독일 관광시장의 신흥 강자 OTA 「Get your Guide」를 통해 보는 방한관광 활성화 방안

'25.12.30 / 프랑크푸르트지사

Ⅰ Get your Guide 소개

□ GetYourGuide(GYG): 글로벌 투어 · 액티비티 시장의 선구자[1]

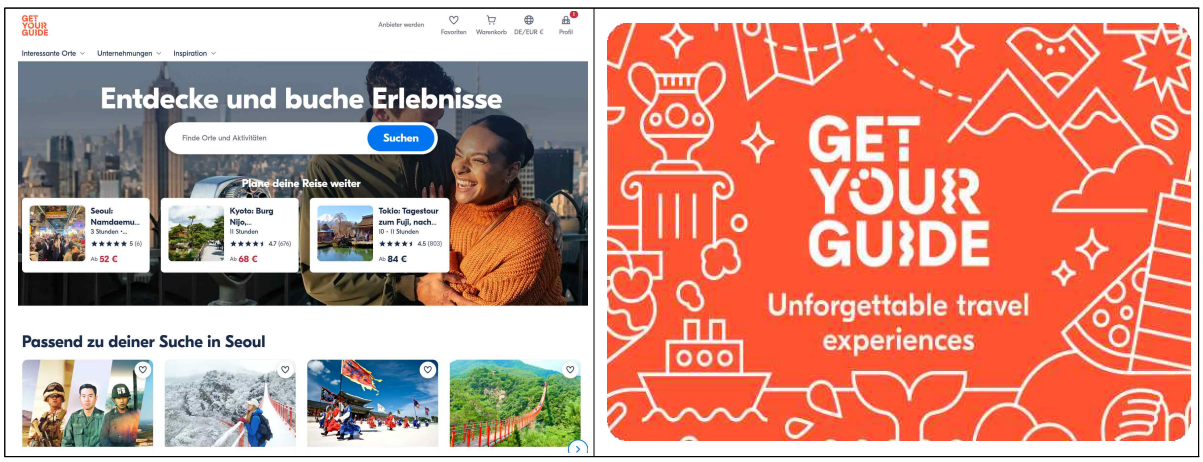
ㅇ GetYourGuide는 2008년 요하네스 렉(Johannes Reck), 타오 타오(Tao Tao), 마틴 지버(Martin Sieber), 토비아스 라인(Tobias Rein) 등 4인의 공동 창업자에 의해 설립된 세계적인 투어 및 액티비티 예약 플랫폼임.

- **설립 배경 및 비전**: 취리히 연방 공과대학(ETH Zurich) 동기생이었던 창업자들은 베이징 여행 중 개별 여행객(FIT)으로서 도시를 탐색하며 겪은 정보 부족과 이동의 어려움을 해결하고자 웹사이트를 구상했음. 초기에는 관광객과 현지 아마추어 가이드를 연결하는 모델로 시작했으나, 이후 전문적인 투어 및 액티비티를 아우르는 B2C 예약 플랫폼으로 비즈니스 모델을 성공적으로 확장함.
- **성장 및 자금 조달**: 2013년, 회사는 본격적인 자금 조달과 글로벌 시장 확대를 위해 본사를 스위스 취리히에서 독일 베를린으로 이전. 이후 폭발적인 성장세를 기록하며 2017년까지 약 1억 7천만 달러의 투자를 유치했으며, 2019년에는 4억 8천4백만 달러라는 유럽 스타트업 역사상 최대 규모 중 하나인 투자를 유치

1) 관련 기사 출처 : https://www.magazin-forum.de/de/node/11508

하며 명실상부한 ‘유니콘 기업’의 반열에 오름.

