



ВСЕРОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ
ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

Анализ рынка туристических услуг Германии

возможности продвижения услуг российских экспортеров



Москва

2021

Содержание

1. Общая информация о рынке туристических услуг Германии	3
<i>Характеристика рынка</i>	3
<i>Тенденции на рынке</i>	3
<i>Конкурентный анализ рынка</i>	4
<i>Конкурентные преимущества России</i>	5
<i>Характеристика потребительского рынка</i>	6
2. Проблемы входа на рынок для российских компаний	8
3. Возможности продвижения	9
Продвижение туристических услуг через цифровые платформы	10
Возможности участия в профильных мероприятиях	11
Бизнес-нетворкинг	11
Ответственный туризм	12
4. Рекомендации для российских компаний по продвижению услуг	12
Адресная книга	14

1. Общая информация о рынке туристических услуг Германии

Характеристика рынка

В 2019 году Германия стала лидером по объему выездного туризма среди стран ЕС – 99,5 млн поездок.¹ 72% граждан Германии предпочитают выездной туризм, 28% – внутренний.²

По сравнению с другими европейцами граждане Германии предпочитают выездной туризм внутреннему.

При этом немецкие туристы потратили 99,5 млн евро на выездные поездки в 2019 году, для сравнения, французские путешественники заняли второе место – примерно 30 млн евро. По другим оценкам, общий объем расходов туристов из Германии в 2019 г. составил 82,7 млрд евро, а в 2020 г. – 38,5 млрд евро³. Средний бюджет на туризм снизился по сравнению с прошлым годом с 2467 евро в 2019 году до 1583 евро в 2020 году. В 2019 году средние расходы на поездки составили 1033 евро, хотя для дальних расстояний этот показатель будет выше.⁴ В 2018 г. расходы туристов из Германии составили 95,6 млрд долл. США (для сравнения показатель составляет 277 млрд долл. США для туристов из Китая, 144,5 млрд. долл. США – для США).

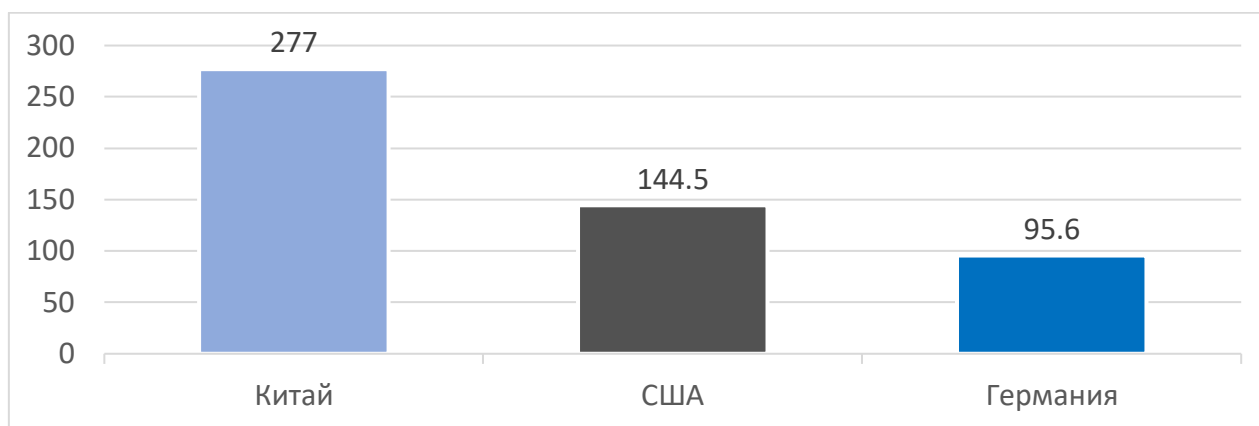


Рисунок 1 - Расходы туристов из Китая, США и Германии, млрд долл. США, 2018 г.
Источник: составлено по данным Всемирной туристической организации (UNWTO).

Популярными туристическими направлениями для граждан Германии в 2019 г. были Испания, Италия и Балтийское море, причем Балтийское море было самым популярным местом в 2020 году.⁵ Другими наиболее часто выбираемыми направлениями среди немецких туристов являются Австрия, Нидерланды, Франция, Турция.

NB! Российские туристические фирмы конкурируют с популярными европейскими туристическими дестинациями (например, с Италией, Испанией, Францией), а также с Турцией.

Тенденции на рынке

1. Германия является одним из самых больших рынков среди стран ЕС по объему выездного туризма;
2. В пост-ковидный период пляжный и природный туризм будут наиболее предпочтительными видами туризма, вместе с тем немецкие туристы будут

¹ <https://www.statista.com/statistics/710474/number-of-outbound-trips-in-the-european-union-by-country/>

² <https://info.advertising.expedia.com/european-travel-and-tourism-trends-for-german-british-french-travellers>

³ <https://www.statista.com/statistics/561021/spending-earnings-german-tourists-abroad/>

⁴ <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/trade-statistics>

⁵ <https://www.statista.com/statistics/557974/vacation-destinations-german-tourists/>

уделять больше внимания на обеспечение безопасности здоровья в туристических дестинациях;

3. Наиболее эффективным инструментом для продвижения туристических услуг являются онлайн-инструменты. При этом предпочтительными критериями маркетинговых и рекламных сообщений остаются информативность, достоверность и привлекательная картинка.

