Туризм в Германии

Туризм в Германии обеспечивает 8 процентов внутреннего валового продукта страны. Непосредственно в туристической сфере почти 3 миллиона рабочих мест. Наряду с торговлей это - самый крупный сектор в сфере услуг. Здесь действуют в основном предприятия малого и среднего бизнеса, что открывает широкие возможности для начинающих предпринимателей.

Ежегодно Германию посещают около 18 млн. туристов, каждый из которых проводит в гостинице не менее двух ночей. Наиболее активно отдыхают в Германии голландцы, американцы и англичане. Самыми популярные среди зарубежных туристов немецкие города - Берлин, Мюнхен, Гамбург и Баден-Баден. Отрасль туризма занимает второе место после автомобилестроения. В среднем от 2 до 3 процентов чистого оборота туризма (без налога на добавленную стоимость) поступают в виде налога на промысел, поземельного налога, а также части поступлений от налога на зарплаты и прибыль в кассы коммун.

Следует отметить, что Германия становится все более популярным туристским направлением.

Можно выделить следующие основные факторы, которые привлекают туристов в страну:

1. Высокая концентрация исторических и культурных достопримечательностей;

2. Упрощенный визовый режим (возможность широкого спектра комплексных туров);

3. Высокий уровень сервиса.

Концепция развития национальной туристической отрасли базируется на 4-х «китах»: «Культурный туризм», «Агротуризм», «Событийный туризм», «Интернет-технологии».

Путешествия в первых веках нашей эры и в период средневековья

Первенство освоения и изучения северных земель принадлежит норманнам. Начиная с IX в. они осваивали побережье Балтийского моря, заходили в Рижский и Финский заливы, по древнерусским торговым путям пробирались до Черного моря, а затем в Византию. Восточными славянами был освоен знаменитый торговый путь «из варяг в греки», соединявший Черное и Балтийское моря.

Эпоха Ренессанса

Эпоха Ренессанса и Просвещения ослабевает религиозные мотивы и усиливает индивидуальный характер и образовательную направленность поездок. Представители привелигерованных классов совершали в средние века путешествия к целебным источникам. Молодые дворяне нередко оправлялись в своеобразный "гран-тур" по Европе, прежде чем вступить на поприще профессиональной или политической деятельности. В Англии, например, маршрут такого путешествия начинался в Лондоне, вел во Францию с длительным пребыванием в Париже, затем - в Италию: Генуя, Милан, Флоренция, Рим. Обратный путь пролегал через Швейцарию, Германию, Нидерланды.

Развитие туризма в XVIII - XIX вв.

Научно-технический прогресс и социальная борьба трудящихся, а также растущее благосостояние общества обусловили постепенное уменьшение рабочего времени в пользу свободного: введение гарантированных неоплачиваемых, а впоследствии и оплачиваемых отпусков (В Германии, например, впервые отпуска были установлены законом о государственных служащих 1873г.).

Повышение качества и надежности транспортных перевозок в совокупности с их удешевлением, а так же постепенное сокращение рабочего времени обусловили существенное увеличение потоков путешествующих. Соответственно возникли первые предприятия, специализировавшиеся на обслуживании временных посетителей. На смену скромным пансионам и "комнатам для госте" в домах священнослужителей, в монастырях и религиозных миссиях приходят первые гостиницы. В 1801г. в Германии открывается первоклассная гостиница "Бадише Хоф" в Баден-Бадене. В Германии на рубеже 18-19 веков возникают первые курорты минеральных вод - в Хайлигендаммене, Нордернее, Травемюнде.

Исторические вехи туризма XX в.

Начало XX в. связано с возникновением и развитием разных видов транспорта. Создание в 1769 г. немецкими изобретателями Г. Даймлером и К. Бенцем автомобиля с двигателем внутреннего сгорания дало человечеству быстрый и комфортный способ передвижения.

В Германии первое бюро путешествий - "Райзебюро Штанген" - было основано в Бреслау в 1863г. Фирма имела тесные контакты с пароходными компаниями и в начале ХХ века активно рекламировала и продавала морские круизные увеселительные поездки. В Германии конца ХIХ - начала ХХ веков дальние туристические поездки могли себе позволить еще немногие. Тем не менее постепенно путешествия становятся доступны среднему классу. Среди чиновников и служащих в этот период широкое распространение получил летний выезд на дачи (Sommerfrische). Дача находилась, как правило, недалеко от города, основным видом используемого дачниками транспорта была железная дорога, размещение отличалось скромностью и чинностью. Дачный сезон длился в обеспеченных семьях с конца июнь до начала сентября. Для бюджета семей мелких чиновников и рабочих дачи стали доступными лишь в конце 20-х гг. нашего века.

Первая мировая война, экономическая депрессия 30-х гг., зарождение и распространение фашизма оказали отрицательное влияние на развитие туризма. К концу 30-х гг. фашистские режимы утвердились в Италии, Германии, Португалии, Испании и ряде стран Восточной Европы.