- **글로벌 운영 현황**: 현재 베를린 본사를 중심으로 전 세계 15개 해외 지사에서 850명 이상의 전문 인력이 근무 중. 플랫폼 규모 면에서도 압도적인 경쟁력을 자랑하며, 현재 전 세계 12,000개 도시의 35,000개 이상의 파트너사가 제공하는 150,000개 이상의 액티비티를 37개 언어로 지원하고 있음.[2)]
- **서비스 핵심 가치**: 설립 이후 현재까지 누적 판매량은 2억 장을 돌파함. 여행객은 목적지에서 이용 가능한 단체/개인 투어는 물론, 문화 워크숍, 주요 관광 명소 입장권 등을 모바일 앱과 웹을 통해 실시간으로 검색하고 예약할 수 있음. 이는 독일을 포함한 글로벌 여행객들에게 ‘현지에서의 완벽한 경험’을 제공하는 가장 신뢰받는 통로로 자리 잡았다는 의미임.[3)]



2) 관련 기사 출처 : GetYourGuide Announces Unlocked Fall 2025 Product Release

3) 관련 기사 출처 : GetYourGuide Announces Unlocked Fall 2025 Product Release

Ⅱ Get your Guide의 성장, 현재, 그리고 영향력

□ 성장 과정: 기술과 자본의 결합을 통한 확장

- **초기 시장 개척(2008~2013)**: 취리히에서 창업한 후, 흩어져 있던 전 세계 투어 가이드 정보를 디지털 플랫폼으로 통합하는 데 집중. 2013년 베를린 이전은 유럽 스타트업 생태계의 중심에서 글로벌 자본을 수혈받는 중요한 분기점이 됨.
- **팬데믹의 위기를 기회로(2020~2023)**: 코로나19로 관광업이 마비된 시기에도 GYG는 기술 개발(AI 기반 추천 알고리즘)에 역행 투자를 단행. 덕분에 여행 회복기인 2023년, 전년 대비 모바일 예약률 142% 성장이라는 경이로운 기록을 달성.[4)]
- **수익성 달성과 퀀텀 점프(2024~2025)**: 2025년 10월 발표에 따르면, GYG는 창립 16년 만에 사상 첫 흑자(Adjusted EBITDA 기준) 전환에 성공. 연간 매출은 10억 유로(약 1조 7천억 원)에 육박하며, 투어·액티비티 업계의 '아마존'으로 불리게 됨.[5)]

□ 현재 운영 현황: 압도적 규모의 생태계 구축

- **인벤토리의 방대함**: 2025년 기준, 전 세계 15만 개 이상의 액티비티를 보유하며 업계 선두를 지키고 있음. 단순한 관광지 티켓 판매를 넘어 'Shows & Events'와 같은 신규 카테고리로 영역을 지속 확장 중.
- **사용자 지표**: 2025년 3분기에만 1,000만 장 이상의 티켓을 판매. 특히 모바일 앱 사용 비중이 압도적으로 높아, 여행 현장에서

4) 관련 기사 출처 : GetYourGuide veröffentlicht ersten 'Travel Experience Trend Tracker'

5) 관련 자료 출처 ; https://equityzen.com/company/getyourguide/

즉흥적으로 투어를 결정하는 '라스트 미닛(Last-minute)' 예약 수요를 독식하고 있음.

□ 시장 영향력: 여행 결정의 핵심 매개체

- **경험 경제(Experience Economy)의 주도**: 최근 여행 트렌드는 '어디서 자느냐'보다 '무엇을 하느냐'가 우선. GYG는 이 트렌드를 선점하여 여행자가 목적지를 결정할 때 숙소보다 액티비티를 먼저 검색하게 만드는 영향력을 행사함.
- **리뷰 기반의 신뢰 자본**: 누적 2억 장 이상의 판매 데이터와 수백만 개의 검증된 리뷰는 독일인들에게 강력한 신뢰를 줌. 통계에 따르면 평점이 3점에서 4점으로 상승할 때 예약 전환율이 약 40% 증가할 정도로 플랫폼 내 평판이 시장 전체에 미치는 파급력이 큼.[6)]
- **데이터를 활용한 공급망 통제**: GYG는 단순 중개를 넘어 고객 데이터를 분석해 상품의 구성과 가격을 가이드라인으로 제시하며, 자체 독점 상품인 'GYG Originals'를 통해 투어 상품의 '글로벌 표준'을 만들어가고 있는 중.

