11 월 독일지역 관광시장동향

■ [동향] Polarsteps 2026 여행 트렌드: 장거리 여행 위축 속 동아시아는 성장세

- 여행기록 앱 Polarsteps 의 최신 여행 트렌드 보고서에 따르면, 2026 년 독일 여행객들은 국제 정세 불안에 따른 여행 행태 변화로 장거리보다 유럽 내 목적지를 선호함. 독일인 방문객 감소폭이 가장 큰 국가는 카타르(-32.5%), 미국(-22%), 아랍에미리트(-19.5%)였으며, 아시아 전통 인기 목적지 중에서도 인도네시아(-18.7%)를 비롯해 말레이시아・싱가포르・태국이 감소함.
- 독일인 인기 목적지 순위는 이탈리아(+5%)가 프랑스를 제치고 1 위에 올랐으며, 이어 프랑스, 오스트리아, 스페인, 네덜란드, 덴마크, 스위스, 스웨덴, 노르웨이, 포르투갈 순임.
- 장거리 권역별로는 중앙아시아(+19.8%), 동아시아(+10.5%), 남부 아프리카(+8.1%)가 성장한 반면, 중동(-14.8%), 북미(-13.5%), 동남아시아(-12.1%), 남미(-7.8%), 호주・뉴질랜드(-7.1%), 카리브해(-5.9%)는 감소함. 국가별로는 중국이 +15.7%로 장거리 목적지 중 가장 큰 증가율을 기록함.

* 한국관광 데이터랩 기준 2026 년 1~10 월 독일인 방한객은 179,754 명으로 전년 동기(153,855 명) 대비 16.8% 증가해, 동아시아 성장 흐름과 궤를 같이 함. 특히 10 월에는 25,662 명으로 전년 동월 대비 30.4% 증가하며 2016 년 이후 같은 달 기준 최다를 기록함.

- 기후변화・오버투어리즘・정치 상황도 여행 행태에 영향을 주는 주요 요인으로 꼽힘. Z 세대의 73%가 오버투어리즘을 우려하지만, 실제로 혼잡한 여행지를 피한 비율은 베이비부머(8%)가 Z 세대・밀레니얼(4%)의 두 배로 나타남. 기후변화를 이유로 해외여행 빈도를 줄였다는 응답은 18%, 목적지를 바꿨다는 응답은 23%, 해외여행을 아예 포기했다는 응답은 9%임.

■ [동향] 여행비용 상승과 물가 부담: 주 휴가는 지키고 부가 여행・현지 지출은 줄여

- 관광혁신・지속가능성센터(Center for Innovation & Sustainability in Tourism) 이사 귄터 이라우(Günter Ihlau)와 관광연구자 볼프강 이젠베르크(Wolfgang Isenberg)의 가격 분석에 따르면, 5 일 이상 여행 예약과 총 여행 지출은 늘었지만 예약 매출 증가가 곧 여행지의 수익 증대로 이어지지는 않음. 주 휴가는 여전히 중요하게 지키는 반면, 두 번째・세 번째 여행은 취소하는 경우가 늘어남.
- 생활비 상승으로 여행지 현지 구매력이 낮아지면서 외식・카페・현지 투어 등이 가장 먼저 줄이는 지출 항목이 되고 있음. 이에 따라 숙박업은 호황이어도 식당과 투어 업체는 매출이 감소하는 현상이 나타남. 두 연구자는 코로나 이전 가격 수준으로 돌아가기는 어렵다고 보면서도, 수요 감소나 공급 확대, 경쟁 심화 시 일부 여행은 지금보다 저렴해질 수 있다고 전망함.
- 한편 독일 연방통계청(Destatis)에 따르면 10 월 소비자물가상승률은 2.8%로, 2023 년 12 월(3.7%) 이후

최고치였던 9 월(3.3%)보다 낮아지며 3% 아래로 내려옴. 10 월부터 2 차로 시행된 유류세 인하의 효과로 분석되나, 주요 경제연구소들은 이 효과가 지속되지 않아 2027 년 물가상승률이 다시 3.2%로 올라 가계 구매력에 부담이 될 것으로 전망함. 올여름 폭염의 영향으로 감자・제철채소(+11.5%), 계란(+15.4%) 등 식료품 가격 상승도 예상됨.

