

INTERREG V A Projekt
"Grenzenlose Touristische Innovation" (GTI)

FACTSHEET 1 MARKTINFORMATION NIEDERLANDE

GTI
AKADEMIE

DIE NIEDERLANDE SIND TOP 1

2017: ca. **11 Millionen** Übernachtungen
niederländischer Gäste in Deutschland

22,1%

DAVON IN
NRW



MÜNSTERLAND:
128.594
ÜBERNACHTUNGEN

8,9%

DAVON IN
NIEDERSACHSEN



GELDERLAND
EMSLAND:
78.101 ÜBERNACHTUNGEN
GRAFSCHAFT BENTHEIM:
295.345 ÜBERNACHTUNGEN
OSNABRÜCKER LAND:
41.607 ÜBERNACHTUNGEN

...als wichtigster ausländischer Quellmarkt für den Incoming-Tourismus in Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen.

DER (DURCHSCHNITTLICHE) NIEDERLÄNDISCHE GAST

TECHNIK- UND INTERNETAFFIN

2017 besaßen **10,4 Mio.** Niederländer (13 Jahre und älter) einen Tablet-PC



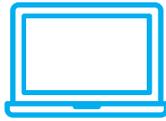
DESKTOP-PC
55%



TABLET-PC
70%



SMARTPHONE
88%



LAPTOP
79%

AUSGABEN BEI DEUTSCHLANDREISEN

Pro Person geben die Niederländer **durchschnittlich 472 Euro** während ihres Deutschlandurlaubs aus. Bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 7,2 Nächten entspricht dies einer Ausgabe von **66 Euro pro Tag**.

472
EURO

66
EURO
PRO TAG

BUCHUNGSVERHALTEN – NATÜRLICH ONLINE?!

Mehr als die Hälfte der Deutschlandreisen von Niederländern wird online gebucht:

69% der Reisen werden im Internet gebucht

24% der Buchungen sind Direktbuchungen bei Hotels und Unterkünften

IM INTERNET

69%



SOCIAL MEDIA NUTZUNG

Die Niederländer nutzen Social Media sehr intensiv. Das Thema Datenschutz ist dort weit weniger in der Diskussion als bei uns. Nutzerzahlen 2018:



11,5
MILLIONEN
nutzen
WhatsApp



10,8
MILLIONEN
nutzen
Facebook



8
MILLIONEN
nutzen
Youtube



4,4
MILLIONEN
nutzen
LinkedIn



4,1
MILLIONEN
nutzen
Instagram

Instagram wächst am stärksten, die Nutzerzahlen haben sich ggü. 2016 beinahe verdoppelt.

UNTERKUNFTSARTEN



HOTEL

44%



FERIENHÄUSER/
-WOHNUNGEN
UND PENSIONEN

24%



CAMPINGPLÄTZE

18%

(damit formen Niederländer die mit Abstand wichtigste Gruppe an ausländischen Campingurlaubern)

QUELLEN

- CVO 2017, NBTC-NIPO RESEARCH
- MARKTINFORMATION INCOMING TOURISMUS DEUTSCHLAND: NIEDERLANDE 2017, GERMANY TRAVEL
- TRENDS IN DIGITALE MEDIA 2017, GFK
- ÜBERNACHTUNGEN 2017, IT.NRW STATISTIK
- ÜBERNACHTUNGEN 2017, DESTATIS
- ÜBERNACHTUNGEN 2017, LANDESAMT FÜR STATISTIK NIEDERSACHSEN

