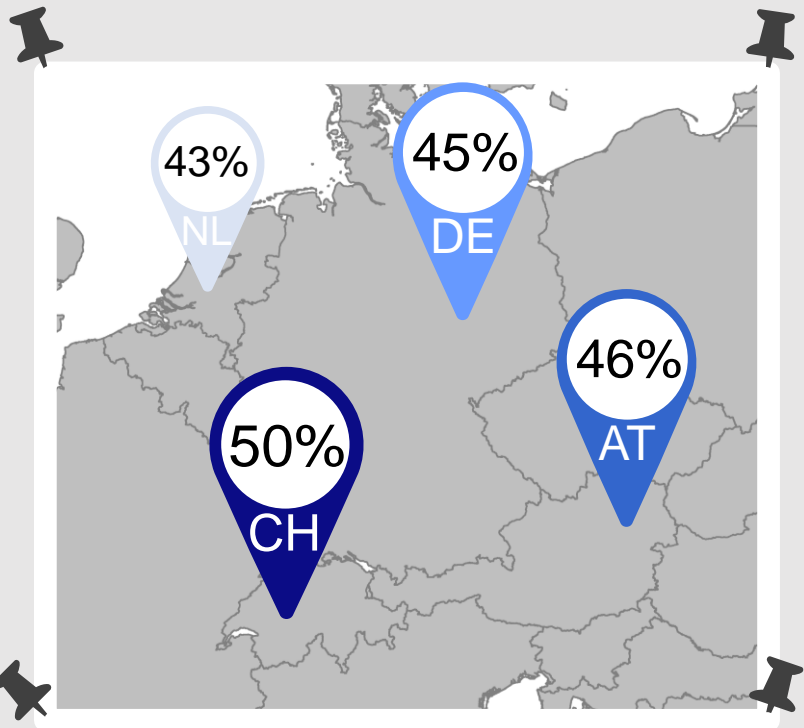




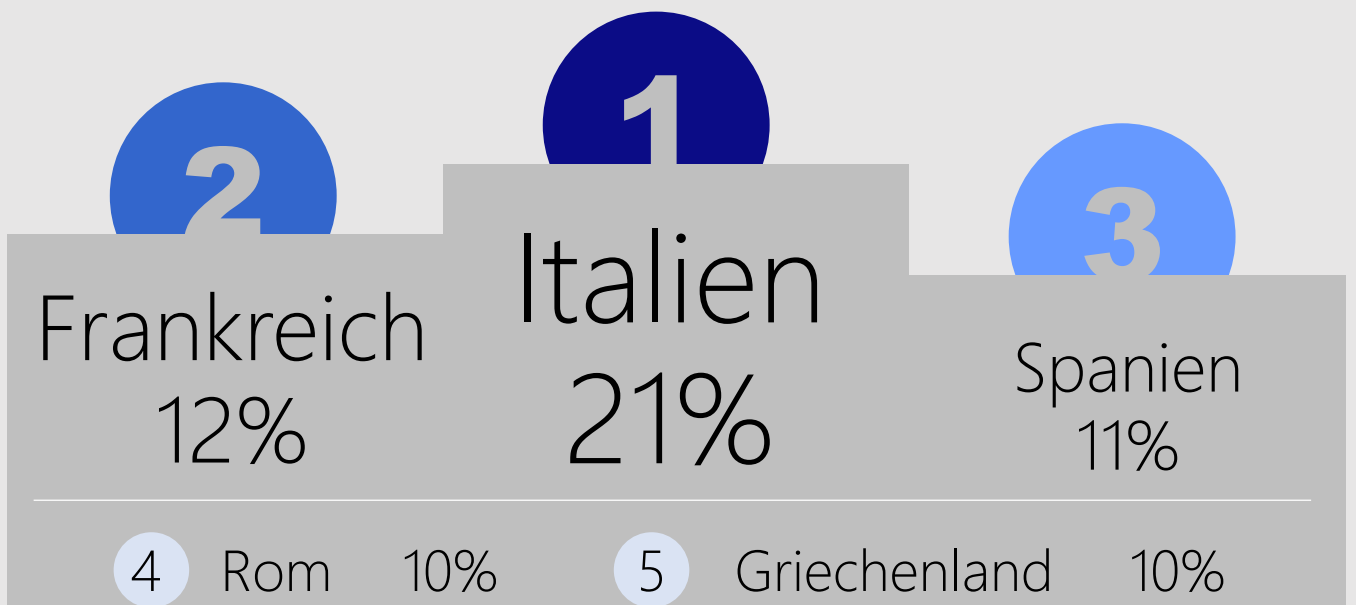
## Interesse an Kulturangeboten, auch im Urlaub?

In DESTINATION BRAND 18 wurde in AT, CH, DE und NL gefragt:

Wie hoch ist das allgemeine Interesse, im Urlaub kulturelle Einrichtungen zu besuchen bzw. Kulturangebote zu nutzen?\*



Welche ausländischen Reiseziele (Top 5) halten die Deutschen für einen Kultururlaub für besonders geeignet?\*



Quelle: inspektour (international) GmbH / IMT der FH Westküste, 2018

DESTINATION BRAND: Studienreihe im 5-Jahres-Rhythmus, seit 2009 jährliche Online-Erhebung in verschiedenen Quellmärkten (in der jeweiligen Landessprache) zur Evaluierung der nachfrageseitigen Wahrnehmung von Destinationen, repräsentativ für die in Privathaushalten lebende Bevölkerung zwischen 14-74 Jahren.

Erhebungszeitraum der hier dargestellten Ergebnisse: Nov./Dez. 2018 | Stichprobe: 1.000 Befragte je Destination und Quellmarkt

\* Basis: alle Befragte, AT: N = 2.000 | CH: N = 3.000 | DE: N = 4.000 | NL: N = 3.000  
Angabe der Top-Two-Box-Werte auf Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“

\*\* Basis: alle Befragte mit gültigen Nennungen in DE: N = 540  
Offene Fragestellung (d.h. ohne Antwortvorgaben), Angabe in Prozent der Befragten