

ITB BERLİN
2016
TURİZM FUARI
DEĞERLENDİRME RAPORU



TÜRSAB ITB BERLİN 2016 ULUSLARARASI TURİZM FUAR RAPORU

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) bu yıl 9-13 Mart tarihleri arasında Almanya'nın başkenti Berlin'de 50'inci kez gerçekleştirilen "Uluslararası Turizm Borsası – ITB Berlin Turizm Fuarı'na ilişkin fuar değerlendirme raporunu açıkladı.

Dünyanın ve Türkiye'ye en çok turist gönderen ülke konumundaki Almanya'nın en büyük turizm fuarı niteliğindeki ITB Berlin Fuarı, zorlu bir süreçten geçen Türk turizmcilerin yoğun katılımı ile gerçekleşti. Alman pazarında geçtiğimiz yıllara göre düşük kalan Türkiye talebinde umutlar son dakika satışlara bağlanmış durumda.

ITB BERLİN FUAR RAPORU

ALMANYA EKONOMİSİ

Uluslararası Para Fonu (IMF) verilerine göre; dünyanın; ABD, Çin ve Japonya'dan sonra dördüncü en büyük ekonomisine sahip ülkesi olan Almanya, aynı zamanda Avrupa'nın da en büyük ekonomisi durumunda bulunuyor. Alman Federal İstatistik Kurumu (Destatis) tarafından açıklanan verilere göre; Almanya'nın Gayri Safi Yurtiçi Hasılası (GSYH) 2015 yılında 3 trilyon 25 milyar Euro'luk bir büyüklük oluşturdu. IMF verilerine göre 2015 yılında Almanya'da kişi başına düşen ortalama milli gelir ise 41 bin 267 dolar seviyesinde gerçekleşti. Bu veriye göre; Almanya, kişi başı gelir bakımından dünya 19'uncusu konumunda bulunuyor.

ALMANYA EKONOMİK VERİLER		
GSYH (2015)*	KİŞİBAŞINA DÜŞEN GELİR (2015)**	İŞSİZLİK ORANI (2015)***
3 025 900 000 000 €	41 267 \$	% 6,4

*Destatis **IMF ***Alman Federal Çalışma Ajansı

ALMANYA'DA İŞSİZLİK ORANLARINDAKİ GERİLEME SÜRÜYOR

2005 yılında %11,7'ye çıkarak rekor seviyeye ulaşan Almanya'daki işsizlik oranı, sonrasındaki yıllarda istihdam yaratıcı yapısal reformların hayata geçirilmesi sayesinde önemli bir gerileme gösterdi. İstihdamı destekleyen yaklaşımların sonuç vermesiyle 2014 yılında %6,7'ye gerileyen Almanya'daki işsizlik oranı, 2015 yılında daha da azalarak %6,4 seviyesine düştü.

Alman Federal Çalışma Ajansı tarafından açıklanan verilere göre 2015 yılında gerçekleşen %6,4'lük işsizlik verisi 1991 yılından bu yana yakalanan en düşük seviye olarak kayıtlara geçti.

ALMANYA'NIN CARİ FAZLASI 2015'TE 230 MİLYAR EURO'YU AŞTI



Almanya, ithalat-ihracat dengesi ve verdiği cari fazla açısından dünyanın en başarılı ekonomilerinden biri olma kimliğini 2015 yılında da sürdürdü. Alman Federal İstatistik Kurumu tarafından açıklanan verilere göre; Almanya'dan ihraç edilen ürünlerin toplam değeri 1 trilyon 419 milyar Euro'ya ulaştı. Almanya'nın gerçekleştirdiği ithalat ise 1 trilyon 183 milyar Euro oldu. Açıklanan bu verilere göre; Almanya 2015 yılında 236 milyar Euro cari fazla vermiş oldu.

2013 ve 2014 yıllarında büyüyen Alman ekonomisindeki olumlu trend, 2015 yılında da devam etti. Federal İstatistik Kurumu tarafından açıklanan verilere göre; Almanya ekonomisi 2015 yılında % 1,7 oranında büyüdü.

Uluslararası Para Fonu (IMF) ise Almanya ekonomisindeki büyümenin önümüzdeki yıllarda da sürmesini bekliyor. IMF'nin öngörüsüne göre Alman ekonomisi, 2016 ve 2017 yıllarında %1,7 oranında büyüyecek.

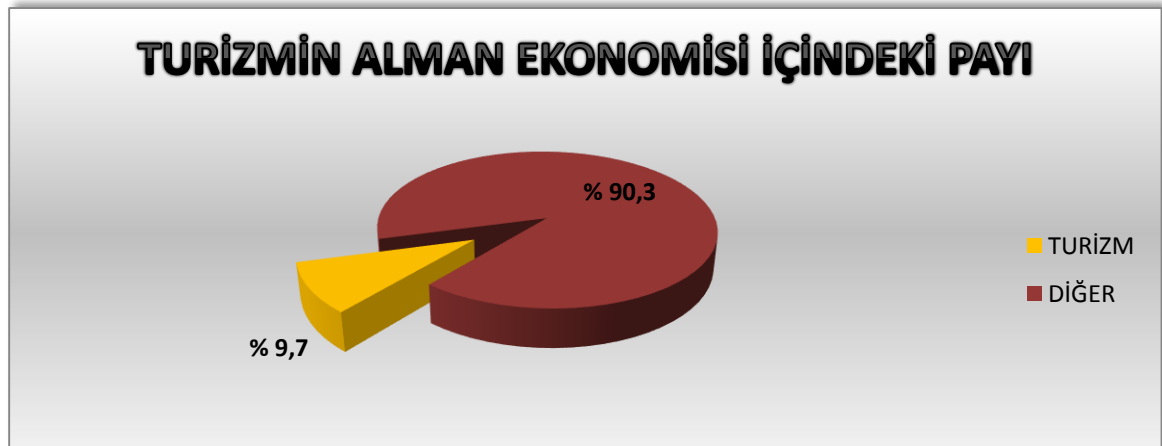
ALMANYA EKONOMİSİNDE BÜYÜME VERİLERİ VE BEKLENTİLERİ			
2014	2015*	2016 (Beklenti)**	2017 (Beklenti)**
% 1,6	% 1,7	% 1,7	% 1,7

