



## Nota de Prensa

### La DZT presenta el resultado positivo en la balanza de pagos alemana

#### El Mundial de Fútbol aporta un resultado eficaz – El crecimiento anual de Alemania es muy superior a la media mundial

Con un crecimiento del diez por ciento en las llegadas y pernoctaciones, Alemania se convierte en el año 2006 en la campeona del mundo. Con un aumento de más de 4,7 millones de pernoctaciones de extranjeros, Alemania crece como destino turístico el doble de rápido que la cifra mundial (4,5 por ciento) y la media europea (3,9 por ciento).

Los viajes provenientes del Reino Unido hacia Alemania aumentaron, por ejemplo, un 12 por ciento, mientras que los viajes al extranjero en el mercado global sólo han crecido en total un uno por ciento. El número de visitantes de Holanda se incrementó cinco veces más que la cifra total de viajes al extranjero de los mercados correspondientes. En los casos de Dinamarca y Austria, los viajes a Alemania estuvieron, respectivamente, un 3 y un 4 por ciento por encima de los viajes a los demás países extranjeros.

De España se registraron durante el año 2006 aproximadamente 1,57 millones de pernoctaciones. Esto se corresponde con un incremento del 7,5 % frente a 2005. Con ello, el crecimiento de las pernoctaciones continuó su tendencia al alza durante el año del mundial de fútbol y confirma la tendencia de los últimos años (1996-2006: +130 % de pernoctaciones provenientes de España). Gracias a los buenos resultados del equipo portugués, las pernoctaciones de Portugal crecieron un 43,7%, alcanzando la cifra de 318.936.

"Nos alegramos de que Alemania pueda seguir ganando cuota de mercado en la dura competencia global de los destinos turísticos. Esto demuestra que la mejora en la imagen como destino turístico de Alemania que se ha producido por el campeonato del mundo de fútbol ya he tenido efecto en los meses pasa-dos", es el balance de Petra Hedorfer, presidenta del Consejo de



## Alemania

Administración de la Oficina Nacional Alemana de Turismo (DZT). De la misma forma, este desarrollo positivo se reproduce igualmente en la economía alemana: en el año 2006 solamente los ingresos crecieron más de un doce por ciento (2.700 millones de euros), llegándose a los 26.200 millones de euros. De esta manera, el turismo alemán se convierte en uno de los más importantes artículos de exportación y en una de las fuerzas propulsoras de la economía. La demanda de viajes de empresa ha tenido un especial repunte en Europa hacia Alemania: según los últimos datos de la DZT y la consultora IPK International, a lo largo de 2006 se ha podido alcanzar un crecimiento del 17 por ciento, llegando, así, a 9,7 millones de incrementos. Los viajes de promoción de negocios (ferias, congresos y jornadas) e incentivos alcanzan una cuota de mercado del 46 por ciento frente a los tradicionales viajes de negocios. Su importancia siguió aumentando el año pasado: la cifra de viajes en este segmento creció un 13 por ciento.

También desde la perspectiva de los viajes de vacaciones ha detectado la DZT un crecimiento dentro del turismo de Alemania. Los viajes cortos aumentaron un once por ciento, y la cifra de los viajes más largos mejoró en un tres por ciento. De ello se deduce un crecimiento global del seis por ciento. Los viajes urbanos son uno de los puntos destacados en el mercado de las estancias cortas desde el extranjero. Éstos crecieron alrededor de un doce por ciento desde Europa. En el año 2006 las grandes ciudades han visto aumentar sus ingresos: las ciudades con más de 100.000 habitantes registraron un incremento del 12,7 por ciento en pernoctaciones de visitantes del extranjero, mientras que en las ciudades de entre 50.000 y 100.000 habitantes se situó el crecimiento en un 9,1 por ciento. Las ciudades con entre 20.000 y 50.000 habitantes alcanzaron un repunte del 6,9 por ciento. En primer lugar se sitúa Berlín, con seis millones de pernoctaciones de visitantes extranjeros en el año 2006; seguida de Munich, con unos 4,2 millones; y Francfort/Meno, con alrededor de 2,5 millones. Si sumamos los porcentajes de las pernoctaciones totales procedentes del extranjero, éstas serían las ciudades y sus posiciones: Francfort llega al nivel de las grandes ciudades, generando un 50% de pernoctaciones provenientes del extranjero; mientras que Munich, con un 47%, alcanzaría el segundo puesto; y Düsseldorf, con el 41%, le seguiría en el tercer puesto.

Con un millón de viajes de vacaciones hacia la costa o los lagos, y aproximadamente 300.000 viajes de salud, las áreas turísticas han continuado consolidando en el año 2006 su posición entre los extranjeros que visitan Alemania.