



Ausgewählte sozioökonomische Daten

- ✓ Einwohnerzahl: 68,2 Mio.
- ✓ Fläche: 243.610 km²
- ✓ Hauptstadt: London (9,4 Mio. Einwohner)
- ✓ Durchschnittsalter: 40,6 Jahre
- ✓ Wirtschaft: BIP pro Kopf: 46.200 US-Dollar
- ✓ Arbeitslosenquote: 5,0%
- ✓ Inflationsrate: 2,2%

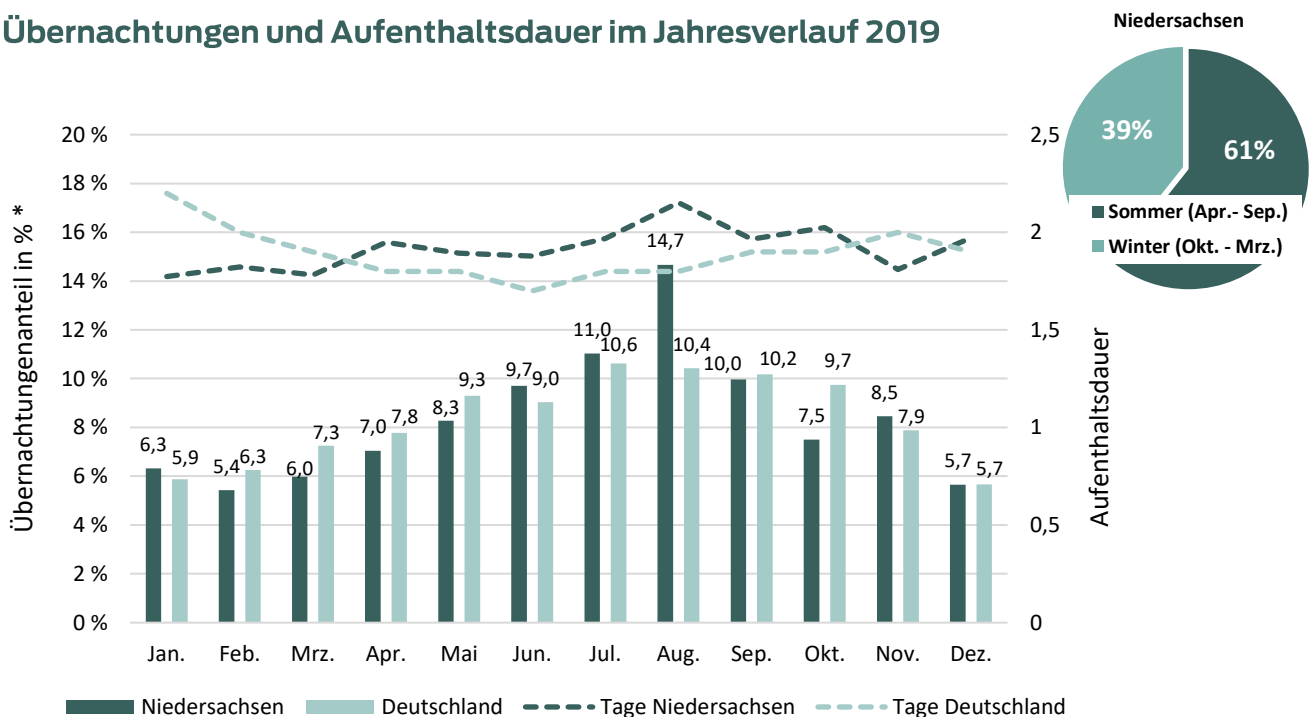


Reiseverhalten

- ✓ Großbritannien ist für das deutsche Incoming-Geschäft der viertwichtigste Quellmarkt hinter den Niederlanden, Schweiz und den USA (Stand 2019).
- ✓ 2019 wurden insgesamt 5,6 Mio. Übernachtungen (ÜN) getätigt. Davon entfielen 2,94% (165.126 ÜN) auf das Reiseland Niedersachsen, was im Bundesländervergleich dem 8. Rang entspricht.
- ✓ Für britische Gäste waren 2019 Spanien, Frankreich und Italien die beliebtesten Auslandsreiseziele. Deutschland landet auf Platz 7 (2021 auf Platz 8).

Informationen u.a. zu Reisezweck und Buchungsverhalten britischer Gäste: [DZT Marktinformationen](#)

