



Saksan

markkinakatsaus Kainuu 14.2.2017

VAU: valtava määrä dataa

lyhyt katsaus koko markkinaan

STATISTICAL TRENDS	3
Registered overnights	4
Number of visitors and length of stay	5
Tourism by season	6-7
Overnights by destination area	8
Destination areas by season	9-10
Other countries visited during the trip	11
Nights spent in the Nordic countries	12
VISITOR PROFILE	13
Area of residence in Germany	14
Purpose of the trip	15
Expenditure per trip to Finland	16
Activities and experiences in Finland	17
Types of accommodation	18
MARKET POTENTIAL	19
Volume of outbound travel	20
Money spent on travelling abroad and in Finland	21
MORE INFORMATION ABOUT GERMAN TOURISM MARKETS	22

A close-up photograph of a traditional wooden basket, likely made of birch bark, filled to the brim with fresh, dark blueberries. The basket is resting on a weathered wooden surface. The background is softly blurred, showing more of the wooden structure and some greenery, suggesting an outdoor setting. The lighting is natural and bright, highlighting the texture of the berries and the wood.

Saksalainen asiakas ei ole
määriteltävissä helposti



VisitFinland

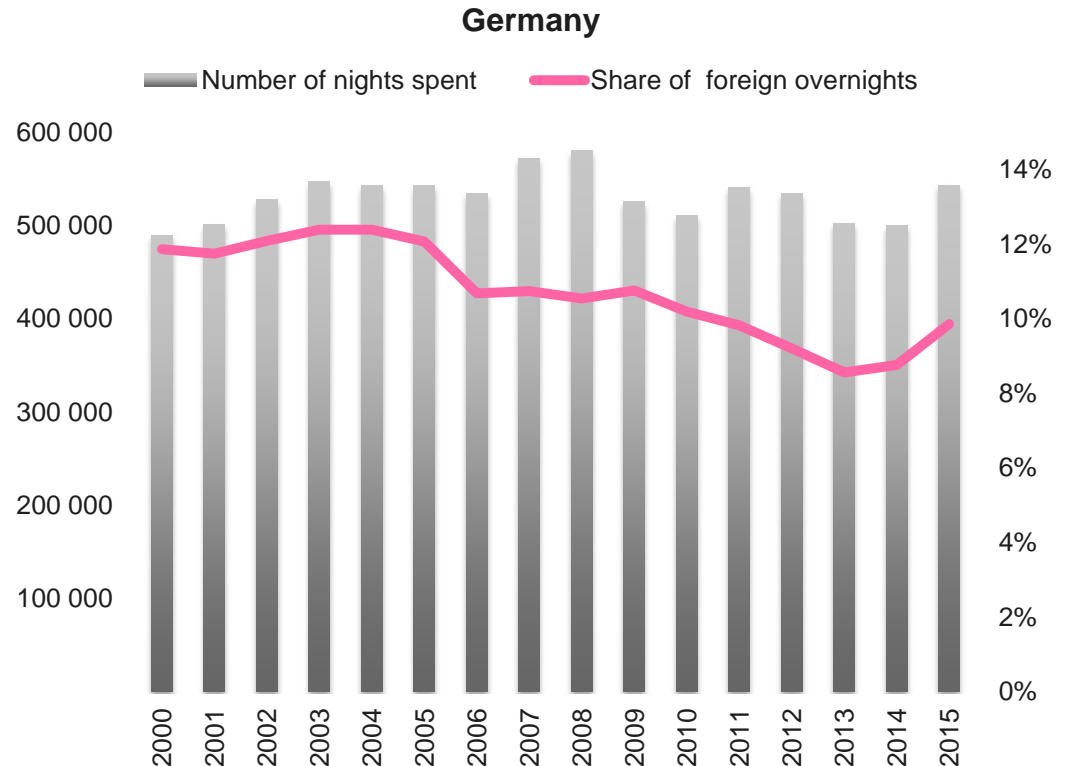
Saksa 3. tärkein lähdealue: kaikki alueet ja sesongit