*Kaynak: Alman Federal İstatistik Kurumu

**Kaynak: IMF World Economic Outlook

ALMAN EKONOMİSİ VE TURİZM

Uzun yıllar boyunca dünya turizm pazarının “En çok seyahat eden” ve “En çok turizm harcaması gerçekleştiren ülkesi” olarak anılan Almanya, bu unvanlarını Çin’e kaptırsa da listenin üst sıralarında kalmayı sürdürüyor. Araştırmalar; Almanya’da, turizm sektörünün oluşturduğu ekonomik büyüklüğün 100 milyar Euro sınırında bulunduğunu ortaya koyuyor. Alman Seyahat Birliği (DRV) tarafından açıklanan verilere göre; Almanya’da turizm sektörünün doğrudan oluşturduğu büyüklük 97 milyar Euro’nun üzerinde. Turizmin destek olduğu diğer sektörlerle birlikte oluşturduğu ekonomik büyüklük ise 214,1 milyar Euro ile Almanya ekonomisinin yüzde 9,7’sine karşılık geliyor.



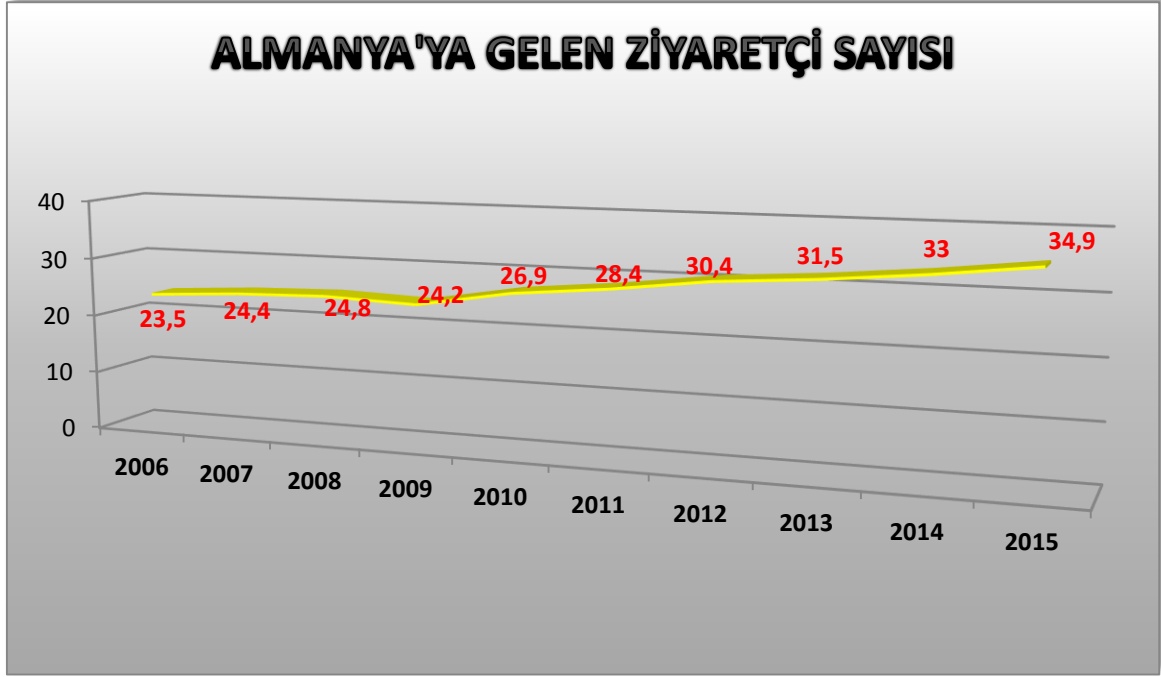
* Kaynak: Alman Seyahat Birliği (DRV)

Turizm sektörü Almanya’da oluşturduğu istihdam hacmi ile dikkat çekici bir noktada bulunuyor. DRV tarafından açıklanan verilere göre; Almanya’da turizm sektöründe istihdam edilenlerin sayısı 2 milyon 900 bin. Bu verilere göre; dünyanın en önemli otomobil ihracatçılarından biri konumundaki Almanya’da otomotiv endüstrisinin oluşturduğu istihdam 775 bin seviyesinde iken turizm sektörü bu sayının 4 katına yakın kişiye iş olanağı sağlıyor.

ALMANYA’YA GİDEN TURİST SAYISI 35 MİLYON SINIRINDA

Yurtdışına gönderdiği turist sayısının yüksekliği ile dikkat çeken Almanya aynı zamanda önemli bir varış destinasyonu konumunda bulunuyor. Alman Federal İstatistik Kurumu (Destatis)

tarafından açıklanan son verilere göre; 2015 yılında Almanya'yı ziyaret eden turist sayısı 34 milyon 970 bin kişi oldu. Bu sayı 2014 yılına göre %5,9'luk artış anlamına geliyor.