6) 관련 기사 출처 : https://www.getyourguide.supply/articles/how-reviews-can-boost-visibility-and-sales

Ⅲ Get your Guide의 좋은 마케팅 사례

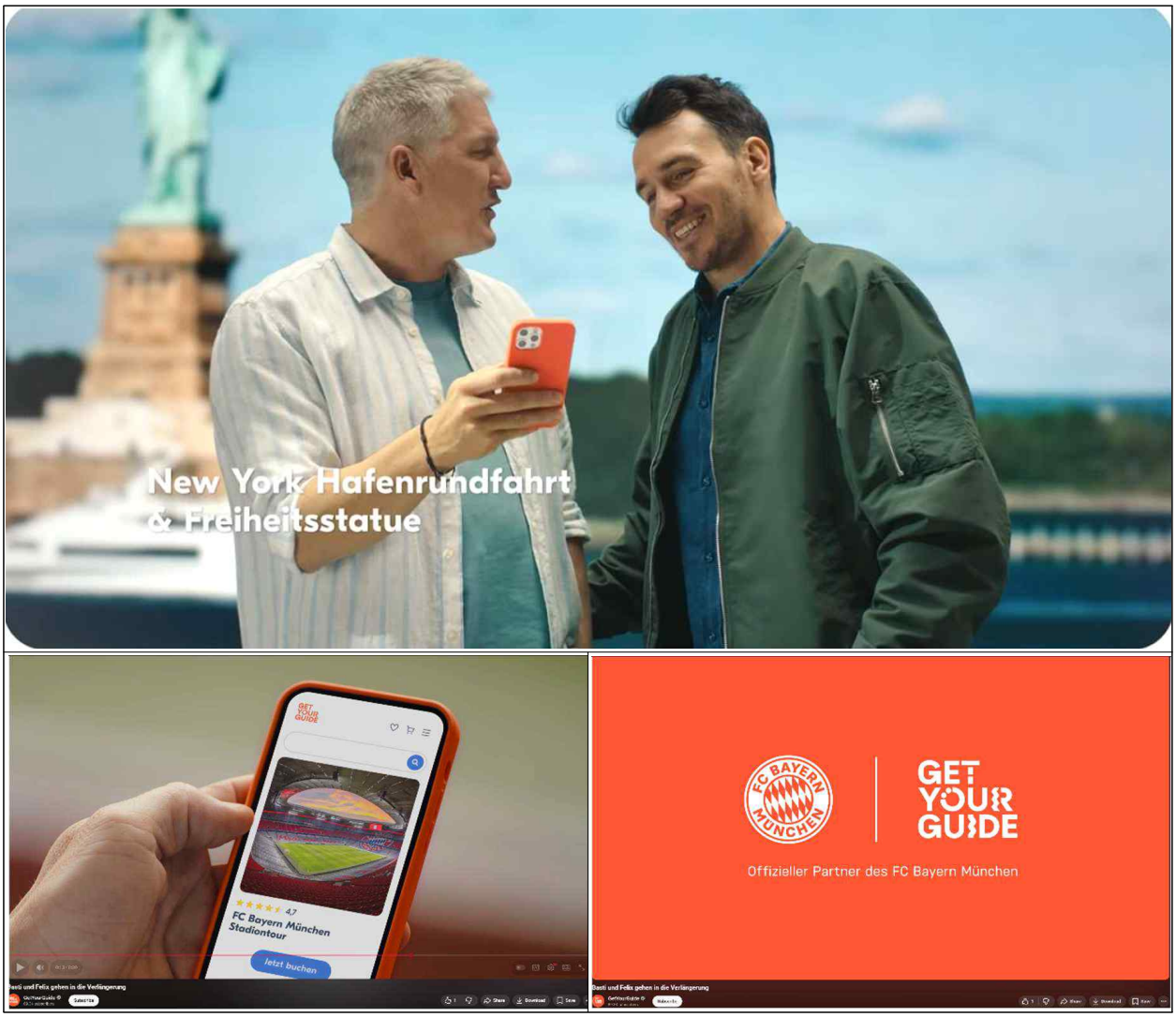
□ 듀얼 트랙 마케팅 전략

- 2025년 GetYourGuide는 독일 내 파급력이 막강한 유명인들을 브랜드 앰버서더로 기용, 각기 다른 타겟층을 공략하는 '듀얼 트랙(Dual-track) 광고 공세'를 펼치며 브랜드 인지도를 획기적으로 높임.[7)]

A. 스포츠 팬덤 공략: 슈바인슈타이거 & 노이로이터 캠페인(2025.05~)

- **전략적 타겟**: 스포츠 및 액티비티에 관심이 높은 여행객.
- **주요 내용**: 독일 축구의 전설 바스티안 슈바인슈타이거와 스키 영웅 펠릭스 노이로이터가 출연하는 3편의 캠페인 영상을 제작 및 배포.
- **특이점**: 2025년 FIFA 클럽 월드컵 개최지를 배경으로 마이애미의 미식 투어, 샬럿의 숨겨진 명소 등을 소개하며 FC 바이에른 뮌헨(FC Bayern München)과의 파트너십을 전면에 내세움.
- **성과**: 유튜브 메인 영상이 약 11만 회 이상의 조회수를 기록하고, 관련 경품 이벤트 및 프로모션을 병행하여 스포츠 커뮤니티의 강력한 참여를 이끌어냄.