543 300
 registered overnights* from
 Germany in 2015

10 % of all foreign overnights

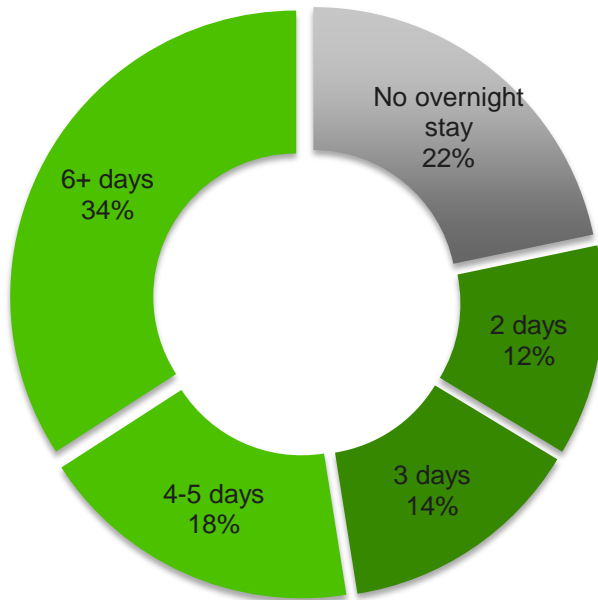
Average annual change of
 overnights
 +1 % per year (2000-2015)
 and **+9 %** in 2015



418.000 Saksalaista matkailijaa kävi Suomessa 2015



Length of stay



A third of German visitors stayed six or more nights in Finland

418 000

visitors altogether from Germany in 2015

5 % of all foreign visitors

372 000

of which were overnight and same-day visitors and 47 000 Helsinki Airport transit passengers

22 %

did not stay overnight in Finland:

11 % same-day visitors

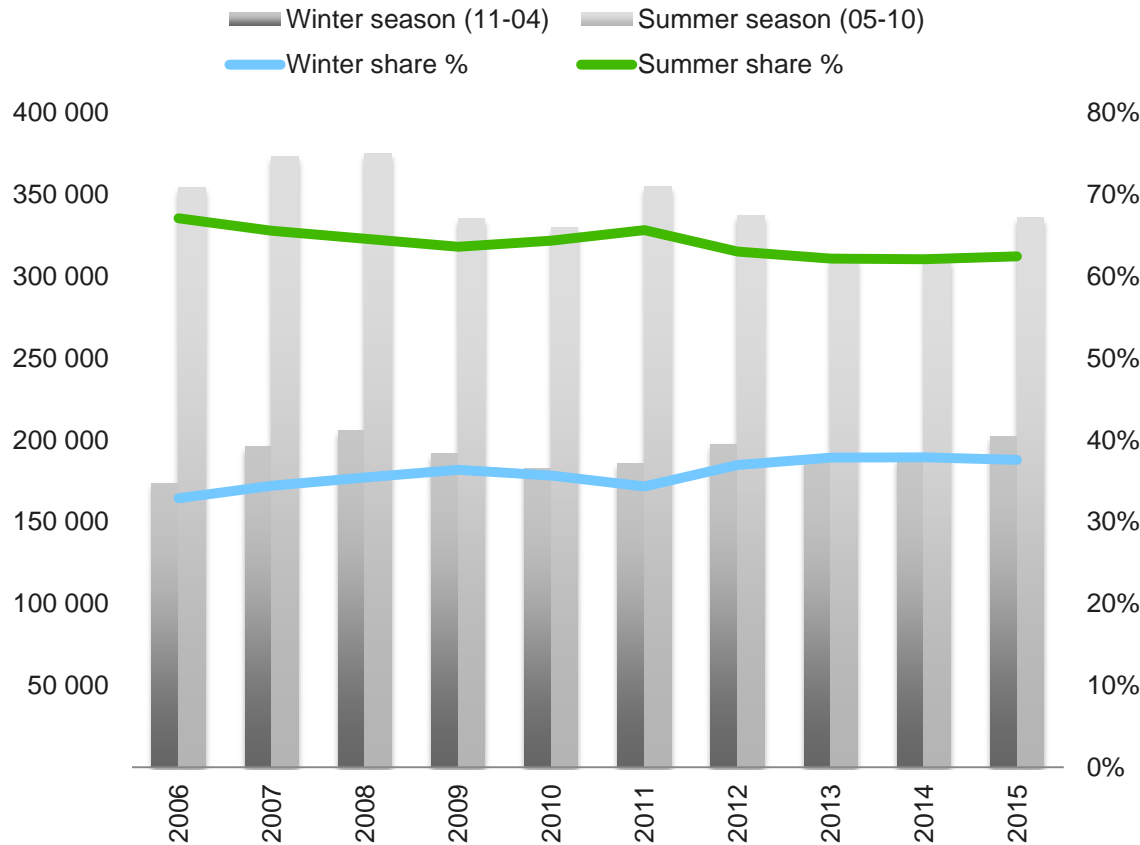
11 % transit passengers

46 % were first-time visitors

Average duration of trip was **7,0 nights**

Visit Finland

62 % yöpymisistä kesäkaudella



German overnights in 2015 in Finland, share:

Summer 62 %
336 100 overnights

Winter 38 %
202 200 overnights

A majority of overnights from Germany are registered in the summer season.

