

WER IST DER NIEDERLÄNDISCHE TOURIST?

Den niederländischen Tourist gibt es nicht. Niederländische Touristen suchen, ebenso wie Deutsche, nach Urlauben, Wochenendreisen, Tagesausflügen und nach Aktivitäten, die zu ihnen passen. Für jeden Unternehmer ist es deshalb wichtig zu wissen, welcher niederländische Gast am besten zu seinem Unternehmen passt. Das Verhalten des heutigen Touristen kann nicht mehr nur auf der Grundlage von demografischen Aspekten wie Alter, Familienphase oder Einkommen analysiert werden. Diese Faktoren bestimmen immer weniger das Verhalten des Touristen. Vielmehr wird heute auf der Grundlage von Wünschen, Motiven und Interessen ausgewählt.

Wer sind die niederländischen Touristen, die Deutschland besuchen? Wie können Sie am besten mit ihnen kommunizieren, wie gestalten Sie den Aufenthalt nach ihren Wünschen, so dass sie auch wiederkommen und zu positiven Botschaftern werden?

Mithilfe dieses Factsheets soll Ihnen das und mehr näher gebracht werden. Anhand von sieben unterschiedlichen Lebensstilen beschreiben wir Ihnen den niederländischen Touristen und Erholungssuchenden.

DIE ABENTEUERSUCHENDE AUF DER SUCHE NACH NEUEN ERFAHRUNGEN

Maika (24 Jahre)

Keine eingetretenen Pfade für Maika. „Ich entdecke lieber etwas Neues, anstatt der Masse hinterherzulaufen.“ Selbstverwirklichung und neue Dinge erleben, darum geht es! Das Leben sollte inspirierend und herausfordernd sein und voller Überraschungen stecken. In ihrer Freizeit entdeckt Maika am liebsten besondere (kulturelle) Orte. Sie zieht gerne durch die Natur, macht eine Nachtwanderung durch den Wald oder legt einen herausfordernden Marsch zurück, solange sie ihren eigenen Weg gehen kann. Sie übernachtet am liebsten an einem besonderen und verrückten Ort, ein einfacher Campingplatz, ein Hostel, ein AirBnB oder eine sonstige kleine Unterkunft zum Beispiel treffen genau ihren Geschmack.

Für Maika sind die ungeplanten und "Last-Minute-Dinge" am schönsten, eine genaue Planung im Vorfeld ist nicht ihr Ding.



GEHEIMTIPP!



Maika (online) verführen? Entwickeln Sie eine Website, die völlig anders, animierend und zeitgemäß ist, viel Bildmaterial bietet und auf die besonderen Aspekte Ihres Unternehmens und der Umgebung hinweist. Weisen Sie Maika auch während ihres Aufenthalts auf die einzigartigen, unentdeckten Orte in der Umgebung hin.

DIE SPASSUCHENDE LANG LEBE DER SPASS!

Roxanne (29 Jahre)

Still sitzen? Das ist nichts für Roxanne, denn das Leben ist ein großes Fest. Zeit, um die Seele baumeln zu lassen, sich gehen zu lassen, um unterhalten zu werden und um Abenteuer zu erleben- das ist Freizeit für Roxanne. Roxanne erlebt die schönen Dinge am liebsten gemeinsam mit Anderen. Sie geht gerne zu Festivals, Veranstaltungen, in Escape Rooms oder Vergnügungsparks. „Ich liebe Orte, an denen viel passiert.“ Geselligkeit und Spaß sind dabei am wichtigsten. Ein Tag ohne Lachen ist wie ein Tag, an dem man nicht gelebt hat! Darum schläft sie gerne auf einem modernen Campingplatz mit vielen Aktivitäten und Vergnügungen. Vorzugsweise in der neuen Baumhaus-Lodge, denn neue Dinge auszuprobieren macht ihr Spaß! Am Abend genießt sie gerne in der Gruppe das Live-Cooking im hipp eingerichteten Restaurant.



GEHEIMTIPP!



Roxanne (online) verführen? Schenken Sie den Einrichtungen und Aktivitäten vor Ort viel Aufmerksamkeit in Ihren Beschreibungen. Dabei sagen Bilder mehr als Texte.



DIE HARMONIESUCHEnde „GESELLIG!“

Lieneke (34 Jahre)

Zusammensein ist für Lieneke wichtig. Sie nimmt sich in ihrer Freizeit gerne Zeit für ihre Familie, ihre Freunde oder für ihren Partner. Ein Tag shoppen mit Freundinnen, schwimmen mit den Kindern oder mit der ganzen Familie in den Zoo oder Freizeitpark. „Hauptsache, es ist gesellig.“ Es muss nicht so aufregend, luxuriös oder innovativ sein. Normal ist schon verrückt genug. Wenn Sie ausgeht ist es wichtig, dass für jeden etwas passendes dabei ist und es gesellig wird. Sie ist sehr loyal. „Ich besuche jedes Jahr den gleichen Ferienpark, denn dort kann man gut verweilen.“ Um sicherzustellen, dass noch Platz ist, bucht Lieneke ihre Unterkunft im Voraus. Dabei profitiert sie gerne von schönen Angeboten wie z.B. Frühbucherrabatten.