7) 관련 기사 출처 : Kaulitz-Brüder, Schweinsteiger und Co: Get Your Guide geht mit Promis in Werbeoffensive



B. 라이프스타일 및 팝 컬처 공략: 카울리츠 형제 캠페인(2025.06~)

- **전략적 타겟**: 트렌디한 라이프스타일과 문화 체험을 중시하는 MZ세대 및 여성층.
- **주요 내용**: 유명 밴드 토키오 호텔(Tokio Hotel)의 멤버이자 현재 LA에 거주 중인 빌 & 톰 카울리츠 형제를 활용.
- **콘텐츠 혁신**: 단순 광고를 넘어 형제들의 개인적인 'LA 추천 리스트'를 블로그 스타일의 랜딩 페이지로 구축. 각 명소마다 셀럽의 사적인 코멘트를 추가하여 신뢰도를 높임.

ㅇ **멀티채널 전개**: 비디오 콘텐츠뿐만 아니라 오디오 광고 및 팟캐스트 광고를 결합하여 커뮤니티 상호작용을 유도했으며, 이는 연말까지 진행되는 장기 프로젝트로 설계되었음.

□ 전략적 시사점: '경험'에 인격을 입히다

ㅇ GYG는 단순한 장소 홍보가 아닌, “누가 추천하는가(Who recommends it)“에 집중함. 스포츠 스타는 ’전문성과 열정’을, 라이프스타일 스타는 ’취향과 트렌드’를 대변하며 여행자가 플랫폼 내 상품을 자신의 가치관과 동일시하게 만듦.

ㅇ **데이터 리포트 활용**: GYG 공식 팩트시트와 리포트에 따르면, 이러한 셀럽 캠페인은 단순 인지도 상승을 넘어 실제 '장기 체류형 체험 상품'의 예약률을 높이는 실질적인 구매 동력이 되고 있음.