Конкурентный анализ рынка

Несмотря на то, что большинство немцев планируют путешествовать внутри страны в 2021 г., самыми популярными направлениями для заграничного туризма являются Австрия (как приграничное государство, где немецкий язык является официальным), Испания и Италия⁶. Рассмотрим примеры Испании и Италии.



1. Испания

По данным Испанского Института статистики, количество туристов из Германии в 2020 г. составило более 700 тыс. человек. При этом самыми популярными местами для отдыха в Испании стали Балеарские и Канарские острова⁷. Основными причинами, по которым немецкие туристы выбирают Испанию, являются:

1) **Пляжный отдых.** В Испании расположено более 600 пляжей, отмеченных голубым флагом. Они простираются по Средиземноморью и по атлантическому побережью. Немецкие туристы предпочитают пляжный отдых, поэтому чаще всего выбирают отели на побережье. В том числе для них это способ компенсировать недостаток солнца, так как солнечных дней в Испании почти в два раза больше, чем в Германии – более 280 дней в году по сравнению со 158 днями.

2) **Культурное наследие.** Немецкие туристы известны склонностью к посещению городов с богатым культурным наследием – Рим, Вена, Париж, Прага и др. Испания занимает третье место в мире по количеству объектов всемирного наследия ЮНЕСКО. К ним относятся как городские достопримечательности, так и природные объекты, например острова Ла-Пальма и Ла-Гомера, ледниковые долины Сомьедо и Редес в Астурии, пустынные пейзажи Кабо-де-Гата в Альмерии, а также заливы и рiasы, как дельта Эбро.

NB! Россия богата национальными парками и необычными природными объектами, поэтому экспортерам необходимо развивать продвижение посещения таких объектов.

3) **Круизный отдых.** Более 2,5 млн немецких туристов отправилось в круиз в 2019 г. При этом Барселона является одним из главных круизных портов в мире благодаря удачному расположению – у туристов есть возможность посетить Европу, Африку и даже побывать в круизе через Атлантику.

4) **Горнолыжный отдых.** Немецкие туристы в том числе сторонники отдыха на горнолыжных курортах. Испания имеет ряд известных горнолыжных курортов, например Сьерра Невада, Формигаль, Бакейра-Берет и др., которые привлекают немецких туристов, отправляющихся туда, чтобы разнообразить привычный отдых на альпийских курортах.



2. Италия

⁶ <https://www.statista.com/statistics/561363/germans-travel-destination-plans/>

⁷ <https://www.schengenvisa.info.com/news/spains-tourism-increases-by-78-this-year-compared-to-2020-most-tourists-coming-from-germany-france-uk/>

1) Близкое расположение. Удобство путешествий в Италию для немецких туристов заключается в том, что близкое расположение стран друг к другу позволяет немецким туристам миновать необходимость авиаперелетов или существенно на них сэкономить. Это выгодно для туристов, поскольку авиабилеты в Италию стоят дороже ввиду популярности страны как места для отдыха. Немецкие туристы могут воспользоваться ж/д транспортом или собственными автомобилями. Путь из Берлина в Рим составляет 1376 км и займет около 15 ч. на автомобиле.

2) Культурное наследие. Италия занимает первое место в мире по объектам всемирного наследия ЮНЕСКО – на территории страны расположено 58 объектов. Основными достопримечательностями, которые привлекают туристов, являются археологические раскопки Помпеи, Геркуланума и Торре Аннунциата, побережье Амальфи и Эолийские острова, Доломиты, Феррара и дельта реки По, исторические центры Сан-Джиминьяно, Флоренции и Рима и др.

3) Пляжный отдых. Немецкие туристы ввиду нехватки солнца предпочитают отправляться на курорты Средиземноморья. В Италии расположено более 400 пляжей, отмеченных голубым флагом, а количество солнечных часов на юге Италии около 2500 в год.

4) Гастрономический туризм. По данным TorusimReview⁸, 62% туристов, посещающих Италию, при планировании путешествия обязательно включают гастрономический аспект. При этом наиболее популярными направлениями являются Сицилия, Тоскана, Пьемонт и Эмилия-Романья. Туристы предпочитают посещать рынки, исторические рестораны и бары, фермы и винодельни. Особенно среди немецких туристов популярен север Италии ввиду близости к Германии и посещением виноделен.

Конкурентные преимущества России

Российские поставщики туристических услуг пользуются следующими конкурентными преимуществами или имеют потенциал для развития в следующих направлениях.

1) Возможности для активного отдыха и экотуризма. Ввиду того, что активный отдых и экотуризм пользуются популярностью у немецких туристов, необходимо обратить внимание на то, что Россия богата возможностями для активного отдыха, национальными парками и разнообразием природы.

NB! Российским экспортерам стоит обратить внимание на развитие глэмпинга, сплавов по рекам Алтайского края и Урала, туризма по первозданной природе Камчатского края. Помимо этого, стоит добавлять элементы экологичности в классические экскурсии – можно развивать систему веломаршрутов по городам, как в Москве.

2) Разнообразие культур. Россия является многонациональной страной, поэтому немецкие туристы могут познакомиться с культурой, традициями и местной кухней различных народов при посещении только одной страны. Так, существует возможность познакомиться с культурой кавказских народов в поездках по Кабардино-Балкарии, Адыгее, Дагестану, с культурой татар при посещении Казани, а познакомиться с народами севера можно в поездке в Якутию.

NB! Российским экспортерам следует развивать направление регионального культурного и гастрономического туризма.

