

FRANZÖSISCHE GÄSTE

KULTURINTERESSIERTE FEINSCHMECKER

Mehr als ein Viertel der Übernachtung französischer Gäste in Deutschland entfallen auf Baden-Württemberg.

Auch wenn ein Großteil der Franzosen im eigenen Land verreist, liegt Deutschland auf Platz fünf der beliebtesten Auslandsreiseziele der Franzosen.¹⁴ 2018 wurden in Deutschland knapp 3,68 Übernachtungen französischer Gäste verzeichnet, in Baden-Württemberg waren es 938.749. Nach der Schweiz und den Niederlanden ist Frankreich, insbesondere die Grenzregion Elsaß und Paris, der dritt wichtigste Auslandsquellmarkt für Baden-Württemberg.

KULTUR, STÄDTE & SHOPPING

Franzosen sind sehr kulturinteressiert. Auch im Rahmen von Familienurlaube ist Kultur ein wichtiges Thema und wird den Kindern schon früh nahegebracht. Besichtigungen in Städten werden aber auch gerne mit Shopping verbunden. Das gute Preis-Leistungsverhältnis und die gute Qualität deutscher Produkte machen deutsche Stadt- und Einkaufszentren besonders interessant für französische Gäste. Außerdem gelten deutsche Destinationen als relativ sicher - nach den Anschlägen in Paris und Nizza ein wichtiges Argument für die Reiseentscheidung.

SAVOIR VIVRE IM GENIESSERLAND

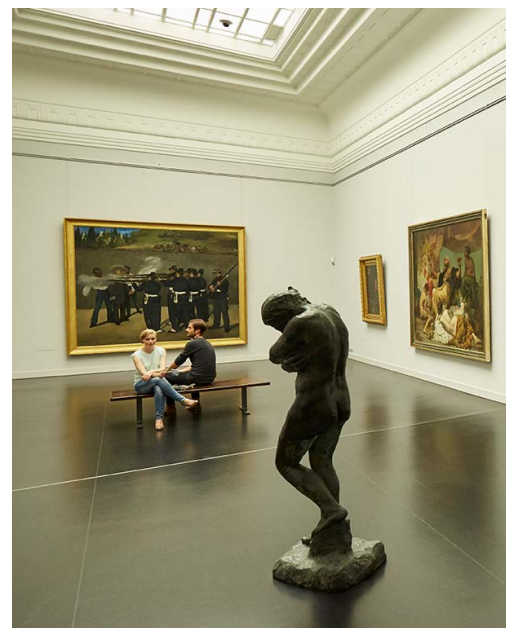
„Die Kunst, das Leben zu genießen“ perfektioniert keine andere Nation so sehr wie Frankreich. Franzosen gelten als Lebenskünstler und Genussmenschen. 2010 wurde die „Cuisine française“ sogar zum UNESCO Weltkulturerbe ernannt. Gutes Essen ist auch im Urlaub unverzichtbar – und dafür nimmt sich der Franzose gerne Zeit. Anstatt einer Hauptspeise werden lieber drei aufeinanderfolgende Gänge (auch mittags) bestellt. Mittlerweile schätzen Franzosen auch die deutsche Küche und sind besonders von dem sehr guten Preis-Leistungsverhältnis angetan, auch im Bereich der Sternegastronomie.

GENUSSVOLL UNTERWEGS IN DER NATUR

Wandern und Radfahren in den grenznahen Regionen nimmt immer mehr an Bedeutung zu. Für die erfolgreiche Vermarktung dieser Themen gilt allerdings: alleine funktioniert es nicht, die Kombination mit Kulinarik und Genuss ist essentiell. Wanderungen mit einem hochwertigen Picknick im Weinberg, Radtouren mit Abendessen beim Winzer oder Kochkurse mit regionalen Spezialitäten - stellen Sie als Leistungsträger die Besonderheit und das „Genusselement“ heraus!

