

СИЛЬНЫЙ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ БРЕНД» ГЕРМАНИИ ПОМОГАЕТ ТУР СЕКТОРУ



Пандемия Covid-19 оказывает огромное влияние на туристическую отрасль во всем мире, но многие страны постепенно восстанавливаются и приближаются к докризисному уровню.

Одной из таких стран является Германия, где в туристической отрасли графства снова наблюдается значительный рост международного спроса. Эти успехи эксперты напрямую связывают с лидерством «национального бренда» Германии в последнем рейтинге стран.

Данные тур сектора растут

Почти треть (30,78%) бронирований в немецких отелях в этом месяце пришлась на гостей из-за рубежа - это самый высокий процент с начала пандемии.

Это основано на World Hotel Index SiteMinder, взятом из открытой платформы гостиничной коммерции компании, используемой 32 000 отелей и подключенной к более чем 400 каналам бронирования отелей по всему миру.

В целом количество бронирований отелей в Германии в настоящее время составляет 79,37% от показателей 2019 года, что выше 73,79%, зафиксированных 10 марта 2020 года, за день до объявления пандемии. С этими числами Германия также превышает среднемировой показатель, на который в настоящее время приходится 77,56% объема бронирований в 2019 году.

Впечатляющий национальный имидж Германии

Необходимо отметить, что исследовательская компания Ipsos объявила, что Германия снова заняла первое место в известном рейтинге национальных брендов Anholt-Ipsos (NBI).

Второе и третье места занимают Канада (70,64 балла) и Япония (70,52 балла). Основная сила Канады заключалась в управлении, человеческом капитале, иммиграции и инвестициях, где страна занимала первое место. Япония, с другой стороны, впервые с 2018 года вошла в тройку лидеров, зафиксировав положительное восприятие экспорта, туризма и культуры.

Немецкий «национальный бренд» всегда входил в тройку лучших в NBI с 2008 года и в седьмой раз в этом году занимал первое место, что соответствовало рекорду Соединенных Штатов.

В общем рейтинге NBI 2021 Германия получила 71,06 балла, что на 1,94 балла больше, чем в прошлом году, и в то же время это самый высокий средний балл, измеренный в истории NBI.

Прекрасные туристические показатели

Германия входит в топ-10 по пяти из шести субиндексов, составляющих NBI: экспорт, правительство, культура, туризм и иммиграция / инвестиции.

В туристическом сегменте участники опроса оценили Германию на 73,24 балла, что на 2,65 балла лучше, чем в 2020 году, что означает 10-е место в мировом рейтинге. Подкатегории «Исторические здания» и «Живые города» получили особую оценку, обе они заняли 7-е место.

По мнению немецких экспертов, эти отчеты демонстрируют прямую связь между отличной репутацией Германии, растущим желанием путешествовать и успешной стратегией восстановления для восстановления въездного туризма.

Date: 2021-10-25

Article link:

<https://www.tourism-review.su/nacionalnyj-brend-pomogaet-tur-sektoru-germanii-news12237>