

# DAS ANDERE EREDIN HOLLAND



INTERREG V A Project  
"Grenzeloze Toeristische Innovatie" (GTI)

## FACTSHEET ⑥ DE DUITSE HOTELGAST

GTI  
ACADEMIE

### +71% OVERNACHTINGEN



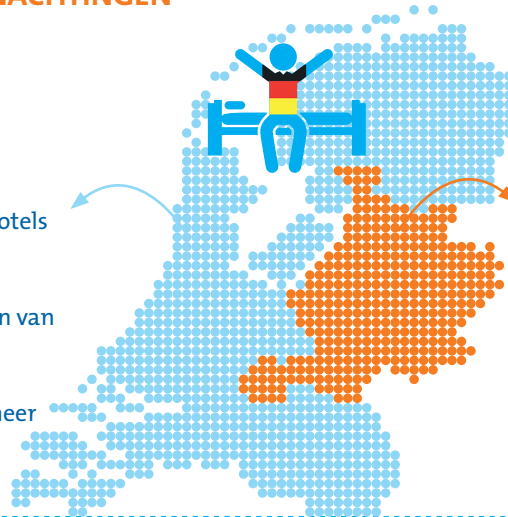
Nederlandse hotels telden in 2018 **6 miljoen** overnachtingen van Duitse gasten.

Dat is **39%** meer dan in 2015.



Hotels in Gelderland en Overijssel telden in 2018 **368.000** overnachtingen van Duitse gasten.

Dat is **71%** meer dan in 2015.



### WAAROM NEDERLAND?



Bijna **9 op de 10** Duitsers komt voor een vakantie naar Nederland. **1 op de 10** bezoekers komt voor zaken.



**Herhaalbezoek:** Ruim **9 op de 10** Duitse vakantiegangers is eerder in Nederland geweest: het herhaalbezoek onder Duitsers is groot.



**Vakantiebestemming volgt vakantie-motieven:** rust en ontspanning zijn de belangrijkste vakantie-motieven bij een hotelvakantie van Duitsers. Daarna volgen de regionale keuken, architectuur, sportieve activiteiten en winkelen. De vakantiebestemming volgt daaruit.

→ *Tip! Wilt u meer Duitse gasten? Speel dan al tijdens de oriëntatiefase in op de vakantie-motieven, laat zien wat uw hotel en de omgeving te bieden hebben.*

### HOTELVAKANTIES BOEKEN

**3/4e** van de Duitse hotelgasten boekt **online**. Meestal wordt geboekt via websites van:



1

Het hotel



2

Prijsvergelijkingssites (bijvoorbeeld trivago.de, expedia.de en check24.de)



3

Reisbureau, touroperator

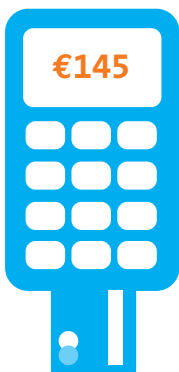
**1/4e** van de Duitse hotelgasten boekt **offline** en dan het liefst via een reisbureau of telefonisch rechtstreeks bij de accommodatie.



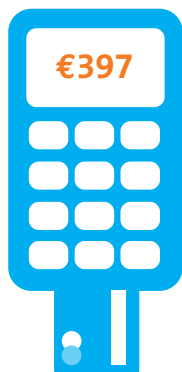
→ *Tip! Laat uw website en brochures vertalen, geef online al aan dat u Duits spreekt.*

### BESTEDINGEN NEDERLAND

Duitse hoteltoeristen besteden tijdens een verblijf in Nederland:



p.p. per dag



p.p. per verblijf

### ACTIVITEITEN

Vijf populairste activiteiten tijdens een hotelvakantie:



1

uit eten gaan



2

winkelen



3

op excursie gaan



4

buiten-recreatie-activiteiten



5

museum, culturele attractie bezoeken

→ *Tip! In vergelijking met Amerikanen, Britten en Fransen ondernemen Duitsers vaak buitenrecreatieve activiteiten. Zorg dat u routes (zowel fiets- en wandelroutes) voor hen klaar heeft liggen (in het Duits!) en bekijk ook eens de factsheet 5 over de Duitse fietstoerist.*

## WIE IS DE DUITSE HOTELGAST?

De ene Duitse hotelgast, is de andere niet. Voor iedere ondernemer is het dus van belang te weten welke Duitse doelgroep hij wil bedienen. Op factsheet 4, 'De Duitse toerist – vijf persona's' staan vijf 'echte' Duitsers beschreven die Nederland bezoeken. Hieronder staat kort beschreven aan welke hotels deze persona's de voorkeur geven.



