



Alemania

## Información para la prensa

### Pernoctaciones de extranjeros en Alemania en febrero de 2007

### Importante crecimiento del turismo receptivo para Alemania como país de vacaciones

### Buena base para la temporada 2007

Tras un buen inicio en el año 2007 con un aumento del 5,8 por ciento en las pernoctaciones de turistas extranjeros en comparación con el año anterior, febrero también trajo crecimiento para Alemania como país de vacaciones: los establecimientos hoteleros de más de nueve camas registraron alrededor de 3,4 millones de pernoctaciones de turistas extranjeros, lo que supone un cinco por ciento más que en febrero de 2006.

*3,4 millones de pernoctaciones de extranjeros*

Petra Hedorfer, presidenta de la Oficina Nacional de Turismo de Alemania (DZT) celebra estos resultados: "Con un aumento total del 5,4 por ciento en los dos primeros meses del año 2007, contamos con un buena base para lograr nuestro objetivo anual: esperamos tener un crecimiento de hasta un cinco por ciento en las pernoctaciones internacionales en el año 2007".

*Buen comienzo en 2007 con un aumento del 5,4 por ciento*

El campeonato mundial de balonmano en los meses de enero y febrero de 2007 en Alemania, ha supuesto aumentos por encima de la media en Sachsen-Anhalt (11,6 por ciento) y Schleswig-Holstein (en total 10,9 por ciento), mientras que en el Sarre el aumento de la cifra de visitantes en febrero se debe al nombramiento "Capital cultural de Europa 2007, Luxemburgo y la Gran Región". La gran oferta de eventos para los amantes de la cultura en la Gran Región de Luxemburgo, el Sarre, Lothringen, Renania-

*Eventos deportivos y culturales atraen un gran flujo de visitantes*



## Alemania

Palatinado y Valonia en el año 2007 ha contribuido en enero y febrero a un crecimiento de la cifra de pernoctaciones de visitantes extranjeros de un 35 por ciento, hasta alcanzar los 42.490 en el Sarre.

Baviera, que tradicionalmente es el estado federado preferido con diferencia por los visitantes extranjeros, registró en los dos primeros meses de 2007 un aumento del 11,1 por ciento, hasta alcanzar 1,5 millones de pernoctaciones. También Berlín con un 14,9 y Brandeburgo con un 23,3 por ciento superan la media alemana. Turingia se recupera de una situación negativa en el mismo periodo del año anterior, y alcanza un 22,4 por ciento en enero y febrero de 2007.

Los turistas extranjeros suelen preferir las grandes ciudades, con sus interesantes ofertas de compras y eventos. Berlín y Munich empatan con un 15 por ciento de aumento en los dos primeros meses de 2007; en este mismo periodo ambas ciudades se ven superadas por Dresde, con un 21,9 por ciento de aumento.

Las delegaciones regionales de la ONAT arrojan en general un balance positivo en los dos primeros meses del año 2007. El mayor aumento se registra en el norte de Europa con un porcentaje del 13,7. El sureste también arroja cifras muy positivas: el aumento del 9,9 por ciento se debe entre otros a los mercados emergentes de Eslovenia (78,2 por ciento más) y la República de Eslovaquia (35,9 por ciento).

El suroeste de Europa, con mercados situados entre los diez primeros clientes de Alemania, como Italia, Suiza, Francia y España, también han tenido un buen arranque en la temporada turística 2007: el aumento total es del 7,9 por ciento. Italia contribuyó con un crecimiento del 5 por ciento, Suiza con un 11,1, por su parte Francia con un 7 y España con un 10,2 por ciento.

La contribución de los viajes de negocios a Alemania al aumento de las pernoctaciones de visitantes extranjeros es muy importante: en el año 2006 se contabilizaron 9,7 millones de estos viajes con pernoctación de viajeros europeos; en el año 2005 hubo 1,4 millones de viajes de negocios de ultramar. Esto ha hecho que Alemania gane una gran cuota en el mercado internacional

*Berlín, Munich y  
Dresde son los  
destinos preferidos*

*Crecimiento de  
Europa del Este*

*Buen aumento de los  
grandes mercados  
del suroeste de  
Europa*

*Los viajes de  
negocios  
contribuyen a  
aumentar el  
incomin*



## Alemania

de los viajes de negocios y se coloque en cabeza: a nivel mundial es el país ferial número uno y a nivel europeo, el primero como sede de conferencias y congresos.

La evolución de los viajes de negocios en 2006 en Europa ha sido especialmente dinámica: aumentaron en un 17 por ciento hasta alcanzar 9,7 millones, siendo la cuota del turismo de Alemania del 29 por ciento. Casi la mitad de los viajes de negocios de europeos a Alemania tiene carácter promocional: participación en conferencias, congresos y seminarios, ferias y exposiciones además de viajes de incentivo. "Se nos brinda una gran oportunidad: la oferta de Alemania para ferias y congresos va desde pequeñas y pintorescas ciudades en los más variados paisajes hasta las grandes metrópolis con un rico calendario de eventos y cultura. Esto hace que podamos mantener y progresar en nuestra posición puntera en el ámbito de los viajes promocionales", manifiesta Petra Hedorfer.

*La oferta de ciudades de Alemania puede aumentar los viajes promocionales*