■ [동향] 루프트한자, "판매 75%가 디지털이지만 여행사 협력은 여전히 중요"

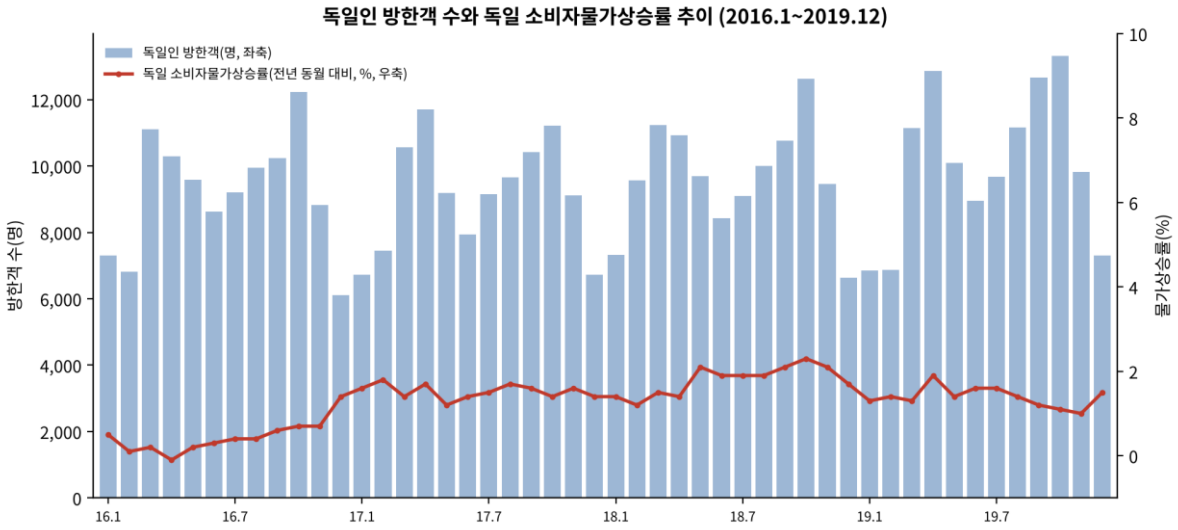
- 루프트한자 그룹 최고상업책임자(CCO) 브랑크스(Vranckx)에 따르면, 그룹 판매의 50%는 자사 웹사이트・앱 등 자체 채널에서, 25%는 기타 디지털 채널・플랫폼에서 이뤄져 전체의 75%가 이미 디지털로 판매됨. 루프트한자는 AI 기반 맞춤형 상품과 부가서비스를 중심으로 디지털 판매를 더욱 확대할 계획임.
- 그럼에도 여행사・여행업체와의 협력은 여전히 중요하다고 강조함. 여행사는 고객이 왜 예약하지 않는지 등 알고리즘이 포착하지 못하는 고객 행동을 파악하고 설명해 줄 수 있으며, 특히 복잡한 여정, 기업 고객, 고가 상품에서 그 역할이 크다는 설명임.
- 한국과 같은 장거리 목적지 상품은 일정 구성이 복잡하고 상담 수요가 큰 만큼, 여행업계 대상 B2B 협력이 여전히 유효한 홍보 채널임을 시사함.

■ [동향] 2027 년 크루즈 시장, 신규 선박 투입과 견조한 수요로 성장 지속

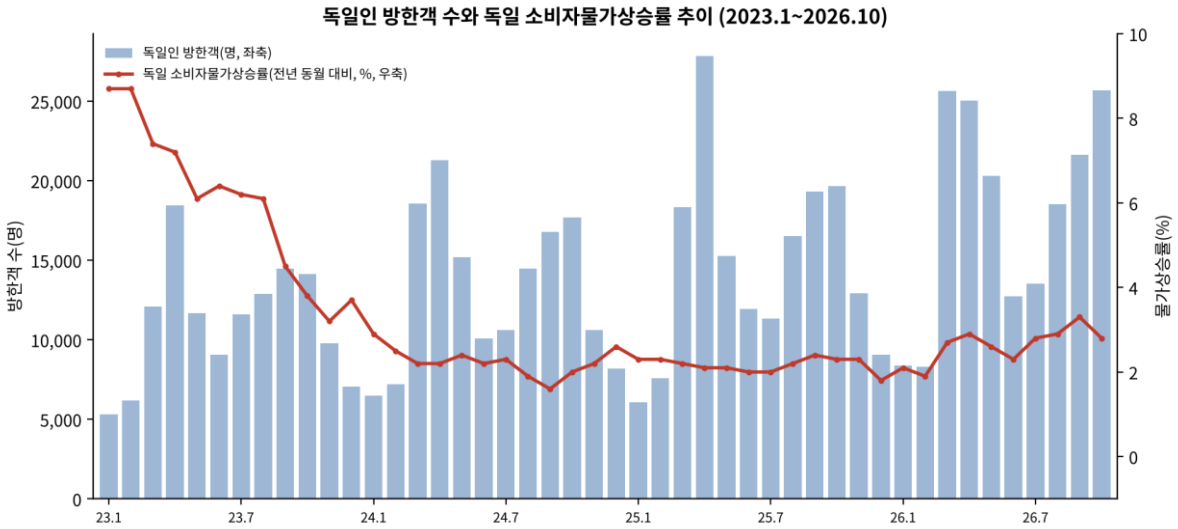
- 2026 년 한 해 동안 10 여 척의 신규 크루즈선이 취항한 데 이어, 2027 년 초에도 4 척이 새로 투입될 예정으로 크루즈 업계는 내년에도 안정적인 성장세를 이어갈 전망임.
- Explora Journeys 는 2027 년 각각 약 1,000 명을 수용하는 신규 선박 2 척을 투입하며, Carnival Cruise Line 과 Norwegian Cruise Line 도 각 1 척씩 추가함. 내년 최대 규모의 신규 선박은 Royal Caribbean 의 'Hero of the Seas'로 승객 7,000 명을 수용함.
- 독일의 대표 크루즈 선사인 AIDA 와 TUI Cruises 는 올해 실적과 내년 예약 현황에 높은 만족감을 나타냈으며, TUI Cruises 는 특히 북유럽・지중해・카리브해 노선의 수요가 높다고 밝힘.