* Kaynak: Alman Federal İstatistik Kurumu

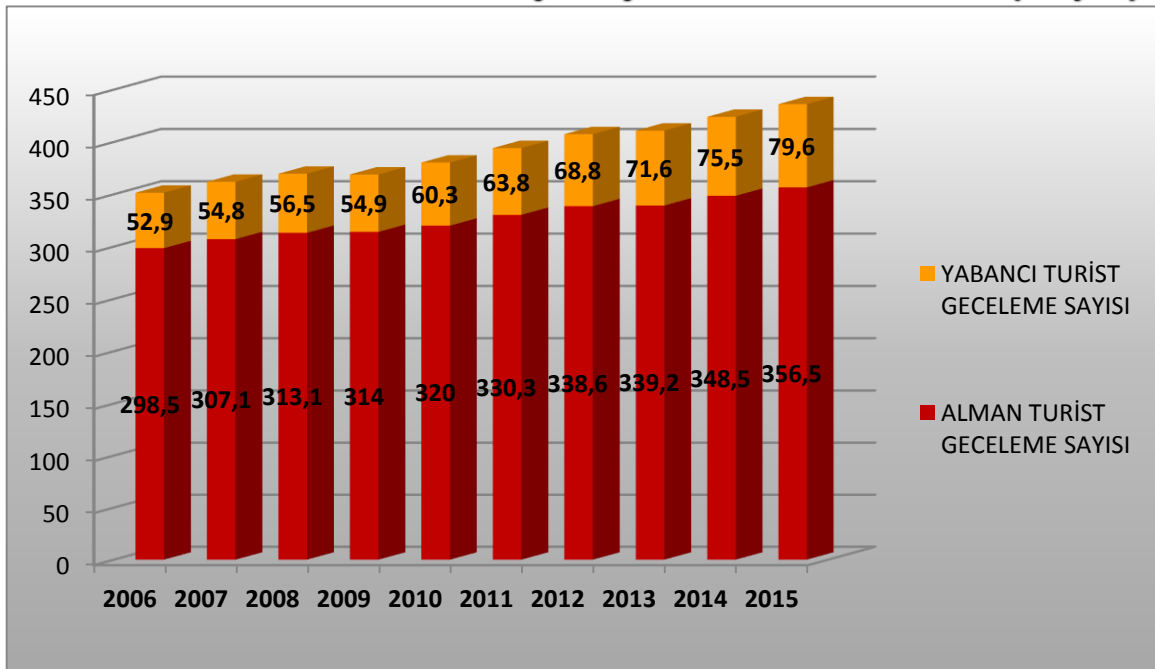
ALMANYA'DAKİ OTELLERDE 436 MİLYON GECELEME SAYISINA ULAŞILDI



Hem iç hem de dış turizmde artan potansiyel ile birlikte Almanya'daki otellerde gerçekleşen geceleme sayısı da yükselmeye devam ediyor. 2006 yılında 351 milyon geceleme yapan Almanya'daki turistik tesisler, 2015 yılında 436,2 milyon geceleme sayısına ulaştı. Söz konusu gecelermelerin 79,6 milyonluk kısmı yabancı turistlerden kaynaklanırken Almanya'da iç turizm

kaynaklı geceleme sayısı 356,5 milyon seviyesinde gerçekleşti.

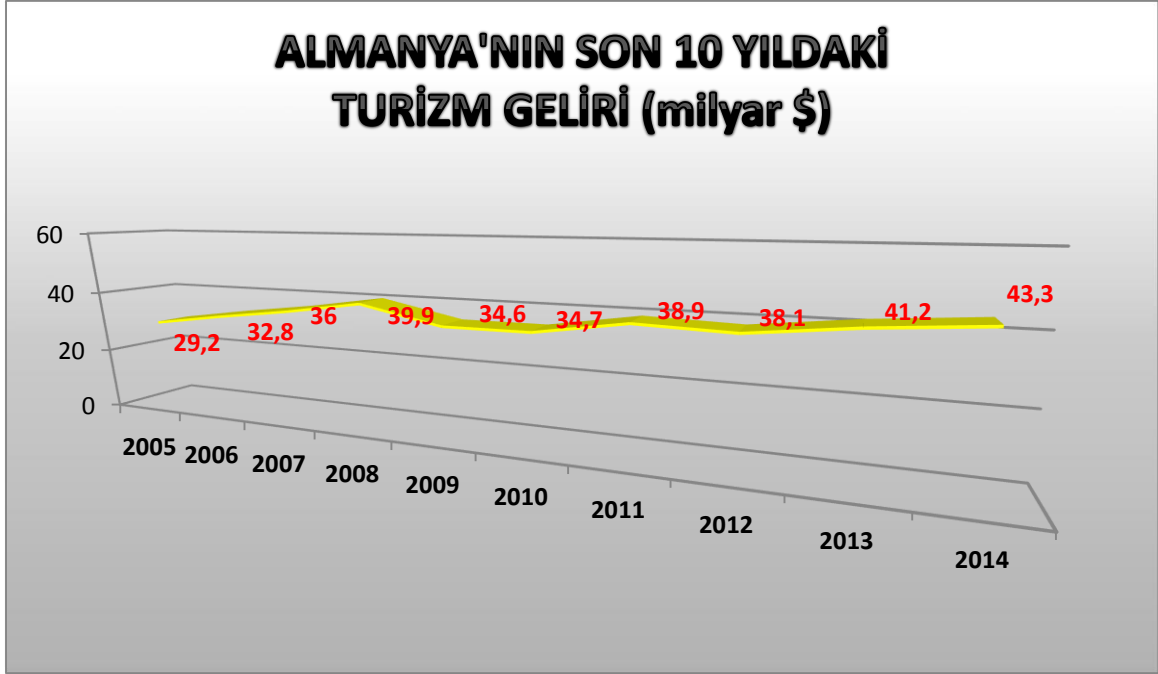
ALMANYA'DAKİ OTELLERDE GERÇEKLEŞEN GECELEME SAYILARI (milyon)



