

DESTINATION BRAND 20: Erste Ergebnisse

Webinar am 11. Februar 2021



Ellen Böhling, inspektour international GmbH

Anne Köchling, Deutsches Institut für Tourismusforschung (DITF)

Destination Brand – ein Kooperationsprojekt



inspektour
TOURISM AND MARKET RESEARCH

DITF
Deutsches Institut
für Tourismusforschung

Was erwartet sie heute?

- 1. DESTINATION BRAND 20 auf einen Blick**
- 2. Präsentation ausgewählter Ergebnisse**
 - **aus allen zehn Quellmärkten im Vergleich**
 - **mit Fokus auf dem Quellmarkt Deutschland**
- 3. Ausblick**

DESTINATION BRAND 20 auf einen Blick

DESTINATION BRAND 20 auf einen Blick










Messung der Markenstärke

Online-Erhebung
Feldarbeit: Okt. bis Dez. 20

Quellmärkte
10



Überblick Fallzahlen und Erhebungszeitraum je Quellmarkt

Quellmarkt	Fallzahlen (n) gesamt	Erhebungszeitraum
 Deutschland	19.000	21.10.-02.12.
 Österreich	1.000	27.10.-27.11.
 Schweiz	1.000	06.11.-27.11.
 Niederlande	1.000	29.10.-27.11.
 Frankreich	2.000	18.11.-02.12.
 Italien	2.000	13.11.-02.12.
 Spanien	1.000	16.11.-26.11.
 Vereinigtes Königreich	2.000	10.11.-02.12.
 USA	1.000	30.10.-25.11.
 China	1.000	23.11.-03.12.

DESTINATION BRAND 20 auf einen Blick

Messung der Markenstärke

Repräsentativ für die
lokale Bevölkerung
zwischen
14 bis 74 Jahren*

Quellmarkt DE:
Zielgruppenanalyse
nach den BeST-
Urlaubertypen +
SINUS-Milieus

Online-Erhebung

Feldarbeit: Okt. bis Dez. 20

Quellmärkte
10

Reiseziele
> 190



* Ausnahme China:
Repräsentativ für die Ipsos Panel Teilnehmer in China, welche folgende Kriterien abbilden:
die städtische Wohnbevölkerung (Tier 1 bis 3 Städte ohne Hongkong und Macau) zwischen 14 und 59 Jahren
mit Internet-Zugang, die gemäß zusätzlich vorgeschalteter Filterfragen eine Auslandsreise-Affinität aufweist

Präsentation ausgewählter Kernergebnisse

Alle Quellmärkte

**Bekanntheit internationaler
Reiseziele in zentralen
Auslandsmärkten
(*ungestützte Abfrage*)**

Ungestützte Bekanntheit internationale Reiseziele: Reiseziele unter den TOP 5

	AT	CH	NL	FR	IT	ES	UK	US	CN
Italien	1	1	5	2		2	3	2	
Paris					1	1	4	1	
Spanien	4	4	2	1	3		1		
Deutschland	3	3	1	5					4
Japan									1
Frankreich		2	3		4	3	2	5	5
Kroatien	2								
Korea									2
London					2	4		3	
Thailand									3
Portugal				3		5			
Belgien			4						
Kanada								4	
Griechenland	5			4	5		5		
Österreich		5							

Ungestützte Bekanntheit internationale Reiseziele: Reiseziele unter den TOP 5

	AT	CH	NL
Italien			
Paris			
Spanien	4	4	2
Deutschland	3	3	1
Japan			
Frankreich		2	3
Kroatien	2		
Korea			
London			
Thailand			
Portugal			
Belgien			4
Kanada			
Griechenland	5		
Österreich		5	

+3%-Pkt. (AT vs CH)
+7%-Pkt. (CH vs NL)
+7%-Pkt. (NL vs DE)

Vergleich zu 2018:
Nur geringe Veränderungen im Ranking,
aber Deutschland hat in allen drei Ländern
an Bekanntheit gewonnen