The number of overnights grew by 9 % in the summer and by 7 % in the winter season in 2015 compared to previous year.

Aluejakauma suuralueittain



Number of German overnights and share by destination area



135 500
25 %



89 200
16 %



116 200
21 %



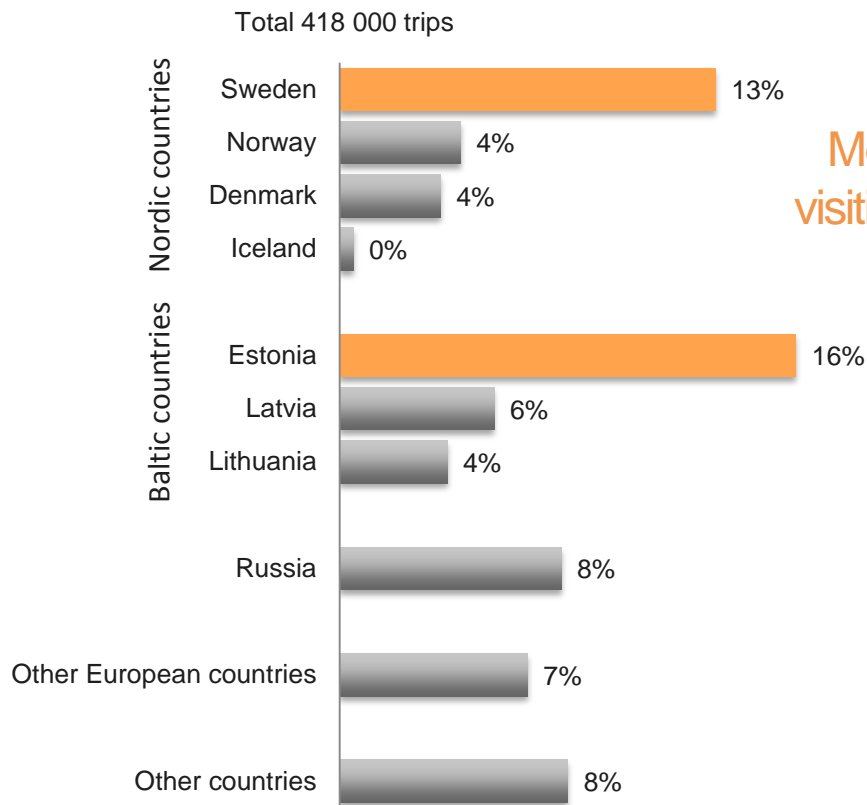
202 400
37 %

Visit Finland

46 % saksalaisista on kiertomatalla



46 % of German visitors who travelled to Finland, also visited another country during their trip

