

SUCCESS WITH  
TOURISTS FROM CHINA



**Digital Hinter DEM MOND – WAS WIR VON  
CHINESISCHEN TOURISTEN LERNEN KÖNNEN**

**ROSSELLA PFUNDT**

**HGK-Future DAY IN AHAUS AM 14.09.20  
HOSPITALITY GOES DIGITAL**

# Was Verbinden Deutsche mit China



34 %

Wirtschaftlich stark/  
Wirtschaftsmacht

2014: 37  
2012: 28



16 %

Viele Menschen/  
Bevölkerungswachstum

2014: 20  
2012: 25



11 %

Kopieren/Diebstahl  
von Ideen

2014: 12  
2012: 8



11 %

Großes/weites Land

2014: 12  
2012: 14



14 %

Menschenrechtsmissachtung

2014: 14  
2012: 16



12 %

Chinesisches Essen

2014: 14  
2012: 17



10 %

Billigprodukte von  
minderer Qualität

2014: 8  
2012: 7



7 %

Wenig Umweltschutz-  
auflagen bei Produktion

2014: 4  
2012: 4



12 %

Chinesische Mauer

2014: 15  
2012: 15



12 %

Kommunismus

2014: 15  
2012: 10

Quelle: Huawei Studie 2016

SUCCESS WITH  
TOURISTS FROM CHINA

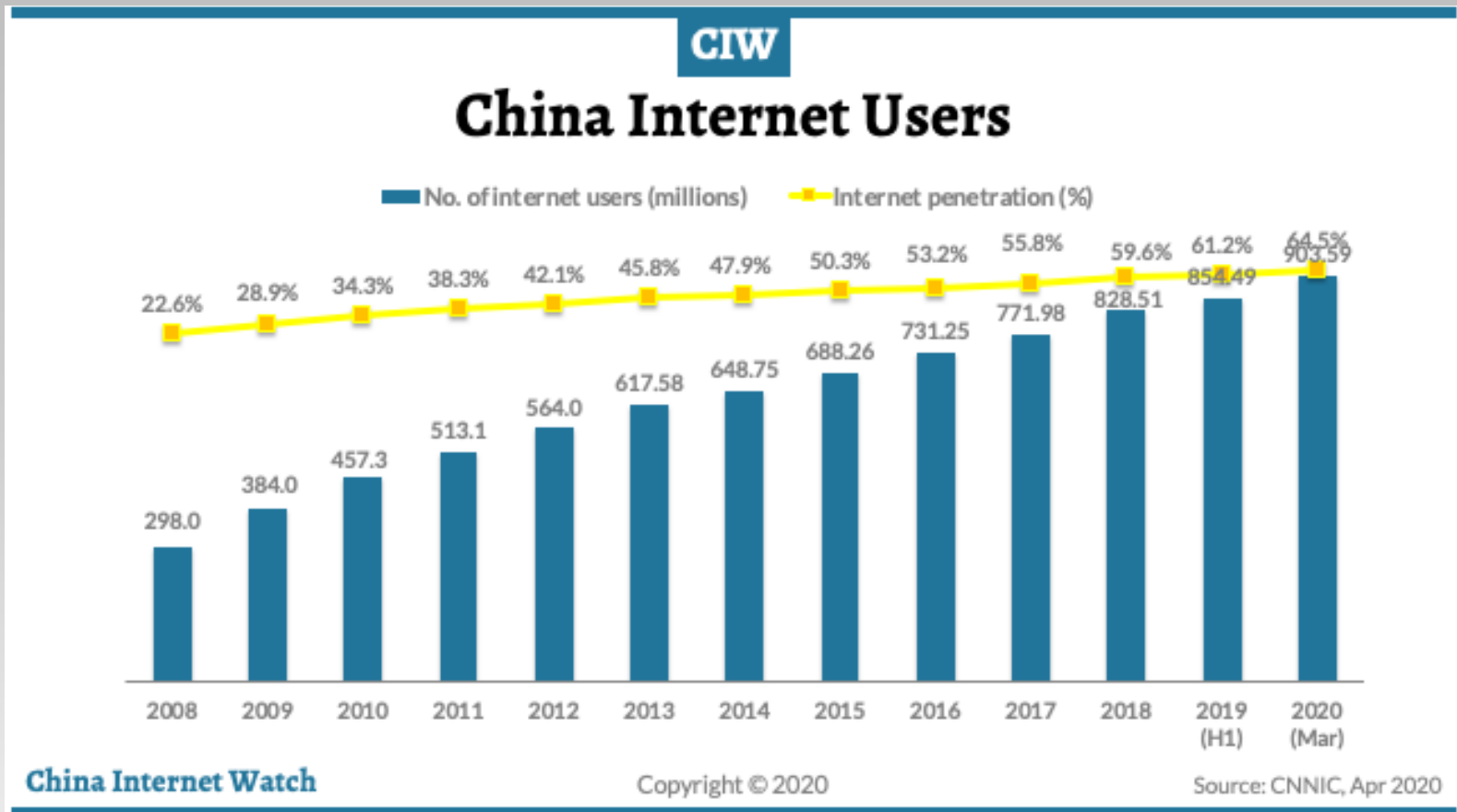
1.