⁸ <https://www.tourism-review.com/gastro-tourism-in-italy-still-very-attractive-news10928>

3) Сезоны приезда. Немецкие туристы в равной степени предпочитают пляжный отдых и отдых на горнолыжных курортах. В России для пляжного отдыха туристам можно предложить курорты Краснодарского края и Крыма, которые отличаются разнообразием пляжей и климатом. Также зимой существует возможность отдыха на горнолыжных курортах Краснодарского края, Приэльбрусья, Алтайского края и др.

NB! Российские экспортеры в зависимости от сезона могут делать специальные предложения на туры для немецких туристов. Туристическим локациям следует развивать доступность инфраструктуры для немецких туристов с помощью размещения информации и организации экскурсий на немецком языке.

4) Близкое расстояние. Время перелета между Берлином и Москвой составляет 2 ч. 40 мин. Ввиду этого возможно предлагать немецким туристам в том числе короткие туры по России или туры выходного дня.

NB! Российским экспортерам стоит расширить предложение коротких туров и туров выходного дня, а также разработать специальные предложения на такие туры для немецких туристов.

Характеристика потребительского рынка

При выборе направления немецкие туристы доверяют преимущественно информативной рекламе (51%), рекламе с привлекательной картинкой (48%), в меньшей степени рекламе, которая содержит полезные отзывы (32%)⁹. 49% немцев доверяют онлайн-рекомендациям других путешественников по выбору жилья.¹⁰

91% путешественников из Германии любят посещать исторические памятники и замки, 34% отдают предпочтение дегустационным турам и покупке региональных продуктов, а 30% - езде на велосипедах по небольшим дорогам или на природе. Пляжный отдых является популярным видом туризма, причем предпочтение отдается пляжам, сохранившим свою дикую природу.¹¹

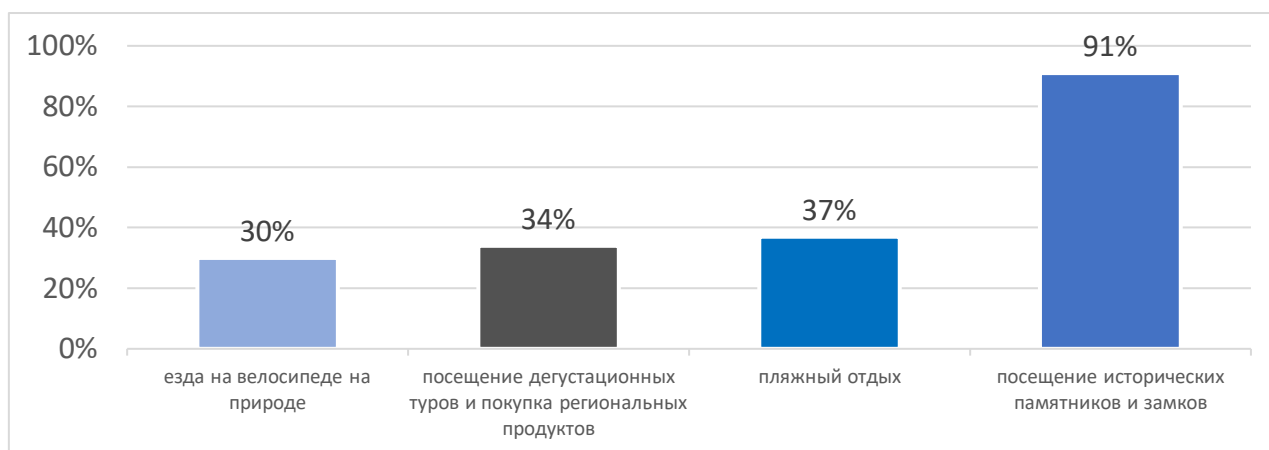


Рисунок 2 – Туристические предпочтения по видам активностей.
Источник: составлено по данным исследования Opinion Way Institute.

⁹https://info.advertising.expedia.com/hubfs/2018_LP_ASSETS/images/Rebrand-2018/European_Travel_Trends_2017_LookInside3.png

¹⁰<https://ftnnews.com/tours/41207-german-travel-trends-2020-2021>

¹¹<https://www.thedubrovniktimes.com/news/croatia/item/10847-trends-of-german-travellers-in-2021-safety-and-hygiene-measures-are-basic-prerequisites-for-travel>

¹¹ <https://pxcom.media/en/blog/german-travelers/>

NB! Российским туристическим компаниям стоит рассмотреть возможность формирования туров, включающих в себя различные активности: авторские экскурсии по историческим памятникам, вело-маршруты в национальных парках и заповедниках, дегустационные туры местной кухни.

Реклама туристического продукта должна содержать достоверную и полную информацию (например, о стоимости, продолжительности экскурсии, удаленности достопримечательности от города) и сопровождаться красочными фото и видеоматериалами на немецком языке.

Туристы из Германии предпочитают отели в качестве мест размещения (63% бронирований), при этом в отелях самым важным критерием является размер шведского стола - 81%. Важными критериями являются наличие побережья или, по крайней мере, доступ к бассейну (49%) и сопутствующие услуги (40%), предпочтительно доступные на немецком языке.¹²

Немецкие путешественники предпочитают активный отдых (например, прогулки), 37% предпочитают отдых на солнце и на пляже, 36% собираются посетить друзей и родственников и 30% предпочитают природный туризм.¹³

Komoot, например, немецкий веб-сайт по планированию мероприятий на свежем воздухе, зарегистрировал 8,5 миллиона посещений в июле 2020 года по сравнению с менее чем половиной (около четырех миллионов) в июле 2019 года.¹⁴ Как правило, немецкие туристы, предпочитающие природный туризм, выбирают такие направления, как Китай и Таиланд. Туристы, предпочитающие отдых класса «люкс», выбирают Египет, Тунис, Турцию, Таиланд. Для участия в местных культурных мероприятиях немцы предпочитают места на Ближнем Востоке, в Марокко, Намибии и Кении.¹⁵

NB! Наблюдается тенденция роста интереса немецких туристов к отдыху на природе (экотуризму).