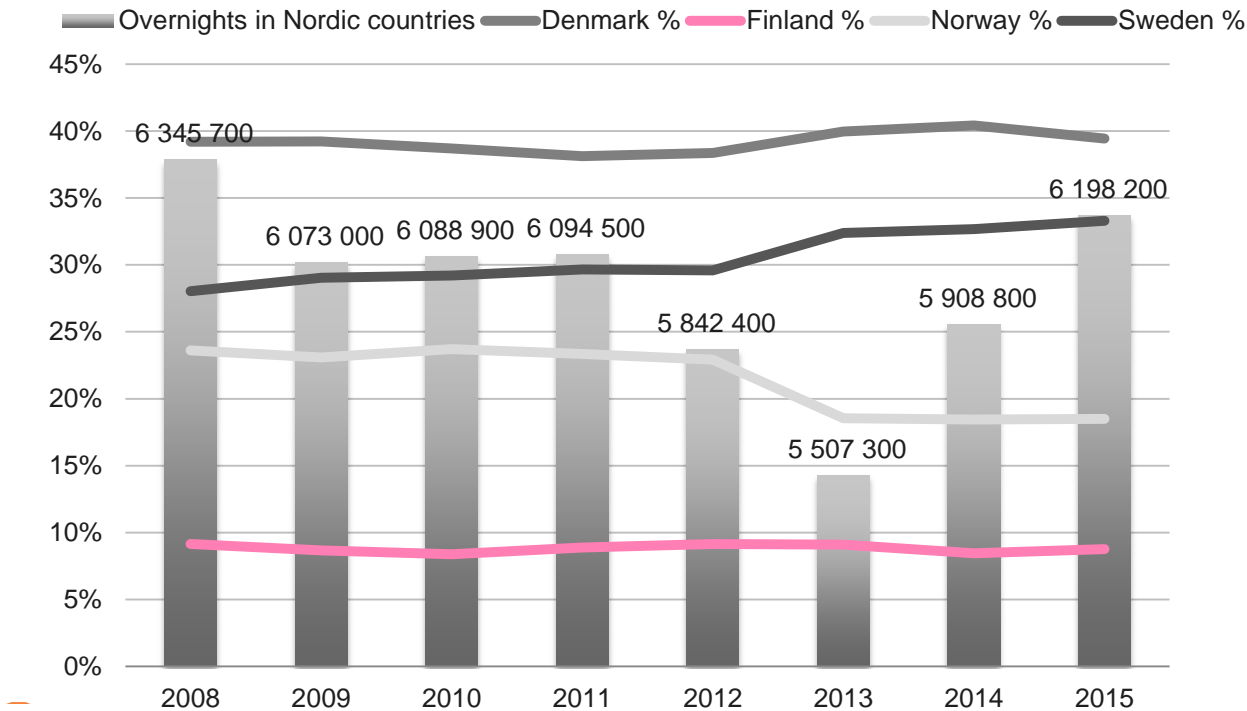


Most of the times Germans visiting Finland travelled also to Estonia or Sweden.

Pohjoismaat vahvassa kasvussa: tärkein lähdealue kaikille muille Pohjoismaille



With 6,2 million overnights, Germany is number one source market for the Nordic countries. The number of overnights has increased in the last couple of years after a drop in 2013. Finland's share has remained at the level of one tenth over the last eight years. In high winter season (December-April) 2015 Finland's share was 17 % and in the summer (June-August) 6 %.



Visit Finland

Likelihood to Visit: Rank (vs. key competitors)

Finland ranks number four destination to visit among its competitors.

-  #1
Sweden
-  #1
Norway
-  #3
Iceland
-  #4
Finland
-  #5
Estonia

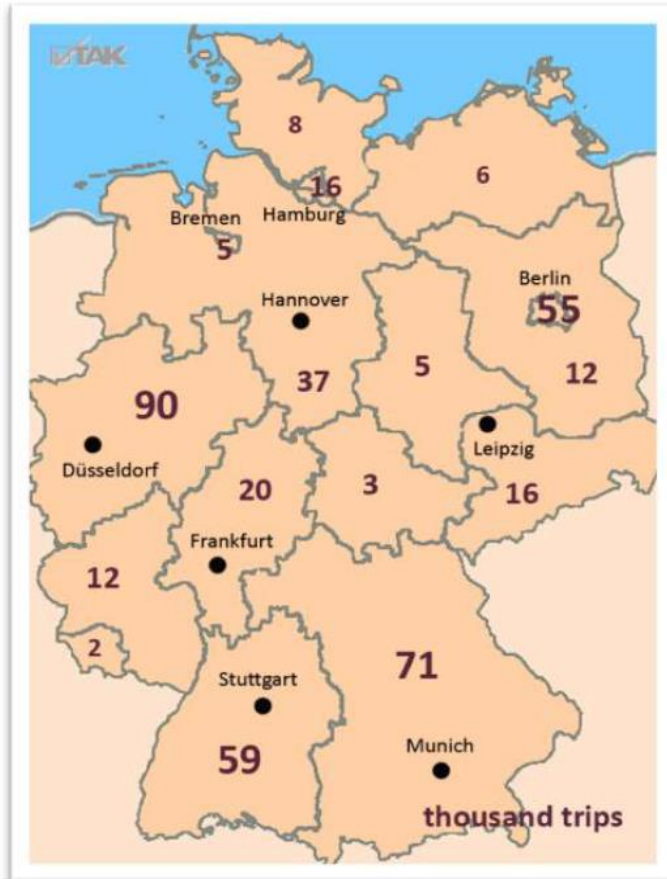
A first-person perspective from the front of a yellow kayak on a river. The kayak's black hatch cover and a black mesh net are visible in the foreground. In the distance, another person is kayaking on a yellow kayak, holding a red paddle. The river is surrounded by dense green trees and foliage, with sunlight filtering through the leaves.

Matthias Meikäläinen



VisitFinland

Lähdealue Etelä- ja Länsi-Saksa



A total of 420 thousand trips were made to Finland from Germany of which 120 thousand were leisure trips with Finland as the main destination. The majority of trips were made from the North Rhine-Westphalia, Bavaria and Baden-Württemberg states and from Berlin. Two out of three trips were made from these four regions.

Visit Finland

73 % vapaa-ajan matkalla



Of trips made from Germany, with Finland as the main destination, over a third (37 %) were leisure trips.

A quarter of trips (27%) to Finland were made for business, and another quarter (25%) for visiting friends or relatives.

