



Marktinformation Slowakei

Incoming-Tourismus Deutschland



Slovensko 2012

DZT-Tschechien und Slowakei/Prag
Stand November 2011



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Inhalt

1.	Landesprofil	3
1.1	Land und Leute	3
1.2	Politik	3
1.3	Wirtschaft	4
1.4	Besonderheiten	5
1.5	Reiseverhalten allgemein	6
2.	Auslandsreisen	7
2.1	Reisevolumen und -zweck	7
2.2	Auslandsreiseintensität	7
2.3	Herkunftsregionen/Quellmärkte	8
2.4	Auslandsreiseziele	8
2.5	Aufenthaltsdauer	8
2.6	Reiseausgaben	9
2.7	Prognose für das Auslandsreisevolumen	9
2.8	Besonderheiten des Marktes Slowakei	10
3.	Deutschlandreisen	10
3.1	Reisevolumen und seine Entwicklung	10
3.2	Reisezweck	12
3.3	Herkunftsregionen/Quellmärkte	12
3.4	Zielgebiete	13
3.5	Urlaubsreisen nach Deutschland	13
3.6	Geschäftsreisen nach Deutschland	15
3.7	Reisebüro-/Veranstalterstruktur	16
3.8	Mentalität und Geschäftsgebahren	16
4.	Image, Marktbewertung und Potenzial	17
4.1	Image von Deutschland	17
4.2	Marktbewertung	17
4.3	Prognose	17
5.	DZT-Auslandsvertretung	18
5.1	Sitz	18
5.2	Mitarbeiter	18
5.3	DZT-Zentrale	18
	Quellenverzeichnis (alphabetisch)	19

<p>Impressum</p> <p>Herausgeber:</p> <p>Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT)</p> <p>Beethovenstraße 69</p> <p>60325 Frankfurt/Main</p> <p>www.germany.travel</p>	<p>Gefördert durch:</p>  <p>Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie</p> <p>aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages</p>	 <p>Deutschland Das Reiseland</p>
--	--	---

1. Landesprofil

1.1 Land und Leute

- 49.035 km² Landesfläche
- 5,5 Mio. Einwohner, 110 Einwohner/km²
- Bevölkerungszusammensetzung/Ethnien: 85,8% Slowaken, 9,7% Ungarn, 1,7% Roma, 1% Ruthenen/Ukrainer, 1,8% andere oder unbekannt (Volkszählung 2001)
- Sprache: 83,9% Slowakisch (offizielle Amtssprache), 10,7% Ungarisch, 1,8% Roma, 1,0% Ukrainisch, 2,6% andere oder unbekannt (Volkszählung 2001)
- Größte Städte: Hauptstadt Bratislava (Pressburg, 428.000 Einwohner), Košice (242.100 EW), Prešov (92.800 EW), Žilina (85.000 EW), Nitra (87.600 EW), Banská Bystrica (80.000 EW), Trnava (68.000 EW)
- 56% der Slowaken leben in Städten.
- Religionen: 68,9% Katholiken, 10,8% Protestanten, 4,1% Griechisch-Orthodoxe, 3,2% andere Religionen und 13% konfessionslos (Volkszählung 2001)

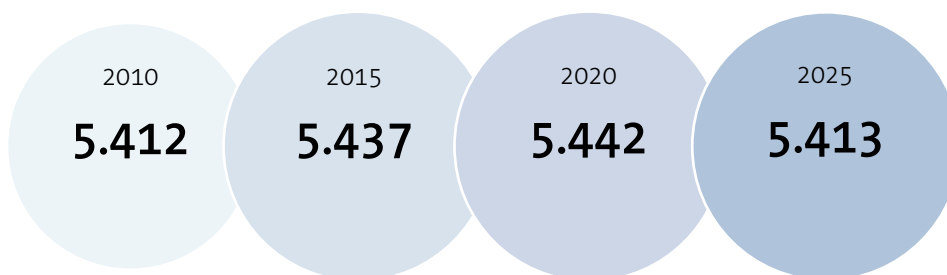
Altersstruktur:

	Slowakei	Deutschland
0–14 Jahre	15,6%	13,3%
15–64 Jahre	71,6%	66,1%
65 Jahre und älter	12,8%	20,6%
Ø Alter	37,6	44,9

Bevölkerungsprognose:

Entgegen dem europäischen Trend steigt die Bevölkerungszahl in der Slowakei zunächst noch an. Für die Zeit ab dem Jahr 2020 wird jedoch ein Absinken prognostiziert.

Jahr, Bevölkerung in 1000



Quelle: UN Population Division 2010

1.2 Politik

- **Staatsform:** Parlamentarische Demokratie
- **Staatsoberhaupt:** Präsident Ivan Gašparovič (seit 2004)
- **Regierungschef:** Ministerpräsidentin Iveta Radičová (seit 2010)
- **Politische Aufteilung:** 8 Regionen; Gemeinden und Städte
- Seit 1. Mai 2004 EU-Mitglied

1.3 Wirtschaft

CIA – The World Factbook (Juni 2011) Germany Trade & Invest (gtai) – Wirtschaftsdaten kompakt, November 2011

	2010
BIP	65,9 Mrd. €
BIP pro Kopf	12.140 €
Wachstumsrate BIP	3,4%*
Inflation	3,4%*
Arbeitslosenrate	13,9%*

* Schätzung für das Jahr 2011

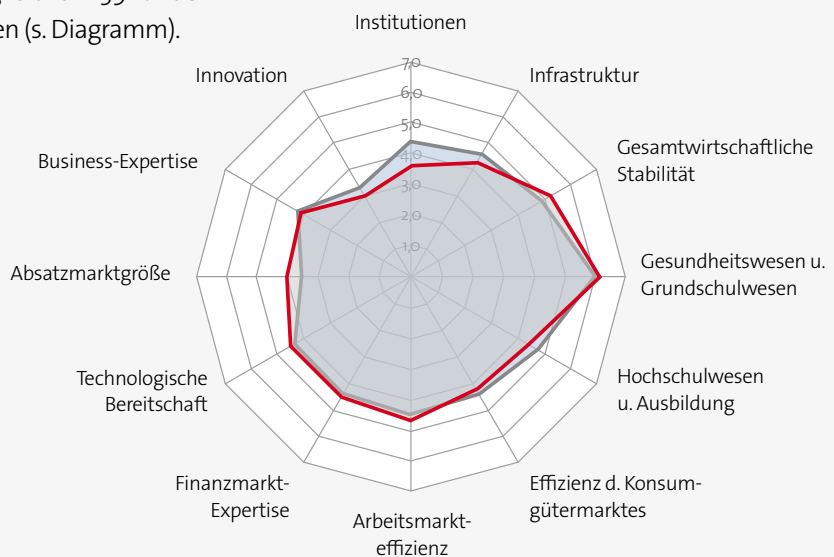
- Anteil der Wirtschaftssektoren am BIP: Dienstleistung 63,0%, Industrie 34,4%, Landwirtschaft 2,6%
- Stärkste Wirtschaftsbranchen: chemische und pharmazeutische Industrie, Energieerzeugung und Metallproduktion, Maschinen- und Fahrzeugbau
- Hohe Investitionen in Automobilherstellung und -zulieferung: 2006 Produktionsbeginn in zwei großen Produktionsstätten (PSA Peugeot Citroën und Kia Motors) sowie weitere neue Investitionen
- Wichtigste Import- und Exporthandelspartner der Slowakei sind Deutschland, die Tschechische Republik, Russland, Ungarn, Frankreich, Italien, Polen, China (Import), Südkorea (Import), Österreich (Export), Großbritannien (Export)
- Währung: Am 1. Januar 2009 wurde der Euro eingeführt

The Global Competitiveness Index (GCI)

Quelle: The Global Competitiveness Report 2010–2011

Der GCI vergleicht die Wettbewerbsfähigkeit von 139 Ländern anhand von 12 wirtschaftlichen Merkmalen (s. Diagramm). Aufgrund der Werte werden die Länder in folgende 5 Gruppen unterteilt:

- 1 Factor-driven
- 1–2 Transition
- 2 Efficiency-driven
- 2–3 Transition**
- 3 Innovation-driven



Die Slowakei belegt den 60. Platz innerhalb des GCI und gehört zur Gruppe der Länder der Kategorie „2–3 Transition“, wie auch z.B. Chile, Kroatien, Oman und Polen.