„Die neun kreisfreien Städte (Sterne des Südens) können mit Events, Kultur, Shopping und Genuss punkten und besetzen damit Themen, die den Franzosen im Urlaub wichtig sind. Gerade im Bereich Genuss ist es sicher auch das gute Preis-Leistungsverhältnis, das Gäste lockt.“

Eleonora Steenken
Städtekreis „Sterne des Südens“, TMBW



AUF EINEN BLICK: DER FRANZÖSISCHE GAST

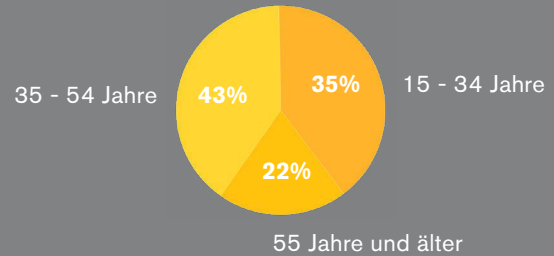
DURCHSCHNITTliche REISEAUSGABEN¹



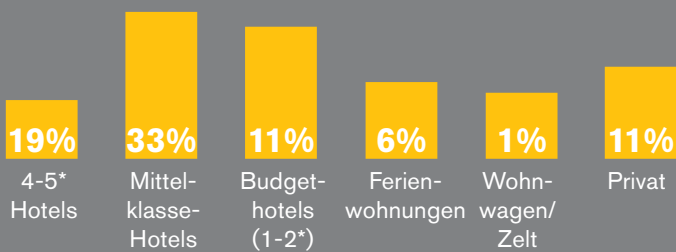
122 EUR

pro Tag

DURCHSCHNITTSALTER²



UNTERKUNFTSARTEN¹



TOP 5 ZIELGEBIETE IN BADEN-WÜRTTEMBERG³



1. Schwarzwald
2. Region Stuttgart
3. Nördliches Baden-Württemberg
4. Bodensee
5. Schwäbische Alb

BUCHUNGSARTEN⁴



68%

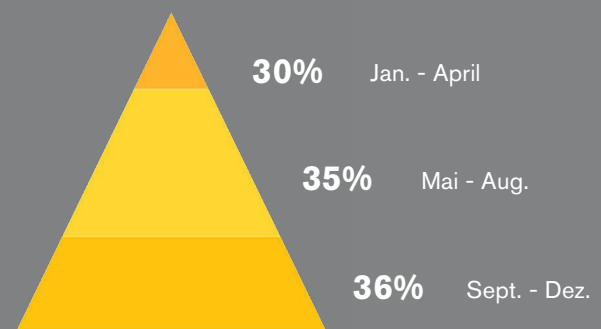
Online



30%

Direkt beim Leistungsträger (Unterkünfte)

BELIEBTE REISEZEITEN²



SOCIAL-MEDIA-NUTZUNG⁵



78%

YouTube



74%

Facebook



51%

Facebook Messenger

QUELLMARKTSPEZIFISCHE FEIERTAGE

- 8. Mai: Siegestag
- 14. Juli: Nationalfeiertag
- 11. November: Waffenstillstandstag 1918

GUT ZU WISSEN

Im Land von Asterix & Co. gelten Comics nicht nur als Lektüre für Kinder, sondern als Kulturgut. Selbst große Unternehmen werben damit, genauso wie der baden-württembergische Städtekreis „Sterne des Südens“

Themenparks sind beliebt. Der Europa-Park in Rust ist eines der beliebtesten Ziele französischer Gäste in Deutschland.

Die Franzosen haben hervorragende Weinbaugebiete und kennen sich dementsprechend gut mit Wein aus. Wenn deutscher Wein nicht mit dem französischen verglichen, sondern „anders“ dargestellt wird, sind die Franzosen meist von seiner Qualität überzeugt.

