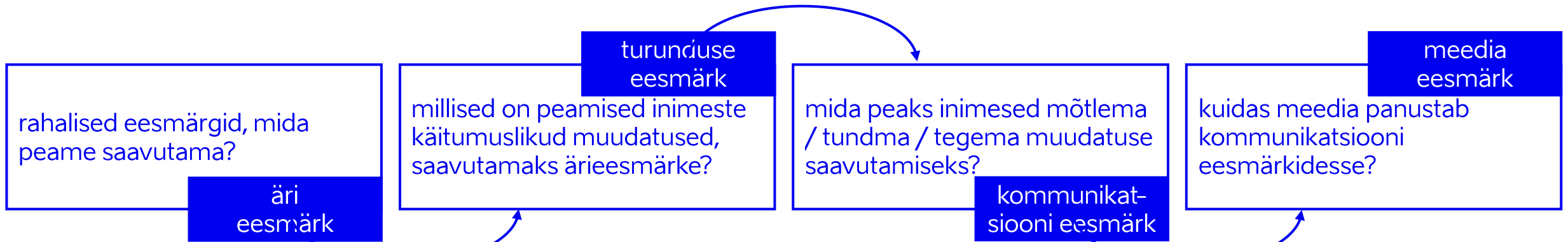


eesmärgid Saksamaal 2022+



rahalsed eesmärgid, mida peame saavutama?

äri eesmärk

millised on peamised inimeste käitumuslikud muutused, saavutamaks ärieesmärke?

turunduse eesmärk

mida peaks inimesed mõtlema / tundma / tegema muutuse saavutamiseks?

kommunikatsiooni eesmärk

kuidas meedia panustab kommunikatsiooni eesmärkidesse?

meedia eesmärk

- kasvatada Saksamaa külastajate kulutused Eestis 2024. aastaks 115 mln euronit (2019. a 110,5 mln, 2020. a 21,3 mln*)
- kasvatada Saksamaa turistide ööbimised Eesti majutusettevõtetes 2024. aastaks 250 000-ni (2019. a 313 000, 2020. a 88 000, 2021. a 108 000)

- 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**

- Eesti on turvaline, hoolime külastajatest (vastutustundlik reisimine)
- Eesti on keskkonnateadlik riik
- Hea hinna ja kvaliteedi suhe
- Eesti on põhjamaine
- 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 elav kultuur
- Eesti on väärt korduskülastust (kruisid, Baltikumi ringreis)
- Eestis on imelised väikelinnad, turismiregioonid, saared, rannaalad avastamiseks.
- Tallinn on mini Berliin
- Tartu on Euroopa Kultuuripealinn 2024

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

* ei sisalda rahvusvahelist transporti

Reaalne seis 2016-2017 / mis motiveerib Eestisse reisima. Reiseanalyse 2021 First Results