

ALEMANIA – EL TURISMO EN UNA SOCIEDAD QUE ENVEJECE

Por Jens-D. Kosmale
BundesForum Kinder- und Jugendreisen e.V.

Destino: Alemania

Empezar un artículo sobre turismo en Alemania, con algunas breves ideas sobre el país visto como un lugar de interés para lectores de otros países, es bastante inusual y poco común, incluso para los que trabajan en turismo social en Alemania. En general, no vemos Alemania como un destino turístico. Un tipo de “turismo” visto como viajar alrededor de ti mismo. Cuando oyen esta palabra, los alemanes no piensan en ofrecer servicios a los visitantes. El desempleo es alto, 12% de media, y muchas áreas con más del 20%. Y, sin embargo, es bastante difícil encontrar personal para hoteles y restaurantes.

“El romántico corazón de Europa” fue uno de los eslóganes usados por nuestra oficina nacional de turismo hace algunos años. Sí, hay numerosos castillos antiguos, iglesias, e incluso, pueblos que se conservan enteros como hace siglos. Sí, tenemos museos, exhibiciones de arte, teatros de todas las clases, representaciones continuas, incluso en las aldeas más pequeñas, y todas dignas de ver. Pero la pregunta es, ¿puede todo eso compensar el frío clima y la desagradable lluvia?

Para la mayoría de los alemanes, la respuesta es “no”. De manera que dejan su propio país por vacaciones y se dirigen a las costas del Mediterráneo.

Incluso para muchos otros europeos, Alemania no es sino un país de paso hacia otros destinos cuando viajan en coche, en autobús o en tren. Por consiguiente, a menudo promover lugares de interés turístico comienza con el problema de: “¿Cómo hacer que paren y dejen la carretera principal para quedarse aquí?”

Sin embargo, la llegada de turistas cobra una creciente importancia incluso para los pequeños albergues juveniles, complejos vacacionales para familias, y otras infraestructuras del turismo social. Sus grupos tradicionales de turistas nacionales, disminuyen. El número de visitantes potenciales está descendiendo y, mientras que una buena parte ha decidido servirse de otras ofertas de turismo, otra no puede ni costearse su pequeña parte del precio. Las organizaciones que gestionan dichos lugares, tienen que encontrar nuevos visitantes, de otros países de la Unión, o incluso de fuera de esta. La única alternativa parece ser cerrar. Problemas de idioma, diferencias de mentalidad, desconocimiento de la expectativa de los nuevos visitantes en lo que respecta alimentación y servicios...todo ello crea nuevas tareas en la formación del personal. Y las dificultades no hacen sino aumentar cuando muchas de estas organizaciones consiguen gran parte de su personal en el mercado negro.

Un pueblo viajero

Como consecuencia de la costumbre alemana de pasar las vacaciones en el extranjero, se pueden encontrar turistas alemanes por todas partes. No siempre son populares. Pero para muchos países, son económicamente vitales. Alemania tiene muchos habitantes, y más de 64 millones de ellos tienen más de 14 años. Dentro de esa gran cifra, el porcentaje de gente viajando es muy alto. La intensidad de esta actividad, es decir, la cantidad estadística de gente que hace al menos un viaje de 5 días o más, se mantiene por encima del 75%. Alrededor del 70% del total de viajeros pasa sus principales vacaciones fuera de Alemania. Esto lleva a numerosos y repetidos debates: muchos políticos quieren más turismo nacional, pero por otro lado, saben que los turistas alemanes constituyen una importante fuente de ingresos para muchos países y, de alguna manera, un sustento necesario para el crecimiento de la exportación alemana. Como consecuencia, el turismo nacional desciende.

Los destinos más populares dentro de Alemania son la región de Baviera y la costa del Báltico, mientras que fuera, España es la principal elección. Los alemanes invierten una media de más de 800€ por viaje.

Viajar con el objetivo de cruzar la frontera

El turismo moderno no puede analizarse sin observar su historia. Viajar es una larga tradición entre los alemanes. Muchas de las actitudes y los juicios políticos solo pueden entenderse observándolos en su correcto fondo histórico.

“Reisefreiheit” – el derecho a viajar fuera de la RDA, incluso a países de occidente, era una de las principales demandas exigidas por muchos de los alemanes del este en los años ochenta. La constante negativa de este derecho se convirtió, para muchos, en una poderosa motivación para pertenecer al movimiento que, al final, acabó con la RDA.