TIPPS FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT MIT DER FRANZÖSISCHEN REISEBRANCHE

Da Franzosen an sich sehr online-affin sind und Baden-Württemberg als Nahmarkt aus den grenznahen Regionen schnell und unkompliziert besucht werden kann, spielen Online-Buchungsportale für den Vertrieb die wichtigste Rolle. Die beliebtesten Seiten für die Reisebuchung sind Oui.sncf, TripAdvisor, Booking.com und Airbnb.¹⁵ Vor allem für Hotels ein wichtiger Grund, dort präsent zu sein. Aufgrund der guten Zuganbindung mit dem Schnellzug TGV kommen auch immer mehr Franzosen aus dem Großraum Paris. Die französische Bahn SNCF bzw. OUI.sncf, ihr offizieller Vertriebspartner für Europa, oder Alleo, ein Joint Venture der DB und SNCF, sind somit interessante Kooperations-

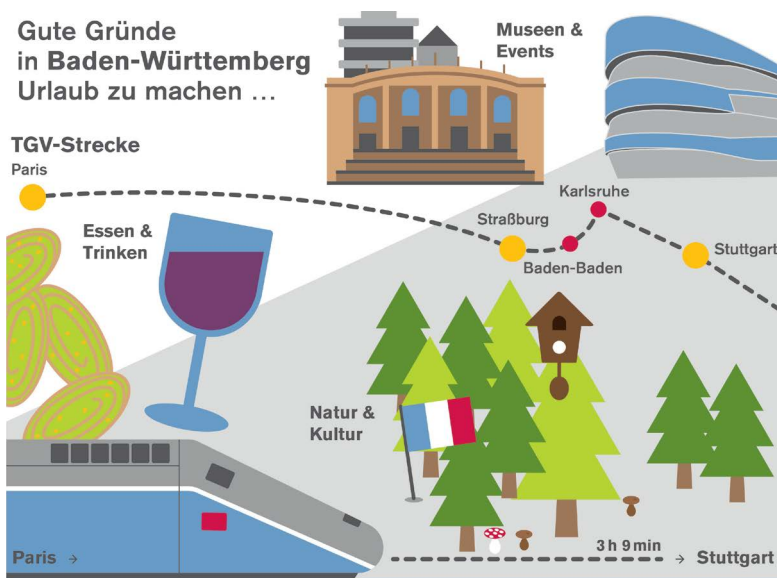
partner. Für den Tourismus ist die „deutsch-französische Freundschaft“ von enormer Bedeutung. Schul- und Sprachreisen für junge Franzosen nach Deutschland sind daher ein wichtiger Bestandteil der Ausbildung. Daneben existiert eine Vielzahl an grenzüberschreitenden Magazinen, Verbänden und Vereinen, die sich als Multiplikatoren für Ihre Vermarktung eignen. Außerdem eine Besonderheit im französischen Markt: den französischen Betriebsräten steht ein gewisser Anteil des Firmenumsatzes für Aktivitäten der Mitarbeiter zur Verfügung. Sie bezuschussen z. B. Ausflüge und Reisen und sind daher eine interessante Zielgruppe für den Vertrieb.

PARLEZ-VOUS FRANÇAIS? MIT SPRACHKOMPETENZ ZUM ERFOLG

Franzosen sind stolz auf ihre Kultur und Sprache. „Franglais“, was dem deutschen „Denglisch“ entspricht, und Anglizismen werden in Frankreich nicht gerne gesehen. Englische Wörter werden oft kompliziert ins Französische übersetzt. Auch wenn in der jüngeren Generation die Bereitschaft, sich auf Englisch zu unterhalten, zugenommen hat: Für eine erfolgreiche Zusammenarbeit ist es unabdingbar, dem Geschäftspartner in seiner Landessprache begegnen zu

können und wird von Ihrem Gegenüber vorausgesetzt. Die wichtigsten Informationen sollten auch auf der Website auf Französisch vorhanden sein. Bis ein vertrauensvolles Verhältnis aufgebaut ist, kann es mitunter etwas länger dauern. Begegnen Sie Ihrem Gegenüber mit der nötigen Geduld. Höflichkeit, Etikette und Stil sind dem Franzosen besonders wichtig; man duzt sich erst, wenn man sich wirklich gut kennt.

¹⁵ L'Echo touristique, L'avenir de OUICar passe par les gares et les agences en ligne, 2018



TOP 3 - URLAUBSAKTIVITÄTEN



Sightseeing/Kultur



Genuss (Essen und Trinken)



Erholung in schöner Landschaft