Ⅳ Get your Guide 내 한국관광 상품 판매 현황

□ 판매 상품의 양적 성장과 질적 편중

ㅇ **입점 규모**: 2025년 기준, GYG 내 한국(South Korea) 카테고리에는 약 800~1,000개 내외의 액티비티가 등록되어 있음. 팬데믹 이전 대비 양적으로는 성장했으나, 일본(도쿄, 교토 등 약 3,000개 이상)에 비하면 여전히 상품의 다양성이 부족함.[8)]

ㅇ **지역적 편중 현황**: 등록 상품의 약 75% 이상이 서울 및 수도권에 집중.[9)]

ㅇ **주요 인기 상품**: DMZ 투어(가장 높은 예약률), 경복궁 한복 체험, 남이섬/가평 일일 투어 등.[10)]

ㅇ **지방 상품 부재**: 독일인이 선호하는 유네스코 세계문화유산 도시인 경주(Gyeongju), 안동(Andong) 투어 상품은 대부분 서울/부산 출발 일일 투어 형태이며, 현지 숙박을 포함한 심층 상품은 드묾.

8) 조사방법 : 실시간 플랫폼 인벤토리 전수 조사(Platform Crawling. AI 활용)

9) 조사방법 : 필터링 및 카테고리 분석(Geographical Analysis. AI 활용)

10) 조사방법 : 'Best Seller' 배지 확인, 리뷰 수 및 생성속도 분석 등

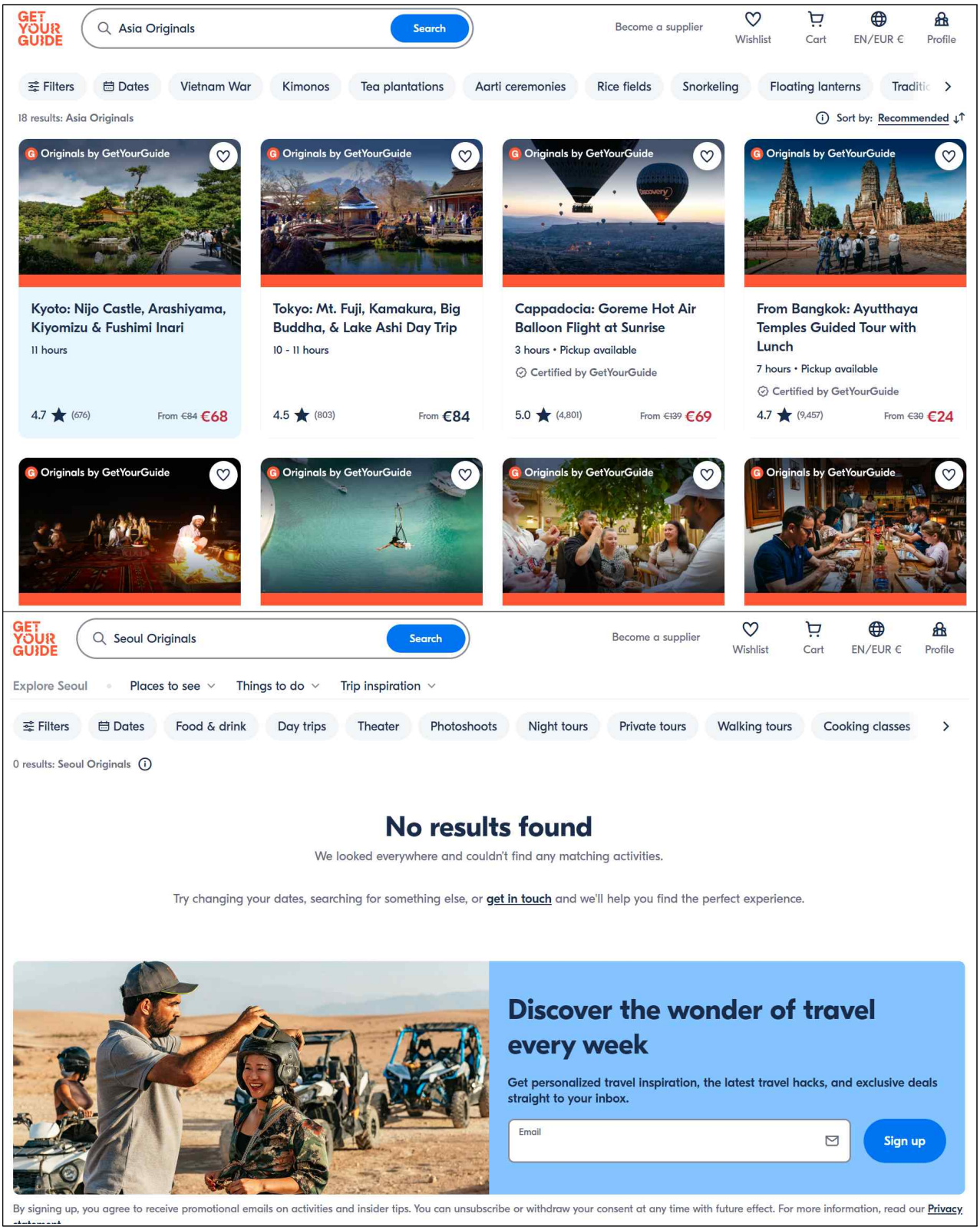
□ 독일인 예약 데이터 및 행동 패턴 분석[11]

