Rhif Ymchwil Cymdeithasol: 12/2021
Dyddiad cyhoeddi: 24/02/2021

Adroddiad Galw'r Farchnad ym maes Twristiaeth:
Yr Almaen Mawrth 2020

Adroddiad Galw'r Farchnad ym maes Twristiaeth:
Yr Almaen Mawrth 2020
Awduron yr Adroddiad: Jonathan Young a Tanya Sharapova

Barn yr ymchwilwyr a fynegir yn yr adroddiad hwn ac nid o reidrwydd rhai Llywodraeth Cymru.

I gael rhagor o wybodaeth, cysylltwch â:
David Stephens
Uwch Reolwr Ymchwil a Mewnwelediadau
Croeso Cymru
Grŵp yr Economi, Sgiliau a Chyfoeth Naturiol
Parc Cathays
Caerdydd
CF10 3NQ
E-bost: David.stephens@gov.wales

Mae'r ddogfen yma hefyd ar gael yn Saesneg.

OGL © Hawlfraint y Goron ISBN Digidol 978-1-80082-891-9

Croeso Cymru

Adroddiad Cryno Astudiaeth Marchnad

Yr Almaen

Mawrth 2020

Cynhyrchwyd gan BVA BDRC

Cynnwys

1. Cyflwyniad **6**

Deall yr adroddiad hwn 6

Methodoleg 6

Diffiniad sampl 6

Yn cofio gweld hysbyseb teledu Croeso Cymru (prociwyd) Error! Bookmark not defined.

3. Dylanwadau ar ymddygiad gwyliau a gwyliau byr **11**

Prif ddylanwadau ar ymddygiad gwyliau a gwyliau byr 11

Bwriad i ymweld â’r DU 11

Rhwystrau i ymweld â’r DU **13**

Mathau o gyrchfannau gwyliau sy'n cael eu hystyried yn y DU 14

Mathau o brofiadau sy'n cael eu hystyried yn y DU 16

Dylanwadau ar wyliau 17

4. Ystyriaeth o Gymru **19**

Cynefindra a pherthynas â gwledydd dethol 19

Ystyriaeth o gyrchfannau’r DU ar gyfer gwyliau 22

Proffil y rhai sy'n ystyried Cymru ar gyfer gwyliau byr neu wyliau 23

Proffil ystyrwyr ar gyfer pob gwlad 24

Rhesymau dros beidio ag ystyried ymweld â Chymru 25

5. Ymweld â Chymru **26**

Amseriad trip disgwyliedig i Gymru 26

Cam cynllunio’r trip nesaf i Gymru 26

Ble arall y bwriedir ymweld ag ef yn y DU 28

Cyfansoddiad parti a ragwelir ar gyfer y trip nesaf i Gymru 29

Hyd trip a ragwelir i Gymru 30

Ffynonellau gwybodaeth disgwyliedig i gynllunio'r trip nesaf i Gymru 31

Sianeli archebu disgwyliedig ar gyfer y trip nesaf i Gymru 32

6. Cyswllt gyda Croeso Cymru **34**

Gohebiaeth ddiweddar a welwyd/a glywyd am Gymru yn ddiweddar 34
Yn cofio hysbyseb teledu Croeso Cymru (prociwyd) 35
Ymgysylltiad â chyfathrebiadau Croeso Cymru yn y 12 mis diwethaf 35

7. Prif Ganfyddiadau a Goblygiadau **37**

8. Atodiad **39**
Methodoleg 39
Meintiau sylfaen a dibynadwyedd ystadegol 40

1. Cyflwyniad

Deall yr adroddiad hwn

1.1 Fel tîm twristiaeth Llywodraeth Cymru, mae Croeso Cymru yn gyfrifol am ddefnyddio ymgyrchoedd twristiaeth yn y DU ac yn rhyngwladol i hyrwyddo Cymru fel cyrchfan gwyliau. Fel rhan o hyn, bob blwyddyn mae Croeso Cymru yn cynnal ymchwil ymhlith ei marchnadoedd blaenoriaeth. Mae'r ymchwil yn edrych yn fras ar:

- Bwriadau gwyliau cyffredinol a gwyliau byr ar gyfer y 12 mis sydd i ddod.
- Y ffactorau sy'n dylanwadu ar ddewis gwyliau a gwyliau byr, yn gyffredinol ac i/o fewn y DU.
- Mathau o gyrchfannau a phrofiadau a ffafrir ar gyfer gwyliau a gwyliau byr yn y DU.
- Ymwybyddiaeth, canfyddiadau ac ystyriaeth o gyrchfannau yn y DU ar gyfer gwyliau neu wyliau byr.
- Canfyddiadau o Gymru fel cyrchfan gwyliau neu wyliau byr.
- Ffynonellau cynllunio ac archebu ar gyfer tripiau i Gymru.
- Ymgysylltu â sianeli gwybodaeth Croeso Cymru.
- Proffilio a demograffeg.

1.2 Cynhelir yr ymchwil ar wahanol adegau drwy gydol y flwyddyn.

1.3 Yr adroddiad hwn yw'r cyntaf mewn cyfres o adroddiadau cryno rheolaidd a gyhoeddir yn dilyn pob ton o'r astudiaeth. Bydd yr adroddiadau cryno yn amlinellu canfyddiadau allweddol bob ton o'r arolwg.

1.4 Mae'r adroddiad hwn yn amlinellu canfyddiadau'r **farchnad Almaenaidd**.

Methodoleg

1.5 Cysylltwyd ag ymatebwyr drwy banel ar-lein gyda'r arolwg y gellid ei gwblhau drwy fwrdd gwaith neu ddyfais symudol.

1.6 Cynhaliwyd gwaith maes rhwng **27ain Chwefror a 9fed Mawrth 2020**, cyn y prif achosion o COVID-19 a'r cyfyngiadau yn y DU. Cwblhawyd 1000 o ymatebion.

1.7 Ar gyfartaledd, cymerodd yr arolwg 20 munud i'w gwblhau.

Diffiniad sampl

1.8 I fod yn gymwys ar gyfer yr arolwg, roedd yn rhaid i gyfranogwyr fodloni'r meini prawf canlynol:

- Bod yn gynrychioliadol o boblogaeth yr Almaen yn genedlaethol yn ôl oedran, rhyw a rhanbarth
- Rhaid bod yn benderfynwr gwyliau neu wyliau byr.
- Rhaid bod yn ystyried *o ddifrif* cymryd gwyliau neu wyliau byr mewn llety y telir amdano yn y DU yn ystod yr ychydig flynyddoedd nesaf.

2. Prif Ganfyddiadau

2 Pwynt canran	19 Pwynt canran	6 Pwynt canran	-23 Pwynt canran
Cynnydd net yn y bwriad i gymryd tripiau i'r DU yn y 12 mis nesaf	Cynnydd net yn y bwriad i gymryd tripiau i'r Almaen yn y 12 mis nesaf	Cynnydd net yn y bwriad i gymryd tripiau i Dir mawr Ewrop yn y 12 mis nesaf	Gostyngiad net yn y bwriad i gymryd tripiau i Weddill y Byd yn y 12 mis nesaf

Y prif rwystrau i ymweld â'r DU

30% Amgylchiadau personol

27% Rhy ddrud yn y DU

25% Ansicrwydd ynghylch Brexit

Y prif resymau i ymweld â'r DU

44% Llawer o wahanol lefydd i ymweld â nhw

39% Cyrchfan croesawgar

37% Cyrchfan ddiogel i deithio iddo

Mae pryderon amgylcheddol yn arbennig o bwysig i farchnad yr Almaen. Mae'n ffactor dylanwadol i ddwy ran o dair ar eu penderfyniadau gwyliau.

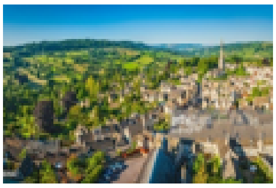
Gall hyn fod o fudd ar gyfer teithio i'r DU gan fod 30% yn ystyried ei fod 'gerllaw felly'n lleihau'r effaith ar yr amgylchedd' fel rheswm dros deithio i'r DU

Mwyaf tebygol o ystyried y lleoliadau hyn ar gyfer gwyliau i'r DU

Trefi hanesyddol a threftadaeth **68%**

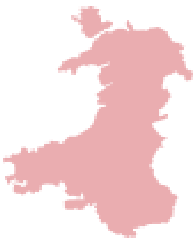
Dinasoedd a threfi mawr **61%**

Arfordir golygfaol a harbwrs **56%**

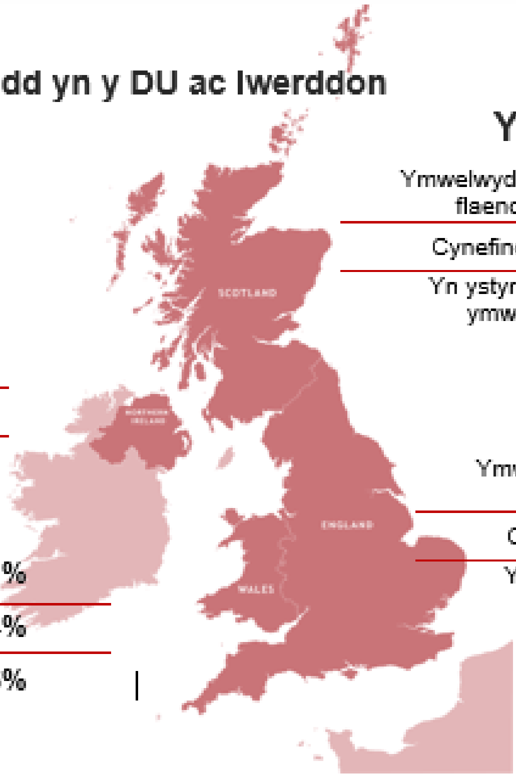


Cefn gwlad a phentrefi golygfaol **53%**

Mae Cymru fwyaf cysylltiedig â trefi hanesyddol a threftadaeth a chefn gwlad a phentrefi golygfaol er bod gan y ddau gysylltiadau uwch mewn gwledydd eraill y DU



Perthynas â gwledydd yn y DU ac Iwerddon



Yr Alban

Ymwelwyd yn flaenorol	39%
Cynefindra	33%
Yn ystyried ymweld	55%

Iwerddon

Ymwelwyd yn flaenorol	39%
Cynefindra	33%
Yn ystyried ymweld	54%

Lloegr

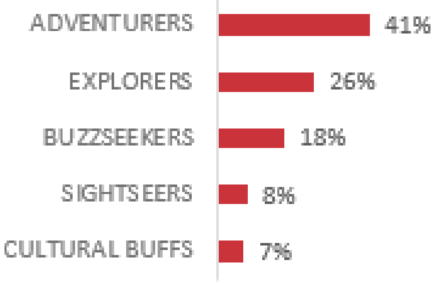
Ymwelwyd yn flaenorol	63%
Cynefindra	46%
Yn ystyried ymweld	63%

Cymru

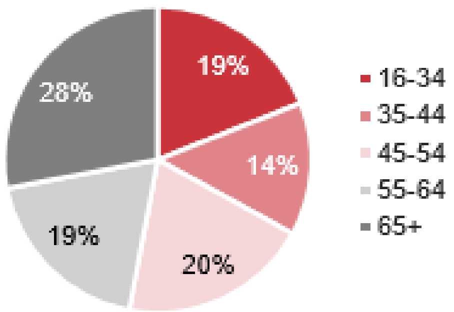
Ymwelwyd yn flaenorol	31%
Cynefindra	24%
Yn ystyried ymweld	33%

Demograffeg y farchnad Almaenaidd sy'n ystyried trip i Gymru

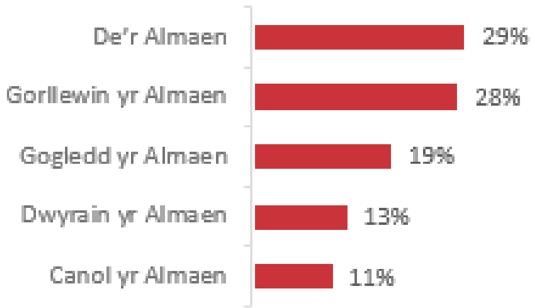
Segmentau



Dadansoddiad oedran



Rhanbarth



Plant o dan 16 oed ar yr aelwyd

23%

Y 5 prif reswm dros *beidio* ag ymweld â Chymru:

27%
Dydw i ddim yn gwybod digon am yr hyn sydd i'w wneud

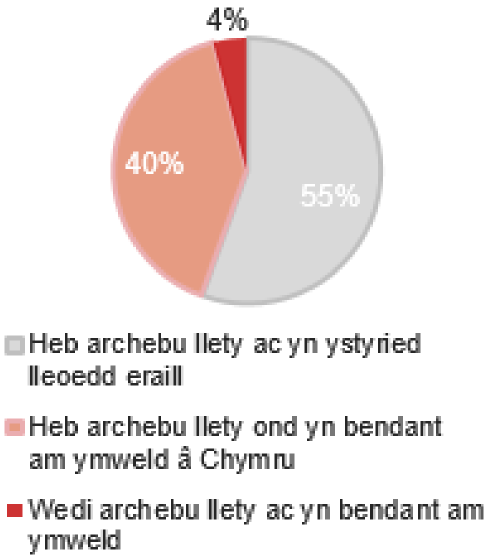
27%
Mae ar fy rhestr ond rydw i eisiau gweld lleoedd eraill yn gyntaf

26%
Mae Cymru'n ddrytach na charfannau eraill

23%
Mae lleoedd eraill yn y DU yn fwy deniadol

22%
Mae cynnig arbennig neu becyn yn rhywle arall yn y DU wedi dylanwadu ar fy mhenderfyniad

Cam cynllunio'r trip nesaf i Gymru (% ystyrwyr i Gymru)



Y 3 prif le y bwriedir ymweld â nhw

68% Caerdydd

57% De Cymru

40% Gorllewin Cymru

Hyd y trip cynlluniedig i Gymru ymhlith 'ystyrwyr i Gymru' (CG2) (Sylfaen: n=197)

5%
Yn cynllunio cymryd gwyliau byr i Gymru (1-3 noson)

95%
Yn cynllunio cymryd gwyliau i Gymru (4+ noson)

8 nights
Hyd cyfartalog trip cynlluniedig i Gymru (nosweithiau)

Y prif ffynonellau gwybodaeth y mae'r farchnad Almaenaidd yn eu defnyddio i gynllunio tripiau (%)

78%	63%	56%	35%
Gwefannau/apiau	Argymhelliad personol	Gwybodaeth brintiedig	E-bost neu gyfryngau cymdeithasol

Cyfathrebiadau a welwyd/glywyd am Gymru yn ddiweddar

14%

Yn cofio gweld hysbyseb teledu Croeso Cymru (prociwyd)

43%

Yn nodi nad ydyn nhw erioed wedi bod ar wyliau neu wyliau byr i Gymru ond yr hoffen nhw wneud hynny.