Ungestützte Bekanntheit internationale Reiseziele: Reiseziele unter den TOP 5



**Bekanntheit deutscher Reiseziele
in zentralen Auslandsmärkten
(*ungestützte Abfrage*)**

Ungestützte Bekanntheit im Ausland: TOP 5 der deutschen Reiseziele

	AT	CH	NL	FR	IT	ES	UK	US	CN
Berlin	1	1	1	1	1	1	1	1	1
München	2	2	2	2	5	2	2	2	2
Hamburg	3	3		3	2	3	3	4	3
Frankfurt					3	4	4	3	4
Köln	4	5	3	5	4	5	5	5	
Bayern	5			4					
Schwarzwald		4	4						
Eifel			5						
Neuschwanstein									5


Ungestützte Bekanntheit in Deutschland: TOP 10-Ranking inländischer Reiseziele

 ... für Kurzurlaube	% der Befragten*
1 Berlin	29,2%
2 Hamburg	27,1%
3 Ostsee / Ostseeküste	21,8%
4 Nordsee / Nordseeküste	18,3%
5 München	16,8%
6 Bayern	12,0%
7 Schwarzwald	10,3%
8 Harz	8,7%
9 Köln	8,7%
10 Dresden	8,1%

Vergleich zu 2018:
Gleiche Reiseziele in Top 10, Top 3
unverändert, aber: bei allen Reisezielen
rückläufige Prozentwerte

Ungestützte Bekanntheit in Deutschland: TOP 10-Ranking inländischer Reiseziele

Vergleich zu 2018:
Allgäu ersetzt Köln auf Rang 10, Restliches
Ranking unverändert; aber: rückläufige
Prozentwerte bei Städten

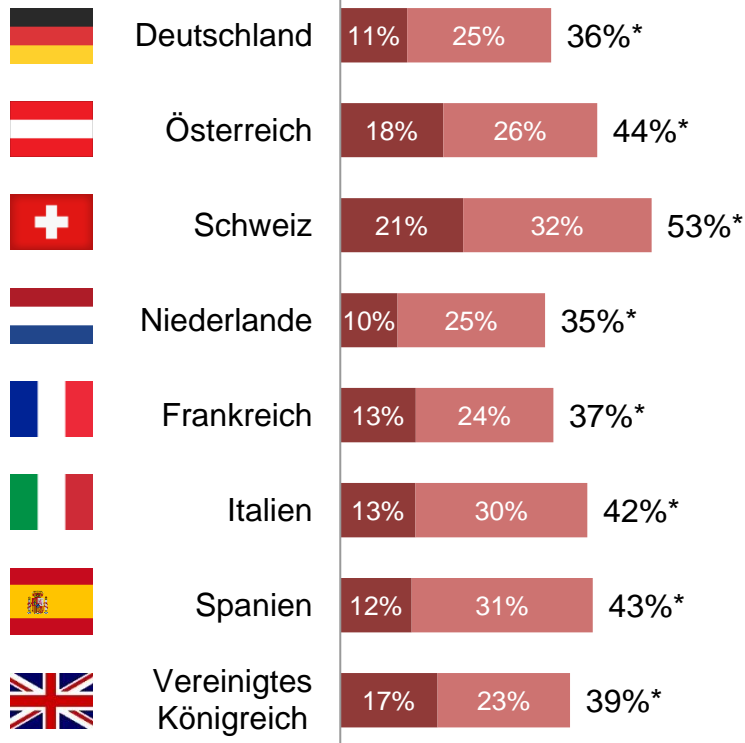
 ... für längere Urlaube	% der Befragten*
1 Ostsee / Ostseeküste	28,9%
2 Nordsee / Nordseeküste	25,2%
3 Berlin	19,0%
4 Hamburg	15,6%
5 Bayern	14,1%
6 Schwarzwald	10,5%
7 München	9,6%
8 Bodensee	7,6%
9 Harz	7,1%
10 Allgäu	6,4%