По данным ЕУ, туристы из Германии при выборе тура учитывают соотношение цены и качества, отсутствие военных действий и угрозы террористических атак, наличие интернета, безвизовый режим.¹⁶

В 2019 г. 55,2 млн туристов из Германии выбрали отдых с продолжительностью от 5 и более дней (общее количество поездок за год – 70,8 млн), 35,8 млн предпочли короткие поездки на 2-4 дня (общее количество поездок за год – 87,6 млн).¹⁷

Доля авиаперелетов в 2019 году снова составила 42%. 73% авиапассажиров выражают беспокойство по поводу воздействия на климат, связанного с авиаперелетом («стыд за перелет»). Хотя большинство из опрошенных путешественников (61%) положительно относятся к экологически безопасному отдыху, очень немногие из них ведут себя особенно экологически рационально во время путешествий, например, выбирая сертифицированное жилье или компенсируя потребление CO₂. По сравнению с 2018 годом позитивный настрой вырос, в то время как поведение практически не изменилось.

¹²<https://ftnnews.com/tours/41207-german-travel-trends-2020-2021>

¹³<https://www.thedubrovniktimes.com/news/croatia/item/10847-trends-of-german-travellers-in-2021-safety-and-hygiene-measures-are-basic-prerequisites-for-travel>

¹⁴<https://www.cbi.eu/market-information/tourism/trade-statistics>

¹⁵<https://ftnnews.com/tours/41207-german-travel-trends-2020-2021>

¹⁶<https://www.cbi.eu/market-information/tourism/trade-statistics>

¹⁷https://tourism.gov.ru/Tourism_Survey_Final_.pdf

¹⁸https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2020/03/RA2020_First-results_EN.pdf

43% немецких туристов предпочитают путешествовать парами, 22% группами, 18% в одиночестве, 18% семьями.¹⁸

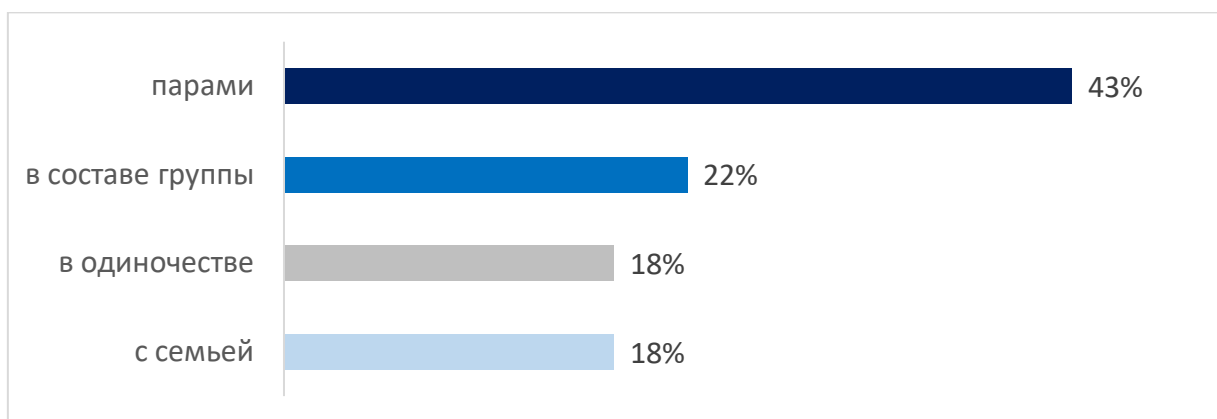


Рисунок 3 – Туристические предпочтения по составу компании путешественников.
Источник: составлено по данным ирландского маркетингового исследования.

2. Проблемы входа на рынок для российских компаний

Основными трудностями, с которыми столкнулись туристы в России, по данным опроса EY:

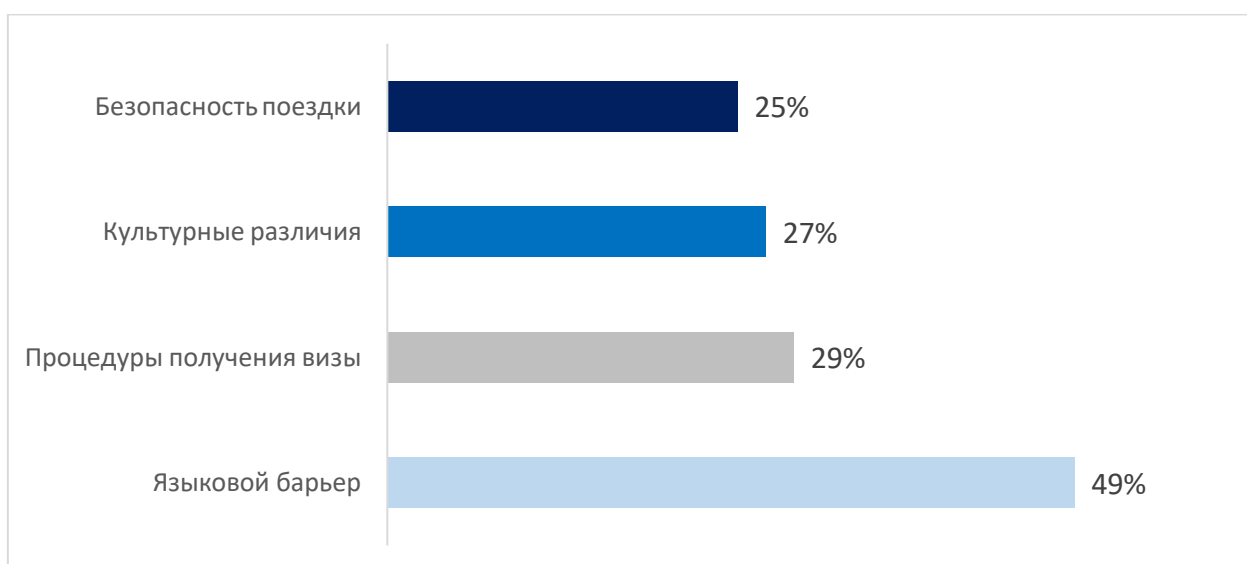


Рисунок 4 – Барьеры развития въездного туризма из Германии.
Источник: составлено по данным опроса EY¹⁹.

Проблема получения визы для иностранных туристов из стран Шенгенской зоны, включая Германию, частично регулируется в России с помощью упрощения процедуры получения визы. С 2021 г. в Россию можно получить единую электронную визу для туристов из определенных стран. В соответствии с перечнем, установленном Распоряжением Правительства РФ от 6 октября 2020 г. №2571-р, Германия входит в число стран, граждане которых могут получить электронную визу в режиме онлайн²⁰. Российские туристические компании могут использовать упрощение визового администрирования как возможность для рекламы. Рекомендуются подготовить информационный материал (инструкцию по получению электронной визы).

¹⁸ [https://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/Get_Brexit_Ready/Market_Diversification/03-Germany-Market-Profile-FINAL-\(Web\).pdf](https://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/Get_Brexit_Ready/Market_Diversification/03-Germany-Market-Profile-FINAL-(Web).pdf)

¹⁹ https://tourism.gov.ru/Tourism_Survey_Final_.pdf

²⁰ [https://tourism.gov.ru/doc/2020/Preview%20\(23\).pdf](https://tourism.gov.ru/doc/2020/Preview%20(23).pdf)

NB! Для преодоления проблемы языкового барьера российским туристическим компаниям стоит обеспечить наличие персонала, разговаривающего на немецком и английском языках.

В отношении безопасности, прежде всего санитарно-эпидемиологической, 46% немцев считают вакцинацию необходимым условием для выезда за пределы Германии. Согласно анализу Booking.com, 56 % путешественников будут более осторожны во время путешествия, но продолжают путешествовать, в то время как 38 % немцев будут иметь более строгие критерии при выборе жилья, уделяя особое внимание здоровью, гигиене, чистоте и безопасности. Более половины респондентов предпочли бы выбрать жилье и место назначения с четко обозначенными мерами безопасности.²¹

NB! В пост-ковидный период туристы будут обращать больше внимание на соблюдение протоколов безопасности здоровья в туристических дестинациях. Российским компаниям стоит предоставлять туристам полную информацию о принимаемых мерах профилактики распространения COVID-19.

Немецкий туроператор Eberhardt Travel, специализирующийся на поездках в Россию, предлагает туры в Санкт-Петербург, Москву, по Золотому кольцу, в Карелию, круизы по Волге и Дону, путешествия по Сибири, на Камчатку, комбинированные туры в Россию с посещением соседних стран.

NB! Немецкие туроператоры предлагают как короткие (2-3 дня), так и длительные (от 5 дней и больше) туры по России.

3. Возможности продвижения

Российские поставщики туристических услуг могут продвигать услуги на рынке Германии:

- ⇒ **участвуя на выставочных мероприятиях**, на площадках отраслевых форумов, чтобы заинтересовать своим продуктом потенциальных партнеров и бизнес-клиентов, установить коммуникации с потенциальными заказчиками;
- ⇒ **сотрудничая с отраслевыми бизнес-ассоциациями**, на площадках которых компании могут находить партнеров, поставщиков, заказчиков; создавать совместные продукты в различных направлениях туризма; осуществлять рекламу услуг; получать поддержку в имплементации международных стандартов в области туризма;
- ⇒ **используя популярные цифровые платформы** для размещения онлайн-рекламы;
- ⇒ **создавая уникальный информационный продукт**, как календарь посещений регионов России, тематические практические руководства для путешественников и др.;
- ⇒ **имплементируя стандарты ответственного туризма**, с тем чтобы поддерживать интерес южнокорейских туристов, занимающих проактивную экологическую позицию или предпочитающих путешествия к природным объектам.

²¹ <https://www.thedubrovniktimes.com/news/croatia/item/10847-trends-of-german-travellers-in-2021-safety-and-hygiene-measures-are-basic-prerequisites-for-travel>

Продвижение туристических услуг через цифровые платформы

Планируя поездку, большинство путешественников используют различные источники вдохновения и информации. Онлайн-источники и офлайн-источники часто смешиваются. При выборе немецкие туристы руководствуются Интернет-источниками, советами туристических агентств, при это реклама в печатных СМИ или использование брошюр сокращается. Для немецких туристов каналы социальных сетей, такие как Facebook или Instagram, в целом играют лишь второстепенную роль, за исключением самой молодой возрастной группы до 30 лет, где они имеют определенное значение.

