

# ШОППИНГ-ТУРИЗМ ПРОЦВЕТАЕТ В ГЕРМАНИИ



Кельнский собор и Бранденбургские ворота уже не единственные достопримечательности, которые привлекают туристов в Германию. Многие путешественники из-за рубежа находят роскошный берлинский универсам KaDeWe, по крайней мере, таким же привлекательным, как Königsallee в Дюссельдорфе.

Прежде всего, туристы из стран, не входящих в ЕС, в первую очередь Китай, Россия и страны Персидского залива, любят делать покупки в Германии, поскольку они могут получить возврат НДС при выезде из страны. Количество туристов из стран, не входящих в ЕС за последние десять лет выросло на целых 75 процентов достигнув 16 гостей. В то же самое время, в последние годы, сами немцы все меньше и меньше посещают торговые центры немецких городов, главным образом благодаря триумфу онлайн-торговли.

Расходы на беспошлинные покупки туристов из вне ЕС выросли более чем вдвое - с 1,0 до 2,5 млрд евро, согласно недавнему исследованию Кельнского исследовательского института ЕНИ по заказу поставщика беспошлинных услуг Global Blue.

Китайцы, в частности, оказались крайне активными в потреблении. Согласно исследованию, на их долю приходится более 40 процентов безналоговых продаж. Второе место, но со значительным отрывом, заняли туристы из России - и третье место - отдыхающие из стран Персидского залива. Вместе туристы из этих трех регионов осуществляют почти две трети оборота магазинов беспошлинной торговли в Германии.

Мода и одежда - самые популярные товары для шоппинга. Они составили добрую половину всех расходов, сообщает ЕНИ. Второе место по популярности заняли часы и ювелирные изделия с 30-процентной долей продаж.

Более того, ритейлеры стараются сделать шоппинг-туризм максимально удобным для своих клиентов, которые преодолели длинный путь. Китайские туристы могут расплачиваться во все большем количестве магазинов в Германии с помощью Alipay, платежного сервиса китайского онлайн-гиганта Alibaba. Например, Alipay принимает Kaufhof, сеть модных магазинов Breuninger или сети косметических магазинов Rossmann и dm. Они хотят предложить посетителям из Китая удобный способ оплаты, «с которым они знакомы».

В Германии торговые центры Мюнхена, Франкфурта и Берлина больше всего выигрывают от шоппинг-туризма. Дюссельдорф, Гамбург и Кельн следуют за некоторым отставанием. Во многих универмагах и бутиках сотрудники, которые говорят на китайском, русском или арабском, больше не являются чем-то удивительным.

Однако повышенное внимание к иностранным группам клиентов не лишено рисков для ритейлеров. Это особенно заметно в последние годы. Приблизительно в 2,5 млрд евро в 2018 году расходы туристов из стран, не входящих в ЕС, были значительно выше, чем, например десять лет назад. Но этот показатель был значительно ниже, чем в рекордном 2015 году, когда в Германии было приобретено беспошлинных товаров на сумму более 3,6 млрд евро.

Согласно исследованию ЕНІ, существует целый ряд причин влияющих на падения продаж: в первую очередь, введение импортных пошлин на предметы роскоши в Китае. Китайские туристы, перевозящие товары, купленные за границей на сумму более 5000 юаней (около 650 евро), должны платить от 30 до 70 процентов налогов с 2016 года, что значительно ослабило чисто ценовой стимул китайского шоппинг-туризма. Согласно исследованию, проведенному консультантами по управлению Bain на рынке предметов роскоши, все больше и больше китайцев покупают дизайнерскую одежду и прекрасные часы в своей стране.

Кроме того, экономические проблемы в России в последние годы привели к временному но значительному сокращению числа российских туристов. И в арабском мире были похожие проблемы.

Date: 2019-09-16

Article link: <https://www.tourism-review.su/bum-shopping-turizma-v-germanii-news11174>