



De Duitse markt

Campagnefocus op
Noordrijn-Westfalen

Aantal toeristen NL
2022: **ca. 5,7 mln** Duitse gasten
2023 (verwacht): **6,4 miljoen**

Verblijfsduur
gemiddeld **3,65 nachten**

Verblijfplaats
2/3 kustprovincies Zeeland,
Noord-Holland en Zuid-Holland
1/3 overige provincies

Reisgezelschap*

Stedentrips: **65%** met partner,
26% met vrienden/collega's,
23% met kinderen

Fietsvakanties: **49%** met partner,
29% met vrienden,
24% alleen
54% van de Duitsers wil
in 2023 alleen op reis

Verkozen Accommodatie

52% hotel/pensioen
27% vakantiewoning
10% bij familie/vrienden
6% camping (bij kortere trips zelfs
ca. **10%**, bij fietsvakanties **30%**)
– **5% overige**

Wanneer en hoe boeken

Gemiddeld boekt **51%** online, bij een
vakantie naar Nederland zelfs **88%**!
Periode: zgn. 'brugdagen' in april,
mei en juni zijn populair voor
lang weekend weg



Perceptie
Noord-Brabant

Bekendheid

- **56%** heeft nog nooit van Noord-Brabant gehoord
- **32%** heeft wel eens van Noord-Brabant gehoord
- Slechts **8,6%** wist wat Noord-Brabant is
- De ligging van Noord-Brabant in Nederland is bij de meesten niet bekend
- Efteling en Eindhoven zijn de bekendste highlights

In Brabant geweest (19%)

Nog niet in Brabant
geweest (81%)

Verblijf*

Activiteiten ter plaatse:
Café- of restaurantbezoek (**38%**),

Uitstapjes zoals dierentuin-
of pretparkbezoek (**36%**)

Bezoek aan stad (**34%**)

Wandelen (**29%**)

Beoordeling aanbod

Natuur, Uitstapjes, Wandelen

Er zijn nauwelijks slechte
beoordelingen met betrekking
tot het activiteitenaanbod.

De gemiddelde ervaring
wordt met meer dan 8/10
punten beoordeeld.

Brabantse mentaliteit

De Duitse toeristen denken zeer
graag terug aan de aardige,
gastvrije Brabanders.

Perceptie van Brabant

Het aanbod in Brabant wordt
neutraal tot positief beoordeeld.
Potentiële nieuwe gasten staan dus
open voor deze regio.

Beoordeling aanbod

De respondenten zijn het meest
nieuwsgierig naar de grote steden en
de natuurgebieden; De Grootte Peel
en Loonse en Drunense Duinen
(combinatie stad en natuur).

Bestemming voor de toekomst?*

De respondenten staan open voor
een reis naar Brabant.
25% voor een korte trip of dagje uit
52% voor meerdere dagen
17% voor een hele week



Cultuurverschillen

Reislustig

Duitsers reizen graag. Met name stedentrips,
vakantie in de natuur en het bezoeken van
bezienswaardigheden zijn populair. Een Duitser
gaat vaker op korte vakantie dan de Nederlander.

De charme van een andere plek

Reizigers uit Noordrijn-Westfalen houden van
de Nederlandse gemoedelijkheid en gastvrijheid.
Brabantse gezelligheid scoort hoog. Ze voelen
zich hier thuis; Zweite Heimat.

Sympathie

Duitsers vinden Nederland als reisbestemming
erg sympathiek. Ook nu zijn de meeste buitenlandse
toeristen in Nederland al uit Duitsland afkomstig.

Taal

Duitsers spreken niet zo goed Engels als
Nederlanders. Zij zien de beheersing van de
Duitse taal als een belangrijk aspect van de
servicekwaliteit. Het wordt gewaardeerd als
Nederlanders Duits proberen te spreken in
plaats van Engels.



Trends

Trends:

- **Digitalisering van de customer journey**
- **Mobiliteit**
- **Nieuw zelfbeeld**
- **Blended travel (combinatie van werken en vakantie vieren)**
- **Onthaasten en re-regionalisering**
- **Bewust reizen**
- **Duurzaamheid**
- **Gezondheid en voeding**
- **Certificeringen**
- **Behoefte aan veiligheid/zekerheid**

Veranderd reisgedrag

Door corona is de behoefte aan reizen gegroeid.
De behoefte aan zekerheid tijdens de reis is
toegenomen (flexibele annuleringsvoorwaarden,
pakketten zonder gedoe, ongecompliceerde
aankomst en vertrek, etc.)

Duurzaamheid

Dit is voor veel toeristen een deel van hun lifestyle.
Duurzaamheid wordt met verhoogde kwaliteit
geassocieerd. Regionale producten beschermen
het klimaat en authentieke ervaringen leiden tot
een betere reiservaring.

Certificeringen

Duitsers vinden certificaten en keurmerken
belangrijk. In Duitsland zijn veel wetten en regels
om consumenten te beschermen. Keurmerken en
certificaten laten zien dat men aan bepaalde regels
voldoet en dat geeft de toerist vertrouwen.

Bewuste ervaring

Reizigers zijn op zoek naar bijzondere
ultieme reiservaringen en authentieke
ontmoetingen met locals.