Ergebnisse der Slowakei im Vergleich zum Durchschnittswert der Gruppe „2–3 Transition“:

- Durchschnittliche Absatzmarktgröße (Rang 58)
- Durchschnittliche Werte z.B. in den Bereichen Gesundheits- bzw. Grundschulwesen, Technologische Bereitschaft und Business-Expertise
- Überdurchschnittliche Werte in den Bereichen Gesamtwirtschaftliche Stabilität und Arbeitsmarkteffizienz
- Eher unterdurchschnittliche Werte
- Etwas besser als der Durchschnitt im Bereich Gesamtwirtschaftliche Stabilität

Einkommen, Verteilung, Entwicklung, Ausgaben

Quellen: OECD 2005, Factbook 2010, UNDP Human Development Report 2009

Verfügbares Einkommen: Das Bruttojahreseinkommen pro Kopf in der Slowakei liegt mit umgerechnet 21.545 US-Dollar weit unter dem OECD-Durchschnittswert, das Nettojahreseinkommen der Slowaken beträgt umgerechnet 17.917 US-Dollar.

Einkommensverteilung: Als Indikator der Ungleichverteilung von Einkommen dient der Gini-Koeffizient. Die Slowakei belegt hier mit einem Koeffizienten von 0,27 den 5. Rang. Im OECD-Durchschnitt liegt dieser Wert bei 0,31, damit ist die Einkommensverteilung in der Slowakei etwas ausgeglichener als im Durchschnitt.

HDI (Human Development Index): Der HDI gibt den Entwicklungsstand unter Berücksichtigung des BSP, der Lebenserwartung und der Bildungsmöglichkeiten für die Bürger eines Landes an. Die Slowakei gehört zu den Ländern der Kategorie „High Human Development“ und liegt mit einem HDI-Wert von 0,880 weltweit an 42. Stelle.

Die durchschnittlichen Jahresausgaben pro Kopf für Erholung und Kultur liegen bei umgerechnet 884 US-Dollar, für Restaurants und Hotels werden umgerechnet 580 US-Dollar ausgegeben. Zum Vergleich liegt der OECD-Durchschnitt bei 1.795 und 1.373 US-Dollar. Demnach sind die Ausgaben der Slowaken in beiden Bereichen unterdurchschnittlich.

1.4 Besonderheiten

1.4.1. Die Bevölkerungsgruppen

Das Gebiet der Slowakei ist von jeher Schauplatz von Wanderungen verschiedener Stämme und Volksgruppen. Über die Besiedlung oder Eroberung des Landes durch die Kelten, Römer, Germanen und Awaren existieren schriftliche Aufzeichnungen. Im 5. und 6. Jahrhundert haben sich hier slawische Stämme, die Vorfahren der heutigen Slowaken, niedergelassen. Im 10. Jahrhundert kamen die Vorfahren der Ungarn wie auch anderer Nationalitäten ins Land.

Wegen seiner Lage im Zentrum Europas war das Gebiet der Slowakei jahrhundertlang Begegnungspunkt slawischer, deutscher, österreichischer und ungarischer Kultur. Heute leben auf dem Gebiet der Slowakei verschiedene ethnische Gruppen wie Ungarn (9,7%) und Roma (1,7%) sowie Minderheiten von Tschechen, Mähren, Ruthenen, Ukrainern, Karpatendeutschen, Polen und Kroaten.

1.4.2. Politische Situation

Schon sehr bald nach der „Samtenen Revolution“ von 1989 und den ersten freien Wahlen im slowakischen Teil der Tschechoslowakischen Föderativen Republik (CSFR) setzten sich diejenigen Kräfte in der Slowakei durch, die für eine grundsätzlich neue Stellung der Slowakei eintraten. Der Trennungsprozess erreichte im Sommer 1992 eine Dynamik, die trotz des unbestritte-

nen Wunsches der Mehrheit der Bevölkerung in beiden Landesteilen nach Erhalt des gemeinsamen Staates nicht mehr umzukehren war. Die Regierungschefs beider Teilrepubliken waren sich einig, dass die politischen Schwierigkeiten nur noch durch die Trennung der Föderation gelöst werden konnten. Am 1. Januar 1993 wurde die Slowakische Republik gegründet. Es gelang, die Teilung des Landes geordnet und friedlich zu vollziehen. Die Slowakische Republik ist ein demokratischer Staat nach westlichem Muster mit Gewaltenteilung. Alle Bürger sind vor dem Gesetz gleich, ohne Unterscheidung zwischen Nationalität, Religion, politischer Gesinnung und Geschlecht. Ein Verfassungsgericht wacht über die Einhaltung der Verfassung. Staatsoberhaupt ist der für eine fünfjährige Amtszeit direkt gewählte Staatspräsident. Das Ein-Kammer-Parlament, der Slowakische Nationalrat, besteht aus 150 Abgeordneten und wird für vier Jahre gewählt. Die letzten Wahlen zum Nationalrat fanden am 17. Juni 2006 statt

Am 1. Mai 2004 trat die Slowakische Republik der EU bei. Im Mai 2003 fand ein Referendum statt, bei dem die Bürger der Slowakischen Republik den Beitritt des Landes zur EU mit 92,46% der gültigen Stimmen bestätigten. Die seit Juli 2006 im Amt befindliche Regierung hat wiederholt ihren proeuropäischen Kurs und die Kontinuität in der Europapolitik betont. Dem Schengener Abkommen trat die Slowakei am 21. Dezember 2007 bei.

1.4.3. Wirtschaftliche Situation

Die Wirtschaft der Slowakei befindet sich im Umbruch. Zu Zeiten der Tschechoslowakei waren in der Slowakei die Metallindustrie, die chemische Industrie, die Rüstungsindustrie und die energieerzeugende Industrie die Säulen der Wirtschaft. Die Slowakei galt als Waffenschmiede des Warschauer Pakts. Rund 60% der unter dem Begriff Maschinenbau zusammengefassten Unternehmen gehörten zur Rüstungsindustrie. Dies änderte sich seit dem Umbruch im Jahre 1989 grundlegend. Der Dienstleistungssektor hat in den Jahren nach 1991 stark zugelegt, ging aber Ende der 1990er Jahre wieder leicht zurück. Der Anteil der Industrieproduktion an der Gesamtwirtschaft sank von 61% des BIP im Jahre 1991 auf 24,3% im Jahre 2000.

In jüngster Zeit siedeln sich vermehrt Automobilunternehmen mit ihren Produktionsstätten in der Slowakei an, ein Ergebnis der großzügigen Finanzförderung der slowakischen Regierung. Aber auch die sogenannte „Flat Tax“ zieht immer mehr Unternehmen an. Bratislava ist nach Prag die zweitreichste Wirtschaftsregion der neuen EU-Beitrittsländer. Kaufkraft und Produktivität liegen dort exakt auf dem Niveau des EU-Durchschnitts. Allerdings bieten sich Großkonzernen, die mehrere Tausend Beschäftigte benötigen, rund um Bratislava kaum noch Arbeitskräfte. Zuletzt siedelten sich deshalb mit Hyundai und Volkswagen zwei Automobilkonzerne in Žilina und dem 30 km entfernten Martin an.

1.4.4. Bildungssystem

Die allgemeine Schulpflicht beträgt 10 Jahre. Es gibt Grundschulen (bis Klasse 9), an die sich eine Ausbildung an Gymnasien (4 Jahre oder bei früherem Wechsel 8 Jahre) oder Berufsschulen (2–4 Jahre; teilweise mit der Möglichkeit, das Abitur abzulegen) anschließt. Der Zugang zum Gymnasium ist nur nach einer bestandenen Aufnahmeprüfung möglich. Die Verantwortung für das Schulmanagement tragen weitgehend die regionalen Selbstverwaltungsorgane und Kreisschulämter. Die Hochschulen des Landes genießen ein relativ hohes

Maß an Autonomie. Voraussetzung für ein Studium ist das Abitur (auch in Deutschland anerkannt) und bei manchen Studiengängen auch das Bestehen einer Aufnahmeprüfung der betreffenden Hochschule.

1.4.5. Kulturland Slowakei

Bis ins 19. Jahrhundert hinein bestimmten Einflüsse aus Ungarn und Österreich die kulturelle Entwicklung. Erst mit dem Aufkommen der Unabhängigkeitsbewegung entstand eine Nationalkultur. Die Slowakei, im Zentrum Europas gelegen und jahrhundertlang Begegnungsort deutsch-österreichisch-ungarisch-slawischer Kultur, ist seit ihrer staatlichen Unabhängigkeit bestrebt, eine eigene Nationalkultur zu entwickeln bzw. wieder zu entdecken. Der Suche nach eigener nationaler Identität stehen aber auch Einflüsse der Nachbarkulturen der Deutschen und Österreicher, Ungarn und Tschechen – aber auch zunehmend westlicher Konsum- und Alltagskultur – gegenüber. Die Regierung Radičová bemüht sich, die Zusammenarbeit mit den Nachbarn und anderen europäischen Ländern auch auf kulturellem Gebiet weiter auszugestalten.