Y dull teithio a ragwelir i Gymru

39%	Car – wedi'i logi/tacsi wedi'i rentu
38%	Car eu hunain/teulu/cwmni
24%	Trên

10

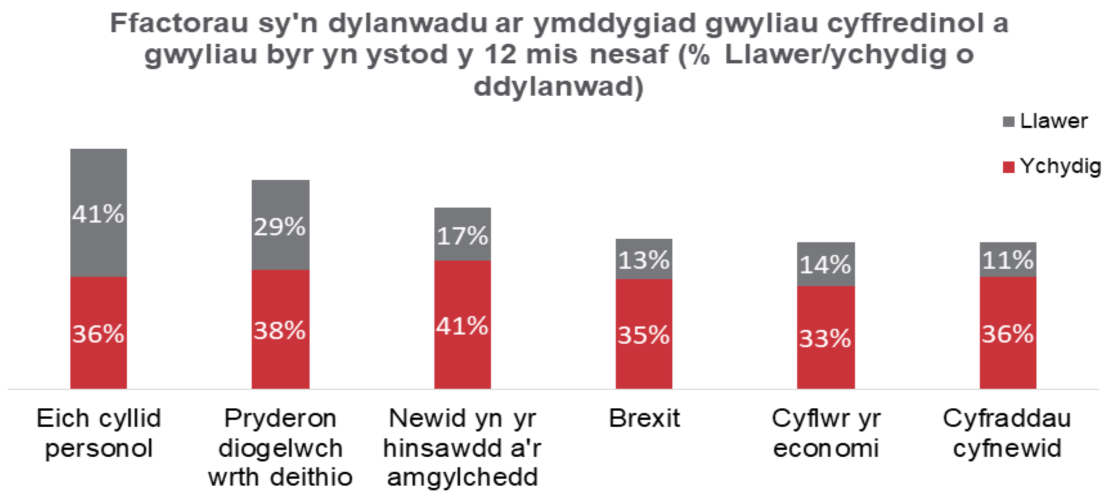
3. Dylanwadau ar ymddygiad gwyliau a gwyliau byr

Prif ddylanwadau ar ymddygiad gwyliau a gwyliau byr

3.1 'Arian personol' yw'r ffactor sydd fwyaf tebygol o ddylanwadu ar benderfyniadau gwyliau a gwyliau byr y farchnad Almaenaidd yn 2020 (nododd 77% bod ganddo lawer/ychydig o ddylanwad), ac yna 'pryderon ynghylch diogelwch' (67%).

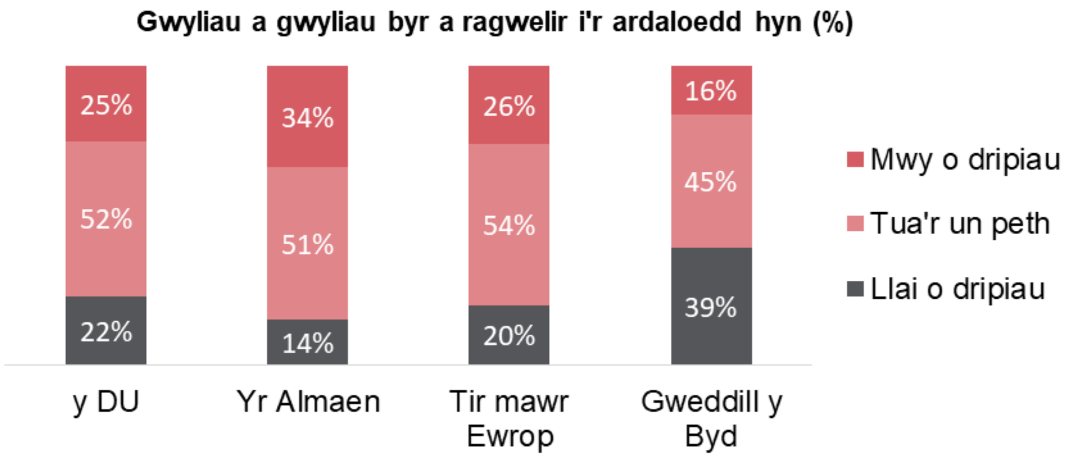
3.2 Pryderon amgylcheddol (58%) yw'r trydydd dylanwad mwyaf, sy'n bwysicach o lawer i'r farchnad Almaenaidd na marchnadoedd y DU ac Iwerddon.

3.3 Er bod 'Brexit', 'cyfraddau cyfnewid' a 'chyflwr yr economi' yn llai dylanwadol, serch hynny maent i gyd yn dylanwadu ar y farchnad Almaenaidd (pob un yn ddylanwadol iawn/ychydig -ar gyfer hanner y farchnad).



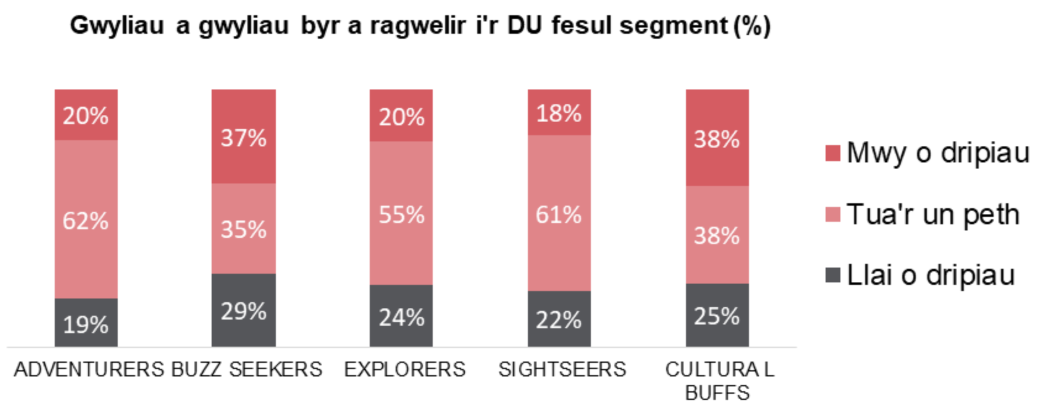
Bwriad i ymweld â'r DU

3.4 Cyn yr achosion cychwynnol o COVID-19 yn Ewrop, roedd disgwyl i ychydig dros hanner y farchnad Almaenaidd fynd ar nifer debyg o dripiau i'r DU yn ystod y 12 mis nesaf fel y gwnaethant yn y 12 mis cyn cwblhau'r arolwg. Nododd un o bob pedwar (25%) eu bod yn rhagweld mynd ar fwy o dripiau i'r DU yn ystod y 12 mis dilynol, ychydig yn fwy na'r rhai a ddywedodd eu bod yn rhagweld cymryd llai (22%). Mae hyn, yn fras, yn debyg i fwriadau teithio i dir mawr Ewrop. Mae cyfran uwch o'r farchnad Almaenaidd yn bwriadu cymryd mwy o wyliau domestig (34%). Fodd bynnag, rhagwelwyd y byddai tripiau i weddill y byd yn gostwng, gyda 39% yn dweud eu bod yn bwriadu cymryd llai o dripiau. Gall y llai o dripiau i weddill y byd fod yn gysylltiedig â phryderon am yr amgylchedd a theithio hir.



3.5 Rydym wedi adolygu canlyniadau gan y gwahanol segmentau targed a nodwyd gan Visit Britain a nodir gwahaniaethau allweddol yn yr adroddiad. I gael rhagor o fanylion am y segmentau hyn, ewch i https://www.visitbritain.org/understanding-our-customer-segments

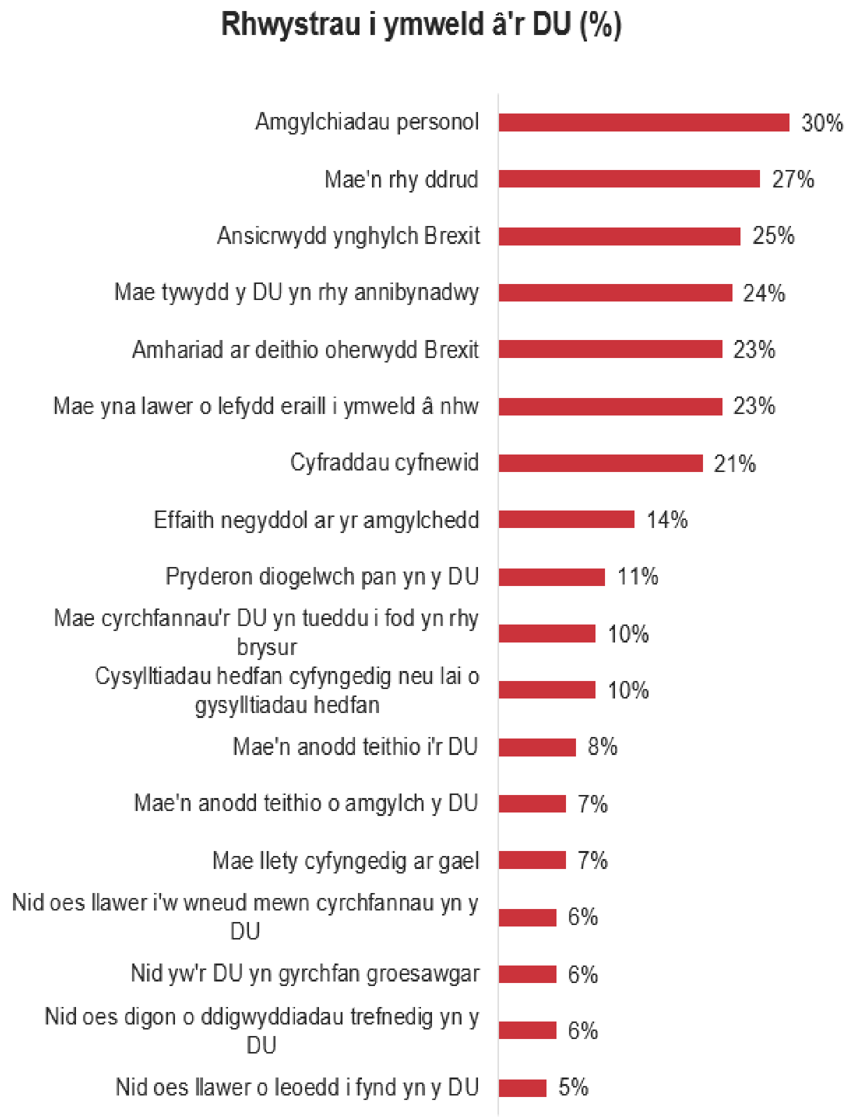
3.6 Ar draws y gwahanol segmentau, Ymddiddorwyr Diwylliant yw'r rhai mwyaf tebygol o fynd ar fwy o dripiau i'r DU yn ystod y 12 mis nesaf (38% o'i gymharu â 25% ar gyfartaledd) ynghyd â Cheiswyr antur (37% o'i gymharu â 25% ar gyfartaledd). Yn ddiddorol, pan gymharwn hyn â'r berthynas ag ymweld â Chymru yn ddiweddarach yn yr adroddiad hwn, Ceiswyr Cyffro a'r Ymddiddorwyr Diwylliant sydd â'r niferoedd mwyaf o ymwelwyr blaenorol sy'n bwriadu dychwelyd i Gymru yn y dyfodol, gan awgrymu cyfle i fanteisio ar eu bwriadau cryf o ran tripiau yn y DU drwy annog trip i Gymru ar gyfer y ddau segment hyn.



Rhwystrau i ymweld â’r DU

3.7 Gan gyfeirio'n benodol at wyliau yn y DU, nodwyd mai 'amgylchiadau personol' oedd y prif rwystr i ymweld ymhlith y farchnad Almaenaidd (30% yn nodi hyn), ac yna 'mae'n rhy ddrud yn y DU yn gyffredinol' (27%) ac 'ansicrwydd ynghylch Brexit' (25%). Nododd 1 o bob 4 nodedig 'amhariad i deithio o ganlyniad i Brexit' (23%) fel rhwystr posibl allweddol.

3.8 Gyda'i gilydd, ystyrir bod rhesymau sy'n benodol i Brexit yn rhwystr i 48% o’r Almaenaidd. Mae cost trip gwyliau i'r DU ac annibynadwyedd y tywydd hefyd yn bryderon.



Rhesymau pam mae’r DU yn lle mor atyniadol i ymweld ag ef

3.9 Ffactorau cyrchfan sy'n dominyddu'r 10 prif reswm pam yr ystyrir bod y DU yn lle deniadol i ymweld ag ef ar gyfer y farchnad Almaenaidd. Soniwyd am bob un o’r rhain: 'Llawer o wahanol leoedd i ymweld â nhw' (44%), 'mae'n gyrchfan groesawgar' (39%) a 'rhai o fy hoff lefydd yn y DU' (24%). Mae ffactorau cyfleustra a gwerth hefyd yn ddylanwad cryf – mae 30% yn amlygu 'cysylltiadau hedfan cyfleus' a 24% yn nodi

bod y DU yn 'cynnig gwerth da am arian'.   Yn gysylltiedig â phryder am yr amgylchedd, mae 3 o bob 10 (30%) yn gweld y DU fel lle deniadol i ymweld ag ef oherwydd ei fod 'gerllaw ac yn lleihau'r effaith ar yr amgylchedd'.

3.10 Yn nodedig, cyflwynodd y farchnad Almaenaidd fwy o resymau pam mae'r DU yn apelio na rhwystrau i ymweld.

3.11 Ceir rhai gwahaniaethau ar draws segmentau. Anturiaethwyr sydd fwyaf tebygol o weld apêl y DU oherwydd yr amrywiol leoedd i ymweld â nhw (56%) tra bod y rhai sy'n ymweld yn fwy tebygol o gael eu denu gan y cysylltiadau hedfan cyfleus (39%). Yn y cyfamser, caiff yr Ymddiddorwyr Diwylliant eu denu i'r DU fwyaf gan ei fod yn gyrchfan ddiogel i deithio iddo (36%).

Rhesymau pam mae'r DU yn lle mor atyniadol i ymweld ag ef (%)

Mathau o gyrchfannau gwyliau sy'n cael eu hystyried yn y DU

3.12 Y farchnad Almaenaidd sydd fwyaf tebygol o ystyried o ddifrif mynd ar drip i ardaloedd trefol y DU am wyliau neu wyliau byr yn ystod y blynyddoedd nesaf – 'trefi hanesyddol a threftadaeth' yw'r rhai mwyaf deniadol (68% yn nodi hyn), ac yna 'dinasoedd a threfi mawr' (61%), yn arbennig o fewn y DU ac Iwerddon, Cymru yw'r wlad sydd leiaf tebygol o fod yn gysylltiedig â phob un o'r mathau hyn o gyrchfannau.

3.13 'Arfordir golygfaol a harbwrs' yw'r rhai mwyaf atyniadol nesaf ar gyfer teithio i'r DU (56%), ac yna 'cefn gwlad a phentrefi golygfaol' (53%). Mae cysylltiadau â Chymru yn gymharol uwch ar gyfer pob un o'r rhain nag y maent ar gyfer ardaloedd trefol. Mae ychydig o dan hanner y farchnad Almaenaidd yn ystyried gwyliau teithiol (47%)

sy'n awgrymu cyfle i Croeso Cymru hyrwyddo'r math hwn o brofiad gwyliau a llwybrau Ffordd Cymru.

3.14 Mae dros draean o'r farchnad Almaenaidd yn canfod tiroedd gwylltion a natur yn fath deniadol o gyrchfan (37%). Mae'n werth nodi mai'r Alban ac Iwerddon sy'n gysylltiedig fwyaf â'r math hwn o gyrchfan, ac yna Cymru ac yna Lloegr. Mae llai o apêl gan y farchnad Almaenaidd i gymryd gwyliau yn y DU mewn gwestai gwyliau mawr a phentrefi gwyliau hunangynhwysol.

Mathau o gyrchfannau gwyliau a ystyriwyd ar gyfer trip i'r DU (%)

3.15 Anturwyr (74%) ac Archwiliwyr (72%) sydd fwyaf tebygol o chwilio am drefi Hanesyddol a Threftadaeth (o'i gymharu â chyfartaledd o 67%). Y rhai sy'n mynd i weld golygfeydd (68%) ac Ymddiddorwyr Diwylliant (66%) sydd fwyaf tebygol o chwilio am Ddinasoedd a Threfi Mawr. Wrth edrych ar gysylltiadau â Chymru, Ymddiddorwyr Diwylliant (56%) ac Anturwyr (51%) sydd â'r cysylltiad uchaf o Gymru fel cyrchfan ar gyfer gwyliau teithiol. Ceiswyr Cyffro sydd fwy tebygol o fod â diddordeb mewn gwestai mawr a chanolfannau gwyliau yn hytrach na segmentau eraill.

