



Industrie- und Handelskammer
für Ostfriesland und Papenburg

Ems Dollart Business Forum

DEUTSCHE UND NIEDERLÄNDISCHE
TOURISTIKER IM AUSTAUSCH

DUITSE EN NEDERLANDSE TOERISME-EXPERTS
IN GESPREK

Übernachtungen im Vergleich Overnachtingen in vergelijking

➤ Übernachtungen

- NDS 43,3 Mio. Übernachtungen 2022 (8,1 Mio. Einwohner)
- IHK-Bezirk dwif: 19 Mio. (0,5 Mio. Einwohner)
- Tagesgäste 15 Mio.

➤ Wertschöpfung

- 2,2 Mrd. Euro
- Rund 52.000 Menschen können davon leben

➤ Overnachtingen

- Groningen 2022: 1.874.000*
- Einwohner Groningen: 583.990
- Gemeinde 2022: ca.110.000**

➤ Ausgaben

- 45 Euro / Tag (ohne Übernachtung)

*Voor de data over overnachtingen en gasten maken we gebruik van data van CBS Statline. Het is belangrijk om op te merken bij deze cijfers, dat ze niet een volledig beeld weergeven van het aantal overnachtingen en gasten in de provincie. Zo wordt er een ondergrens voor het aantal slaapplekken gehanteerd en worden daardoor niet alle logiesvormen accuraat meegenomen in het onderzoek, zoals bijvoorbeeld B&B's. Groningen heeft veel kleinschalige bedrijven die in de CBS overzichten niet allemaal worden meegeteld. Daarnaast worden getallen afgerond naar duizendtallen.

**Zahlen abgeleitet von der Touristensteuer, die auch für Camping usw. gezahlt wird.

Strukturen: Wie funktioniert des Destinationsmanagement und Marketing an beiden Seiten der Grenze?

- Regionalmarketingorganisation ZO! Groningen, Marketing Groningen, Provinz Groningen, Ostfriesland Tourismus GmbH und Stadt Leer

Structuren: Hoe werkt bestemmingsmanagement aan beide kanten van de grens?

- Regiomarketingorganisatie ZO! Groningen, Marketing Groningen, Provincie Groningen, Ostfriesland Tourismus GmbH en Stadt Leer

Grenzüberschreitender Tourismus

Toerisme over der grens

➤ In Niedersachsen

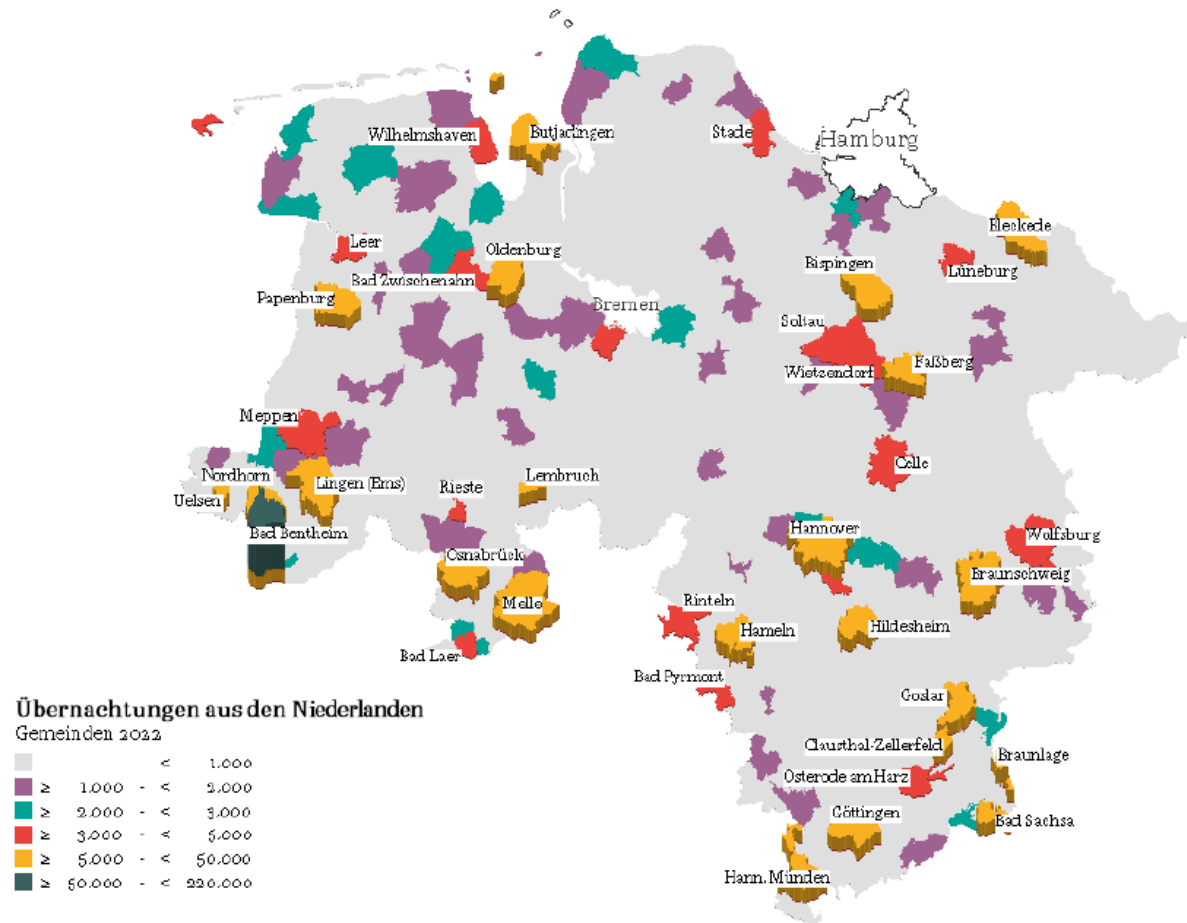
- rund eine Million Übernachtungen (= 30% der ausländischen Übernachtungen)
- Rund 330.000 Gäste
- Aufenthaltsdauer 2,8 Tage