TIPPS & TRENDS

GUT ZU WISSEN

Mehr dazu in Factsheet 2 -
Onlinemarketing in den
Niederlanden

- Die Niederländer sind im Internet zu Hause. Tablets sind dort mittlerweile noch mehr verbreitet als bei uns und werden auch zu Informations- und Buchungszwecken genutzt. Passen Sie Ihren Internetauftritt darauf an und achten Sie auf ein **Responsive Webdesign**.
- Achten Sie bei Marketingmaßnahmen auf den „**Call-to-Action**“. Durch die gezielte Platzierung einer Handlungsaufforderung soll der Kunde aufgefordert werden, eine bestimmte Handlung zu vollziehen. Das können beispielsweise auffällige Buttons auf Ihrer Landingpage sein („Boek nu met korting“ etc.). In der Gestaltung aber zu Ihrer Webseite/ Zielgruppe passend und seriös.
- Die Niederländer gelten als sehr preissensibel. **Rabattpunkte, Gratiszugaben** etc. erzeugen daher große Aufmerksamkeit, das Preis-Leistungs-Verhältnis spielt bei der Reise-Planung eine große Rolle. Wenn Sie allerdings deutlich machen, dass es einen entsprechenden Mehrwert und etwas „Besonderes“ gibt, sind die Niederländer auch gerne bereit für **Zusatzleistungen** zu zahlen.
- Sorgen Sie für Sichtbarkeit und **Buchbarkeit** im Web ->SEO / Keyword Planner / Niederländische Suchbegriffe

DO'S AND DON'TS

- Die Niederländer sind typischerweise weniger distanziert als die Deutschen. Lassen Sie sich auch auf den **persönlicheren Kontakt** ein. Sie können niederländische Gäste beim Vornamen ansprechen und dann auch schnell vom „Sie“ zum „Du“ wechseln.
- Auch wenn gerade die ältere Generation der Niederländer oftmals Deutsch spricht, freuen sich Niederländer immer, wenn Informationen auch in ihrer Landessprache vorhanden sind. Falls Sie selber Niederländisch-Kenntnisse haben, wenden Sie sie im Gespräch an – auch wenn es nicht perfekt ist. **Aber Vorsicht:** Geschriebene Texte im Print- und Onlinebereich sollten fehlerfrei sein. Suchen Sie sich lieber Unterstützung von Muttersprachlern, anstatt mit Hilfe von Wörterbüchern selber Übersetzungen zu schreiben – das wirkt sonst schnell unprofessionell.
- **Überraschen und begeistern Sie Ihre niederländischen Gäste mit etwas Besonderem.** Wie wär es mit gratis Kaffee & Kuchen beim Buchen einer Übernachtung? Oder einem kleinen Kochkurs mit dem Chefkoch für Hotelgäste? Seien Sie kreativ beim Formen spezieller „Aanbiedingen“!

TRENDS

- KURZREISEN** Der auch in den Niederlanden deutliche Trend zu mehr Kurzreisen und weniger längere Reisen ist für NRW und Niedersachsen als Nahdestinationen optimal. So prognostiziert die DZT die grenznahen Gebiete in NRW und Niedersachsen weiterhin als **bevorzugte Zielregionen** niederländischer Deutschlandurlauber.
- MARKTERHOLUNG** Deutschland wird bis 2020 starke Zuwächse aus dem niederländischen Markt verzeichnen. Dies betrifft sowohl Zuwächse bei den höheren Altersgruppen als auch bei den jüngeren Zielgruppen. Die Zunahmen basieren auf einer Änderung der Nachfragestruktur.
- ONLINE** Der Großteil aller Urlaubsreisen wird mittlerweile online geregelt. Auch vor Ort ist der Bedarf für Internetnutzung groß. Seit 2017 sind die Roaming Gebühren in der EU zwar entfallen, dennoch wird ein (kostenfreier) WLAN-Zugang von niederländischen Gästen erwartet.
- ERFÜLLTE RÜCKKEHR** War früher der Urlaub eine Belohnung für ein hartes Arbeitsjahr, will der Reisende von heute vor allem reicher im Sinne von „**erfüllter**“ zurück kommen. Urlaub ist somit Bestandteil der Persönlichkeitsentwicklung.
- ENTSPANNUNG DURCH EINSpannung** Keine drei Wochen mehr platt am Strand, aber stets mehr **Aktivitäten, Erlebnisse und Unternehmungen**.
- ÜBERRASCHUNGSREISEN** Wo Deutsche vor allem Sicherheit (Stichwort Planung) suchen, sind Niederländer auf der Suche nach **Überraschungen**. Zum Beispiel „verrückte Übernachtungsadressen“, Reisen zu unbekanntem Zielen („Blind Booking“).