

2.6 Japan



Sozioökonomie Quellmarkt

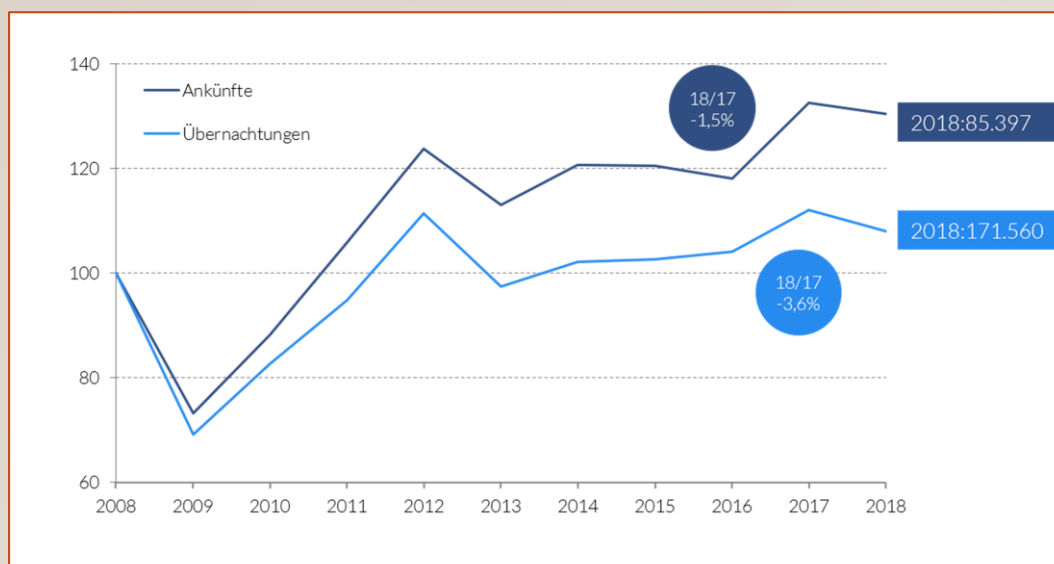
Einwohnerzahl: 126,7 Mio. ↘	BIP pro Kopf: 38.449\$ ↘	Regionen mit über-Ø BIP pro Kopf: Tokyo, Osaka, Aichi
Anteil städtischer Bevölkerung: 68,0 %	Bevölkerungsdichte: 335,4EW/Km ²	Regionen mit über-Ø Bevölkerungsdichte: Südöstlich (Tokyo, Yokohama-shi, Osaka-shi, Nagoya-shi)
Verfügbares Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf: 28.641 \$	Arbeitslosenquote 2,88 %	Human Development Index: 0,909
Veränderung Wechselkurs: 1,1 %	Inflationsrate: 0,47 %	

Kennziffern – Nachfrage

Übernachtungen Deutschland absolut: 1.192.119 ↗	Übernachtungen Nordrhein-Westfalen absolut: 171.560 ↗
Ankünfte Deutschland absolut: 613.248	Ankünfte Nordrhein-Westfalen absolut: 85.397
Aufenthaltsdauer Deutschland: 1,9 Tage	Aufenthaltsdauer Nordrhein-Westfalen: 2,0 Tage
Marktprognose DZT 2030 (D): +40,2 %	

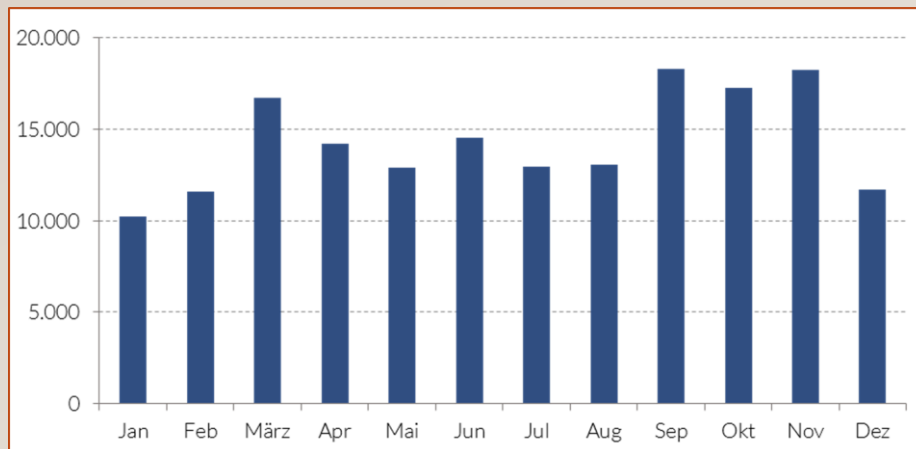
Abb. 11: Entwicklung der Nachfrage – Nordrhein-Westfalen