Mathau o gyrchfannau gwyliau a ystyriwyd ar gyfer trip i'r DU fesul segment (%)

(CB1) (Sylfaen: Anturwyr n=344 ; Ceiswyr Cyffro n=200 ; Archwilwyr n=246 ; Rhai sy'n mynd i weld golygfeydd n=114 ; Ymddiddorwyr Diwylliant n=96)

	ANTURWYR	CEISWYR CYFFRO	ARCHWILWYR	RHAI SY'N MYND I WELD GOLYGFEYDD	YMDDIDDORWYR DIWYLLIANT
Trefi hanesyddol a threftadaeth	74%	58%	72%	67%	63%
Dinasoedd a threfi mawr	63%	60%	55%	68%	66%
Arfordir golygfaol a harbwrs	64%	41%	63%	44%	50%
Cefn Gwlad a phentrefi golygfaol	62%	43%	59%	38%	48%
Gwyliau teithiol	53%	44%	48%	32%	45%
Tiroedd gwyllt a natur	42%	35%	38%	23%	34%
Antur mynydd	34%	33%	34%	16%	42%
Cyrchfannau glan môr traddodiadol	32%	32%	29%	31%	35%
Gwesty cyrchfan fawr	9%	27%	8%	15%	24%
Pentref/canolfan gwyliau	8%	22%	9%	23%	18%

Mathau o brofiadau sy'n cael eu hystyried yn y DU

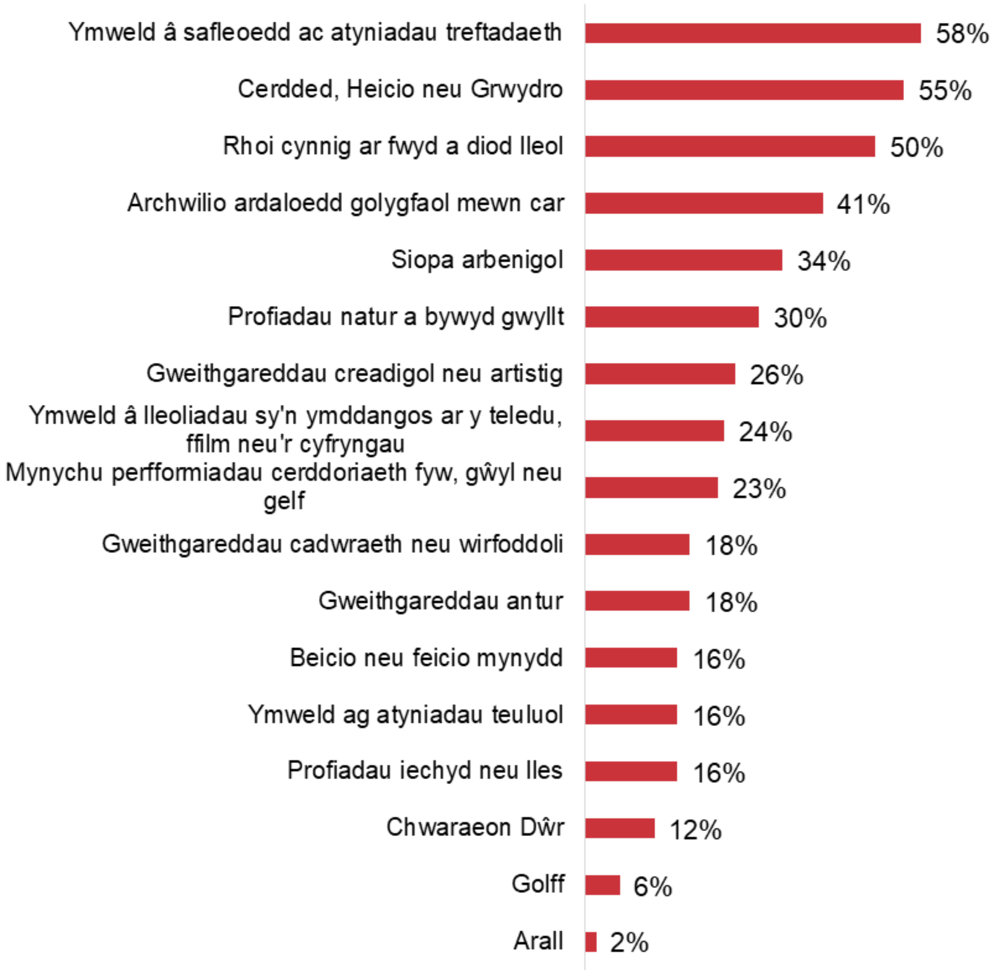
3.16 Mae'r farchnad Almaenaidd yn ystyried amrywiaeth o brofiadau ar wyliau neu wyliau byr yn y DU, a'r mwyaf poblogaidd yw 'ymweld â safleoedd treftadaeth ac atyniadau' (58%) a 'cherdded, heicio neu grwydro' (55%). O'r rheini sydd â phlant yn eu cartref, (tua chwarter y farchnad Almaenaidd), mae chwilio am weithgareddau creadigol, gweithgareddau antur neu weithgareddau cadwraeth yn ogystal ag atyniadau teuluol yn bwysicach nag i'r rhai heb blant.

3.17 Mae y farchnad Almaenaidd hefyd yn rhoi pwys ar roi cynnig ar fwyd a diod lleol, gyda 50% yn chwilio am y profiadau hyn. Mae hyn yn amlygu cyfle i arddangos y gorau o gynnyrch lleol Cymru.

3.18 Er bod cerdded, heicio a chrwydro yn graddio'n uchel yn unigol, wrth gynnwys gweithgareddau eraill sy'n cyfeirio'n benodol at ymarfer corff (cerdded, heicio, crwydro, seiclo, chwaraeon dŵr, golff a gweithgareddau antur), mae'r rhain o ddiddordeb i 71% o'r farchnad. Mae hyn yn tynnu sylw at gyfle gwirioneddol i Gymru hyrwyddo eu hapêl i'r farchnad Almaenaidd.

3.19 Gyda dros 40% â diddordeb mewn archwilio ardaloedd golygfaol mewn car ac ychydig o dan hanner â diddordeb mewn gwyliau teithiol (47%), efallai y bydd cyfle da i hyrwyddo Llwybrau Ffordd Cymru i'r farchnad Almaenaidd.

Mathau o brofiadau yr hoffai pobl eu gwneud fwyaf yn y DU (%)

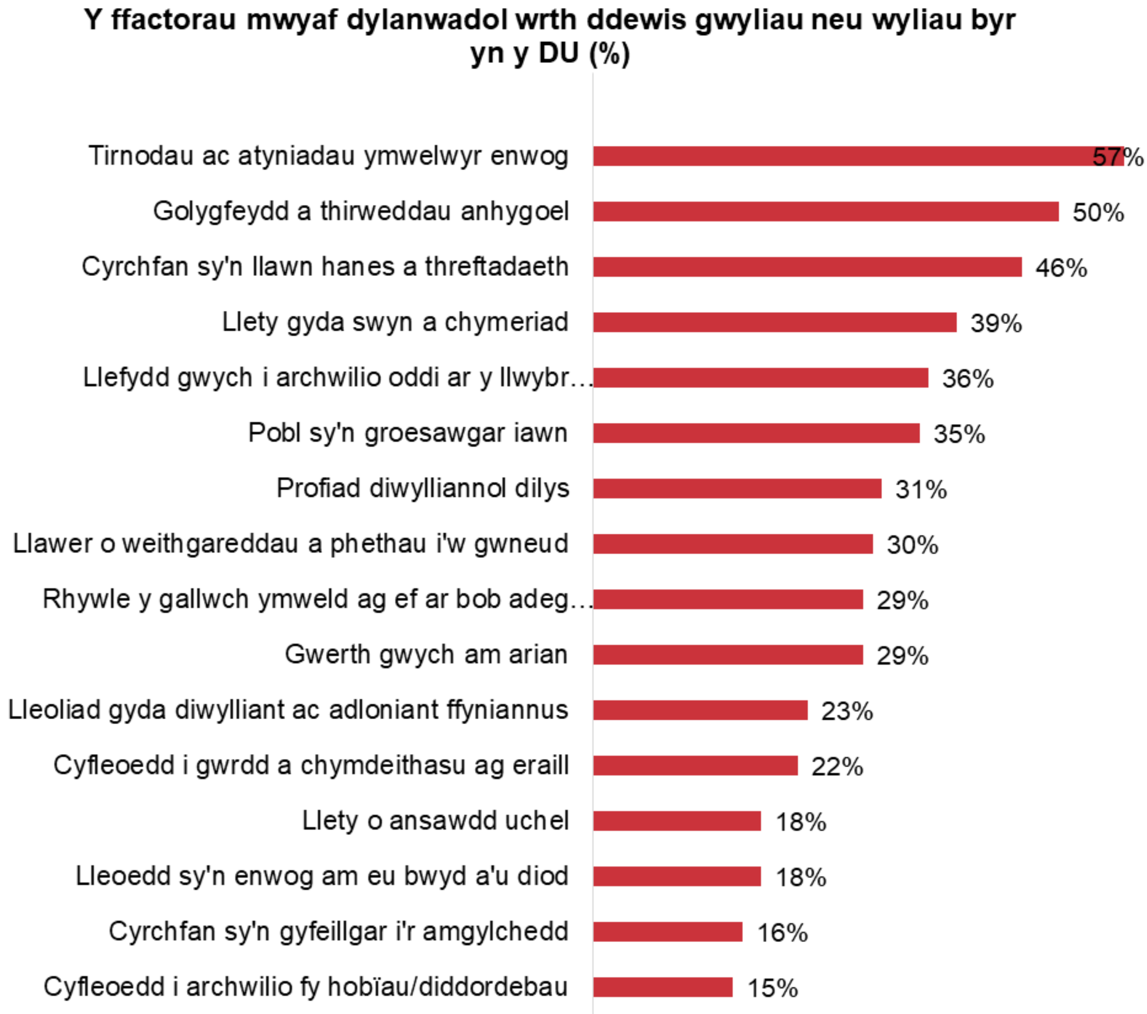


Dylanwadau ar wyliau

3.20 Yn gysylltiedig â'u hoff fathau o gyrchfannau a phrofiadau, 'tirnodau ac atyniadau enwog' (57%) a 'golygfeydd a phrofiadau anhygoel' (50%) yw'r ffactorau mwyaf dylanwadol pan fydd ymwelwyr o'r Almaen yn dewis gwyliau neu wyliau byr yn y DU. Pan gaiff ei grwpio gyda'i gilydd, mae treftadaeth yn ddylanwadol ar gyfer dwy ran o dair (68%) o’r farchnad Almaenaidd (46% yn nodi cyrchfan sy'n gyfoethog o ran hanes a threftadaeth a 57% yn nodi tirnodau ac atyniadau enwog). Mae ychydig o dan hanner yn y cyfamser (49%) yn cael eu dylanwadu gan ansawdd y llety (18% yn gwerthfawrogi llety o ansawdd uchel a 39% yn gwerthfawrogi llety gyda swyn a chymeriad).

3.21 Yn wahanol i farchnadoedd y DU ac Iwerddon, mae gwerth am arian yn ffactor llai pwysig i deithwyr Almaeneg (29%). Yn hytrach, mae’r farchnad Almaenaidd yn blaenoriaethu croesawu pobl a ffactorau diwylliannol wrth ystyried taith i'r DU.

3.22 Mae ymwelwyr o'r Almaen yn llawer mwy awyr agored o'u cymharu â marchnadoedd eraill, gan flaenoriaethu cerdded, heicio a chrwydro yn ogystal â golygfeydd a thirweddau anhygoel. Er syndod, mae cyrchfan ecogyfeillgar yn llai dylanwadol wrth ddewis gwyliau yn y DU, er gwaethaf newid yn yr hinsawdd a'r amgylchedd yn cael ei nodi fel ffactorau pwysig sy'n dylanwadu ar ymddygiad gwyliau cyffredinol Almaenwyr dros y 12 mis nesaf.

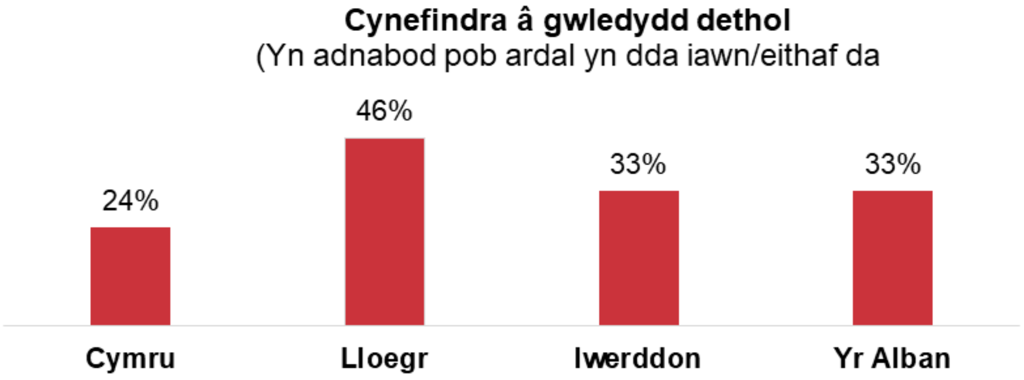

Y ffactorau mwyaf dylanwadol wrth ddewis gwyliau neu wyliau byr yn y DU (%)
Tirnodau ac atyniadau ymwelwyr enwog
57%
Golygfeydd a thirweddau anhygoel
50%
Cyrchfan sy'n llawn hanes a threftadaeth
46%
Llety gyda swyn a chymeriad
39%
Llefydd gwych i archwilio oddi ar y llwybr…
36%
Pobl sy'n groesawgar iawn
35%
Profiad diwylliannol dilys
31%
Llawer o weithgareddau a phethau i'w gwneud
30%
Rhywle y gallwch ymweld ag ef ar bob adeg…
29%
Gwerth gwych am arian
29%
Lleoliad gyda diwylliant ac adloniant ffyniannus
23%
Cyfleoedd i gwrdd a chymdeithasu ag eraill
22%
Llety o ansawdd uchel
18%
Lleoedd sy'n enwog am eu bwyd a'u diod
18%
Cyrchfan sy'n gyfeillgar i'r amgylchedd
16%
Cyfleoedd i archwilio fy hobïau/diddordebau
15%