* Kaynak: Alman Federal İstatistik Kurumu

ALMANYA'NIN TURİZM GELİRİ 43,3 MİLYAR DOLAR

Dünyanın en çok turist çeken ülkeleri arasında yedinci sırada bulunan Almanya, turizm geliri ile de üst basamaklarda yer alıyor. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü 2014 yılında Almanya'nın turizmden elde ettiği gelirin 43,3 milyar dolar seviyesinde bulunduğunu açıkladı. Buna göre Almanya'ya giden turistler bu ülkede ortalama 1312 Dolarlık harcama gerçekleştiriyorlar.

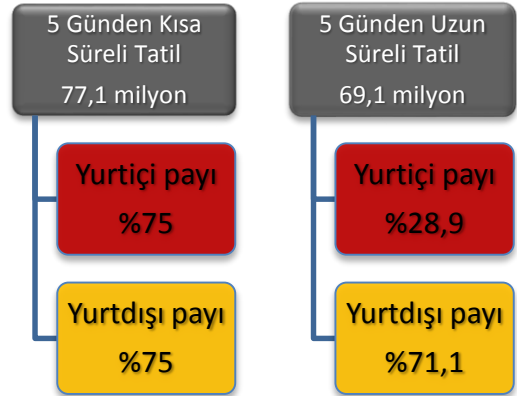


Kaynak: UNWTO

ALMANLAR 2015 YILINDA 146,2 MİLYON SEYAHAT GERÇEKLEŞTİRDİ

Tatil ve Seyahat Araştırmaları Kuruluşu (FUR) tarafından gerçekleştirilen araştırmaya göre Alman vatandaşları 2015 yılında toplamda 146,2 milyon seyahat gerçekleştirdi. Bu seyahatlerin 77,1 milyonluk kısmını 5 günden kısa süreli tatiller oluştururken 2015 yılında Almanların gerçekleştirdikleri 5 günden uzun süreli tatil sayısı 69,1 milyon oldu.

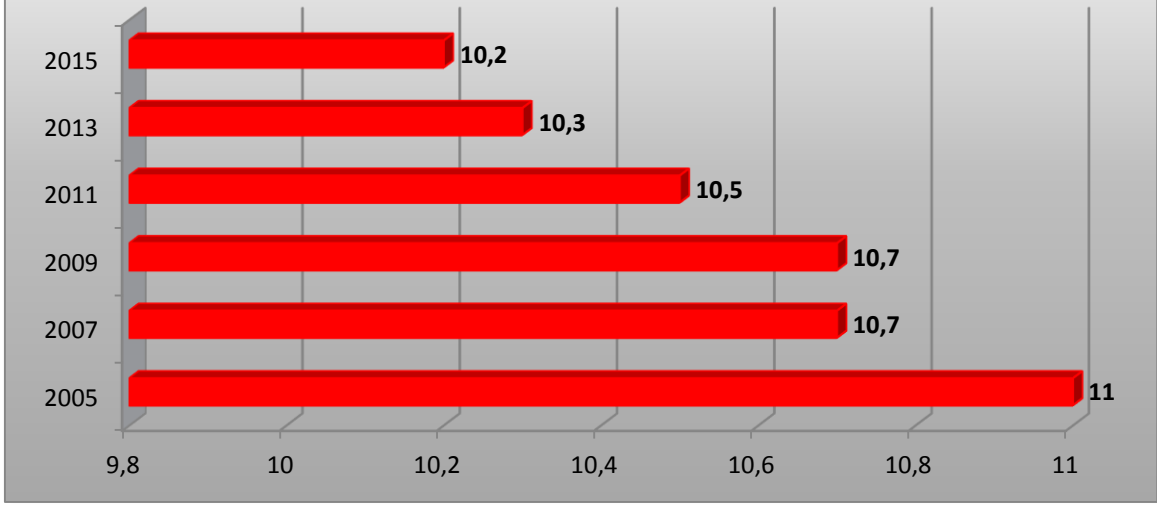
2-4 gün arasındaki 77,1 milyon tatil amaçlı seyahatin yüzde 75'i Almanya içinde, yüzde 25'i ise Almanya dışındaki destinasyonlara yönelik olarak gerçekleşti. FUR Araştırmasına göre; 5 günden uzun süreli tatillerin %71,1'i yurtdışındaki destinasyonlara, %28,9'u ise Almanya içindeki destinasyonlara yönelik oldu.



ALMANLARIN ORTALAMA TATİL SÜRESİ 10,2 GÜN

GfK-TravelScope tarafından Alman Seyahat Birliği DRV için gerçekleştirilen araştırmaya göre 2005 yılında 11 gün ortalamaya sahip olan Alman tüketicilerinin tatil süresi 2015 yılında 10,2 güne düştü.

