTRIBUCIÓN DEL GASTO   |                     |                |
|--|---------------------|----------------|
|  | IMPORTE (Miles €)   | Porcentaje (%) |
| AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA                                   | 7.330,01 €          | 1,3%           |
| INDUSTRIA  | 566,54 €            | 0,1%           |
| Extractivas  | 0,00 €              | 0,0%           |
| Manufactureras   | 405,38 €            | 0,1%           |
| Energía, gas y agua  | 161,15 €            | 0,0%           |
| CONSTRUCCIÓN   | 0,00 €              | 0,0%           |
| SERVICIOS  | 556.127,11 €        | 98,6%          |
| Comercio, hostelería, transporte y comunicaciones                | 478.174,74 €        | 84,8%          |
| Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales | 71.772,16 €         | 12,7%          |
| Otros servicios  | 5.976,88 €          | 1,1%           |
| <b>TOTAL</b>   | <b>564.023,66 €</b> | <b>100,0%</b>  |

Fuente: Elaboración propia

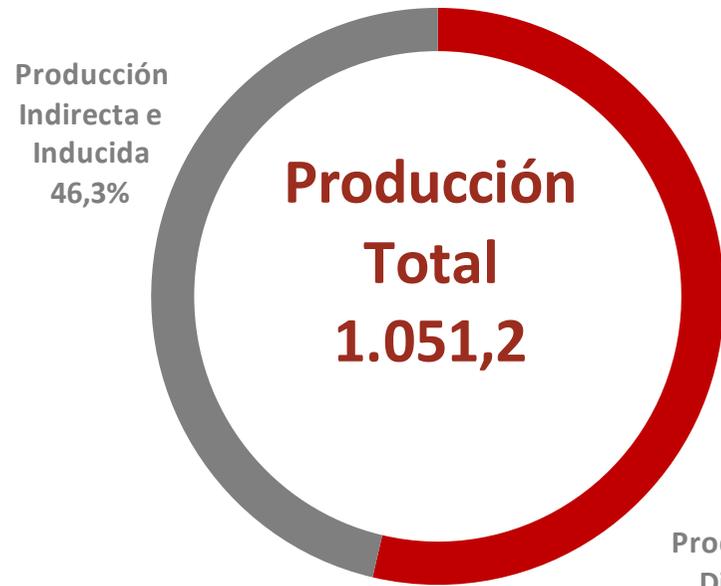
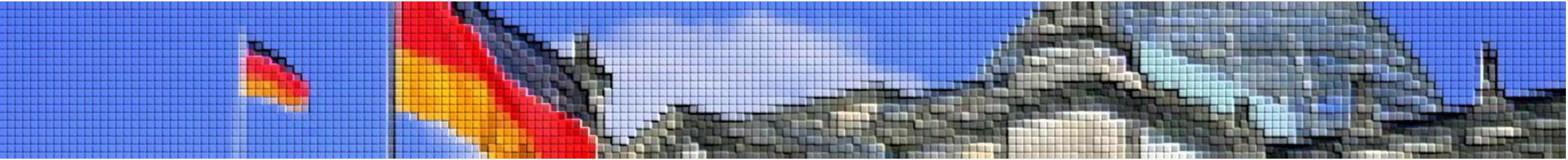
## DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN TOTAL GENERADA POR RAMAS PRODUCTIVAS EN EL INTERIOR DE MÁLAGA

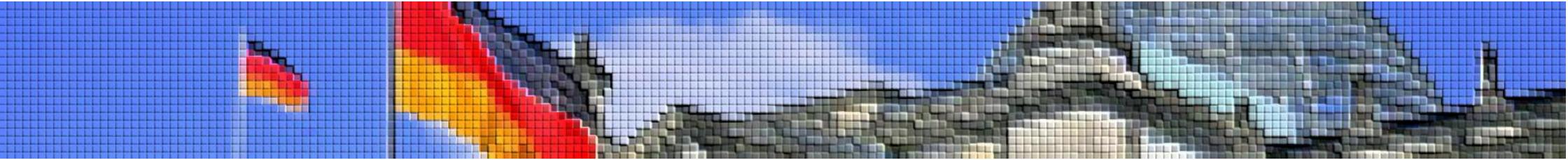
|  | Producción total      |                | Producción Indirecta e inducida |                |
|--|-----------------------|----------------|---------------------------------|----------------|
|  | IMPORTE (Miles €)     | Porcentaje (%) | IMPORTE (Miles €)               | Porcentaje (%) |
| <b>AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA</b>                            | 19.522,29 €           | 1,9%           | 12.192,28 €                     | 2,5%           |
| <b>INDUSTRIA</b>   | 115.628,14 €          | 11,0%          | 115.061,60 €                    | 23,6%          |
| Extractivas  | 293,69 €              | 0,0%           | 293,69 €                        | 0,1%           |
| Manufactureras   | 78.157,44 €           | 7,4%           | 77.752,06 €                     | 16,0%          |
| Energía, gas y agua  | 37.177,00 €           | 3,5%           | 37.015,85 €                     | 7,6%           |
| <b>CONSTRUCCIÓN</b>  | 28.231,73 €           | 2,7%           | 28.231,73 €                     | 5,8%           |
| <b>SERVICIOS</b>   | 887.849,28 €          | 84,5%          | 331.722,17 €                    | 68,1%          |
| Comercio, hostelería, transporte y comunicaciones                | 607.116,99 €          | 57,8%          | 128.942,25 €                    | 26,5%          |
| Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales | 240.172,23 €          | 22,8%          | 168.400,07 €                    | 34,6%          |
| Otros servicios  | 30.412,39 €           | 2,9%           | 24.435,51 €                     | 5,0%           |
| <b>TOTAL</b>   | <b>1.051.231,44 €</b> | <b>100,0%</b>  | <b>487.207,78 €</b>             | <b>100,0%</b>  |

Fuente: Elaboración propia

Desagregando el impacto económico por ramas, se observa que el sector que ha incrementado más su producción ha sido el sector Servicios, seguido del de la Industria.

En cuanto a la generación de empleo, el gasto del turista alemán en la provincia de Málaga, se estima que ha generado unos **11.500** empleos en 2016, lo que representa el **7,7% del empleo generado en la provincia por el gasto turístico total**. De ellos, unos **6.500 empleos** son debido al impacto directo del gasto turístico alemán y **5.000 al impacto indirecto e inducido**.





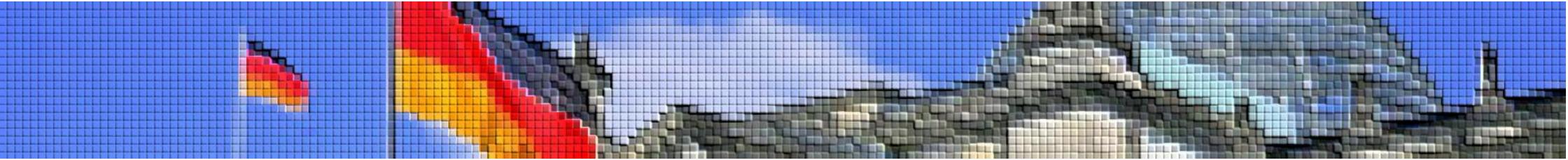
## 2. Alemania como mercado emisor

Con más de 82,67 millones de habitantes, representa la mayor población entre los estados miembros de la Unión Europea. Por el desarrollo de su economía, es considerada en términos generales como la cuarta potencia mundial y la primera de Europa

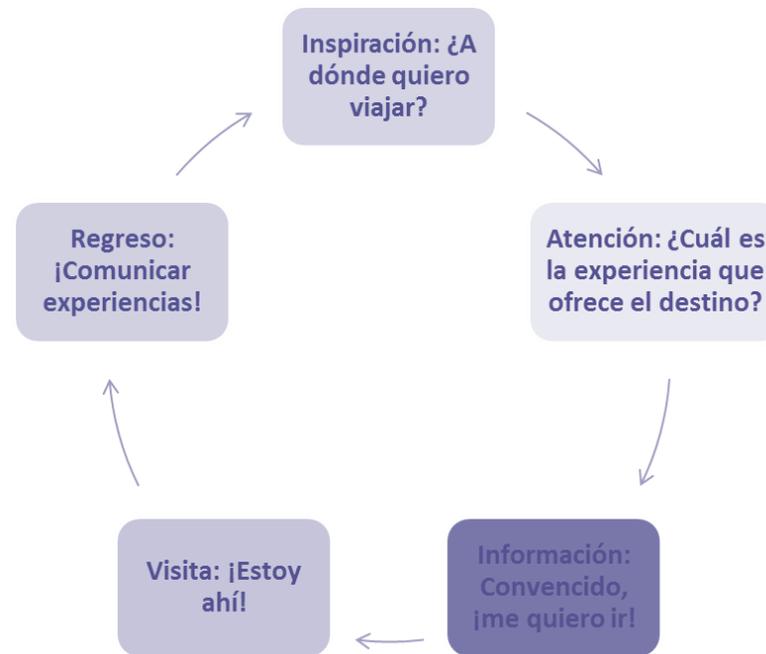
El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Alemania, en 2017, fue de 39.500€ euros, por lo que se encuentra en una buena posición, lo que supone que su población tiene un buen nivel de vida en relación a los 195 países del ranking de PIB per cápita.

Los cuatro factores que pueden definir la situación actual de la economía alemana son la estabilidad política, el crecimiento económico, la información en el mercado y la seguridad en el viaje.





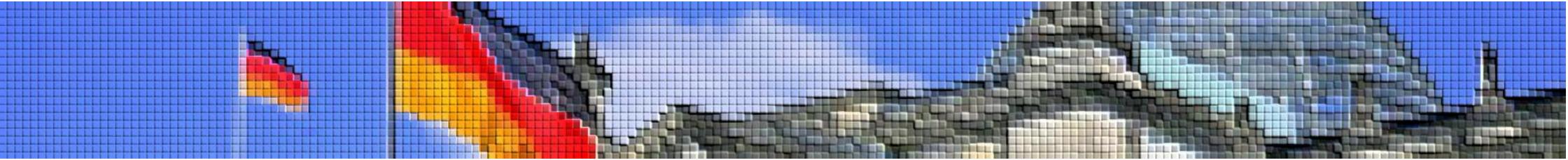
A nivel de reservas de sus vacaciones, se puede resumir en el siguiente gráfico:



La mayoría de los consumidores toman la decisión **antes** de contactarse con un canal de reservas o ventas

#### Información:

- La media de tiempo empleada por el viajero alemán que empieza a planear sus próximas vacaciones se sitúa en **6 meses antes** de la partida



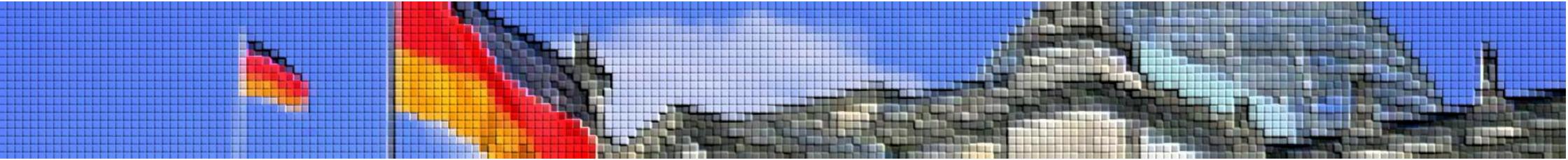
- El 90% de los consumidores se **informan online** pero mayoritariamente **reservan con una agencia de viaje**

**Reservas:** las reservas se realizan de **2 a 3 meses antes** de la partida

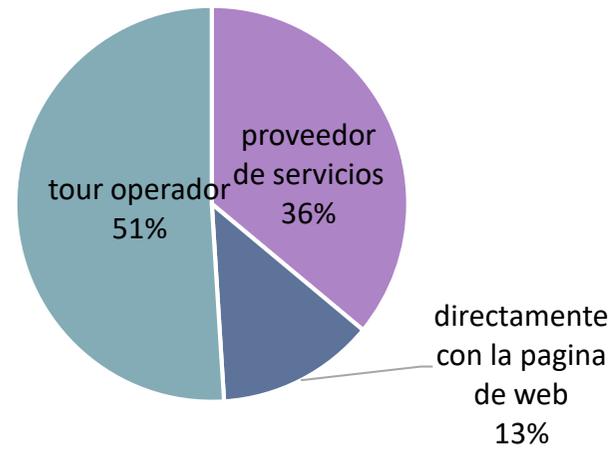
- Las vacaciones de precio elevado se reservan preferentemente en una agencia de viajes
- El principal periodo en el que la mayoría de los alemanes hace sus **reservas** oscila entre **diciembre hasta marzo**
- La temporada en la que la mayoría de los alemanes **viaja** oscila entre **julio y septiembre**
- El **derecho anual de vacaciones** en Alemania es de entre **5 y 6 semanas** en total, por lo que es de los países con más tiempo para hacer vacaciones.

**¿Dónde reservan los alemanes sus vacaciones?**

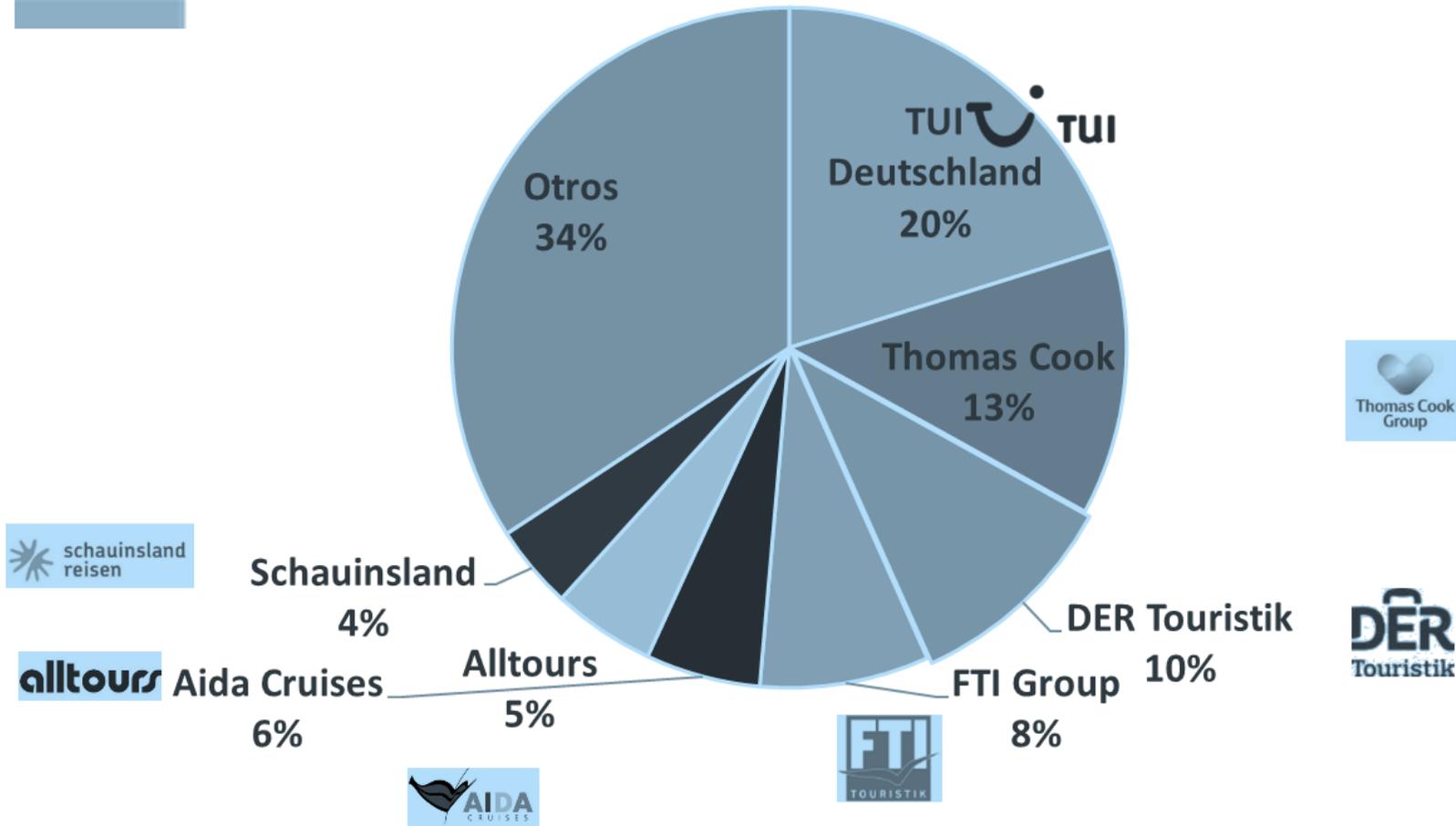
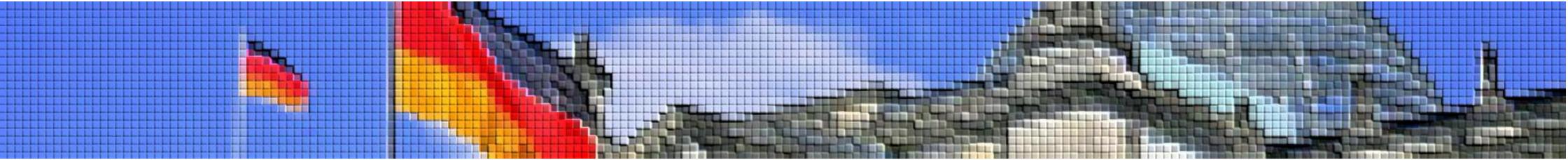
- El 51% de los servicios de vacaciones se reservan **antes del viaje** con un touroperador
- El 36% (+0.5%) reservan **directamente** con el proveedor de los servicios (aerolíneas, hoteles, alquiler de coches)
- El 13% a través de **páginas webs** de productos (+2.1%) (reservas de hoteles, aerolíneas)

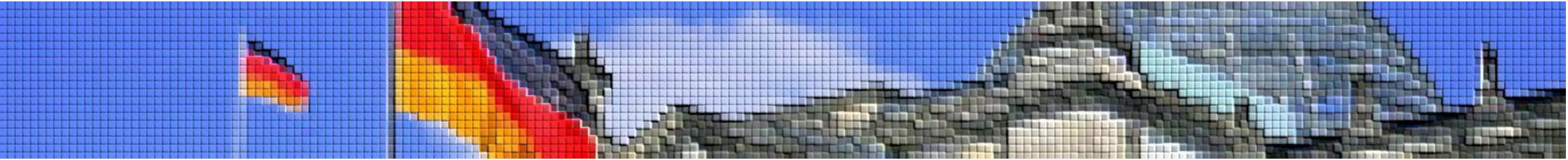


## Reservas de vacaciones

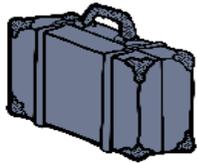


La cuota de Mercado de los Turoperadores alemanes se recoge en el siguiente gráfico:





En cuanto al mercado turístico alemán, se resume en los siguientes factores:



**69 millones** de alemanes fueron de vacaciones en 2017, con una duración de **5 días o más**



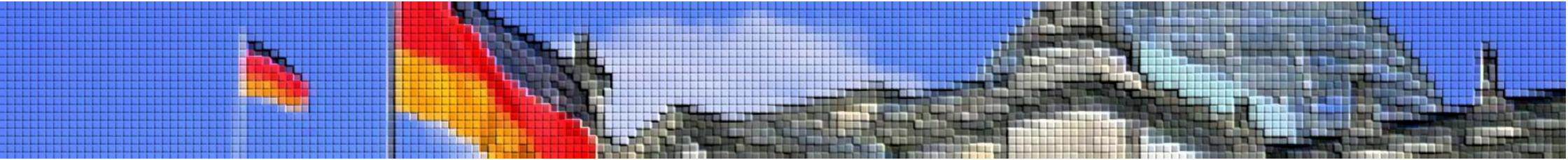
Alemania es el primer destino vacacional de los alemanes (31%). Entre los destinos extranjeros, **España es líder con un 12% de los turistas**



La duración media de los viajes es de **13,4 días** en 2017



En 2017 cada alemán que realiza un viaje de 5 o más días tiene un gasto medio de viaje de **2.313 Euros**.