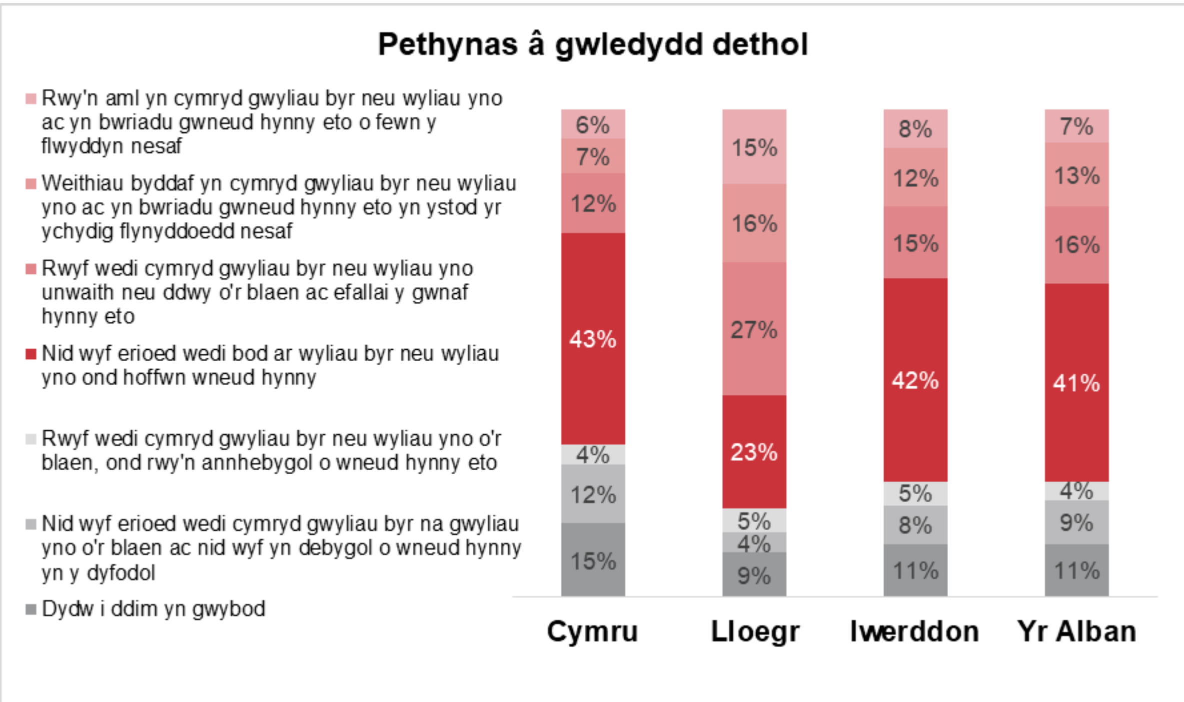
4. Ystyriaeth o Gymru

Cynefindra a pherthynas â gwledydd dethol

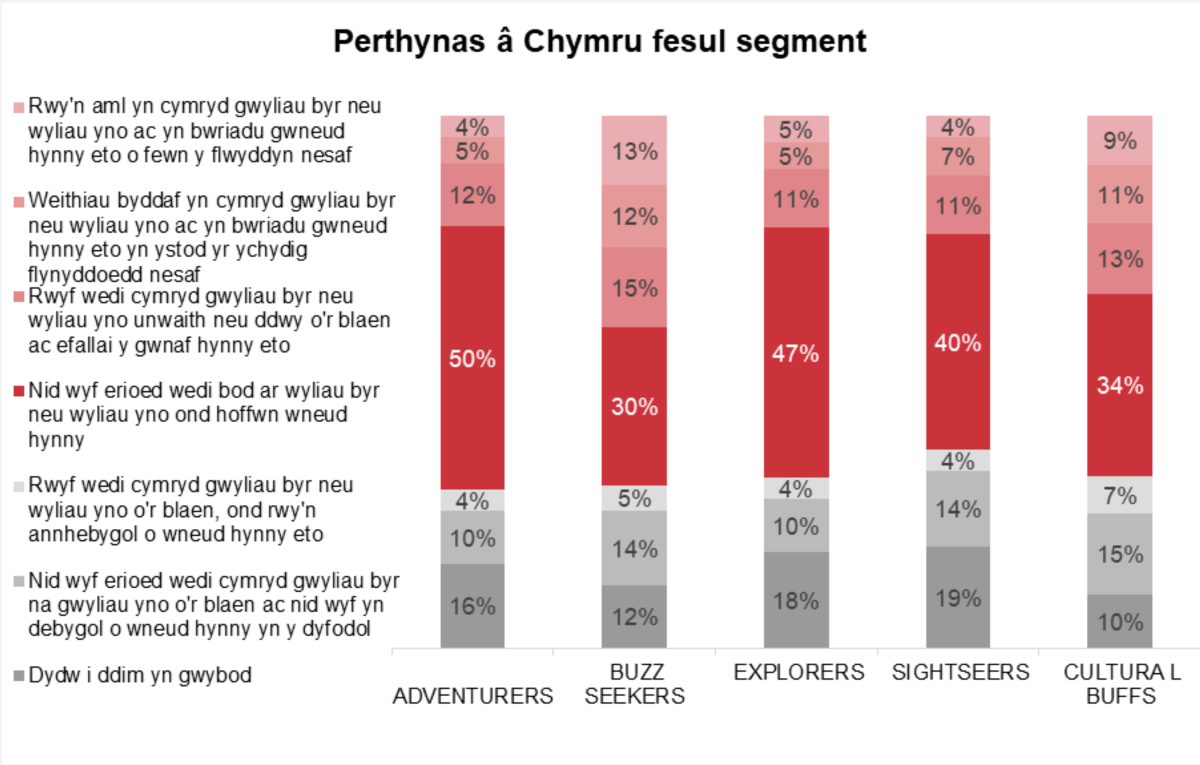
4.1 Mae’r farchnad Almaenaidd yn llai cyfarwydd â Chymru nag y maent gydag unrhyw un o'r gwledydd eraill yn y DU ac Iwerddon gyda 24% yn dweud eu bod yn adnabod Cymru'n dda iawn/gweddol dda. Mae cynefindra uchaf â Lloegr (46%), tra bod Iwerddon a'r Alban yr un mor gyfarwydd i un o bob tri Almaenwr. Mae gan Gymru hefyd gyfran is o ymwelwyr blaenorol o'r Almaen na'r Alban, Iwerddon ac yn enwedig Lloegr, tua 30%.

4.2 Yn gyffredinol, mae cynefindra'n cydberthyn ag ymweliadau. O'r rhai sy'n ystyried yn gryf ymweld â Chymru yn y dyfodol, mae eu cynefindra â Chymru yn dal yn llawer is nag ar gyfer unrhyw wlad arall, gan dynnu sylw at yr angen i addysgu’r farchnad Almaenaidd am bethau i'w gwneud yng Nghymru. Yn gadarnhaol, nid yw dros 2 o bob 5 o’r farchnad Almaenaidd wedi ymweld â Chymru ond hoffent wneud hynny, gan awgrymu bod cyfle i dyfu'n sylweddol o'r farchnad hon.

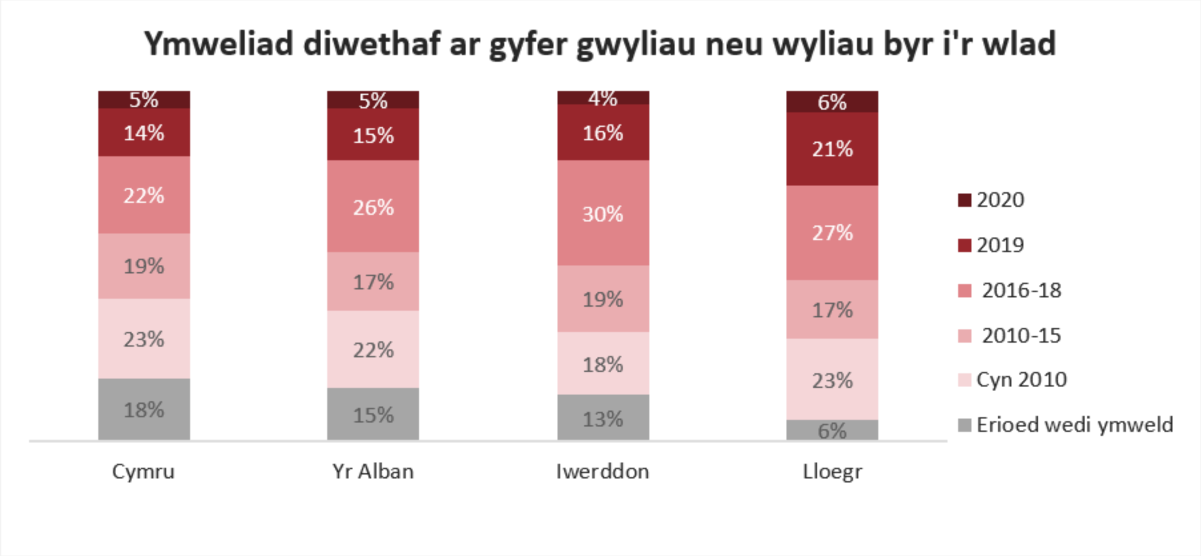




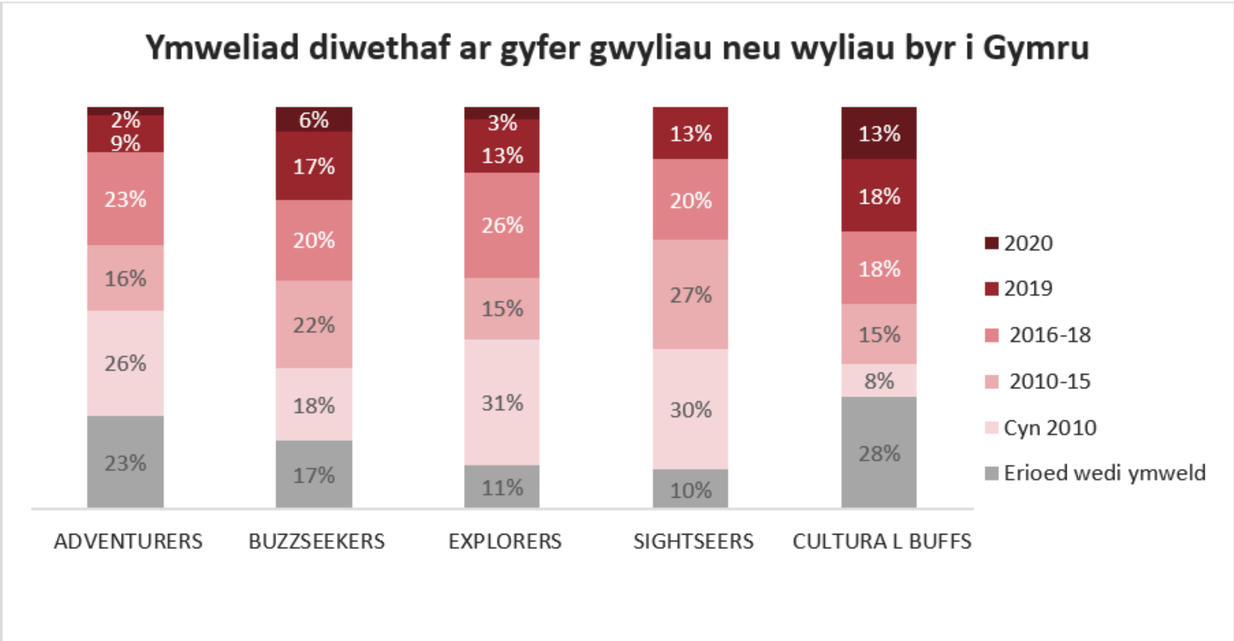
4.3 Wrth edrych ar ymweliadau blaenorol ar draws segmentau, Ceiswyr Cyffro (45%) ac Ymddiddorwyr Diwylliant (40%) sydd â'r gyfran uchaf sydd wedi ymweld â Chymru'n flaenorol. Fodd bynnag, mae Anturwyr (50%) ac Archwiliwyr (47%) â'r gyfran uchaf o bobl nad ydynt wedi ymweld â Chymru o'r blaen ond a hoffai wneud hynny yn y dyfodol. Y rhai sy'n mynd i weld golygfeydd yw'r gyfran uchaf nad ydynt wedi ymweld o'r blaen ac nad ydynt yn bwriadu ymweld yn y dyfodol. Mae cyfle i ddenu amrywiaeth o segmentau sy'n agored i ymweld â Chymru yn y dyfodol.



4.4 Mae Lloegr, ac yna Iwerddon ac yna'r Alban yn fwy tebygol na Chymru o fod wedi denu ymweliadau blaenorol o'r Almaen gan gynnwys ymweliadau diweddar dros yr ychydig flynyddoedd diwethaf. Cymru sydd â'r gyfran uchaf nad ydynt erioed wedi ymweld â hi'n flaenorol (18%) o'i gymharu â'r Alban (15%), Iwerddon (13%) a Lloegr (6%).



4.5 Wrth edrych ar draws segmentau, Ymddiddorwyr Diwylliant a Cheiswyr Cyffro yw'r rhai sy'n fwyaf tebygol o fod wedi ymweld yn ystod y ddwy flynedd ddiwethaf. Fodd bynnag, Ymddiddorwyr Diwylliant ynghyd ag Anturwyr sydd â'r gyfran uchaf nad ydynt erioed wedi ymweld â Chymru o'r blaen. Archwiliwyr a'r Rhai sy'n mynd i weld golygfeydd sydd â'r gyfran uchaf sydd wedi ymweld â Chymru'n flaenorol er bod cyfran uchel o'r ymweliadau hyn amser maith yn ôl.



Ystyriaeth o gyrchfannau’r DU ar gyfer gwyliau

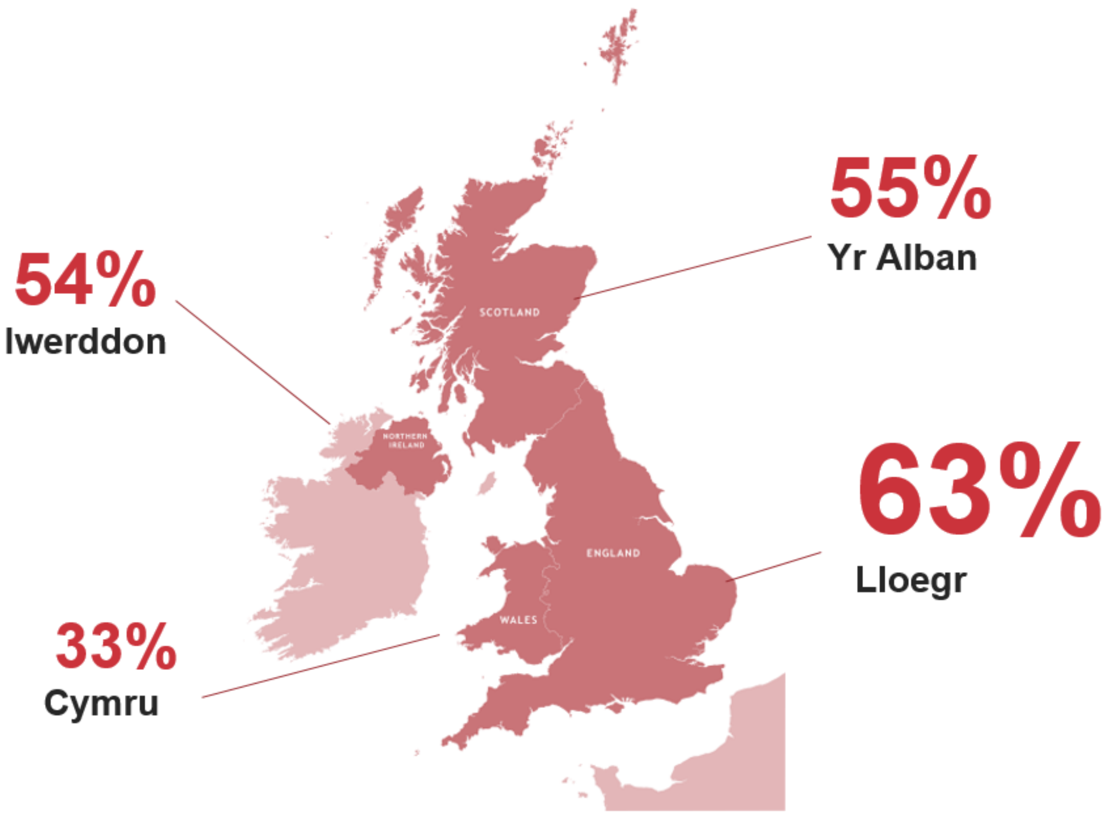
4.6 Mae’r ystyriaeth o Gymru fel lle i ymweld gan y farchnad Almaenaidd (33%) yn llawer is na phob un o'r gwledydd eraill yn y DU (Yr Alban 55% a Lloegr 63%) ac Iwerddon (54%), sy'n nodi'r her i Croeso Cymru ddenu ymwelwyr o’r farchnad Almaenaidd.