Allgemeine Auslandsreiseabsicht in zentralen europäischen Märkten

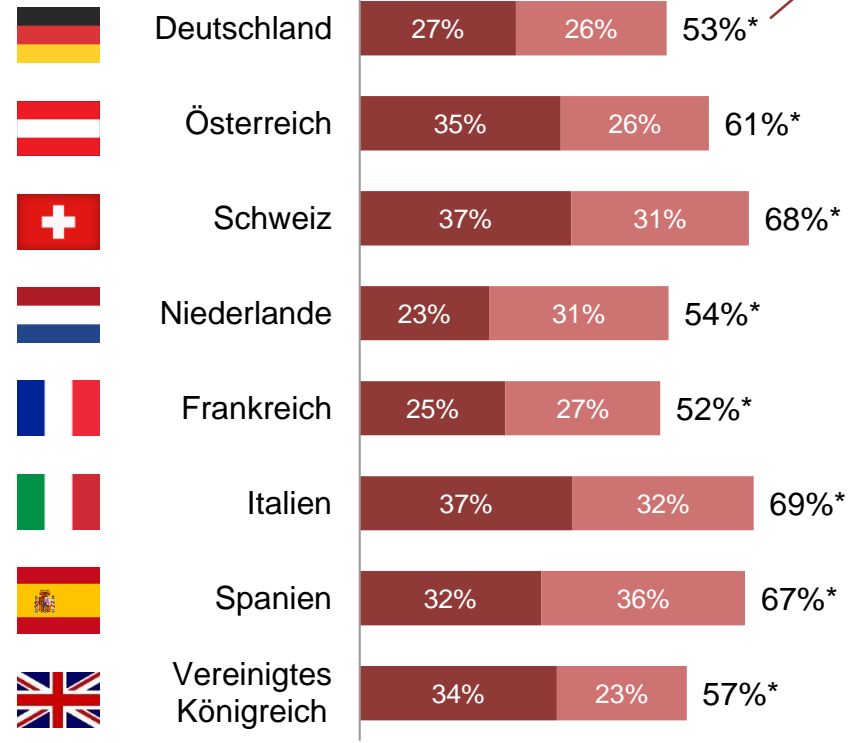
Allgemeine Auslandsreiseabsicht für Kurzurlaube (Vergleich innerhalb der nächsten 12 Monate / 3 Jahre)