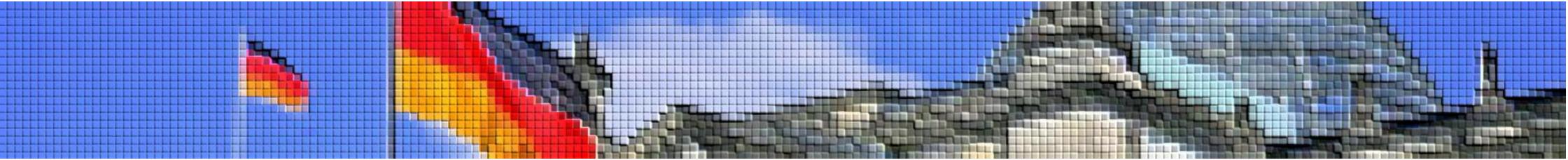


Dentro de los productos turísticos que escogen, optan por establecimientos hoteleros (cerca del 65%), y a pesar de que domina el turismo de sol y playa, se aprecia el creciente consumo de otros productos como el turismo de ciudad-cultural, el wellness y los cruceros. No obstante, los alemanes, en sus vacaciones de sol y playa, realizan otras actividades. Sus preferencias son: visitas culturales e históricas, naturaleza, gastronomía, actividades acuáticas, senderismo y ciclismo

En definitiva, Alemania es uno de los mercados más importantes del mundo para el turismo en España, muestra tendencia positiva, un sector profesional muy fuerte en la operación de viajes y pautas de consumo y organización del viaje diferenciales por relación a otros mercados

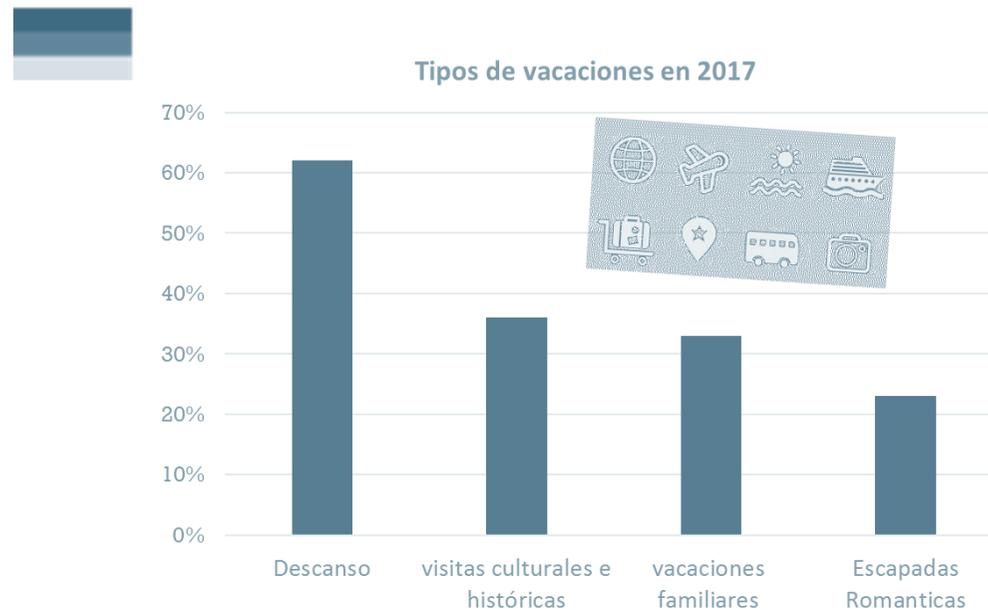
Sus principales características, según Fwv Reiseanalyse, son:

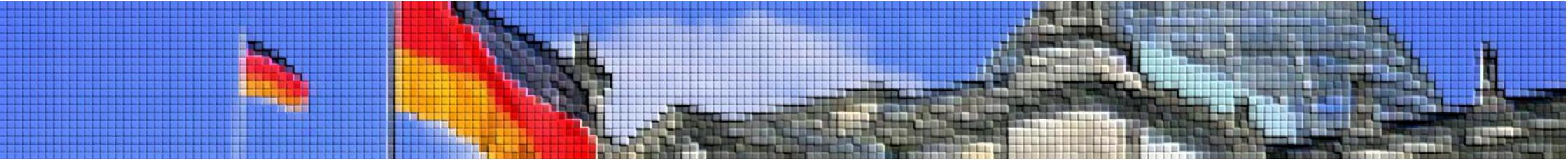
- El tipo de vacaciones preferidas son playa y sol, pero los viajeros quieren combinar su viaje con experiencias
- La gente con más de 55 años (*best agers*) busca cultura, experiencia y seguridad
- Cruceros: Alemania es líder en el mercado europeo con 2 millones de pasajeros en 2016
- Escapadas a ciudades (city breaks) ganan mucha popularidad (40% del volumen de viajes cortos)
- Todavía hay demanda de viajes organizados especialmente con destino España (77% de viajes)
- 70 % de vacaciones largas se reservan por agencias de viajes y TTOOs
- A veces los viajeros no recuerdan su canal de búsqueda (*multichannel-approach*)
- TTOOs invierten en páginas web, o bien en OTAs o en páginas de contenido único
- Las OTAs de hoteles crecen rápidamente, la mayoría por escapadas urbanas y viajes cortos y domésticos



En cuanto a los productos turísticos más consumidos en 2017, según ADAC ReiseMonitor 2017, fueron el disfrute de la playa (78%), visitas a ciudades (65%) y compras (64%), predominando muy ligeramente el viaje sin paquete turístico (52%), siendo este el mercado que en mayor medida recurrió a la utilización del paquete turístico (47%). En el caso de España, 84% de los alemanes buscan buen tiempo (sol y playa), descanso, así como el bienestar, 9%, y cultura con 6%

Cuando se pregunta por las consideraciones que fueron las más importantes, las actividades de más altas valoración, según Expedia Media Solutions 2018 (Tendencias europeas de viajes y turismo), fueron las experiencias vividas. Quieren sentirse mimados durante sus vacaciones y tienen la oportunidad de realizar actividades al aire libre. Además: desean vivir experiencias culturales, visitas históricas Según DRV Deutscher Reiseverband, todos los servicios del viaje reservados antes del comienzo del viaje se realizan a través de operadores turísticos. El 36% reserva directamente con los proveedores de servicios, lo que supone un incremento del 0,5% respecto hace dos años, y un 13% a través de portales de productos (+ 2,1%).





Según un estudio de ADAC Reise-Monitor, donde participaron 2.118 alemanes, se les planteó un cuestionario de elección múltiple, donde se le preguntaba que cuál era el mejor destino para los diferentes tipos de vacaciones. Las respuestas fueron de una rotundidad a favor de los destinos españoles, tal y como se muestra en el siguiente cuadro resumen:

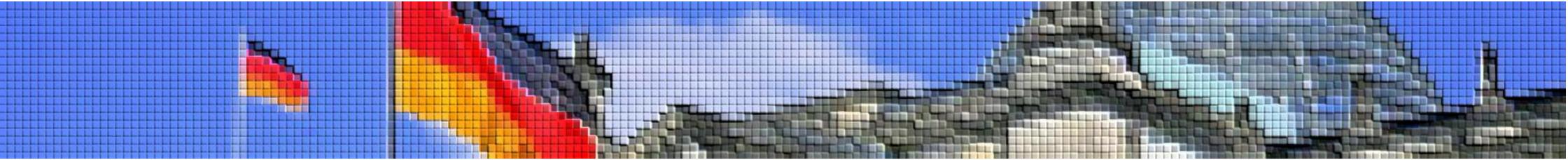
| <b>Característica</b> | <b>No. 1</b>  | <b>No. 2</b>                     | <b>No. 3</b>                   |
|-----------------------|---------------|----------------------------------|--------------------------------|
| <b>Familias</b>       | Alemania      | Bélgica, Países Bajos, Dinamarca | <b>España (2016: número 6)</b> |
| <b>Solteros</b>       | <b>España</b> | Gran Bretaña                     | Italia                         |
| <b>Aventura</b>       | <b>España</b> | Gran Bretaña                     | Francia                        |
| <b>Relajar</b>        | <b>España</b> | Grecia                           | Alemania                       |
| <b>Socializar</b>     | <b>España</b> | Italia                           | Alemania                       |
| <b>Gente Joven</b>    | <b>España</b> | Italia                           | Croacia                        |

España no fue elegida en los viajes relacionados con “Pequeño presupuesto”, “Destino de lujo”, “Cultura”, “Actividades”, “Individualista” y “Gente mayor”

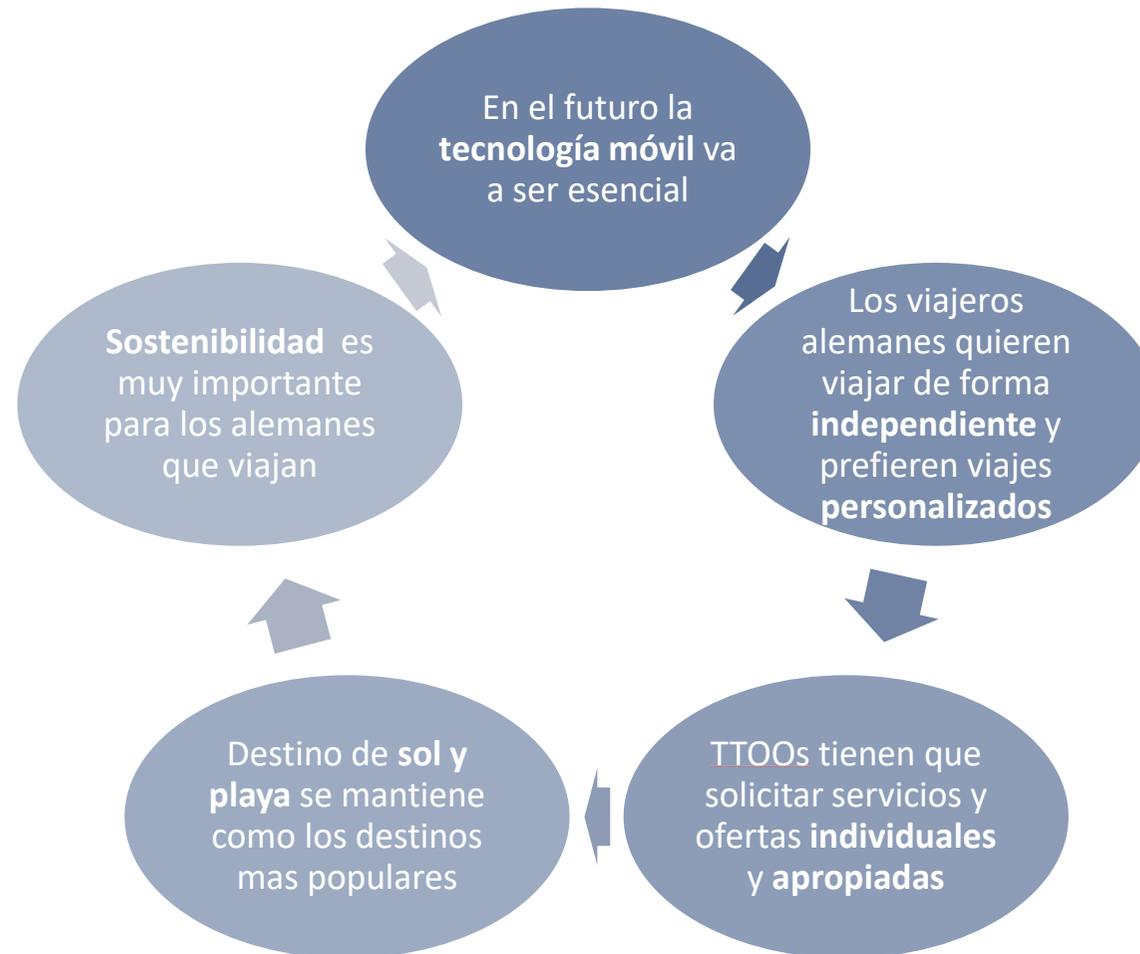
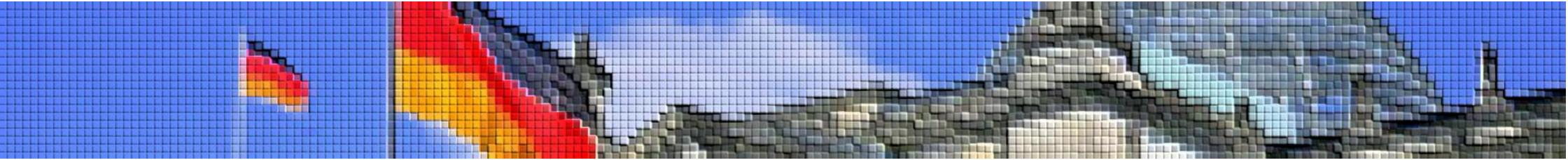
### **Previsiones del mercado alemán**

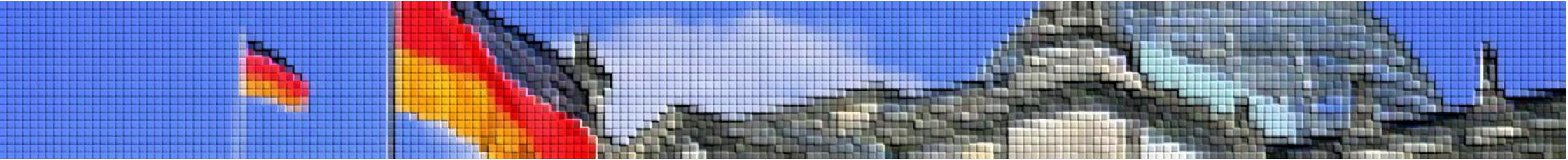
A continuación, se presentan las ocho predicciones de viaje para 2018, según lo revelado por Booking.com con información del cliente entre más de 128 millones de comentarios de huéspedes reales, de especial relevancia para el mercado alemán, para revelar las mayores predicciones de viaje para 2018.

- Nuevas fronteras técnicas - Casi un tercio (29%) de viajeros globales se sienten cómodos con un robot que va a planear su viaje



- Algunos de los deseos de los viajeros para 2018, son por ejemplo: el 35% quiere probar especialidades culinarias locales y entre las actividades más valoradas que desean hacer , con un 28% encontramos los eventos culturales
- Vive como un nativo, no con un nativo: en 2018 los viajeros tendrán como preferencia las casas de vacaciones, 33% prefieren un piso o una casa de vacaciones en vez de un hotel
- El 34% de los viajeros desean repetir un viaje que experimentaron siendo un niño con la familia
- El camino al bienestar: La demanda de vacaciones de bienestar se duplicará en 2018. El 33% quiere visitar un spa durante su viaje
- El 25% de los viajeros prefiere viajar en un grupo de amigos en este 2018 (+4% en comparación a 2017)
- Un 57% quiere ser independiente durante su viaje, dar importancia a actividades personalizadas
- Buscan las mejores ofertas y pretenden componer sus propios paquetes turísticos individuales, todo con la ayuda de la tecnología y apps





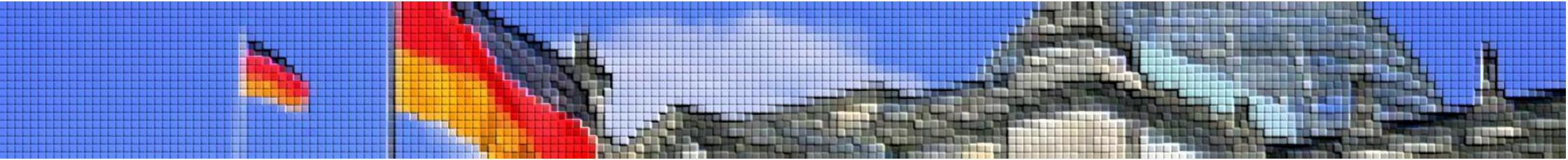
En cuanto a las tendencias demográficas:

- En la actualidad, 12 millones de alemanes se sitúan entre los 20 y 30 años, pero casi 32 millones son mayores de 50 años
- En 2020, más de 37.9 millones de alemanes van a ser mayores de 50 años
- Los viajeros mayores alemanes serán los más importante para la industria de turismo
- El número de los viajeros alemanes va a subir significativamente en los próximos años
- Alemanes entre 65 - 74 años, hicieron 8.65 millones viajes los últimos años
- Empleados entre 55 y 64 años hicieron 7.1 millones viajes
- En 2025, un tercio de viajeros alemanes será mayor de 50 años
- Tiene que considerar este grupo de viajeros para promociones en forma del contenido y canal de búsqueda

Según FUR Reiseanalyse, los mayores alemanes prefieren cultura, experiencias y seguridad, y además, tienen más dinero y tiempo y reservan con tour operadores o agencias de viaje, por lo que parece obvio que son un nicho de mercado estratégico para un destino turístico como es la Provincia de Málaga.

