

Соопштение за јавност

Date
June 18, 2010

Sandra Lades
GfK Association
Tel. +49 911 395 3606
sandra.lades@gfk-verein.org

И постарите и помладите Германци патуваат - Холанѓаните се број еден патници

**Интернационално истражување од страна на GfK
Асоцијацијата во соработка со WSJE за патувања/
однесувањето за време на одмор во 16 држави**

**Нирнберг/Франкфурт на Мајна, 18 Јуни 2010: Шест од 10
испитаници ќе трошат пари на одмори оваа година. Луѓето во
Холандија патуваат на најдолги периоди и соодветно на тоа
трошат најмногу пари. Однесување за патувањата на
Германците повеќе или помалку се совпаѓа со тоа на
просечните западните европјани. Додека во сите други земји
обично патуваат помладите луѓе, во Германија нема разлика
пomeѓу генерациите.**

Во последното истражување, на жители на 16 земји им беа поставени прашања поврзани со патување, на пример, дали и колку долго тие патуваат секоја година, колку пари трошат на одмори и кој се нивните омилени активности за време на одмор.

Речиси 40% од сите испитаници изјавија дека тие не патуваат во своето слободно време годинава. Оваа цифра се зголемува на 61% во Источна Европа и паѓа на 37% во Западна Европа. Најжелни за патување се Швеѓаните (87%), Холанѓаните (85%) и Белгијците (77%). Германците се под просекот на Западна Европа: 38% се откажуваат од одмор оваа година. Бугарите најмалку патуваат, околу 70% го поминуваат својот одмор дома.

GfK-Nürnberg e.V.
Nordwestring 101
D-90419 Nuremberg

Tel +49 (0)911/395-2368
Fax +49 (0)911/395-2715
www.gfk-verein.org
info@gfk-verein.org

Managing Director:
Dr. Raimund Wildner

Executive Board:
Peter Zühlsdorff (President)
Ralf Klein-Bölting
Prof. Dr. Nicole Koschate
Prof. Hubert Weiler
Dr. Raimund Wildner
(Vice President)

Register of Associations
VR200665
District court Nuremberg

Речиси во сите земји младите луѓе се тие кои патуваат во нивното слободно време. Германија е единствената земја во која нема разлика помеѓу старите и младите. "Тренд Сензорот на GfK Асоцијацијата ни покажува дека старите луѓе во Германија се сèуште во добра финансиска состојба споредено со другите земји. Тие сакаат да го искористат ова патувајќи, доколку нивното здравје е добро," забелешува Др. Рајмунд Вилднер, Управниот Директор на GfK Асоцијацијата, за ситуацијата во Германија.

Колку туристите трошат годишно за нивните патувања?

Повеќе од третина од испитаниците ќе потрошат максимум 1000 евра по човек годишно за одмори во 2010, а 21% од оваа група ќе потрошат максимум до 500 евра. Околу еден од десет, ќе потрошат помеѓу 1000 евра и 2000 евра. Оваа цифра се дуплира во Шведска, а приближно 20% од Холанѓаните и Белгијците се спремни да платат помеѓу 1000 и 2000 евра за годишен одмор. Во просек низ сите земји, 9% ќе потрошат повеќе од 2000 евра. Помеѓу Американците овој процент расте до најмногу 18%, следен од тој на Британците и Холанѓаните (16% и 13% соодветно). Германија останува околу западно европскиот просек во однос на трошоците: 37% ќе платат до 1000 евра по човек годишно за нивните одмори, 15% помеѓу 1000 and 2000 евра и 4% повеќе од 2000 евра.

Колку пари планирате да потрошите оваа година на одмори по човек?					
	Ништо – останувам дома	До 500 евра	До 1000 евра	од 1001 евра до 2000 евра	Повеќе од 2000 евра
Сите држави	39%	21%	15%	12%	9%
Западна Европа	37%	20%	18%	13%	7%
Белгија	23%	20%	22%	19%	9%
Германија	38%	15%	22%	15%	4%
Франција	38%	26%	17%	10%	3%
Обединетото Кралство	29%	19%	18%	16%	16%
Италија	40%	26%	18%	8%	4%
Холандија	15%	19%	23%	22%	13%
Португалија	66%	11%	6%	6%	1%
Шведска	13%	20%	26%	27%	11%
Шпанија	47%	17%	13%	8%	4%
Централна/Источна Европа	61%	24%	6%	3%	0%
Бугарија	71%	19%	2%	0%	0%
Полска	62%	27%	6%	2%	0%
Романија	70%	16%	7%	2%	0%
Чешка	30%	37%	13%	7%	0%
Турска	51%	34%	8%	2%	0%
Унгарија	65%	22%	3%	1%	0%
Европа вкупно	42%	21%	16%	11%	6%
САД	32%	18%	15%	15%	18%

Source: "Vacation" survey, GfK Association / WSJE, spring 2010, n= 16.364

Колку долго луѓето одат на одмор секоја година?

Нешто помалку од 30% од испитаниците одат на одмор 2 недели секоја година, речиси истиот процент за само една недела и 13% под 7 дена. Еден од пет испитаници патуваат по 3 или 4 недели секоја година: Холанѓаните, Британците и Белгијците се особено карактеристични за оваа група. Во Холандија, 17% од граѓаните земаат одмор за 5 и повеќе недели (сите држави: 7%), што – земајќи ги во предвид трошоците – ги прави Холанѓаните број еден патници.

Од Германците, речиси половината патуваат по 2 недели секоја година, 20% за три или четири недели, и само 3% подолго од 5 недели во годината.

Која е преферирана дестинација за патување?

Две третини од сите испитаници повеќе сакаат да останат во својата држава. Овој сооднос паѓа на само под 50% во Западна Европа. Жителите од Јужните Европски држави особено се заинтересирани да останат во нивната татковина: дури 70% од Португалците, речиси исто толку Шпанци и Италијанци и 60% од Французите уживаат да го поминуваат нивното слободно време во својата држава. Повеќето Американци (80%) исто не патуваат странство, и овој процент се зголемува на 95% за Турците. Во Германија, 37% од граѓаните го поминуваат својот одмор на домашен терен, околу 30% се упатуваат кон Јужните Европски држави како Франција, Италија и Шпанија, додека 7% ги посетуваат државите во Централна и Источна Европа (просекот за Западна Европа: 3%). Само 2% од Германските туристи летаат кон Азија и Африка, и само 1% одат Америка.

Кои се најпопуларни активности за време на одмор?

Запрашани што сакаат да прават за време на нивниот одмор (испитаниците кажуваат максимум 2 активности), 37% одговориле дека сакаат да се релаксираат читајќи книга, едноставно да се одмараат или да играат игри. Чистата релаксација е особено високо на листата приоритети меѓу Европјаните (58%), и посебно за Германците (69%). Наспроти тоа, само 10% од Американците го ценат "dolce far niente" (убавината на неправеењето ништо), претпочитаат да ги посетат пријателите и роднините за време на одморот (25%), да уживаат во спортувањето (16%) или да се забавуваат во баровите, клубовите или дискотеките (15%).

Откривањето на нови држави и култури доаѓа на второ место на омилените активности на Европјаните (34%), додека половината од Белгијците и Холанѓаните копнеат за разгледување на споменици. Во Германија, две активности делат второ место: 26% сакаат да ги откриваат културните карактеристики на другите држави, и истиот процент го претпочитаат спортот. Турците (43%) и Чесите (37%) особено уживаат во спотрот за време на одморот. Трета омилена

активност на Европјаните е спортот (18%), следно посетата на пријатели и роднини (17%) и одење во барови, клубови и дискотеки (16%). Откривање на странската храна е наклоност на 13% од испитаниците, и на 19% од Германските туристи.

Истражување

Соработката меѓу The Wall Street Journal Europe (WSJE) и GfK асоцијацијата, беше за интернационалното истражување за одморот, пролетта 2010, на 16,364 луѓе постари од 15 години, во 16 држави. Истражувањето испитуваше дали Европјаните одат на одмор, и ако одат, за колку долго, кои активности ги претпочитаат (испитаниците кажуваат најмногу 2 активности), каде одат и колку трошат на одморите за оваа година по човек.

The Wall Street Journal Europe (www.wsj.com)

Основана во 1983, The Wall Street Journal Europe го формира делот од водечката светска бизнис публикација за лиценци, која ги вклучува The Wall Street Journal, The Wall Street Journal Asia и The Wall Street Journal Online на WSJ.com, водечкиот добавувач на бизнис и финансиски вести и анализи на веб со повеќе од милион претплатници и 23 милиони посетители месечно. Заедно, овие публикации имаат раширеност од скоро 2.9 милиони, достигнувајќи ги светските топ бизнис и политички лидери.

Wall Street Journal Europe повлекува од мрежата на Dow Jones приближно 1,900 персонал за бизнис и финансиски вести, најголемата мрежа во светот, вклучувајќи повеќе од 400 во Европа, Средниот исток и Африка. Нивниот веб сајт, Europe.wsj.com, дава релевантни, веродостојни, најнови вести и анализи, мислења, податоци за пазарот и мултимедијални особини прилагодени за Европската публика од уредничкиот тим во Лондон. WSJ.com Mobile Reader за Европа праќа содржини за BlackBerry® телефоните како и за iPhone и iPod уредите на допир.

GfK Асоцијација

GfK Асоцијацијата е основана 1934 како непрофитна организација за промоција на истражувањето на пазарот. Нејзиното членство се состои од приближно 600 компании и индивидуалци. Целта на асоцијацијата е да развие иновативни методи за истражување во тесна соработка со академските институции, да промовира обука и понатамошно образование за истражувачите на пазарот, да ги набљудува структурата и развојот на општеството, економијата и политиката кои играат главна улога во приватната потрошувачка, и да се испитаат нивните ефекти на потрошувачите. Резултатите од истражувањето се достапни

на членството. GfK Асоцијацијата е акционер во GfK SE.
Понатамошни информации: www.gfk-association.com.

Одговорен за соопштението:

GfK Association, Press Office

Sandra Lades

Nordwestring 101

90419 Nuremberg

Tel. +49 911 395-3606, sandra.lades@gfk-verein.org