-8%-Pkt. zu
2018

12 Monate



3 Jahre



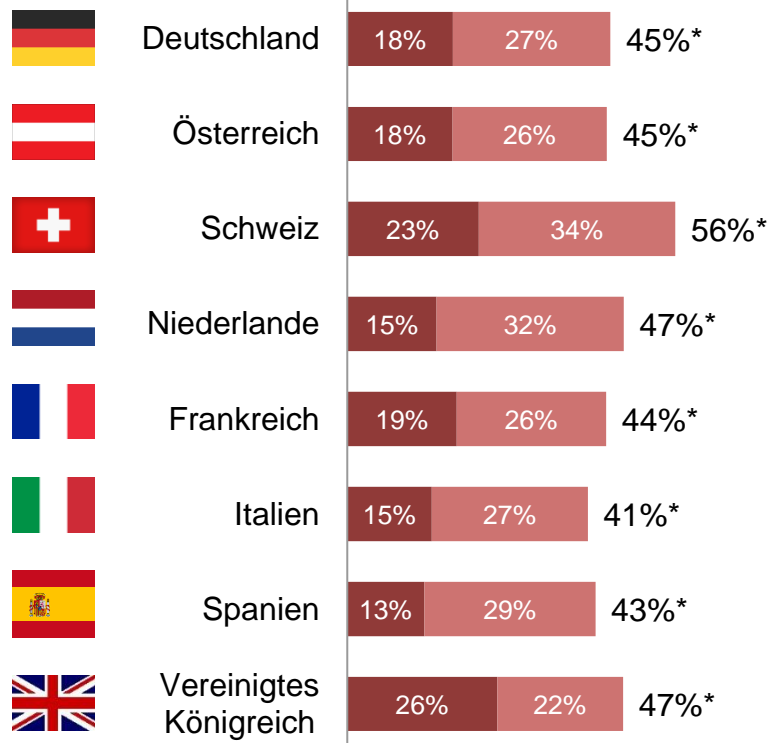
■ auf alle Fälle ■ wahrscheinlich

Allgemeine Auslandsreiseabsicht für längere Urlaube

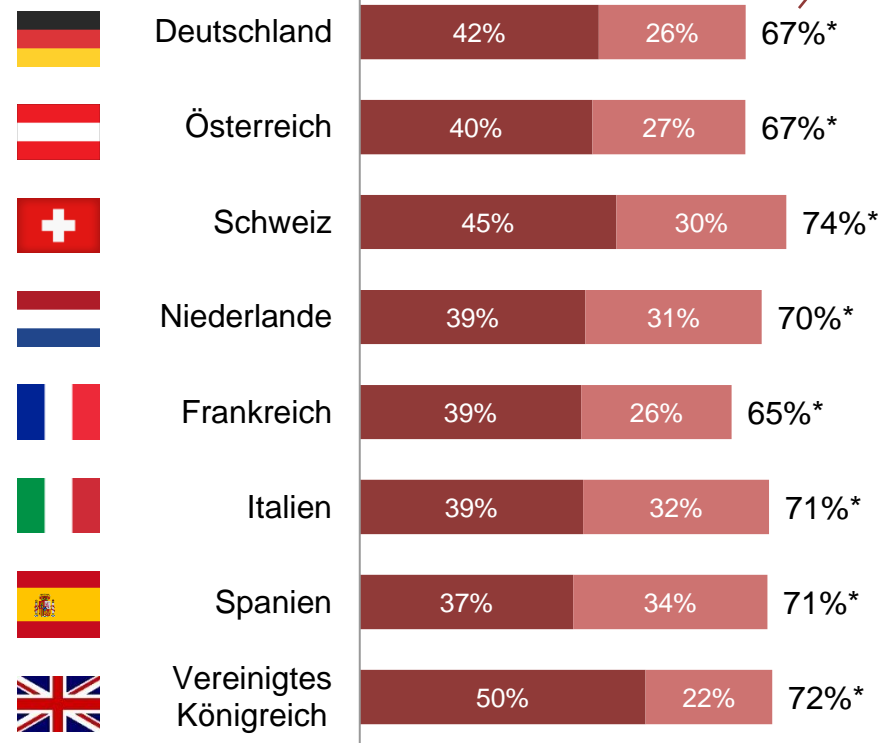
(Vergleich innerhalb der nächsten 12 Monate / 3 Jahre)

