



FEITEN EN CIJFERS

Duitse markt 2025

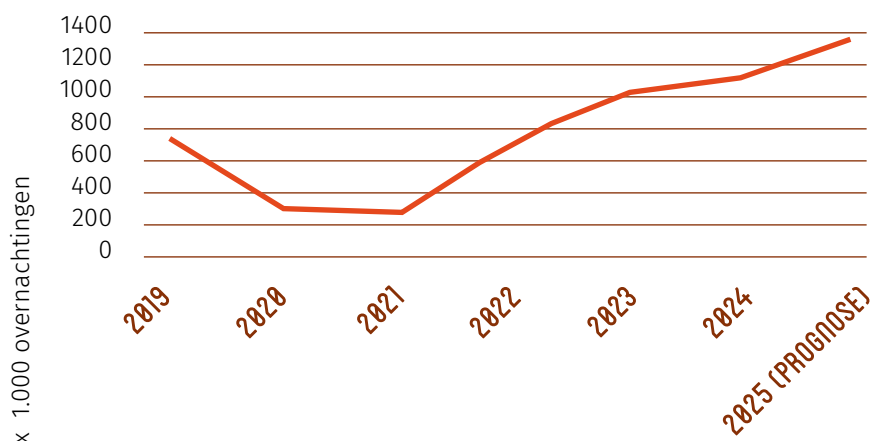
ALGEMEEN

Belangrijke markt voor Overijssel;

- In 2024 al meer dan een 1.1 miljoen overnachtingen door Duitse gasten.
- Verwachting: **BLIJVENDE GROEI** komende jaren. Volgens NBTC in 2030 15% meer Duitse gasten (t.o.v. 2023)

Jaar	Overnachtingen door Duitsers (x 1.000)
2019	744
2020	310
2021	288
2022	727
2023	1023
2024	1122
2025 (prognose)	1365

OVERNACHTINGEN DOOR DUITERS IN OVERIJSSSEL

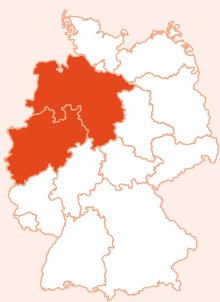


- Groei Duitse markt (2019-2024) is met **49%** veel groter dan gemiddelde groei in Overijssel (**19%**).
- Bijna helft van overnachtingen vindt plaats in huisjes. Eén op de drie op campings. Beide laten **STIJGENDE TREND** zien.

INZICHT IN DE DUITSE GAST

De Duitse gast

Het segmentatiemodel Glocalities geeft inzicht in bezoekersprofielen.
Hieruit blijkt:



In Duitsland wonen vooral veel **SOCIALIZERS EN CREATIVES (32%)** en iets mindere mate ook **CHALLENGERS (19%)**.

Geldt ook voor de focusgebieden Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen.

SOZIALISERS: ouder en gemiddeld inkomen.

CREATIVES: vaker hoger inkomen.



REISMOTIEVEN:

CULTUREN
ERVAREN



EROPUIT GAAN



RELAXEN

Bekijk hier het segmentatiemodel en de bezoekersprofielen van NBTC.

TIP: Door samen te werken met Duitse influencers vergroten ondernemers hun zichtbaarheid en trekken ze niet alleen meer bezoekers, maar vooral ook de waardevolle gasten die langer blijven en meer besteden.

Waardering

"NEGEN OP DE TIEN DUITSE GASTEN BEOORDELEN
OVERIJSSSEL ALS GOED TOT UITSTEKENDE"

- Duitse gasten geven gemiddeld gezien hogere waarderingen dan Nederlanders.
- Zij geven de hoogste waardering aan personeel
- Prijs-kwaliteit wordt het laagst beoordeeld, maar nog altijd met een ruime 8
- Negatieve opmerkingen gaan vooral over hygiëne, verouderde staat en sanitair.
- Men is vooral positief over personeel, vriendelijkheid, behulpzaamheid en het geboden comfort.

NATUURVAKANTIES
POPULAIRDER VOOR
KORTE EN LANGE VAKANTIES:

14% NATUURVAKANTIES
(op 2e plek na strand)

17% BEZOEKT NATUURGEBIED
TIJDENS VERBLIJF



WANDELEN/FIETSEN
STEEDS POPULAIRDER

Voor **35%** is bezienswaardigheden bezoeken een favoriete activiteit tijdens de vakantie. Er is een groeiende trend in **CULTURELE EN CITYTRIPS** buiten de traditionele toeristenplekken. Andere steden worden ook steeds meer gepromoot door touroperators in Duitsland. Touroperators zetten in op de behoefte aan **GEPERSONALISEERDE EN FLEXIBELE REIZEN**.