### **Perspectivas a medio plazo**

Siguiendo el informe de Turespaña “Alemania 2017, Mercado Emisor” a continuación, se presentan los factores y circunstancias que pueden incidir en el volumen de negocio hacia España.

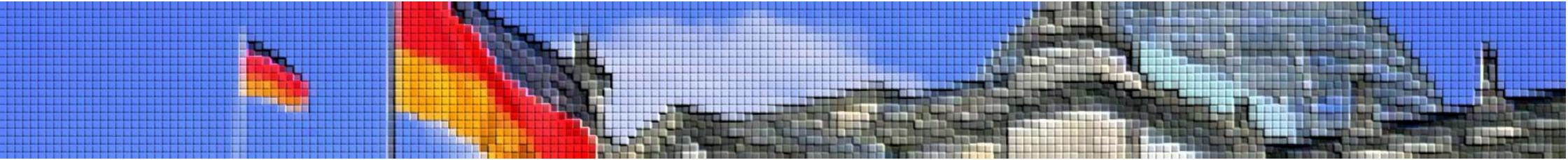


Factores de tipo económico, político y fenómenos naturales extremos (incendios, terremotos, olas de frío o calor, inundaciones, lluvias extremas...) de difícil o imposible predicción pueden tener un impacto directo, inmediato y profundo, o indirecto y retardado, sobre la evolución a medio plazo del sector.

Algunos de estas variables que se pueden contemplar son:

- Variaciones en las herramientas de política económica y monetaria de las autoridades nacionales e internacionales (tipos impositivos, modificación de pensiones o salarios mínimos, evolución de los tipos de interés...); y otros cambios en variables macroeconómicas (mercado laboral, inflación, propensión al consumo y al ahorro).
- Contexto internacional: crisis migratorias, incertidumbres y turbulencias derivadas del BREXIT, impacto de un incremento en las restricciones al comercio internacional por parte de EE.UU., crisis políticas o sociales en destinos turísticos relevantes y competidores, fluctuación de divisas o del precio del petróleo.
- Cambios en el sector: modificaciones normativas, evolución del fenómeno del alquiler de viviendas para uso turístico a través de plataformas online, cambios en los precios relativos de destinos y servicios turísticos (incrementos o disminuciones de competitividad entre competidores), cambios tecnológicos en la prestación de servicios o en herramientas de marketing digital, inversión pública en políticas turísticas

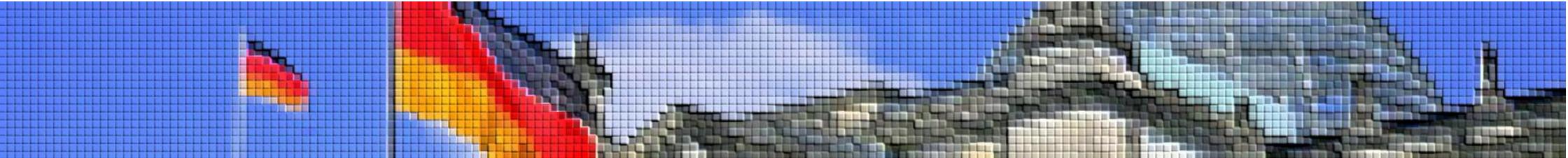
Esas perspectivas están ligadas al posicionamiento e imagen de los destinos españoles en Alemania. De esta forma, la imagen de España en el mercado alemán se adecúa al posicionamiento de destino turístico líder durante muchos años (muy vinculado al buen clima mediterráneo) y, por tanto, extremadamente conocido por el turista alemán, con una generalizada conciencia y reconocimiento del país. España se sitúa en el segundo lugar tras Austria en conocimiento del país (9 de cada 10 de los encuestados afirman tener conocimiento del país).



Los turistas alemanes tienen una imagen positiva de España por las posibilidades de baño, el clima agradable, la garantía de buen tiempo, los bonitos paisajes y la hospitalidad.

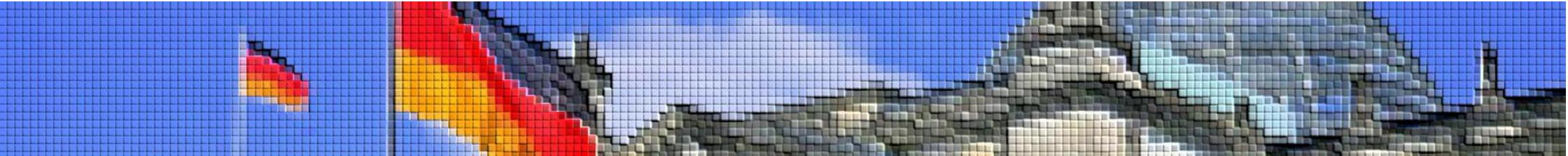
Éstos son los principales atributos vinculados con nuestro país según el turista germano. Por el contrario, valoran en baja posición la posibilidad de practicar deportes de invierno y ciclismo, y la baja conciencia medioambiental.

En comparación con la imagen de otros destinos turísticos internacionales, España destaca por situarse líder en posibilidad de baño y garantía de buen tiempo; en segunda posición en buena relación calidad/servicio, en bonitos alojamientos, en ciudades interesantes y en idoneidad para vacaciones con niños; y en tercer lugar, como destino con una atractiva cocina regional, hospitalidad y en buen servicio ofertado.



### 3. Alemania en el contexto nacional





Durante el año 2017, cerca de **11,9 millones** de turistas alemanes visitaron España, lo que supone un crecimiento del 6,1% respecto al año anterior, e implica continuar la tendencia de crecimiento iniciada en 2016 (+6,5%), con un incremento de más 679.000 alemanes más con respecto al año anterior.

El número de *turistas internacionales* que visitaron *España en 2017* ha vuelto a alcanzar cifra récord superando los **81,8 millones de turistas** con un incremento del 8,59%.

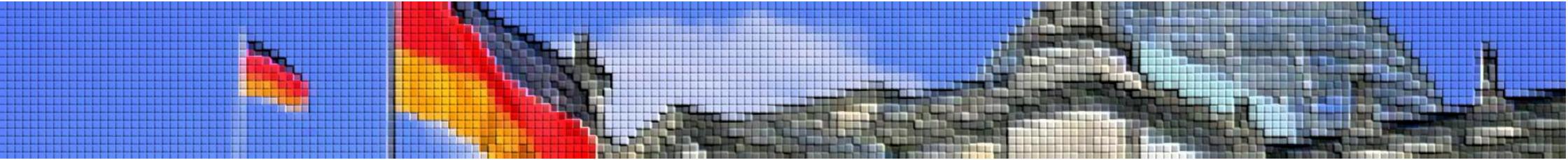
Esto significa que Alemania *representa el 14,5% de los turistas internacionales* que llegaron a España durante el año 2017.

Esta cifra posiciona a Alemania en el *segundo puesto en el ranking de mercados emisores* de turismo internacional llegados a España, superado por Reino Unido (17,8 millones y una variación de +6,25%) con un peso del 23% del total del turismo internacional.

*Andalucía recibe 1,1 millón de turistas alemanes situándose com cuarta comunidad autónoma* en el ranking nacional por comunidades en este mercado en 2017, alcanzando el **9,4%**, liderada por *Baleares* (40,8%), seguida de *Canarias*, destino elegido por una cuarta parte de los turistas alemanes (24,7%) y *Cataluña* (13,1%).

En 2017 *las llegadas de turistas alemanes a Andalucía crecen a un ritmo del 13,2%*, muy superior a las comunidades líderes en volumen en este mercado, Baleares a un 5%, Canarias al 4,4% y Cataluña al 0,9%.

| RANK.                     | DESTINO              | AÑO 2017          | VAR. 2017/16 | CUOTA         |
|---------------------------|----------------------|-------------------|--------------|---------------|
| 1                         | Balears, Illes       | 4.844.484         | 5,0%         | 40,8%         |
| 2                         | Canarias             | 2.935.654         | 4,4%         | 24,7%         |
| 3                         | Cataluña             | 1.552.631         | 0,9%         | 13,1%         |
| 4                         | <b>Andalucía</b>     | <b>1.121.886</b>  | <b>13,2%</b> | <b>9,4%</b>   |
| 5                         | Comunitat Valenciana | 511.542           | 1,3%         | 4,3%          |
| 6                         | Madrid, Comunidad de | 395.144           | 19,3%        | 3,3%          |
| 7                         | País Vasco           | 153.527           | 53,7%        | 1,3%          |
| 8                         | Galicia              | 80.921            | 120,3%       | 0,7%          |
| 9                         | Murcia, Región de    | 53.803            | 50,0%        | 0,5%          |
| 10                        | Castilla y León      | 39.615            | 2,1%         | 0,3%          |
| .....                     |                      |                   |              |               |
| <b>ALEMANES EN ESPAÑA</b> |                      | <b>11.888.020</b> | <b>6,1%</b>  | <b>100,0%</b> |



Según EGATUR, en 2017 el *gasto generado por los turistas internacionales en España alcanzó los 86.823 millones de euros*, lo que supone un incremento respecto al año anterior del **+12,15%**.

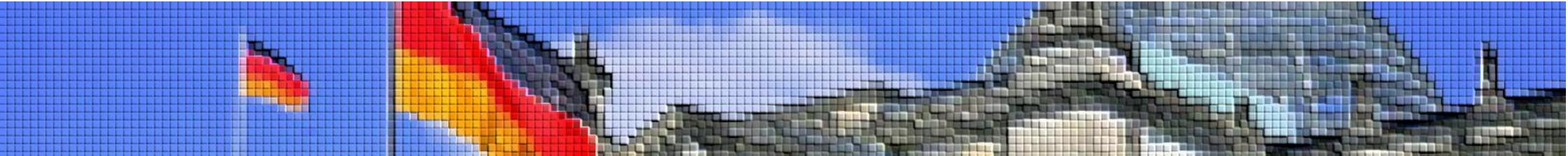
El *mercado alemán genera un gasto turístico de 12.220 millones de euros*, continuando la tendencia positiva del año anterior, registrando un incremento del **10,11%** en 2017 respecto el año anterior; es el *segundo mercado más importante* superado por Reino Unido (17.423 millones de euros).

El *gasto medio del turista alemán se sitúa en 1.028 euros*, inferior a la media total del turista internacional (1.062 euros) pero *superior a Reino Unido, Francia e Italia*.

En 2017 *más de 1,1 millón de turistas alemanes visitaron Andalucía*. Este volumen de turistas alemanes llegados a Andalucía le otorga el *tercer puesto en el ranking internacional*, superado por Reino Unido y Francia, representando un **9,7% del total de turistas internacionales** llegados a Andalucía.

**1,12 MILLONES**  
DE TURISTAS  
ALEMANES  
LLEGADOS  
ANDALUCIA

- **3° PAIS EMISOR**, TRAS REINO UNIDO Y FRANCIA EN VOLUMEN
- **9,7%** DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES
- **13,2%** VAR. 2017/16



## 4. Indicadores de oferta del mercado alemán

### Indicadores Hoteleros

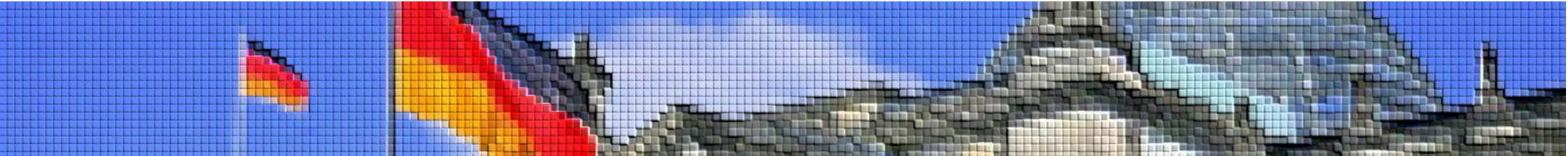
En 2017 en *España* la cifra de alemanes que se alojaron en establecimientos hoteleros superó los *8 millones de viajeros*, creciendo en unos 80.000 alemanes más respecto a 2016 (+1,2%).

| VIAJEROS HOTELEROS     | 2013      | 2014      | 2015      | 2016      | 2017      | % Var<br>2017/13 | % Var<br>2017/16 |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------|------------------|
| ESPAÑA                 | 7.035.130 | 7.274.552 | 7.261.342 | 7.933.484 | 8.026.683 | 14,09%           | 1,17%            |
| ANDALUCÍA              | 789.735   | 776.308   | 803.936   | 858.150   | 925.312   | 17,17%           | 7,83%            |
| MÁLAGA                 | 279.436   | 277.916   | 263.522   | 275.807   | 304.541   | 8,98%            | 10,42%           |
| CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA    | 4,0%      | 3,8%      | 3,6%      | 3,5%      | 3,8%      | -0,18            | 0,32             |
| CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA | 35,4%     | 35,8%     | 32,8%     | 32,1%     | 32,9%     | -2,47            | 0,77             |

En los hoteles de *Andalucía* se alojan más de uno de cada diez turistas alemanes que se hospedan en establecimientos hoteleros en España, superando los *925.000 viajeros*, lo que supone un crecimiento del 7,8% respecto a 2016.

En 2017 los establecimientos hoteleros de la *provincia de Málaga* alojaron a *304.541 viajeros alemanes*, creciendo un *10,4%*.

Estas cifras otorgan al destino *Costa del Sol Málaga* una cuota del *3,8% del total de viajeros hoteleros alemanes de España* y *32,9% de Andalucía*, lo que muestra la importancia que tiene la oferta hotelera de Costa del Sol Málaga en el contexto Andalucía en el mercado emisor alemán



*Uno de cada tres alemanes hoteleros que visitaron Andalucía se alojó en los hoteles de la provincia de Málaga.*

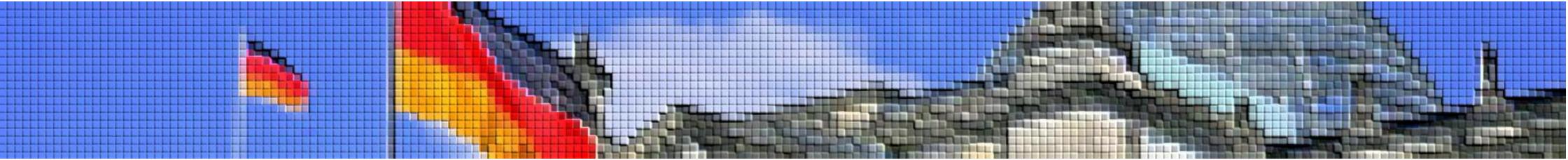
En los últimos cinco años 2017-2013, los viajeros hoteleros alemanes han crecido en *España (+14,09%)* y *Andalucía (+17,17%)* y en *Costa del Sol Málaga (+8,98%)*.

En 2017 en *España* se registraron más de *50 millones de pernoctaciones hoteleras* de alemanes, creciendo un +1,5% con respecto a 2016.

| <b>PERNOCTACIONES HOTELERAS</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>% Var 2017/13</b> | <b>% Var 2017/16</b> |
|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|----------------------|
| ESPAÑA                          | 45.816.923  | 46.828.303  | 46.181.637  | 49.558.393  | 50.307.927  | ● 9,80%              | ● 1,51%              |
| ANDALUCÍA                       | 3.816.727   | 3.761.911   | 3.785.881   | 4.130.707   | 4.516.194   | ● 18,33%             | ● 9,33%              |
| MÁLAGA                          | 1.470.096   | 1.459.782   | 1.342.620   | 1.382.904   | 1.533.038   | ● 4,28%              | ● 10,86%             |
| CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA             | 3,2%        | 3,1%        | 2,9%        | 2,8%        | 3,0%        | ● -0,16              | ● 0,26               |
| CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA          | 38,5%       | 38,8%       | 35,5%       | 33,5%       | 33,9%       | ● -4,57              | ● 0,47               |

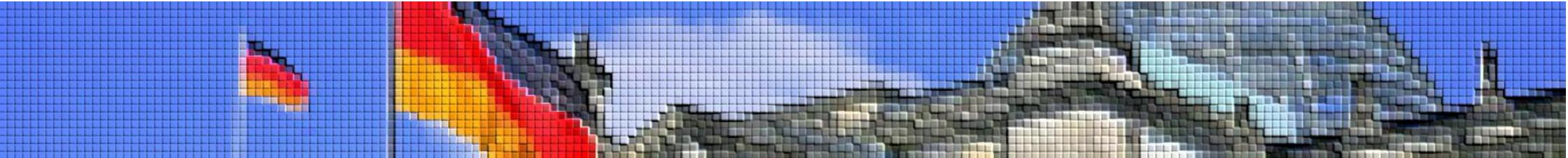
*Andalucía recibe el 9,0%* de las pernoctaciones hoteleras alemanas, superando los *4,5 millones de noches*, lo que supone un importante crecimiento del +9,3% con respecto al 2016.

En el caso de la *Costa del Sol- Málaga* las pernoctaciones hoteleras de alemanes experimentan un *aumento* importante *del +10,9%* respecto al año anterior, similar al crecimiento de los viajeros, lo que le ha originado un aumento de las pernoctaciones de más de 150.000 noches hoteleras hasta *alcanzar la cifra de 1.533.038 pernoctaciones alemanas*.



Estas cifras otorgan al destino Costa del Sol Málaga una cuota del 3,0% del total de las pernoctaciones hoteleros alemanas de España y 33,9% de Andalucía, es decir, más de una de cada tres noches se registran en los hoteles de la provincia de Málaga

En los *últimos cinco años 2017-2013*, las pernoctaciones de los viajeros alemanes hoteleros *han crecido un +9,8% en el contexto nacional*, en *Andalucía un +18,33%* y en *la provincia de Málaga (+4,28%)*, lo que supone superar la cifra de pre crisis de 2008 por primera en los últimos 10 años.



## **Indicadores Apartamentos Turísticos**

En 2017 en *España* la cifra de alemanes que se alojaron en apartamentos turísticos se situó en *906.073 viajeros*, descendiendo ligeramente con respecto a 2016 (-1,41%).

En los apartamentos de *Andalucía* se alojan el 8,7% de los alemanes que se hospedan en apartamentos en España, rozando los *79.000 viajeros*, lo que supone un importante crecimiento respecto al 2016 (+20,03%).