Medienzugang

Quellen: Eurostat 2010, OECD Factbook 2010

62% der slowakischen Haushalte haben einen Internetzugang, 63% besitzen einen PC, und auf 100 Einwohner kommen 140 Telefone. Gemessen am europäischen Durchschnitt liegt die Slowakei damit in der unteren Hälfte.

Internetnutzung im Verhältnis zur Bevölkerung

Quelle: Internet World Stats, www.internetworldstats.com, Stand 2011

Internetnutzung



1.5 Reiseverhalten allgemein

Quelle: EU-Kommission, Flash Eurobarometer, 2011

Für das Jahr 2011 plante ein leicht unterdurchschnittlicher Anteil der Slowaken (32,7%), seinen Haupturlaub im eigenen Land (Domestic) zu verbringen. Zum Vergleich ist der Domestic-Anteil gegenüber dem Jahr 2010 (35,8%) leicht gesunken. Länder mit einem niedrigen Domestic-Anteil sind die Beneluxstaaten und das Vereinigte Königreich, hier überwiegen traditionell Urlaubsreisen ins Ausland.

2. Auslandsreisen

2.1 Reisevolumen und -zweck

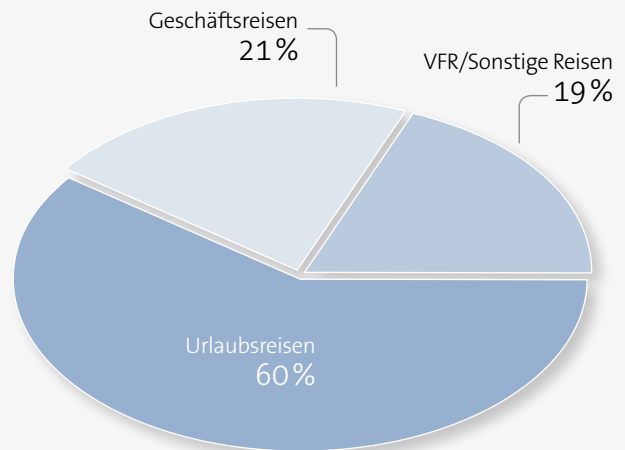
Im Jahr 2010 unternahmen die Slowaken insgesamt 4 Mio. Auslandsreisen, davon entfielen 60% auf Urlaubsreisen, 21% auf Geschäftsreisen und 19% auf VFR- (Verwandten- und Bekanntenbesuche) und sonstige Reisen. Auf Kurzreisen von 1 bis 3 Nächten entfielen 12% (0,5 Mio.) der gesamten Auslandsreisen der Slowaken 2010 und auf längere Reisen von 4 Nächten und mehr 48% (1,9 Mio.) ihrer Auslandsreisen.

Von den 2,4 Mio. Urlaubsreisen der Slowaken ins Ausland entfielen 12% auf Kurzreisen (1–3 Nächte) und 48% auf längere Reisen (4 Nächte und mehr).

Im Vergleich zum Reisejahr 2009 haben die Slowaken 2010 mehr Geschäftsreisen (+ 0,1 Mio.) und mehr VFR- und sonstige Reisen (+ 0,2 Mio.) ins Ausland unternommen, nur die Anzahl der Urlaubsreisen verringerte sich (– 0,1 Mio.).

Reisezweck aller Auslandsreisen der Slowaken 2010, Anteil in %

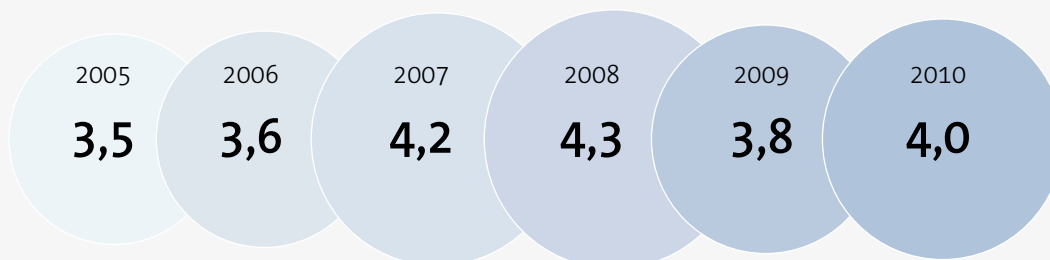
Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International, nur eine Antwort möglich



Die Entwicklung der Zahl der Auslandsreisen der Slowaken

Quelle: European Travel Monitor 2005–2010

Anzahl der Auslandsreisen der Slowaken (in Mio.)



2.2 Auslandsreiseintensität

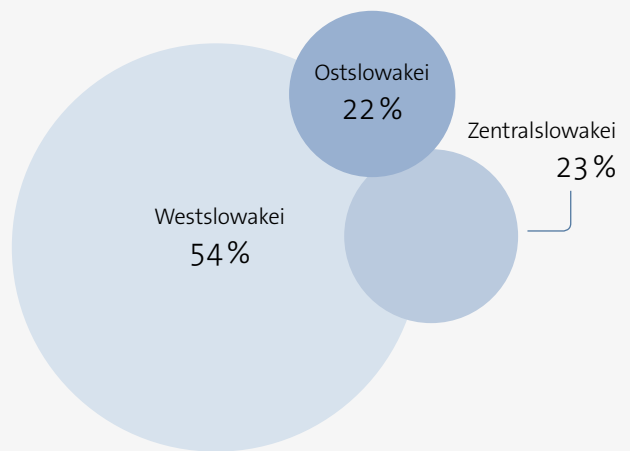
Im Reisejahr 2010 haben die Slowaken 4 Mio. Auslandsreisen mit mindestens einer Übernachtung unternommen. Im Durchschnitt waren das pro Monat rund 332.000 Auslandsreisen. Dies entspricht einer Auslandsreiseintensität von 86% bei der Wohnbevölkerung ab 15 Jahren.

2.3 Herkunftsregionen/Quellmärkte

Der wichtigste Quellmarkt für die Auslandsreisen der Slowaken 2010 war mit 54% aller Auslandsreisen die Westslowakei. 22% der Slowaken, die ins Ausland reisten, kamen aus der Ost- und 23% aus der Zentralslowakei.

Wichtigste Quellmärkte für Auslandsreisen der Slowaken 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International

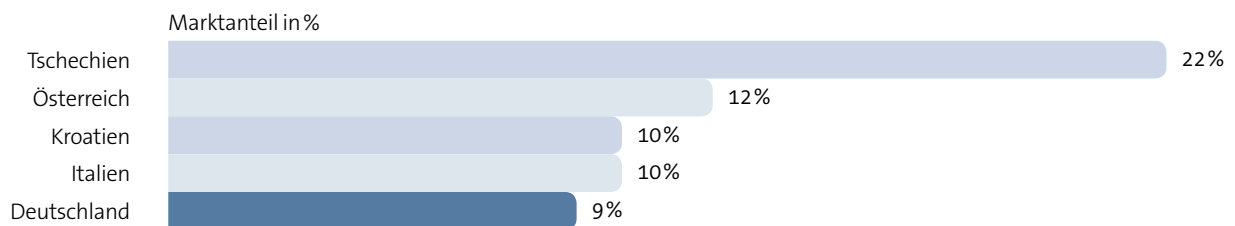


2.4 Auslandsreiseziele

Deutschland lag im Jahr 2010 in der Rangfolge der Auslandsreiseziele der Slowaken auf Platz 5. 346.000 Reisen führten 2010 für mindestens 1 Nacht oder länger nach Deutschland. Dies entspricht einem Marktanteil von 9%. Rang 1 der slowakischen Auslandsreiseziele belegte 2010 Tschechien mit 884.000 Reisen, was einem Marktanteil von 22% entspricht. Auf Rang 2 folgte Österreich mit 480.000 Reisen und einem Marktanteil von 12%, auf Rang 3 Italien mit 394.000 Reisen und einem Marktanteil von 10%. Ebenfalls einen Marktanteil von 10% hat Kroatien, das mit 382.000 Reisen den vierten Platz belegt.

Die Hauptreiseziele der Slowaken bei ihren Auslandsreisen 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International. Mehrere Antworten möglich, d.h., eine Reise kann in mehrere Länder geführt haben.



Bei den Urlaubsreisen der Slowaken ins Ausland belegte Tschechien Platz 1 mit einem Marktanteil von 16%. Kroatien folgte auf Platz 2 mit 15% und Italien lag mit 14% Marktanteil auf Rang 3. Deutschland belegte bei den Urlaubsreisen der Slowaken Platz 9 mit einem Marktanteil von 3%.