➤ Niederlande wichtigster Quellmarkt

➤ Übernachtungen

- Veruit de meeste overnachtende gasten in Groningen komen uit Nederland (1,4 mio).
- Duitsland de grootste buitenlandse markt voor onze provincie, met jaarlijks veel bezoekende gasten (overnachtingen 310.000 in 2022). Andere landen waaruit we veel bezoekers ontvangen zijn België en Verenigd Koninkrijk

Übernachtungsziele 2022



Kartographie: TMN 2023
 Daten: LSN 2023
 Kartengrundlage: GfK GeoMarketing

Grenzüberschreitender Tourismus

Toerisme over der grens

➤ In Niedersachsen

- rund eine Million Übernachtungen (= 30% der ausländischen Übernachtungen)
- Rund 330.000 Gäste
- Aufenthaltsdauer 2,8 Tage

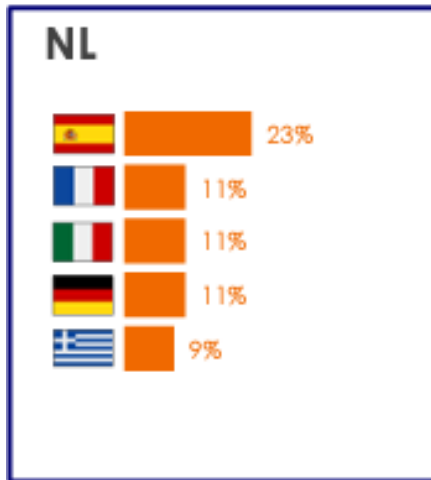
➤ Niederlande wichtigster Quellmarkt

➤ Übernachtungen

- Veruit de meeste overnachtende gasten in Groningen komen uit Nederland (1,4 mio).
- Duitsland de grootste buitenlandse markt voor onze provincie, met jaarlijks veel bezoekende gasten (overnachtingen 310.000 in 2022). Andere landen waaruit we veel bezoekers ontvangen zijn België en Verenigd Koninkrijk

Top 5 der europäischen Urlaubsländer

- Das beliebteste Reiseziel für NL in Europa ist Spanien, Deutschland teilt sich Platz 2 mit Frankreich und Italien



- Basis: Menschen mit vakantieplannen in Europa (geboekt of moet nog boeken) Vraagstelling: Waar in Europa bent u van plan uw eerstvolgende vakantie hoofdzakelijk door te brengen?