Стоит отметить, что при поиске информации о дестинации 12% склонны к более глубокому повествованию, а 22% предпочитают развлекательный и короткий контент. Большая часть людей ищет в основном факты: 32% ищут информацию о впечатлениях от отдыха, 27% - о проживании и ценах.

NB! Реклама туристического продукта должна содержать достаточно информации о стоимости предложения, вариантах проживания, возможностях и впечатлениях, которые могут получить туристы.

С 2018 г. наблюдается рост онлайн-бронирований, и в 2019 г. доля онлайн бронирований при организации и бронирования отдыха составила 44% (по сравнению с 26% в 2010 г.). Для сравнения личное бронирование (face-to-face) составило 39% в 2019 г. (46% в 2010 г.), по телефону – 15 % (24% в 2010 г.), по электронной почте – 10% (5% в 2010 г.).²² 86% населения Германии в возрасте 14 лет и старше имели доступ к Интернету в январе 2020 года, поэтому онлайн-инструменты являются эффективным способом продвижения туристических услуг.²³

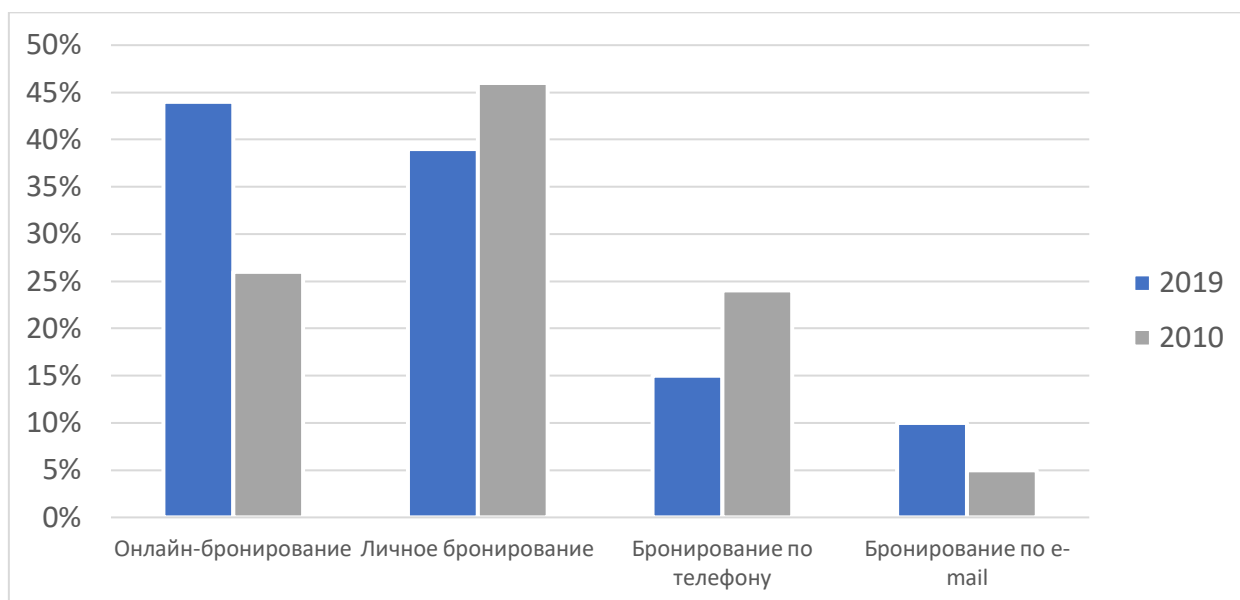


Рисунок 5 – Предпочтительные способы бронирования отдыха.

Источник: составлено по данным опроса Reiseanalyse.

NB! Онлайн-инструменты для организации отдыха являются наиболее эффективным способом продвижения туристических услуг.

²² https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2020/03/RA2020_First-results_EN.pdf

²³ https://v-i-r.de/wp-content/uploads/2020/03/web_VIR-DF-2020.pdf

Ведущие онлайн-туристические агентства Германии в 2019 г. по доле бронирований:²⁴

