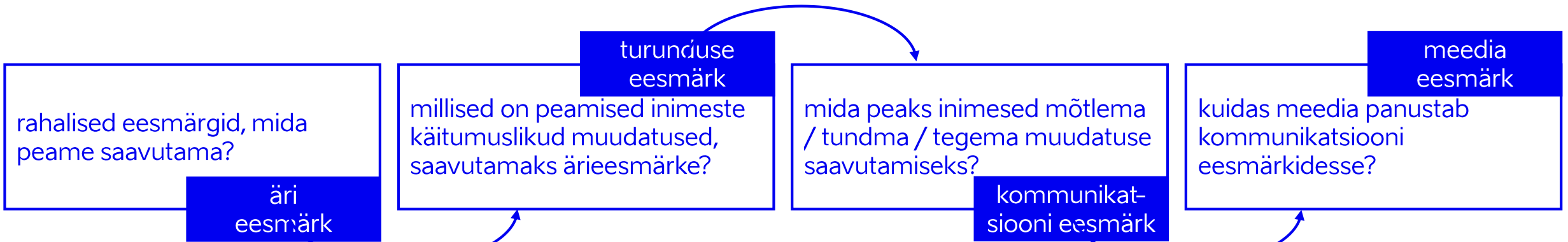


# taastumise eesmärgid Saksamaal 2020+



- kasvatada ööbimised 2019. a tasemele (312 716) aastaks 2023
  - optimistlik eesmärk on jõuda 2019. a tasemele aastaks 2022
- kasvatada Saksa külastajate kulutused Eestis 2019. a tasemeni (110 mln\*) aastaks 2023

- linnapuhkus 20%
- kultuuriturism (UNESCO, arhitektuur, pärandkultuur jne) 82% / **46%**
- loodusturism 37% / 9% (suvi **56%** / **13%**)
- toidukultuur (läbivalt) **81%** / 0,6%
- **tarbijateekond (logistika)**
- fookusgrupid — väiksemad rühmad, FIT
- broneerimiskanalid **online 44%, face-to-face (reisibüroo) 39%**
- värskendada toodet: **reisimine karavaniga ja indiv. autoringreisid**
- **outdoor/aktiivne puhkus (jalgrattamars., rakendused, e-kaardid)**
- madalhooaja tooted, põhihooaja pikendamine (apr-okt)
- tootearendus **kestliku turismi infras.** (sh. ühistransport) ja selle kasutamine
- uued sihtkohad sh **sobivad majutused** (saared jt)
- kvaliteet ja **personaalne mugavus**
- Eestis **pole keelebarjääri**, saab hakkama inglise- ning tihti ka saksa keeles
- kõik on **e-leitav**

Reaalne seis 2016-2017 / mis motiveerib Eestisse reisima. Reiseanalyse 2019

- Eesti on turvaline, hoolime külastajatest (vastutustundlik reisimine) – „safESTway“
- Eesti on keskkonnateadlik riik
- hea hinna ja kvaliteedi suhe
- Eesti on põhjamine
- Eesti on innovaatiline digiriik ja sakslastel on meilt palju õppida
- Eesti on väljast väike, kuid sisult suur — kompaktne ja mitmekesine
- Eestis on vähe inimesi ja palju ruumi, et üksi olla
- kerge loodusesse ligipääs
- ma saan minule relevantset detailset infot
- Eestis on mitmekülgne kultuur
- Eesti on väärt korduskülastust (kruuiss, Baltikumi ringreis)
- Tallinn on mini Berliin
- Tartu on Euroopa Kultuuripealinn 2024

B2B küsitlus + Meltwater

- infokirjad B2C ja B2B
- B2B digitaalsed seminarid ja workshopid Eesti ettevõtjatega (vahendaja- ja Visit Estonia enda kanalites)
- saksakeelne Visit Estonia
- mobiilne Visit Estonia
- *offline* ja *online* meedia võimendamine (kommunikatsioon)
- B2C tegevused koostöös tuntud reisikorraldajatega, laevafimadega
- pressireisid / FAMide aktiveerimine
- sotsiaalmeedia ja digimeedia tarbijamängud
- sihtkohtade infovahetus
- partnerite tegevused

EAS Turismiarenduskeskus

\* 2019, ei sisalda rahvusvahelist transporti