

AMERIKANISCHE GÄSTE

SERVICEBEGEISTERTE RUNDREISE-FANS

Die Unterschiede zwischen amerikanischem (AE) und britischem Englisch (BE) sind klein, aber fein: theater (AE) anstelle von theatre (BE) oder color vs. colour. Besonders für Newsletter- oder Presseausendungen empfiehlt sich ein Check durch einen Muttersprachler.

In Amerika kennt man das metrische System nicht. Bei Angaben von Entfernungen gilt also: 1 Meile = 1,6 Kilometer bzw. 1 Yard = 0,9 Meter. Und anstelle von Grad Celsius werden Temperaturangaben in Grad Fahrenheit angegeben. 0 Grad Celsius entsprechen 32 Grad Fahrenheit.

21 % der befragten Leistungsträger gaben die USA als einen Hauptquellmarkt an.

Nach wie vor behaupten sich die Vereinigten Staaten (USA) mit Abstand als wichtigster Überseemarkt für Deutschland. 2018 wurden in Deutschland knapp 6,69 Millionen Übernachtungen amerikanischer Gäste generiert, 751.208 entfielen dabei auf Baden-Württemberg.²⁰ Damit reiht sich die USA nach der Schweiz, den Niederlanden und Frankreich im Ranking der Auslandsquellmärkte auf Platz vier ein. Auch die Zukunftsprognose für den Deutschland-Tourismus stimmt positiv. Die DZT prognostiziert für 2030 ca. 6,8 Millionen Übernachtungen amerikanischer Gäste.²¹

„GOOD OLD GERMANY“

Vieles vom Bild des typisch amerikanischen Deutschlandtouristen wird nach wie vor bestätigt: 34 Prozent sind auf Rundreise, 13 Prozent auf einer Flusskreuzfahrt unterwegs. Ein Besuch der Burgen und Schlösser steht dabei genauso auf der To-Do-Liste wie eine Besichtigung der Altstädte mit ihren Fachwerkhäusern. Der Schwarzwald, die Kuckucksuhr und Heidelberg sind allseits bekannt und wichtige Leuchttürme, aber das Interesse an Themen abseits der ausgetretenen Pfade wächst. Gutes Essen, bei hochpreisigen Reisen auch die Sterneküche, Farm-to-table (vom Bauernhof auf den Tisch), regionale Spezialitäten und Wein werden ebenso geschätzt wie kulturelle Events; Themen, mit denen Baden-Württemberg absolut punkten kann. Nicht zuletzt kommen Amerikaner auch wegen den deutschen Automarken Mercedes und Porsche. Besichtigungen, Führungen und deutsche Autobahnen; Baden-Württemberg ist für viele Amerikaner DIE Automobilregion.

HERITAGE-TOURISMUS

Immer mehr US-Soldaten werden aus Deutschland abgezogen, aber die Verwurzelung mit Deutschland bleibt. Nicht nur Nachkommen aus der Besatzungszeit besuchen den Geburtsort, auch immer mehr „Heritage-Touristen“ möchten den Ursprung ihrer Abstammung kennenlernen, denn ungefähr jeder sechste Amerikaner kann seinen Stammbaum nach Deutschland zurückführen. Das bietet Raum für ein besonderes Alleinstellungsmerkmal und eine

emotionale Ansprache. Trotz allem ist der Anteil deutschsprachiger Amerikaner äußerst gering. Amerikaner schätzen sehr, dass in Deutschland oft sehr gut Englisch gesprochen wird. Für Ihre Marketingkommunikation bedeutet das: zur erfolgreichen Ansprache ist es unabdinglich, die wichtigsten Informationen in amerikanischem Englisch zur Verfügung zu stellen.

„Amerikanische Gäste interessieren sich für „altbekannte“ Orte wie Heidelberg und den Schwarzwald, für Schlösser und Gärten und natürlich darf alles rund um das Auto nicht fehlen. Die Themen Wein und Bier lassen sich am besten in Verbindung mit „light adventures“, z. B. kürzeren Rad- oder Wandertouren, vermarkten.“

Victoria Larson,
VKLarson Communications



²⁰ Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2019

²¹ DZT, Marktinformation USA 2018/2019

AUF EINEN BLICK: DER AMERIKANISCHE GAST

DURCHSCHNITTliche REISEAUSGABEN¹



239 EUR

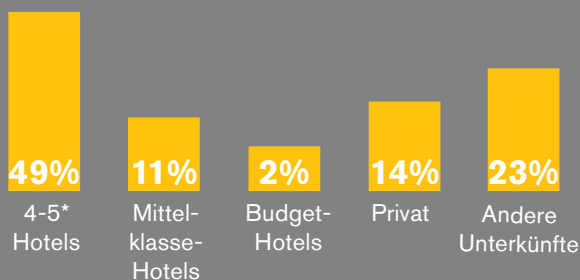
pro Tag

DURCHSCHNITTSALTER²



42 Jahre

UNTERKUNFTSARTEN²



TOP 5 ZIELGEBIETE IN BADEN-WÜRTTEMBERG³



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

BUCHUNGSARTEN⁴



81%

Online



43%

Reisebüro



44%

Direkt beim Leistungsträger (Unterkünfte)