DO'S COMMUNICATIE

NIETS TE
VERLIEZEN



DUIDELIJK
ZIJN

SOCIALMEDIAGEBRUIK

📞 **82%** **f** **61%** **@** **57%**

TOP 3

MEEST ONDERNOMEN ACTIVITEITEN
TIJDENS VERBLIJF OF BEZOEK:

- 1** Stadswandeling maken
- 2** Uit eten gaan
- 3** Winkelen/funshoppen



ZOEKGEDRAG / ONLINE

Meest gebruikte **WEBSITES / PLATFORMS** voor toerisme in Duitsland:

- 1  booking.com
- 2  bahn.de
- 3  tripadvisor.de
- 4  airbnb.de
- 5  holidaycheck.de

En specifiek voor **ACCOMMODATIES**:

- 1  booking.com
- 2  airbnb.de
- 3  fewo-direkt.de
- 4  hometogo.de
- 5  expedia.de

Online zoekgedrag Duitsers



HOLLAND

Duitsers gebruiken de term "Holland" vele malen vaker dan "Niederlande" in zoekopdrachten voor hun vakantie naar Nederland. Vandaar onze slogan 'Das andere Holland'.



WATER

Duitsers houden enorm van een vakantie aan het water en zoeken hier ook veel op. Als je dit kunt bieden, dan is het goed om dit te benadrukken op je Duitstalige website.



HONDEN

Er wordt door Duitsers opvallend veel gezocht op vakanties met honden. Is jouw bedrijf hiervoor geschikt, dan is het zeker goed om dit te benoemen op je Duitstalige website.



VERTALEN / AI

- ChatGPT kan heel goed helpen in vertalen van bijv. websites en menukaarten (beter dan Google translate).
- Google translate app (met camera) is goed door gasten te gebruiken voor teksten die zij tegenkomen en niet vertaald zijn (TIP).
- Inzet van AI om bijv. personeel te vervangen wordt nog niet geadviseerd. Duitsers hechten veel waarde aan persoonlijk, behulpzaam personeel en de ontwikkelingen zijn daarvoor nog niet ver genoeg.

Boekingen / intentie

- Duitsers boeken vaker via organisaties dan Nederlanders, maar dit aandeel daalt (van 46% naar 42%). Een groter deel (44%) boekt inmiddels rechtstreeks.
- Voor 77% blijven de flexibele annuleringsvoorwaarden van belang, gevolgd door verblijf op een rustige plek (71%).
- Populaire periodes zijn juli en augustus, al gaat ook nog 15% in september.
- Last-minute: 40% van de Duitsers boekt binnen 2 weken voor vertrek, 20% langer dan 3 maanden van te voren.





DUURZAAMHEID EN ONTWIKKELINGEN

- Slechts **7%** geeft aan al meer te betalen voor **DUURZAME REIZEN**, **17%** gaf aan dat ze bereid zouden zijn om in de toekomst meer te betalen, **38%** is niet bereid.
- Voor **45%** spelen **EXTREME WEERSOMSTANDIGHEDEN** een rol in de keuze. Dit was vorig jaar nog **37%**. Ruim de helft van deze mensen past de bestemming hier op aan. Het gematigde weer in Nederland lijkt voor een steeds groter deel een **AANTREKKELIJK ALTERNATIEF**.
- Duitsers geven het meest van alle respondenten aan dat ze bepaalde vakantiebestemmingen mijden door negatieve berichten over overtoerisme (**56%**). De **RUST EN RUIMTE** die Overijssel heeft biedt hier dus kansen.
- **56%** past vakantie aan door **STIJGENDE PRIJZEN**. Dit was vorig jaar nog **51%**. Zij geven vooral aan dat ze minder vaak gaan.

Do's & dont's

"DUITSERS ZIJN GEEN KOPIE VAN NEDERLANDERS! BENADER DUITSE GASTEN ALS EEN APARTE DOELGROEP"

- **APARTE WEBSITE, ONLINE MARKETING- EN SOCIAL MEDIAKANALEN.**
Verplaats je in de Duitse gast en bekijk jouw product vanuit dat oogpunt.
- **TIPS DUITSE WEBSITE:**
 - Foutloos, zonder spelfouten (dus geen Google Translate)
 - Niet 1-op-1 vertalen maar herschrijven
 - Relevante content
- Zorg voor **DUIDELIJKE EN FLEXIBELE VOORWAARDEN** en communiceer deze ook in het Duits.
- Boeking zijn niet op één moment. Zorg voor **GOEDE ZICHTBAARHEID**, ook via reisorganisaties.
- Wijs gasten op de **GOEDE FIETS- EN WANDELINFRASTRUCTUUR**, eventueel met uitleg knooppunten.
- Duitsers betalen nog vaak met **CONTANT GELD (69%)**, biedt deze mogelijkheid aan.
- **DUITSSPREKENDE BEDIENING EN MENUKAARTEN** zijn onmisbaar.
- Benut en benadruk de **NEDERLANDSE REPUTATIE (KIND- EN DIER) VRIENDELIJK EN GASTVRIJ** te zijn, ook wat betreft accommodaties.

MEER WETEN? RIJK OP:



- **Duitse markt** - KennisplatformOost
- **Eerdere factsheets (online marketing, campings, hotels, fietsen en Duitse markt)** - Rapporten - KennisplatformOost
- **Markten & segmenten** - NBTC
- **Internationaal bezoek in kaart (onderzoek inkomend toerisme en dagbezoek)**
- **Vakantie Sentiment Monitor** - NBTC
- **Travel Trade scan Germany** - nbtc.nl/nl/site/themas/internationale-concurrentiepositie/travel-trade-scan-duitsland

**DAS ANDERE
HOLLAND**

WWW.DAS-ANDERE-HOLLAND.DE