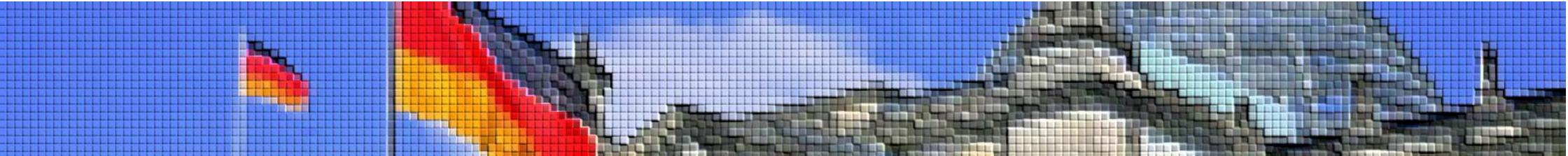
En 2017 los apartamentos turísticos de la *provincia de Málaga* alojaron *cerca de 50.000 viajeros alemanes*, experimentando un notable crecimiento del +24,6%.

Estas cifras otorgan al destino Costa del Sol Málaga una cuota del 5,5% del total de viajeros alemanes en apartamentos en España y 63,0% de Andalucía, es decir, *cerca de dos de cada tres alemanes* que se hospedan en apartamentos turísticos en *Andalucía* eligen la *provincia de Málaga*.

En los últimos diez años 2017-2013, los viajeros alemanes hospedados en apartamentos turísticos en la provincia de Málaga han aumentado un +86,27%, muy superior al contexto nacional que se sitúa en un +6,92% y al de Andalucía, a pesar de tener también un excelente comportamiento con un crecimiento acumulado en el quinquenio del +77,4%.

En 2017 en *España* se registraron *cerca de 8 millones de pernoctaciones de alemanes en apartamentos*, lo que supone un descenso respecto a 2016 del -5,7%, descenso de cuatro puntos superior al descenso de viajeros (-1,4%).

*Andalucía* recibe el 6,0% de las pernoctaciones en apartamentos de alemanes, superando las *479.000 noches*, lo que supone un importante aumento respecto al 2016 del +20,86%, similar al crecimiento de viajeros (+20,03%).

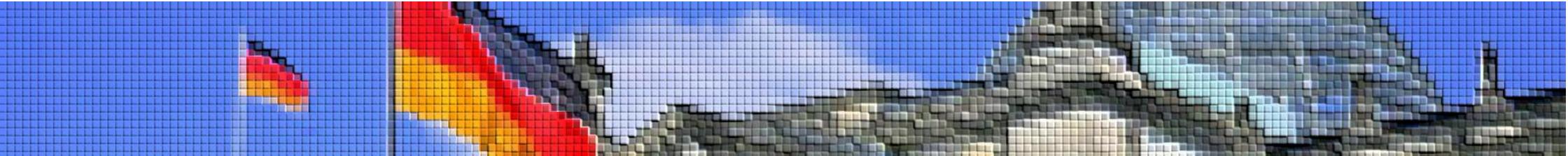


En *Costa del Sol Málaga* las pernoctaciones en apartamentos turísticos de alemanes experimentan el mayor incremento de los ámbitos analizados (+22,98%), rozando las 350.000 pernoctaciones en la provincia en 2017.

Estas cifras otorgan al destino Costa del Sol Málaga una cuota del 4,4% del total de las pernoctaciones en apartamentos de alemanes en España y 72,5% de Andalucía, es decir, cerca de *tres de cada cuatro pernoctaciones* alemanas que se registran en los apartamentos de Andalucía, *se producen en la provincia de Málaga*.

| <b>VIAJEROS APARTAMENTOS<br/>TURÍSTICOS</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>% Var<br/>2017/13</b> | <b>% Var<br/>2017/16</b> |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------------|--------------------------|
| ESPAÑA                                      | 847.438     | 850.794     | 867.562     | 919.030     | 906.073     | ● 6,92%                  | ● -1,41%                 |
| ANDALUCÍA                                   | 44.506      | 50.151      | 56.401      | 65.779      | 78.952      | ● 77,40%                 | ● 20,03%                 |
| MÁLAGA                                      | 26.698      | 29.340      | 32.517      | 39.924      | 49.731      | ● 86,27%                 | ● 24,56%                 |
| CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA                         | 3,2%        | 3,4%        | 3,7%        | 4,3%        | 5,5%        | ● 2,34                   | ● 1,14                   |
| CUOTA MÁLAGA/ANDALUCIA                      | 60,0%       | 58,5%       | 57,7%       | 60,7%       | 63,0%       | ● 3,00                   | ● 2,29                   |

| <b>PERNOCTACIONES<br/>APARTAMENTOS</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>% Var<br/>2017/13</b> | <b>% Var<br/>2017/16</b> |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------------|--------------------------|
| ESPAÑA                                 | 8.438.773   | 8.280.004   | 8.212.259   | 8.466.485   | 7.984.174   | ● -5,39%                 | ● -5,70%                 |
| ANDALUCÍA                              | 319.292     | 346.043     | 361.893     | 396.941     | 479.751     | ● 50,25%                 | ● 20,86%                 |
| MÁLAGA                                 | 223.424     | 222.619     | 235.818     | 282.893     | 347.904     | ● 55,71%                 | ● 22,98%                 |
| CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA                    | 2,6%        | 2,7%        | 2,9%        | 3,3%        | 4,4%        | ● 1,71                   | ● 1,02                   |
| CUOTA MÁLAGA/ANDALUCIA                 | 70,0%       | 64,3%       | 65,2%       | 71,3%       | 72,5%       | ● 2,54                   | ● 1,25                   |



## Indicadores Hoteles y Apartamentos Turísticos

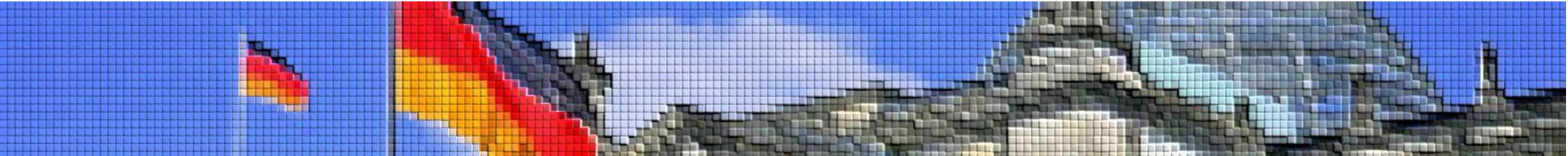
Durante el año 2017 los viajeros alemanes alojados en establecimientos reglados, hoteles y apartamentos, experimentan crecimientos en el contexto nacional como regional, así como en la Costa del Sol Málaga en este último año.

### VIAJEROS HOTELEROS Y EN APARTAMENTOS

| ALEMANIA               | 2013      | 2014      | 2015      | 2016      | 2017      | % Var<br>2017/13 | % Var<br>2017/16 |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------|------------------|
| ESPAÑA                 | 7.882.568 | 8.125.346 | 8.128.904 | 8.852.514 | 8.932.756 | 13,32%           | 0,91%            |
| ANDALUCÍA              | 834.241   | 826.459   | 860.337   | 923.929   | 1.004.264 | 20,38%           | 8,69%            |
| MÁLAGA                 | 306.134   | 307.256   | 296.039   | 315.731   | 354.272   | 15,72%           | 12,21%           |
| CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA    | 3,9%      | 3,8%      | 3,6%      | 3,6%      | 4,0%      | 0,08             | 0,40             |
| CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA | 36,7%     | 37,2%     | 34,4%     | 34,2%     | 35,3%     | -1,42            | 1,10             |

En 2017 en *España* la cifra de viajeros alemanes que se alojaron en hoteles y apartamentos superó los *8,9 millones*, creciendo un moderado *+0,91% respecto a 2016* que supone más de 80.000 alemanes más; y un incremento del *+13,32% respecto a 2013*.

En *Andalucía* se alojan más de uno de cada diez alemanes que se hospedan en hoteles y apartamentos en España, superando el *millón de viajeros*, lo que supone un crecimiento respecto al 2016 (*+8,7%*); y un incremento del *+20,38%* respecto a 2013.

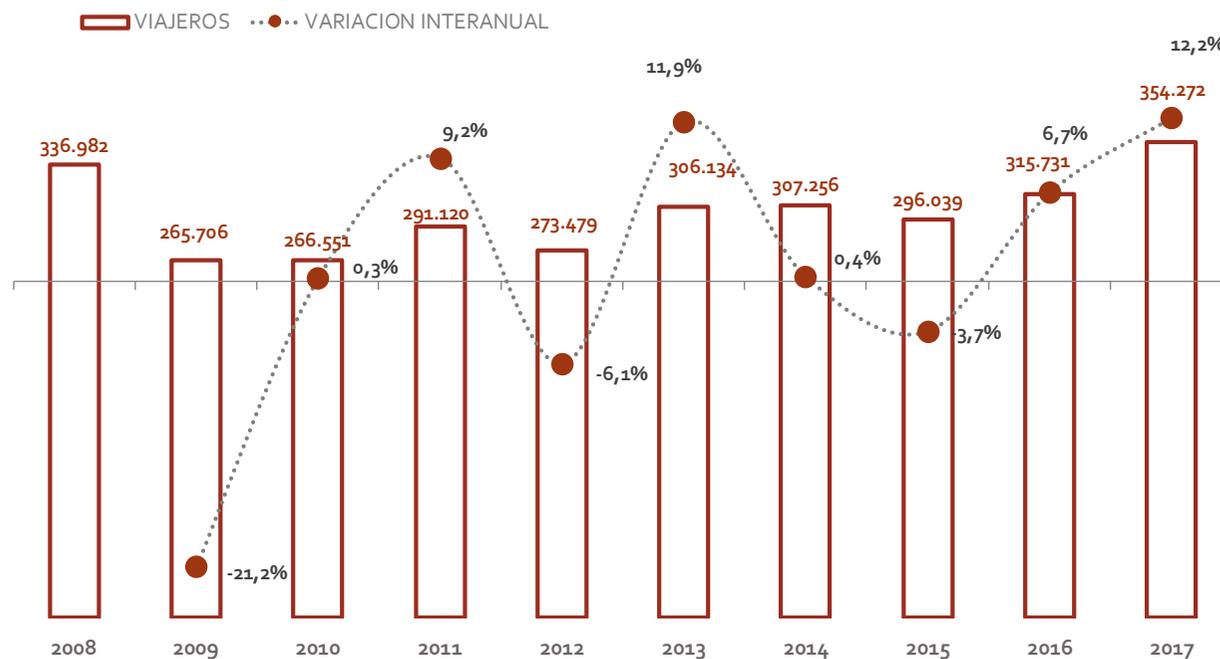


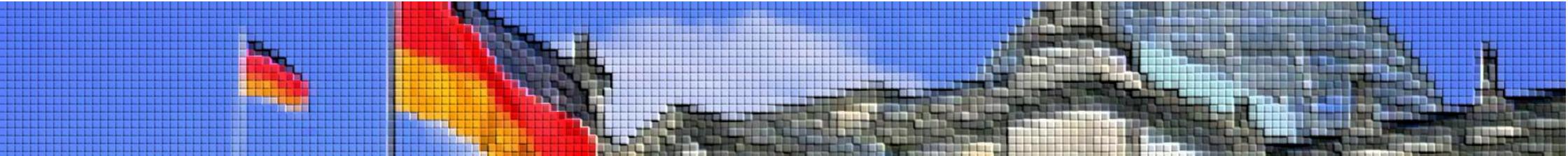
En 2017 en la *provincia de Málaga se alojaron más de 354.000 viajeros alemanes* en los apartamentos y hoteles, lo que supone un ascenso respecto al año anterior del **+12,21%**; que con *respecto a 2013* se sitúa en una tasa de **+15,72%**.

Estas cifras otorgan al destino Costa del Sol Málaga una cuota del 4,0% del total de viajeros alemanes en hoteles y apartamentos de España y 35,3% de Andalucía, es decir, más de *uno de cada tres alemanes* que se hospedan en estos establecimientos turísticos reglados en Andalucía *eligen la provincia de Málaga*.

*Durante 2017 la provincia de Málaga supera por primera vez la cifra de alemanes alojados en hoteles y apartamentos de 2008.*

#### EVOLUCIÓN DE LOS **VIAJEROS ALEMANES** ALOJADOS EN HOTELES Y APARTAMENTOS EN MÁLAGA





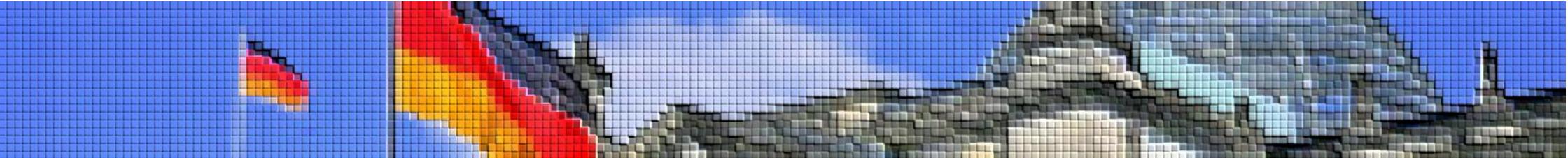
Durante el año 2017 las *pernoctaciones alemanas en establecimientos reglados*, hoteles y apartamentos, ascienden en los tres ámbitos analizados: nacional, Andalucía y la provincia de Málaga.

### PERNOCTACIONES HOTELERAS Y EN APARTAMENTOS

| ALEMANIA               | 2013       | 2014       | 2015       | 2016       | 2017       | % Var<br>2017/13 | % Var<br>2017/16 |
|------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------------|------------------|
| ESPAÑA                 | 54.255.696 | 55.108.307 | 54.393.896 | 58.024.878 | 58.292.101 | 7,44%            | 0,46%            |
| ANDALUCÍA              | 4.136.019  | 4.107.954  | 4.147.774  | 4.527.648  | 4.995.945  | 20,79%           | 10,34%           |
| MÁLAGA                 | 1.693.520  | 1.682.401  | 1.578.438  | 1.665.797  | 1.880.942  | 11,07%           | 12,92%           |
| CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA    | 3,1%       | 3,1%       | 2,9%       | 2,9%       | 3,2%       | 0,11             | 0,36             |
| CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA | 40,9%      | 41,0%      | 38,1%      | 36,8%      | 37,6%      | -3,30            | 0,86             |

En 2017 en *España* el número de pernoctaciones de alemanes que se registran en los hoteles y apartamentos, rozó los *58,3 millones*, ascendiendo un ligero *+0,46%* respecto a 2016 que supone 267.000 alemanes más. Con respecto a 2013, esta cifra supone un incremento de 7,44%

En *Andalucía* se registraron el 8,6% de las pernoctaciones de alemanes en hoteles y apartamentos de España, rozando los *5 millones de pernoctaciones*, con un *crecimiento del 10,34%* respecto a 2016. Con respecto a las cifras registradas en 2013 se produce un incremento de +20,79%.

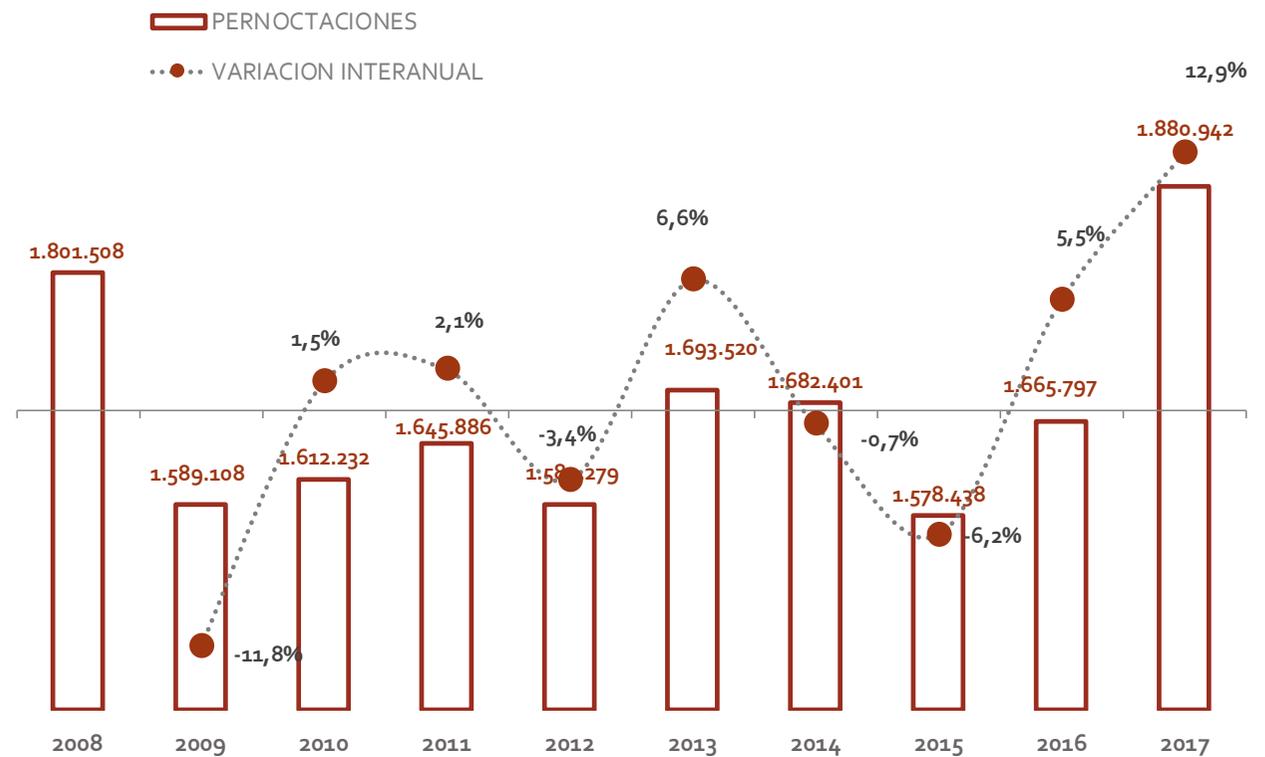


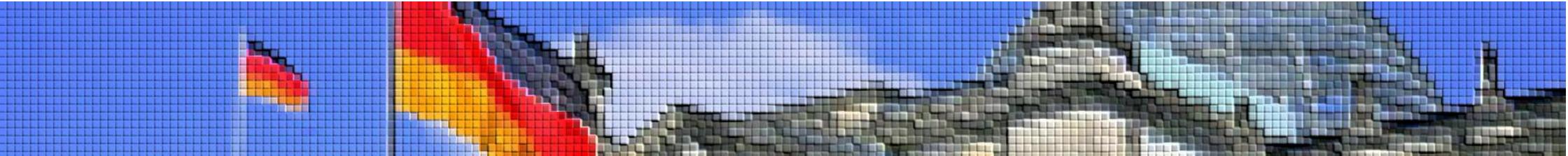
En 2017 en la *provincia de Málaga* se registraron más de 1,8 millones de pernoctaciones alemanas, lo que supone un *incremento del 12,92%* respecto al año anterior; mientras que con respecto a hace 5 años, se ha registrado un ascenso del +11,07%.