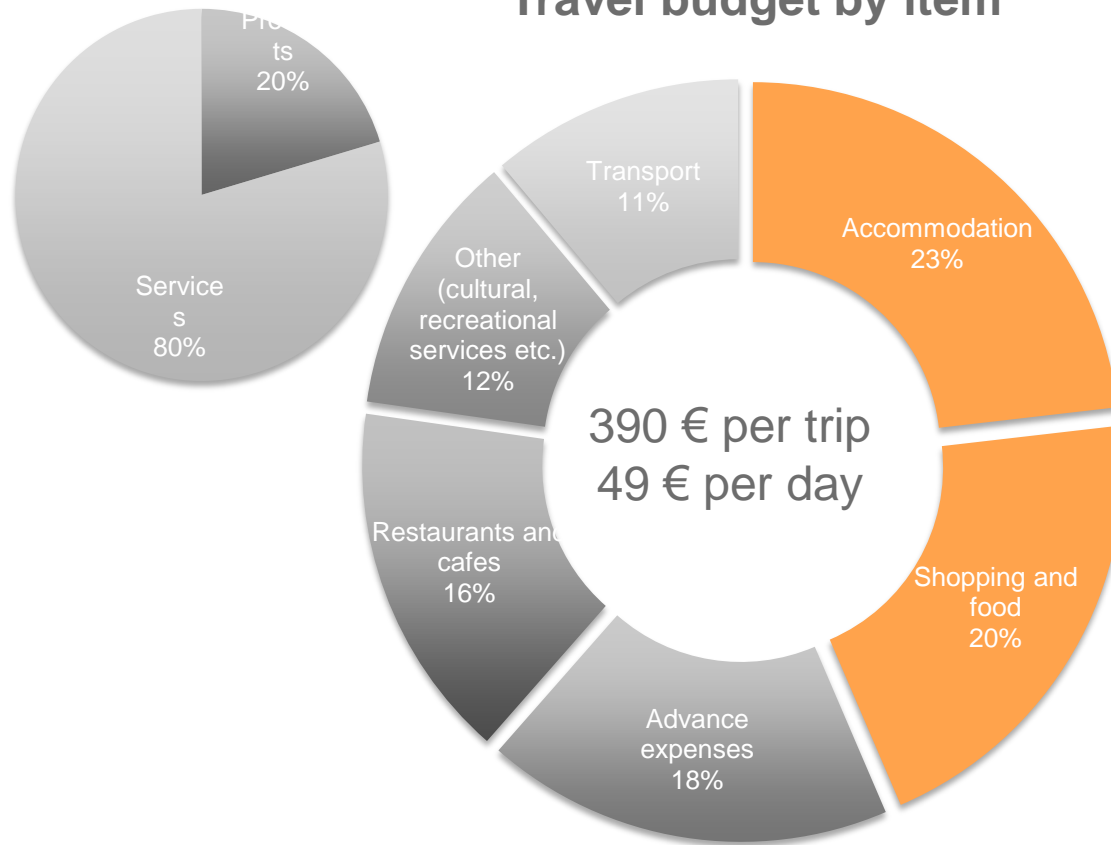
Purpose of the trip



Kaikkien matkojen kulutus alhainen, pakettimatkalaisten 150 euroa/ vrk



Travel budget by item



German visitors spent a quarter (23%) of their travel budget in Finland on accommodation, and a fifth was spent on shopping and food (products).

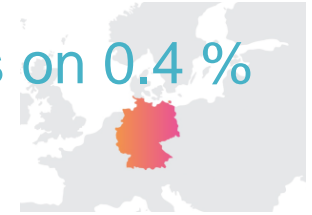
A wide-angle photograph of a winter landscape. The foreground and middle ground are filled with numerous evergreen trees heavily laden with snow, their branches drooping under the weight. The ground is a smooth, undisturbed expanse of white snow. In the background, a range of low mountains or hills stretches across the horizon under a vast, clear sky. The sky is a deep, warm orange, indicating a sunset or sunrise. The overall atmosphere is serene and peaceful.

Markkinapotentiaali



VisitFinland

Saksan markkinat on valtavat, Suomen markkinaosuus on 0.4 %



Population 80,9 million people

Outbound travel from Germany:

**95,8 million
arrivals to all destinations
in 2015**

+2 % compared to 2014

**Europe's share of German outbound
travel is 89 %**

**Finland's share of German outbound
travel is 0,4%**

Visit Finland

Kainuun jakelukanavatarjonta Saksa, Sveitsi ja Itävalta 2016-7

Kainuun jakelukanavat tänään



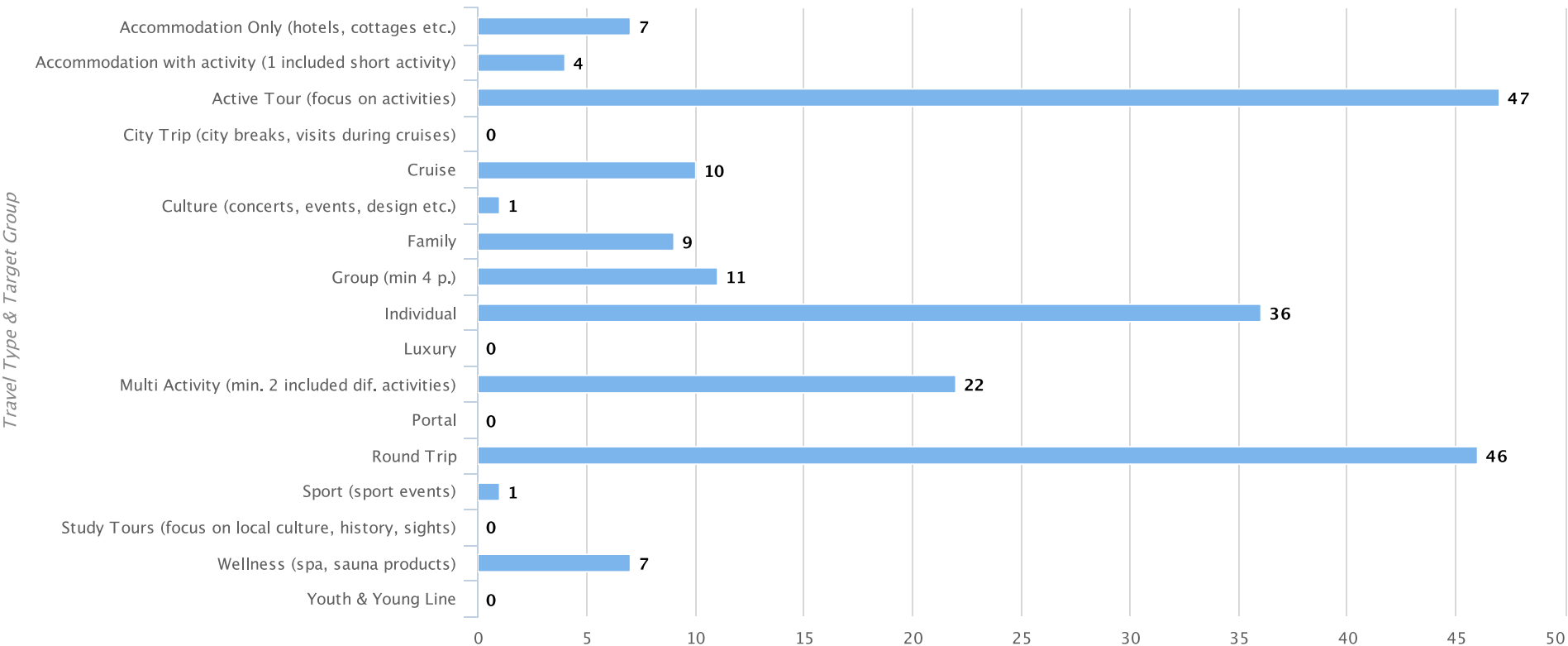
- Kainuulla on 121 tuotetta myynnissä DACH alueella
- Kainuulla on 45 matkanjärjestäjää DACH alueella
- Lähes kaikki ovat pieniä Suomi/ pohjoismaaspesialisteja
- fintouringilla on 15 tuotetta myynnissä
- Kiertomatkat ja aktiivilomat dominoivat ja määrittävät Kainuun kohteena
- 8 ympärivuotista tuotetta
- 61 tuotetta kesäkaudella
- 51 tuotetta talvikaudella

Tulkinta: Kainuu on hyvin myynnissä saksankielisillä markkinoilla melko laajalla tuotevalikoimalla “luonto edellä”. Merkittävän jakelun omaavia matkanjärjestäjiä on kuitenkin vähän.