Pero este motivo para viajar, el de cruzar la frontera, ya es viejo e independiente del sistema político. Viajar con la motivación de cruzar la frontera causó, tras la II Guerra Mundial, un rápido incremento de los viajes al extranjero. Para la Alemania de la postguerra, cualquier otro lugar era un excelente lugar de paz para visitar los países vecinos, aprender sobre su modo de vida, conocer a la gente, establecer relaciones personales. Este tipo de viajes educativos en grupo desembocaron en la mayoría de las estructuras de turismo social. Y la historia de estas estructuras les hace difícil verse a sí mismas como parte de la actual industria del turismo alternativo. Cuando empezaron en los años 50, 60, el turismo era considerado a menudo como un tipo de viaje sin valor ni contenido educativo. Parece difícil deshacerse de una imagen intrínseca de un turismo “sin ánimo de lucro, con valores educativos, positivo” como una clase de contraste natural a un turismo “comercial, orientado solo a la diversión y negativo”.

El turismo juvenil es el más usado como herramienta política para alcanzar una nueva calidad en relaciones bilaterales. La Obra Germano-Francesa de Juventud es el ejemplo más viejo de este tipo. Pero también se han creado instrumentos similares de intercambios juveniles y viajes de jóvenes con países como Polonia, la República Checa, Rusia e Israel.

Al mismo tiempo, es precisamente esta experiencia de formar en valores y en orientaciones políticas a grupos de viajeros la que conduce, actualmente, a una fuerte tendencia en materia de decisiones políticas, a ver el turismo como una actividad puramente privada. Reducir los sistemas de ayudas públicas a las vacaciones no es el único modo de acabar con el gasto público. Es solo una reacción ante la alta cantidad de viajes. Es, más bien, una manera de reducir la influencia de las organizaciones que educan en valores.

Parece que en una de las áreas más importantes en el turismo social de la actual Alemania es combinar la libertad de elección con la ayuda pública.

Las consecuencias del envejecimiento sobre el turismo

Alemania es, sin duda, parte de la vieja Europa. En este caso, esto no se refiere a una reciente controversia política. Pero sí es cierto que, relacionar el turismo en Alemania con la palabra “viejo”, es nombrar uno de los principales problemas actuales. La sociedad alemana se está envejeciendo rápidamente. La tasa de fecundidad es baja, las generaciones ahora trabajadoras, apenas pueden acarrear los costes de los sistemas de seguridad social para sus padres y abuelos, y todo el mundo puede ver como la nueva generación, los hijos que ellos mismos han evitado tener, no podrá hacerse cargo de ellos en el futuro.

Esa evolución tiene muchas consecuencias sobre el turismo. La gente tiende a mantener sus hábitos de viajes de su juventud durante toda su vida. En lo que respecta a los viajes, el grupo más activo en la actual Alemania es el de los mayores de 50. Más del 80% de este grupo de edad viaja todos los años. Este es el grupo que más sufre la marginación. Son ellos los que causaron el incremento en el número de alemanes que viajaron tras la II Guerra Mundial. Son ellos los que se pueden permitir conservar sus hábitos de viaje.

Para los jóvenes viajeros actuales, no tiene la misma importancia. Crecieron con ello. Para ellos, viajar no estaba imposibilitado por la guerra o las fronteras de la postguerra. A la hora de decidir qué hacer con el dinero, una de las opciones suele ser viajar. Aunque, a veces, un nuevo ordenador, el último teléfono móvil con cámara u otros atractivos objetos, se convierten en prioridad.

Y si les pregunta por qué no viajaron, probablemente le responderán que no se lo podían permitir. Pero esta razón es solo parte de la verdad. De hecho, la ocasión de viajar ocupa un puesto bajo en sus prioridades.

El cada vez mayor número de personas mayores viajando tiene muchas consecuencias en el turismo alemán. Muchas áreas de atracción turística se basan en infraestructuras optimizadas para visitantes mayores. No se invertirá en las necesidades de jóvenes y familias. ¿Por qué gastar dinero en las minorías? A veces, incluso intentarán evitar a estos ruidosos grupos para no molestar a su clientela principal: las personas mayores.

Pero esta misma tendencia puede resultar contra productiva. Las personas mayores se sienten hoy día mucho más jóvenes (y se comportan de manera más juvenil) que hace 20 años. A este fenómeno se le conoce como “*acabar con la edad*” y pertenece a las más relevantes tendencias del turismo. Si un destino tiene la imagen de ser “viejo”, puede que las personas mayores se vean demasiado “jóvenes” para ir allí.