Estas cifras otorgan al destino *Costa del Sol Málaga* una cuota del 3,2% del total de las pernoctaciones alemanas en hoteles y apartamentos de España y el 37,6% de Andalucía, es decir, *cerca de cuatro de cada diez pernoctaciones alemanas* que se generaron en estos establecimientos turísticos reglados en Andalucía eligen la provincia de Málaga.

Tal y como ha sucedido con los viajeros, durante 2017 la provincia de Málaga supera por primera vez la cifra de pernoctaciones de viajeros alemanes alojados en hoteles y apartamentos de 2008.

### EVOLUCIÓN DE LAS **PERNOCTACIONES DE LOS VIAJEROS ALEMANES** ALOJADOS EN HOTELES Y APARTAMENTOS EN MÁLAGA





## Ranking de Provincias según Viajeros y Pernoctaciones Alemanas en Hoteles y Apartamentos Turísticos

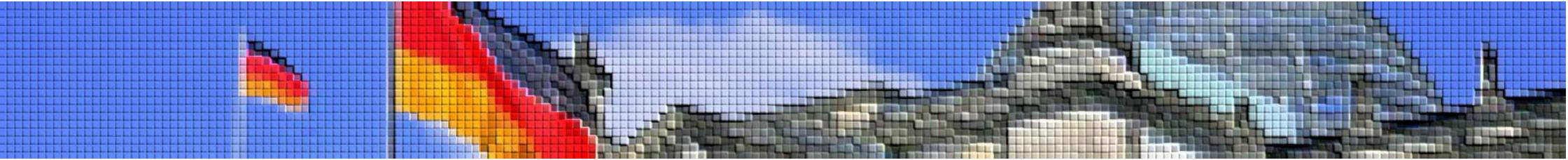
*Málaga*, es la segunda provincia de la península, superada por Barcelona y la quinta de España, con mayor número de viajeros alemanas en los hoteles y apartamentos reglados; y desciende un puesto en términos de pernoctaciones superada por Cádiz, siendo la tercera provincia de la península, y la sexta en el contexto nacional.

*Islas Baleares* lidera con mucha diferencia el ranking tanto en viajeros como en pernoctaciones alemanas, siendo los destinos elegidos por 4 de cada 10 viajeros alemanes que visitan España y generan también 4 de cada 10 pernoctaciones que realizan en nuestro país. Le siguen *Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife y Barcelona*, primera provincia peninsular.

Los destinos, en general, cuando son insulares, aumentan en términos de pernoctaciones, motivado por su mayor estancia media; y descienden cuando son peninsulares.

*Las Palmas* pasa de registrar del 18,9% de viajeros alemanes al 27,1% de las pernoctaciones, y mantiene su segunda posición en el ranking nacional en ambos casos.

| RANK. VIAJEROS | PROVINCIAS             | Nº VIAJEROS ALEMANES | VAR. 2017/16 | RANK. PERN. | PERNOCTACIONES    | VAR. 2017/16 |
|----------------|------------------------|----------------------|--------------|-------------|-------------------|--------------|
| 1              | Balears. Illes         | 3.534.567            | 3,0%         | 1           | 23.828.225        | 1,1%         |
| 2              | Palmas. Las            | 1.690.523            | 20,7%        | 2           | 15.822.392        | 20,0%        |
| 3              | Santa Cruz de Tenerife | 683.224              | -1,5%        | 3           | 6.307.800         | -2,9%        |
| 4              | Barcelona              | 675.179              | -6,9%        | 4           | 2.352.173         | -7,0%        |
| <b>5</b>       | <b>Málaga</b>          | <b>354.272</b>       | <b>12,6%</b> | <b>6</b>    | <b>1.880.942</b>  | <b>11,9%</b> |
| 6              | Cádiz                  | 302.533              | 5,8%         | 5           | 1.948.130         | 7,2%         |
| 7              | Madrid                 | 289.612              | -0,9%        | 9           | 696.171           | 0,8%         |
| 8              | Girona                 | 206.542              | 7,9%         | 7           | 1.135.331         | 2,2%         |
| 9              | Granada                | 98.822               | -2,7%        | 14          | 276.900           | -3,0%        |
| 10             | Valencia/València      | 90.650               | 9,0%         | 13          | 305.103           | 12,2%        |
| 11             | Coruña. A              | 87.632               | 0,3%         | 16          | 142.313           | 13,2%        |
| 12             | Alicante/Alacant       | 84.394               | 2,1%         | 10          | 496.532           | -1,6%        |
| 13             | Palmas, Las            | 70.375               | -78,0%       | 8           | 895.288           | -74,4%       |
| 14             | Vizcaya                | 58.206               | 8,9%         | 17          | 127.570           | 17,4%        |
| <b>TOTAL</b>   |                        | <b>8.932.757</b>     | <b>2,0%</b>  |             | <b>58.292.107</b> | <b>0,8%</b>  |



*Santa Cruz de Tenerife*, ocupa la tercera posición en términos de viajeros, con una cuota de 7,6%, representatividad que asciende hasta el 10,8% de las pernoctaciones alemanas, escalando hasta el tercer puesto en el ranking nacional.

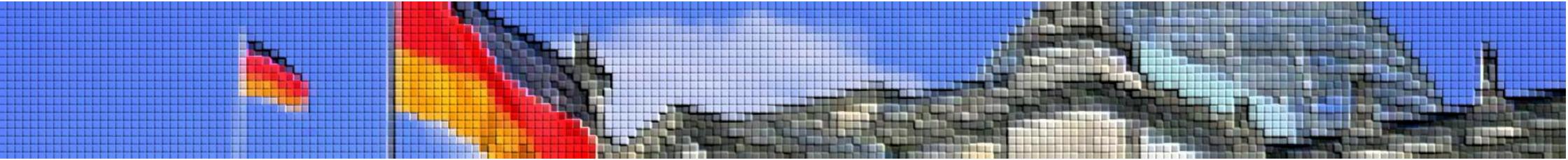
*Barcelona*, ocupa la cuarta posición en términos de viajeros, con una cuota de 7,6%; y en términos de pernoctaciones, desciende a una cuota del 4,0% del total de las noches alemanas registradas en España.

*Málaga*, con 354.600 viajeros alemanes ocupa el segundo puesto peninsular con una cuota del 4,0%, *seguida de Cádiz* (302.533 viajeros alemanes), *Madrid* (289.612 alemanes), *Girona* (206.542 viajeros), Granada (98.822 alemanes) y Valencia (90.650 alemanes).

En términos de pernoctaciones alemanas, la provincia de Málaga desciende hasta el tercer puesto peninsular registrando más de 1,8 millones.

*Cádiz*, supera a Málaga, ocupando el segundo puesto peninsular y quinto nacional en términos de pernoctaciones; pero desciende hasta el cuarto peninsular y sexto nacional en términos de viajeros.

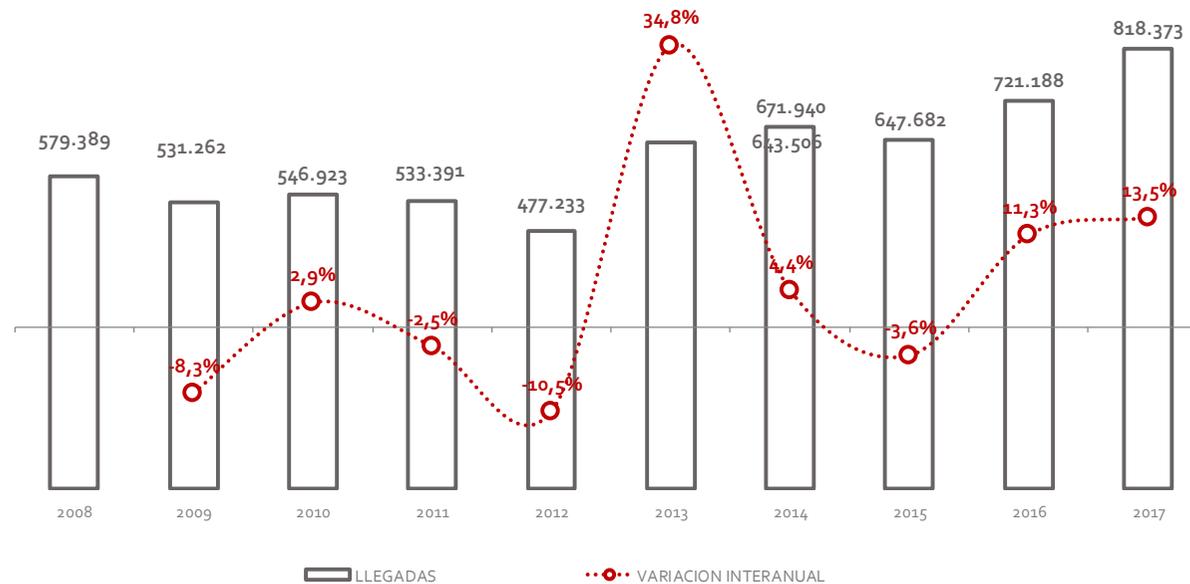
Entre las provincias que registran *más de 50.000 viajeros alemanes*, *Málaga* se posiciona como *provincia peninsular líder en términos de evolución* de viajeros durante el año 2017 con una tasa del 12,6%, y *segunda de España* superada por Las Palmas (+20,7%).

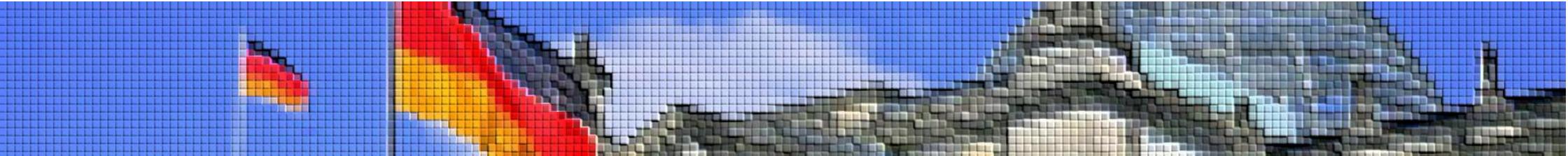


## Análisis de las Llegadas por Aeropuerto procedentes de Alemania

Según los datos de AENA, en el año 2017 la llegada de *pasajeros procedentes de Alemania* a los aeropuertos de España, en general, han experimentado *crecimiento* tanto en ese último año como en el acumulado de los últimos diez años, tan solo descendiendo ligeramente en el año 2009, 2011, 2012 Y 2015.

### EVOLUCIÓN DE LAS LLEGADAS AL AEROPUERTO MÁLAGA COSTA DEL SOL PROCEDENTES ALEMANIA





Durante el año 2017, *la cifra de pasajeros* procedentes de Alemania llegados a los aeropuertos de España supera la cifra de **14,2 millones de personas**, lo que representa un crecimiento acumulado desde 2013 del +23,5% y del 3,4% en el último año.

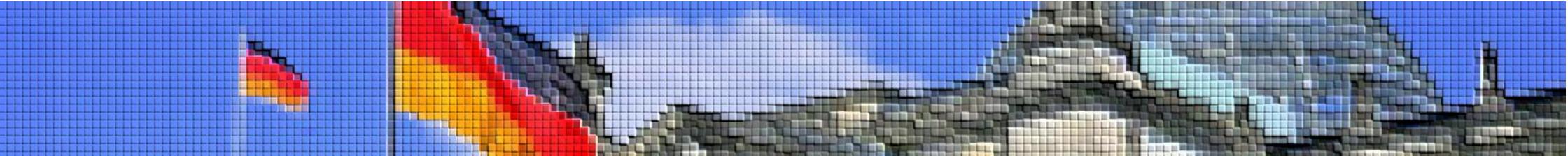
Al aeropuerto de *Málaga Costa del Sol* han llegado en este año 2017 más de **818.000 pasajeros** procedentes del país germano, experimentando un ascenso del +13,48% respecto al año 2016.

El Aeropuerto de Málaga- Costa del Sol tiene una *cuota de participación* en el total de llegadas procedentes de Alemania en el contexto nacional, del 5,7% en 2017, medio punto superior al año anterior 2016.

| LLEGADAS AEROPUERTO   | 2013       | 2014       | 2015       | 2016       | 2017       | % Var<br>2017/13 | % Var<br>2017/16 |
|-----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------------|------------------|
| ESPAÑA                | 11.545.475 | 12.239.480 | 12.523.598 | 13.789.842 | 14.258.344 | 23,50%           | 3,40%            |
| MÁLAGA                | 643.506    | 671.940    | 647.682    | 721.188    | 818.373    | 27,17%           | 13,48%           |
| CUOTA MÁLAGA / ESPAÑA | 5,6%       | 5,5%       | 5,2%       | 5,2%       | 5,7%       | 0,17             | 0,51             |

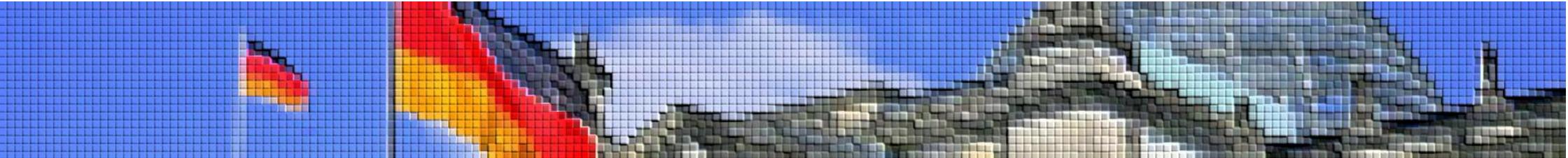
En 2017 los *aeropuertos de 6 ciudades alemanas* son las emisoras de *cerca de tres de cada cuatro pasajeros* procedentes de Alemania que llegan al Aeropuerto Málaga Costa del Sol.

*Frankfurt es la ciudad emisora líder* de pasajeros con destino a Málaga Costa del Sol, con un incremento del 69,9%, alcanzando las 151.428 llegadas a lo largo de todo el año, *seguida de Berlín con más de 117.000* pasajeros, aunque con un ligero descenso de -0,9%.



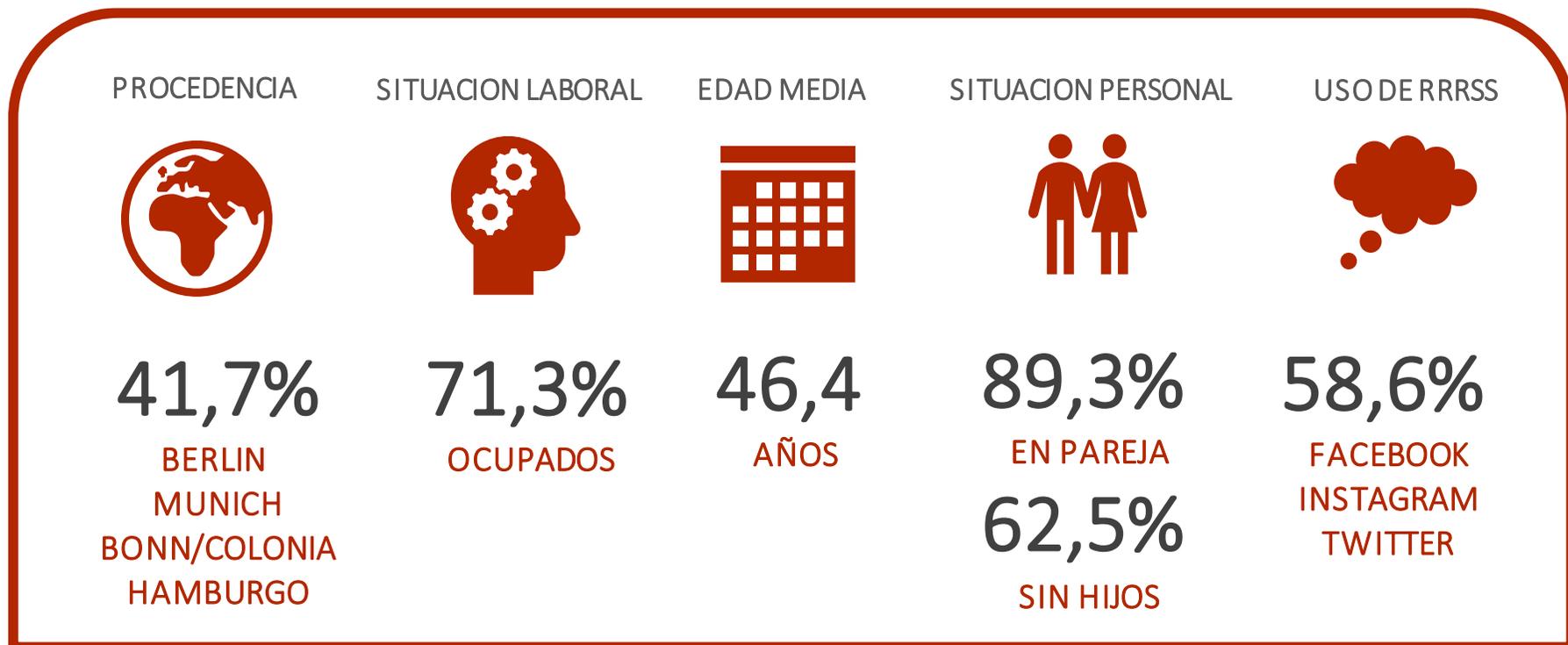
Dusseldorf, Múnich, Hamburgo y Colonia/Bonn, son las cuatro siguientes ciudades más importantes como emisoras de pasajeros con destino a Málaga, y mueven cada una un volumen en torno a las 93.000 y 68.000 personas. Destaca el crecimiento de Dusseldorf con una tasa del 17,9% y el fuerte descenso de Hamburgo (-15,4%).