# DIGITALISIERUNG - CHINESISCHE TOURISTEN



# WACHSENDE BEDEUTUNG DER DIGITALISIERUNG

903 Millionen Internetnutzer; 1.595,04 Millionen Mobilfunkgeräte; internetfähige Smartphones dominieren



SUCCESS WITH  
TOURISTS FROM CHINA

# ONLINE KANÄLE VS OFFLINE KANÄLE

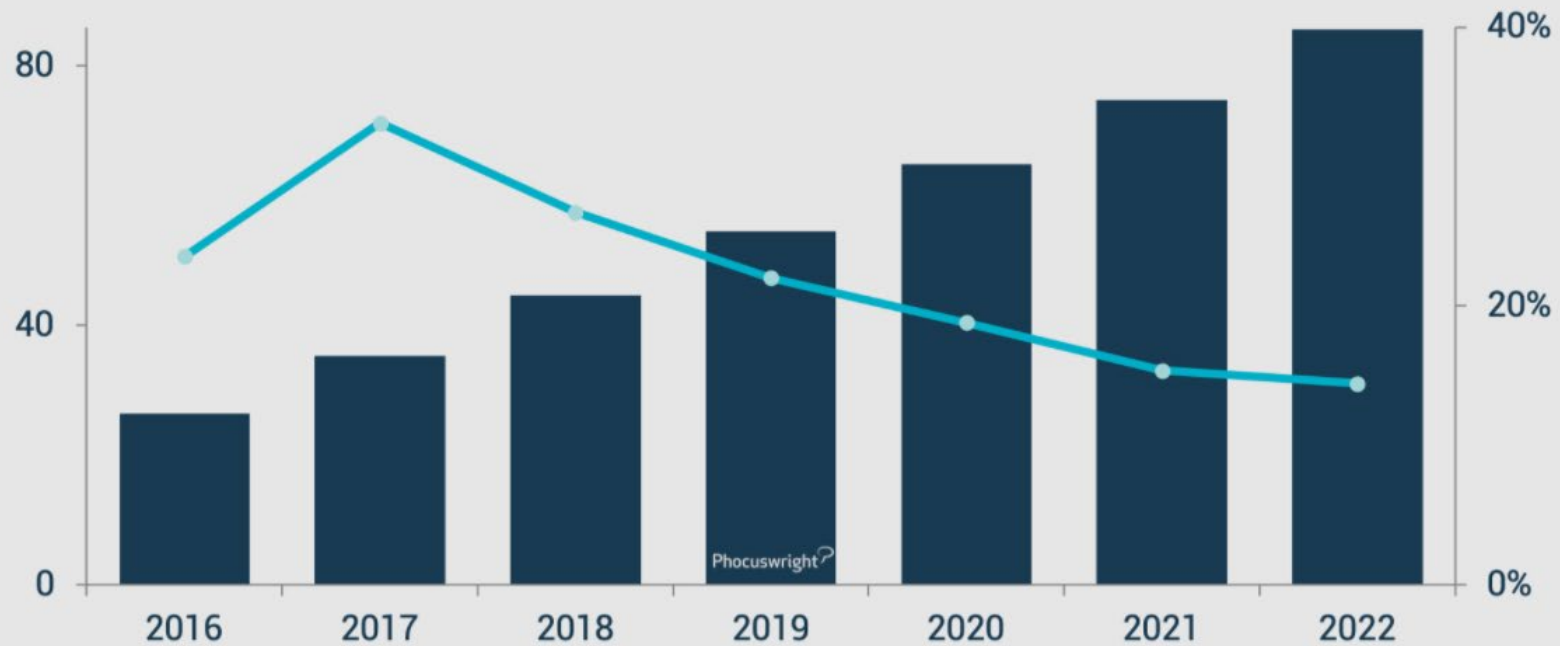


Mehr als zwei Drittel der Informationssuche läuft über online-Suchmaschinen oder soziale Medien