Jakelukanavamyynti Kainuuseen kohderyhmittäin



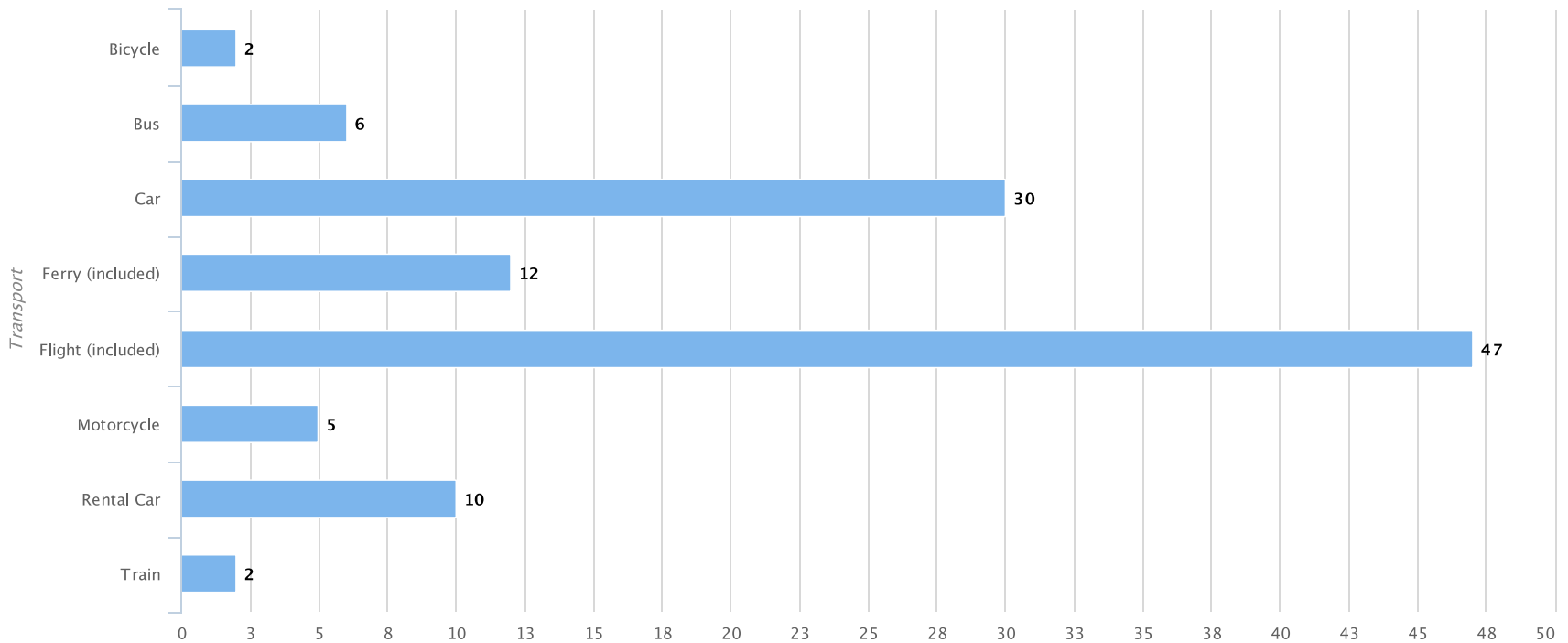
Travel Type & Target Group by Destination



