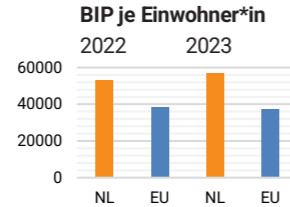


# Marktprofil Niederlande

Stand: Juni 2024

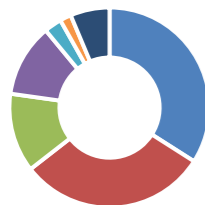
Niederlande	2022	2023
Einwohnerzahl <sup>1</sup>	17,6 Mio.	18,0 Mio. (Prognose) <sup>1</sup>
	<b>2022</b>	<b>2023</b>
BIP je EW <sup>2</sup>	53.200	57.800
Inflationsrate	11,6 %	4,1 % <sup>2</sup>



## Informationen aus Mecklenburg-Vorpommern<sup>12</sup>

**Übernachtungen 2023:** 143.147 (+1,1 % zum Vorjahr)  
Platz 1 Incoming-Tourismus MV

### Regionale Verteilung:



- Rügen/Hiddensee 34 %
- Mecklenburgische Ostseeküste 30 %
- Mecklenb. Schweiz & Seenplatte 13 %
- Westmecklenburg 12 %
- Usedom 3 %
- FDZ 2 %
- Vorpommern Festland 6 %

## Informationen zum niederländischen Gast in Deutschland

**Quellregionen<sup>3</sup>:** 34 % Westniederlanden (Randstad)  
24 % Ostniederlanden

**Durchschnittsalter<sup>3</sup>:** 52,5 Jahre

### Reiseverhalten

Art der Reise <sup>1</sup>	Reisezweck <sup>1</sup>
29% Erholungsurlaube	74% Urlaubsreisen
43% Städtereise	19% Verwandtschafts- & Bekanntenbesuche
9% Rundreise	8% Geschäftsreisen

Art der Unterkunft <sup>3</sup>	ABER:
50% Hotel	41 % der niederländischen Gäste in MV übernachten auf dem Campingplatz <sup>12</sup>
17% Ferienwohnung	
20% Camping	

### Anreise<sup>13</sup>



Nachfrage nach alternativen Transportmitteln steigt → Städtereisen mit dem Zug und mieten von E-Autos.<sup>4</sup>



### Allgemeine Informationen<sup>1</sup>

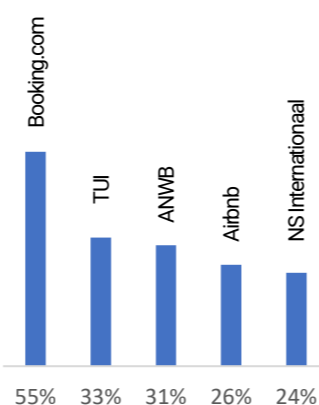
Hauptstadt: Amsterdam  
(2022: 1,166 Mio. EW)  
Fläche: 41.540 km<sup>2</sup>

### Buchungsverhalten



Bei 73 % der Urlaubsreisen wurden Leistungen im Voraus gebucht. 84 % der Reisen wurden online gebucht.<sup>1</sup>  
Der Planungshorizont wird immer kürzer. Insgesamt 32 % buchten 2022 weniger als 8 Wochen im Voraus. Somit sind bei freien Kapazitäten auch noch kurzfristige Maßnahmen möglich.<sup>5</sup>

### Favorisierte Buchungsplattformen:<sup>6</sup>



### Trends bei den niederländischen Gästen



#### Städtereisen<sup>6</sup>

Berlin ist international **Top 5 der beliebtesten Städte**  
**Präferenz:** Stadtbummeln, Restaurantbesuche, Außengastronomie, Kontakt mit Locals, Unterkunftsart: Hotel  
**Durchschnittliche Ausgaben:** 580 € pro Person (Unterkunft und Transport)  
**Zielgruppe:** unter 55 Jahre (73 %) und höhere Bildung (87 %)



#### Camping<sup>7,9</sup>

**Präferenz:** Campingplätze mit besonderem Angebot, Stadtcamping  
**Reiseabsicht:** 20 % wollen 2023 campen  
**Vom Besitz zum Gebrauch:** Junge Familien wählen verhältnismäßig öfter Mietunterkünfte auf Campingplätzen, zum Beispiel ein eingerichtetes Safarizelt, das bei Ankunft bereits bezugsbereit ist. Oder sie gehen mit ihrem eigenen Zelt back to basics.

### Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit für **40 %** wichtig bei der Reiseplanung. **31 %** haben bereits bei der Buchung auf Nachhaltigkeit geachtet. **90 %** wollen künftig mehr auf Mülltrennung und Naturschutz achten.<sup>8</sup>

1/3 der befragten Mitglieder von ANWB ist bereit dazu, extra für nachhaltiges Reisen zu bezahlen, davon die Hälfte 50 € pro Person, ein Viertel zwischen 75 € und 100 €. **2/3 der ANWB-Mitglieder** fänden es akzeptabel außerhalb der Hochsaisons zu reisen.<sup>9</sup>

### Chancen für Mecklenburg-Vorpommern

- Küste & Seen als bevorzugte Gebiete
- Camping, Parahotellerie & familiengeführte Privathotels im Fokus
- Niederländische Aktivurlauber an MV interessiert
- Regionale Gastronomie gewünscht



Die Niederlande zählten 2020 eine Rekordzahl an Wohnmobilen: 118.500 Wohnmobile und 446.049 Wohnwagen. 75% der Wohnmobile und Wohnwagen gehören Personen über 50 Jahren, aber auch bei jungen Familien nimmt die Anzahl an Wohnwagen langsam zu.<sup>11</sup>

### Dos und Don'ts

Im Umgang mit niederländischen Gästen<sup>10</sup>



#### Dos

Niederländer\*innen sind offene und direkte Menschen, die gerne „Insider-Stories“ und Geheimtipps erfahren.

Sie lieben Ermäßigungen und Gratisleistungen und sind bereit für gewisse Extraleistungen oder vermehrten Komfort mehr zu bezahlen.

Viele Niederländer\*innen sprechen Englisch und Deutsch – Ansprache im Marketing allerdings in Landessprache.



#### Don'ts

Generell gilt: Keine Zusatzleistungen verrechnen, die nicht im Vorfeld fixiert wurden.

Keine Übertreibung/Superlative in Marketingtexten.