



© Pixabay

Sozioökonomie³

Einwohnerzahl: 345,4 Mio.
Fläche: 9.883.517 km²
Hauptstadt: Washington (5,5 Mio. Einwohner)
Durchschnittsalter: 38,0 Jahre

Wirtschaft: BIP pro Kopf: 86.601 US-Dollar
Arbeitslosenquote: 4,1%
Inflationsrate: 3,0%

Übernachtungsstatistik Deutschland 2024¹

Übernachtungen absolut: 7.241.963 (+10,7%)
Ankünfte absolut: 3.226.355 (+12,5%)
Aufenthaltsdauer: 2,2 Tage

Top 3 Regionen Niedersachsen (nach ÜN)

1. Hannover-Hildesheim 43.092 (-11,4%)
2. Braunschweiger Land 14.517 (-9,2%)
3. GEO* 10.796 (+2,0%)

Übernachtungsstatistik Niedersachsen 2024²

Übernachtungen absolut: 108.195 (-7,5%)
Ankünfte absolut: 51.189 (-9,0%)
Aufenthaltsdauer: 2,1 Tage

Top 3 Städte Niedersachsen (nach ÜN):

1. Hannover 32.238 (+4,4%)
2. Braunschweig 6.992 (-13,6%)
3. Göttingen 6.964 (-4,6%)

Reiseverhalten & Urlaubserlebnis³

Auslandsreiseintensität: 49,9% = 0,4 Reisen pro Person

Top europäische Auslandsreiseziele:

1. Großbritannien
2. Frankreich
3. Deutschland

Top 4 Bundesländer:

1. Bayern (34%)
2. Berlin (18%)
3. Hessen (14%)
4. Baden-Württemberg (10%)

Reisezweck der Deutschlandreisen (3,2 Mio. Ankünfte):

48% Urlaubsreisen / 22% VFR + sonstige Reisen / 30% Geschäftsreisen

Urlaubsart bei Reisen nach Deutschland:

36% Städte- und Eventreisen / 33% Rundreisen / 11% Urlaub in Feriengebieten

Buchungsverhalten:

98% Vorausbuchung / 86% via Internet

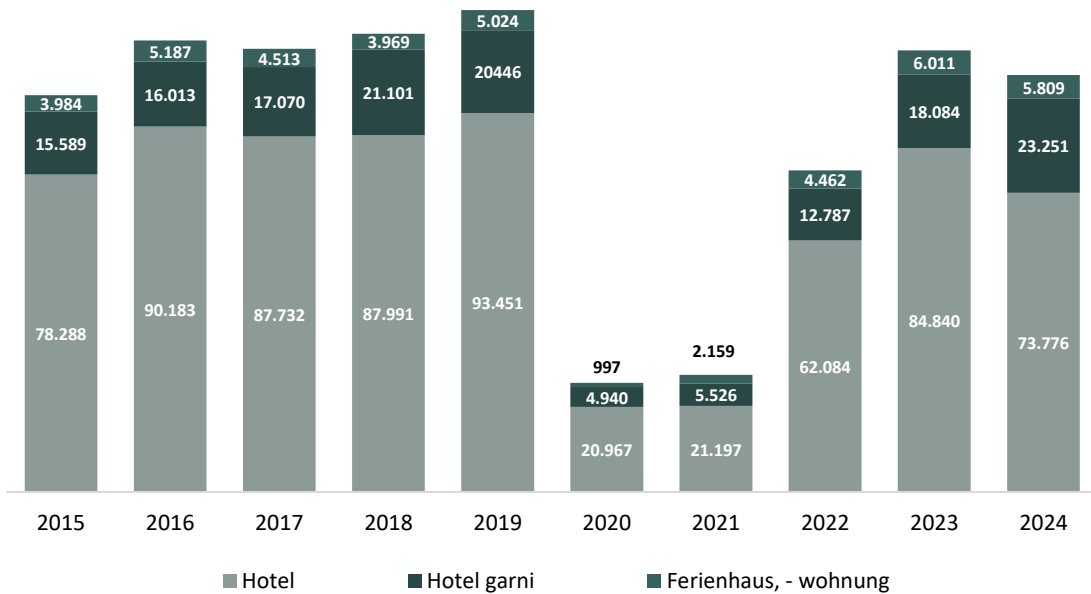
Anreise:

100% Flug

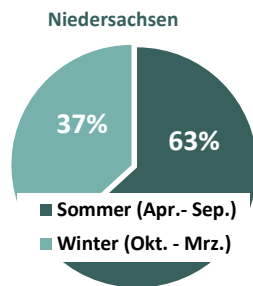
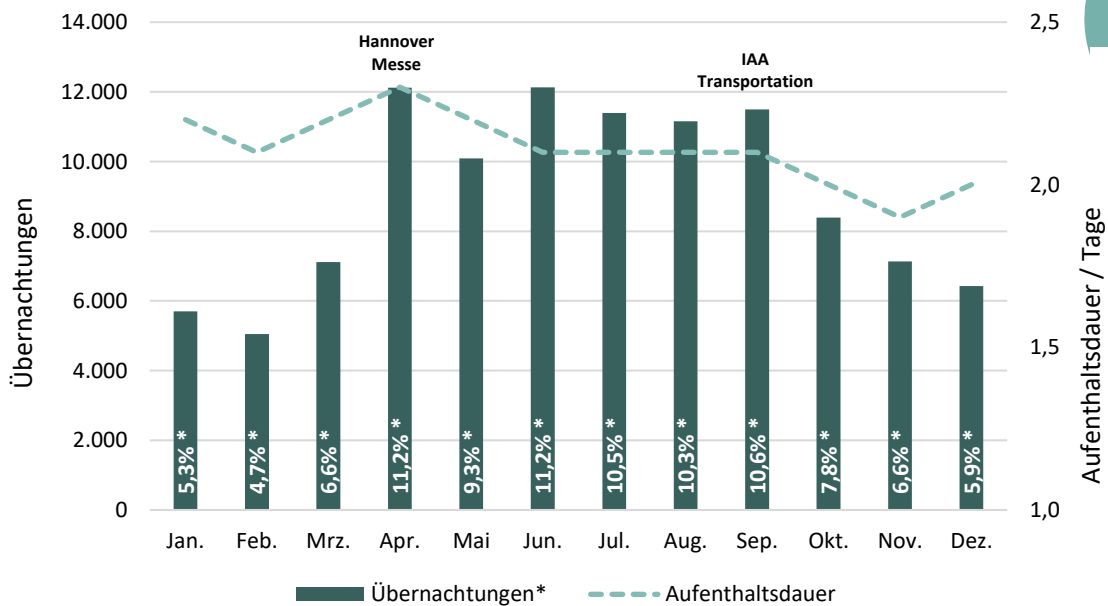
Umsatzvolumen Deutschlandreisen:

10,4 Mrd. Euro

Übernachtungen nach Betriebsart

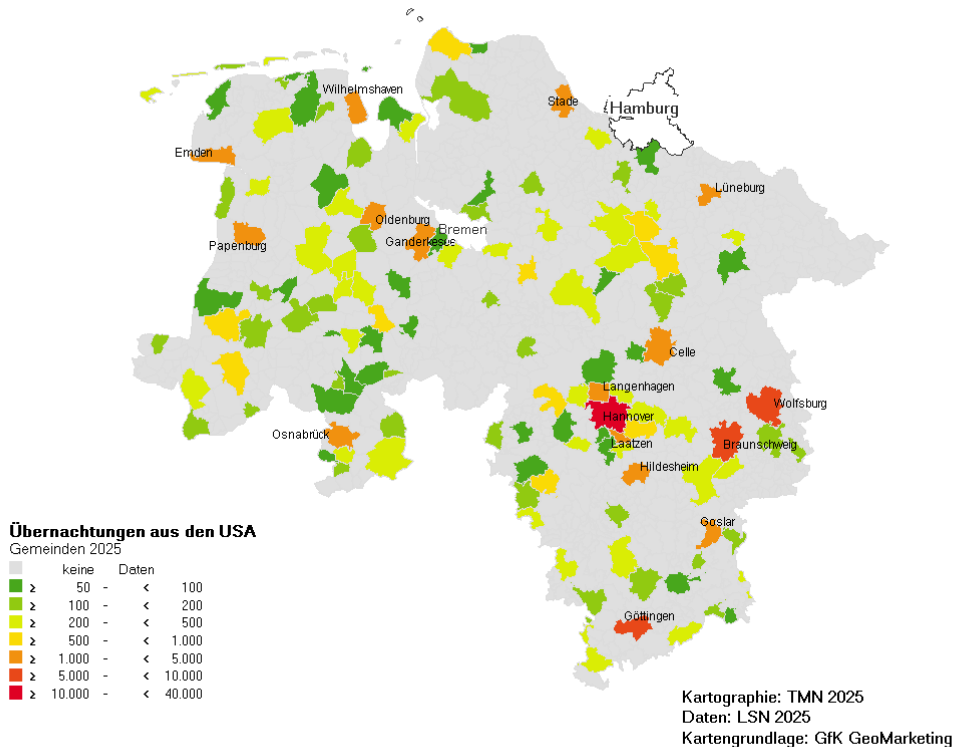


Übernachtungen und Aufenthaltsdauer im Jahresverlauf 2024



*mit Übernachtungsanteil je Monat in Prozent aus USA

Übernachtungsziele 2024



Reisemotive

- ✓ Der Wunsch das „typisch deutsche“ kennenzulernen ist sehr präsent – allerdings ist das Klischee von Trachten und Lederhosen sowie Sauerkraut und Bratwurst noch allgegenwärtig.
- ✓ Hohe Begeisterung für erlebbare sowie authentische kulturelle und kulinarische Angebote:
 - ✓ Mischung aus historischen Sehenswürdigkeiten, Parks/ Natur, Szenevierteln, Gastronomie und Shopping (v.a. auch lokale Märkte bzw. regionale Marken)
 - ✓ Brauchtum und Traditionen (Handwerk, Brotkultur, Weihnachtsmärkte)
 - ✓ Romantik
 - ✓ Lokale Erlebnisse

Kulturelle Unterschiede

- ✓ Vorurteil: US-Amerikaner sind oberflächlich, Deutsche gelten dagegen als unfreundlich:
 - ✓ Diese Wahrnehmung wird durch unterschiedliche Verhaltens- und Kulturstandards gefördert (vgl. „Kokosnuss-Pfirsich-Theorie“).
 - Deutsche haben harte Schale, die erst geknackt werden muss, danach werden sie zu engen und loyalen Freunden.
 - US-Amerikaner (Pfirsiche) sind weich an der Oberfläche, lächeln Fremde an, sind kontaktfreudig. Doch der innere (private) Kern wird stark geschützt.
- ✓ Eher konservative Grundeinstellung. Themenfelder wie Religion und Politik sind Privatsache und sollten bei Erstkontakt vermieden werden.

Besonderheiten der Gäste aus den USA

- ✓ US-Amerikaner haben wenige Urlaubstage. Sie möchten in der kurzen Zeit viel erleben.
→ Tendenz zu „Workation“, vor allem bei jüngerer Generation.
→ Tendenz zu „Blended Travel“, der Verbindung von Geschäftsreise und Urlaub.
- ✓ Die USA sind eine Autofahrernation. Es wird dort wenig zu Fuß unternommen, die Straßen in Europa sind im Vergleich enger und kurvenreicher, viele Mietwagen haben zudem Schaltgetriebe.
→ Deshalb sind geführte Touren oder detaillierte Angaben zum ÖPNV sehr willkommen.
- ✓ Eine schnelle Reaktion bzw. Lösungsansätze bei Anfragen/Problemen wird erwartet.
- ✓ Schnelle Begeigerungsfähigkeit → kleine Gesten und Tipps können in der Kommunikation besonders wichtig sein. Small Talk von großer Bedeutung.
- ✓ Nur wenige US-Amerikaner beherrschen neben Englisch eine weitere Fremdsprache. Informationen in englischer Sprache (u.a. Websites, Speisekarten) sind essenziell und sorgen für eine erhöhte Kundenzufriedenheit.
- ✓ Neben der klassischen Kreditkartenzahlung gehört bei der jüngeren Bevölkerung Mobile Payment zum Standard. Diese Zahlungsart wird auch in anderen Ländern erwartet.

Weiterführende Marktinformationen

- ✓ DZT Webinar-Reihe „Market Insights“ – Aufzeichnungen abrufbar unter: www.germany.travel/de/trade/marktbearbeitung/market-insight-videos/
- ✓ Podcast der DZT: On the MIC with Petra Hedorfer
Interessante Expertengespräche, abrufbar über Spotify oder onthemic.podigee.io/
- ✓ Informationen zur Social-Media-Nutzung: datareportal.com/reports/digital-2024-united-states-of-america
- ✓ Kokosnuss-Pfirsich-Theorie
impactgrouphr.com/individualpost/peach-vs-coconut-cross-cultural-communication-is-difficult/
x-culture.org/peach-vs-coconut-cultures/