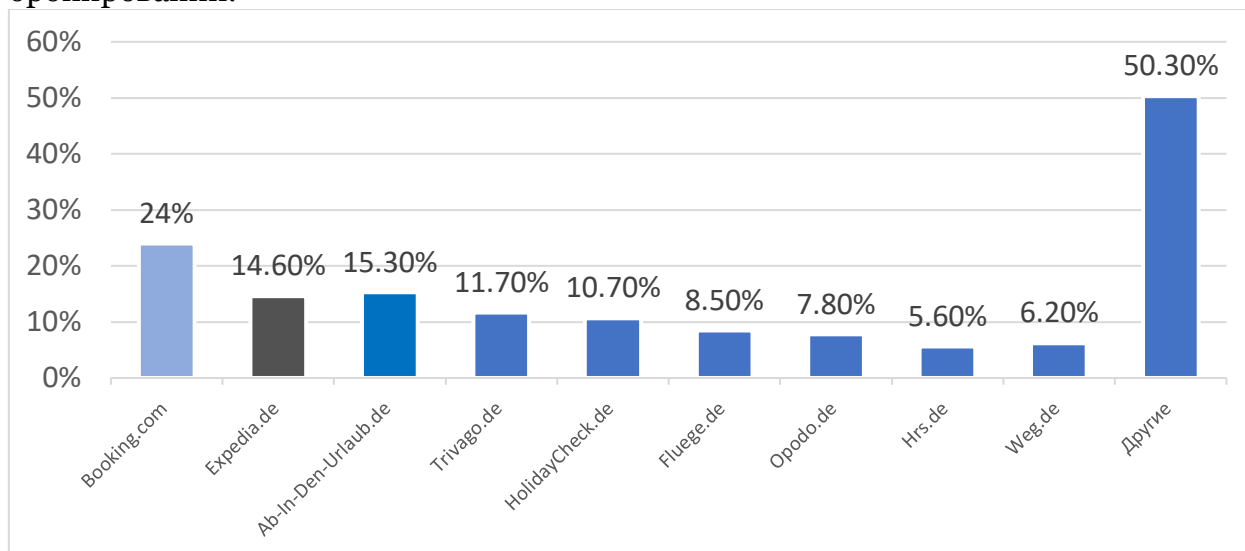


Рисунок 6– Наиболее популярные платформы онлайн-бронирования в Германии, 2019 г.
Источник: составлено по данным Statista.

Возможности участия в профильных мероприятиях

В 2021–2022 гг. в Германии пройдут следующие бизнес-мероприятия в секторе туристических услуг:

- **Fair for Leisure and Travel (f.re.e)**²⁵ – Ярмарка путешествий и досуга впервые прошла в Мюнхене в 1970 году под названием CBR (Caravan-Boot-Internationaler Reisemarkt). Одна из самых популярных потребительских ярмарок на юге Германии, которая представляет мир путешествий и отдыха. Ключевые цифры ярмарки (2019 г.): более 130 тыс. посетителей, около 1300 экспонентов из 70 стран мира, 87 тыс. м² выставочной площади, 8 залов, 7 выставочных площадей.

Официальный сайт: <https://www.free-muenchen.de/en/>

- **ITB Berlin**²⁶ – туристическая выставка, проводимая в Берлине Messe Berlin GmbH. 53-я ITB Berlin 2019 собрала около 10000 компаний-участников из 181 страны и региона и 160000 посетителей, включая 113500 специалистов в 26 выставочных залах. На ITB Berlin представлены все составляющие туристской индустрии – международные федерации туризма, национальные и региональные туристические организации, туристические и транспортные агентства и туроператоры, отели, страховые компании и т. п.

Официальный сайт: <https://www.itb-berlin.com/>

- **CMT Stuttgart** – туристическая выставка в Штутгарте, в том числе для представителей автотуризма. За 9 дней выставки, с 12 по 20 января 2019 года, организаторы приняли около 2207 экспонентов из 100 стран и 260000 посетителей на CMT в Штутгарте.

Официальный сайт: <https://www.messe-stuttgart.de/cmt/>

- В **IMEX Frankfurt** ежегодно принимают участие около 4500 экспонентов и 3800 приглашенных закупщиков.²⁷

Официальный сайт: <https://www.imex-frankfurt.com/>

Бизнес-нетворкинг

²⁴ <https://www.statista.com/statistics/452984/travel-agencies-most-popular-online-platforms-germany/>

²⁵ <https://www.free-muenchen.de/en/>

²⁶ <https://www.itb-berlin.com/>

²⁷ <https://www.imex-frankfurt.com/>

В Германии вопросами развития туризма занимается **Национальный немецкий совет по туризму** (German National Tourism Board, GNTB). Организация регулирует развитие туризма в Германии, но также выступает организатором мероприятий в сфере туризма, проводит анализ туристического рынка. Российским экспортерам могут быть публикации по вопросам потребительских трендов в сфере туризма.

Официальный сайт: <https://www.germany.travel/de/startseite.html>

Ответственный туризм

Германия является одной из самой продвинутых стран в имплементации стандартов устойчивого развития и ответственного ведения бизнеса в мире²⁸. Также в Германии высоко развита культура ответственного потребления и экологичного туризма. Традиционный национальный досуг - 'wanderung' («прогулки на дальние расстояния») – обрел новое значение, как наиболее устойчивый формат туризма. Поэтому немецкие туристы с большим интересом относятся к пешему туризму по природным маршрутам и с точки зрения экологии. Национальный немецкий Совет по туризму в 2021 г. запустил промоутерскую кампанию 'Feel Good' в поддержку ответственного туризма не только в формате эко-туризма, но также и на традиционных урбанистических маршрутах с культурной программой²⁹.

NB! Российские компании могут повысить свою привлекательность для немецких туристов принимая устойчивый подход к оказанию туристических услуг. Например, транспортное обслуживание обеспечивать с использованием эко-транспорта.

4. Рекомендации для российских компаний по продвижению услуг

В целях продвижения российского экспорта туристских услуг компаниям рекомендуется:

- ⇒ Рассмотреть возможность формирования туров, включающих в себя различные активности: авторские экскурсии по историческим памятникам, вело-маршруты в национальных парках и заповедниках, дегустационные туры местной кухни;
- ⇒ Обеспечить предоставление услуг на немецком языке;
- ⇒ Обратить внимание на содержание рекламы своего продукта. Реклама туристического продукта должна содержать достоверную и полную информацию (например, о стоимости, продолжительности экскурсии, удаленности достопримечательности от города) и сопровождаться красочными фото и видеоматериалами на немецком языке;
- ⇒ Предоставлять информацию на своих официальных веб-страницах, в социальных сетях о возможностях и условиях размещения (с указанием стоимости), питания (например, наличие и размер шведского стола), дополнительных услугах (например, помощь в оформлении визы);
- ⇒ Предоставлять туристам полную информацию о принимаемых мерах профилактики распространения COVID-19;
- ⇒ Учитывать интерес немецких туристов к эко-туризму, в особенности, к пешим маршрутам на дальние расстояния на природе;
- ⇒ Учитывать интерес немецких туристов к устойчивому туризму и предоставлять услуги, которые бы удовлетворяли критериям ответственного