GEHEIMTIPP!



Aufmerksamkeit für jeden in der Gesellschaft: Halten Sie einen Plausch mit Oma und kümmern Sie sich besonders um die Kinder, gehen Sie auf die Knie, stellen Sie sicher, dass Stifte und Ausmalbilder ausliegen. Zudem ist es wichtig, die Kosten zu berücksichtigen. Stellen Sie schöne Angebote für Familien und Frühbücher zusammen.



DER ANSCHLUSSUCHEnde EINFACH ZUSAMMEN ENTSPANNEN

Hans (56 Jahre)

„Man muss sich einander doch ein bisschen helfen und füreinander da sein, nicht wahr?“ Der Anschlussuchende Hans beschäftigt sich mit seiner Umwelt. In seiner Freizeit setzt er sich am liebsten für Andere ein. Er lädt gerne zum Kaffee ein und hält im ortseigenen Altenheim einen kurzen Plausch mit den Bewohnern. Er besucht den Naturverband und macht mit seinen Kindern einen Ausflug in den Wald. Zudem geht Hans gern ins Theater oder in ein Museum. Sein Interesse an Anderen spiegelt sich auch in seinem Urlaubsverhalten wieder: er macht am liebsten Rundreisen, um viele Eindrücke zu gewinnen und sich selbst zu bereichern. Das geht hervorragend, wenn man von Campingplatz zu Campingplatz oder von Hotel zu Hotel reist; die Einrichtungen müssen allerdings gut sein.



GEHEIMTIPP!



Ist Hans zufrieden mit seinem Aufenthalt? Dann kommt er gerne noch einmal wieder. Zudem teilt er seine Erfahrung mit Gleichgesinnten. Bitten Sie Hans darum, eine Rezension auf Ihrer Website oder auf den niederländischen Rezensionsseiten zu schreiben; viele Niederländer schauen darauf, bevor Sie einen Urlaub buchen. So machen Sie ihn zum „Botschafter“ für Ihren Aufenthalt!



DER RUHESUCHENDE IN DER NÄHE VON ZUHAUSE GIBT ES GENUG SCHÖNES ZU SEHEN

Bert (69 Jahre)

Ein bisschen Gartenarbeit, eine Runde Fahrrad fahren oder Wandern, um etwas Zeit draußen zu verbringen, die Ruhe genießen ... Bert ist ein echter Ruhesuchender! Er fühlt sich am wohlsten, wenn er in der Nähe von Zuhause seinen Gewohnheiten nachgehen kann. "Warum in die Ferne schweifen, wenn das Schöne liegt so nah?" Natürlich geht Bert auch hinaus, aber dann gut vorbereitet. Er regelt so viel wie möglich im Vorfeld, denn er hält nichts von Überraschungen. Bert entscheidet sich dann für seinen üblichen Spaziergang oder für eine übersichtliche Umgebung, wie z.B. einen Stadtpark. Wenn er in den Urlaub fährt, dann am liebsten in einer bekannten Umgebung, mit einer kleinen Gesellschaft in einer ruhigen Unterkunft. Auf einem großen Familien-campingplatz mit viel Schnickschnack werden Sie Bert nicht finden.



GEHEIMTIPP!



Verfügen Sie über Gütezeichen? Informieren Sie Bert darüber. Das schafft Vertrauen. Persönliche Aufmerksamkeit findet Bert schön. Geben Sie Bert das Gefühl, zuhause zu sein. Senden Sie vor seinem Besuch eine persönliche Nachricht an ihn.



DER ERKENNTNISSUCHENDE DINGE LERNEN UND ERFAHREN, IN DER NATUR UND MIT KULTURELLEN AKTIVITÄTEN

Jacques (41 Jahre)

Ein Museumsbesuch, die Besichtigung von sehenswerten Gebäuden, Wandern in einem Naturschutzgebiet - Jacques genießt seine Zeit ganz bewusst. Er ist immer auf der Suche nach neuen Erkenntnissen. „Ich möchte etwas lernen und meine Freiheit genießen.“ Um etwas wirklich gut aufnehmen zu können, ist Ruhe und Stille für ihn wichtig. Jacques meidet daher belebte Orte und große Gruppen. Er macht seine Pläne lieber selbst. Er unternimmt gerne eine schöne Rundreise, auf der es neue Kulturen zu entdecken gibt, er die Natur genießen und die Gegend bis ins Detail kennen lernen kann.

Nachts kommt Jacques in einer kleinen Unterkunft zur Ruhe, in der die Einrichtungen in gutem Zustand sind und er ausreichend Privatsphäre hat, zum Beispiel in einer bekannten Hotelkette oder im B&B.



GEHEIMTIPP!



