

INTERREG V A Projekt
"Grenzenlose Touristische Innovation"

FACTSHEET 1 MARKTINFORMATION NIEDERLANDE



DIE NIEDERLANDE SIND TOP 1

2016: ca. **11 Millionen** Übernachtungen niederländischer Gäste in Deutschland

22,1%

DAVON IN
NRW



MÜNSTERLAND:
119.736
ÜBERNACHTUNGEN

9,1%

DAVON IN
NIEDERSACHSEN



EMS-LAND:
78.340 ÜBERNACHTUNGEN
GRAFSCHAFT BENTHEIM:
294.560 ÜBERNACHTUNGEN
OSNABRÜCKER LAND:
44.803 ÜBERNACHTUNGEN

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



DER (DURCHSCHNITTLICHE) NIEDERLÄNDISCHE GAST

TECHNIK- UND INTERNETAFFIN

Im Dezember 2015 besaßen **8,6 Mio.** Niederländer (13 Jahre und älter) einen Tablet-PC



DESKTOP-PC
60%



TABLET-PC
65%



SMARTPHONE
80%



LAPTOP
80%

AUSGABEN BEI DEUTSCHLANDREISEN

Pro Person geben die Niederländer **durchschnittlich 479 Euro** während ihres Deutschlandurlaubs aus. Bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 8,4 Nächten entspricht dies einer Ausgabe **von 57 Euro pro Tag.**

479
EURO

57
EURO
PRO TAG

BUCHUNGSVERHALTEN – NATÜRLICH ONLINE?!

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

56% der Reisen werden im Internet gebucht

26% der Buchungen sind Direktbuchungen bei Hotels und Unterkünften

8% sind Buchungen im Reisebüro

IM INTERNET

56%



UNTERKUNFTSARTEN



HOTEL

46%



FERIENHÄUSER/
-WOHNUNGEN
UND PENSIONEN

23%



CAMPINGPLÄTZE

7%

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

SOCIAL MEDIA NUTZUNG

Die Niederländer nutzen Social Media sehr intensiv. Das Thema Datenschutz ist dort weit weniger in der Diskussion als bei uns. Nutzerzahlen 2016:



9,6
MILLIONEN
nutzen
Facebook



7,2
MILLIONEN
nutzen
Youtube



4,2
MILLIONEN
nutzen
LinkedIn



3,6
MILLIONEN
nutzen
Google+



2,6
MILLIONEN
nutzen
Twitter



+37%
i.v. 2015
2,1
MILLIONEN
nutzen
Instagram

QUELLEN

• DZT: MARKTINFORMATION INCOMING-TOURISMUS DEUTSCHLAND 2016: NIEDERLANDE
• NEWCOM RESEARCH & CONSULTANCY BV: NATIONALE SOCIAL MEDIA ONDERZOEK 2016
• NRIIT MEDIA EN CBS: TRENDRAPPORT TOERSIMME, RECREATIE EN VRIJE TIJD 2015

• NBTC HOLLAND MARKETING / GASTVRIJ NEDERLAND: KERNCIJFERS 2015 GASTVRIJREISSECONOMIE
• NBTC-NIPO RESEARCH
• GFK: TRENDS IN DIGITALE MEDIA
• LANDESDATENBANK NRW
• LANDESAMT FÜR STATISTIK NIEDERSACHSEN

TIPPS & TRENDS

GUT ZU WISSEN

Mehr dazu in einem
kommenden Factsheet!

- 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'T'S

- 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** Nachdem zuletzt ein Rückgang der Übernachtungszahlen zu verzeichnen war, werden für 2016 aufgrund der verbesserten wirtschaftlichen Situation des Landes wieder **Zuwächse** von etwa 3% bei den Auslandsreisen von Niederländern erwartet.
- ONLINE** 75 Prozent aller Reisen werden mittlerweile online geregelt. Auch vor Ort ist der Bedarf für Internetnutzung groß. Ab 2017 sollen Roaming Gebühren in der EU zwar entfallen, dennoch sollte WLAN-Zugang mittlerweile Standard sein.
- 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“).