■ [분석] 독일 소비자물가상승률과 독일인 방한객 수의 관계: 2016~2019 년 vs 2023~2026 년

- 독일 연방통계청(Destatis)의 소비자물가상승률(전년 동월 대비)과 독일인 방한객 수의 월별 관계를 코로나 이전(2016.1~2019.12)과 이후(2023.1~2026.10) 두 기간으로 나누어 비교함.



[그래프 1] 독일인 방한객 수와 독일 소비자물가상승률 추이 (2016.1~2019.12)



[그래프 2] 독일인 방한객 수와 독일 소비자물가상승률 추이 (2023.1~2026.10)

- (코로나 이전) 물가상승률이 -0.1~2.3%(평균 1.3%)의 낮고 안정적인 범위에 머물렀으며, 방한객 수와의 상관계수는 0.05 로 뚜렷한 관계가 나타나지 않음.
- (코로나 이후) 2023 년 초 물가상승률이 8.7%까지 치솟았다가 2024 년 이후 2%대로 안정되는 동안 독일인 방한객은 꾸준히 증가하여, 상관계수 -0.26 의 약한 음(-)의 관계를 보임. 다만 이는 고물가가 진정되는 시기와 코로나 이후 여행 수요가 회복되는 시기가 겹친 영향이 큼. 물가가 2%대로 안정된 2024 년

이후(2024.1~2026.10)만 보면, 방한객 증감률(전년 동월 대비)과 물가상승률의 상관계수는 0.05 로 관계가 거의 없음.

- 이를 종합하면, 물가는 고물가 국면에서는 해외여행 수요를 누르는 요인으로 작용할 수 있으나, 2%대의 안정 국면에서는 방한 수요에 미치는 영향이 제한적인 것으로 보임. 한편 물가상승률은 2026 년 2 월 1.9%에서 3 월 이후 2.3~3.3%로 다시 높아졌는데, 중동사태에 따른 유가 급등 시기와 겹치는 만큼 향후 물가 추이를 지속적으로 살펴볼 필요가 있음.

(참고자료) 정부 공공기관 통계자료, 관광 전문지 보고서 및 언론 기사 등

- https://www.fvw.de/touristik/datenanalyse/frankreich-nicht-mehr-favorit-fernziele-abgestraft--wo-die-deutschen-2026-urlaub-machten-266180
- https://www.fvw.de/touristik/datenanalyse/grosse-preis-analyse-warum-reisen-teurer-wird---und-wer-profitiert-265703
- https://www.fvw.de/touristik/datenanalyse/deutschland-kann-es-sich-leisten-tankrabatt-drueckt-inflation-unter-drei-prozent-marke-265979
- https://www.fvw.de/touristik/verkehr/lufthansa-cco-vranckx-zum-vertrieb-reisebueros-wissen-warum-kunden-nicht-buchen-266308
- https://www.fvw.de/touristik/kreuzfahrt/neue-schiffe-hohe-nachfrage-kreuzfahrten-voll-auf-expansionskurs-fuer-2027-266333
- Destatis GENESIS-Online 61111-0002 소비자물가지수(독일, 월별), 2026.11.27. 조회
- 한국관광 데이터랩(독일 국적 방한 외래관광객), 2026.11.27. 조회