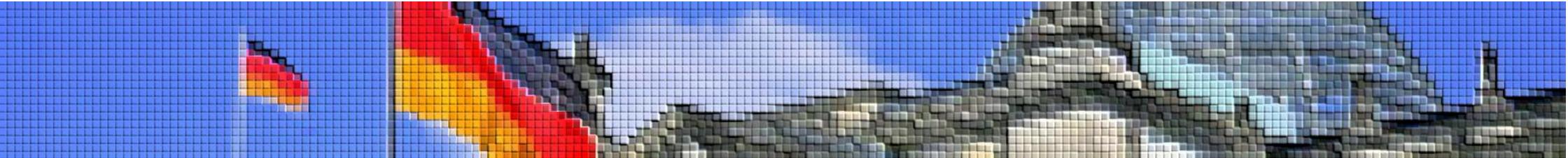
| <b>CIUDADES CON MAYOR AFLUENCIA DE PASAJEROS A LA CDS</b> |                     | <b>2014</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>% Var. 2017/ 14</b> | <b>% Var. 2017/ 16</b> |
|---|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|------------------------|
| <b>1</b>  | FRANKFURT           | 76.242      | 84.919      | 89.149      | 151.428     | 98,6%                  | 69,9%                  |
| <b>2</b>  | BERLIN              | 73.504      | 75.740      | 118.318     | 117.196     | 59,4%                  | -0,9%                  |
| <b>3</b>  | DUSSELDORF          | 73.864      | 73.851      | 78.879      | 92.989      | 25,9%                  | 17,9%                  |
| <b>4</b>  | MUNICH              | 101.758     | 92.601      | 89.236      | 89.442      | -12,1%                 | 0,2%                   |
| <b>5</b>  | HAMBURGO            | 81.191      | 78.759      | 86.945      | 73.536      | -9,4%                  | -15,4%                 |
| <b>6</b>  | COLONIA/BONN        | 72.659      | 69.419      | 70.535      | 68.826      | -5,3%                  | -2,4%                  |
| <b>7</b>  | NIEDERRHEIN         | 50.740      | 54.104      | 65.969      | 64.026      | 26,2%                  | -2,9%                  |
| <b>8</b>  | STUTTGART           | 32.407      | 31.776      | 34.403      | 35.628      | 9,9%                   | 3,6%                   |
| <b>9</b>  | HANNOVER            | 8.744       | 196         | 187         | 24.119      | 175,8%                 | 12797,9%               |
| <b>10</b>   | KARLSRUHE-BADEN BAD | 17.979      | 16.855      | 19.948      | 23.382      | 30,1%                  | 17,2%                  |
| <b>11</b>   | MEMMINGEN           | 16.969      | 18.459      | 18.652      | 18.546      | 9,3%                   | -0,6%                  |
| <b>12</b>   | BREMEN              | 15.737      | 11.898      | 12.244      | 15.304      | -2,8%                  | 25,0%                  |



## 5. Caracterización del turista alemán en Málaga- Costa del Sol

### 6.1. Perfil sociodemográfico





## **PROCEDENCIA**

Durante el año 2017, *Berlín* vuelve de nuevo a ser la primera ciudad emisora de turistas alemanes a la provincia de Málaga – Costa del Sol, en concreto el 14,0% de este mercado afirmaron residir en la capital alemana. *Múnich* se posiciona como la segunda ciudad emisora de turistas hasta el destino, representando cerca de una décima parte de este mercado.

Estas dos ciudades junto a *Bonn/Colonia* y *Hamburgo* aportan conjuntamente más de dos de cada cinco alemanes que nos visitaron en 2017

## **SITUACION LABORAL**

Siete de cada diez turistas de nacionalidad alemana que visitan la Costa del Sol se encuentran *ocupados* laboralmente hablando; por otro lado, el *retirado* del mercado laboral representa entorno el 16%.

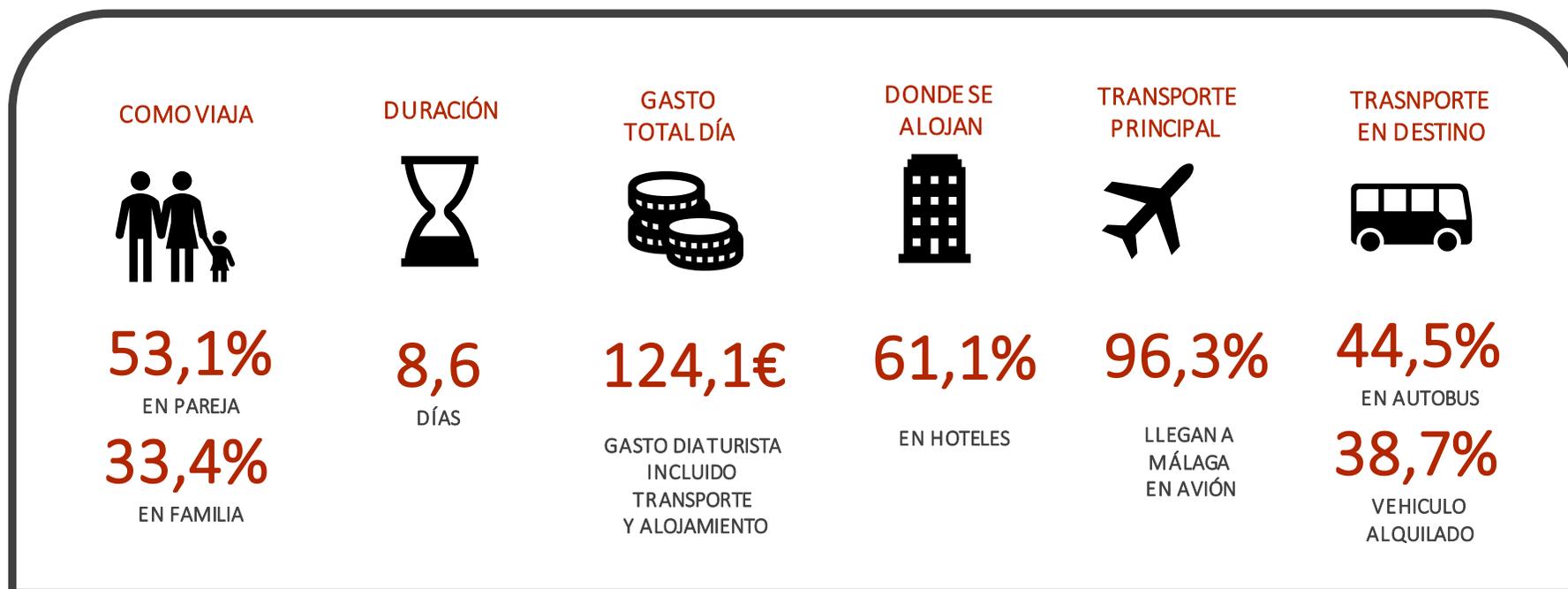
## **EDAD Y SITUACION PERSONAL**

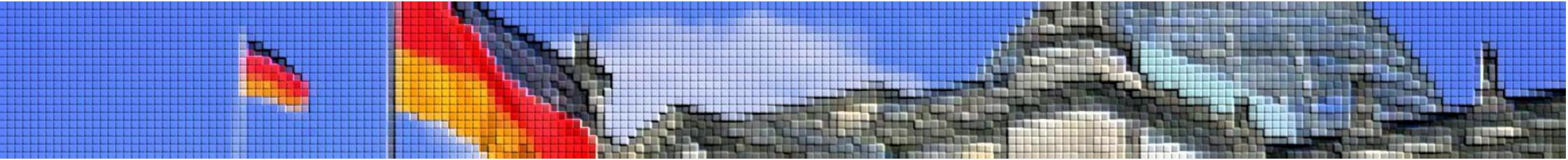
Esta distribución hace que la edad media del turista de este mercado se sitúe en los *46,35 años*. Sobre su situación personal, se caracterizan por estar *con pareja* y *sin hijos a su cargo*

## **USO DE REDES SOCIALES**

Más de la mitad de los turistas alemanes han declarado que *utilizan las redes sociales* (bien de manera diaria o bien ocasionalmente). Las plataformas más mencionadas fueron: Facebook, Instagram y Twitter, en ese orden.

## 5.2. Características del Viaje





## **FORMA DE VIAJAR**

El viajar *en pareja* sigue siendo la primera forma de viaje del turista alemán en la provincia, señalada por más de la mitad de los alemanes que nos visitan.

En segundo lugar, se encuentran los que viajan *en familia*, manifestado por una tercera parte de los alemanes entrevistados.

## **DURACIÓN DE LA ESTANCIA**

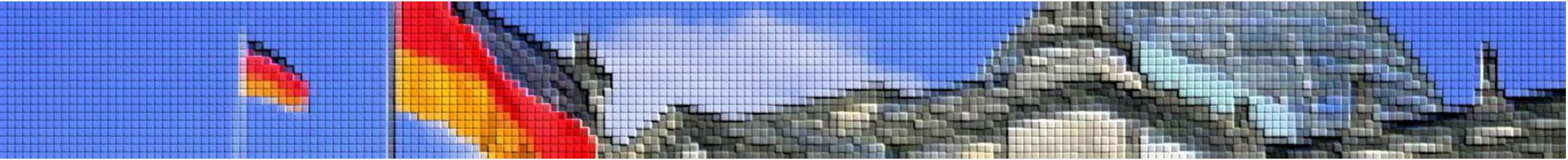
Por término medio, el turista alemán se queda en la provincia de Málaga *8,6 días*. Aun así, el intervalo más representativo es de aquellos que alargan su estancia entre los 4 y los 8 días, señalado por más de la mitad de los alemanes.

## **GASTO DÍA DEL TURISTA ALEMAN**

Por término medio, el turista alemán realiza un gasto medio total diario, incluido el transporte y el alojamiento, de *123,34 euros* para venir a Málaga- Costa del Sol.

## **TRANSPORTE PRINCIPAL PARA LLEGAR AL DESTINO Y EN EL DESTINO**

Los turistas alemanes que nos visitan *llegan al destino* mayoritariamente por *avión*. Una vez *en el destino*, utilizan el *autobús* y el *vehículo alquilado* para sus desplazamientos.

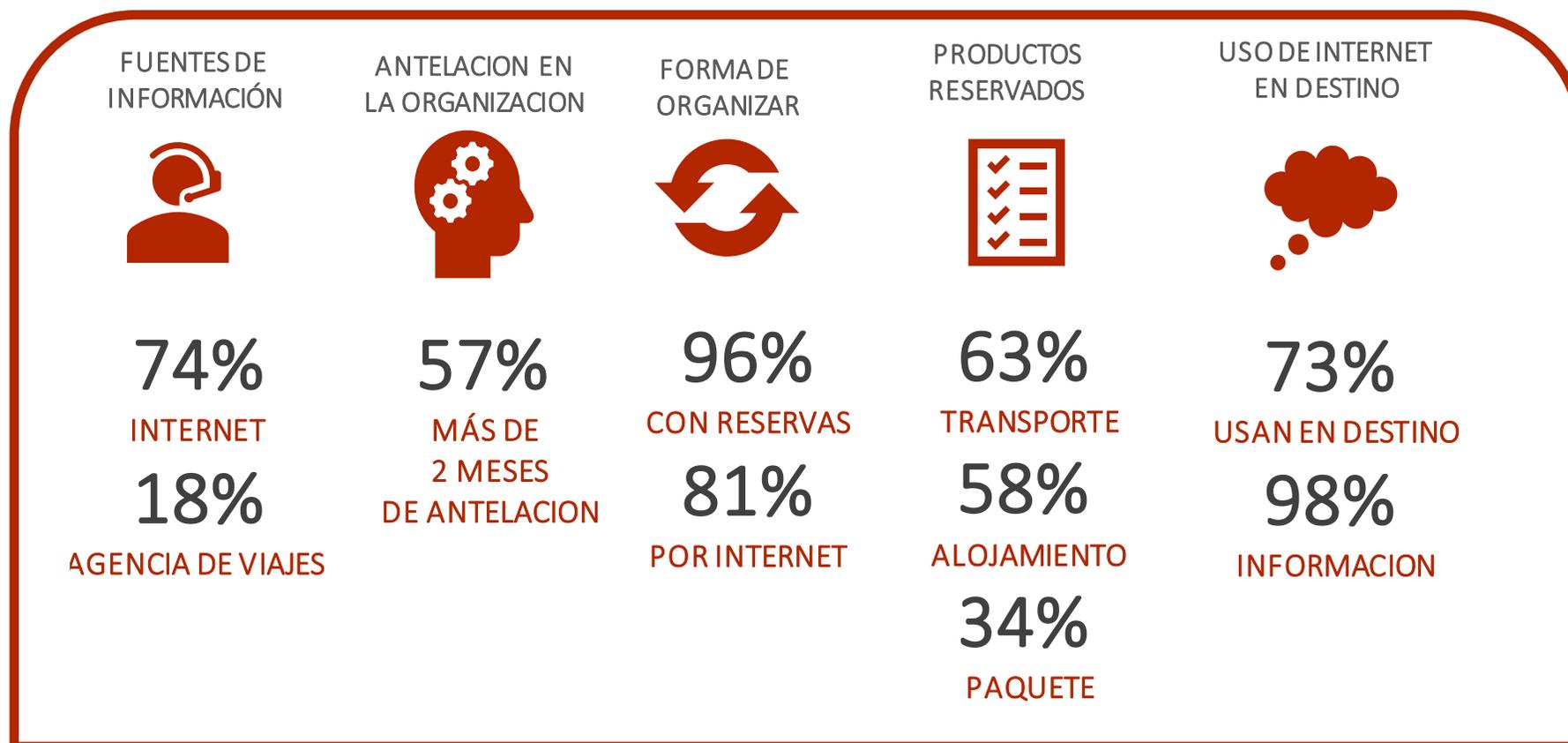


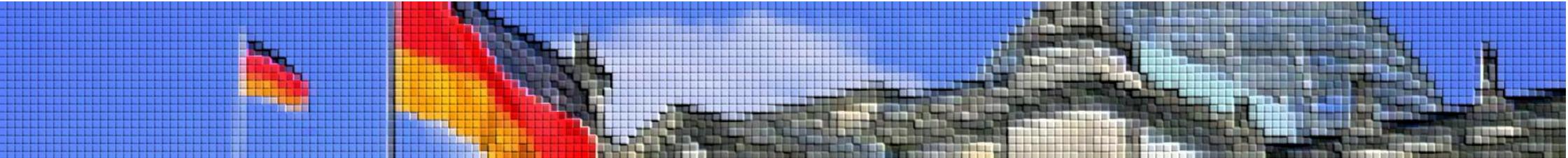
## **TIPO DE ALOJAMIENTO Y RÉGIMEN**

Los turistas alemanes escogen alojarse mayoritariamente en un *establecimiento hotelero* en la provincia de Málaga, señalada por cerca de dos de cada tres, principalmente en categorías de 3 y 4 estrellas. Los que prefieren un *apartamento o vivienda alquilada* supone el 22,9%.

En cuanto al régimen de alojamiento, más de cuatro de cada diez alemanes que se hospedaron en establecimientos hoteleros optaron por contratar *alojamiento más desayuno*; seguido del régimen de *media pensión, señalado por tres de cada 10 turistas alemanes alojados en establecimientos hoteleros*.

### 5.3. Información y Reserva





## **FUENTES DE INFORMACION UTILIZADAS**

*Internet*, a través de las *páginas webs*, es el *canal de búsqueda* y consulta de información sobre el destino *más utilizado por los turistas alemanes para organizar sus viajes*, señalada mayoritariamente por tres de cada cuatro turistas entrevistados.

Además, aunque con una menor cuota de respuestas, afirman acudir a *agencias de viajes* en su ciudad de origen, señalado por cerca de una quinta parte; así como a las *oficinas de información turística en origen*, señalado por más de una décima parte de los turistas. También les es importante la opinión de sus *familiares y amigos* y su *propia experiencia* viajera con el destino.

## **ANTELACIÓN EN LA ORGANIZACION DEL VIAJE**

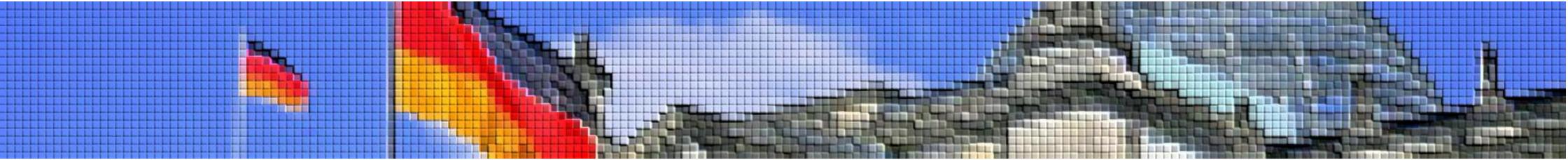
Durante el año 2017 la antelación media en la organización del viaje del turista alemán a la Costa del Sol es muy superior a la media del turista genérico.

Más de la mitad de los turistas que nos visitan han manifestado organizar su viaje con una antelación superior a los 2 meses. Una tercera parte de los turistas alemanes afirman organizar su viaje hasta la Costa del Sol con una antelación de entre 1 y 2 meses antes.

## **FORMA DE ORGANIZAR EL VIAJE**

El turista alemán *viaja con reservas al destino Costa del Sol Málaga*, así lo señalan más de nueve de cada diez turistas entrevistados.

*Internet* es el *principal canal de reserva*, señalado por más de cuatro de cada cinco turistas, seguido por las agencias de viaje.



## **PRODUCOS RESERVADOS Y CANALES DE RESERVA**

El producto más reservado por los alemanes es el *transporte*, realizado por más de seis de cada diez tursitas alemanes, le sigue muy de cerca el *alojamiento (58%)* y, en último lugar, el *paquete turístico* en torno a una tercera parte del total.

Cuando reservan productos a través de Internet, *el transporte* es el más contratado de forma on-line, con una cuota superior al 58%, seguido del alojamiento con una cuota del 55%, también de forma on-line. En el caso del paquete turístico la cuota es menor, cercana al 12%.