ALMAN VATANDAŞLARININ ORTALAMA TATİL SÜRESİ



* Kaynak: Alman Seyahat Birliği (DRV)

ALMAN VATANDAŞLARININ YURTDIŞI TURİZM HARCAMASI REKOR SEVİYEDE



ALMAN TURİSTİN YURTDIŞI TURİZM HARCAMASI (2015)

• 71,5 MİLYAR



ALMAN TURİSTİN YURTDIŞI TURİZM HARCAMASI (2010)

• 58,9 MİLYAR



ALMAN TURİSTİN YURTDIŞI TURİZM HARCAMASI (2010)

• 51,1 MİLYAR

Çin'in ardından dünyanın en çok turizm harcaması gerçekleştiren ikinci ülkesi durumundaki Almanya'da yurtdışı turizm harcamalarındaki artış 2015 yılında da devam etti. Tatil ve Seyahat Araştırmaları Kuruluşu (FUR) tarafından 1970 yılından bu yana her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen "Reiseanalyse – Seyahat Analizi" adlı araştırmasına göre; 2015 yılında Almanlar yurtdışında 71,5 milyar harcama gerçekleştirerek bu

alandaki geçtiğimiz yılların üzerinde bir seviyeye ulaştı.

ALMAN VATANDAŞLARI TATİLE OTOMOBİL VE UÇAKLA GİDİYOR

Tatil ve Seyahat Araştırmaları Kuruluşu (FUR) "Reiseanalyse – Seyahat Analizi" adlı araştırmasına göre; Alman vatandaşlarının yarısı tatile otomobilleri ile çıkıyor. Yüzde 34'lük kesim tatil yolculuğu için havayolunu tercih ederken, %8 demiryolu, %5 ise otobüs yolculuğu ile gideceği tatil destinasyonuna ulaşıyor.



ALMAN PAZARINDA ÖNE ÇIKAN TUR OPERATÖRLERİ

Alman Seyahat Birliği (DRV) tarafından açıklanan verilere göre; 2015 yılında Almanya'daki seyahat acentaları ve tur operatörlerinin elde ettikleri toplam ciro 27,3 milyar Euro'ya ulaştı. Almanya'nın en büyük tur operatörü konumunda bulunan şirketi TUI, 2015 yılında pazar payını önemli oranda arttırma başarısı gösterdi. 2014 yılında %16,7'lik Pazar payı bulunan TUI'nin 2015'teki Pazar payı %19,8'e yükseldi. TUI'yi yüzde 12,9'luk pay ile Thomas Cook, yüzde 11,9'luk pay ile DER Touristik takip etti.

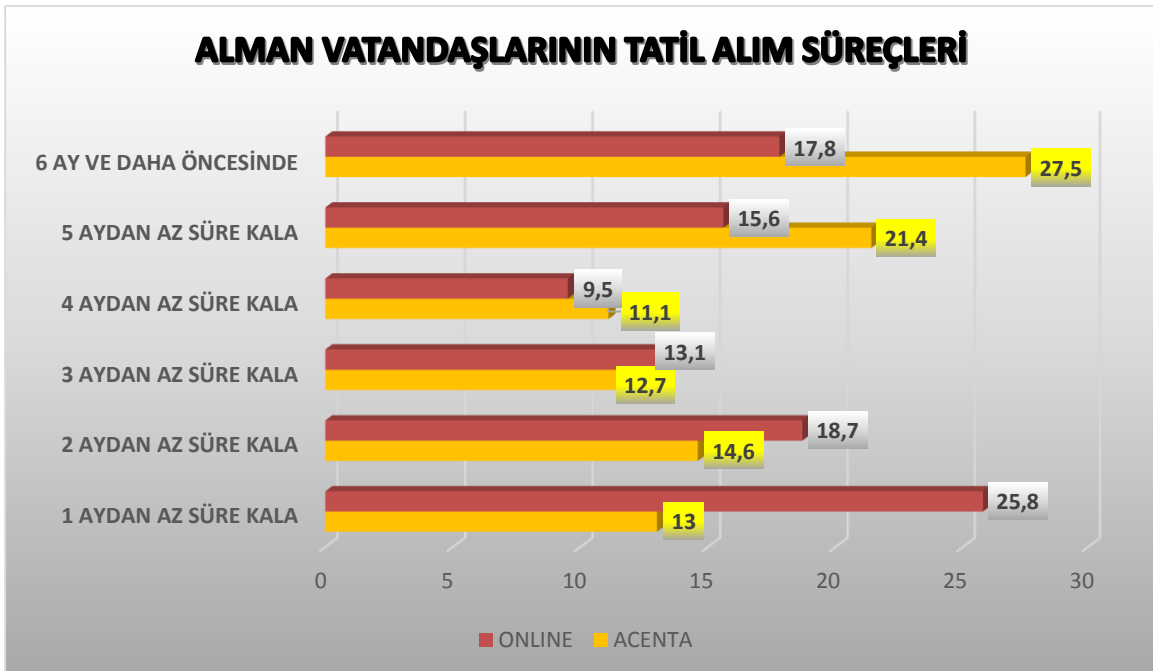
ALMANYA'DA TUR OPERATÖRLERİNİN PAZAR PAYI DAĞILIMI	
TUR OPERATÖRÜ	PAZAR PAYI
TUI Deutschland	19,8 %
Thomas Cook	12,9 %
DER Touristik	11,9 %
FTI	7,9 %
Alltours	5,5 %
Aida Cruises	4,8 %
Schauinsland Reisen	4 %
Diğer	33,2 %

* Kaynak: DRV

ALMANLAR TATİLDEN 113 GÜN ÖNCE REZERVASYON YAPTIRIYORLAR



Alman Seyahat Birliği (DRV) tarafından açıklanan verilere göre; Alman tatilcilerin rezervasyon süreci, tatili satın aldıkları mecraya göre değişiklik gösteriyor. Araştırma; online kanal üzerinden tatil satın alan Alman vatandaşlarının rezervasyonlarını tatile çıkmadan ortalama 79 gün önce yaptıklarını ortaya koyuyor.