4.7 Anturwyr yw'r segment Almaenaidd sydd fwyaf tebygol o ystyried Cymru o ddifrif ar gyfer gwyliau neu wyliau byr (39% yn datgan hynny) a hanner yn datgan 'nad ydyn nhw erioed wedi bod ar wyliau neu wyliau byr yno ond yr hoffent wneud hynny. Dilynir hyn gan Archwiliwyr, gyda 34% yn ystyried o ddifrif, ac ychydig o dan hanner yn dweud nad ydynt erioed wedi bod i Gymru ar wyliau byr neu wyliau ond yr hoffent wneud hynny. Y rhai sy’n mynd i weld golygfeydd yw'r segment lleiaf tebygol o fod yn ystyried ymweld â Chymru o ddifrif (23%).

4.8 Mae ymwelwyr blaenorol yr un mor debygol o fod yn ystyried ymweliad â Chymru o ddifrif fel y rhai na fu erioed o'r blaen.

4.9 Fodd bynnag, mae'n werth nodi bod y farchnad Almaenaidd yn llawer mwy tebygol o fod yn ystyried ymweld â'r Alban neu Iwerddon o ddifrif p'un a oeddent wedi bod o'r blaen ai peidio.

Cyfran sy'n ystyried ymweld â phob gwlad o ddifrif (%)



Proffil y rhai sy'n ystyried Cymru ar gyfer gwyliau byr neu wyliau

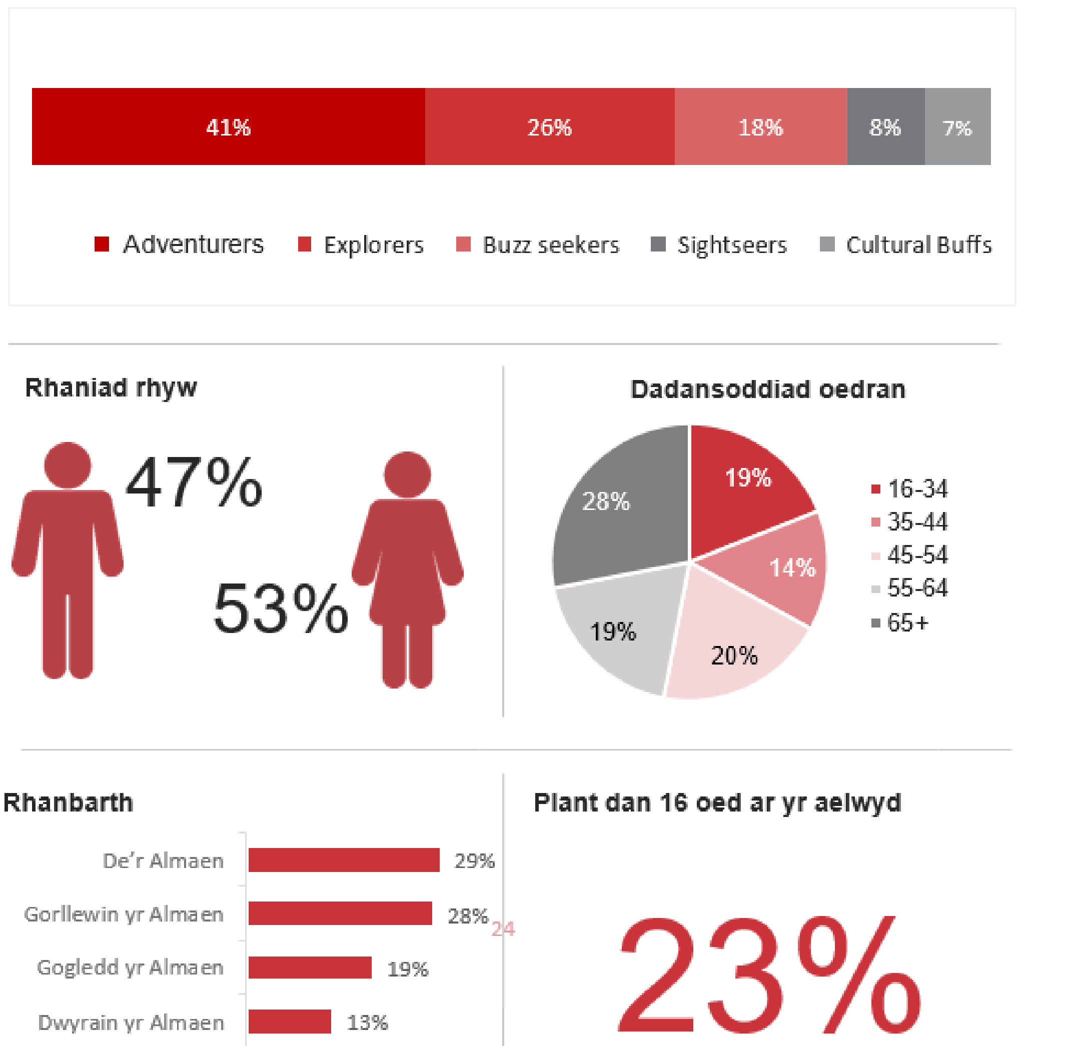
4.2 Mae mwyafrif ystyrwyr i Gymru yn fenywod (53%), ac mae ganddynt broffil oedran ychydig yn hŷn, gyda bron i hanner (47%) yn 55+ oed. Mae hyn yn wahanol i'r farchnad Wyddelig sy'n gyfran uwch yn y grwpiau oedran teulu allweddol 35-54 (45%) o'i gymharu â thraean (34%) o ystyrwyr i Gymru o'r Almaen. Mae pobl iau 16-34 oed yn ffurfio tua un o bob pump (19%) o ystyrwyr o'r Almaen.

4.11 Mae dros ddwy ran o dair o'r rhai sy'n ystyried trip i Gymru naill ai'n Anturiaethwyr (41%) neu Archwiliwyr (26%). Mae Ceiswyr Cyffro yn ffurfio tua un o bob pump o ystyrwyr i Gymru (18%), tra mai Ymddiddorwyr Diwylliant a'r Rhai sy'n mynd i weld golygfeydd yw'r segmentau lleiaf o fewn cynulleidfa 'Ystyrwyr i Gymru'.

4.12 Mae ystyrwyr i Gymru yn fwy tebygol o fod o ranbarth preswyl daearyddol De a Gorllewin yr Almaen. Mae hyn yn unol ag ystyriaeth ar gyfer gwledydd eraill y DU, a De a Gorllewin yr Almaen yw'r ystyrwyr cryfaf hefyd sy'n ystyried gwyliau byr neu wyliau.

4.13 Nid oes gan y mwyafrif o'r rhai sy'n ystyried ymweld â Chymru (77%) blant gartref, yn unol â phroffil oedran hŷn. Mae gan lai nag un o bob pump (23%) ystyrwyr o'r Almaen blant gartref, sy'n arbennig o is na thros draean (36%) o ystyrwyr o Iwerddon.

Gwybodaeth proffil 'Ystyrwyr i Gymru'



Proffil ystyrwyr ar gyfer pob gwlad

4.14 Mae proffiliau tebyg rhwng y rhai sy'n ystyried Cymru, yr Alban ac Iwerddon.

4.15 O'i gymharu â'r holl 'ystyrwyr i'r DU', mae'r rhai sy'n ystyried Cymru yn fwy tebygol o fod yn:

- Anturwyr (41% o'i gymharu â 34% yn y farchnad)
- 55+ oed (47% o'i gymharu â 43%)
- O ddosbarthiad rhanbarthol tebyg i ystyrwyr ar gyfer gweddill y DU

4.16 I'r gwrthwyneb, mae ystyrwyr yn llai tebygol na'r farchnad gyffredinol o fod yn:

- Y rhai sy'n mynd i weld golygfeydd (8% o'i gymharu ag 11% yn y farchnad)
- 16-34 oed (19% o'i gymharu â 24%)
- O Ddwyrain yr Almaen (13% o'i gymharu â 15%)

4.17 Mae pob gwlad yn mynegeio ychydig yn uwch na Chymru ar gyfer ystyrwyr sy'n Ymddiddorwyr Diwylliant.

		Pob un ystyriwr i'r DU ac Iwerddon	**Ystyrwyr i Gymru**	Ystyrwyr i Loegr	Ystyrwyr i Iwerddon	Ystyrwyr i'r Alban
SEGMENT	Anturwyr	34%	**41%**	35%	40%	41%
	Ceiswyr Cyffro	20%	**18%**	19%	18%	15%
	Archwilwyr	25%	**26%**	24%	25%	25%
	Rhai sy'n mynd i weld golygfeydd	11%	**8%**	13%	8%	10%
	Ymddiddorwyr Diwylliant	10%	**7%**	9%	9%	9%
RHYW	Gwryw	49%	**47%**	49%	45%	48%
	Benyw	51%	**53%**	51%	55%	52%
OEDRAN	16-34	24%	**19%**	23%	21%	19%
	35-44	14%	**14%**	14%	15%	13%
	45-54	19%	**20%**	18%	20%	22%
	55-64	17%	**19%**	18%	19%	18%
	65+	26%	**28%**	27%	25%	28%
PLANT AR YR AELWYD	Plant	24%	**23%**	22%	23%	22%
	Dim plant	76%	**77%**	78%	77%	78%
RHANBARTH	Gogledd yr Almaen	18%	**19%**	18%	18%	19%
	Gorllewin yr Almaen	28%	**28%**	28%	27%	28%
	Canol yr Almaen	10%	**11%**	10%	10%	11%
	Dwyrain yr Almaen	15%	**13%**	17%	15%	13%
	De'r Almaen	29%	**29%**	28%	31%	31%

Rhesymau dros beidio ag ystyried ymweld â Chymru

4.18 Nid oedd unrhyw resymau arweiniol llethol dros bobl yn peidio ag ystyried ymweld â Chymru. Diffyg ymwybyddiaeth o'r hyn sydd i'w wneud yw'r rheswm a grybwyllir amlaf dros beidio ag ymweld (27% yn nodi hyn).

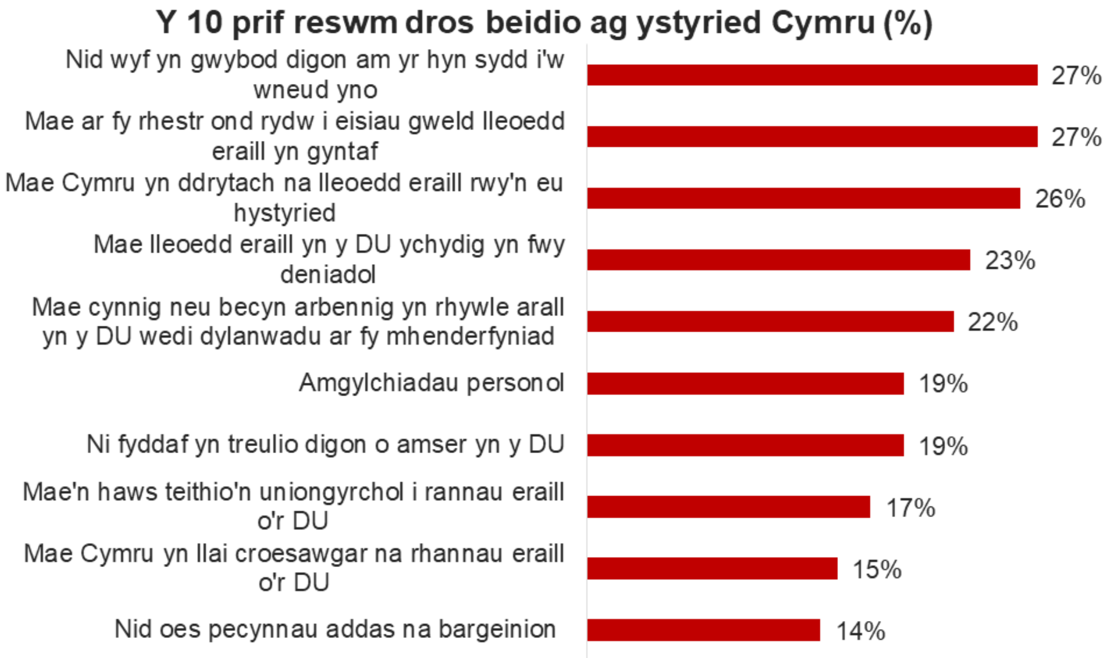
4.19 Yn gadarnhaol, y cyd-reswm cyntaf yw bod Cymru ar y rhestr ond eu bod yn gweld lleoedd eraill yn gyntaf (27%). Drwy gynyddu ymwybyddiaeth o'r hyn sydd gan Gymru i'w gynnig, mae'n bosibl y bydd Cymru'n symud i fyny'r rhestr o leoedd i ymweld â nhw.

4.20 Roedd ychydig dros un o bob pedwar (26%) yn credu bod Cymru'n ddrytach na chyrchfannau eraill y maent yn eu hystyried, sy'n rhwystr amlycach i ystyrwyr o’r Almaen nag Iwerddon.

4.21 Ymhlith y rhesymau nodedig eraill dros beidio ag ymweld mae'r apêl (23%) a chynigion arbennig (22%) mewn mannau eraill yn y DU, sy'n dylanwadu eu penderfyniad ac na fyddant yn treulio digon o amser yn y DU i ymweld â Chymru (19%). Mae hyn yn dangos bod llawer o ddarpar ymwelwyr yn rhoi cyrchfannau eraill yn y DU ar y blaen i ymweld â Chymru.

4.22 Mae ymwybyddiaeth o'r hyn sydd i'w wneud yng Nghymru ar ei isaf ymhlith pobl sy'n ymweld. Y segment hwn hefyd yw'r mwyaf tebygol o chwilio am opsiynau yn y DU sy'n haws i deithio’n uniongyrchol iddyn nhw.

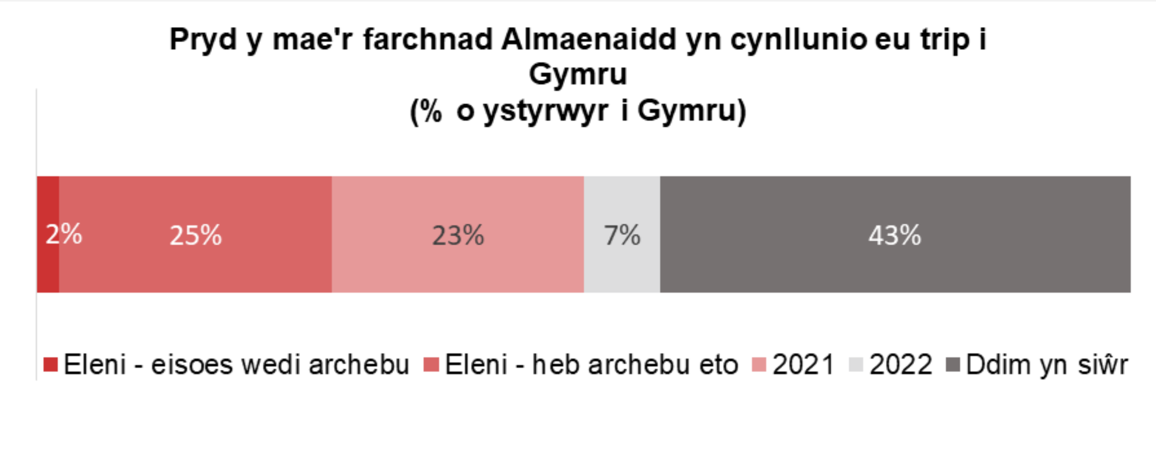
4.23 Ffactorau a oedd yn llai pwysig i deithwyr gwyliau Almaenig/gwyliau byr nad oeddent yn dewis Cymru oedd ei bod yn rhy brysur/gorlawn (dim ond 4%) neu nad oes llety addas ar gael (dim ond 5%).