2.5 Aufenthaltsdauer

Im Jahr 2010 verbrachten die Slowaken auf ihren insgesamt 4 Mio. Auslandsreisen durchschnittlich 8,1 Nächte. Betrachtet man speziell die Urlaubsreisen der Slowaken im Ausland, so lag deren durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei insgesamt 8,5 Nächten. Verwandten- und Bekanntenbesuche im Ausland dauerten durchschnittlich 6,5 Nächte und Geschäftsreisen mit Übernachtung im Ausland 6,7 Nächte.

2.6 Reiseausgaben

Die Slowaken gaben für ihre Auslandsreisen 2010 insgesamt rund 1,5 Mrd. Euro aus. Das entspricht einer Ausgabe von 383 Euro pro Auslandsreise bzw. von 47 Euro pro Nacht im Ausland. Diese Angaben enthalten sowohl die Kosten der Hin- und Rückreise als auch alle weiteren Ausgaben, die vor Reiseantritt zu Hause oder am Zielort getätigt wurden.

2.7 Prognose für das Auslandsreisevolumen

Im Januar 2010 führte die IPK International zum zweiten Mal im Auftrag der DZT eine touristische Marktforschungsstudie in 18 europäischen Märkten durch.

In der Studie wurde der Einfluss der Finanz- und Wirtschaftskrise auf die einzelnen Märkte untersucht; er äußerte sich in der Slowakischen Republik folgendermaßen:

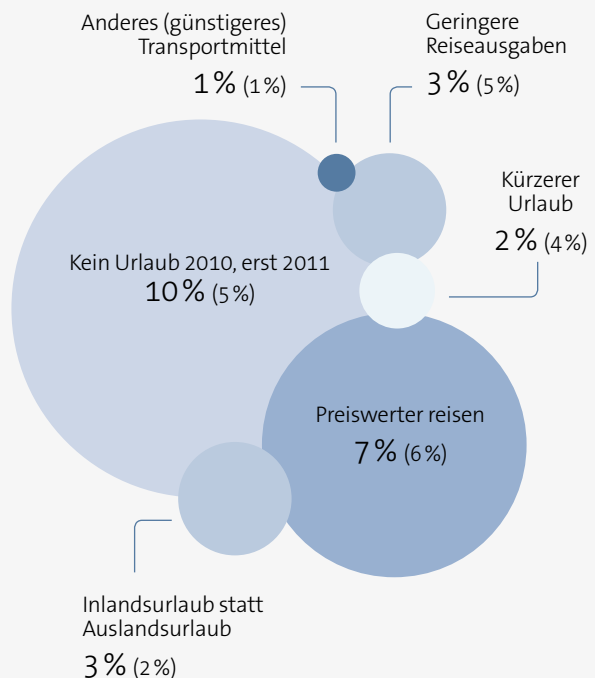
- Die große Mehrheit von 65% der befragten slowakischen Auslandsreisenden gab an, dass die Finanz- und Wirtschaftskrise keinen Einfluss auf ihr Reiseverhalten nehme.
- Lediglich 35% sagten, die Krise nehme Einfluss auf ihr Reiseverhalten 2010. Im europäischen Vergleich ist die Slowakische Republik damit ein „krisenresistenter“ Markt.
- Unter diesen 35% wollten 10% der Befragten aufgrund der wirtschaftlichen Lage 2010 auf eine Urlaubsreise verzichten.
- Weitere 25% wollten ihr Reise- und Urlaubsverhalten ändern, am häufigsten durch geringere Ausgaben an der Reisedestination (z.B. beim Essen und Einkaufen, 3%) und durch preiswerteres Reisen (7%).
- Lediglich 1% wollten andere bzw. günstigere Transportmittel nutzen.

Die Wirtschaft in der Slowakischen Republik boomt. Die Slowakei gehört zu den am schnellsten wachsenden Märkten Europas. Für das Gesamtjahr 2009 wurde allerdings aufgrund der weltweiten Wirtschaftskrise ein negatives Wachstum des BIP von -4,8% gemessen. Im Jahr 2010 liegt das BIP-Wachstum bei +4,0%, für 2011 wird es auf +3,4% geschätzt. Gründe für das generelle Wirtschaftswachstum der Slowakei liegen jedoch neben den guten Exportzahlen und dem weiter anhaltenden Zufluss an Auslandsinvestitionen vor allem im stärkeren Konsum der Privathaushalte. Dieses Wachstum der Konsumausgaben wird sich auch in Zukunft positiv auf die Anzahl der Auslandsreisen auswirken und in diesem Bereich zu einem generellen Anstieg führen.

Mit der EU-Osterweiterung kommt es zu weiteren positiven Veränderungen. Aufgrund der erleichterten Reisemöglichkeiten (kein Visum usw.) lässt sich vermuten, dass die Slowaken mehr verreisen werden. Weiterhin hohe Anteile sind insbesondere bei Langzeitreisen in klassischen Feriengebieten zu erwarten.

Reaktionen auf die Finanz- und Wirtschaftskrise (Slowaken mit Auslandsreiseerfahrung)

Quelle: Repräsentative Bevölkerungsumfrage 2009–2010, DZT/IPK International, Mehrfachnennungen, Werte in Klammern 2009



2.8 Besonderheiten des Marktes Slowakei

Generell haben Slowaken jeden Alters an Städte- und Eventreisen Interesse. Familienurlaub hat Potenzial. Slowakische Touristen bevorzugen Urlaub am Meer und nehmen dafür meist einen längeren Jahresurlaub. Für junge Slowaken sind besonders sportliche Reisen, etwa mit Ski- oder Radfahren, interessant. Reisen werden weniger übers Reisebüro gebucht. Oft wird im Freundeskreis selbst eine gemeinsame Reise organisiert, wobei die Informationen über das Internet beschafft werden. Ein großer Zuwachs ist bei den Online-Buchungen von Gesamtreisen und Teilleistungen zu verzeichnen. Vor allem Flugtickets werden häufiger per Internet gebucht. Die Online-Buchung von Mietwagen macht bereits fast die Hälfte aller Reservierungen aus.

3. Deutschlandreisen

3.1 Reisevolumen und seine Entwicklung

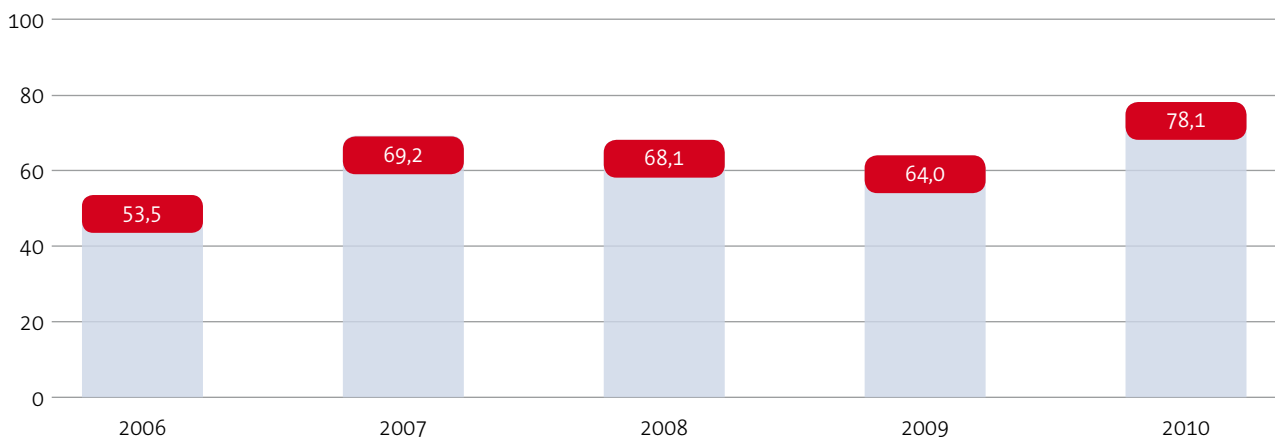
Die für dieses Kapitel notwendigen Daten des Statistischen Bundesamtes für Beherbergungsbetriebe über 9 Betten werden für die Slowakei erst seit dem Reisejahr 2006 erfasst. Eine Entwicklung der Reisezahlen kann daher erst ab 2006 dargestellt werden.

3.1.1 Entwicklung Ankunftsanzahlen

Für das Jahr 2010 wurden vom Statistischen Bundesamt 76.943 Ankünfte in Beherbergungsstätten ab 9 Betten und 1.170 Ankünfte auf Campingplätzen ausgewiesen.