Index 2008=100



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

Abb. 12: Saisonalität 2018
Übernachtungen nach Monaten



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

Vermarktung/Vertrieb

Information / Buchung:

83 % Vorausbuchung im Internet, 33 % Buchung über Reisebüros, 24 % Direktbuchung.
83 % Internetnutzung im Zusammenhang mit der Reise

Werbeausgaben für Tourismusmarketing:

Sehr hohe Ausgaben für Tourismusmarketing, v.a. für Printwerbung.
Rückgang der Werbeausgaben in Zeitungen

Top Herkunftsregionen:

k.A.

Marktzugang:

Die 5 größten Tour Operators Japans sind: JTB-Gruppe, HIS, Hankyu, Kinki Nippon Tourist und Nippon Travel Agency

Online-Affinität:

ICT: 8,43
Mobilfunkteilnehmer pro 100 EW: 131,8
Internetnutzung im Verhältnis zur Bevölkerung: 93,2 %
Mobile Webtraffic: 27 %
Social Media Penetration: 56 %

Gästeprofil und Anreise

Soziodemographie:

Alter: 45
Geschlecht: 58 % Männer, 42 % Frauen
Bildung: k.A.
Begleitung: k.A.

Verkehrsmittelwahl:

k.A.

Reiseverhalten und Urlaubserlebnis

Auslandsreiseintensität:

20,6 Mio. Auslandsreisen mit mindestens einer Übernachtung
Auslandsreiseintensität von 18,7 % ab 15 Jahren

Ausgabeverhalten:

pro Urlaubsreise nach Deutschland
2.603 € bzw. 434 € pro Nacht

Reiseziele:

Top Reiseziele Europas: Italien, Frankreich, Deutschland
(12 % Marktanteil an Europareisen)

Top Bundesländer Deutschlands: 28 % Bayern, 20,2 % Hessen, 15,5 % NRW, 10,3 % Baden-Württemberg, 10,1 % Berlin,

Berlin bei deutschen Städten auf Platz 3 nach München und Frankfurt

Motive:

k. A.

Reisezweck:

71 % Urlaubsreisen, 3 % Verwandten- / Bekanntenbesuche und sonstige Reisen, 27 % Geschäftsreisen

Bedeutung Städtereisen nach Deutschland:
53 % entfallen auf „Magic Cities“.

Aktivitäten:

k. A.

Besonderheiten des Marktes

- Werbemittel sollten in japanisch vorgelegt werden.
- Mit dem Wort „Hai“ antworten Japaner sehr oft auf Fragen. Auf Deutsch bedeutet es „Ja“, im japanischen Sinne meint dies aber nicht unbedingt Zustimmung. „Hai“ kann auch lediglich heißen, dass ein Sachverhalt schlicht zur Kenntnis genommen wurde, also etwa „Ich habe verstanden/gehört, was Sie gesagt haben“. Im Übrigen hat „Yes“ für Japaner die gleiche Bedeutung wie „Hai“.
- Hausschuhe sowie Teekoher im Hotelzimmer werden gerne in Anspruch genommen.
- In der Regel sind Japanern die Portionen zu groß. Besser viele kleine unterschiedliche Gerichte anbieten.
- Trinkgeld ist in Japan unüblich. Auf diesen Unterschied in Deutschland hinweisen.
- Japaner sollten von anderen Asiaten unterschieden werden.
- Die Ziffer Vier vermeiden, da sie mit dem Tod in Verbindung gebracht wird.