Best Practice: Grenzüberschreitend zusammenarbeiten

- Internationale Dollard Route, Wunderline, Watten-Agenda

Beste practice: Samenwerken over de grens

- Internationale Dollard Route, Wunderline, Wadden-Agenda

Wie „tickt“ der Gast? / Wer ist der Gast?

- Welche Gäste kommen?
 - Zielgruppenmodell der Sinus-Milieus der Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH
 - Personas auf Basis umfangreicher Marktforschungsdaten



Ehepaar Bakker Ruud und Karin

Demographie

- Alter: 55 und 53 Jahre
- Verheiratet
- Wohnen in Rotterdam
- Berufstätig:
 - Ruud Bakker: Logistiker im Hafen
 - Karin Bakker: Angestellte im Blumenladen
- haben Abitur und eine Ausbildung
- 2 Kinder, nicht mehr im Haushalt lebend, ein Enkelkind (reisen meist ohne, gelegentlich mit Kind und Enkel)
- Ø Haushaltsnettoeinkommen 2.820 €
- 12% der niederländischen Bevölkerung zwischen 18 und 65

Werte

- Ordnung, Harmonie
- Sicherheit, Bodenständigkeit
- Stabilität, Kalkulierbarkeit
- Gemütlichkeit, Heimatverbundenheit
- Gemeinschaft, Familie, Freunde, Nachbarschaft
- Freundlichkeit, Rücksicht
- Sozialer Status, Absicherung
- Bildung, Fleiß, Strebsamkeit

Kurzbeschreibung

- Unter Druck geratene Mittelschicht
- Wunsch nach Harmonie, Balance und Sicherheit – beruflich wie privat
- Verunsicherungsgefühl durch gesellschaftliche Veränderungen/
Angst um das Erreichte
- Suche nach Gemeinschaft und Zusammenhalt sowie sozialem Leben (Familie, Freunde, Nachbarn, Vereine)
- Streben nach und Sichern von moderatem Wohlstand
- Freundlich und bodenständig

Themen

1. Natur erleben:
Aktiv in der Natur, Wandern/Radfahren
2. Rundreisen:
Neues Entdecken in Natur, Camping, Kulinarik und Kultur
3. Kurzurlaub:
Ferienanlagen, Entspannen, Wellness, Kulinarik, Wandern, Shopping

Reisemotive

- Entspannung, keinen Stress haben
- Ausruhen/ Faulenzen
- Abstand zum Alltag gewinnen
- Natur erleben: schöne Landschaften, reine Luft, sauberes Wasser
- Zeit füreinander/ für sich haben
- Etwas für die Gesundheit tun, Kraft sammeln/auftanken, etwas für die Schönheit tun
- Sich verwöhnen lassen, sich etwas gönnen
- Neue Eindrücke gewinnen, etwas anderes kennenlernen
- Einkaufstouren/ Shopping
- Kontakt zu Einheimischen, neue Leute kennenlernen

Urlaubsaktivitäten allgemein

- Mit der Familie/Verwandten zusammen sein
- Spazieren gehen
- Aktivitäten auf/am/ im Wasser
- Aufenthalt in der Natur:
Wandern, Radfahren
- Einkaufen/ Shopping
- Typische Speisen und Getränke genießen
- Besuch von kulturellen/historischen Sehenswürdigkeiten und Museen/ Ausstellungen
- Erlebniseinrichtungen (z.B. Freizeitanlagen)
- Wellnessangebote

Mediennutzung/Reiseinspiration

Online

- Preisvergleichs- und Bewertungsselten/ Reisevermittlungsportale
- Berichte/Tests im Internet
- Newsletter/Emails

Klassik

- Gespräche mit/Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
- Reiseführer, Kataloge, Broschüren
- Berichte in Zeitungen/Zeitschriften

Social Media

Facebook, YouTube, sonst eher geringe Relevanz



Die Informationen müssen ausführlich und authentisch sein. (Erlebnis-)Berichte sollen glaubwürdig und nicht zu emotional/verspielt sein.

