



FACTSHEET

6

DE DUITSE HOTELGAST

GTI
ACADEMIE

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



Nederlandse hotels
telden in 2020
3,6 miljoen
overnachtingen door
Duitse gasten.

In 2019 was dit nog
6,3 miljoen

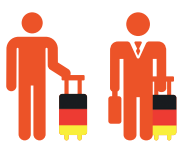


Overnachtingen
Overijssel
2019 **136.000**
in Overijssel.
2020 **89.000**
in Overijssel.

Overnachtingen
Gelderland
2019 **223.000**
in Gelderland.
2020 **97.000**



WAAROM NEDERLAND?



Bijna **9 op de 10** Duitse bezoekers 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 vakan-
tietiemotieven:** rust en ontspanning zijn
de belangrijkste vakantiemotieven 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 vakantiemotieven, laat zien wat uw hotel en de omgeving te
bieden hebben.*

HOTELVAKANTIES BOEKEN

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



1

Het hotel



2

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



3

Reisbureau,
touroperator

1/4 van de Duitse hotelgasten boekt
offline en dan het liefst via een reis-
bureau 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
(2020)

ACTIVITEITEN

Vijf populairste activiteiten tijdens een hotelvakantie:



1

uit eten gaan



2

winkelen



3

op excursie
gaan



4

buitenrecrea-
tieve activiteiten



5

museum,
culturele
attractie
bezoeken

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

TIPS EN TRENDS



Gezond en lokaal

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

Hierbij letten de jonge Duitsers (18-30) steeds meer op duurzame en biologische producten.



'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?

Faciliteiten en activiteiten in het hotel worden steeds belangrijker de laatste jaren. Duitse hotelgasten zien 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 'geheimtips'

Veel Duitsers komen hun hele leven al in Nederland. Ze kennen de geijkte bezienswaardigheden al en zijn op zoek naar 'geheimtips': het verborgen theekeopeltje 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:

- SLA CBS, 2020
- NBTC HOLLAND MARKETING, 2020/2021
- ADFC, 2020
- CBS, 2020