5. Ymweld â Chymru

Amseriad trip disgwyliedig i Gymru

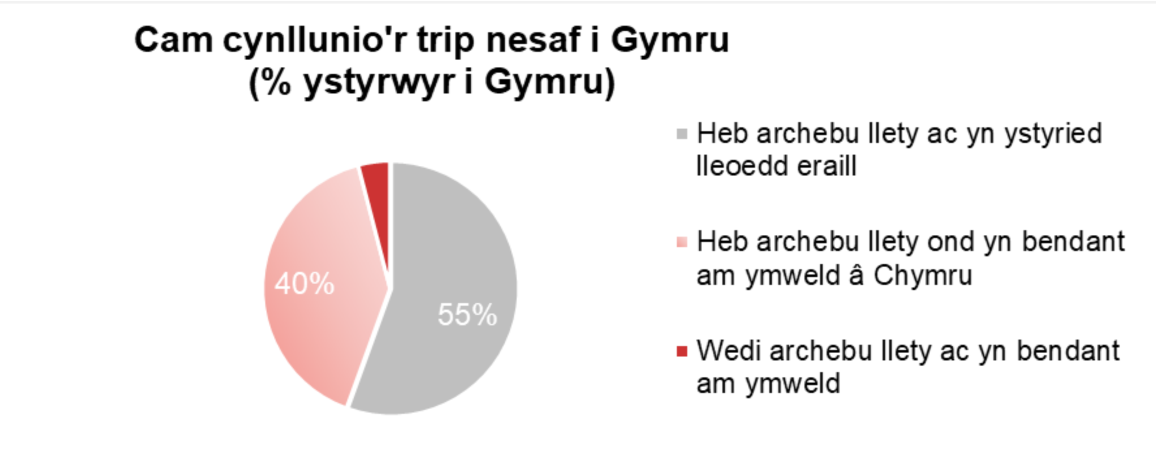
5.1 O'r rhai yn y farchnad Almaenaidd a oedd yn ystyried ymweld â Chymru o ddifrif yn ystod y 12 mis nesaf, dim ond 2% oedd eisoes wedi archebu taith ar gyfer 2020 ar adeg yr arolwg ddechrau mis Mawrth. Roedd 1 o bob 4 arall yn cynllunio taith yn 2020 ond nid oeddent wedi'i harchebu eto. Roedd y gweddill naill ai'n cynllunio taith yn 2021 a thu hwnt, neu nid oeddent yn siŵr. Disgwylir i effaith COVID-19 fod wedi bod yn rhwystr mawr i allu'r farchnad Almaenaidd i fod wedi cymryd gwyliau yn y DU yn 2020.



Cam cynllunio'r trip nesaf i Gymru

5.2 Yn unol â phan ragwelodd ystyrwyr ymweld â Chymru, dim ond lleiafrif bach oedd wedi archebu eu llety (4%). Yn gadarnhaol, dywedodd 2 o bob 5 ystyriwr y byddent yn bendant yn ymweld â Chymru, er nad oeddent eto wedi archebu eu llety. Fodd bynnag, nid oedd dros hanner wedi archebu lle ac roeddent yn ystyried lleoedd eraill.

5.3 Ymhlith y segmentau, mae Archwiliwyr ac Anturwyr yn fwy tebygol o barhau i fod ar y cam 'heb archebu ac yn ystyried lleoedd eraill'. Mae Ceiswyr Cyffro a'r Rhai sy'n mynd i weld golygfeydd yn fwy tebygol o fod heb archebu llety ond byddant yn bendant yn ymweld â Chymru.



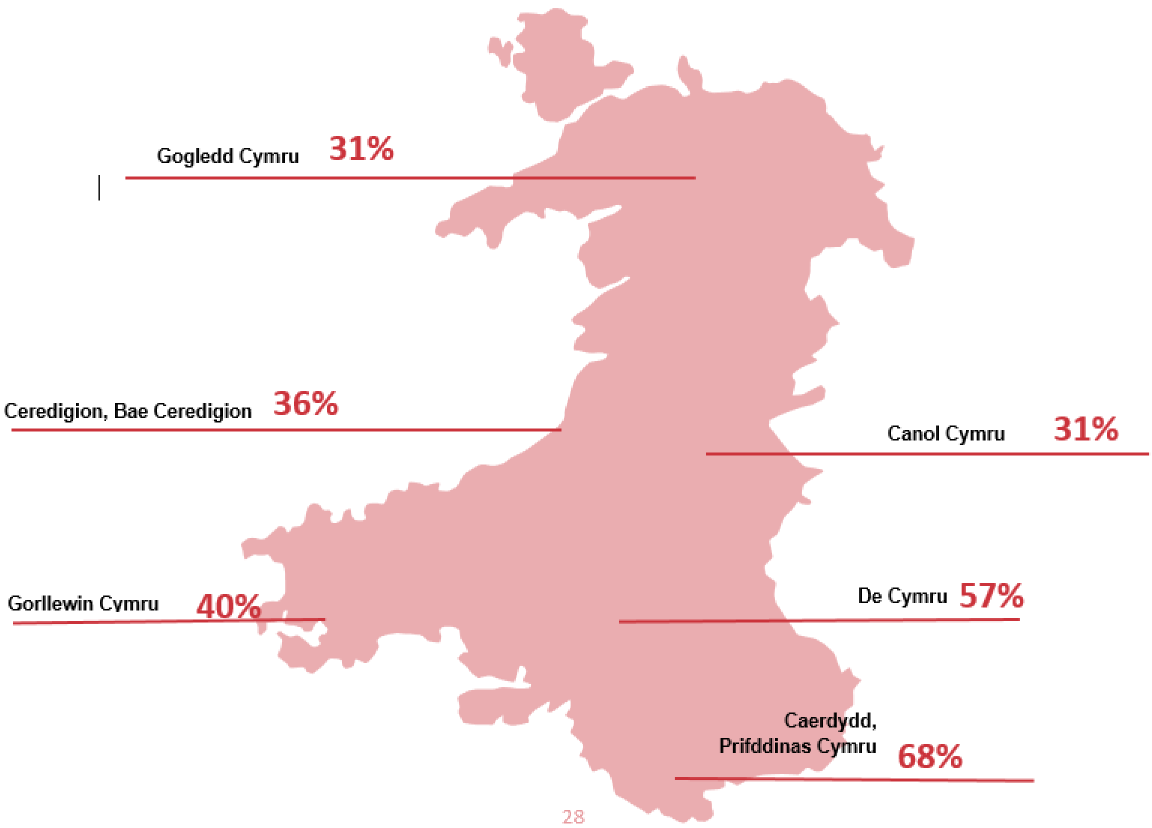
Ble y bwriedir ymweld ag ef yng Nghymru

5.4 Ymwelwyr o’r farchnad Almaenaidd sydd fwyaf tebygol o fod yn bwriadu ymweld ag ardaloedd yn Ne Cymru, ond mae diddordeb mewn ymweld ar draws y rhan fwyaf o Gymru. Y diddordeb yw bod gwyliau teithiol mewn car yn awgrymu y gellid annog ymwelwyr Almaeneg i archwilio sawl rhan wahanol o Gymru yn ystod eu taith neu drwy ymweliadau mynych.

5.5 Caerdydd yw'r gyrchfan y maent fwyaf tebygol o ymweld â hi, 68% yn nodi y byddent yn gwneud hynny, ac yna De Cymru (57%) a Gorllewin Cymru (40%). Gogledd a Chanol Cymru oedd y lleiaf tebygol o gael ymweliad gydag ychydig o dan draean yn ystyried yr ardaloedd hynny o ddifrif. O ystyried diddordeb y farchnad Almaenaidd yn yr awyr agored, gallai hyrwyddo'r ardaloedd hynny gynyddu diddordeb, yn enwedig o ystyried pa mor boblogaidd yw Gogledd Cymru ymhlith marchnadoedd eraill.

5.6 Pan ofynnwyd iddynt ysgrifennu ymhle yng Nghymru y byddent yn ystyried ymweld, mae’r farchnad Almaenaidd yn sôn yn bennaf am Gaerdydd. Ynghyd â hyn maent yn sôn am gyfuniadau o ymweld â'r brifddinas a'r Wyddfa neu daith ffordd i archwilio cymaint â phosibl.

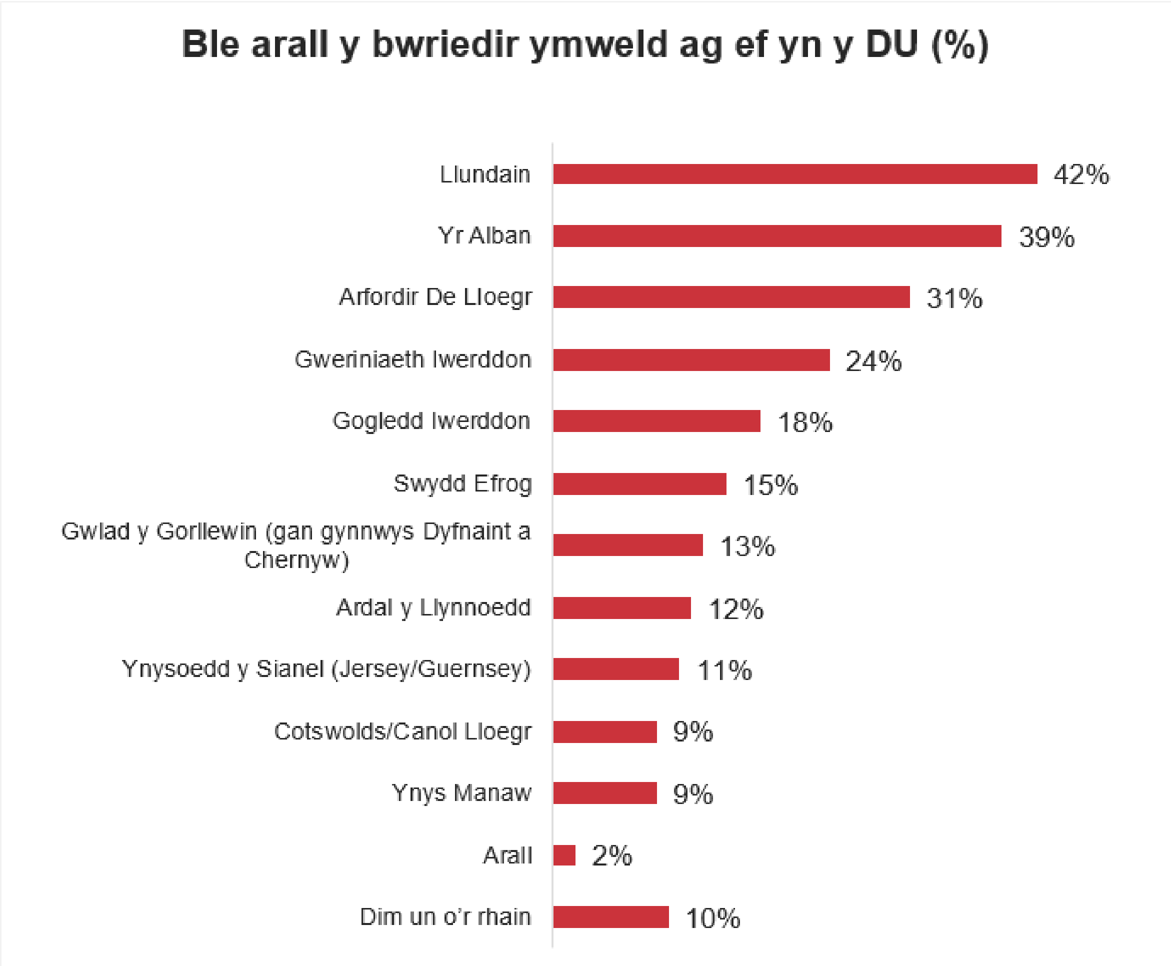
Ardaloedd y mae 'Ystyrwyr i Gymru' yn ystyried ymweld â nhw o ddifrif (%)



Ble arall y bwriedir ymweld ag ef yn y DU

5.7 Mae bron pob un o'r rhai sy'n ystyried trip i Gymru yn bwriadu ymweld â rhannau eraill o'r DU yn ystod eu taith arfaethedig i'r DU. Llundain (42%) a'r Alban (39%) ac Arfordir De Lloegr (31%) ac Iwerddon yw'r ardaloedd mwyaf poblogaidd i ymweld â nhw hefyd tra mai'r ardaloedd lleiaf poblogaidd a nodwyd yw y Cotswolds/Canol Lloegr ac Ynys Manaw (9%). Dim ond 2% sy'n dewis ardaloedd eraill yn y DU nas hamlygwyd yma, gan awgrymu bod y rhan fwyaf o Almaenwyr yn targedu'r cyrchfannau 'ticio bocsys' mwyaf adnabyddus.

5.8 Mae'r cynlluniau i ymweld â chyrchfannau lluosog yn dangos y cyfle i hyrwyddo tripiau sy'n cyfuno trip i Gymru â chyrchfannau poblogaidd eraill yn y DU ac Iwerddon.



Cyfansoddiad parti a ragwelir ar gyfer y trip nesaf i Gymru

5.9 Mae ystyrwyr i Gymru o'r Almaen yn fwyaf tebygol o ymweld gyda'u partner (64%). Mae tua un o bob pump yn debygol o ymweld gyda'u plant (22%). Roedd un o bob pum teithiwr Almaenaidd (20%) yn debygol o ymweld gyda'u ffrind/ffrindiau.

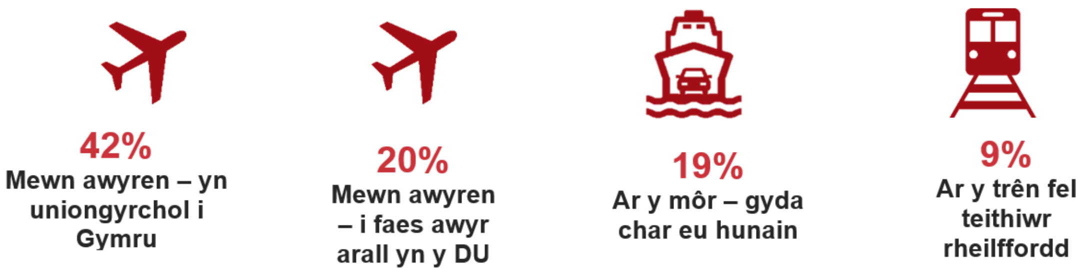
Cyfansoddiad parti a ragwelir (Y 5 Uchaf)

(CG6) (Sylfaen: n=327)

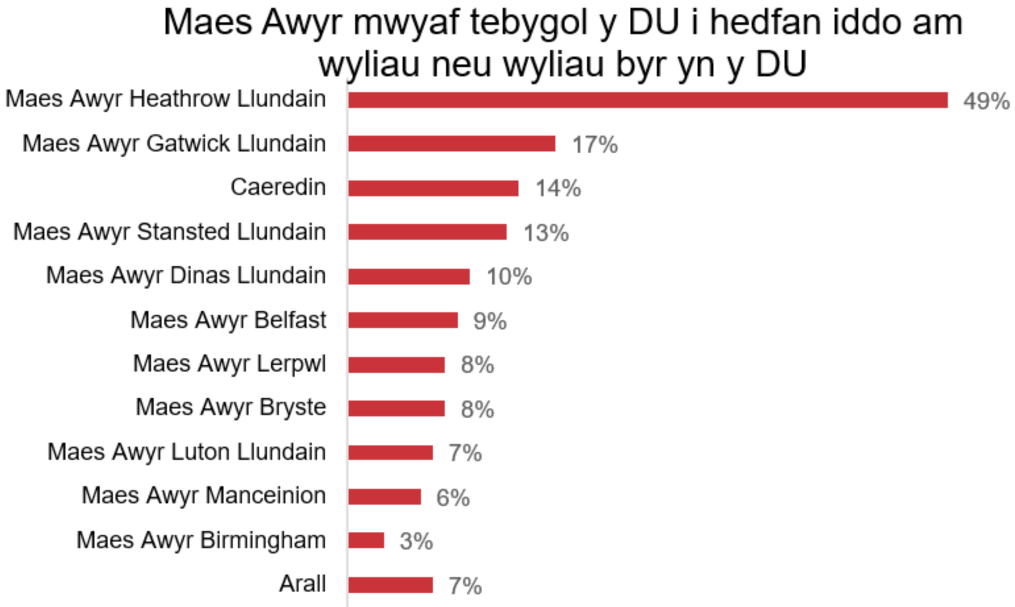
Dull teithio a ragwelir i Gymru

5.10 Y farchnad Almaenaidd sydd fwyaf tebygol o fod yn bwriadu teithio mewn awyren yn uniongyrchol i Gymru (42% yn nodi hyn), ac yna mewn awyren i faes awyr arall yn y DU (20%). Yn ddiddorol, mae nifer y rhai sy'n ystyried cyrraedd Cymru drwy daith awyren i faes awyr arall yn y DU yn debyg i'r rhai a fyddai'n dewis teithio ar y môr gyda'u car eu hunain.

Dull teithio a ragwelir i Gymru
(CG10) (Sylfaen: n=327)



5.11 Er gwaethaf agosrwydd maes awyr Bryste i Gymru, mae Heathrow yn llawer mwy poblogaidd i hedfan iddo, yn ogystal â Chaeredin, gan nodi ymhellach fod potensial mawr i gyfuno trip i Gymru â rhannau eraill o'r DU.



Hyd trip a ragwelir i Gymru

5.12 O'r rhai o fewn y farchnad Almaenaidd sy'n ystyried trip i Gymru, mae'r mwyafrif llethol (95%) yn cynllunio mynd ar drip o 4+ noson. Mae ystyrwyr i Gymru yn rhagweld y byddant yn cymryd trip hyd cyfartalog o ychydig dros wythnos yng Nghymru, sy'n sylweddol uwch nag ymhlith marchnadoedd Iwerddon a'r DU.

Hyd trip arfaethedig i Gymru ymhlith 'ystyrwyr i Gymru'

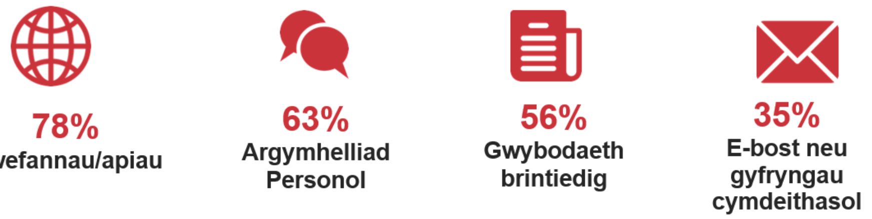
(CG2) (Sylfaen: n=327)

5%	95%	8 nights
Yn cynllunio cymryd gwyliau byr i Gymru (1-3 noson)	**Yn cynllunio cymryd gwyliau i Gymru (4+ noson)**	**Hyd cyfartalog trip arfaethedig i Gymru (nosweithiau)**

Ffynonellau gwybodaeth disgwyliedig i gynllunio'r trip nesaf i Gymru

5.13 Y farchnad Almaenaidd sy'n rhagweld ymweliad â Chymru sydd fwyaf tebygol o gynllunio drwy wefannau ac apiau, 78% yn nodi hyn yn ogystal â thrwy argymhelliad personol (63%). Mae gwybodaeth brintiedig yn bwysicach i'r farchnad Almaenaidd (56%) nag ydyw ar gyfer marchnad Iwerddon (34%) wrth gynllunio trip, tra bod e-bost neu gyfryngau cymdeithasol yn llai pwysig i'r farchnad Almaenaidd (35%) na marchnad Iwerddon (43%).

Ffynonellau gwybodaeth net (%)



5.14 Er mai sgyrsiau gyda ffrindiau a theulu sydd wedi ymweld yw'r ffynhonnell wybodaeth fwyaf a ragwelir ar gyfer trip i Gymru gyda 49% yn nodi hyn, yr ail ffynhonnell bwysicaf yw llyfrau canllaw/taflenni gwybodaeth printiedig (44%). Yn y cyfamser dim ond un o bob pump sy'n bwriadu ymweld â gwefan y bwrdd croeso.

Ffynonellau gwybodaeth disgwyliedig ar gyfer tripiau i Gymru (%)

Sianeli archebu disgwyliedig ar gyfer y trip nesaf i Gymru

5.15 Gwefannau teithio yw'r sianeli y mae ystyrwyr i Gymru yn fwyaf tebygol o'u defnyddio i archebu llety gyda (54% yn nodi hyn), ac yna 'yn uniongyrchol gyda darparwr llety' (34%). Hefyd, mae asiantau teithio yn fwy poblogaidd fel ffynhonnell archebu gan ymwelwyr Almaeneg gydag un o bob pump yn rhagweld archebu yn y siop neu drwy wefan asiant.

Ffynonellau sianeli archebu llety disgwyliedig ar gyfer tripiau i Gymru (% rhestredig)

5.16 Mae archebu'n uniongyrchol gyda darparwyr llety neu drwy wefan teithio yn fwy poblogaidd ar draws pob rhan o'r farchnad.

5.17 Anturwyr yw'r bwriadwyr mwyaf tebygol o archebu drwy wefan teithio (59% o'i gymharu â 54% ar gyfartaledd). Archwiliwyr a'r Rhai sy'n mynd i weld golygfeydd yw'r rhai mwyaf tebygol o archebu mewn siop asiant teithio. Ceiswyr Cyffro ac Ymddiddorwyr Diwylliant yn y cyfamser yw'r rhai mwyaf tebygol o gynllunio archebu drwy wefan Homestay.

Ffynonellau'r 3 sianel archebu llety uchaf a ragwelir ar gyfer tripiau i Gymru fesul segment (% rhestredig)

(CG5) (Sylfaen: Pob ymatebydd sy'n ystyried trip i Gymru o ddifrif Anturwyr n=135 ; Ceiswyr Cyffro n=59 ; Archwiliwyr n=84 ; Rhai sy'n mynd i weld golygfeydd n=26; Ymddiddorwyr Diwylliant n=23*)*

**Gofal, sylfaen yn isel*

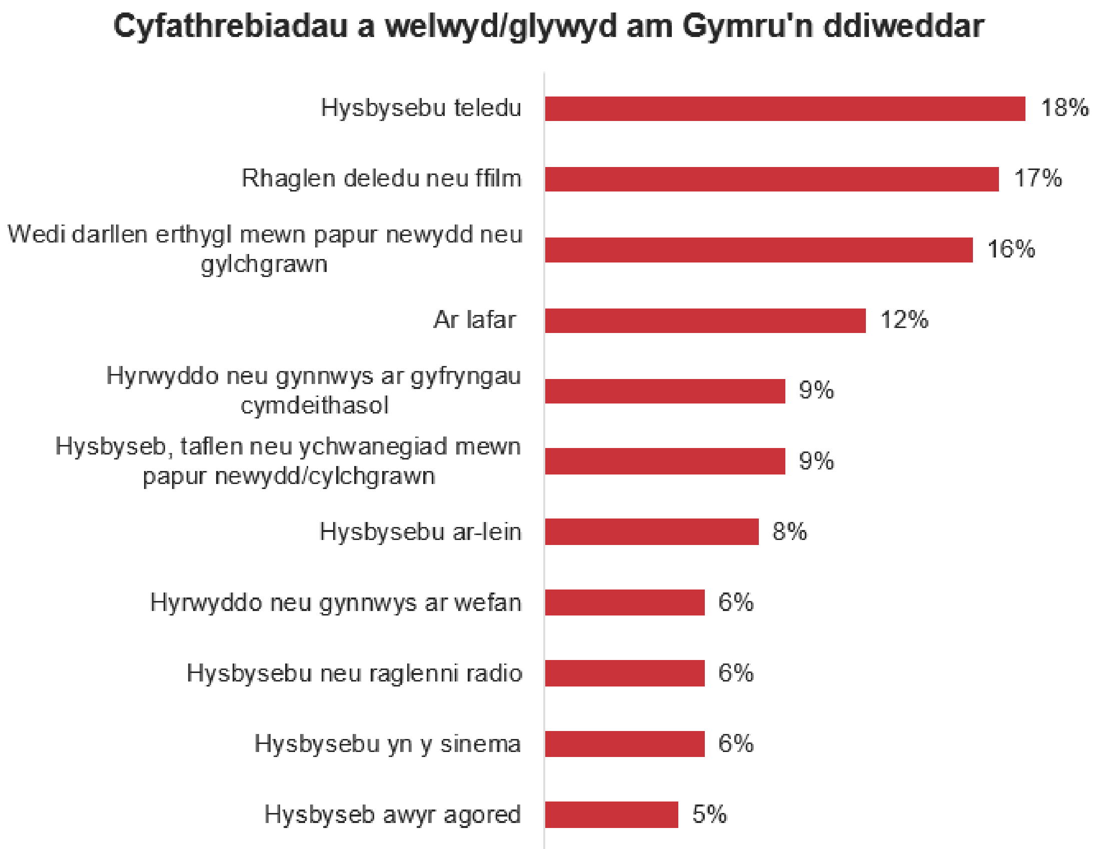
Anturwyr	Ceiswyr Cyffro	Archwilwyr	Rhai sy'n mynd i weld golygfeydd	Ymddiddorwyr Diwylliant
Gwefan teithio **59%**	Gwefan teithio **49%**	Gwefan teithio **50%**	Gwefan teithio **50%**	Gwefan teithio **52%**
Yn uniongyrchol gyda darparwr llety **38%**	Yn uniongyrchol gyda darparwr llety **39%**	Yn uniongyrchol gyda darparwr llety **30%**	Yn uniongyrchol gyda darparwr llety **31%**	Gwefan Homestay **26%**
Canolfan wybodaeth i dwristiaid/bwrdd twristiaeth **24%**	Gwefan Homestay **31%**	Mewn siop asiant teithio **29%**	Mewn siop asiant teithio **23%**	Yn uniongyrchol gyda darparwr llety **22%**

6. Cyswllt gyda Croeso Cymru

Gohebiaeth ddiweddar a welwyd/a glywyd am Gymru yn ddiweddar

6.1 Heb brocio, ychydig o dan 1 o bob 5 (18%) o'r farchnad Almaenaidd sy'n cofio gweld hysbysebion teledu am Gymru yn ddiweddar ac 17% yn cofio clywed am Gymru mewn rhaglen deledu neu ffilm. Roedd darllen erthygl mewn papur newydd neu gylchgrawn yn drydydd uchaf ar gyfer galw i gof heb brocio (16%). Roedd llai o alw i gof ar gyfer clywed am Gymru mewn hysbysebu awyr agored (5%) mewn hysbysebion sinema (6%) ac ar y radio (6%).

6.2 Yn gyffredinol, Ceiswyr Cyffro ac Ymddiddorwyr Diwylliant sydd â'r galw i gof uchaf, gyda dim ond traean yn dweud nad oeddent wedi gweld 'dim un o'r rhain'. Rhai sy'n mynd i weld golygfeydd (64% dim un o'r rhain) ac Archwiliwyr (61% dim un o'r rhain) sydd â'r galw i gof isaf.



Yn cofio hysbyseb teledu Croeso Cymru (prociwyd)

6.3 Dim ond 14% o’r farchnad Almaenaidd sy'n cofio gweld hysbyseb teledu diweddar Croeso Cymru, er y bydd amseriad yr ymchwil yn effeithio ar hyn ddechrau mis Mawrth 2020. Er syndod, Anturiaethwyr ac Archwiliwyr sydd fwyaf tebygol o ystyried Cymru ar gyfer trip yw'r lleiaf tebygol o ddwyn i gof eu bod wedi gweld yr hysbyseb teledu. Mae’r Ymddiddorwyr Diwylliant yn y cyfamser, sydd leiaf tebygol o ystyried Cymru, ymhlith y rhai sydd â'r gydnabyddiaeth a brociwyd uchaf o'r hysbyseb.

6.4 Mae'n werth nodi bod yr ymchwil wedi'i gynnal ar ddechrau'r cylch hysbysebu teledu, ac ymchwilir yn fanylach i hyn mewn adroddiadau canlynol.

Yn cofio hysbyseb teledu Croeso Cymru yn gyffredinol a fesul segment

(CH2) (Sylfaen: Pob un n=1000)

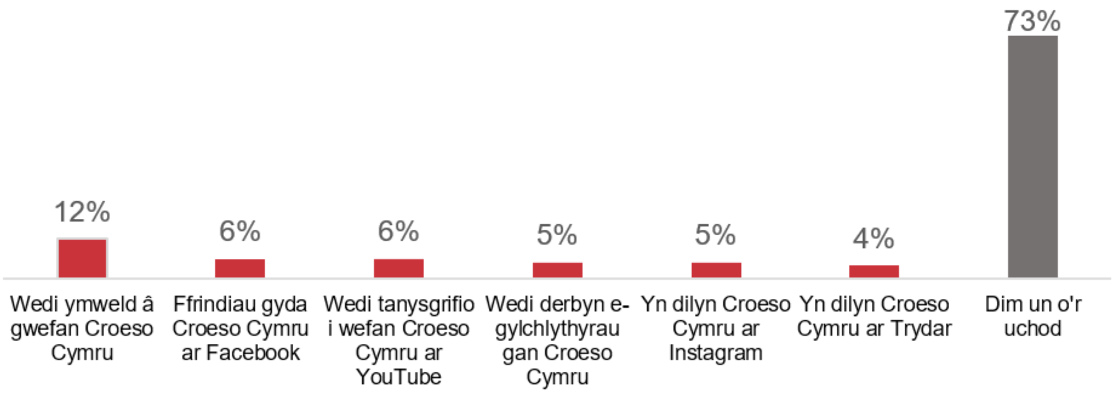
14%

Yn cofio gweld hysbyseb teledu Croeso Cymru

Anturwyr	Ceiswyr Cyffro	Archwilwyr	Ymwelwyr	Ymddiddorwyr Diwylliant
11%	22%	10%	11%	21%

Ymgysylltiad â chyfathrebiadau Croeso Cymru yn y 12 mis diwethaf

6.5 Y sianel a ddefnyddir amlaf i ymgysylltu â Croeso Cymru yw'r wefan gyda 12% yn ymweld â'r safle yn ystod y 12 mis diwethaf. Mae lleiafrif bach hefyd wedi ymgysylltu ag amrywiaeth o sianeli cyfryngau cymdeithasol Croeso Cymru.



6.6 Ymhlith y segmentau, Ceiswyr Cyffro sydd fwyaf tebygol o fod wedi ymweld â gwefan Croeso Cymru (22%) ac mae hanner wedi ymgysylltu ag unrhyw un o sianeli Croeso Cymru. Mae Ymddiddorwyr Diwylliant hefyd yn adrodd uwchlaw’r cyffredin am ymweliadau gwe ac ymgysylltu, yn enwedig Facebook. Mae Archwilwyr, Anturwyr a’r

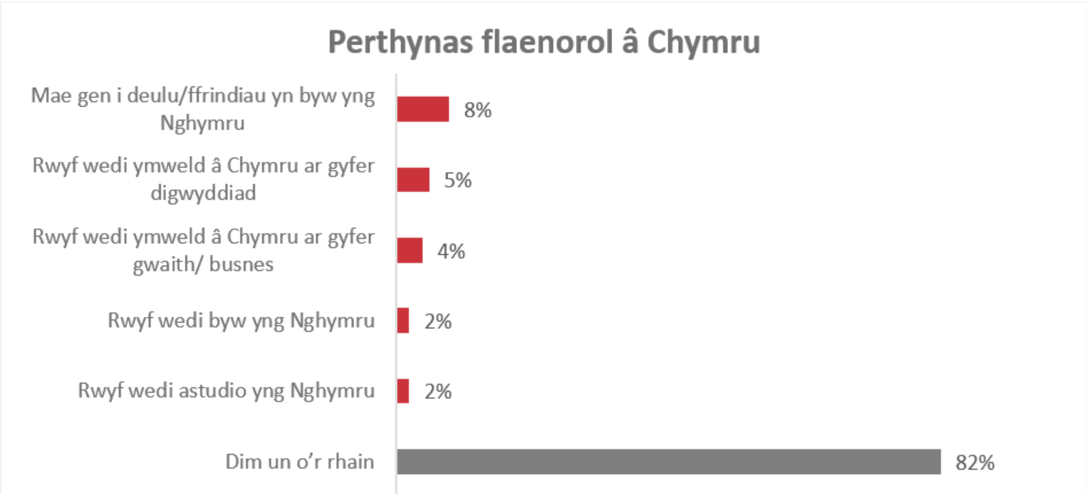
Rhai sy'n mynd i weld golygfeydd yn llawer llai tebygol o fod wedi ymweld â'r wefan neu ymgysylltu ag unrhyw sianeli Ymweld â Chymru.

Ymgysylltiad â Croeso Cymru yn ystod y 12 mis diwethaf ymhlith segmentau

(CH3) (Sylfaen: Anturwyr n=344; Ceiswyr Cyffro n=200; Archwiliwyr n=246; Rhai sy'n mynd i weld golygfeydd n=114; Ymddiddorwyr Diwylliant n=96)

	Anturwyr	Ceiswyr Cyffro	Archwilwyr	Rhai sy'n mynd i weld golygfeydd	Ymddiddorwyr Diwylliant
Wedi ymweld â gwefan Croeso Cymru	10%	22%	7%	9%	14%
Wedi derbyn e-gylchlythyron gan Croeso Cymru	3%	10%	3%	4%	8%
Yn dilyn Croeso Cymru ar Trydar	1%	8%	2%	2%	9%
Yn ffrindiau gyda Croeso Cymru ar Facebook	2%	11%	2%	2%	19%
Yn tanysgrifio i Sianel Croeso Cymru ar YouTube	3%	11%	4%	5%	8%
Yn dilyn Croeso Cymru ar Instagram	3%	10%	3%	4%	11%
Unrhyw rai o'ch uchod	**19%**	**50%**	**15%**	**18%**	**46%**

6.7 Mae gan y farchnad Almaenaidd nifer gymharol isel o berthynas ehangach â Chymru, gydag 8% gyda ffrindiau neu deulu yn byw yno, ond cyfrannau isel wedi ymweld am ddigwyddiadau, gwaith neu astudio. Felly, ymweliadau â ffrindiau a pherthnasau fyddai'r cyfle mwyaf i dargedu darpar ymweliadau hamdden.



7. Prif Ganfyddiadau a Goblygiadau

7.1 Pan gynhaliwyd yr ymchwil ddechrau mis Mawrth 2020, roedd y bwriad i ymweld â'r DU am wyliau neu wyliau byr ymhlith y farchnad Almaenaidd yn gymharol gyson â'r 12 mis blaenorol. Er bod hyn bron yn sicr o fod wedi newid yn dilyn argyfwng y Coronafeirws, mae'n datgelu rhywfaint o sefydlogrwydd mewn agweddau at fynd ar dripiau i'r DU.

7.2 Yn nodedig, roedd awydd i fynd ar dripiau domestig o fewn yr Almaen, neu dripiau i dir mawr Ewrop, yn debygol o gynyddu yn ystod y 12 mis nesaf tra bod tripiau hirach i weddill y byd yn gostwng. Mae hyn yn awgrymu – gyda'r amodau cywir - fod potensial i gynyddu tripiau i'r DU gyfagos hefyd.

7.3 Mae pryderon amgylcheddol yn arbennig o bwysig i'r farchnad Almaenaidd, a all fod o fudd i deithio i'r DU gan y tybir bod teithio yno 'gerllaw felly'n lleihau'r effaith ar yr amgylchedd'. Wedi dweud hynny, pe bai Almaenwyr yn cymryd yr opsiynau trafnidiaeth fwy ecogyfeillgar fel trên neu gar, mae mynediad i rai o gyrchfannau Cymru yn dod yn fwy heriol. Bydd tynnu sylw at gysylltiadau trafnidiaeth o borthladdoedd allweddol yn bwysig er mwyn hwyluso'r teithio hwn.

7.4 Mae nifer o rwystrau canfyddedig i ymweld â'r DU am wyliau neu wyliau byr fel costau canfyddedig a'r tywydd. Mae pryderon ynghylch Brexit hefyd yn arbennig o gryf gydag ychydig o dan hanner yr Almaenwyr yn ei nodi fel dylanwad. Mae hyn yn amlygu pwysigrwydd cyfleu sicrwydd ynghylch teithio i'r DU pan fydd diwedd y cyfnod pontio yn nesáu ym mis Rhagfyr 2020.

7.5 Mae gan y farchnad Almaenaidd argraff gadarnhaol net o'r DU – gyda 'rhesymau dros ymweld' yn mynegeio'n uwch na 'rhwystrau i ymweld' – dangosydd cadarnhaol ar gyfer ymweliadau yn y dyfodol.

7.6 Mae'r farchnad Almaenaidd yn fwyaf tebygol o fod yn ystyried teithiau i'r DU ar gyfer taith 'treftadaeth' a thaith 'gwyliau dinas'. Mae eu pwysigrwydd yn awgrymu bod angen parhau i'w hyrwyddo o fewn cyfathrebiadau Croeso Cymru.

7.7 Yn gadarnhaol, ymhlith y farchnad Almaenaidd mae awydd cryf am weithgareddau awyr agored fel cerdded a heicio a chrwydro ar gyfer golygfeydd a thirweddau anhygoel, y mae'r ddau ohonynt yn gryfderau cynnyrch i Gymru.

7.8 Ymhlith y segmentau, yr Anturiaethwyr a'r Archwiliwyr sydd fwyaf tebygol o ystyried trip i Gymru. Tynnir y ddau segment hyn i mewn fwyaf gan weithgareddau cerdded, heicio a chrwydro yn ogystal ag ymweld â safleoedd ac atyniadau treftadaeth. Anturiaethwyr yn arbennig yw'r segment sydd fwyaf tebygol o ymweld â gwefan teithio, felly gall pwysleisio apêl Cymru drwy'r sianel hon helpu i ddenu'r gynulleidfa hon.

7.9 Un her allweddol wrth yrru ymweliadau â Chymru yw ymgyfarwyddo â'r hyn sydd gan y wlad i'w gynnig. Mae y farchnad Almaenaidd yn llai cyfarwydd â Chymru nag ydyw gydag unrhyw wlad arall yn y DU. Mae bod yn gyfarwydd â Chymru yn cyd-fynd ag ystyriaeth gymharol is o ymweliadau, ac mae'n rheswm a roddir yn uniongyrchol dros beidio ag ymweld. Mae hyn yn dilysu'r angen i barhau i hyrwyddo Cymru i'r farchnad Almaenaidd.

7.10 Dylid cyfuno codi ymwybyddiaeth o'r hyn sydd i'w wneud yng Nghymru gan dynnu sylw at fforddiadwyedd ac amrywiaeth y pethau sydd ar gael yng Nghymru. Cododd ansicrwydd yn y maes hwn hefyd fel rhwystr i ymweliadau.

7.11 Mae'n werth nodi nad yw cynefindra bob amser yn brocsi i'w ystyried ar gyfer ymweld. Mae'r Alban yn sgorio'n uwch na Chymru ar bron pob math o gyrchfan – yn enwedig y rhai sydd bwysicaf i farchnad yr Almaen – gan dynnu sylw at bwysigrwydd brand iach. Mae hyn yn tanlinellu ymhellach bwysigrwydd marchnata cryf Croeso Cymru.

7.12 Mae angen argyhoeddi'r ystyrwyr o hyd mai Cymru ddylai fod eu dewis cyrchfan yn y dyfodol agos. Nid yw tua hanner y rhai sy'n ystyried Cymru ar gyfer gwyliau byr neu wyliau wedi archebu lle eto ac roeddent yn ystyried lleoedd eraill.

7.13 Mae mwyafrif llethol y farchnad Almaenaidd yn ystyried Cymru am drip hirach yn hytrach nag ar benwythnosau, ac yn bwriadu cyfuno hyn ag ymweld â rhannau eraill o'r DU. O'r herwydd, efallai y bydd potensial i dynnu sylw o fewn cyfathrebu at yr opsiynau teithio hawdd sy'n darparu ar gyfer hyn.

7.14 Bydd angen defnyddio amrywiaeth o ffynonellau i drosi'r farchnad Almaenaidd i ymwelwyr – mae ffynonellau ar-lein, yn enwedig gwefannau teithio, yn bwysig wrth gynllunio, yn ogystal â ffynonellau print a ddefnyddir fwy ar gyfer gwybodaeth na'r cyfryngau cymdeithasol.

8. Atodiad

Methodoleg

8.1 Cysylltwyd ag ymatebwyr drwy banel ar-lein y gellid ei gwblhau drwy fwrdd gwaith neu ddyfais symudol. Defnyddiwyd cyfuniad o baneli, gyda Dynata fel prif ddarparwr y panel.

8.2 Cynhaliwyd gwaith maes rhwng **27ain Chwefror a 9fed Mawrth 2020**, cyn y prif achosion o COVID-19 a'r cyfyngiadau yn y DU. Cymerodd yr arolwg 20 munud i'w gwblhau ar gyfartaledd.

8.3 Er mwyn sicrhau ansawdd yr ymatebion, rhoddwyd nifer o gamau ar waith yn ystod ac yn dilyn yr arolwg:

(1) Ar ddechrau'r arolwg, rhoddwyd 'cwestiwn baglu' i ymatebwyr, i sgrinio'r rhai a oedd yn darparu ymatebion cadarnhaol at ddiben cymhwyso ar gyfer yr arolwg yn unig. Gofynnodd y cwestiwn i ymatebwyr nodi'r cyfandiroedd yr oeddent wedi ymweld â nhw am wyliau yn 2019. Sgriniwyd allan ymatebwyr a oedd yn ticio pob bocs.

(2) Ymatebion fflat – dilëwyd ymatebwyr a roddodd ymatebion tebyg i'r holl gwestiynau sgorio yn yr arolwg.

(3) Cyflymwyr –dilëwyd ymatebwyr a gwblhaodd yr arolwg mewn amser cyflym afrealistig.

(4) Gwiriwyd tablau data yn erbyn y data crai.

(5) Cynhaliwyd pob cam yn unol ag ISO20252.

8.4 Cwblhawyd 1,000 o arolygon.

Diffiniad sampl

8.5 Er mwyn bod yn gymwys ar gyfer yr arolwg, roedd yn rhaid i gyfranogwyr fodloni'r meini prawf canlynol:

- Rhaid bod yn benderfynwr gwyliau neu wyliau byr.
- Rhaid ystyried cymryd gwyliau neu wyliau byr yn y DU *o ddifrif* yn ystod y 12 mis nesaf.

Meintiau sylfaen a dibynadwyedd ystadegol

8.6 Cyfeiriwyd at wahanol is-grwpiau drwy gydol yr adroddiad hwn, ac mae'n hanfodol bod y darllenydd yn ymwybodol o'i feintiau sylfaen a dibynadwyedd ystadegol y ffigurau a gyflwynwyd. Mewn rhai achosion, mae meintiau sylfaen yn isel, felly dylid eu trin yn ofalus. Mae'r tabl isod yn dangos ymylon gwallau ar lefel hyder o 95% ar gyfer rhai o'r is-grwpiau allweddol a ddefnyddiwyd yn yr adroddiad.

Maint y sampl neu'r is-grŵp y seilir canlyniad yr arolwg arno	10% neu 90% ±	30% neu 70%±	50%±
POB YMATEBYDD (1000)	1.9	2.8	3.1
YSTYRWYR I GYMRU (327)	3.3	5.0	5.4
Gogledd yr Almaen (179)	4.4	6.7	7.3
Gorllewin yr Almaen (281)	3.5	5.4	5.9
Canol yr Almaen (101)	5.9	8.9	9.6
Dwyrain yr Almaen (152)	4.8	7.3	8.0
De'r Almaen (287)	3.5	5.3	5.8
Anturwyr (344)	3.2	4.8	5.3
Ceiswyr Cyffro (200)	4.2	6.4	6.9
Archwilwyr (246)	3.8	5.7	6.3
Rhai sy'n mynd i weld golygfeydd (114)	5.5	8.4	9.2
Ymddiddorwyr Diwylliant (96)	6.0	9.2	10.0

Cyfyngiadau Methodoleg

8.7 Fel gyda phob arolwg o'r math hwn mae rhai cyfyngiadau gyda methodoleg yr arolwg. Y prif gyfyngiadau yw:

- **Rhagfarn hunan-ddethol:** Mae'r ymatebwyr yn yr arolwg hwn yn 'hunan-ddethol', sy'n golygu eu bod wedi cyflwyno eu hunain i gwblhau'r ymchwil. Mae hyn yn naturiol yn creu tuedd yn y math o ymatebydd sy'n ateb yr arolwg. Er enghraifft, maent yn tueddu i fod yn unigolion mwy rhagweithiol na'r boblogaeth ar gyfartaledd, ac felly gallant fynegeio'n uwch yn eu tebygolrwydd o ymweld â chyrchfannau'r DU. At hynny, fel pobl sy'n ymateb yn rheolaidd i arolygon o bob math gwahanol, maent yn debygol o fod â barn fwy datblygedig ar amrywiaeth o faterion na'r cyfartaledd.
- **Sampl ar-lein:** Er bod y rhan fwyaf o Brydeinwyr bellach ar-lein, mae 'llythrennedd ar-lein' yn parhau'n is ar gyfer y poblogaethau hŷn, felly mae'n

debygol y bydd y duedd hunan-ddethol yn effeithio'n anghymesur ar y grŵp oedran hwn.

- **Ymatebion damcaniaethol:** Bydd rhai ymatebion yn seiliedig ar amcanestyniadau damcaniaethol, a dylid eu hadolygu yng ngoleuni hyn. Mae enghreifftiau o hyn yn cynnwys cwestiynau ynghylch archebu a ragwelir ac ymddygiad teithio wrth ymweld â Chymru.
- **Dylanwadau gwrthdrawiadol:** Ar gyfer rhai is-grwpiau, bydd ffactorau y tu hwnt i ddiffiniad hunangynhwysol yr is-grŵp yn dylanwadu ar ymatebion. Er enghraifft, ar gyfer cwestiynau am ymweliadau blaenorol â Chymru, mae 'rhanbarth preswyl' yn ddylanwad blaenllaw (pellter yn rhwystr allweddol i ymweld). Os yw segment blaenoriaeth yn anghymesur yn byw ymhell o Gymru, bydd eu tebygolrwydd o ymweld yn is oherwydd ble maent yn byw, yn hytrach nag oherwydd eu dewisiadau segment.

8.8 Mae'n bwysig nodi y bydd y cyfyngiadau hyn yn gyson ar draws tonnau’r arolwg, felly caiff unrhyw symudiadau mewn ymatebion eu llywio gan ffactorau dilys, y tu allan i'r fethodoleg.