Kaynak: DRV

ALMANYA'DA HANGİ KANALDAN TANITIM DAHA ETKİLİ?

Tatillerini ağırlıklı olarak tur operatörü ve seyahat acentaları üzerinden satın alan Alman tüketicilerin tatil motivasyonunu en çok katalog ve broşürler arttırıyor. Katalogların ardından seyahat acentasında sağlanan bilgilendirmeler, gidilecek destinasyona ilişkin web sitesi, konaklanacak olan otelin web sitesi de tatil motivasyonunu arttıran mecralar konumunda bulunuyor.

TATİL PLANI YAPAN ALMAN TÜKETİCİLER NELERDEN ETKİLENİYOR?

- Katalog %28 - Acentanın bilgi vermesi %22	- Gidilecek Destinasyon web sayfası %21 - Otel web sayfası %19	- Google vs. %16 - Online seyahat portalı %15	- Kitap ve edebiyat %15 - Tv programı ve Belgesel %14	- Tur operatörü web sitesi % 11 - Gazete ilanları %11
--	---	--	--	--

*Kaynak: FUR

ALMANYA'DAN TÜRKİYE'YE GELEN ZİYARETÇİ 2015'TE %6,3 ARTTI

Türkiye'ye en çok turist gönderen ülkeler arasında ilk sırada yer alan Almanya bu unvanını 2015 yılında da sürdürdü. 2013 yılında 5 milyon Alman ziyaretçi sınırının aşıldığı Almanya'da 2015'te kaydedilen artış oranı %6,3 düzeyinde oldu. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından açıklanan verilere göre; 2015 yılında ülkemize gelen Alman vatandaşlarının sayısı 5 milyon 580 bin 792 kişi oldu.



* Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

ALMANLARIN TÜRKİYE'DEKİ ORTALAMA GECELEME SÜRESİ

Alman vatandaşlarının 2015 yılında ortalama tatil süresi 10.2 gün olurken bu süre Türkiye'deki tatillerinde de benzer seviyede gerçekleşti. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından açıklanan verilere göre Alman vatandaşlarının 2015 yılında Türkiye'deki ortalama kalış süresi 10.2 gün oldu.

ALMAN TURİST TÜRKİYE'DE 747 DOLAR HARCADI

Türkiye İstatistik Kurumu Çıkış Yapan Ziyaretçi Araştırması'nın sonuçlarına göre; Alman turistlerin geçtiğimiz yıl Türkiye'de gerçekleştirdikleri kişi başı ortalama turizm harcaması 747 Dolar oldu.

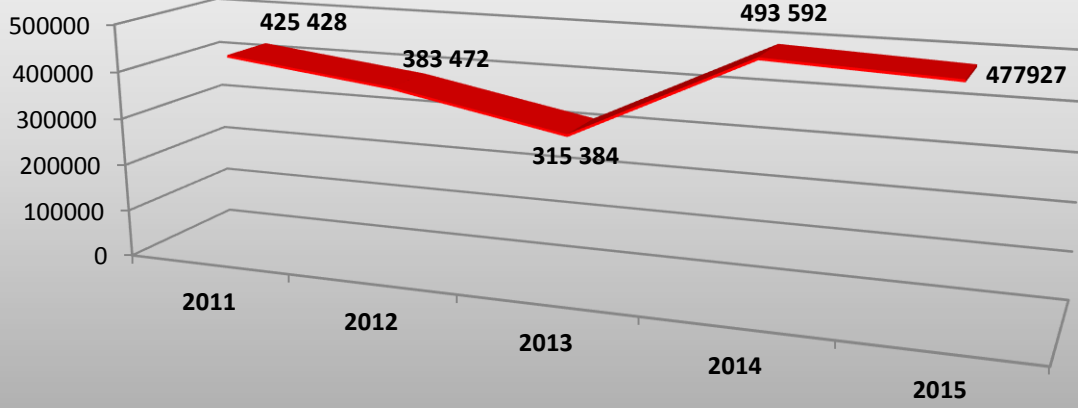
ALMAN TURİZM PAZARINDAN DİKKAT ÇEKEN VERİLER