Die neuen chinesischen Touristen sind digital aktiv: Im Internet und überwiegend mit Hilfe des smartphone

# Online-Reisebuchungen immer beliebter

China OTA Gross Bookings (US\$B) and Annual Growth (%), 2016-2022



Quelle: Phocuswright 2019

# Die BELIEBTSTEN ZAHLUNGS METHODEN CHIINESISCHER TOURISTEN



93 %

Chinesischer  
Touristen würden  
mehr Geld  
ausgeben falls  
die  
Zahlungsmethoden  
Alipay &  
WeChatpay

Koeffizient

2.

# Das POTENZIAL- CHINESISCHER Touristen

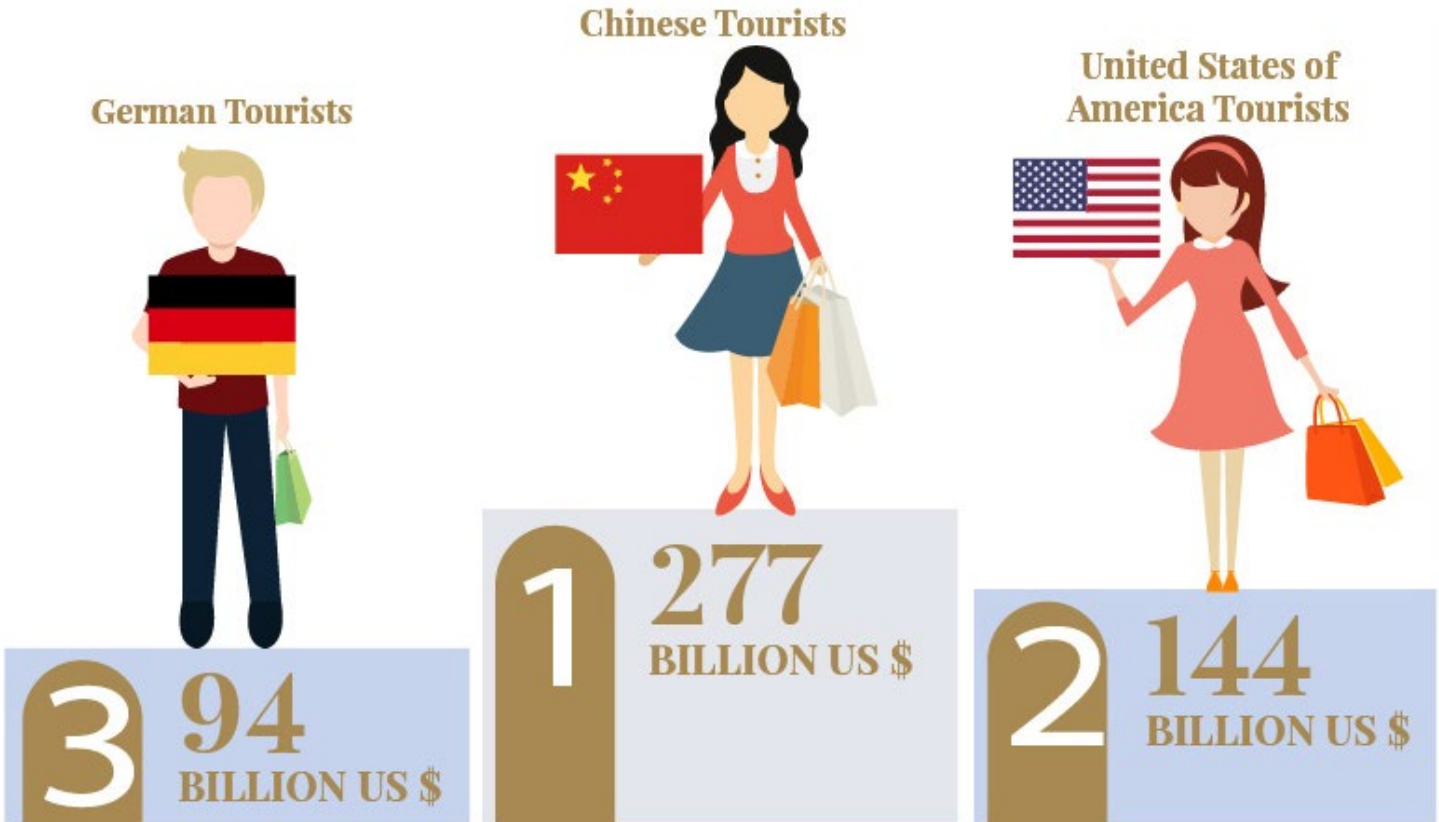




# CHINA NUMMER 1 "REISE – WELTMEISTER"

## THE WORLD TOP 3 COUNTRIES IN INTERNATIONAL TOURISM SPENDING 2018

(Data published by the United Nations World Tourism Organization)