Entwicklung der Ankünfte der Slowaken in Deutschland 2006–2010, in Tsd.

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2007–2011

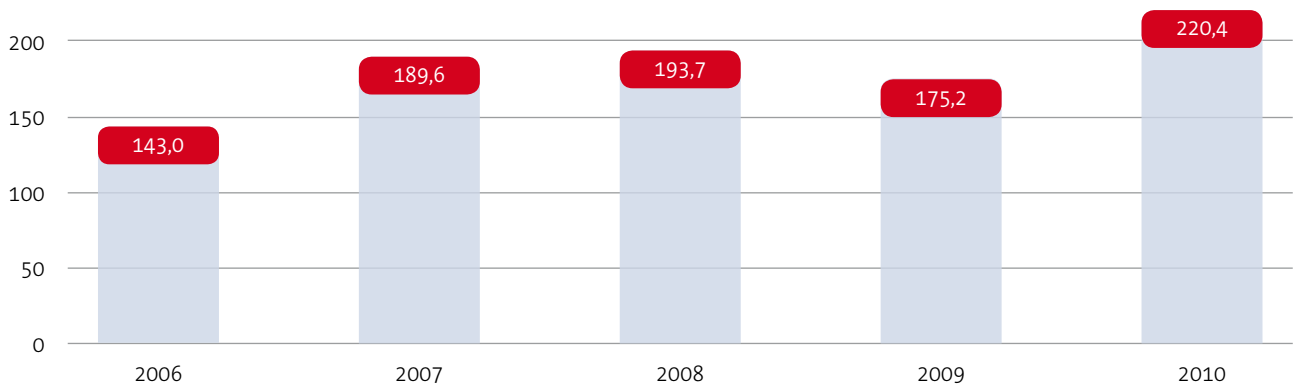


3.1.2 Entwicklung Übernachtungszahlen

2010 wurden vom Statistischen Bundesamt 217.798 Übernachtungen aus der Slowakei in Beherbergungsstätten ab 9 Betten und 2.646 Übernachtungen auf Campingplätzen registriert, damit liegen die Übernachtungen aus der Slowakei bei insgesamt 220.444. Dies bedeutete eine Steigerung der Übernachtungszahlen (inkl. Camping) um 23,4% gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

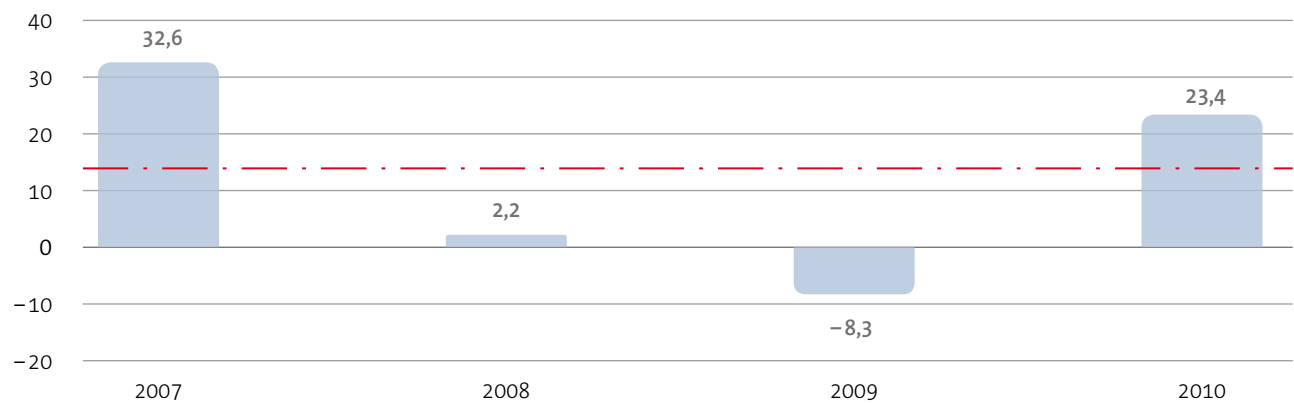
Entwicklung der Übernachtungszahlen der Slowaken in Deutschland 2006–2010, in Tsd.

Quelle: Statistisches Bundesamt 2007–2011, inkl. Camping



Wachstumsraten der Übernachtungszahlen der Slowaken in Deutschland 2007–2010, in %

Quelle: Statistisches Bundesamt 2007–2011, inkl. Camping

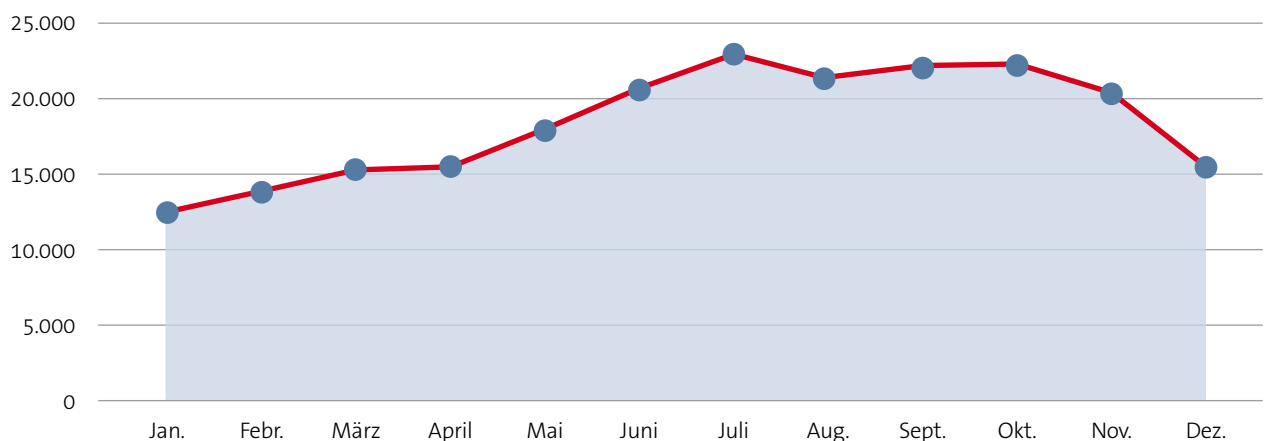


3.1.3 Saisonale Entwicklung Übernachtungszahlen

48% der Slowaken wählten für ihre Deutschlandreise 2010 unabhängig vom Reisezweck den Zeitraum September bis Dezember, 42% reisten zwischen Mai und August und 10% bevorzugten den Zeitraum Januar bis April.

Monatliche Entwicklung der Übernachtungen aus der Slowakei in Deutschland 2010

Quelle: Statistisches Bundesamt – Monatsberichte 2010



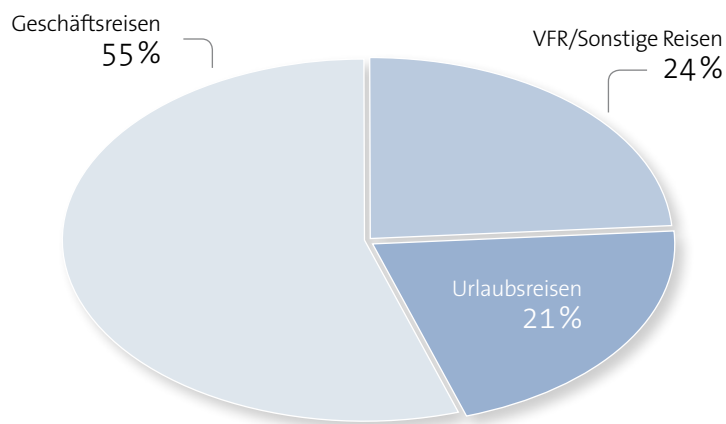
Für ihre Urlaubsreise in Deutschland 2010 wählten 61% der Slowaken den Zeitraum Mai bis August und 39% die Monate September bis Dezember.

3.2 Reisezweck

Im Reisejahr 2010 unternahmen die Slowaken 346.000 Deutschlandreisen. Davon waren 21% (in absoluten Zahlen 72.000) Urlaubsreisen, 24% Verwandten- und Bekanntenbesuche und sonstige Reisen (83.000) sowie 55% Geschäftsreisen (191.000).

