

PRESSEINFORMATION

Reisetrends der Chinesen Markttrends aus Sicht eines chinesischen Verlags

München/Shanghai, 24. April 2018 — Keiner kommt an China vorbei: Wirtschaftlich gesehen sind chinesische Investoren bereits gut vertreten. Auch in der Tourismusbranche ist die Gewissheit groß, dass ein Anteil der chinesischen Reisenden für jedes Unternehmen gewinnbringend sein kann. Schließlich ist der chinesische Tourismusmarkt der global am stärksten wachsende Markt. Alexander Glos, CEO der i2i Group, die in China insgesamt zwölf Reisemagazine verlegt, gibt Einblick in die Interessen und Wünsche chinesischer Reisender und ein ganz anderes Denksystem.

„Totally Germany“ – Reisemagazin über Deutschland

Mit einer Auflage von 100.000 Exemplaren pro Ausgabe liefert „Totally Germany“ Informationen und Tipps für chinesische Reisende. Das Magazin wird an alle Reisenden gegeben, die sich für ein deutsches Schengen Visum bewerben. Um die Wünsche ihrer Leser besser identifizieren zu können, hat die i2i Group im vergangenen Jahr eine Studie in Auftrag gegeben, die die wichtigsten Reisewünsche der Zielgruppe abbildet sowie Wunschdestinationen, Marken und Attraktionen abfragt. Gleichzeitig betreiben der Verlag und das Magazin eine WeChat-Plattform, über der ein direkter Austausch mit der Zielgruppe möglich ist.



Ergebnisse der Reisetstudie in China: Was reizt Chinesen an Deutschland?



Wunschziele der chinesischen Reisenden sind Berlin, Hamburg, Düsseldorf, Hannover und Köln. Vor Ort wollen insgesamt 89 Prozent der Befragten shoppen gehen, dabei planen etwa 35 Prozent ein Shoppingbudget von etwa 2.800 Euro pro Person pro Reise ein. Die große Summe fällt im Vergleich zu anderen Reisenden auf – sie ist zwei bis drei Mal so hoch wie das Shoppingbudget von Europäern, Amerikanern, Russen, Koreanern oder Japanern.

Fast 90 Prozent der Reisenden sind alleinstehend – noch nicht gebunden und mit der aktiven Entscheidung, das Singleleben länger zu genießen als es noch die Elterngeneration getan hat. Dies hängt eng mit der längeren Ausbildung zusammen, denn 64 Prozent der Befragten besitzen einen Universitätsabschluss. Auch bevorzugen drei Viertel der Reisenden es unabhängig zu verreisen, was vor allem auf die beruflichen und professionellen Reisenden zutrifft. Zahlreiche Befragte planen auch aus beruflichen Gründen Reisen, darunter viele Messeteilnehmer. Mehr als die Hälfte von Ihnen plant im Anschluss eine private Auszeit in Deutschland zu nehmen.

Fast 70 Prozent der Befragten wollen nach Deutschland zurückkehren und bereiten weitere Trips vor. Dabei sind die chinesischen Reisenden treue Gäste: Einmal in einer Stadt, einem Hotel oder einer Destination gewesen, kehren sie oftmals zurück, um das bereits Bekannte noch besser kennenzulernen.

Die i2i Group China und ihre Expertise

Die i2i Group China verfolgt die Entwicklungen des chinesischen Tourismusmarktes aktiv mit. Alexander Glos, gebürtiger Amerikaner, gründete 1999 das Unternehmen mit Fokus auf B2B Medien. Heute ist die i2i Group China eines der führenden Unternehmen für Reiseunternehmen, Luxusmarken, Einzelhandel, Elektronik sowie Automation mit Schwerpunkt in Repräsentations-, Medien-, Marketing- und Werbedienstleistungen. 2014 folgte die Gründung der i2i Media China, heute das größte chinesische Medienunternehmen, das sich auf chinesische globale Reisende und Einkäufer konzentriert und mittlerweile 18 Millionen Leser jährlich und 2,2 Millionen WeChat-Anhänger zählt.

Der China Visitors Summit erstmals in Deutschland

Bereits seit acht Jahren veranstaltet die i2i Group China den China Visitors Summit weltweit. Ziel der Veranstaltung ist es, qualifizierte chinesische Reisekäufer, Reisebüros, Reiseveranstalter, Freizeit- und Großhandel, sowie MICE- und Corporate-Reisemanager und Medien einlädt und sie mit Reiseanbietern, Destinationen und Hotels aus ganz Europa zusammenbringt. Die Einzeltermine zwischen den chinesischen Einkäufern werden vorab in einem Fragebogen vereinbart und ermöglichen allen Teilnehmern, die passenden Partner zu treffen. Mit rund 5.000 Einzelterminen hat sich CVS zum größten B2B-Event für die chinesische Reisebranche in Europa entwickelt und kommt im Mai 2018 das erste Mal nach Deutschland. Vom 22. bis zum 24. Mai 2018 wird im InterContinental in Düsseldorf die Branche zusammenkommen, um neue Geschäfte abzuschließen. Zusätzliches Highlight der Veranstaltung ist der China Training Day am 22. Mai 2018, an dem unterschiedliche Vorträge und Workshops einen Einblick in die chinesische Wirtschaft, die chinesischen Wünsche und Vorstellungen sowie die Geschäftsbeziehungen mit chinesischen Unternehmen geben werden.

Im vergangenen Jahr brachten die chinesischen Reiseveranstalter über 350.000 Besucher aus China nach Europa, was sich mit über 240 Millionen Euro positiv in der europäischen Tourismusbranche auswirkte. Hotels, Destinationen, Luxusmarken, Attraktionen und Einzelhändler treffen an diesen beiden Tagen in knapp 5.000 persönlichen Meetings auf diese Reiseveranstalter.

Die gesamte Studie von der i2i China Group zum Download hier:

<https://www.dropbox.com/s/r9u7c5hx59wer0z/Totally%20Germany%20WeChat%20Survey.pdf?dl=0>

Weitere Informationen unter: <http://www.i2i-china.com/>

Pressekontakt
Schaffelhuber Communications
Natascha Sagorski | Claudia Bendl
natascha.s@pr-sc.de | claudia.b@pr-sc.de
+49 (0)89 – 78 79 79 100
www.pr-sc.de