SUCCESS WITH  
TOURISTS FROM CHINA



# Top World SPENDERS

CHINESE TOURISTS  
*spent more money on shopping*  
THAN NON CHINESE TOURISTS

Data published by Nielsen Report

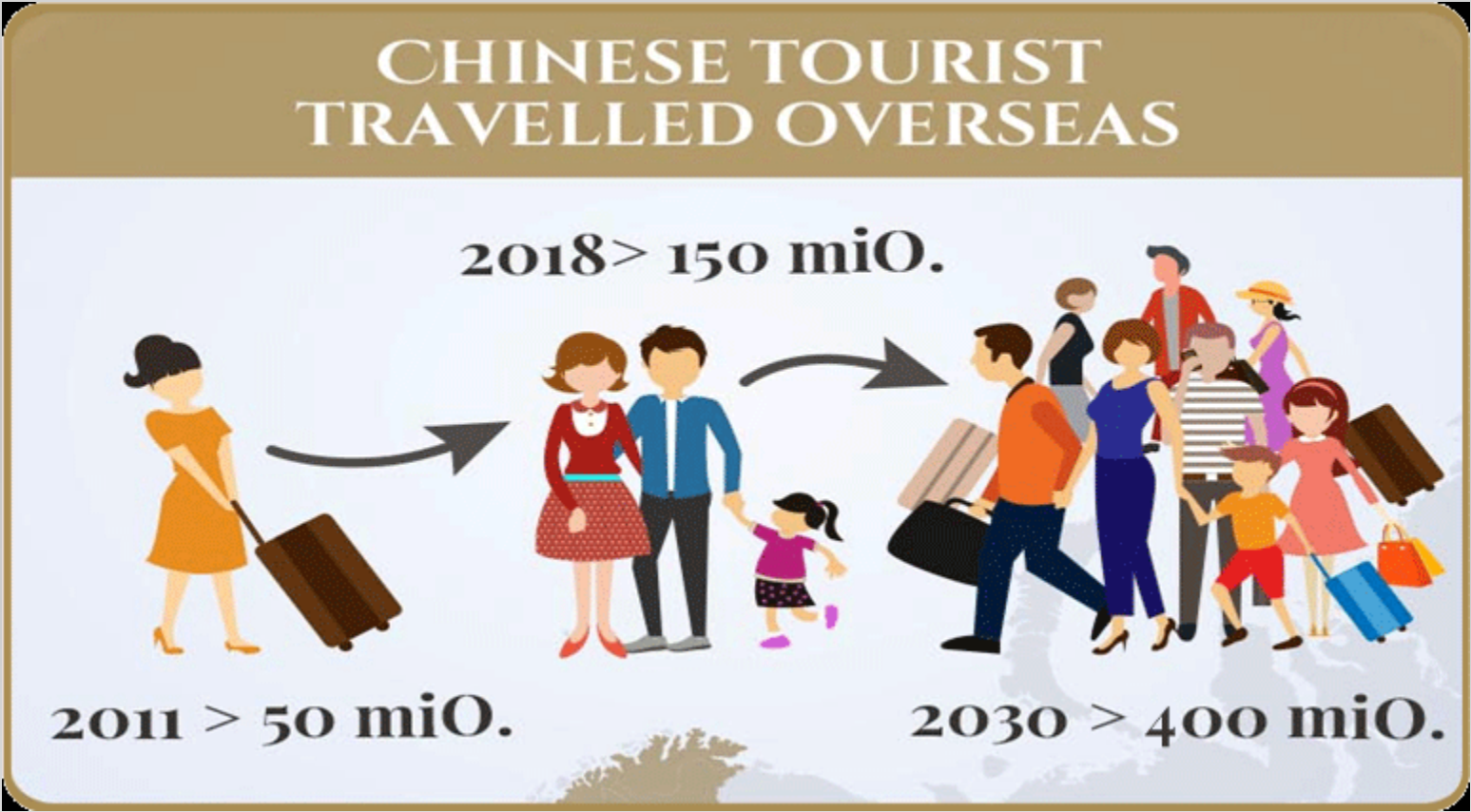
€649



€411



# DAS POTENZIAL CHINESISCHER TOURISTEN



# DAS POTENZIAL CHINESISCHER TOURISTEN

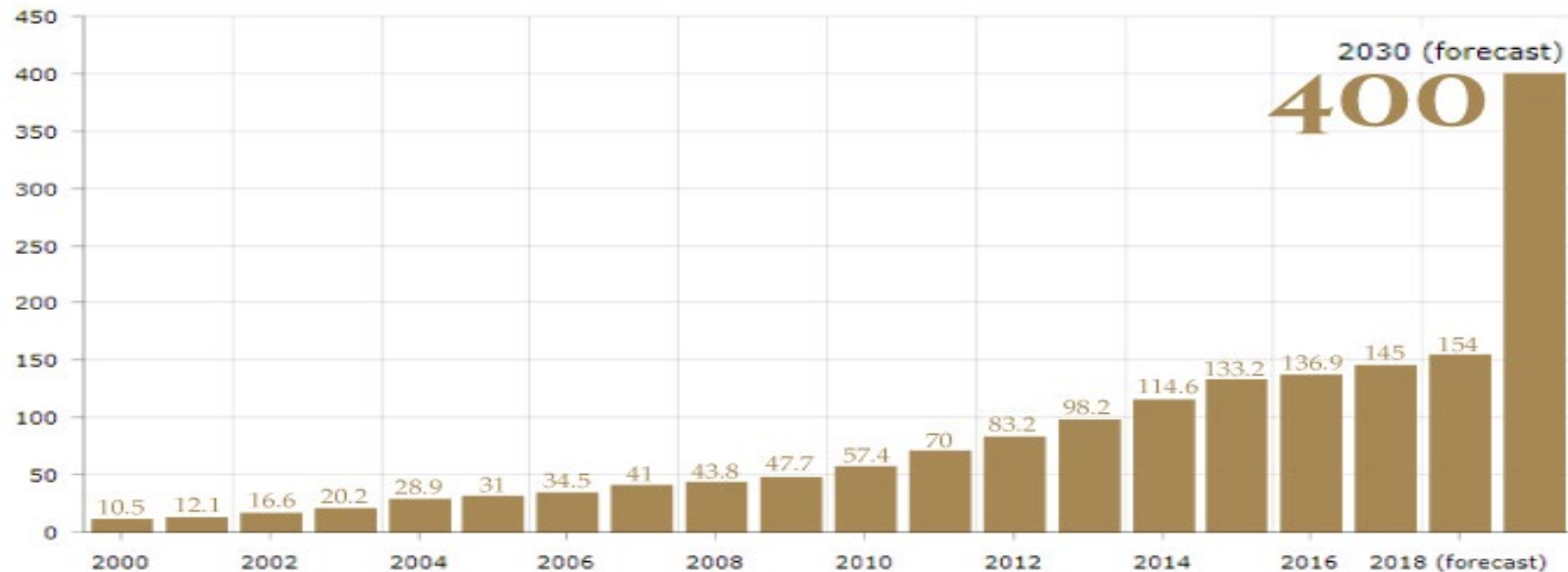


- ❖ Der Markt entwickelt sich schnell!
- ❖ Chinesische Touristen sind ein enormes Potenzial für Europa!

# CHINAS AUSLANDSTOURISMUS IM ANFANGSSTADIUM

THE NUMBER OF CHINESE OVERSEAS TOURISTS HAS SKYROCKETED AND WILL CONTINUE TO GROW IN THE FUTURE!

Annual Chinese tourists overseas visits in millions



(Published by UNWTO)

# DEUTSCHLAND – IST SEHR BELIEBT BEI CHINESISCHEN TOURISTEN

## TOP 10 EUROPEAN DESTINATIONS OF CHINESE 2019\*

- |  |   |
|--|---|
|  1. France  |  6. United Kingdom |
|  2. Germany |  7. Switzerland    |
|  3. Italy   |  8. Greece         |
|  4. Spain   |  9. Czech Republic |
|  5. Russia |  10. Iceland      |

\*Ranking for first half of 2019  
according China Tourism Academy

# Deutschland – Chinesische Touristen

- 2018: 3 Millionen Übernachtungen
- Ausgaben: IM Durchschnitt Knapp 500 Euro pro Person und Tag. Das macht Chinesen zu einer begehrten Zielgruppe
- Perspektive : Die Anzahl Chinesischer Touristen wird in den Nächsten Jahren STARK Ansteigen. 2021: Fußball EM & Feier Beethoven Jubiläum

