

Kellemes Húsvéti Ünnepeket kívánunk!



TARTALOM

Külföldi Hírek

2. oldal

- Az ideális marketingeszköz
- Német állapot
- Spanyol fellendülés

3. oldal

- Rossz hír a vonatozóknak
- Törökország profitál

Külföldi Hírek



Az ideális marketingeszköz

A TikTok világszerte az egyik legnépszerűbb közösségi hálózattá vált, a platform lehetővé teszi a vállalatok számára, hogy másképp kommunikáljanak célközönségükkel. Az utazás, az öt legnépszerűbb téma egyike ezen a hálózaton, elkezdte kihasználni ezt a lehetőséget. Európában már 100 millió ember használja a rövid videók közzétételére szánt alkalmazást, amelynek olyan mértékű kihatása van a zeneiparra is, hogy elmondható, a felhasználók alakítják a mai toplistákat. Hatalmas piac, amelyet a turisztikai szakembereknek hiba lenne nem felfedezniük. "Ne reklámokat készíts, hanem TikTokokat" - szól a közösségi hálózat kereskedelmi ága, a TikTok For Business által szeptemberben indított új kampány. A márkák és a vállalatok számára új kommunikációs módot javasol. A Walnut Unlimited 2021-es tanulmánya szerint a platform felhasználóinak 77%-a állítja, hogy a TikTok-on látott tartalom inspirálta őket arra, hogy elutazzanak egy úticélra vagy vásároljanak egy utazással kapcsolatos terméket, 49%-uk pedig már foglalt is utazást vagy vásárolt terméket. A TikTok lehetővé teszi a fiatal ügyfélkör elérését, a felhasználók 42%-át a 15-24 éves korosztály teszi ki. Ezek az ügyfelek értékes célpontok a turisztikai szolgáltatók számára, mivel ők a jövő nyaralásra vágyó, menekülésre szomjazó fogyasztói.

Német állapot

Testvérszövetségünk, a DEHOGA 3106 vállalkozás válaszaiból állította össze az aktuális konjunktúra jelentését. Összességében a vendéglátás és szálláshely-szolgáltatás márciusban még mindig 27,5%-os forgalmi visszaeséstről számolnak be 2019 azonos hónapjához képest, a forgalomvisszaesés 18,7% volt a szabadidős célú vidéki szállodáknál, és 34,3% a városi szállodáknál. A válaszadók 29%-nál a forgalmi visszaesés 50% fölötti volt, ide tartoznak a klubok és diszkók (-50,3%), a rendezvény catering cégek (-55,6%) és a rendezvényterem üzemeltetők (-59,5%). A válaszadók mindössze 17%-a jelezte, hogy több volt a forgalma, mint 2019 márciusában. Negyedéves összesítésben a forgalmi visszaesés 34,9% volt, mindez a rendkívül erősen emelkedő energia-, élelmiszeralapanyag- és munkaerőköltségek mellett. Megváltozott az ágazat problématérképe, legnagyobb gondnak most a robbanásszerű energia áremelkedést tartják (85,5%), ezt követi a háború miatti élelmiszer áremelkedés (84,9%), és harmadik helyre fokozódott vissza a korona-válság körülményeinek köre (67,6%). A húsvétól várják némi fény megjelenését az alagút végén, hiszen a megkérdezettek 58,7%-a értékelte aktuális foglalásait kielégítőnek vagy annál jobbnak.





A képet alátámasztja az DeStatis februári adatközlése az ágazatról. A hónapban regisztrált 18,8 millió vendégéjszaka 161%-kal haladja meg a 2021 februárját, azaz több, mint 2,5-szeresére ugrott a forgalom, de ugye ott is tiltott volt a magán vendégforgalom a tavalyi év elején. 2020 februárjához képest ez a vendégéjszaka szám még 37,3%-kal alacsonyabb. A belföldi vendégéjszaka szám 153%-kal, a külföldi 226,4%-kal nőtt 2,6 millióra. 2020 februárjához képest a belföldi vendégéjszaka szám 33,2%-kal, a külföldi 54,9%-kal alacsonyabb. Egyedül a kempingek forgalma közelítette meg a 2020 februárját, ott az elmaradás mindössze 2,4% volt.