- Tur operatörü ve seyahat acentaları Alman tüketiciler için en önemli tatil satın alım mecrası olmayı sürdürüyor.
- Tüketicilerin %42'si paket turları tercih ediyor.
- Almanya'da 2015 yılı itibarıyla toplam 9 bin 880 seyahat acentası faaliyette bulunuyor.
- Almanların yarısı (%50) tatile kendi otomobilleriyle çıkmayı tercih ediyor.
- Uçak seyahati ile tatile giden Almanların oranı ise bir önceki yıla oranla %1,3 oranında artarak %34'e yükseldi.
- Almanya'da seyahat acentaları üzerinden gerçekleşen tatil rezervasyonları tatilin başlamasından ortalama 113 gün önce gerçekleşti.
- Online rezervasyonlar ise ortalama olarak tatilin başlamasından 79 gün önce gerçekleşiyor.
- Almanya'da yaşayanların % 52'si tatile ailesi veya evli değilse de partneri ile gitmek istiyor.
- FUR Reiseanalyse 2016 araştırmasına göre; Almanlar 2016 yılında geçtiğimiz yıla nazaran daha çok seyahat edecek.
- Nüfusun %59'u kesin olarak tatil planlıyor. Bu oran geçtiğimiz yıl % 58 düzeyinde idi.
- Araştırma Alman vatandaşlarının hem kendi ekonomik durumlarını hem de dünyadaki gelişmeleri de yakından takip ettiklerini ortaya koyuyor.
- Tatile çıkacak Almanların üçte birinin Almanya içinde tatilini geçirmesi beklenirken, üçte biri Akdeniz ülkelerini, üçte biri ise uzak destinasyonları tercih edecekler.

2015'TE 477 BİN TÜRK VATANDAŞI ALMANYA'YA GİTTİ

Yıllardan bu yana yurtdışına çıkan Türk vatandaşlarının en çok tercih ettikleri destinasyonlar arasında yer alan Almanya yaşanan hafif düşüşe karşın bu özelliğini 2015 yılında da sürdürdü. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre, 2015 yılına Türkiye'den Almanya'ya giden Türk vatandaşlarının sayısı bir önceki yıla oranla yüzde 3,2 düşüşle 477 bin kişiye geriledi. Ancak yaşanan düşüşe karşın Almanya Türk vatandaşları için en önemli 4'üncü yurtdışı destinasyon özelliğini korumuş oldu.

ALMANYA'YI ZİYARET EDEN TÜRK VATANDAŞLARININ SAYISI



* Kaynak: TÜİK

ITB BERLİN 50'İNCİ YILINI KUTLADI, 7 MİLYAR €'LUK İŞ HACMİ YARATTI



*Foto: ITB Berlin - 1968

Bu yıl 50'incisi gerçekleştirilen ITB Berlin Fuarı, hem katılımcı hem de ziyaretçi sayısı bakımından yeni rekorlara imza attı. 9-13 Mart tarihleri arasında gerçekleştirilen ITB Berlin Fuarı'na 187 ülkeden 10 bin katılımcı iştirak etti. 26 holde gerçekleştirilen ve 160 bin metrekarelik alana yayılan ITB Berlin Fuarı'nı 120 bini profesyonel ziyaretçiler olmak üzere toplamda 180 bin kişi ziyaret etti.

Fuarın ardından ITB Berlin Yönetimi tarafından yapılan açıklamada etkinliğin 7 milyar Euro'ya yakın bir iş hacmi oluşturduğu belirtildi.

TÜRK TURİZMCİLERDEN ITB BERLİN'E YOĞUN İLGI



Türkiye; geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi yine 3.2 No'lu Holde temsil edildi. Türkiye; 3 bin 079 m2'lik (net 2.300 m2) alanda temsil edilirken Türkiye standı, yayıldığı alan itibariyle fuarın en büyük ülke standı oldu.

ITB Berlin Fuarı'na Bakanlık ve kamu/özel sektör işbirliği çerçevesinde; 116 stand, yaklaşık 127 katılımcı iştirak etti. Katılımcıların 13'ü seyahat acentası ve tur operatörü, 56'sı otel, 11'i valilik, 47'si birlik, dernek, belediye ve kalkınma ajansları oldu.



Bu yılki Türkiye standı tasarımında; Akdeniz-Antalya / Ege-İzmir / Marmara-İstanbul / Anadolu-Ankara bölgelerini ön plana çıkaracak şekilde adalara yer verildi. Türkiye standında ülkemizin sunduğu tatil olanaklarına, alternatif turizm türlerine ve kültürel mirasımıza vurgu yapan reklam görselleri kullanıldı. Fuar süresince fuar alanının iç ve dış mekânlarındaki alanlarda Türkiye reklamlarına yer verildi.

Kültür ve Turizm Bakanı Sayın Mahir Ünal da ITB Berlin Fuarı'na katılarak Alman tur operatörleri ve Türk turizmcilerle görüşmelerde bulundu.

TÜRSAB BAŞKANI VE YÖNETİM KURULU ÜYELERİ ITB BERLİN'E KATILDI

Fuara Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) Başkanı Başaran Ulusoy, Genel Sekreter Çetin Gürcün, Yönetim Kurulu Üyeleri Burak Tonbul ve Numan Olcar, TÜRSAB Kurumsal İlişkiler Direktörü Ela Atakan, TÜRSAB Fuarlar Direktörleri Esra Tolgay ve Sevinç Divrikli, TÜRSAB Kurumsal İlişkiler Departmanı'ndan Gülberk Aşyapar ve Onur Ak ile Ar – Ge Departmanı'ndan Fatih Gönül katıldılar.



Fuar süresince; T.C. Kültür ve Turizm Bakanı Sayın Mahir Ünal, T.C. Berlin Büyükelçisi Sayın H. Avni Karslıoğlu, Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürü Sayın İrfan Önal, Tanıtma Genel Müdür Yardımcısı Sayın Cengiz Aydın ve T.C. Berlin Kültür ve Tanıtma Müşaviri Dr. Tahsin Yılmaz, Antalya Belediye Başkanı Menderes Türel, Beyoğlu Belediye Başkanı Ahmet Misbah Demircan, DRV Başkanı Norbert Fiebig başta olmak üzere çok sayıda yetkili TÜRSAB standını ziyaret etmişlerdir.