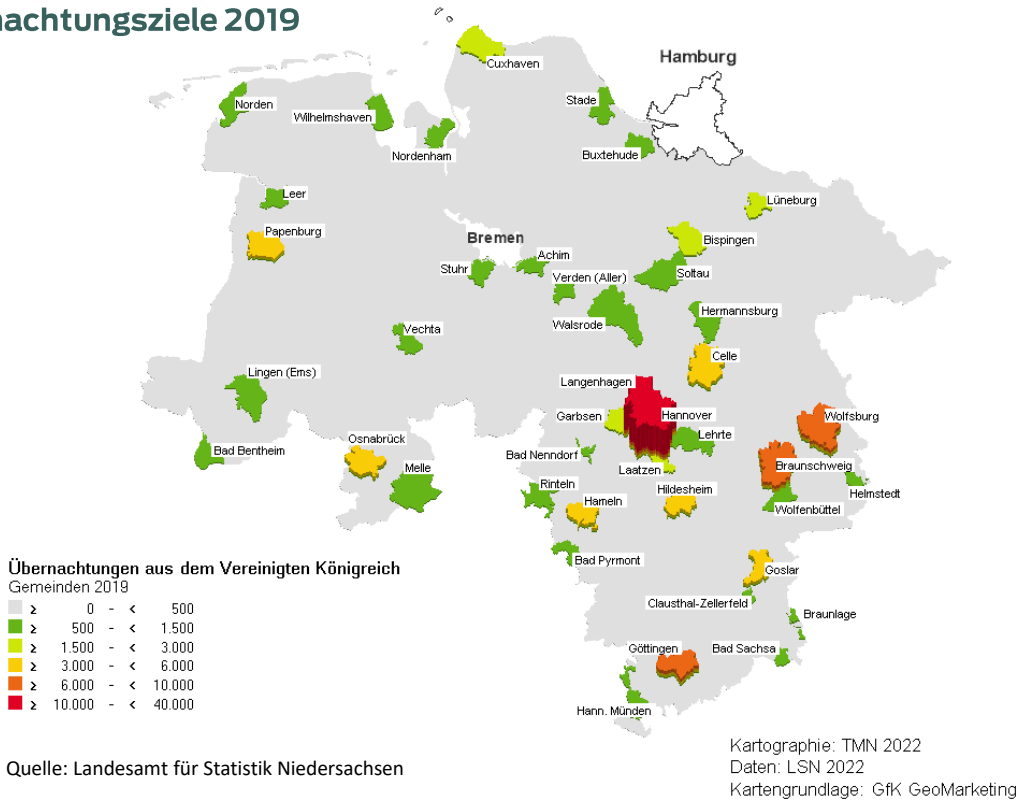
Übernachtungen und Aufenthaltsdauer im Jahresverlauf 2019



*gemessen an der Gesamtzahl der Auslandsübernachtungen

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen / Destatis

Übernachtungsziele 2019



Reisemotive

- ✓ Hohes Interesse an Städtereisen und historischen Sehenswürdigkeiten wie Schlösser und Burgen sowie Parks und Gärten.
- ✓ Deutsche Traditionen und Bräuche (z.B. Weihnachtsmärkte) sind beliebte Themen. Authentische Erlebnisse werden verstärkt nachgefragt.
- ✓ Angebote mit einer Verbindung zum britischen Königshaus besitzen hohes Potenzial.
- ✓ „Erinnerungsbesuche“ zu früheren Arbeitsstätten (z.B. ehemalige Kasernenstandorte von Army-Mitarbeitenden)

Kulturelle Unterschiede: Die feine englische Art – was verbirgt sich dahinter?

- ✓ Höflichkeit, Disziplin, Respekt und Geduld sind essenzielle Eigenschaften im zwischenmenschlichen Umgang.
 - ✓ Häufiges Entschuldigen.
 - ✓ Vorsichtiges um einen Gefallen bitten („May I have...“).
 - ✓ Sich vordrängeln ist ein No-Go.
 - ✓ Neigung zum Untertreiben, um niemanden zu beleidigen.
- ✓ Die britische Art ist nicht immer leicht zu deuten für uns Deutsche, die die direkte Ansprache gewöhnt sind. Geschick und genaues Hinhören bzw. zwischen den Zeilen lesen ist notwendig, um britische Gäste zufrieden zu stellen.

Besonderheiten der Gäste aus Großbritannien

- ✓ Briten sind stolz auf die eigene Herkunft, insbesondere die regionale Identität ist wichtig. Einen Schotten beispielsweise als Engländer zu bezeichnen, gilt als beleidigend.
- ✓ Sie lieben schwarzen, trockenen Humor und lachen auch gern über sich selbst.
- ✓ Briten trinken zu fast jeder Gelegenheit Tee. Mit Wasserkocher und einer Auswahl an Schwarztees kann man ihnen eine Freude machen.
- ✓ Ein Full English Breakfast inkl. Marmite Brotaufstrich wird sehr geschätzt. Mittags reicht ein Sandwich, Hauptmahlzeit (warm) ist das Abendessen.
- ✓ Viele Briten sprechen neben Englisch keine weitere Fremdsprache. Englischsprachige Informationen (u.a. Websites, Speisekarten) sind daher von großer Bedeutung, um britische Gäste zufrieden zu stellen.
- ✓ Nachhaltigkeit ist wichtig. Eine zu starke Kommunikation kann allerdings das Gegenteil bewirken.
 - ✓ Thema unterschwellig integrieren.
 - ✓ Mehrwert für den Kunden sichtbar und fühlbar machen.
 - ✓ Ökolabels und Zertifizierungen erhöhen die Glaubwürdigkeit, weitere Details sind jedoch für Briten uninteressant.
- ✓ Britische Gäste sind hauptsächlich digital unterwegs
 - ✓ Online-Sichtbarkeit und leichte Buchbarkeit sind essenziell.
 - ✓ Videocontent spielt vermehrt eine Rolle und erhöht die Buchungschance.
 - ✓ Kreditkartenakzeptanz wird vorausgesetzt.

Weiterführende Informationen

- ✓ DZT Webinar-Reihe „Market Insights“ – Aufzeichnung abrufbar unter: <https://www.germany.travel/de/trade/marktbearbeitung/market-insight-videos/>
- ✓ Podcast der DZT: On the MIC with Petra Hedorfer
Interessante Expertengespräche, abrufbar über Spotify oder <https://onthemic.podigee.io/>
- ✓ Informationen zur Social-Media-Nutzung:
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-united-kingdom>