Reisezweck der slowakischen Deutschlandreisen 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International

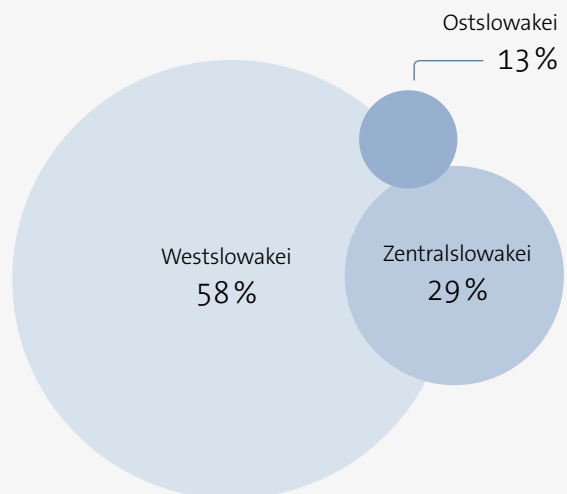


3.3 Herkunftsregionen/Quellmärkte

Die Mehrheit der Deutschlandreisen der Slowaken (unabhängig vom Reisezweck) wurde 2010 von den Bewohnern der Westslowakei unternommen (58%). Aus der Zentralslowakei kamen 29% der Slowaken und aus der Ostslowakei 13% der Deutschlandreisenden.

Herkunftsregionen der slowakischen Deutschlandreisen 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International

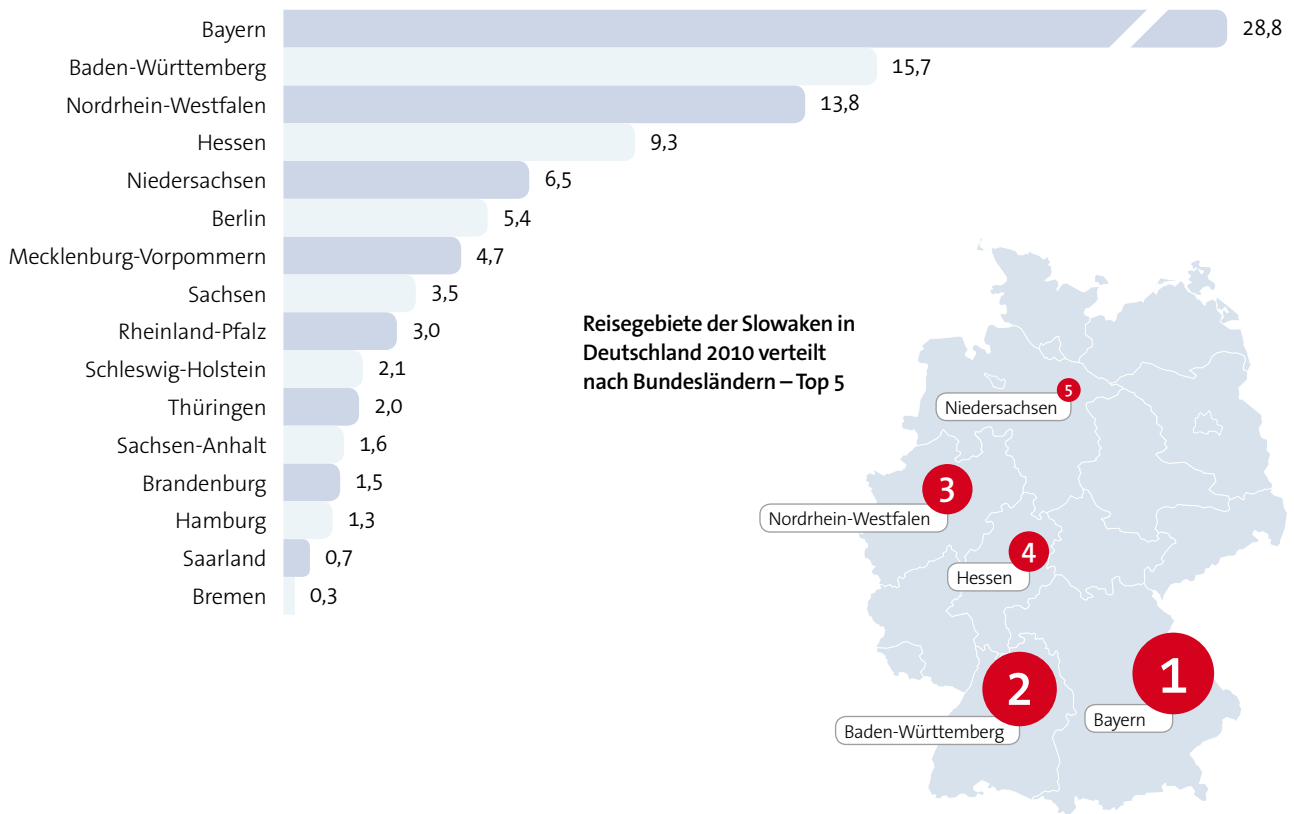


3.4 Zielgebiete

Aus der Verteilung der Übernachtungen der Slowaken in Deutschland ergibt sich die folgende Übersicht:

Reisegebiete der Slowaken in Deutschland 2010 verteilt nach Bundesländern, Anteil in %

Quelle: Statistische Landesämter 2011, eigene Berechnungen



Magic Cities

Von den 220.444 Übernachtungen im Jahr 2010 entfielen 54.481 (= 24,7%) auf die Magic Cities. Die Rangfolge der Magic Cities nach ihren Übernachtungen war dabei wie folgt:

München 13.415, **Berlin** 11.811, **Frankfurt** 6.276, **Köln** 5.351, **Stuttgart** 4.115, **Düsseldorf** 3.068, **Hamburg** 2.808, **Nürnberg** 2.418, **Hannover** 2.298, **Leipzig** 1.491 und **Dresden** 1.430.

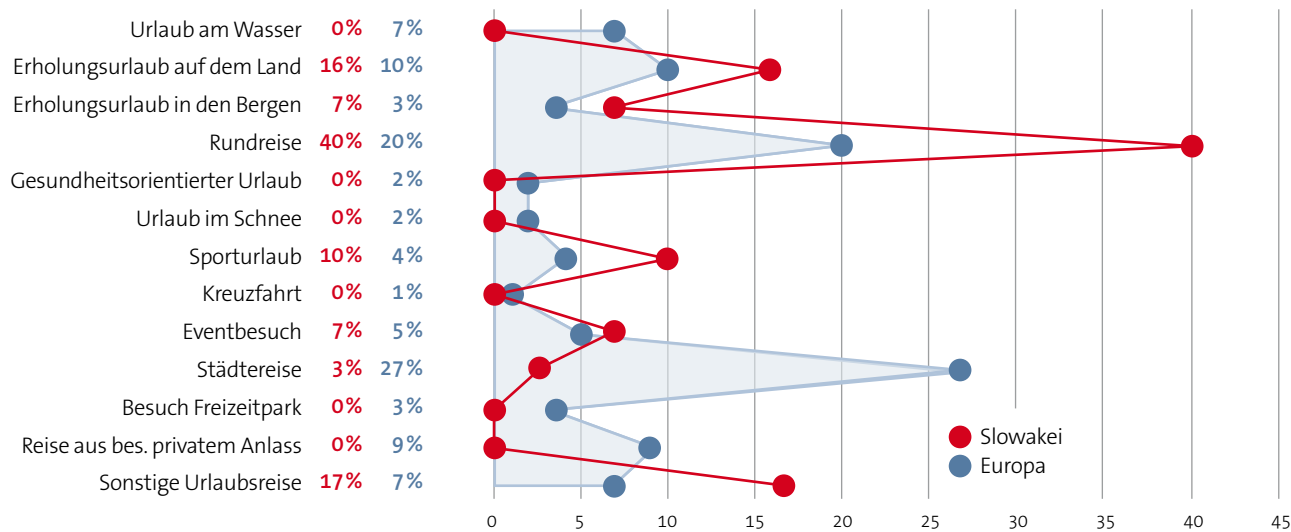
3.5 Urlaubsreisen nach Deutschland

3.5.1 Urlaubsart

Bei den 72.000 Urlaubsreisen, die Slowaken 2010 nach Deutschland machten, hatte Urlaub auf dem Land und in den Bergen einen Anteil von 23%. 50% entfielen auf sogenannte Anshaureisen (40% Rundreisen, 10% Städte- und Eventreisen) und 10% auf Sporturlaub. 17% der von Slowaken unternommenen Urlaubsreisen hatten einen anderen Zweck. Auffällig am Reiseverhalten der Slowaken im Vergleich zu Deutschlandreisen der Europäer insgesamt ist, dass der Anteil der Rundreisen stark überdurchschnittlich ist. Auch Sporturlaub, Erholungsurlaub auf dem Land und in den Bergen und sonstige Urlaubsreisen verzeichnen einen überdurchschnittlich hohen Anteil. Unter dem europäischen Schnitt blieben die Slowaken 2010 dagegen bei Städtereisen und Reisen aus privatem Anlass.

