

En tysker er ikke bare en tysker

Turisme: Når virksomheder prøver at markedsføre sig overfor turister, er det i høj grad tyskere, der er den fremherskende gruppe, og derfor kan det betale sig at vide, hvad de vil have.

Af Morten Chas Overgaard
morten.overgaard@sn.dk

Tyskere elsker Danmark. Man skal ikke køre mange kilometer langs den jyske vestkyst i sommerferiesæsonen for at høre adskillige tyske gløser, når familiefædre fra det nordlige Tyskland bakser med soltelt og sommerhat for at få hele familien på plads på stranden ved Vesterhavet.

Det er dog ikke kun i det jyske, at man møder tyske turister i ferisesæsonen, for de er faktisk alle steder, fortæller Andreas Bonde Hansen, der er chefrådgiver i rådgivningsvirksomheden Seismonaut.

Han har netop været i Faxe og holde et oplæg for en stor del af kommunens turismeaktører, hvor han blandt andet fortalte, hvor vigtigt det er at forstå det tyske folk, hvis man vil drive en succesfuld turismevirksomhed i Danmark.

- 65 procent af al international turisme i Danmark er tyskere, og her er der oveni-

købet et stort skyggetal, fordi vi kun tæller kommercielle overnatninger. Uregistrerede sommerhusudlejninger, festivaler og lystbådehavne under en vis størrelse tæller ikke med, så det faktiske tal er nok noget højere, fortæller Andreas Bonde Hansen, og fortsætter:

- Tyskerne er alle steder, og ikke kun på Vestkysten. VisitCopenhagen har i lang tid fokuseret meget på amerikanske og kinesiske turister, men der er faktisk en million tyske turister i Region Hovedstaden om året. De er også på resten af Sjælland, men der kan sagtens komme flere - det gælder bare om at fortælle dem, hvorfor de skal komme, siger han.

Ingen dyre øl

Hvor vestkysten fortrinsvis er besøgt af Middelklasse med børn, er det ifølge Andreas Bonde Hansen mest studerende på cykelferie og rige gastro-turister, der lægger vejen forbi det østlige Danmark.

- Forskellen på tyskere er

ret meget større, end den er på os danskere. Hamborg har landets største procentvise andel af millionærer, mens andre delstater er betydeligt fattigere end Danmark. Ser man på turisterne har de dog gennemsnitligt et feriebudget på 20.000 euro om året, så de

har penge at bruge, men de bruger dem på de ting, der er vigtigt for dem, siger han og understreger, at selvom turisterne har penge at bruge, så er det ikke ens betydende med, at de klatter dem væk.

Tyskere vil nemlig føle, at de får noget specielt for deres penge, og derfor er dyre basisvarer et no-go.

- De vil gerne bruge penge på en middag, hvis det er den rigtige middag, og de vil gerne betale meget for en overnatning, hvis det er det rigtige sted. Men de vil ikke betale 10 euro for en fadøl, så et godt råd er, at man ikke skal hente avancen ind på øl, når man har med tyskere at gøre, siger Andreas Bonde Hansen.

Kommer for kultur

Selvom der gennem mange år er blevet tegnet et billede af tyskere som værende udelukkende middelklassefamilier på badeferie, så er de tyskere, man finder på Sjælland, i høj grad på jagt efter kulturelle oplevelser.

Hvis man vil have tyske turister til at føle sig velkomne er det derfor både vigtigt med



Andreas Bonde Hansen, der er chefrådgiver i kultur-analyseinstituttet Seismonaut, og han er ekspert i blandt andet tysk turismekultur.

Foto: Morten Chas Overgaard



Skovtårnet er imponerende, men der er mange skovtårne i Tyskland, så man skal måske i højere grad lede de tyske turister mod nogle af områdets flotte kirker, eller mod herregårdslandskabet. Foto: Thomas Olsen

god service, og gerne på tysk, men det er også vigtigt, at man forstår det, som Andreas Bonde Hansen kalder »kulturel oversættelse«.

- Tyskerne elsker kultur, og de kan deres arkitekturhi-

storie, så attraktioner, vi ikke normalt fremhæver for turister, kan meget vel være netop det, de tyske gæster går efter. Hvis de besøger Faxe Kommune, vil de fleste automatisk vise dem Skovtårnet i Tyskland, så de vil nok sætte større pris på en ferie i herregårdslandskab eller en kirke i gotisk-stil, siger han.

Han har en anekdote på, hvordan et kulturmøde kan gå skævt. Den handler om en tysk familie, der havde besøgt Dragsholm Slot og spurgte om vej til Malergården, der er en kunstudstilling.

- Receptionisten gav dem en rutevejledning til den lokale farvehandel i Asnæs, og det er meget sjovt, men det viser også, hvor vigtigt det er at forstå deres behov, siger Andreas Bonde Hansen.

Hans afsluttende råd til turismeaktørerne i det sydlige Sjælland er dermed, at man skal sørge for også at markedsføre sig på tysk, tage imod konstanter, lede dem de rigtige steder hen og for guds skyld sørge for, at øllerne ikke er for dyre.

65 procent af al international turisme i Danmark er tyskere, og her er der ovenikøbet et stort skyggetal, fordi vi kun tæller kommercielle overnatninger.

Andreas Bonde Hansen, der er chefrådgiver i rådgivningsvirksomheden Seismonaut.