²⁸ <https://www.theguardian.com/feel-good-travel/2021/sep/28/from-green-trains-to-eco-hotels-why-germany-is-one-of-europes-top-sustainable-travel-destinations>

²⁹ <https://www.traveldailymedia.com/germanys-feel-good-campaign-boosts-sustainable-travel/>

потребления, а также ожиданиям немецких туристов в части ответственного ведения бизнеса компанией-поставщиком туристических услуг;

- ⇒ Учитывать интерес немецких туристов к культурно-историческим достопримечательностям в сочетании с природным туризмом, как посещение усадеб, резиденций, национальных парков и др.

Российским экспортерам рекомендуется использовать государственные **меры поддержки продвижения российской отрасли**:

- ⇒ **меры поддержки участия в зарубежных мероприятиях**. Компании могут получить софинансирование части затрат на участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях, включенных в перечень мероприятий РЭЦ. Перечень обновляется ежегодно до 15 сентября. Экспортер софинансирует свою долю участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях (20 % для МСП, 50 % для крупных компаний). В международных деловых миссиях софинансирование участия со стороны компании не требуется. Мера не направлена на компенсацию фактически понесенных затрат на участие.

Правовой основание: постановление Правительства РФ от 28 марта 2019 г.

№ 342 «О государственной поддержке акционерного общества «Российский экспортный центр».

Ознакомиться с условиями можно на портале РЭЦ:

https://www.exportcenter.ru/services/prodvizhenie-na-vneshnie-rynki/vystavki-i-spetsializirovannye-biznes-missii/finansirovanie_zatrat_na_prodvizhenie_vysokotekhnologichnoy_produkcii/

Адресная книга

Российские экспортеры могут получить полезную информацию и консультационную поддержку в профильных российских организациях и публичных институтах.

За рубежом:



Представительство ТПП России в Германии (г. Берлин)

Адрес: Leipziger Strasse, 63, 10117, Berlin

Тел.: +49(30) 204-42-02

Факс: +49(30) 204-50-201

Email: benelux-fr@tpprf.ru

Официальный сайт: <http://germany.tpprf.ru/ru/>



Торговое представительство Российской Федерации в Германии (г. Берлин)

Адрес: Unter den Linden 63-65 10117 Berlin

Тел.: +49 (030) 229-11-10

Email: berlin2@minprom.gov.ru

Официальный сайт: <https://de.minpromtorg.gov.ru/>

На территории России:



Министерство экономического развития РФ

Официальный сайт: <https://www.economy.gov.ru/>

Адрес: 125039 Москва, Пресненская наб., д. 10, стр. 2

Телефон: +7 495 870-29-21

Факс: +7 495 870-70-06

E-mail: mineconom@economy.gov.ru



Федеральное агентство по туризму

Официальный сайт: <https://tourism.gov.ru/>

Адрес: 12039 Москва, Пресненская наб., д. 10, стр. 2

Телефон: +7 495 870-29-21 (доб. 60192)

Факс: +7 495 870-40-16

E-mail: rt@tourism.gov.ru



Торгово-промышленная палата РФ

Официальный сайт: <https://tpprf.ru/ru/>

Адрес: 109012 Москва, ул. Ильинка, 6/1, с.1

Телефон: 8-495-620-0009

Факс: 8-495-620-0360

E-mail: tpprf@tpprf.ru



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ
ЦЕНТР

Российский Экспортный Центр (РЭЦ)

Официальный сайт: <https://www.exportcenter.ru/>

Адрес: 123610 Москва, Краснопресненская наб. 12, п. 9

+7 (495) 937-4747, 8-800-550-01-88

Факс: +7 (495) 783-11-22, +7 (495) 937-47-41

E-mail: info@exportcenter.ru



**Школа
экспорта РЭЦ**

Школа РЭЦ

Официальный сайт: <https://exportedu.ru/>

Адрес: 123610 Москва, Краснопресненская наб. 12, п. 9

тел.: +7 (495) 937-4742

support@exportedu.ru



АТОР

Ассоциация туроператоров России

Официальный сайт: <https://www.atorus.ru/>

Адрес: 121170 Москва, ул. Неверовского, 10, строение 3,
бизнес-центр CROSSWALL, офис 2

Телефон: +7-495-660-07-14

E-mail: ator@atorus.ru



АТА

Альянс туристических агентств

Официальный сайт: <https://atarussia.ru/>

Адрес: 125047, г. Москва, 1-я Тверская-Ямская дом 29
стр.1, 2 этаж

тел.: 8 (495) 545-45-04



ВАВТ

Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития РФ

Официальный сайт: <http://www.vavt.ru/>

Адрес: 119285 Москва, Воробьевское шоссе, 6А

E-mail: info@vavt.ru



РОССИЙСКИЙ ЦЕНТР
КОМПЕТЕНЦИЙ И АНАЛИЗА
СТАНДАРТОВ ОЭСР

Центр Россия-ОЭСР РАНХиГС (Аналитический центр)

Официальный сайт: <https://oecd-russia.org/>

Новости в сфере ОВБ в зарубежных странах:

<https://www.facebook.com/RBCRussiaCenter>