

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



Alemania
Temporada de primavera/verano 2026

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Oficina Española de Turismo de Berlín
NIPO: 219-26-001-4.
Abril 2026



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político-sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACROECONÓMICO			
	2024	2025	2026 (previsión)
PIB real (% variación interanual)	-0,1*	+0,4*	+0,3*
PIB nominal per cápita (euros)	51.872,86*	53.690,35*	55.682,13*
Gasto consumidor (% variación interanual)	+2,7*	+4,3*	+3,5*
Población empleada (miles)	46.000	45.995*	45.962*
Tasa de desempleo (% sobre población activa)	6,0	6,3*	6,1*
IPC (% variación interanual)	+2,8	+2,2*	+2,9*
Población Total	83.473.380*	83.369.350*	83.200.140*
Tasa de hogares de clase media (%)	64,7	65,2	65,6

*Estimación.

Fuente: Oxford Economics.

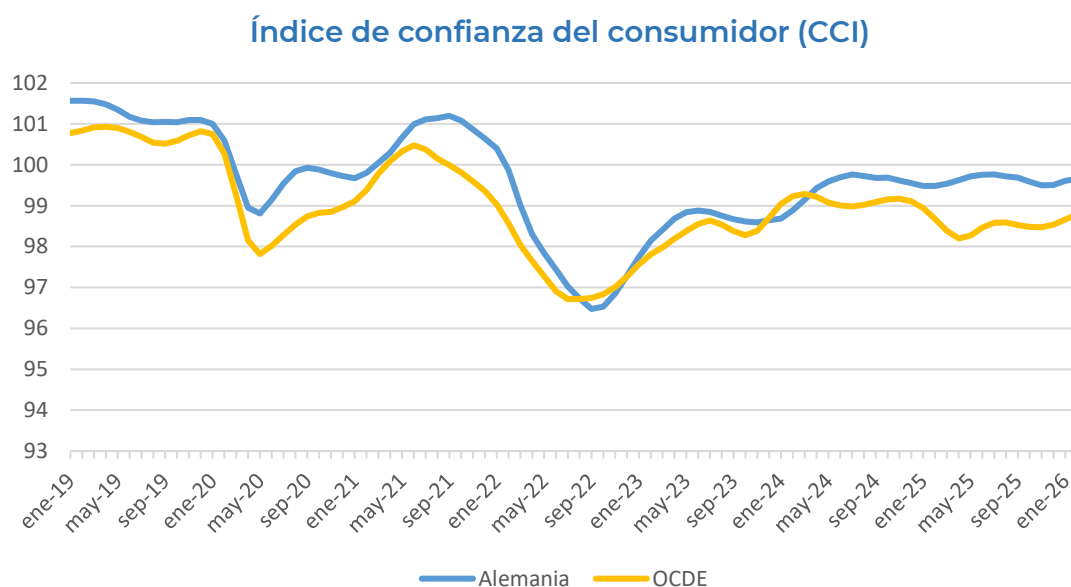
4

Los datos macroeconómicos de Alemania para el periodo 2024–2026 apuntan a una evolución muy contenida en un contexto de crecimiento económico muy débil, pero con cierta mejora en las variables de renta y consumo. Tras la ligera caída del PIB real en 2024 y el leve incremento registrado en 2025, distintos organismos e instituciones habían previsto una recuperación modesta en 2026 (en torno al +0,9%). El PIB nominal per cápita mantiene una trayectoria ascendente, hasta situarse en un estimado de 55.682 euros en 2026. Esta mejora nominal, unida a la evolución positiva del gasto de los consumidores, sugiere una cierta resistencia del poder adquisitivo de los hogares, pese a un entorno económico todavía poco dinámico. Sin embargo, debido a las consecuencias de la guerra con Irán, el gobierno alemán ha reducido muy recientemente a la mitad su previsión de crecimiento económico. Ahora espera que el producto interior bruto aumente solo un 0,5 por ciento este año. En enero, el gobierno aún proyectaba un crecimiento del 1,0 por ciento.