-2%-Pkt. zu
2018

12 Monate



3 Jahre



■ auf alle Fälle ■ wahrscheinlich

Präsentation ausgewählter Kernergebnisse

Quellmarkt Deutschland

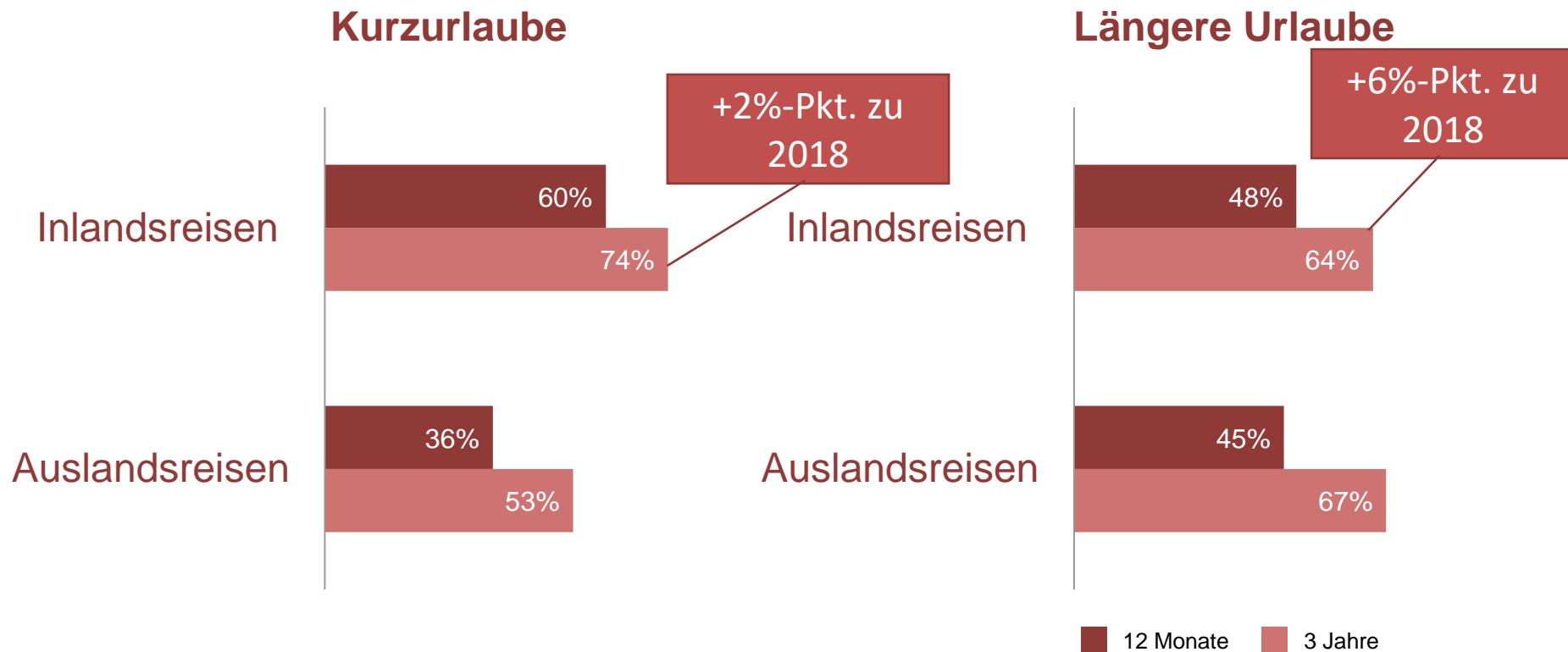
Allgemeine Auslandsreiseabsicht vs. Inlandsreiseabsicht

Bezugsgrößen:

Kurzurlaube (1-3 Übernachtungen)

Längere Urlaube (mit 4 oder mehr Übernachtungen)

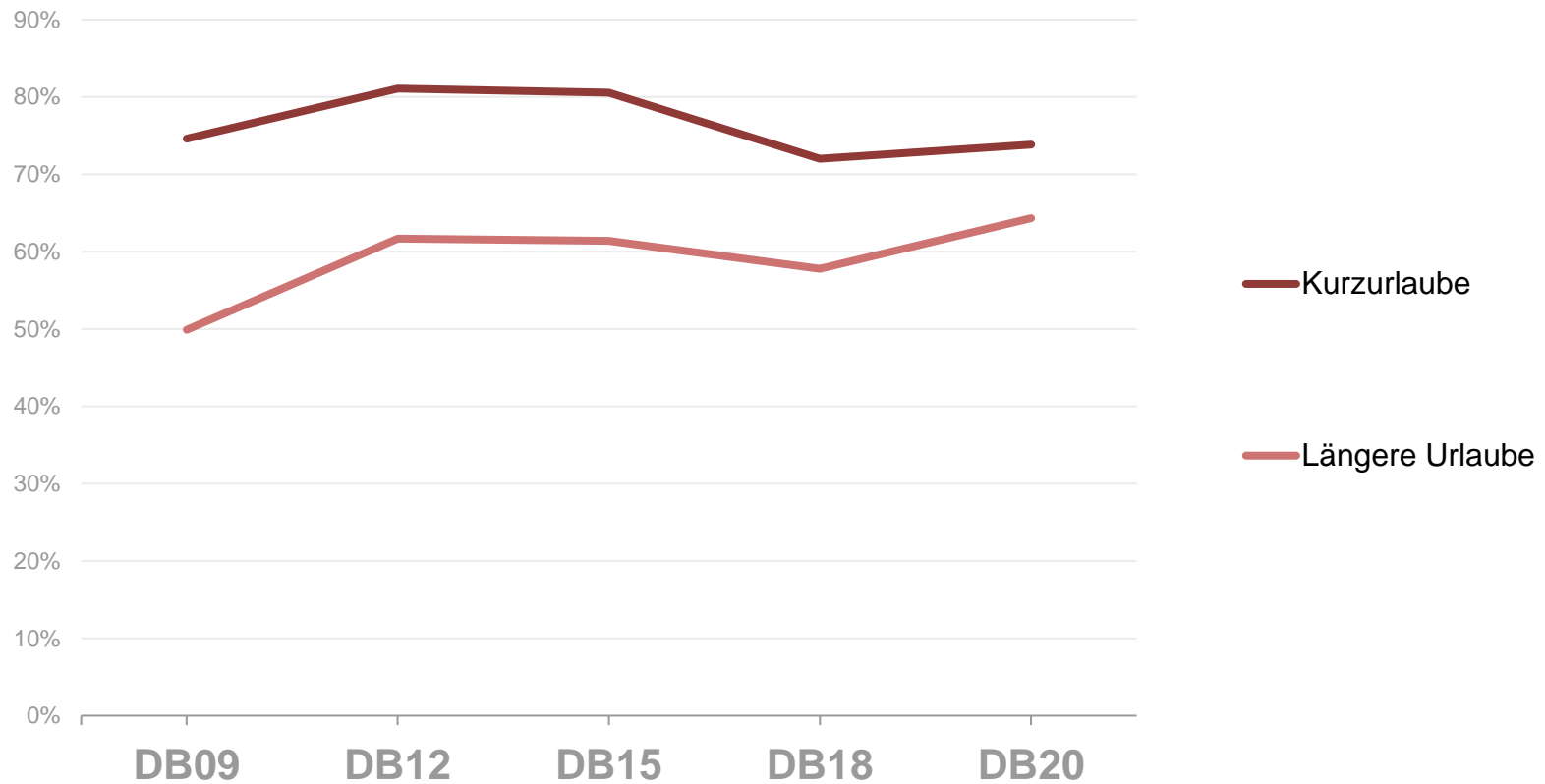
Quellmarkt Deutschland: Allgemeine Inlands- vs. Auslandsreiseabsicht



Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020

Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = mind. 4.000)
Top-Two-Box: „4 = auf alle Fälle“ bis „1 = auf keinen Fall“; Angabe in % der Befragten

Quellmarkt Deutschland: Allgemeine Inlandsreiseabsicht (3 Jahre) Zeitvergleich



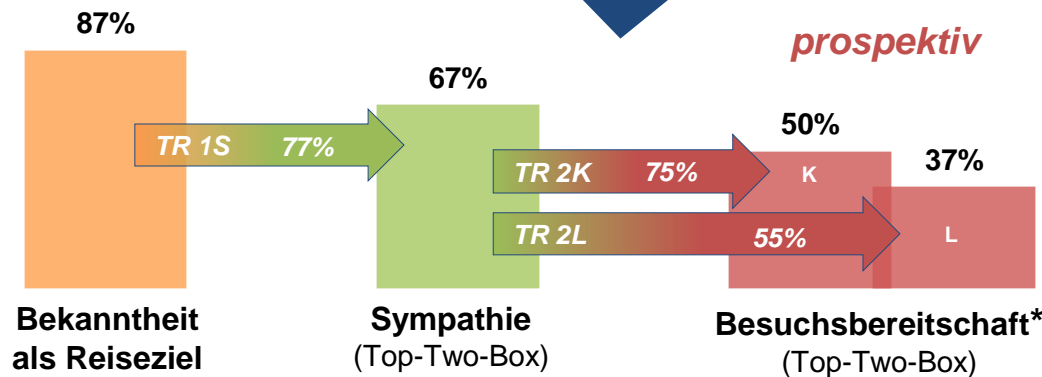
Besuchspräferenzen

Allgemeine Entwicklungstendenzen

Markenvierklang – Das Modell im Überblick

Hierbei geht es um die Frage, wie es den einzelnen Reisezielen gelingt, bei ihren „Sympathisanten“ eine Besuchsbereitschaft für Kurzurlaube bzw. längere Urlaubsreisen auszulösen