Leitprodukte/Leuchtturmprojekte

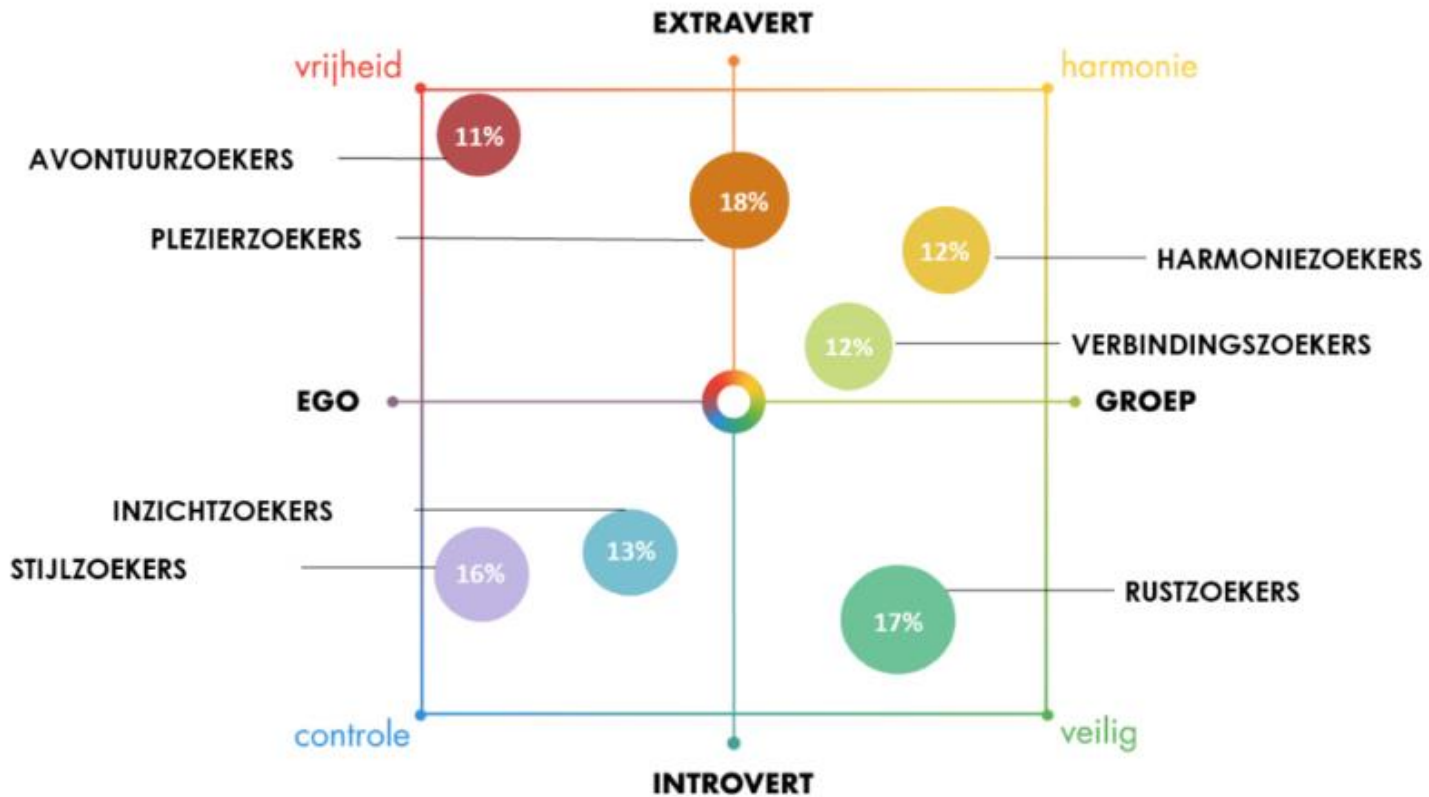


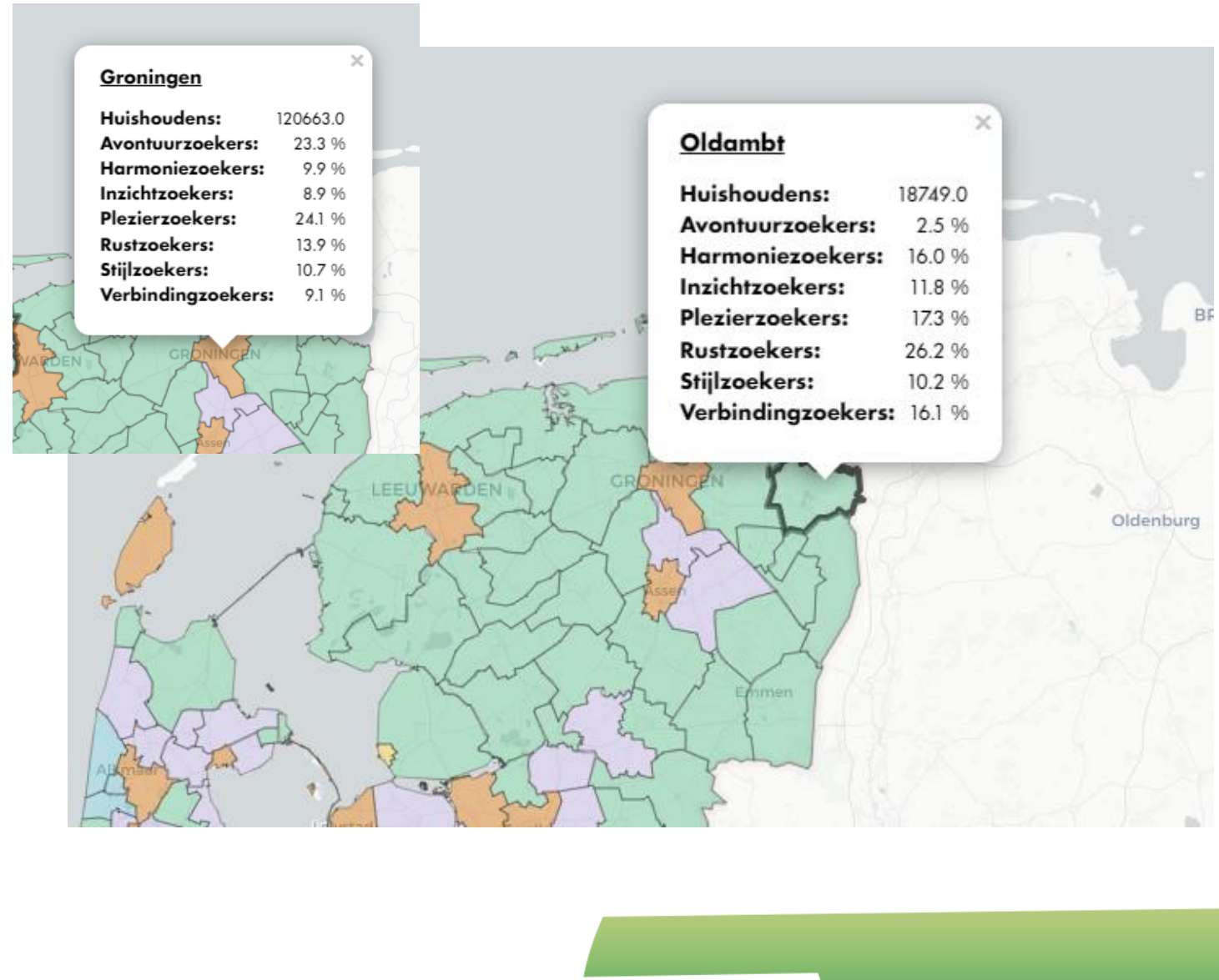
Ferienanlage/Ferienwohnung/-haus, Hotels (3-4 Sterne)
Rundreisen im Wohnmobil (Wohnwagen)
Kulinarik: u.a. gutes Preis-Leistungsverhältnis
Kultur: eher Tradition als Hochkultur
Interesse an Nebensaison, um Geld zu sparen

- GEO für Kurzreisen:
kleine Städte, regionale Esskultur (Bier-Tasting Lingen, ...)
Harz:
Wandern, Kulinarik aus dem Harz
- Weserbergland:
Aktiv in der Natur, Schlösser
- Lüneburger Heide:
Natur erleben mit Wandern/Radfahren, regionale Spezialitäten
- Ostfriesland/NEW:
Traditionen, Radfahren/Wandern im Flachland
- Wellnessangebote/Gesundheitsurlaub

BSR leefstijlvinder

Womit arbeiten wir in NL?





Erfolgsstrategien / Succesvolle strategieën

- Ilka Erdwiens, Kunsthalle Emden
- Corina Habben, AG EMS
- Imke Wemken, OTG
- Edwin van der Woude, ZO! Groningen
- Tom de Vries, Marketing Groningen

Ems Dollart Business Forum

DEUTSCHE UND NIEDERLÄNDISCHE
TOURISTIKER IM AUSTAUSCH

DUITSE EN NEDERLANDSE TOERISME-EXPERTS
IN GESPREK