Por otro lado, el mercado laboral se mantiene relativamente estable, aunque con un repunte temporal de la tasa de desempleo en 2025. Aun así, el volumen de población ocupada continúa en niveles muy elevados y la tasa de hogares de clase media sigue aumentando de forma gradual, lo que indica la existencia de una base social amplia y solvente. En paralelo, la inflación se modera en 2025 antes de repuntar ligeramente en 2026, mientras que la población total desciende de forma leve. En conjunto, el panorama sigue siendo compatible con una demanda turística sostenida, apoyada en una estructura de consumo relativamente sólida y en una capacidad de gasto que permanece elevada.

En el siguiente gráfico se muestra el índice de confianza del consumidor elaborado por la OCDE, que en el caso de Alemania se ha mantenido prácticamente desde enero de 2019 por encima del índice de la media de los países que integran la OCDE. En el periodo analizado, ambos índices registran oscilaciones moderadas, con una caída más acusada en 2020 (Covid) y luego alcanzando el nivel más bajo en septiembre de 2022 (guerra contra Ucrania). Desde comienzos de 2023 se observa una recuperación gradual, aunque el indicador sigue moviéndose en niveles todavía contenidos, pero más estables que en los momentos de mayor debilidad.

5



Fuente: OCDE., siendo 100 el promedio histórico del índice.

FACTORES POLÍTICO-SOCIALES

La recuperación económica está resultando más lenta y limitada que lo previsto por la coalición de gobierno liderada por el canciller Merz. Tras tres años de recesión y estancamiento, el IW Köln pronostica para 2026 un crecimiento de apenas el 1%, advirtiendo además que un tercio de ese avance se debe a un efecto de calendario (más días laborables) y no a una mejora estructural real, mientras la tasa de desempleo permanece en torno a los tres millones de personas durante todo el año. El instituto ifo es aún más pesimista y sitúa el crecimiento en el 0,8%, estimando que los aranceles estadounidenses frenarán el PIB alemán en 0,6 puntos porcentuales solo en 2026. Tras el estallido del conflicto en Oriente Medio los institutos han ajustado aún más a la baja sus previsiones, con una inflación presionada por los costes energéticos. En este contexto, los institutos económicos y de investigación de mercado alemanes señalan

que el conflicto en Irán está lastrando la confianza del consumidor alemán, con la propensión al ahorro de los hogares alcanzando su nivel más alto en más de 17 años. Ello podría derivar en una mayor contención en el gasto, también en el vacacional, especialmente entre las capas medias y bajas de la población.

En el plano político interno, el año viene marcado por un intenso calendario electoral regional. En Baden-Württemberg, los Verdes se impusieron en los comicios del 8 de marzo con el 30,2% de los votos, frente al 29,7% de la CDU, mientras la AfD casi dobló su resultado anterior hasta el 18,8%, consolidándose como tercera fuerza en el parlamento regional. En otoño se celebrarán elecciones en Sajonia-Anhalt, Mecklemburgo-Pomerania Occidental y Berlín: en los dos primeros estados la AfD ronda el 40% en las encuestas de intención de voto, y más de la mitad de los alemanes prevé que este partido logre encabezar un gobierno regional por primera vez en su historia. Este escenario preelectoral mantiene una cierta tensión política interna, aunque sin afectar por el momento a la estabilidad del gobierno federal.

6 | La conflictividad laboral en el sector de la aviación alemana ha resurgido con fuerza justo al inicio de la temporada. Los sindicatos Vereinigung Cockpit y UFO han convocado sucesivas huelgas de pilotos y personal de cabina de Lufthansa, CityLine y Eurowings en la segunda semana de abril, con cientos de vuelos cancelados y decenas de miles de pasajeros afectados en cada jornada. Los conflictos, centrados en la negociación de nuevos convenios y en las condiciones de cierre de CityLine no tienen una resolución previsible a corto plazo, lo que ha introducido un factor de incertidumbre en la planificación de viajes al exterior, precisamente en las semanas previas al inicio de la temporada alta.