ITB Berlin Fuarı kapsamında 09 Mart 2015 günü T.C. Kültür ve Turizm Bakanı Mahir Ünal, TÜRSAB Başkanı Başaran Ulusoy, DRV Alman Seyahat Acentaları Birliği Başkanı Norbert Fiebig, DRV CEO'su Dirk Inger ve T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürü İrfan Önal'ın katılımlarıyla özel bir görüşme gerçekleştirildi.

Aynı akşam ITB Berlin Turizm Fuarı T.C. Berlin Büyükelçiliği'nde T.C. Berlin Büyükelçisi Sayın Hüseyin Avni Karslıoğlu tarafından T.C. Kültür ve Turizm Bakanı Sayın Mahir Ünal onuruna bir resepsiyon verilmiştir. Resepsiyona TÜRSAB Başkanı Başaran Ulusoy, TÜRSAB Genel Sekreteri Çetin Gürcün ve TÜRSAB Yönetim Kurulu Üyesi Numan Olcar katılmıştır.



Fuarın ikinci günü Kültür ve Turizm Bakanı Mahir Ünal'ın katılımıyla gerçekleştirilen Türkiye basın toplantısına TÜRSAB Genel Sekreteri Çetin Gürcün ve TÜRSAB Yönetim Kurulu Üyesi Numan Olcar katılım gösterdiler.

11 Mart 2016 tarihinde DRV Alman Seyahat Acentaları Birliği CEO'su Dirk Inger ve Birliğimiz Yönetim Kurulu Üyesi Burak Tonbul; Başkan Danışmanı Aylin Özsaş, Kurumsal İlişkiler Direktörü Ela Atakan, Fuarlar Direktörleri Esra Tolgay ve Sevinç Divrikli ve Kurumsal İlişkiler Departmanından Gülberk Aşyapar'ın katılımlarıyla düzenlenen toplantıda bir araya gelerek, 26 – 30 Ekim 2016 tarihinde Kuşadası'nda düzenlenecek DRV Genel Kurulu ile ilgili görüşmeler gerçekleştirdiler.

Görüşmenin ardından DRV standı / Hol 10.1 Stand No 117'de TÜRSAB & DRV ortaklığında DRV –Kuşadası Genel Kurulu Lansmanı yapıldı. Lansmanda Alman Seyahat Acentaları Birliği (DRV) Başkan'ı Norbert Fiebig ve Türsab Yönetim Kurulu Üyesi Burak Tonbul birer konuşma yaparak katılımcılara hitap ettiler.



Fuar süresince; TÜRSAB standında ziyaretçilerle TÜRSAB ve Müze dergilerinin çeşitli sayıları, İstanbul Arkeoloji Müzesi ve İstanbul Shopping Fest Broşürleri, Travel Turkey İzmir 2015 Fuarı broşürleri, “Where Istanbul” dergisinin çeşitli sayıları ve Türkiye’deki tüm seyahat acentalarının sınıflandırılmış şekilde listesini barındıran TÜRSAB CD’leri paylaşıldı.

2016 YILI ALMANYA PAZAR BEKLENTİLERİ

- Alman ekonomisine ilişkin veriler pozitif seyrediyor. Ülkedeki işsizlik 1991’den bu yana en düşük seviyede, ekonomide büyüme beklentisi devam ediyor.
- Alman tatilcilerin genel ekonomik atmosferden olumlu etkilenmesi bekleniyor. FUR tarafından gerçekleştirilen Reiseanalyse Araştırması da tatil iştahının arttığını ortaya koyuyor.
- Ekonomideki büyümeye paralel biçimde artan Alman tüketicilerin tatil harcamalarının 2016 yılında da artması bekleniyor.
- Alman tüketicileri endişelendiren en önemli konuyu güvenlik sorunu oluşturuyor.
- Araştırmalar Almanların tatil iştahının yüksek olduğunu ortaya koysa da güvenlik endişesi nedeniyle henüz tercihini yapmamış çok önemli bir kitle bulunuyor.
- Görüştüğümüz Alman tur operatörü temsilcileri tatilini henüz satın almamış olan kesimin güvenlik endişesi ile “bekle-gör” yaklaşımı içinde olduğunu dile getiriyor.
- Türk turizmciler de 2016 yaz sezonuna yönelik düşük seyreden rezervasyonları arttırmak için çok sayıda görüşme gerçekleştirdi. Türk turizmcilerin beklentisi “son dakika rezervasyonlarının” artması yönünde. Ancak fuar sonrasında Türkiye’de gerçekleşen terör saldırıları bu beklentiye ilişkin umutları da azaltmış durumda.
- Terör sorunu sadece Türkiye’nin değil birçok ülkenin de gündemindeydi. Paris saldırıları sonrası Fransa’nın da fuara geçtiğimiz yıllara nazaran daha büyük bir stand ile katılım gösterdiği gözlemlendi.
- ITB Berlin Fuarı’nda en rahat stant İspanya idi. İspanyol turizmcilerle yaptığımız görüşmelerde talebin çok yüksek olduğu buna bağlı olarak dolulukların çok yüksek seyredeceğine ilişkin beklentinin hakim olduğu dile getirildi.
- Mülteci sorunu da Almanların yakından takip ettiği bir konu durumunda. Bu bağlamda yoğun mülteci akınına uğrayan Yunanistan da Alman tatilcilerden yeterli rezervasyonu alamamış durumda. Görüştüğümüz Yunan turizmciler son dakika beklentisi içinde idi.