# Die SEGMENTE DER CHINESISCHEN TOURISTEN

2020 - TOUR TRAVELLER VS  
INDEPENDENT TRAVELLER



▲ **64%**  
independent  
traveller



▼ **36%**  
tour  
traveller

2019 - TOUR TRAVELLER VS  
INDEPENDENT TRAVELLER



▲ **60%**  
independent  
traveller



▼ **40%**  
tour  
traveller

❖ Trend:

Das Segment der  
Individualtouristen  
wird immer wichtiger!

2017 - TOUR TRAVELLER VS  
INDEPENDENT TRAVELLER



▶ **56%**  
independent  
traveller



▶ **44%**  
tour  
traveller



# PROFIL INDIVIDUAL TOURISTEN



- ❖ Herkunft: First –tier cities  
Shanghai, Peking, Guangzhou
- ❖ Bildung: Hohe Bildung- oftmals  
Auslandsstudium, gute Englische  
Sprachkenntnisse
- ❖ Erwartungen: Suchen ein einzigartiges Reiseerlebnis (“Neue Kulturen  
kennenlernen und erleben”)
- ❖ Qualität: Bevorzugen hohe Qualität – 4 und 5 Sterne Hotels
- ❖ Hohe Kaufkraft: Haben eine hohe Kaufkraft
- ❖ Reisebuchung: Buchen Reisen online

# CHINESISCHE TOURISTEN NACH COVID-19

## INSIGHTS ABOUT CHINESE CONSUMER TRAVELLING PREFERENCES AFTER COVID-19

### Travel Behavior:

**60%**  
of Chinese people will not change their travel plans



**60%**  
will increase travel budget

Most popular  
outbound destinations

**57% Asia**  
**14% Europe**

SUCCESS WITH  
TOURISTS FROM  CHINA

### Key categories for more spending:



Food & beverage



Entertainment



Shopping



Hotel

### New major trends:



Nature



Hiking



Self-driving tours



Biking

*According to a survey done by Oliver Wyman*

- Höhere Kaufkraft
- Veränderte Reismotive
- Steigern Ausgaben
- Europa / Deutschland ist sehr beliebt

SUCCESS WITH  
TOURISTS FROM  CHINA

3.

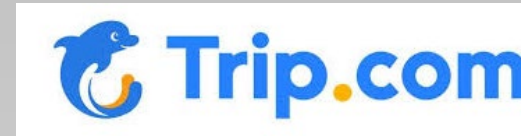
# Die herausforderung- chinesische touristen



# SOCIAL MEDIA LANDSCAPE IN CHINA



# ONLINE TRAVEL AGENCY IN CHINA



# RESUMEE

- ❖ **Digitalisierung:** China hat eine weltweite Vormachtstellung im Bereich Digitalisierung. Dies verändert das Verhalten von Chinesischen Touristen bei der Suche von Reisezielen, bei Reisebuchungen und bei der Bezahlung.
- ❖ **Marketing:** Digitalisierung verändert die Marketingtools zur Ansprache von Chinesischen Reisenden. Eine effiziente Marketingstrategie ist an die Gegebenheiten in China anzupassen
- ❖ **Potenzial:** Chinesische Reisende sind eine interessante Zielgruppe für die deutsche Hotelindustrie. Der Markt mit Reisenden befindet sich momentan noch im Anfangsstadium und diese Zielgruppe bietet in den nächsten Jahren ein enormes Umsatz Potenzial.

# Was Verbinden Sie mit China?



**100%**  
Zielgruppe

Touristen aus China können eine interessante  
für mein Unternehmen sein!

SUCCESS WITH  
TOURISTS FROM CHINA



SUCCESS WITH  
TOURISTS FROM CHINA



**ERSCHLIESSEN SIE DAS POTENZIAL  
CHINESISCHER INDIVIDUAL TOURISTEN FÜR  
IHR UNTERNEHMEN!  
WIR SIND IHR BERATUNGSPARTNER!**

**ROSSELLA PFUNDT & IHR CHINA EXPERT TEAM**

**Email: [info@touristsFromChina.Com](mailto:info@touristsFromChina.Com)  
MOBIL: +4915774322991  
[WWW.touristsfromchina.com](http://WWW.touristsfromchina.com)**