El elemento geopolítico más relevante e imprevisto para esta temporada es el estallido, el 28 de febrero de 2026, del conflicto armado entre Estados Unidos e Israel e Irán, que ha tensionado los mercados energéticos globales y añade incertidumbre sobre la recuperación económica alemana. Este conflicto se superpone a la prolongación sin solución visible de la guerra en Ucrania.

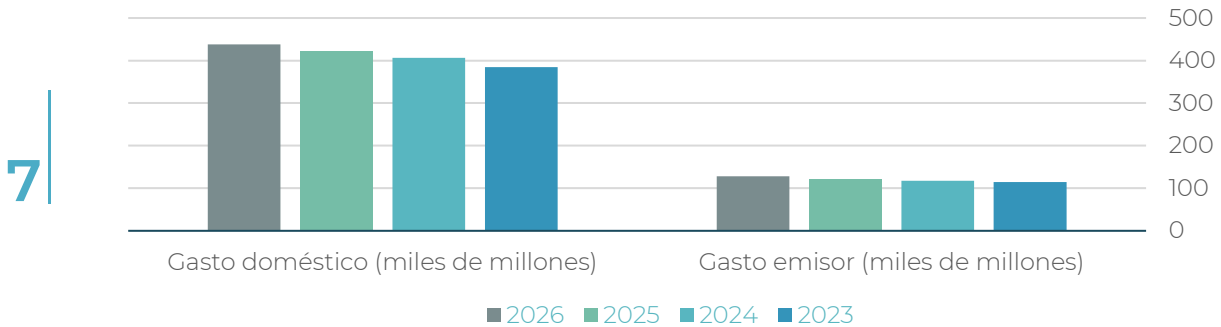
En este escenario de doble frente bélico, la percepción de seguridad adquiere un peso creciente en las decisiones de viaje. El Ministerio alemán de Asuntos Exteriores actualizó sus avisos el 28 de febrero e impuso recomendaciones de no viaje para varias zonas de Oriente Próximo, así como para las provincias turcas fronterizas con Irán, Irak y Siria, aunque precisando que las principales regiones vacacionales de la costa turca o de Egipto no se ven afectadas directamente por el momento. Sin embargo, la proximidad geográfica al conflicto está generando un impacto real en la demanda de viajes organizados hacia el Mediterráneo oriental, con una paralización sensible de las reservas hacia Turquía en particular. Este contexto está propiciando una reorientación a corto plazo desde el Mediterráneo oriental hacia el occidental, con un desplazamiento de flujos hacia Italia, Grecia, España y Portugal. Los debates sobre sostenibilidad, cambio climático y masificación turística, aunque han pasado a un

segundo plano en la agenda mediática alemana, podrán condicionar la imagen de algunos destinos, especialmente en temporada alta.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Los últimos datos disponibles de la demanda turística alemana muestran una evolución positiva tanto del gasto doméstico como del gasto emisor total. Entre 2024 y 2025, el gasto turístico doméstico pasó de 406,0 a 422,6 miles de millones de euros, mientras que el gasto emisor total —que incluye el transporte— aumentó de 117,67 a 122,1 miles de millones de euros.

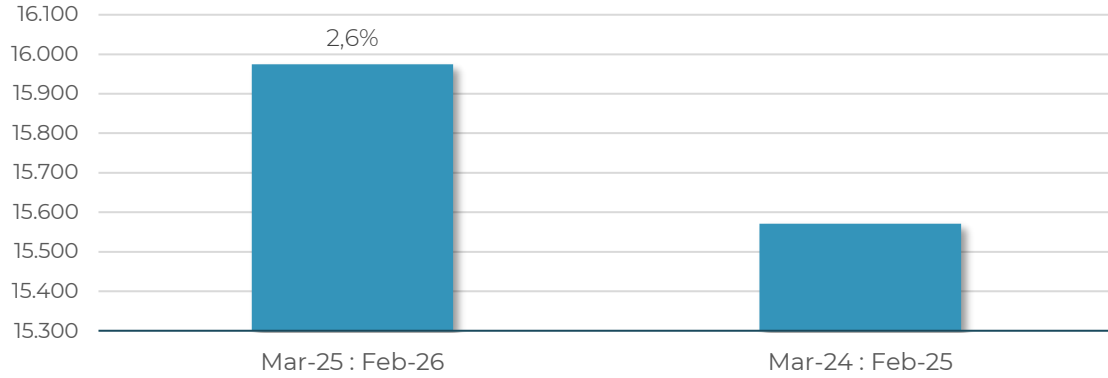
Evolución gasto turístico



Fuente: Oxford Economics.

