

Statements aus dem Pressegespräch von Tourismus NRW, ITB 8.3.

-Incoming als Wachstumsmotor für den Tourismus NRW-

- Die gestiegenen Ankunfts- und Übernachtungszahlen im Jahr 2016 bestätigen, dass der Tourismus eine ganz wichtige Wachstumsbranche im Bundesland NRW ist; der Tourismus in NRW feiert sein 7. Erfolgjahr
- Besonders im Auslandsmarketing werden im Jahr 2017 verstärkt Maßnahmen konzipiert und das Projekt „Fit im Netzwerk“ (8 Regionen beteiligt), weiter ausgebaut; konkrete Maßnahmen sind u.a. der Aufbau von fremdsprachigen Webseiten und kleinere Projekte wie #urbanana (thematisch organisiert, unterscheidet nicht nach Zielgruppen, in Englisch)
Weitere Infos zum Projekt hier:
<http://www.ruhr-tourismus.de/themenwelten/kunstkultur/urbanana.html>
- Zielgruppe Niederländer (größte Gruppe der ausländischen Gäste) steht weiterhin im Fokus: Niederländer haben den Urlaub in NRW oft „gelernt“, wird in den Familien so an die nächste Generation weiter gegeben; durch das Platzieren von tollen neuen Reiseangeboten kann der Urlaub aber bewusster gesteuert werden, denn vielen Niederländern ist das Spezifische am Sauerland nicht bekannt.
- Urlaubsmotive der niederländischen Gäste: in NRW gibt es eine hohe Anzahl/Dichte an großen Städten in Kombination mit abwechslungsreicher Landschaft; großes Angebot von qualitativ hochwertigen Wander- und Radwegen; gutes Preis-Leistungsverhältnis (NL-Gast im Urlaub gibt mehr aus als der deutsche Gast). Auch Rabatte und Nachlässe sind für Niederländer wichtig.

Die niederländischen Gäste schätzen auch in NRW alles, was Deutschland ausmacht: Gutes Essen, gutes Bier, Pünktlichkeit, Ferienprogramme speziell für Familien... Besonders angenehm empfinden es die niederländischen Gäste, wenn man ihnen sogar in ihrer Landessprache begegnet.

- Bei Kurzreisen ist bei Niederländern durchaus Luxus angesagt; aber dieser Luxus hat meist nichts mehr mit dicken Uhren oder großen Autos zu tun. Er definiert sich eher über großzügige Räume (große, bodentiefe Fenster), gute Stoffe, wertige Materialien, Platz und Weite

Dabei buchen die jungen Niederländer vermehrt online und lassen sich bei der Wahl ihres Urlaubsziels auch durch Social Media-Kanäle beeinflussen. Ältere Generationen (50+) lassen sich auch gerne noch von Printwerbung (Anzeigen) inspirieren.

- Ausbaufähig in NRW (u.a. im Sauerland) sind: kostenloses WLAN (noch nicht überall vorhanden), Ladestationen für EBikes.