### Eigenzinnige, maatschappijkritische Nora

Als Nora in een hotel verblijft, dan geeft ze de voorkeur aan een boutique hotel. Nora boekt zelden een ketenhotel of all inclusive resort.



### Traditionele, conservatieve Mary

Mary verblijft wel eens in een middenklasse hotel of bij een all inclusive resort, waarbij ze vooral let op prijs, locatie, activiteiten in de omgeving en of ze in haar eigen taal te woord wordt gestaan. Mary houdt niet van overdreven luxe uitpattingen en extra kosten.



### Luxe- en kwaliteitsgerichte Paul

Paul kiest vooral voor kwaliteit: een 4- of 5-sterrenhotel of een goed middenklasse hotel. Hij houdt niet van te grote en te hippe hotels.



### Gemak- en consumptiegerichte Peter

Peter kiest vooral voor (kinder)faciliteiten, prijs-kwaliteitsverhouding, family-comfort en gemak bij het boeken en contact met de ondernemer. Hij verblijft wel eens in een middenklasse hotel, all inclusive resort of budget hotel en is minder gericht op luxe.



### Prestatie- en sensatiegerichte Michael

Welk type hotel Michael bezoekt, hangt voornamelijk af van zijn gezelschap. Zo kiest hij met zijn vriendin voor een viersterren design-hotel en met zijn vrienden voor een bekend ketenhotel.

## TIPS EN TRENDS

### Gezond en lokaal

Duitse gasten wensen bij het ontbijt en diner verse, lokale ingrediënten of producten en keuze uit gezonde opties.

### 'In room' entertainment

Bijna alle Duitse hotelgasten willen TV kijken in de hotelkamer. Vier op de tien Duitsers is ook bereid ervoor te betalen. Eenvijfde van de Duitse hotelgasten wil op de kamer films en programma's kunnen kijken via WiFi, op eigen apparaten.

### Hotel als bestemming?

Ondanks alle services en faciliteiten in hotels, zien Duitse hotelgasten het hotel vooral als verblijfslocatie, en niet als bestemming an sich. Wel is er verschil per leeftijd: hoe jonger de gast, hoe meer tijd in het hotel en de kamer wordt doorgebracht.

### Uitzicht boeken

Een kamer op de tweede verdieping met uitzicht over de weilanden, de kamer met kortste route naar het restaurant, of de kamer aan het einde van de gang: steeds meer Duitse hotelgasten willen vooraf een specifieke kamer kunnen reserveren.

### Workout of wellness

Ruim 1/3e van de Duitse hotelgasten, en dan met name vrouwelijke gasten, wil al voor de reis de wellness-behandeling, massage of zonnebank in het hotel kunnen reserveren. Het boeken van de fitnessruimte staat vooral op het wensenlijstje van jonge hotelgasten (18-30 jaar) blijkt uit onderzoek onder Duitse hotelgasten.

### Deel uw 'geheimtipps'

Veel Duitsers komen hun hele leven al in Nederland. Ze kennen de geijkte bezienswaardigheden al en zijn op zoek naar 'geheimtipps': het verborgen thee-koepeltje langs de fietsroute, het restaurant waar ze de allerlekkerste desserts serveren, het mooiste uitzichtpunt in de omgeving. Zijn uw gasten voor het eerst in de omgeving? Dan verwachten ze van u tips te ontvangen over lokale restaurants, winkels, lokale bezienswaardigheden, uitstapjes, musea en attractiepunten. Vraag uw gast naar zijn voorkeuren of schat uw gast in en geef waardevolle tips op maat.

BRONNEN: GLOBIS CONSULTING, 2018 | HOLIDAYCHECK, 2018 | NBTC HOLLAND MARKETING, 2014, 2017, 2018 | ORACLE & PHOCUSWRIGHT, 2017 | SLA CBS, 2015-2018  
DATAVERZAMELING: BUREAU VOOR RUIMTE & VRIJE TIJD | STAND: MEI 2019 | CONTACT: TOERISME@EUREGIO.NL