

2.3 Frankreich



Sozioökonomie Quellmarkt

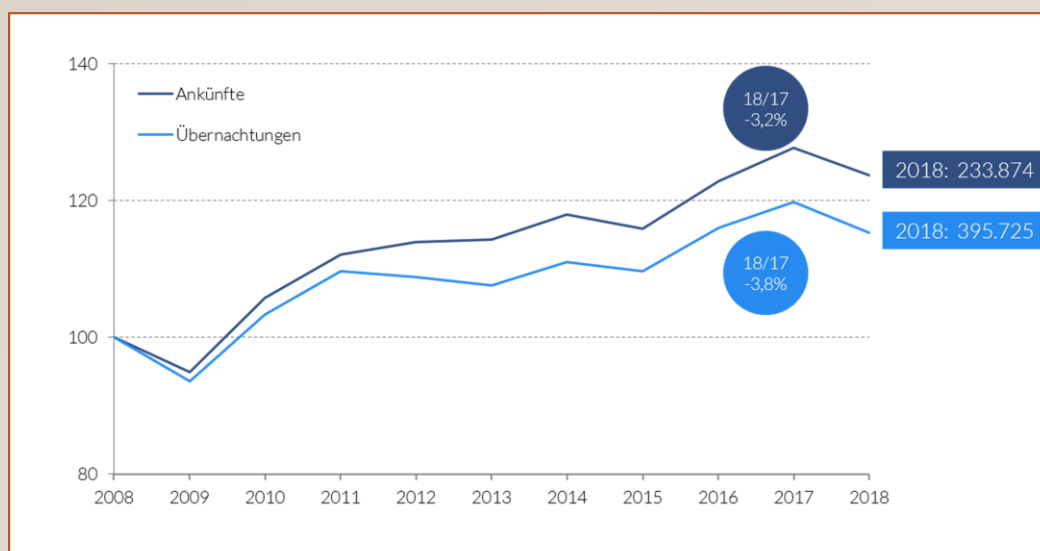
Einwohnerzahl: 64,6 Mio. ↗	BIP pro Kopf: 40.045 \$ ↘	Regionen mit über-Ø BIP pro Kopf: Île-de-France
Anteil städtischer Bevölkerung: 80 %	Bevölkerungsdichte: 100,7 EW/Km ²	Regionen mit über-Ø Bevölkerungsdichte: Paris, Marseille, Lyon, Toulouse, Nizza
Verfügbares Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf: 31.137 \$	Arbeitslosenquote: 9,44 %	Human Development Index: 0,901
Veränderung Wechselkurs: Euroraum	Inflationsrate: 1,161 %	

Kennziffern – Nachfrage

Übernachtungen Deutschland absolut: 3.678.492 ↗	Übernachtungen Nordrhein-Westfalen absolut: 395.725 ↗
Ankünfte Deutschland absolut: 1.852.786	Ankünfte Nordrhein-Westfalen absolut: 233.874
Aufenthaltsdauer Deutschland: 2,0 Tage	Aufenthaltsdauer Nordrhein-Westfalen: 1,7 Tage
Marktprognose DZT 2030 (D): +33,4 %	

Abb. 5: Entwicklung der Nachfrage - Nordrhein-Westfalen

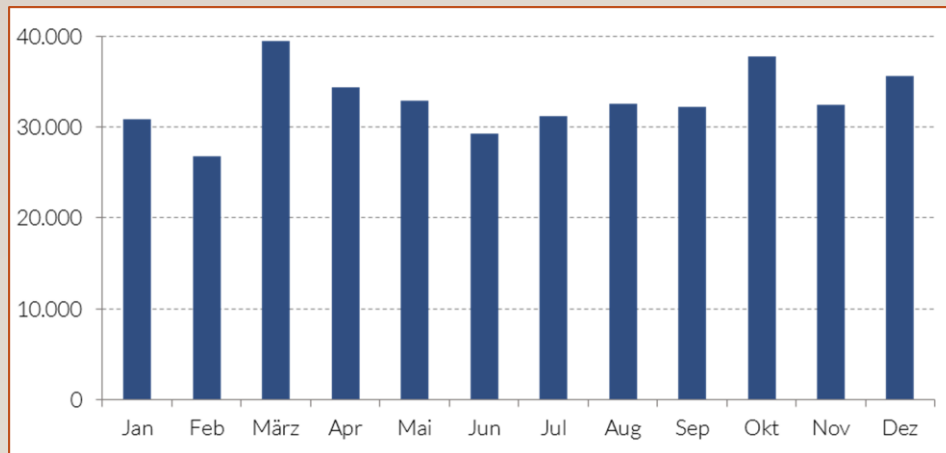
Index 2008=100



Quelle: dwif 2019, Daten: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen

Abb. 6: Saisonalität 2018

Übernachtungen nach Monaten



Quelle: dwif 2019, Daten: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen

Vermarktung/Vertrieb

Information / Buchung:

68 % Vorausbuchung im Internet, 30 % Direktbuchung
82 % Internetnutzung im Zusammenhang mit der Reise

Werbeausgaben für Tourismusmarketing:

k.A.