Anteil Urlaubsarten in Deutschland, in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International



3.5.2 Aufenthaltsdauer

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei slowakischen Urlaubsreisen in Deutschland betrug 5,6 Nächte. 63% der 2010 unternommenen Urlaubsreisen der Slowaken nach Deutschland waren längere Reisen (mindestens 4 Nächte), 37% waren Kurzreisen (maximal 3 Nächte).

3.5.3 Buchungsverhalten und Reiseorganisation

Bei 33% der Urlaubsreisen nach Deutschland buchten oder reservierten die Slowaken Leistungen im Voraus (Unterkunft, Transport). Bei 67% der Urlaubsreisen wurden vorab keine Leistungen gebucht. Am häufigsten wurde im Reisebüro (14% aller im Voraus gebuchten Urlaubsreisen) gebucht, gefolgt von der Buchung im Internet (3%). Sonstige Buchungsstellen wurden zu 15% genutzt. Die Unterkunft sowie die Reiseversicherung waren mit 54% und 44% die am häufigsten vorab gebuchten Leistungen. Die weiteren Plätze belegten der Bus mit 20% und andere Transportmittel mit 26%. Nur 17% aller slowakischen Deutschlandurlauber nutzten das Internet für ihre Reisevorbereitung. Dieses Medium wurde zu 14% für die Informationssuche verwendet; 3% buchten auch online. 83% der Slowaken nutzten das Internet nicht.

3.5.4 Transportmittel

Für ihre Urlaubsreisen nach Deutschland nutzten die Slowaken 2010 den Pkw – Privat-Pkw oder Mietwagen – mit 74% am häufigsten, gefolgt vom Bus mit 22%.

3.5.5 Unterkunftsarten

In der Kategorie der bezahlten Unterkünfte (39%) war das Hotel mit 22% mit Abstand die beliebteste Unterkunftsform. Dabei wurden 2010 ausschließlich Mittelklassehotels gebucht. Bei den anderen bezahlten Unterkünften wurden Privathäuser und -wohnungen zu 12% und Mietwohnungen zu 5% genutzt. Mehr als die Hälfte (61%) der slowakischen Urlaubsreisenden nach Deutschland übernachteten im Jahr 2010 in unbezahlten Unterkünften von Freunden und Bekannten.

3.5.6 Reiseausgaben

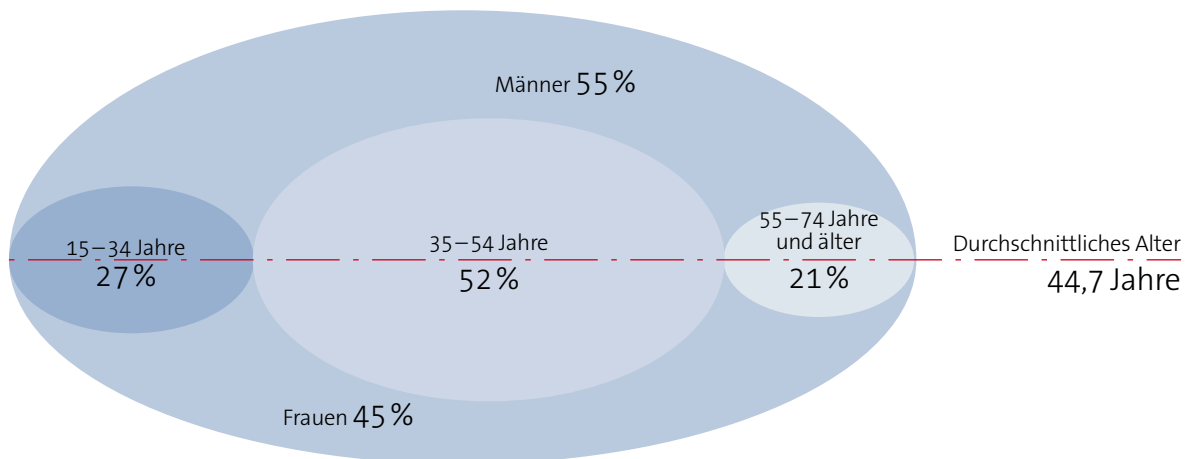
Im Jahr 2010 gaben slowakische Gäste pro Urlaubsreise durchschnittlich 210 Euro aus. Das entspricht einer durchschnittlichen Ausgabe von 38 Euro pro Tag. Das Umsatzvolumen bei Deutschlandurlaubsreisen der Slowaken betrug 2010 weniger als 50 Mio. Euro, bei allen Deutschlandreisen (Urlaubs-, Geschäfts-, VFR- und sonstige Reisen) lag es bei 0,1 Mrd. Euro. Die Werte enthalten alle Ausgaben für Unterkunft, Verpflegung, Transport etc.

3.5.7 Altersstruktur

Die Slowaken, die 2010 ihre Urlaubsreise in Deutschland verbrachten, waren durchschnittlich 44,7 Jahre alt. 55 % waren Männer und 45 % Frauen. 20 % hatten Kinder unter 15 Jahren mit im Urlaub.

Altersstruktur der Slowaken bei deutschen Urlaubsreisen 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International



3.6 Geschäftsreisen nach Deutschland

3.6.1 Art der Geschäftsreisen

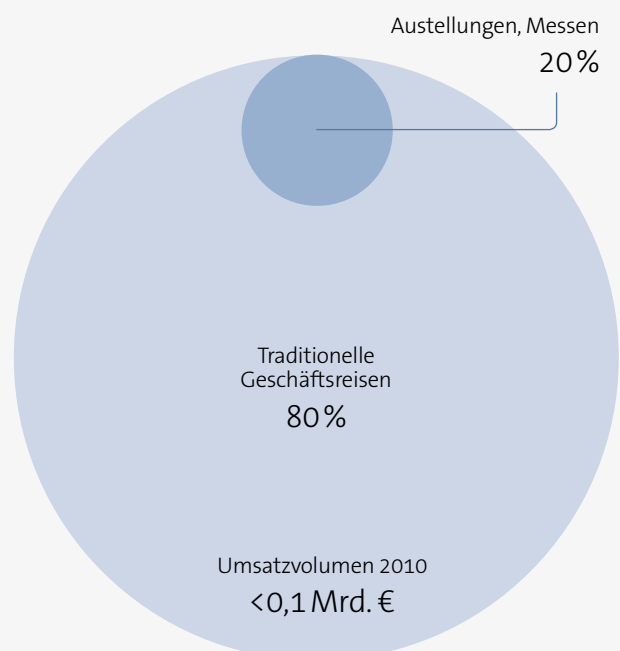
Von den insgesamt 191.000 Geschäftsreisen der Slowaken nach Deutschland waren 80 % traditionelle Geschäftsreisen, wozu Kundenbesuche oder Besuche einer Niederlassung zählen, und 20 % promotable Geschäftsreisen, worunter Konferenzen, Kongresse oder Seminare sowie Messen/Ausstellungsbesuche und Incentive-Reisen fallen. Der Besuch von Konferenzen, Kongresse und Seminare sowie Incentive-Reisen hatten für die Slowaken 2010 keinerlei Bedeutung.

3.6.2 Reiseausgaben

Im Jahr 2010 gaben die Slowaken pro Geschäftsreise nach Deutschland durchschnittlich 252 Euro aus. Dies entspricht einer durchschnittlichen Ausgabe von 25 Euro pro Tag. Das gesamte Umsatzvolumen bei den Deutschlandgeschäftsreisen der Slowaken betrug im Jahre 2010 weniger als 0,1 Mrd. Euro. Die Werte enthalten alle Ausgaben wie Unterkunft, Verpflegung, Transport etc.

Art der Geschäftsreisen der Slowaken 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International



3.7 Reisebüro-/Veranstalterstruktur

In der Slowakischen Republik gibt es etwa 300 Reiseveranstalter und ca. 800 Reisemittler. Die Hälfte der rund 300 Reisebüros ist im slowakischen Reisebüroverband SACKA (Slowakische Reisebüro- und Reiseagenturvereinigung) zusammengeschlossen. Einen großen Teil der Umsätze erzielen die Veranstalter im Verkauf durch eigene Vertriebsstellen. Es gibt bislang nur wenige Unternehmen, die Deutschlandreisen im Programm haben. Typisch – insbesondere in der Westslowakei – ist die starke Präsenz von Produkten österreichischer Veranstalter. Die TUI und die Thomas Cook AG sind in der Slowakei mit eigenen Verkaufsorganisationen und Produkten präsent, ebenso österreichische Veranstalter und Reisebüros wie RUEFA-Reisen oder Austropa (Verkehrsbüro). Auch große tschechische Veranstalter wie EXIM, Firo Tour oder Fischer-Reisen haben Tochterunternehmen in der Slowakei.