Jacques möchte die Geschichte der Region, den Ort oder das Produkt kennenlernen. Die Auslegung der Philosophie Ihres Unternehmens oder die Geschichte hinter dem Ort oder der Region schätzt er somit sehr. Er mag eine authentische Atmosphäre, klassische Einrichtung sowie Musik, Kunst und kulturhistorische Details.



DIE STILSUCHENDE EXKLUSIV GENIESSEN!

Danielle (41 Jahre)

Danielle sitzt niemals still. Sie wechselt ihre stressigen Arbeitswochen mit entspannenden Wochenenden ab. Sie lässt sich verwöhnen und genießt Exklusivität, Luxus und Komfort. Das hat sie sich verdient. Ihr Motto lautet: "Work hard, play hard". Danielle geht daher häufig mit ihrem Partner aus. Eine exklusive Feier, Essen in einem Toprestaurant, Boot fahren, in einem schicken Kurort entspannen, aktiv Sport treiben oder einen Sportwettkampf besuchen. Solange die Einrichtungen von guter Qualität sind und viel Wert auf Luxus und Komfort gelegt wird, ist Danielle zufrieden. Sie findet es auch nicht schlimm, etwas mehr zu bezahlen, wenn es dann wirklich gut ist. Zur Ruhe kommt sie daher gerne in einem Luxushotel oder in einem AirBnB.



GEHEIMTIPP!



Danielle lässt sich gerne über soziale Medien wie Instagram inspirieren. Sie ist noch Mitglied bei Facebook, aber nicht mehr aktiv. „Facebook ist so überholt.“ Weisen Sie sichtbar auf die niederländischen sozialen Medien hin. Posten Sie regelmäßig schöne Fotos auf Instagram und laden Sie einen niederländischen Blogger oder Vlogger ein, um auf Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen.

TIPS UND TRENDS

Immer online

Vor, während und nach dem Urlaub; Niederländer sind fast **immer online**. Stellen Sie somit eine gute mobile Online-Sichtbarkeit sicher, auch in den sozialen Medien. Eine gute WLAN-Verbindung vor Ort ist ein Muss! Geheimitipp! Schauen Sie sich auch das Factsheet Online Marketing an.

Wer wählt, wird gewählt

Fragen Sie sich als Unternehmer Folgendes: wer ist meine Zielgruppe, für welche Personen biete ich den idealen Urlaub, das ideale Ausflugsziel oder Gastronomie-Erlebnis? Oder stellen Sie sich Ihre eigene Persönlichkeit zusammen! Machen Sie jedoch nicht den Fehler, für jeden interessant sein zu wollen!
Wer wählt, wird gewählt.

Kundenerlebnis

Wie erleben Sie als Gast den Aufenthalt bei Ihnen? **Betrachten Sie Ihr Unternehmen einmal durch die Brille Ihrer niederländischen Persönlichkeit.** Schlafen Sie dort, probieren Sie das Bett, die Dusche, das Sofa usw. aus. Analysieren Sie auch Beschwerden und Rezensionen und stellen Sie fest, was für die Gäste wichtig ist. Verwenden Sie dies wiederum für den Inhalt auf eigenen Medienkanälen.

Zusammenhängendes Produkt

Fragen Sie sich: **ist mein Produkt logisch zusammenhängend?** Strahlt jeder Teil die gleiche Atmosphäre aus oder ist der eine Teil modern und der andere inzwischen etwas altmodisch? Stimmen die Fotos und Texte auf der Website mit dem überein, was der niederländische Tourist sucht? Je besser Ihre Auswahl, desto mehr strahlen Sie ein Ganzes aus.

Tourist in der eigenen Region

Schauen Sie sich auf diese Weise auch einmal Ihre eigene Umgebung an: laufen Sie die Wanderroute, besuchen Sie das Museum um die Ecke, gehen Sie in Restaurants in der Gegend, passt das zu Ihren Gästen? Worauf verweisen Sie und worauf nicht?

Nützliche Hinweise

Versetzen Sie sich in die Rolle des Gastes und geben Sie Tipps, die passen: auf Ihrer Website, in den sozialen Medien, während des Empfangs, während des Aufenthalts usw.

Zum Schluss ein Eis

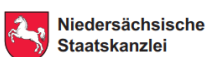
Gäste merken sich drei Dinge ihres Aufenthaltes: den Höhepunkt, den Tiefpunkt sowie den Abschied: das sogenannte Ikea-Eis. Der Kunde beendet seinen Besuch positiv und knabbert an einem Eis. **Denken Sie an Ihr eigenes „Eis“** für einen schönen Abschluss Ihres Aufenthalts.



WWW.LEEFSTIJLVINDER.NL

Auf dieser Webseite finden Sie mehr Informationen (auf Niederländisch) sowie eine interaktive Karte, auf der die Lebensstilgruppen räumlich verortet sind.

DATENRECHERCHE: BUREAU VOOR RUIMTE & VRIJE TIJD | BILDER: PIXABAY.COM UND WWW.LEEFSTIJLVINDER.NL | STAND: OKTOBER 2018 | KONTAKT: TOURISMUS@EUREGIO.DE



Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen



Emsland



provincie Overijssel

provincie Gelderland