- **검색 키워드 트렌드**: 최근 독일 여행객의 검색 키워드는 'K-Pop'을 넘어 'Authentic(진정성)', 'Buddhist Temple(사찰)', 'DMZ History'로 확장되는 중.
- **리뷰 지수의 영향력**: 한국 상품의 평균 평점은 4.6~4.8점으로 높은 편이나, 리뷰의 절대 수(Quantity)가 부족함.
- **영향**: GYG 알고리즘은 리뷰가 많을수록 상단에 노출되므로, 리뷰 자본이 부족한 한국 신규 상품들이 검색 결과 뒤편으로 밀리는 '악순환'이 관찰됨.(평점 1점 상승 시 예약 전환율이 39~40% 증가한다는 GYG 내부 데이터 참조)
- **예약 시점(Booking Window)**: 독일 여행객의 약 40%는 입국 2주 전 예약을 선호하나, 국내 로컬 업체의 '즉시 예약(Instant Confirmation)' 대응 미비로 인해 대기 중 예약을 취소하는 이탈률이 발생. *국내업체 다수 24시간 내 확정 방식 유지

□ 현지화 및 운영상의 한계점

- **언어 장벽**: 현재 등록된 한국 상품의 대부분이 영어로만 제공. 독일 시장의 고단가 시장인 장년층은 독일어 가이드 투어를 강력히 선호하지만, GYG 내 'German-speaking' 필터를 통과하는 한국 상품은 거의 전무한 실정.
- **'Originals' 모델의 부재**: 일본의 문화재 투어처럼 GYG가 직접 기획에 참여한 'GYG Originals' 한국 상품이 아직 없음. 이는 독일인들에게 한국이 '검증된 프리미엄 경험'을 제공하는 국가라는 인식을 심어주는 데 한계로 작용함.