Gezondheid en voeding

Duurzaam reizen is nauw verbonden met de
vraag naar gezonde voeding en een gezonde
leefstijl. Vooral de jongere doelgroepen, toerisme
van de toekomst, vragen om een passend
aanbod op plaats van bestemming.



Customer Journey

Inspiratie

**Persoonlijke aanbevelingen
hebben veel invloed**

Inwoners van Noordrijn-Westfalen
staan zeer open voor de aanbevelingen
van familie en vrienden.

Mix van verschillende media

Crossmediale campagnes zorgen voor
herkenbaarheid en herhaling is essentieel.

Geografische focus

Noordrijn-Westfalen is qua grootte en be-
volkingsaantal met Nederland te vergelijken.
Daarom is een regionale focus op de Duitse
grensregio en/of kerngebieden binnen Noor-
drijn-Westfalen van belang.

Meer goede foto's

Goed beeldmateriaal wordt steeds belangrij-
ker. Het gebruik van foto's en bewegend beeld
is als inspiratiebron bewezen effectief.

'Online first'

Publicaties in print zijn nog steeds relevante
inspiratiebronnen, maar de focus ligt
duidelijk op online.

Informatie

Grote behoefte aan informatie

Mensen zoeken online naar informatie over de
reisbestemming. Brabant is onbekend
bij inwoners uit Noordrijn-Westfalen en
er is relatief weinig kennis over de regio.

Selectiecriteria

De aantrekkelijkheid van de accommodatie,
goede prijs-kwaliteitverhouding,
culinair aanbod/regionale specialiteiten,
bezienswaardigheden, steden, natuur, water,
mogelijkheden om te ontspannen,
kind- en hondvriendelijk aanbod.

Manier van aanspreken

Website in het Duits aanbieden. Benadrukken
hoe dichtbij Brabant ligt (uitstapjes/
korte vakanties). Tone of voice: authentiek,
informatief, hartelijk. Nederland roept bij veel
Duitsers positieve associaties op. Hiervan kan
handig gebruik worden gemaakt.

Boeking

Accommodaties

Aantrekkelijke en authentieke
accommodaties – in welke categorie dan
ook – oefenen een grote aantrekkingskracht
uit op inwoners van Noordrijn-Westfalen.

Boekingskanalen

Met name korte trips worden vooral online
geboekt. Online boekingen zijn populairder
dan analoge boekingskanalen. Online Travel
Agencies (OTA's) worden vaak gebruikt voor
korte trips, gevolgd door directe boekingen
van hotels en vakantiehuisjes. Ook de eigen
boekingsystemen dienen in het Duits
beschikbaar te zijn.

Moment van boeken

Meestal wordt een reis naar Brabant enkele
weken, soms zelfs maanden van tevoren,
gepland. Gasten en bezoekers die al eens in
Brabant waren, tonen zich sneller bereid om
ook op kortere termijn te boeken.

Last minute boekingen

Feest- en brugdagen bieden potentiële gasten
uit Noordrijn-Westfalen vele mogelijkheden
voor een korte vakantie in Brabant.

Betaalmethodes

Het aanbieden van in Duitsland gebruikelijke
betaalmethodes is noodzakelijk. Online zijn
dat bijvoorbeeld *Sofortüberweisung*,
creditcards, *Klarna* en *PayPal*. Bij direct
contact zijn contante betalingen populair.

Verblijf

Gecombineerd aanbod

Inwoners van Noordrijn-Westfalen houden
van afwisseling. Verschillende doelgroepen
hebben verschillende wensen. Veelzijdig
toeristisch aanbod past daarbij. Vooral het
feit dat stand en natuur goed te
combineren zijn maakt Brabant uniek.

Herhaalbezoeken

Oprechte gastvrijheid levert tevreden
gasten op en deze zijn trouw. Wie eenmaal
in Brabant is geweest, komt graag terug.

Tips van insiders

Benoem wat een verblijf in Brabant bijzonder
maakt. Brabant onderscheidt zich in
creativiteit en authenticiteit van het massale
toeristische aanbod.

Culinair belevenissen

Bezoekjes aan cafés en restaurants zijn
populair. Het Nederlandse horecalandschap
is aanzienlijk innovatiever dan het Duitse.
Brabant is rijk aan (regionale) specialiteiten
en culinaire delicatessen.

Social media als kans

Maak gebruik van de kracht van social media.
Gasten moeten actief worden verzocht om
hun belevenissen en ervaringen te delen.
Maak gebruik van hastags en links.

Reflectie

Ambassadeurs zijn goud waard

Het contact met gasten moet voortdurend
worden onderhouden. Gasten worden
ambassadeurs wanneer je met ze in contact
blijft. Tips van vrienden en familie zijn de
belangrijkste beïnvloedende factor bij het
plannen van uitstapjes en reizen.

Vragen om reviews

Goede beoordelingen helpen andere gasten
en bezoekers om voor Brabant te kiezen.
Tevreden gasten moeten ertoe worden
bewogen om een beoordeling achter te
laten. Kritiek moet serieus worden genomen
en is een mogelijkheid om te verbeteren.

Community management

Feedback is belangrijk. Iedereen die lijkt,
reageert of een beoordeling achterlaat,
waardeert een reactie. Dit is een goede
mogelijkheid om de loyaliteit te vergroten
en in gesprek te blijven.

*meerdere antwoorden mogelijk, daarom bedraagt het totaal meer dan 100%