



## FACTSHEET

1

### MARKTINFORMATIE DUITSLAND

GTI  
ACADEMIE

INTERREG V A PROJECT  
"GRENZELOZE TOERISTISCHE  
INNOVATIE" (GTI)

## DUITSLAND IS NUMMER 1

Tot 2020 flinke toename van aantal overnachtingen van Duitsers

Duitsland is het belangrijkste herkomstland voor inkomend toerisme in Nederland.

In 2019 waren er **21,6 miljoen overnachtingen** van Duitse gasten in Nederland. Dat is een toename van 11,6% ten opzichte van 2018. Overijssel kende een groei van 20% en Gelderland van zelfs 38%. Nederland is voor Duitsers de tweede bestemming voor korte vakanties.

Corona zorgde in 2020 voor ongeveer een halvering van het aantal overnachtingen.

Van alle buitenlandse gasten in 2019 in...

**GELDERLAND**

komt

**46%**

... uit Duitsland

**OVERIJSSSEL**

komt

**54%**

... uit Duitsland

Overnachtingen van Duitsers in Gelderland en Overijssel (x1000)



	2018	2019	Groei 2018-2019	2020
Gelderland	794	1098	+38	556
Overijssel	627	752	+20%	318

## DIGITALISERING

Bijna alle Duitsers beschikken tegenwoordig over een smartphone



IN BEZIT VAN  
SMARTPHONE

**95%**



IN BEZIT VAN  
COMPUTER

**83%**

(desktop/laptop)



IN BEZIT VAN  
TABLET

**53%**

## BESTEDINGEN

Bestedingen Duitse  
verblijfgasten:  
gemiddeld €112,- p.p.p.d. €442,-  
p.p per verblijf

Bestedingen Duitse  
dagbezoekers:  
gemiddeld €78,50  
p.p. per dag

**442**  
EURO

p.p. per verblijf

**78,50**

EURO

p.p. per dag

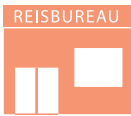
## BOEKINGSGEDRAG: STEEDS MEER ONLINE

Aantal digitaal en analoog geboekte vakanties



DIGITAAL  
(website, email)

**60%**



ANALOG  
(persoonlijk, telefoon)

**33%**



BEIDEN

**7%**



Wanneer men een website bezoekt, doet **61%** van de Duitsers dit met een smartphone, **31%** met een laptop/desktop en **8%** met een tablet.

## GEBRUIK VAN SOCIAL MEDIA

Gemiddeld zijn Duitsers ruim 1,25 uur actief op sociale media kanalen per dag. De populairste social media platforms in Duitsland zijn WhatsApp, YouTube en Facebook.



**79%**

Whatsapp



**77%**

Youtube



**64%**

Facebook



**43%**

Instagram



**40%**

FB Messenger

## ACCOMMODATIEVORMEN

De meeste Duitse gasten verblijven in Overijssel op bungalowparken en in Gelderland op campings



HOTEL

Overijssel  
**18%**

Gelderland  
**20%**



CAMPING

**26%**

**44%**



BUNGALOWPARKEN

**54%**

**33%**



GROEPSACCOMMODATIES

**1%**

**3%**

### BRONNEN

• NETZVITAMINE, 2021  
• MARKETSCAN DUITSLAND 2020, NBTC  
• CBS STATISTIEK  
• LOGIESACCOMMODATIES, 2020  
• TRENDRAPPORT TOERISME, RECREATIE EN VRIJE TIJD, 2020

• NBTC MAGAZINE, 2020  
• REISEANALYSE, 2018  
• REISEANALYSE, 2019  
• REISEANALYSE, 2020  
• WEARESOCIAL & HOOTESUITE, 2020  
• MCKINSEY TRAVEL STUDY, SOCIETY FOR CONSUMER RESEARCH, 2020

## TIPS & TRENDS

### GOED OM TE WETEN

- Vakanties zijn **heel belangrijk** in Duitsland. Werknemers hebben ongeveer 25-30 vakantie-dagen en nog eens zo'n 10 nationale feestdagen per jaar. Duitsland hoort bij de Europese landen met de hoogste vakantieparticipatie.
- Let op: De Duitsers hebben **afwijkende vakantieperiodes** en nationale feestdagen (bijv. 2 weken Paasvak. / Sacramentsdag (Fronleichnam) / 2 weken herfstvakantie) + meer vrije dagen. Vaak ook nog verschillend per deelstaat (zie: [www.schulferien.org](http://www.schulferien.org)). Houd rekening met deze verschillen bij marketingactiviteiten!
- **'Servicekwaliteit'** is voor Duitse toeristen van groot belang! Verras je Duitse gasten bijvoorbeeld met Duitse broodjes bij het ontbijt of met een welkomstgeschenk zoals een fles wijn. Of verras je Duitse gast met een leuk mailtje op zijn verjaardag met daarbij een speciale verjaardagsaanbieding.
- Het **beeld van Nederland** onder de Duitsers
  - Nederland is goed bereikbaar, een ontspannen bestemming en erg geschikt voor korte vakanties
  - Nederlanders zijn gastvrij, familie vriendelijk en tolerant
- Laat je **online** zien en wees boekbaar: SEO / Keyword Planner / Duitse zoekwoorden. Wij kunnen we u behulpzaam zijn met een specifieke analyse van relevante Duitse zoekwoorden uit onze zoekwoorden database.

Meer informatie hierover in Factsheet 2 - Online marketing in Duitsland.

### DO'S AND DON'TS

- Weinig Duitsers spreken Nederlands. Laat daarom (gedeeltes van) je website en brochures **vertalen** of beter nog redigeren door een native Duitse tekstschrijver en let daarbij op correct gebruik van de taal! Anders word je snel als onprofessioneel gezien.
- Duitsers zullen niet zo snel naar Nederland bellen, omdat de meeste Duitsers de taal niet spreken. Bied daarom de mogelijkheid om direct **online te boeken** of vermeld dat je medewerkers Duits spreken.
- Hoewel Duitsers normaal erg **formeel** zijn en altijd ,u' (,Sie') gebruiken, hebben jongere Duitsers geen problemen met ,jij' (,Du'). Op social media kun je de Duitsers gerust informeel aanspreken!
- Houd je aan gemaakte afspraken. Het cliché klopt: de Duitsers zijn erg punctueel en vinden het nakomen van beloftes zeer belangrijk.

### TRENDS

- CAMPING** **Kamperen** wordt steeds populairder en het is de verwachting dat deze trend zich in de toekomst voortzet. Met name de verkoop van campers groeit.
- TRADITIONEEL** De traditionele vakanties van de Duitsers **strand-, ontspannings-, natuur- en familie-vakanties**. Aan de andere kant worden stedentrips juist meer voor kortere vakanties geboekt.
- DOELGROEPEN** **Gezinnen met kinderen** blijven de belangrijkste doelgroep, maar ook de 50-plussers als doelgroep stijgt.
- BESLISSINGSFACTOREN** Gastvrijheid en de omgeving zijn voor de Duitsers iets **doorslaggevender** dan de prijs-kwaliteits-verhouding en de accommodatie. Duurzaamheid van de accommodatie speelt ook een steeds belangrijkere rol.
- ERVARINGEN** **Ervaringen** van vrienden, familie en beoordelingen van andere reizigers (holidaycheck, tripadvisor) zijn voor Duitse gasten van groot belang. Voor het zoeken naar informatie en het boeken van een reis krijgen beoordelingsites en boekingsplatformen een steeds belangrijkere rol.
- AANBIEDINGEN** 31% van de Duitsers **laat zich beïnvloeden** door kortingen/aanbiedingen.