Es gibt keine Zusammenschlüsse von Reisemittlern, reine Reisemittler sind überwiegend kleine Einzelbüros. Lokale Reisemittler und -veranstalter verfügen über vergleichsweise geringes Know-how und sind auf wenige Produkte/Zielgebiete konzentriert. Der gesamte Markt ist noch instabil, eine Ausnahme bilden die IATA-Agenturen.

3.8 Mentalität und Geschäftsgebaren

Die slowakische Mentalität unterscheidet sich im Vergleich zur deutschen vor allem durch ihre viel stärker ausgeprägte Beziehungsorientierung. Kooperationen sind nur möglich, wenn sie auf einer angenehmen persönlichen Beziehung beruhen. Bei geschäftlichen Kontakten sollte der Besucher viel Zeit für den Beziehungsaufbau einplanen. Generell verhalten sich Slowaken sehr formell bei Geschäftsbegegnungen, insbesondere die ältere Generation legt viel Wert darauf. Bei der Begrüßung reicht man sich die Hand, und ein Meeting beginnt zuerst mit einem Small Talk. Pünktlichkeit und Höflichkeit sind sehr erwünscht, auch Kenntnisse der slowakischen Kultur und Sprache werden geschätzt. Es empfiehlt sich, bei größeren geschäftlichen Abschlüssen einen Kooperationspartner bei sich zu haben, der Sitten und Gebräuche kennt und Aktionen im slowakischen Markt planen kann. Obwohl das Geschäft auf Englisch oder Deutsch besprochen werden kann, sollten alle schriftlichen Dokumente ins Slowakische übersetzt werden.

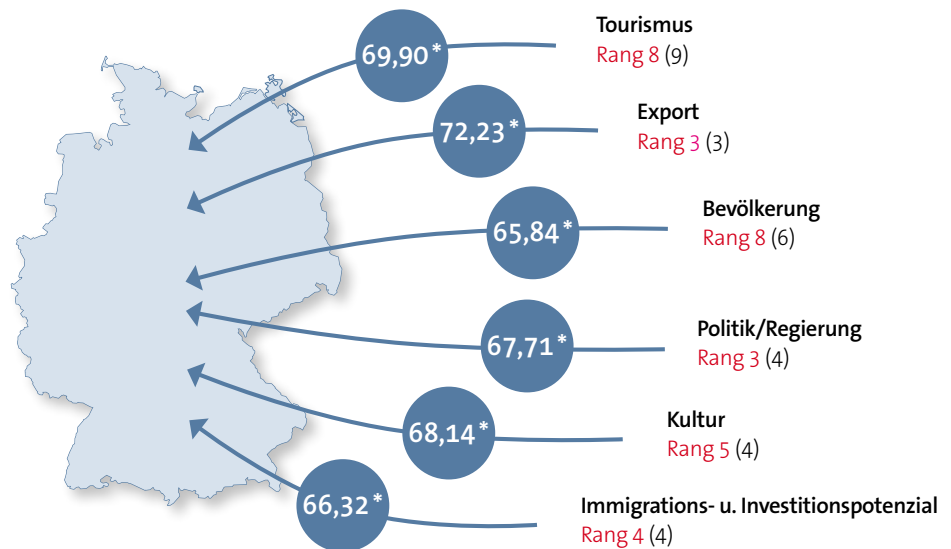
4. Image, Marktbewertung und Potenzial

4.1 Image von Deutschland

Quelle: Anholt-GfK Roper Nation Brands Index 2011 Report, Oktober 2011

In der Umfrage zum Anholt-GfK Roper Nation Brands Index (NBI) 2011¹, einer Imagestudie über 50 Länder, liegt Deutschland zum zweiten Mal in Folge auf Gesamtplatz 2. Tourismus ist einer von 6 wichtigen Standortfaktoren für das Image von Nationen:

Gesamtranking
2009: Deutschland Rang 3
2010: Deutschland Rang 2
2011: Deutschland Rang 2



* max. 100 Punkte, Werte für 2010 in Klammern

Bewertungen aus der Slowakei fließen nicht in die Untersuchung ein.

4.2 Marktbewertung

Die Slowakei ist ein prosperierender Wirtschaftsraum in Südosteuropa mit einem hohem Anteil von Geschäftsreisen nach Deutschland. Bei den Auslandsreisezielen rangiert Deutschland an 5. Stelle.

4.3 Prognose

Bereits in den letzten Monaten 2009 scheint sich die wirtschaftliche Lage der Slowakei stabilisiert zu haben, die Nachfrage nach Reisen erhöhte sich. Die Konjunktur zeigte einen ersten Aufwärtstrend, sodass Experten für 2010 wieder von einem Wirtschaftswachstum von +4% sprachen. Für die Jahre 2011 und 2012 wird mit einem Wachstum des BIP von +3,4% und +4,8% gerechnet. Deutschland ist und bleibt der Haupthandelspartner der Slowakei.

Quelle: Deutsch-Slowakische Industrie- und Handelskammer

Für das Deutschland-Incoming liegen im Wachstumsmarkt Slowakei mit rund 4 Mio. Auslandsreisen weitere Potenzialreserven. Das Reiseland Deutschland sollte seine Position im Ranking vom Platz 5 der Auslandsreiseziele weiter verbessern und das Segment der Urlaubsreisen mit bisher 21% Anteil steigern können. Im Jahr 2010 stieg die Zahl der Übernachtungen der Slowaken in Deutschland um 23,4%.

Für das Jahr 2020 prognostiziert die DZT bei einem durchschnittlichen Wachstum von 13% ein Volumen von über 700.000 Übernachtungen aus der Slowakischen Republik in Beherbergungsstätten und auf Campingplätzen.

¹ Quelle: Anholt-GfK Roper Nation Brands Index 2011 Report (Online-Befragung in den 20 international wichtigsten Ländern, je Land rund 1.000 Befragte, Imagebewertung von 50 Ländern aus allen Kontinenten)

5. DZT-Auslandsvertretung

5.1 Sitz

Seit 1. Januar 2004 wird die Slowakische Republik von der Vertriebsagentur in Prag mitbetreut.

DZT-Vertriebsagentur Tschechien und Slowakei

c/o Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer

Herr Karel Zelený

Václavské náměstí 40

110 00 Prag 1

Tel.: +420 221 490374

Fax: +420 224 222200

zeleny@dtihk.cz

www.nemecko.travel

www.germany.travel

5.2 Mitarbeiter

Herr Karel Zelený ist der Leiter und Ansprechpartner in allen Angelegenheiten der Vertriebsagentur.

5.3 DZT-Zentrale

Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.

Norbert Tödter

Leiter strategische Unternehmensplanung / Marktforschung,

Partnermanagement und Themenjahre

Beethovenstraße 69

60325 Frankfurt am Main

Deutschland

Tel.: +49 69 97464-0

Fax: +49 69 751903

info@germany.travel

Quellenverzeichnis (alphabetisch)

- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistischer Bericht, G IV 1, 2011
- Anholt-GfK Roper Nation Brands Index 2011 Report, DZT 2011
- Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Tourismus in Bayern G IV 1, 2011
- CIA – The World Factbook 2011
- Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), World Travel Monitor (WTM) 2010, IPK International, 2011
- DZT, Special Report – Impact of the Current Financial and Economic Crisis on European Travel Behavior, IPK International, 2010
- EU-Kommission, Flash Eurobarometer, 2011
- Eurostat 2011
- Germany Trade & Invest (gtai) – Wirtschaftsdaten kompakt, 2011
- Hessisches Statistisches Landesamt, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Geschäftsbereich Statistik, Statistische Berichte G IV, 2011
- Internet World Stats, www.internetworldstats.com, 2011
- Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) Factbook 2010, 2011
- Statistisches Amt der Slowakei, 2011
- Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, Beherbergung im Reiseverkehr G IV 1
- Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Tourismus in M-V G IV, 2011
- Statistisches Amt Saarland, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Statistisches Bundesamt, Fachserie 6, Reihe 7.1, Binnenhandel, Gastgewerbe, Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, 2002–2011
- Statistisches Bundesamt, Tourismus in Zahlen, 2010–2011
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Beherbergung im Reiseverkehr G IV 1, 2011
- Statistisches Landesamt Bremen, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Statistische Berichte G IV, 2011
- Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Statistische Berichte G IV, 2011
- Thüringer Landesamt für Statistik, Statistischer Bericht G IV, 2011
- United Nations Development Programme (UNDP), UN Population Division, 2011
- UNDP Human Development Report 2009
- World Economic Forum, The Global Competitiveness Report (GCI), 2010–2011



Weitere Informationen über unsere Märkte, finden Sie in der Rubrik „Über uns“ auf www.germany.travel



Gefördert durch:

