

Н. А. Мошкина

Тверской государственный университет, 3 курс

Научный руководитель: к.и.н. В. А. Антонцева

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ В ГЕРМАНИИ И ПРИЧИНЫ ЕГО ПОПУЛЯРНОСТИ

Для многих стран индустрия туризма является одной из ключевых отраслей национальной экономики. Учитывая активизирующиеся процессы глобализации на международном туристском рынке, изучение передового опыта создания конкурентоспособной туристской системы, эффективного позиционирования и продвижения национального туристского продукта как на внутреннем, так и на внешнем туристских рынках, систем государственной имиджевой политики представляется весьма актуальным. В связи с этим целью данной статьи является анализ особенностей туристской индустрии Германии, одной из ключевых европейских экономик, и выявление причин популярности международного туризма в Германии.

История туризма страны уходит корнями в посещение городов и ландшафтов с целями обучения и отдыха. С конца XVIII века такие города, как Дрезден, Мюнхен, Веймар и Берлин были основными остановками на европейском Гран-туре. В частности, курорты на Северном и Балтийском морях и в долине Рейна развились в течение XIX и начале XX века. После окончания Второй мировой войны туризм в Германии значительно развился, так как многие туристы посещали Германию, чтобы ощутить дух европейской истории.

Среди факторов, детерминирующих развитие туризма, следует выделить:

- центральность и приморское положение, что обуславливает транспортную доступность страны в Европейском регионе, способствуя развитию практически всех видов туризма, в том числе и делового. Здесь проходят крупнейшие международные выставки, конференции, ярмарки, расположены штаб-квартиры крупных транснациональных корпораций;
- наличие гидроминеральных и термальных ресурсов Немецкого Среднегорья, что обусловило развитие лечебно-оздоровительного туризма;
- потенциал Предальпийского плоскогорья и Баварских Альп для развития горных видов туризма;
- потенциал многочисленных озер юга страны;
- наличие судоходных рек для развития водных видов туризма;
- природные заповедники и национальные парки, крупнейшие из которых находятся в землях Шлезвиг-Гольштейн, Мекленбург-Передняя Померания, Нижняя Саксония и Бавария; имеется 37 природных и

архитектурных объектов списка Всемирного наследия ЮНЕСКО, в том числе замки, соборы, монастыри и проч.;

- исторически сложившаяся традиция проведения событийных мероприятий – карнавалов и фестивалей (например, Октоберфест в Мюнхене, Кёльнский карнавал, музыкальные фестивали);
- развитая транспортная и туристская инфраструктура [Александрова 2008: 81].

К популярным видам туризма в Германии относятся:

- оздоровительный туризм:

Германия хорошо известна как место оздоровительного туризма, причем многие из курортов возникли на горячих источниках, предлагая лечение (по-немецки: Kur) или профилактику с помощью минеральной воды и/или другие виды санаторно-курортного лечения. Курорты и приморские курорты часто носят соответствующие название, такие как минеральные и грязевые курорты (Mineral-und-Moorbäder), курорты здорового климата (Heilklimatische Kurorte), водолечебные курорты (Kneippkurorte), морские курорты (Seebäder), климатические курорты (Luftkurorte), курорты отдыха (Erholungsorte). Крупнейшие и известнейшие курорты также имеют казино, в первую очередь Бад Висзее, Баден-Баден, Висбаден, Ахен, Травемюнде и Вестерланд.

Баден-Вюртемберг – самая «курортная» земля ФРГ. Даже сам топоним Баден восходит к немецкому «Bad» – купальня, курорт. Курортные города и посёлки расположены в красивейших уголках горного массива Шварцвальд, причудливо обрывающегося к рейнской долине. Самый известный из них – Баден-Баден, знакомый не столько отечественным географам, сколько специалистам по русской литературе.

- зимний спорт:

Основными районами зимних видов спорта в Германии являются Северные Известняковые Альпы, Рудные горы, горы Фихтель и Баварский лес. Первоклассная инфраструктура зимнего спорта включает горные лыжи, сноуборд, бобслей и лыжи.

В большинстве регионов зимние виды спорта возможны в зимние месяцы с ноября по февраль. В предрождественский сезон (с конца ноября по 24 декабря) многие немецкие города проводят рождественские базары.

- путешествия по тематическим маршрутам:

Начиная с 1930-х годов, местные и региональные органы власти создали различные тематические маршруты, чтобы помочь посетителям познакомиться с конкретным регионом и его культурными и ландшафтными достопримечательностями.

Германский винный путь, или Немецкая винная дорога (Deutsche Weinstraße), основанный в 1935 году, относится к одним из старейших туристических маршрутов Германии. Он проходит по или параллельно автомобильным дорогам федерального значения 38 и 271 по

винодельческому региону Пфальц, расположенному в одноимённом регионе на юго-востоке Рейнланд-Пфальца. Протяжённость пути, направленного приблизительно с юга на север, составляет примерно 85 км. Маршрут начинается от Германских винных ворот (Deutsches Weintor) в Швайгене-Рехтенбахе у границы с Францией до Дома Германского винного пути (Haus der Deutschen Weinstraße) в Боккенхайме на краю Рейнгессена [Deutsche Weinstraße URL]. Параллельно ему проходит велосипедный маршрут, протяжённость которого составляет 95 км.

С мая по октябрь вдоль пути проходят праздники вина (Weinfest), на которых гостям предлагают вино в специальных стаканах конусовидной формы с округлыми углублениями по всей поверхности (Dubbeglas), объём которых, в отличие от других винодельческих регионов, составляет не 0,25, а 0,5 литра.

Романтическая дорога (Romantische Straße) — разработанный в 1950-е гг. маршрут по историческим городам юга Германии. Начинается от реки Майн и ведёт с востока Франконии в баварскую Швабию по части территории Верхней Баварии до границы Ошталгау в Альпах. Маршрут имеет протяжённость 366 километров и проходит через города от Вюрцбурга до Фюссена.

Другими популярными тематическими маршрутами в Германии являются маршрут по высокогорной дороге на массиве Шварцвальд (основан в 1952 году), Дорога замков (основан в 1954 году), проходящий через земли Бавария и Баден-Вюртемберг, Дорога немецких сказок (основан в 1975 году).

- посещение выставок и фестивалей:

Германия популярна проведением множества фестивалей, торговых выставок и прочих культурных событий.

Одним из самых популярных национальных фестивалей страны, несомненно, является Октоберфест или Октябрьские гуляния, проводимые ежегодно в Мюнхене. Праздник начинается во второй половине сентября на лугу Терезы (Theresienwiese) в центре Мюнхена, неподалёку от Главного вокзала, и продолжается в среднем 16—18 дней. Праздник отличается большим количеством пивных палаток и разнообразных аттракционов. Октоберфест привлекает каждый год около 6 млн посетителей, приезжающих в Мюнхен со всех частей Баварии и Германии, а также из других стран [DW URL].

Германия известна еще одним популярным на весь мир фестивалем - в сфере кинематографии. Берлинский международный кинофестиваль (Internationale Filmfestspiele Berlin) или Берлинале — ежегодный международный кинофестиваль, проводится с 1951 года в Берлине. Основной приз — «Золотой медведь» (медведь — геральдический символ Берлина).

В отличие от Каннского кинофестиваля, Берлинале ориентирован на прогрессивный геополитический кинематограф. Жюри уделяет особое внимание тому, чтобы в фестивальной программе были представлены фильмы со всего мира, в том числе фильмы стран бывшего «Восточного Блока». Премьеры проходят во дворце Берлинале. Директор фестиваля — Дитер Косслик. Как правило, на Берлинале показывают около 350 фильмов, а посещают этот киносмотр порядка 150 тысяч зрителей [Berlinale URL].

Германия может также предложить туристам разнообразные музыкальные фестивали. Они популярны как разнообразием жанров, – от классической музыки до техно и экстремальных жанров стиля хэви-метал – так и географией их участников.

Самыми известными музыкальными фестивалями Германии традиционно называют музыкальный фестиваль классической музыки «Schleswig-Holstein Musik Festival», проходящий в июле или августе в земле Шлезвиг-Гольштейн, летний фестиваль рок-музыки «Rock Am Ring» в Нюрнберге, ежегодно собирающий порядка миллиона посетителей, крупнейший фестиваль техно-музыки «Парад любви», проводящийся с 1989 года, а также крупнейший в мире фестиваль тяжелой музыки «Wacken Open Air» или просто «Wacken», который ежегодно проходит в деревне Вакен на севере Германии.

Германия занимает третье место в списке самых посещаемых стран Европы по данным Евростат за 2019 год [Eurostat URL].

В 2019 году общее число туристских прибытий в Германию составило 190,8 млн чел. Наблюдается тенденция к ежегодному росту количества как внутренних, так и иностранных туристов, посещающих эту страну (см. Табл.1).

Таблица 1. [Составлено автором]
Динамика туристских прибытий в Германию (млн. чел.)

Год	Прибытия			Ночёвки		
	Всего	Резиденты	Иностранцы	Всего	Резиденты	Иностранцы
2009	132,8	108,6	24,2	368,7	313,8	54,8
2010	139,9	113,1	26,8	380,3	319,9	60,3
2011	147,1	118,7	28,4	393,2	329,5	63,7
2012	152,7	122,3	30,4	407,2	338,3	68,8
2013	155,2	123,6	31,5	411,9	339,9	71,9
2014	160,7	127,8	32,9	424,1	348,5	75,6
2015	166,7	131,8	34,9	436,1	356,5	79,6
2016	171,5	136,0	35,5	447,2	366,4	80,8
2017	178,1	140,7	37,4	459,3	375,5	83,8
2018	185,0	146,2	38,8	477,9	390,3	87,6
2019	190,8	151,3	39,5	495,5	405,6	89,9

Данные свидетельствуют, что общее количество прибытий в страну увеличилось за последнее десятилетие в целом в 1,4 раза, при этом число прибытий иностранных туристов возросло за этот же период в 1,6 раз, что свидетельствует о стабильно растущей популярности Германии на международном рынке.

Германия лидирует на европейском рынке также по числу проводимых деловых мероприятий, по количеству прибытий иностранных бизнес-туристов и участию немцев в деловых поездках за рубеж. Каждый третий деловой турист в Западной Европе – немец. На их долю приходится около 20% всех расходов на деловые путешествия в регионе. В структуре рынка делового туризма в Германии выделяют два основных сегмента: индивидуальные поездки и посещение выставок и ярмарок, составляющие 83% всех поездок с деловыми целями [Логвина, Страчкова 2015: 6].

Одной из причин высокой эффективности туризма в Германии является высокая доля потребительских расходов. Именно через потребление туризм стимулирует хозяйственную деятельность страны или отдельного региона. Увеличиваются доходы гостиниц, предприятий питания, транспортных предприятий, спортивных объектов, учреждений культуры и т.д., стимулируется развитие сервиса предприятий бытового обслуживания, связи, автосервиса. Так, в 2019 г. объем потребительских расходов иностранных туристов составил 36,5 млрд. евро, что превышает показатель десятилетней давности за 2009 год в 24,9 млрд. евро в 1,4 раза [Statista URL].

Высокий уровень потребительских расходов объясняется значительным уровнем диверсификации предложения туристского рынка Германии. При этом в процессе воспроизводства туристского продукта страны задействованы практически все отрасли экономики, что повышает конкурентоспособность туристской отрасли за счет значительного синергетического эффекта. Общий объем валовой добавленной стоимости в туризме составил 290 млрд. евро, в том числе в сегменте делового туризма 47,5 млрд. евро. Это составляет 9,7% и 2,1% соответственно общего объема валовой добавленной стоимости экономики Германии [Deutschland.de URL].

Результаты исследования показали, что туристская отрасль Германии отражает основные тенденции общемирового и общеевропейского развития туризма.

Среди факторов, привлекающих поток туристов в Германию, особую значимость приобретает высокая концентрация культурных и исторических достопримечательностей, возможности широкого спектра комплексных туров, а также высокий уровень основного и сопутствующего сервиса. Наиболее перспективными направлениями выступают культурный туризм, событийный туризм, бизнес-туризм.

Сочетание богатого туристско-рекреационного потенциала с эффективной системой регулирования туристской деятельности обуславливает высокую результативность бизнеса данной сферы. Германия стабильно входит в десятку стран-лидеров по доходам и посещаемости туристами, а темпы развития данной отрасли значительно превышают среднеевропейские.

ЛИТЕРАТУРА

Berlinale [Электронный ресурс] // URL: <https://www.berlinale.de/en/home.html> (дата обращения: 25.04.2021).

Deutsche Weinstraße // Touristikroute Deutsche Weinstraße [Электронный ресурс] // URL: <https://www.deutsche-weinstrasse.de/karte/touristikroute/> (дата обращения: 25.04.2021).

Deutschland.de // Wirtschaftsfaktor Tourismus [Электронный ресурс] // URL: <https://www.deutschland.de/de/topic/wirtschaft/tourismus-als-wirtschaftsfaktor-in-deutschland-zahlen-und-fakten> (дата обращения: 27.04.2021).

DW // 60 интересных фактов об Октоберфесте [Электронный ресурс] // URL: <https://www.dw.com/ru/60-интересных-фактов-об-октоберфесте/a-45538411> (дата обращения: 27.04.2021).

Eurostat // First estimates of tourism in the EU in 2019 [Электронный ресурс] // URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/10371904/4-24012020-AP-EN.pdf/225398de-faba-4ed9-6052-9167d39f2ea2> (дата обращения: 20.04.2021).

Statista // Ausgaben ausländischer Reisender in Deutschland von 2006 bis 2020 (in Milliarden Euro) [Электронный ресурс] // URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/3193/umfrage/ausgaben-auslaendischer-reisender-in-deutschland/> (дата обращения: 27.04.2021).

Александрова А.Ю. География мировой индустрии туризма. М.: КНОРУС, 2008. – 464 с.

Логвина Е.В., Страчкова Н.В. Международный опыт в сфере развития туризма (на примере Германии) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. 2015. Т. 1 (67). №3. С. 3–19.