Según estimaciones de Oxford Economics, esta tendencia continuará en 2026, con el gasto doméstico alcanzando 438,28 miles de millones de euros, y el gasto emisor total situándose en 128,24 miles de millones de euros. En conjunto, estos datos apuntan a una demanda turística alemana sólida y en expansión, con una base de gasto elevada y estable. El turismo sigue ocupando un lugar importante en el presupuesto de los hogares alemanes, respaldado por una capacidad de consumo e intención de gasto que se mantiene firme pese a un entorno económico moderado.

Gasto de los turistas alemanes en España (millones €) y tasa de variación interanual (%). Mar 25 - Feb 26 (último mes publicado)



Fuente: EGATUR (INE).

8

Según datos de Egatur (INE), el gasto de los alemanes en España ascendió a 15.975 millones de euros en el periodo marzo 2025–febrero 2026, frente a 15.571 millones en el periodo equivalente anterior (marzo 2024–febrero 2025), lo que supone un aumento interanual del 2,6%. Este comportamiento confirma que la demanda alemana, medida en términos de disposición al gasto, sigue sólida, aunque aumentando a un ritmo algo más moderado que en periodos anteriores, pero en línea con la tendencia de crecimiento sostenido observada desde la recuperación posterior a la pandemia.

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Consideración, intención del viaje y satisfacción.

Los índices de consideración e intención de viaje para 2026 confirman el fuerte atractivo de España en el mercado alemán, aunque Italia conserva el liderazgo en el índice de consideración. En este indicador, España se sitúa en segunda posición, con un 34%, pero encabeza la intención de viaje con un 13,3%, por delante de Italia y Grecia, y con una mejora de 1,4 puntos respecto al año anterior, lo que sugiere una capacidad de conversión especialmente alta entre interés y decisión de viaje efectiva. En satisfacción, España alcanza un 71% y se mantiene en segunda posición, solo por detrás de Portugal, con un ligero retroceso que también se observa en el resto de los principales destinos. España mantiene su imagen como destino bien valorado y consistentemente competitivo entre los viajeros alemanes.

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	Italia	36,6	34,6
2	España	34	32,1
3	Grecia	27,1	26,6
4	Portugal	24	22,4
5	Turquía	10,9	13,9

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

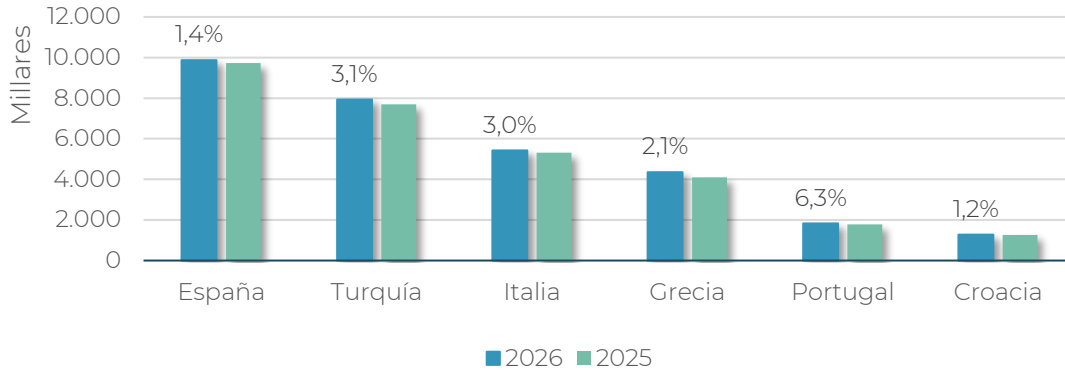
Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	España	13,3	11,9
2	Italia	12,2	12,5
3	Grecia	8,4	8,1
4	Portugal	4,7	4
5	Turquía	4	5,7