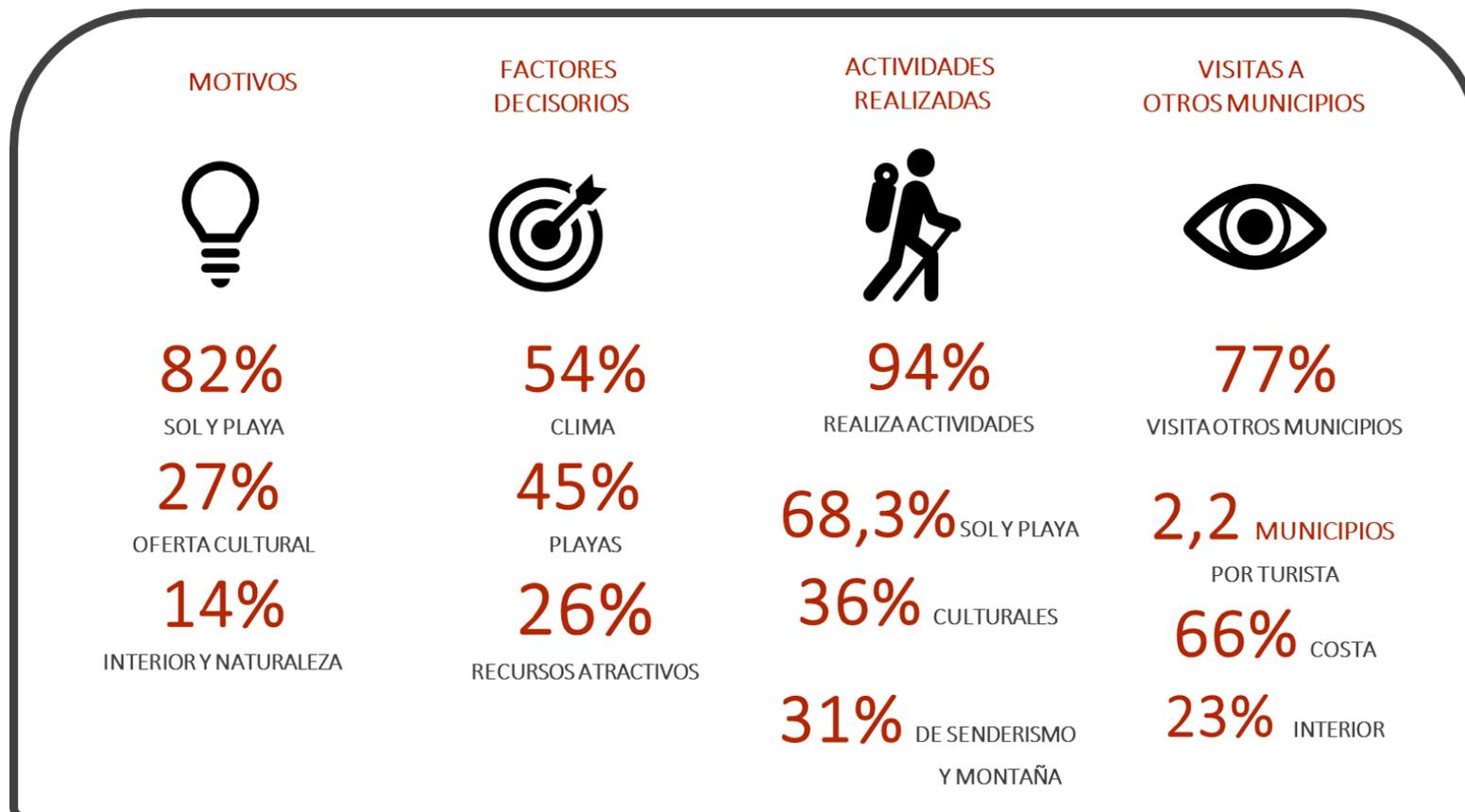
En función del producto reservado, el turista escoge canales de compra diferentes. Entre los que *contrataron un paquete turístico, lidera las reservas* realizadas por *agencia de viajes*

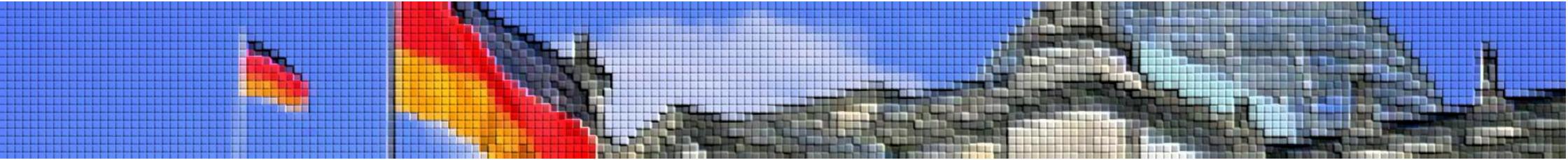
El *canal de reserva del alojamiento* de manera independiente se hizo *mayoritariamente por internet, a través de intermediarios online* (OTA's, meta buscador, etc..). Igualmente, los que reservaron *el transporte* (de manera independiente), lo hicieron *a través de internet*.

## **USO DE INTERNET EN DESTINO**

Más de siete de cada diez turistas alemanes entrevistados afirman utilizar internet durante su estancia en el destino. Mayoritariamente para búsqueda de información, señalado por el 97,8%, frente a un escaso 2,2% para realizar alguna reserva.

## 5.4. Comportamiento en destino





## **MOTIVO PRINCIPAL DE VIAJE**

Más de nueve de cada diez turistas alemanes que nos visitan, lo hacen por *motivos de ocio y vacacionales*.

Entre los motivos específicos de ocio y vacaciones, el *disfrutar del Sol y la playa* continúa siendo el principal atractivo del destino Costa del Sol, seguido de la *motivación cultural*, señalados ambos mayoritariamente por lo turistas alemanes que nos han visitado en 2017.

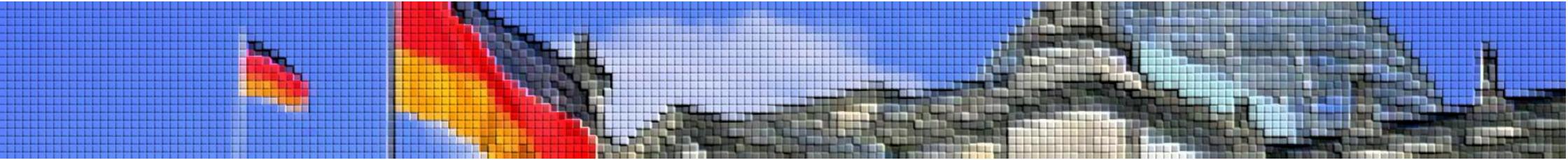
Otras de las motivaciones señaladas que adquieren importancia en nuestro destino son la riqueza y atractivo del *interior y la naturaleza de nuestra provincia*, las *actividades lúdicas y de ocio*, el disfrutar de la excelente oferta *gastronómica y enológica*, la posibilidad de hacer un *Escapadas/City* y la práctica del *Golf* que presentan Costa del Sol Málaga.

## **FACTORES DECISORIOS EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO**

Además de los motivos por los que decidió emprender el viaje se les preguntó por aquellos *aspectos que influyeron para elegir finalmente Málaga- Costa del Sol*. Los más mencionados fueron el binomio de *la bondad del clima junto con las playas*.

Le siguen motivos tales como *el atractivo de los recursos turísticos*, la completa oferta turística que presenta el destino y la diversidad del ocio

*Otras de las motivaciones* señaladas, aunque con menos intensidad, son la buena *relación calidad precio* que ofrece el destino, la *calidad de vida y hospitalidad* de los residentes, así como que *existan conexiones de vuelos directos* con el destino.



## **ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA ESTANCIA**

Entre las actividades que realizan en el destino, las más mencionadas fueron: *actividades de Sol y playa*, seguidas de *las actividades culturales*, tales como *visitar museos y exposiciones, rutas por lugares históricos o excursiones a otros municipios*.

Otras de las actividades por las que el mercado alemán muestra interés y manifiesta realizar en el destino son *actividades de senderismo, montañismo o bicicleta, disfrutar de la oferta gastronómica y la oferta de ocio nocturno, entre otras*.

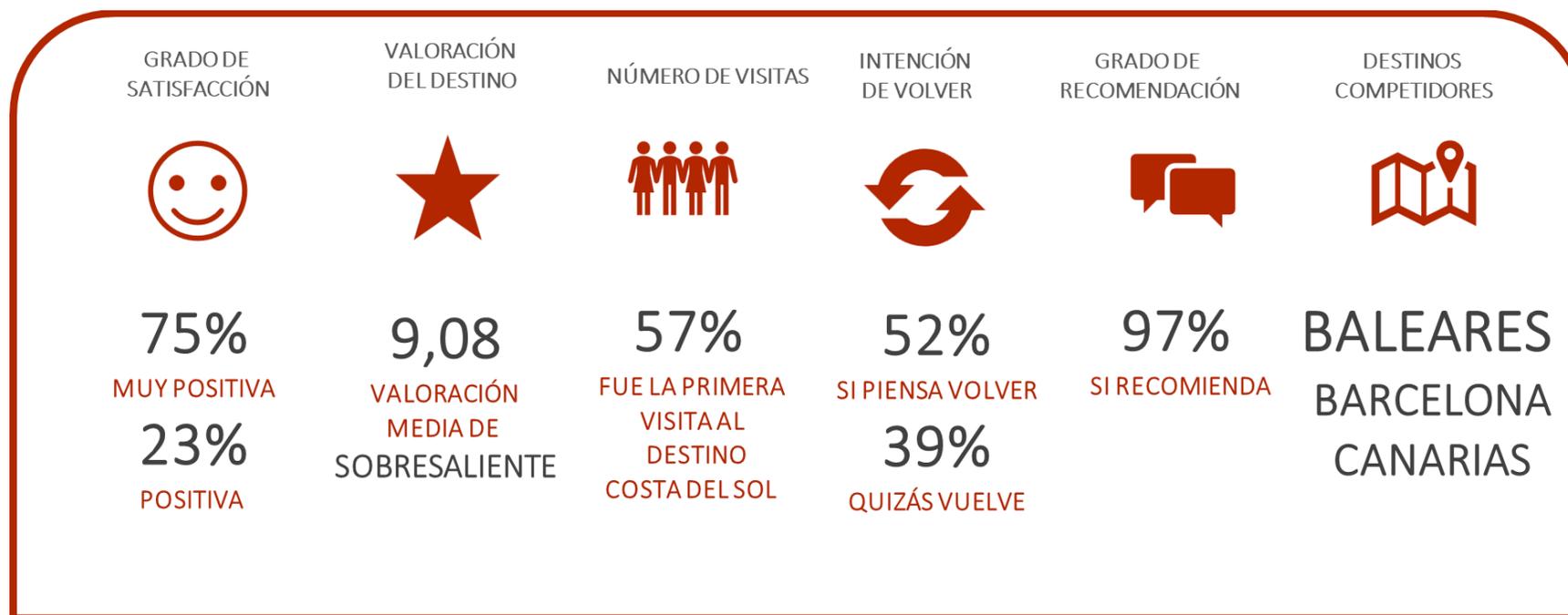
## **REALIZACIÓN DE VISITAS A OTROS MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA**

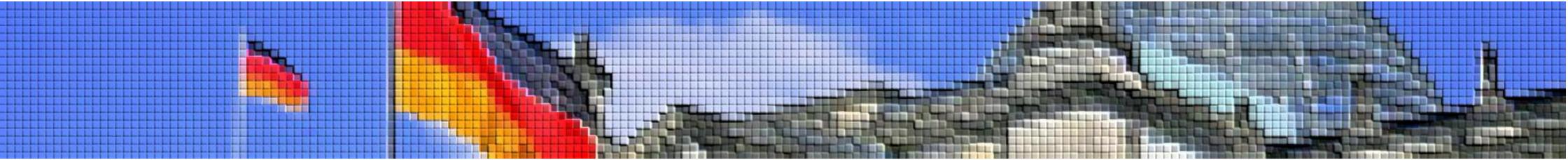
El 76,8% de los turistas alemanes manifiestan realizar alguna visita a otro municipio distinto al que pernoctan en la Costa del Sol durante su estancia en el año 2017.

Señalar que dos terceras partes del total de turistas afirman visitar un municipio del litoral de la provincia; más de una quinta parte el interior del destino y otra quinta parte otras zonas de Andalucía.

Entre los que manifiestan realizar visitas a otros municipios distintos a los que pernoctan, visitan una media de 2,2 municipios, alcanzando el 43,6% los que visitan hasta 3 municipios

## 5.5. Imagen y satisfacción





## **GRADO DE SATISFACCIÓN**

Los turistas alemanes que han visitado el destino Costa del Sol Málaga durante el año 2017 han manifestado un alto grado de satisfacción calificado su experiencia muy positiva (74,7%) o positiva (22,55%).

## **VALORACIÓN DEL DESTINO**

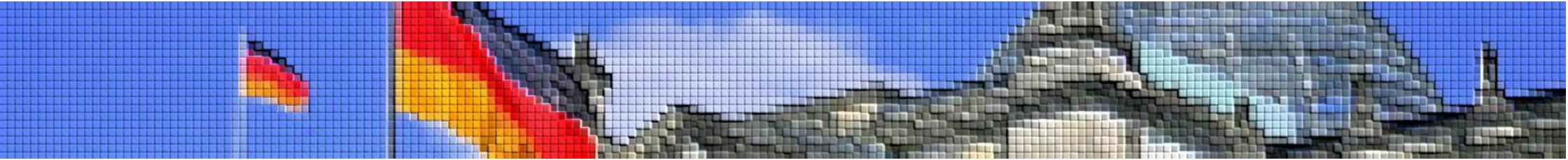
En 2017, los turistas alemanes han otorgado una calificación media al destino Málaga- Costa del Sol con *9,08 puntos sobre 10*.

Los aspectos más valorados fueron la *seguridad del destino*, la *atención y trato recibido* durante su visita y la *información turística recibida en destino*; valorado por encima del 8,95.

En un segundo bloque se sitúa las posibilidades de compras, el entorno y los parques naturales que presenta el destino, las playas y sus servicios, la *restauración*, la oferta de *ocio* y la *relación calidad precio* que ofrece Costa del Sol, todos ellos con valoración superior a o igual al 8,7.

## **NÚMERO DE VISITAS**

La distribución por el número de visitas nos muestra que, para más de la mitad de los turistas alemanes en 2017 (56,8%), está fue su *primera visita* al destino.



## **INTENCIÓN DE REGRESAR Y GRADO DE RECOMENDACIÓN**

La cuota de turistas alemanes que afirmaron que tienen *intención de volver* a la provincia en los próximos tres años alcanzó el 52,3%; elevándose la cifra de los que afirmaron tener *intención de recomendar* la visita a Málaga- Costa del Sol a sus familiares y amigos, que se sitúa en el 97,3%.

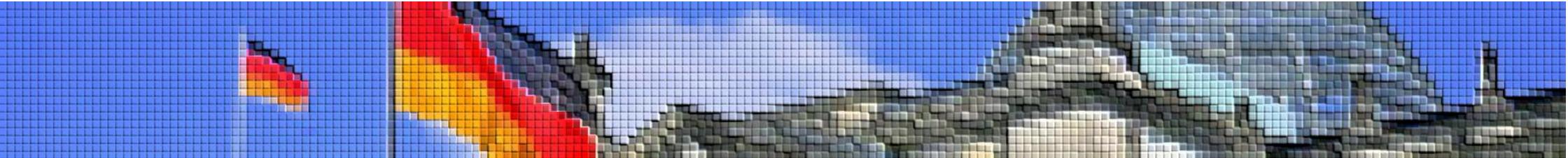
## **DESTINOS COMPETIDORES**

*Baleares, es el primer destino competidor* de la Costa del Sol para un viaje de similares características según los turistas alemanes que visitaron la provincia de Málaga durante 2017.

*Barcelona, en la unión de la Ciudad y la zona costera*, seguida de *Canarias*, han sido otros destinos competidores señalados por estos turistas llegados a la Provincia de Málaga.

Sobre los aspectos en los que el destino *Málaga- Costa del Sol supera a sus principales competidores*, los turistas responden que estos son el *clima, los precios y la hospitalidad*

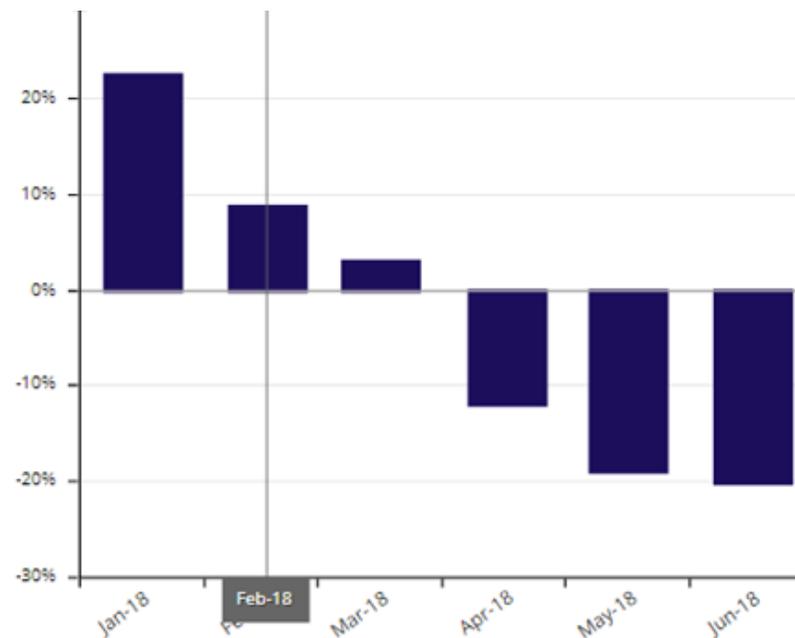
Por otro lado, en los aspectos en los que Málaga- Costa del Sol es inferior a sus principales competidores, según los turistas, después de la respuesta “nada peor”, son las playas, los precios y la masificación.

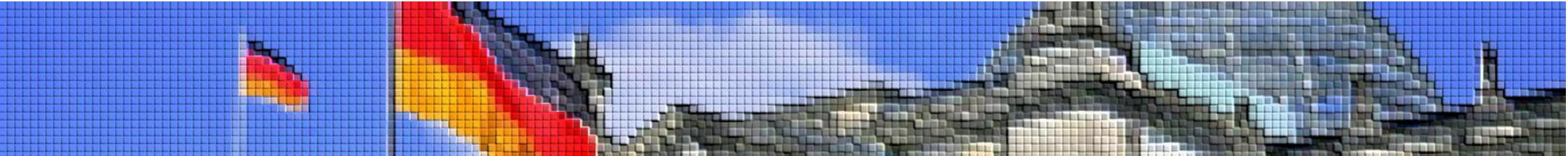


## 6. Previsión de la oferta de asientos de avión desde Alemania 2017

Para el primer semestre de 2018 las previsiones de llegadas de viajeros procedentes de Alemania al aeropuerto de Málaga - Costa del Sol son negativas con respecto al mismo periodo del año anterior.

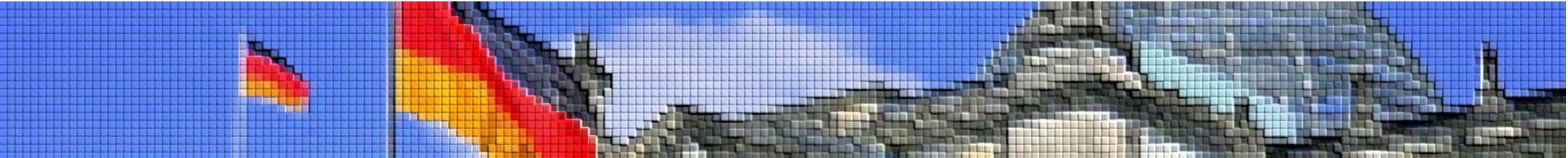
A continuación, se presenta la oferta de asientos de vuelos directos desde Alemania hasta el destino Costa del Sol en los seis primeros meses de 2018 según su evolución respecto a 2017, a fecha de redacción del informe (febrero 2018), donde se observa que en los tres primeros meses la tendencia fue al alza, pero a partir de abril disminuyó la oferta de plazas de forma significativa. Se prevé que, en dicho periodo puedan llegar al aeropuerto de Málaga un 8,6% de viajeros menos, que en el del año anterior.





En términos cuantitativos, según las previsiones realizadas, para el primer semestre del año 2018 se *ofertarán 382.664 asientos en los aviones* que hacen el trayecto de los distintos aeropuertos de Alemania a Málaga, mientras que en el mismo periodo del año anterior se pusieron en el mercado 418.844 plazas

|                              |                |                |              |
|------------------------------|----------------|----------------|--------------|
| Frankfurt/FRA                | 84 667         | 71 368         | +18.6%       |
| Dusseldorf/DUS               | 69 779         | 85 769         | -18.6%       |
| Berlin/BER                   | 48 585         | 63 250         | -23.2%       |
| Munich/MUC                   | 37 094         | 45 530         | -18.5%       |
| Hamburg/HAM                  | 32 197         | 36 711         | -12.3%       |
| Cologne/CGN                  | 27 869         | 35 024         | -20.4%       |
| Hannover/HAJ                 | 13 866         | 9 398          | +47.5%       |
| Karlsruhe/FKB                | 12 852         | 12 285         | +4.6%        |
| Memmingen/FMM                | 10 017         | 10 017         |              |
| Bremen/BRE                   | 10 017         | 5 103          | +96.3%       |
| Stuttgart/STR                | 9 940          | 20 797         | -52.2%       |
| Dortmund/DTM                 | 9 828          | 5 103          | +92.6%       |
| Nuremberg/NUE                | 5 292          | 5 103          | +3.7%        |
| Dresden/DRS                  | 4 440          | 4 736          | -6.3%        |
| Muenster/FMO                 | 4 001          | 4 508          | -11.2%       |
| Erfurt/ERF                   | 2 220          | 4 142          | -46.4%       |
| <b>Leg Origin (selected)</b> | <b>382 664</b> | <b>418 844</b> | <b>-8.6%</b> |
| <b>Total Seats</b>           | <b>382 664</b> | <b>418 844</b> | <b>-8.6%</b> |



En definitiva, se ofertarán en este semestre 36.200 *plazas menos* desde los aeropuertos alemanes, que los ofertados durante dicho periodo en el año 2017.

Según las previsiones de contratación de asientos de avión desde las distintas ciudades alemanas de origen hasta el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, se comprueba que, de las **16 ciudades conectadas**, crecen los asientos ofertados en 5 ciudades, *se mantiene en una, y desciende en el resto*.

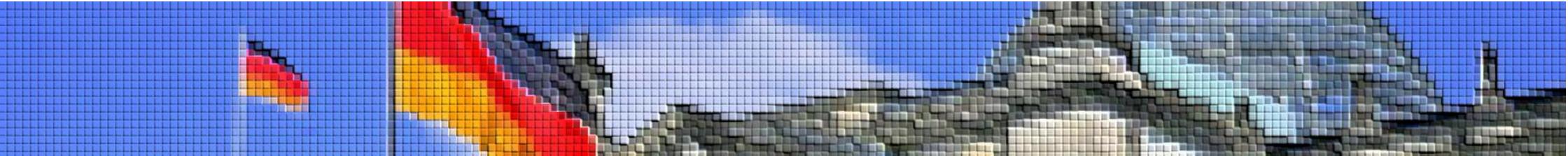
*Frankfurt, Dusseldorf, Berlín y Munich*, son las ciudades de origen de casi *dos de cada tres plazas de asientos ofertados* desde Alemania, pero no evolucionan igual. *Destaca el crecimiento de Frankfurt, que se convierte en este año en la ciudad con mayor oferta de asientos con destino Málaga y un crecimiento del 18,6%* lo que supone 13.000 plazas más con respecto a 2017. Otras ciudades que presentan unos incrementos porcentuales muy significativos (aunque cuantitativos no tan importantes) son Bremen, Dortmund y Hannover.

En cuanto a los destinos que presentan disminuciones en la oferta de plazas aéreas con respecto al primer semestre de 2017, cabe señalar a Dusseldorf (-18,6%), Berlín (-23,2%), Munich (-18,5%), Hamburgo (-12,3%) y Colonia (-20,4%), que son la segunda, tercera, cuarta, quinta y sexta ciudad en orden de emisión hacia el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, con una reducción conjunta de esas cinco ciudades de unas 50.700 plazas.

*Siete compañías operan las más de 380.000* plazas de asientos que se van a ofertar en el primer semestre de 2018, tres menos que el año anterior. Es de resaltar que han dejado de operar las siguientes compañías: Air Berlín, Germanwings y Niki.

De esas siete, las cuatro principales (Ryanair, Lufthansa, Norwegian y Eurowings) aumentan conjuntamente más de 70.000 plazas para el primer semestre del año 2018.

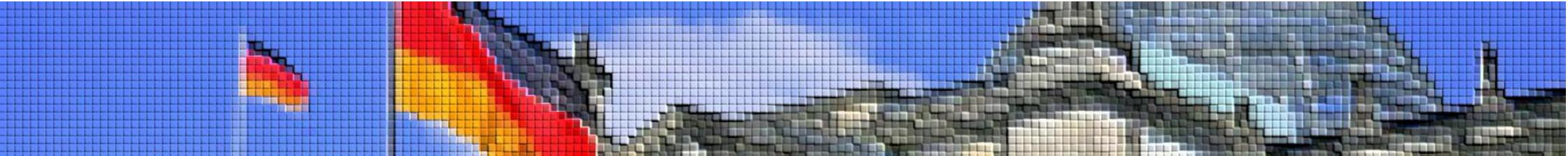
Por otro lado, tres de ellas reducen su oferta de plazas (Easyjet, Germania y TUIfly), aunque con solo una bajada entre ellas de unas 7.000 plazas.



Ryanair, es la principal compañía líder en oferta, con 183.000 plazas, un 18 % más que en el periodo anterior y con casi la mitad de la cuota de mercado.

Lufthansa, Norwegian y Eurowings, son las siguientes compañías con mayor oferta de plazas de asientos, con crecimientos muy positivos del 26%, 23% y 92%, respectivamente.

|  |         |         |         |
|--|---------|---------|---------|
| FR: Ryanair (Ireland,LCC)              | 183 330 | 154 791 | +18.4%  |
| LH: Lufthansa (Germany)                | 68 975  | 54 604  | +26.3%  |
| D8: Norwegian Air International (Norv) | 57 810  | 46 908  | +23.2%  |
| EW: Eurowings GmbH (Germany,LCC)       | 33 555  | 17 463  | +92.1%  |
| U2: EasyJet (United Kingdom,LCC)       | 26 472  | 27 972  | -5.4%   |
| ST: Germania Fluggesellschaft (Germ)   | 10 661  | 13 386  | -20.4%  |
| X3: TUIfly GmbH (Germany,LCC)          | 1 861   | 4 536   | -59.0%  |
| AB: Air Berlin (Germany,LCC)           | 0       | 25 905  | -100.0% |
| 4U: Germanwings (Germany,LCC)          | 0       | 7 852   | -100.0% |
| HG: Niki (Austria,LCC)                 | 0       | 65 427  | -100.0% |
| Airlines (selected)                    | 382 664 | 418 844 | -8.6%   |
| <b>Total Seats</b>                     | 382 664 | 418 844 | -8.6%   |



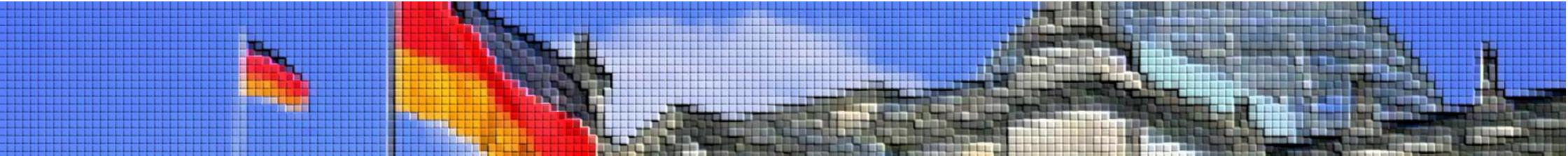
## 7. Impacto Económico y de empleo

El impacto directo del gasto de los turistas alemanes en la Provincia de Málaga durante 2017, se ha calculado en base a la intensidad de uso y gasto medio de cada uno de los conceptos de gastos incluidos en la encuesta de demanda: transporte al destino, alojamiento, restauración, compras alimenticias, compras no alimenticias, transporte en destino, gasto en cultura (monumentos museos, etc.), ocio y otros conceptos, elevados al número de visitantes que llegaron a la provincia, y sustraída la parte de la demanda importada y transformando dicho importe de precios de adquisición a precios básicos, dando como resultado un *impacto sobre la producción directa* que asciende a más de *564 millones de euros*.

En la siguiente tabla se recoge el reparto final por ramas de actividad del gasto directo del turismo alemán, donde se refleja que la economía malagueña ha recibido un estímulo de demanda de 564 millones de euros, lo que se ha traducido en un aumento de la producción de los bienes y servicios, en el que destaca el incremento que se ha producido en el sector servicios y dentro de estos en otros servicios en el que se encuentra la rama de hostelería, comercio y transportes, que aglutina el 84,8% del gasto del turista alemán.

| DISTRIBUCIÓN DEL GASTO   |                     |                |
|--|---------------------|----------------|
|  | IMPORTE (Miles €)   | Porcentaje (%) |
| <b>AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA</b>                            | 7.330,01 €          | 1,3%           |
| <b>INDUSTRIA</b>   | 566,54 €            | 0,1%           |
| Extractivas  | 0,00 €              | 0,0%           |
| Manufactureras   | 405,38 €            | 0,1%           |
| Energía, gas y agua  | 161,15 €            | 0,0%           |
| <b>CONSTRUCCIÓN</b>  | 0,00 €              | 0,0%           |
| <b>SERVICIOS</b>   | 556.127,11 €        | 98,6%          |
| Comercio, hostelería, transporte y comunicaciones                | 478.174,74 €        | 84,8%          |
| Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales | 71.772,16 €         | 12,7%          |
| Otros servicios  | 5.976,88 €          | 1,1%           |
| <b>TOTAL</b>   | <b>564.023,66 €</b> | <b>100,0%</b>  |

Fuente: Elaboración propia



Aplicando la metodología Input-Output, el impacto total que ha generado el gasto turístico del mercado alemán en 2017 es de *1.051,2 millones de euros*, lo que representa el *7,6%* de la *producción generada por el gasto turístico total de la provincia*.

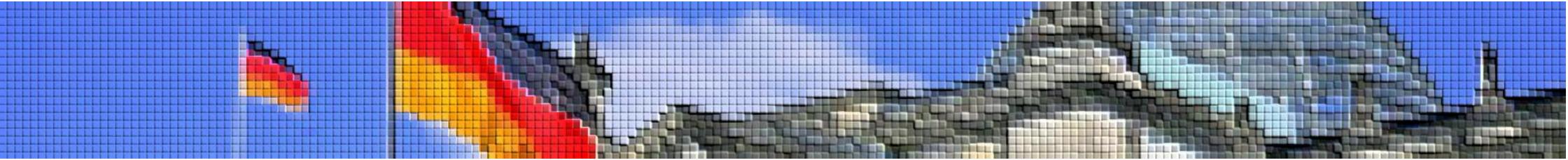
La *producción indirecta e inducida* es de unos *487,2 millones de euros*, mientras que la *directa* es de unos *564 millones*

#### DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN TOTAL GENERADA POR RAMAS PRODUCTIVAS EN EL INTERIOR DE MÁLAGA

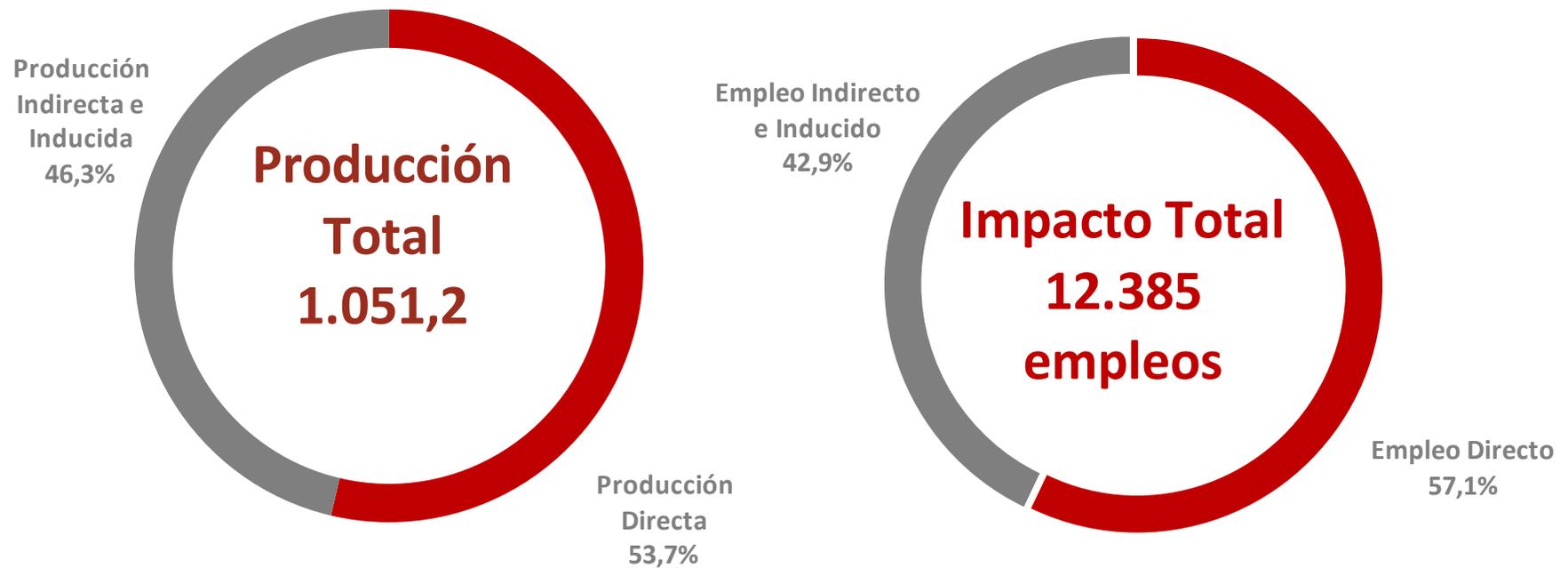
|  | Producción total  |                | Producción Indirecta e inducida |                |
|--|-------------------|----------------|---------------------------------|----------------|
|  | IMPORTE (Miles €) | Porcentaje (%) | IMPORTE (Miles €)               | Porcentaje (%) |
| AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA                                   | 19.522,29 €       | 1,9%           | 12.192,28 €                     | 2,5%           |
| <b>INDUSTRIA</b>   | 115.628,14 €      | 11,0%          | 115.061,60 €                    | 23,6%          |
| Extractivas  | 293,69 €          | 0,0%           | 293,69 €                        | 0,1%           |
| Manufactureras   | 78.157,44 €       | 7,4%           | 77.752,06 €                     | 16,0%          |
| Energía, gas y agua  | 37.177,00 €       | 3,5%           | 37.015,85 €                     | 7,6%           |
| <b>CONSTRUCCIÓN</b>  | 28.231,73 €       | 2,7%           | 28.231,73 €                     | 5,8%           |
| <b>SERVICIOS</b>   | 887.849,28 €      | 84,5%          | 331.722,17 €                    | 68,1%          |
| Comercio, hostelería, transporte y comunicaciones                | 607.116,99 €      | 57,8%          | 128.942,25 €                    | 26,5%          |
| Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales | 240.172,23 €      | 22,8%          | 168.400,07 €                    | 34,6%          |
| Otros servicios  | 30.412,39 €       | 2,9%           | 24.435,51 €                     | 5,0%           |
| TOTAL  | 1.051.231,44 €    | 100,0%         | 487.207,78 €                    | 100,0%         |

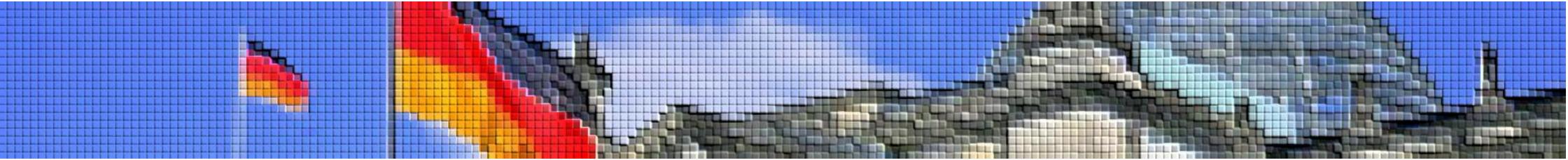
Fuente: Elaboración propia

Desagregando el impacto económico por ramas, se observa que el sector que ha incrementado más su producción ha sido el sector Servicios, seguido del de la Industria.



En cuanto a la generación de empleo, el gasto del turista alemán en la provincia de Málaga, se estima que ha generado unos **11.500** empleos en 2016, lo que representa el **7,7% del empleo generado en la provincia por el gasto turístico total**. De ellos, unos **6.500 empleos** son debido al impacto directo del gasto turístico alemán y **5.000 al impacto indirecto e inducido**.





# INFORME MERCADO ALEMAN. 2017

## Turismo y Planificación Costa del Sol

**Para más información contacte con:**

Área de Análisis e Inteligencia Turística

[analisis@visitacostadelsol.com](mailto:analisis@visitacostadelsol.com)