11) 조사방법 : 'Get your Guide' 발간보고서 및 인벤토리 데이터 비교 분석


GET YOUR GUIDE
Asia Originals
Search
Become a supplier
Wishlist
Cart
EN/EUR €
Profile
Filters
Dates
Vietnam War
Kimonos
Tea plantations
Aarti ceremonies
Rice fields
Snorkeling
Floating lanterns
18 results: Asia Originals
Sort by: Recommended
Originals by GetYourGuide
Kyoto: Nijo Castle, Arashiyama, Kiyomizu & Fushimi Inari
11 hours
4.7 (676) From €84 €68
Tokyo: Mt. Fuji, Kamakura, Big Buddha, & Lake Ashi Day Trip
10 - 11 hours
4.5 (803) From €84
Cappadocia: Goreme Hot Air Balloon Flight at Sunrise
3 hours • Pickup available
Certified by GetYourGuide
5.0 (4,801) From €139 €69
From Bangkok: Ayutthaya Temples Guided Tour with Lunch
7 hours • Pickup available
Certified by GetYourGuide
4.7 (9,457) From €30 €24
GET YOUR GUIDE
Seoul Originals
Search
Become a supplier
Wishlist
Cart
EN/EUR €
Profile
Explore Seoul
Places to see
Things to do
Trip inspiration
Filters
Dates
Food & drink
Day trips
Theater
Photoshoots
Night tours
Private tours
Walking tours
Cooking classes
0 results: Seoul Originals
No results found
We looked everywhere and couldn't find any matching activities.
Try changing your dates, searching for something else, or get in touch and we'll help you find the perfect experience.
Discover the wonder of travel every week
Get personalized travel inspiration, the latest travel hacks, and exclusive deals straight to your inbox.
Email
Sign up
By signing up, you agree to receive promotional emails on activities and insider tips. You can unsubscribe or withdraw your consent at any time with future effect. For more information, read our Privacy

V 신규 OTA를 활용한 방한관광 활성화 방안

□ [인지도 제고] 'Destination Korea' 독점 브랜드관 구축

- ㅇ **GYG 전용 브랜드 허브 개설**: 단순히 상품 리스트를 나열하는 수준을 넘어, 일본의 도쿄/교토 페이지처럼 한국만의 색깔을 담은 전용 랜딩 페이지를 구축. 독일 소비자를 끌어당길 수 있는 매력적인 영상 등의 콘텐츠를 제공하여 한국에 대한 깊은 인상을 제공.
- ㅇ **'Korea Originals' 라인업 배치**: 플랫폼이 품질을 공식 보증하는 독점 상품(예: 경복궁 단독 야간 투어, DMZ 비공개 구역 투어)을 브랜드관 상단에 배치하여, 한국이 '검증된 프리미엄 경험'을 제공하는 국가임을 각인.
- ㅇ **언어 테마별 검색 최적화(SEO)**: 독일인이 선호하는 키워드(Authentic, Wellness, Buddhist Temple)를 브랜드관 전면에 배치하여, 일본이나 태국을 검색하는 유저들에게 한국이 매력적인 대안이자 독창적인 목적지로 노출되도록 유도.

□ [공급망 강화] 한국 현지 공급자의 양적 확대 및 질적 고도화

- ㅇ **양적 확대(Quantity): 로컬 파트너 발굴 및 디지털 입점**
  - 지역 기반의 관광 벤처 및 소규모 특화 여행사들을 대거 발굴하여 GYG 입점을 지원.
  - 초기 수수료 보전 프로그램과 예약 관리 시스템(API) 도입 비용을 지원하여, 독일인이 중시하는 '즉시 예약' 상품 비중을 90% 이상으로 상향.

ㅇ **질적 고도화(Quality): 'GYG Academy Korea' 운영**

- 독일인의 까다로운 눈높이에 맞춘 서비스 표준(고화질 사진, 정확한 미팅 포인트, 독일어 가이드 지원 등)을 정립.
- 리뷰가 예약률의 40%를 좌우하는 만큼, 현지 업체들이 고객 리뷰에 24시간 내 전문적으로 응대할 수 있도록 AI 번역 및 리뷰 매니지먼트 교육 실시.

□ [도달율 확대] 독일 셀럽 및 팬덤 활용 라이프스타일 마케팅

ㅇ **독일형 '셀럽 큐레이션' 캠페인:** 카울리츠 형제 사례처럼 독일 내 유명 셰프나 역사 전문가와 협업하여 "내가 선별한 한국의 5가지 경험(예시)" 시리즈를 제작, 이를 GYG 메인 배너 및 브랜드관에 집중 노출.

ㅇ **커뮤니티 인터랙션:** 독일인이 선호하는 팟캐스트나 오디오 광고와 연동하여, 단순 관광지가 아닌 '살아보고 싶은 라이프스타일 목적지'로서의 한국을 홍보하여 고관여 유저의 유입을 유도.