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	Portugal	73,8	75,2
2	España	71	72,7
3	Grecia	70,1	73
4	Italia	67,2	69,2
5	Turquía	35	37

Fuente: <https://es.yougov.com/>

Asientos programados para la temporada de verano (Abril - Septiembre 2026)



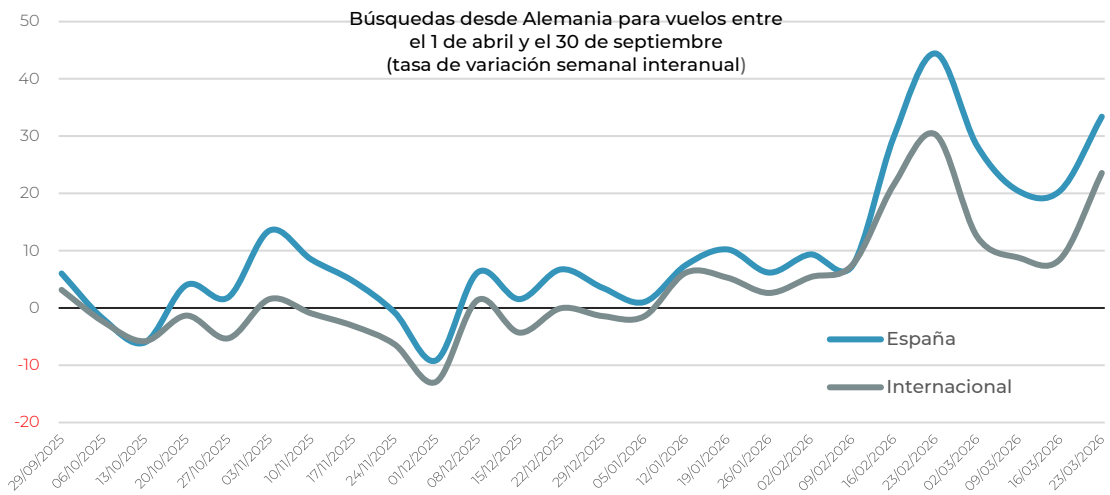
Fuente: OAG Schedules Analyser.

10

Según OAG Schedules Analyser, las capacidades programadas para España entre el 1 de abril y el 30 de septiembre de 2026 ascienden a 9.863.760 asientos, un 1,4% más que en 2025, lo que confirma una ampliación de la oferta sobre una base ya muy elevada. España se sitúa como el destino con mayor volumen absoluto en capacidades programadas. Entre los competidores, destaca sobre todo Grecia, con el mayor crecimiento interanual (6,3%), seguida de Turquía (3,0%) y Portugal (3,1%), que aumentan con algo más de intensidad que España. Italia crece un 2,1%, igualmente por encima del ritmo español, mientras que Croacia se mantiene prácticamente estable (1,2%). Algunos de los turoperadores y aerolíneas más destacadas del mercado han anunciado recientemente ampliaciones de ofertas y frecuencias para el verano 2026, redirigiendo capacidad liberada por el conflicto en Oriente Medio. Salvo que la no disponibilidad de queroseno de aviación por una prolongación del bloqueo del estrecho de Ormuz dé al traste con las previsiones de las compañías aéreas, la conectividad aérea desde Alemania con España para la presente temporada de verano está asegurada.

Búsquedas

Las búsquedas de vuelos desde Alemania muestran un repunte claro a partir de principios de febrero, crecimiento que declina de forma abrupta desde el inicio de la crisis en Oriente Medio a principios de marzo con el aumento de la incertidumbre sobre la seguridad y la operativa aérea en la región, para volver a retomar una senda de crecimiento más moderado desde mediados de marzo. En este contexto, España registra un comportamiento más dinámico que el conjunto internacional, lo que encaja con el discurso de distintos medios y fuentes del sector en Alemania: el turista no deja de querer viajar, pero se reorienta hacia destinos europeos percibidos como más estables, siendo España, por cercanía y capacidad de absorción de una demanda añadida, uno de los países que absorbe ese trasvase como uno de los principales “destinos refugio” del Mediterráneo occidental.



Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/>

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Alemania se encuentra marcada por una coyuntura económica de crecimiento débil tras episodios recientes de estancamiento, con una industria presionada por altos costes energéticos, la transición hacia un modelo más sostenible y la pérdida de competitividad exterior; a ello se suma una inflación moderada pero amenazada por la actual situación de escasez y carestía de productos energéticos derivados del petróleo. En el plano político-social, destaca el envejecimiento poblacional, la crónica escasez de mano de obra cualificada, el debate sobre inmigración y cohesión social, la reforma de las pensiones y el sistema sanitario, así como una creciente polarización política con un avance de partidos populistas, todo ello en un contexto de prudencia del consumidor alemán que tiende a priorizar el ahorro, aunque mantiene un alto interés por el disfrute de unas vacaciones, especialmente en destinos seguros y bien conectados.

Todos los analistas del mercado y los representantes de los principales turoperadores y plataformas de venta en línea ya habían señalado que, como contrapartida a una intensa oleada de reservas muy tempranas operadas en los últimos meses del año pasado, los primeros meses de 2026 acusarían una ralentización en las ventas, como así ha sido. La demanda alemana parece haber llegado al límite en la sensibilidad al precio, después de dos años de aceptar incrementos sustanciales tanto en el paquete como en el de los vuelos, los alojamientos, los alquileres de coches y otros productos y servicios, y priorizan las reservas con mucha antelación para garantizarse el mejor precio, o esperan a ver si los operadores lanzan más tarde ofertas de último minuto. El estallido de la guerra en Oriente Medio ha trastocado, no obstante, esta lógica de mercado.

Los últimos datos comunicados por TDA (Travel Data & Analytics) relativos a la marcha de las ventas de paquetes y viajes organizados hasta finales de marzo recogen un retroceso significativo de la demanda. Las reservas de vacaciones para la temporada de invierno aún en curso se desplomaron en marzo un 49%, mientras que para la próxima temporada de verano caen cerca del 20%. En conjunto, la disminución de reservas en marzo ha alcanzado un 25% para el conjunto del año turístico 2025/26. A pesar de esta abrupta caída, los acumulados aún se mantienen en terreno positivo, con un crecimiento del 2% en invierno y del 3% en verano. El análisis por segmentos geográficos confirma una fuerte asimetría en el impacto. Las regiones más afectadas son los destinos del Golfo, los países adyacentes y los viajes de larga distancia, debido tanto a restricciones operativas en el transporte aéreo como al aumento del riesgo percibido. En particular, destinos como los Emiratos Árabes Unidos han sufrido cancelaciones superiores al 25 % de su volumen invernal, mientras que Turquía y Egipto han experimentado una fuerte desaceleración de su crecimiento tras registrar caídas pronunciadas en marzo. En términos agregados, la media distancia oriental presenta un retroceso del 34% interanual. Este comportamiento contrasta con el de Europa occidental, donde se observa un claro efecto de sustitución de la demanda. Los viajeros reorientan sus decisiones de viaje hacia destinos percibidos como más seguros y

cercanos, lo que ha repercutido especialmente sobre la demanda hacia España, con incrementos del 32% en la península y del 15% en Canarias y Baleares, así como a otros destinos como Italia y Portugal.

No obstante, a falta de conocer el impacto que la crisis pueda tener en los siguientes meses sobre la economía alemana, la inflación (+2,7% en marzo), el empleo, la disponibilidad de queroseno y el coste de paquetes y billetes aéreos, la demanda turística seguirá mostrando cierta solidez, si bien muy sensible a la evolución de los precios, reservando con muy poca antelación y muy atenta a la percepción de los riesgos durante el viaje y en destino. La gran mayoría de los países competidores de España, salvo los situados en el Golfo Pérsico y los de largo recorrido afectados por una menor conectividad aérea, siguen en el mercado, procurando aplicar una política de precios más agresiva aquellos más afectados por una menor dinámica en la realización de reservas.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