BELIEBTE REISEZEIT²

Mai - August

SOCIAL-MEDIA-NUTZUNG⁵



82%

YouTube



80%

Facebook



57%

Facebook Messenger

QUELLMARKTSPEZIFISCHE FEIERTAGE

- 4. Juli: Unabhängigkeitstag
- 4. Donnerstag im November: Thanksgiving (Erntedank)
- Weitere Feiertage sind meist montags, um ein verlängertes Wochenende zu ermöglichen

GUT ZU WISSEN

Small-Talk ist wichtig und gehört zum guten Ton, vermeiden Sie allerdings kontroversere Themen aus Religion und Politik.

Viele Amerikaner sind eher konservativ und stoßen sich an Freizügigkeit, was sowohl bei der Bildauswahl für Medien, als auch bei der Beschilderung der Sauna zu beachten ist (Nacktbereich - „textile free area“).

Amerikanisches Service-Personal ist extrem gästeorientiert und wird üblicherweise mit dem Vornamen angesprochen. Namensschilder der Bedienung bauen Vertrauen auf.

Ausflugstipps dürfen auch mal weiter weg führen! Die amerikanischen Dimensionen sind ein bisschen größer und Amerikaner schätzen die hohe Dichte an Kultur in Europa.

TIPPS FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT MIT DER AMERIKANISCHEN REISEBRANCHE

Da Baden-Württemberg bzw. Deutschland meist im Rahmen einer Rundreise und oft in Kombination mit anderen europäischen Ländern besucht wird, ist die Reiseplanung komplex und erfolgt in der Regel zwei bis sechs Monate im Voraus. Meist entfallen auf Baden-Württemberg nur zwei bis drei Tage. Bieten Sie dementsprechend kürzere Touren an. Aufgrund der hohen Affinität zu sozialen Netzwerken sind Kanäle wie Facebook und Instagram wichtige Kommunikationsinstrumente für jeden Anbieter. Der Beurteilung durch andere Reisende in Reiseforen, auf Social Media-Kanälen sowie auf den Seiten der Online Travel Agencies (OTAs) wird viel Beachtung geschenkt. Nichtsdestotrotz werden Überseereisen mit mehr als 40 Prozent häufig auch noch im Reisebüro gebucht.²² Der

potenzielle Gast profitiert von der Erfahrung der Reisebüromitarbeiter, es spart Zeit und vermittelt ein gewisses Sicherheitsgefühl.

Die Zahl der amerikanischen Reiseveranstalter ist allein schon aufgrund der Landesgröße enorm. Einen Zugang zum Markt bietet für Sie als Leistungsträger die USTOA (United States Tour Operators Association). Als wichtigste Organisation amerikanischer Reiseveranstalter listet sie ihre Mitglieder auf www.ustoa.com und gibt einen Überblick über deren Deutschlandangebot. Auch Reisebüroverbänden wie Virtuoso, Signature, Travel Leaders und Ensemble wird eine hohe Bedeutung zugesprochen. Virtuoso gilt hier als eines der wichtigsten Netzwerke für Luxusreisen.

NETWORKING WIRD GROSSGESCHRIEBEN

Für eine erfolgreiche Geschäftsbeziehung gilt: Nirgendwo ist Networking so wichtig wie in den USA. Man kommuniziert recht offen und ungezwungen und nutzt in der Regel in der direkten Ansprache keine Titel. Das amerikanische „you“ ist aber nicht automatisch mit der Vertrautheit des deutschen „Du“ zu verwechseln. Die amerikanische Kultur wird zu den sogenannten „Pflirsich-Kulturen“ gezählt. Der anfängliche Zugang zu einer Person ist sehr einfach. Nachdem man die „weiche Schale“

aber überwunden hat, ist eine tiefer gehende Vertrautheit, der „harte Kern“, etwas schwerer zu knacken und benötigt mehr Zeit. Frei nach dem Grundsatz „Time is money“ schätzt Ihr Geschäftspartner es besonders, wenn Sie in Besprechungen direkt auf den Punkt kommen. Und im Laufe einer längeren Zusammenarbeit gilt: Regelmäßige Updates und direktes Feedback schaffen Vertrauen; langfristig profitieren davon beide Seiten.

²² AAA (American Automobile Association), More Americans – Including Millennials – Seeking the Expertise of Travel Agents



TOP 3 - URLAUBSAKTIVITÄTEN



Sightseeing in großen Städten



Historische Orte und Attraktionen besichtigen



Authentische Erlebnisse/ traditionelles Essen & Trinken