Jakelukanavien liikennevälineet Kainuussa



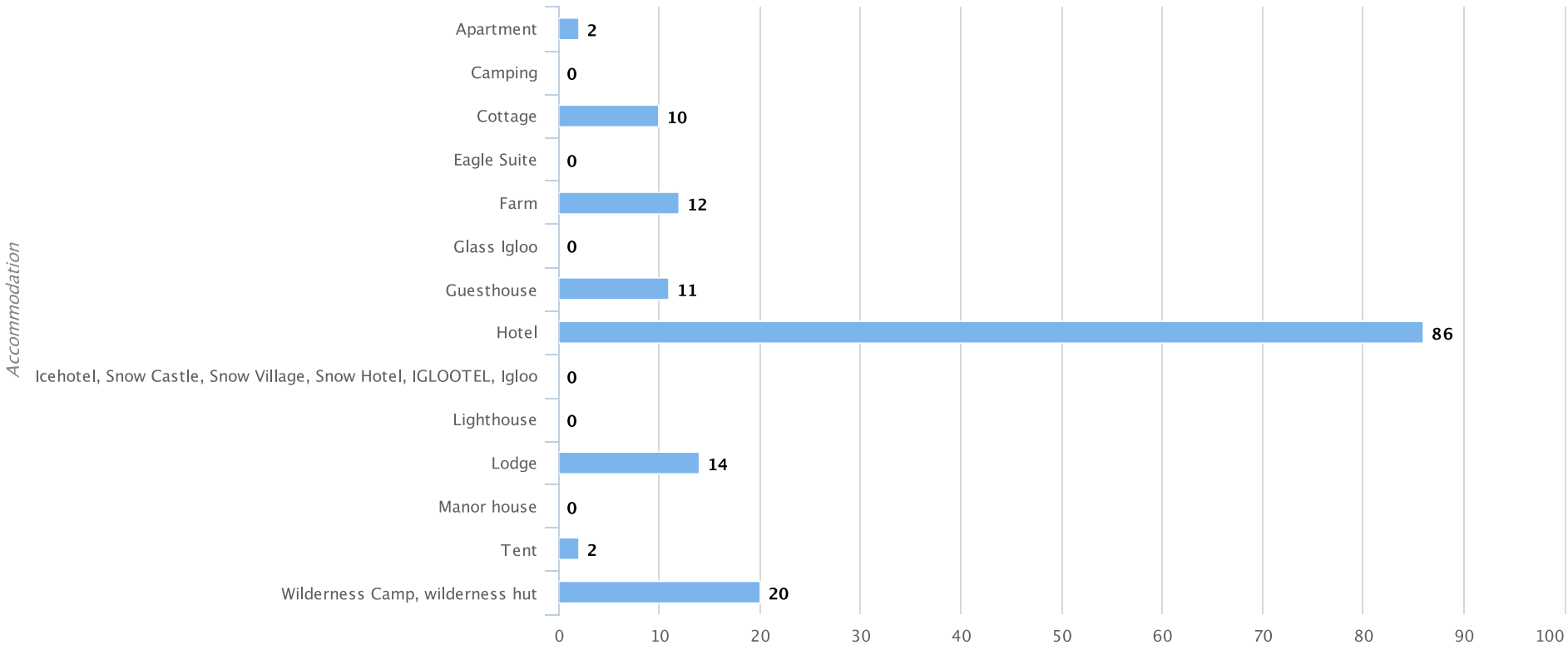
Transport by Destination



Jakelukanavien käyttämät majoitusmuodot Kainuussa



Accommodation by Destination



Miten lisätä matkustavien ja maksavien saksalaisten osuutta?



- Jakelukanavien aktivointi yhteiskampanjoin
- Uusien jakelukanavien haku, aktivointi ja tuotteiden kehittäminen
- Lisätä näkyvyyttä markkinalla mainonnalla
- Lisätä näkyvyyttä markkinalla mediassa

Visit Finland on tarjoaa yhteistyötä kaikilla neljällä alueella.

Kesän kampanjasivut, klikkaa [tästä](#)

Suomen tuotemanuaali, klikkaa [tästä](#)

B2B-tapahtumat, Mediamatkat jne klikkaa [tästä](#)

Menestystekijöitä markkinointiin



- Kokonaisvaltainen konsepti
- Pitkäjänteisyys
- Markkinasovitus
- Alueellinen yhteistyö ja yritysten verkottuminen

Lähtökohtaisesti saavutettavuus JA saatavuus ovat kriittisiä peruselementtejä

- Tuotteet kentältä kentälle
- Takuulähdöt, saatavuus online, kapasiteetin hallinta
- Tuotteen hinnoittelu ja saatavuus läpi myyntikauden
- Myynti on meille suomalaisille vaikeaa, asiakaslähtöisyys myös

—
[Visit Finland](#)

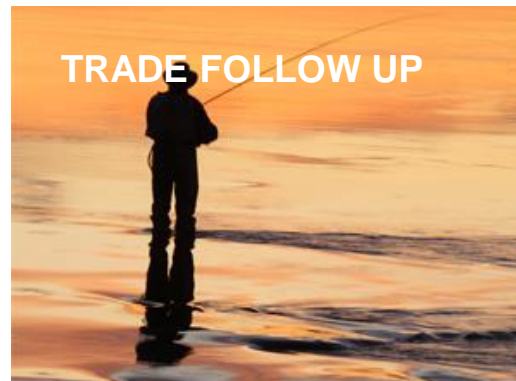
Mihin minä satsaisin nyt Saksassa?



- Talven saatavuus Lapissa avaa Kainuulle ja erityisesti Vuokatille mahdollisuuden kehittää talvimatkailua Keski-Euroopasta
- Saksalaisten päämotiivi Suomen lomassa on AINA luonto.
 - Kulttuuriteemaisissakin matkoissa pitää huomioida lupaus luonnon kokemisesta
- SLOW Finland on lanseerannut uuden matkailusesongin
- Slow Season on luonnon antimiin, sadonkorjuukauteen perustustuva uusi pääsesonkimme, joka alkaa 21.7.2017 rapukauden premierestä ja kulkee eri teemojensa siivittämänä marraskuulle asti:
 - sadonkorjuu, metsän antimet
 - Metsästysesonki herkkuihin
 - Ruska on hyttysvapaa päävaelluskautemme: revontulisesonki alkaa elokuussa
 - Saunaohjelmat ja palvelut

www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot
www.visitfinland.com/about-us/tourism-finland

Lisää tietoa



JYRKI OKSANEN

Visit Finland
edustaja
Saksa,
Sveitsi,
Itävalta ja
Benelux,



firstname.lastname@visitfinland.com

Visit Finland