Top Herkunftsregionen:

28 % Großraum Paris, 21 % Westfrankreich, 20 % Nordostfrankreich, 10 % Südostfrankreich, 9 % Ostfrankreich 7 % Südwestfrankreich, 4 % Nordfrankreich, 1% Zentralfrankreich

Marktzugang:

Bei ATOUT FRANCE, der nationalen Tourismusorganisation, werden 4.000 Reiseveranstalter und Reisebüros erfasst. Diese Zahl ist seit wenigen Jahren stabil. Es gab Zeiten, in denen die Reisebüros ab- und dafür die Online-Reiseveranstalter zunahm. Momentan beobachtet man eine Stabilisierung.

Online-Affinität:

ICT: 8,24

Mobilfunkteilnehmer pro 100 EW: 103,5

Internetnutzung im Verhältnis zur Bevölkerung: 85,6 %

Mobile Webtraffic: 34 %

Social Media Penetration: 58 %

Gästestruktur und Anreise

Soziodemographie:

Alter: 42,5

Geschlecht: 62 % Männer, 38 % Frauen

Bildung: 0% Hauptschule, 23 % Mittlere Reife, 43 % Abitur, 34 % (Fach-)Hochschule, 0 % ohne Abschluss

Begleitung: nach Deutschland 24 % mit Kindern unter 15 Jahre

Verkehrsmittelwahl:

41 % PKW, 38 % Flugzeug, 17 % Bahn, 4 % Bus

Reiseverhalten und Urlaubserlebnis

Auslandsreiseintensität:

37,6 Mio. Auslandsreisen mit mindestens einer Übernachtung

Auslandsreiseintensität von 68,8 % ab 15 Jahren

Ausgabeverhalten:

pro Urlaubsreise nach Deutschland 629 € bzw. 131 € pro Tag

Reiseziele:

nach Marktanteil: 26 % Spanien, 10 % Großbritannien, 7 % Deutschland, 7 % Italien, 5 % Portugal

Top-Bundesländer Deutschlands: 25,4% Baden-Württemberg, 18,6 % Berlin, 17,7 % Bayern, 11,7 % NRW, 7,7 % Hessen

Motive:

Sehenswürdigkeiten, Kunst- und Kulturangebot, Party/Nachtleben, Musicals, Einkaufsmöglichkeiten

Reisezweck:

60% Urlaubsreisen, 15 % Verwandten-/Bekanntebesuche und sonstige Reisen, 26 % Geschäftsreisen

Bedeutung Städtereisen nach Deutschland: 24 % entfallen auf „Magic Cities“.

Aktivitäten:

Ins Restaurant/ Café gehen, Sehenswürdigkeiten besuchen, Flanieren/Bummeln, Diskotheken/Bars/Nachtleben, Shopping, Typische Speisen/ Getränke genießen

Besonderheiten des Marktes

- Sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis geschätzt.
- Sehr kulturaffin; Museum- oder Ausstellungsbesuche sind wichtig
- Aktivurlaub in der Nachbarregion sehr beliebt
- Immer mehr Gäste aus grenznahen Regionen gehen in Deutschland essen (Sternrestaurants beliebt).
- Gehen im Urlaub gerne shoppen. Outlet- und Shopping-Center als auch Stadtzentren profitieren davon.
- Schätzen höfliche Konversationen. Auch nur wenige französische Worte schaffen Sympathiewerte.
- Tipps für Urlaubsaktivitäten werden gerne angenommen.
- Die im Angebot inkludierten Leistungen beschreiben, da Vorteile oft nicht bewusst sind.
- Gratis-WLAN, Online-Apps für Mobiles & Tablets.
- Kreditkarte ist das Hauptzahlungsmittel.
- Abendessen selten vor 20 Uhr, meist mit einem Aperitif und mind. drei Gängen. Brot und „une carafe d'eau“ nicht extra verrechnen.