Spanyol fellendülés

A vártnál dinamikusabban alakult a turisztikai tevékenység Spanyolországban az első negyedévben, és az elkövetkező hónapokban tovább gyorsulhat az ukrajnai háború következményei ellenére - közölte az Exceltur. A Covid-19 járványhoz kapcsolódó két évnyi korlátozás után az utazási kedv erősebb volt, mint az Omicron-variánssal kapcsolatos félelmek vagy az ukrajnai orosz invázióból eredő biztonsági kérdések. A szövetség szerint, amely február közepe óta "erőteljes emelkedő tendenciáról" számol be a turisztikai eladások és foglalások terén, az év első három hónapjában a turisztikai ágazat által megtermelt bruttó hazai termék (GDP) bevallottan „csak” 15,8%-kal maradt el a 2019-es szinttől. A munkaadói társszövetség szerint a turizmus fellendülésének kilátásai biztatóak a második negyedévre, és különösen a húsvéti hosszúhétvégére, amely a spanyol turizmus szempontjából kulcsfontosságú időszak: az eladások ebben az időszakban elérhetik a 2019-es szint 90%-át - mondta. Autonóm közösségek szerint Extremadura (3,8%), Navarra (2,5%), Aragónia (2,3%), Castilla-La Mancha (2%) és Cantabria (0,6%) meghaladja majd a járvány előtti utolsó húsvéti időszak forgalmát. A listát Madrid zárja, még mindig -7,6%-kal. 2022 egészét tekintve a turizmus GDP-hez való hozzájárulásának el kell érnie a 141,7 milliárd eurót. Ez a szám valamivel alacsonyabb, mint a 2019-es (155 milliárd), de 2020-hoz (52 milliárd) és 2021-hez (88 milliárd) képest meredeken emelkedik. Az ukrajnai háború egyelőre csak marginális hatással volt az eladásokra és a foglalásokra: Az Exceltur szerint az Oroszországból és Ukrajnából érkező turisták a spanyolországi turizmus alig 1,3%-át teszi ki, és számuk már a világjárvány miatt is jelentősen visszaesett. A szervezet szerint a turisztikai ágazatnak viszont erősen meg kell szenvednie a konfliktus által súlyosbított, felszálló árakat. Ez az árresek erős romlásához vezet, és gyengíti a turizmus fellendülését.



Rossz hír a vonatozóknak

Az orosz állami vasúttársaság nem tudta teljesíteni esedékes kamat kötelezettségét, így megkezdődött a vele szembeni fizetéseképtelenségi eljárás az erre szakosodott nemzetközi szervezetnél, az ISDA-nál. Így valószínűleg nem érdemes hosszabb vasúti turisztikai programot szervezni a közeljövőben Oroszországba.



Törökország profitál

A GlobalData felmérése arra utal, hogy Törökország profitálhat a megélhetési válság miatt növekvő költségtudatos utazók számának növekedéséből. Az utazók bizalma újabb csapást szenvedett az Európaszerte emelkedő megélhetési költségek közepette, Törökország 2022-ben a költségtudatos utazók kedvenc úticéljává válik. Az országban viszonylag alacsonyak a célállomáson belüli kiadások, annak ellenére, hogy a beutazó turisták átlagos tartózkodási ideje (9,7 nap) 2021-ben a második leghosszabb volt Európában. Az olyan népszerű szabadidős úti célok, mint Spanyolország és Portugália átlagos költségéhez képest az utazók potenciálisan 230 és 770 dollár közötti összeget takaríthatnak meg utazásonként, ha ezen úticélok helyett Törökországba utaznak. A GlobalData 2021. harmadik

negyedévi globális fogyasztói felmérésében a válaszadók 58%-a mondta, hogy a költségek kulcsfontosságú befolyásoló tényezőt jelentenek az utazás lefoglalásakor, így ez a vezető ösztönző tényező a nyaralás lefoglalásához. Bár az átlagos kiadások az infláció miatt idén valószínűleg emelkedni fognak ezen desztinációban is, ha összehasonlítjuk az átlagos kiadásokat Európa számos más vezető úti céljával, akkor még mindig lényegesen alacsonyabbak lesznek. A különbség még nőhet is, tekintettel a sok nyugat-európai országot sújtó gazdasági nehézségekre. Sok utazónak idén fájni fog a megélhetési költségek emelkedése, illetve a magas üzemanyag- és energiaárak. Európa több vezető utazásszervezője szerint azonban az utazási ágazatban a felhalmozott kereslet továbbra is növekszik. Ennek eredményeképpen az utazási cégek a jelek szerint bizakodóbbak Törökországgal kapcsolatban, mint a világjárvány idején bármikor, és egyes utazásszervezők a 2019-eshez hasonló kapacitászintekről számolnak be. Az euró és a font sterling továbbra is erős a török lírával szemben, ami szintén kulcsfontosságú tényező lehet. A nagy felhalmozott kereslet miatt sok magánszemély, pár és család keres majd idén nyáron kedvező ajánlatokat.