Перед второй мировой войной возрастает количество морских перевозок. В Германии импульс развитию массового туризма дал, как ни странно, национал-социализм. Осуществляя идею "единства нации", руководство страны стимулировало массовый организованный туризм с целью отдыха, причем эту деятельность направляла специальная организация национал социализма "Сила через радость" (Kraft durch Freude). В 1933г. был основан имперский комитет по туризму, который подчинялся министру просвещения и пропаганды. Общую идеологическую установку в этой области сформулировал лично А.Гитлер: "Я хочу, чтобы рабочему был обеспечен достаточный отпуск и чтобы этот отпуск, а также свободное время в целом стали настоящим отдыхом для него. Я желаю этого, потому что я хочу иметь народ с сильными нервами, так как только с таким народом можно делать большую политику." История уже вынесла обвинительный вердикт "большой политике" Гитлера, а для нас в данном случае интересен тот факт, что нацистский режим уделял столь большое внимание организации массового отдыха трудящихся и вовлекал в туризм все новые слои населения, расширяя тем самым его социальную базу. Германское государство оказывало содействие в организации групповых поездок на отдых - круизов, железнодорожных туров, туристических походов. Умеренные цены способствовали первому "туристическому буму" в Германии: число туристических поездок возросло с 2,3 млн. в 1934г. до 5 млн. в 1935г., 9,6 млн. - в 1937г. 10,3 млн. - в 1938г.

Бурное развитие туризма в Германии началось после Второй мировой войны. Вся существующая на сегодняшний день система была создана фактически из ничего в течение нескольких десятилетий, и в настоящий момент находится на высоком современном уровне и продолжает прогрессировать. На сегодняшний день все маленькие фирмы, которые существовали изначально, концентрируются вокруг нескольких мощных объединений.

В Германии не существует отдельного министерства или департамента по туризму, поскольку это не та страна, которая охотно посещается туристами, как Италия или Испания. В большей степени здесь развит транзитный и выездной туризм. Можно сказать, что она являемся одной из ведущих стран мира в области выездного туризма. Поэтому вся туристическая система принадлежит министерству экономики. В Германии существует Федеральный туристический союз, представители этого союза работают в парламенте, и есть Национальный совет по туризму, который входит в министерство экономики. Таким образом, существует достаточно рычагов, чтобы лоббировать интересы туризма на всех уровнях.

Весь немецкий выездной туризм – это частная собственность. Но государство выделяет определенные суммы для поддержания въездного туризма.

В последние сезоны немцы в основном посещают Испанию, Турцию, Таиланд. Существует интересная особенность немецкого менталитета: если так случается, что житель Германии два года подряд не проводит отпуск за границей, то на третий год он выезжает обязательно.

Другая важная особенность - это однодневные поездки, которые являются главным фактором путешествий в Германии. Институт изучения немецкой экономики при Мюнхенском университете вычислил, что в 2002 году было совершено 2,3 миллиарда однодневных поездок (без ночевок), которые были совершены немцами по делам или в частном порядке. Из этого количества 2,1 млрд. поездок было совершено внутри страны.

Туристский рынок становится зеркалом рынка труда и уровня доходов. Можно констатировать неравномерное распределение шансов на отпуск. Намечается поляризация между мобильными и немобильными группами населения. Тот, кто не имеет работы или мало зарабатывает, теряет мобильность. Действует правило: работа, доходы и уровень образования решающим образом определяют, есть ли у человека возможность ездить в отпуск.

Самыми дешевыми поездками в Германии остаются путешествия внутри страны. Тот, кто зарабатывает немного, отдыхает на родине. Это касается, в частности, семей безработных, которых особенно много среди отдыхающих в Германии. Отпуск на крестьянском дворе или в кемпинге - дешевая альтернатива, которой охотно пользуются в первую очередь многодетные семьи, чьи доходы особенно ограничены.

Города Берлин, Гамбург, Бремен и Баден-Баден – участвуют в развитии городского туризма и могут похвастаться неплохими показателями. В городах отмечается рост числа, как деловых поездок, так и немецких и иностранных туристов, которых привлекают мюзиклы, культурные события типа крупных межрегиональных выставок или спортивные мероприятия. Города, в течение многих лет лидирующие в немецкой статистике туризма, благодаря многообразному ассортименту услуг и большому числу мероприятий, привлекают все больше посетителей, желающих совершить экскурсию, с интересом провести выходные дни или небольшой отпуск. Отмечаемая повсеместно тенденция к коротким отпускам делает городской туризм еще более популярным.

Вопреки тенденции к рачительному расходованию денег немецкие граждане готовы в особых случаях на более высокие расходы. Тем не менее, во времена сокращения доходов населения многие граждане стремятся совершать более короткие поездки и тратить меньшее количество денег, что ведет к снижению оборота в гастрономической отрасли и объясняет во многих местах усиление спроса на квартиры для отдыхающих и недорогие пансионы.

Заключение

У многих исторически сложился образ Германии как страны, чрезвычайно насыщенной промышленностью: заводы, шахты, дым, загазованность, страны, где работают, а не отдыхают. И хотя сегодняшняя Германия - это страна, где практически отсутствуют металлургия и другие загрязняющие отрасли промышленности, страна с прекрасной экологией, чистым воздухом и прозрачными реками, однако, должно пройти определенное время, чтобы в сознании большинства людей закрепился образ иной Германии.