Transferrate (2K / 2L)



retrospektiv

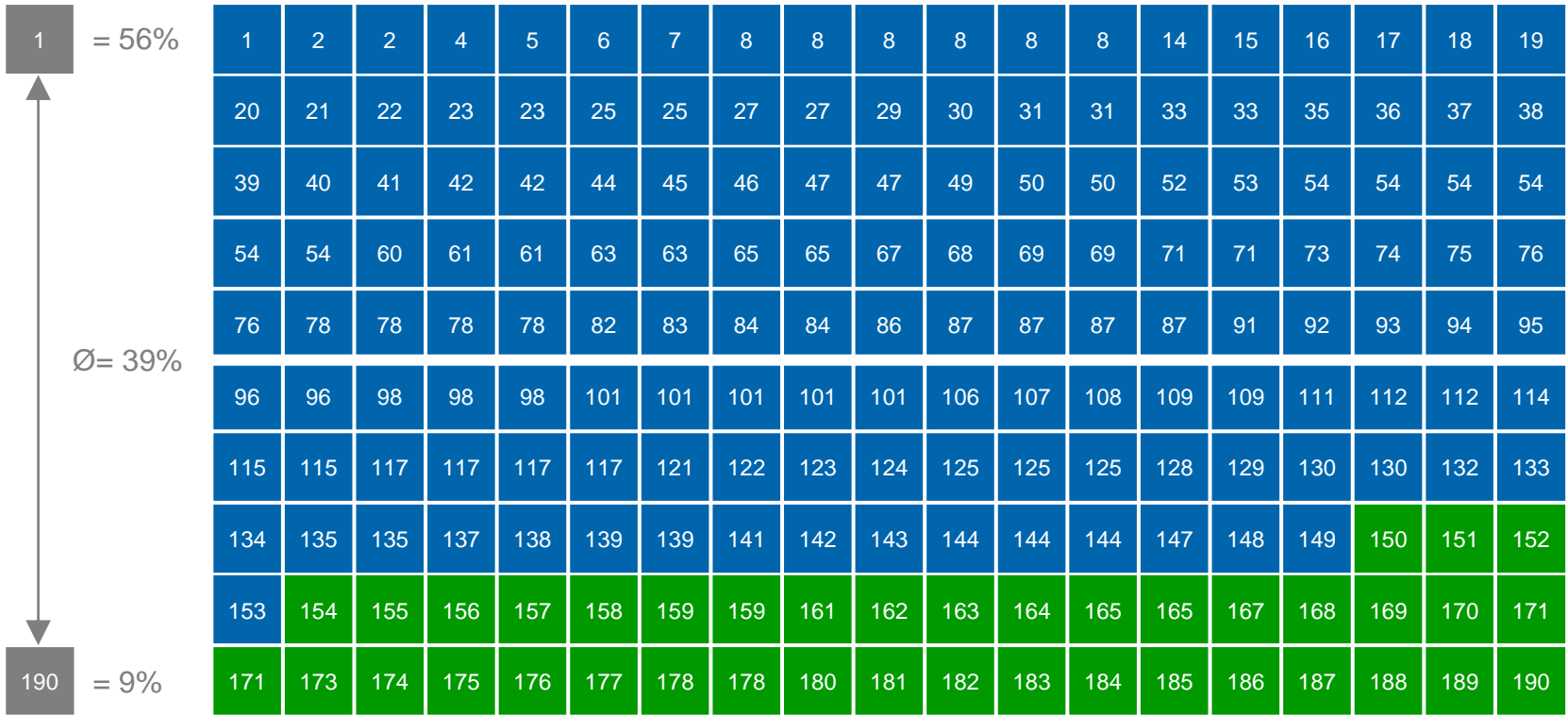


Hinweis 1: * K = Besuchsbereitschaft für Kurzurlaube mit 1-3 Übernachtungen; L = Besuchsbereitschaft für längere Urlaubsreisen ab 4 Übernachtungen

Hinweis 2: ** Mögliche Abweichungen zur Summe aus den Einzelwerten sind durch die Mehrfachantwortmöglichkeit hinsichtlich des Zeitpunkts des zurückliegenden Urlaubs bedingt.

Kurzurlaube: Inland vs. Ausland (12 Monate)

■ Inländische Reiseziele (150) ■ Ausländische Reiseziele (40)

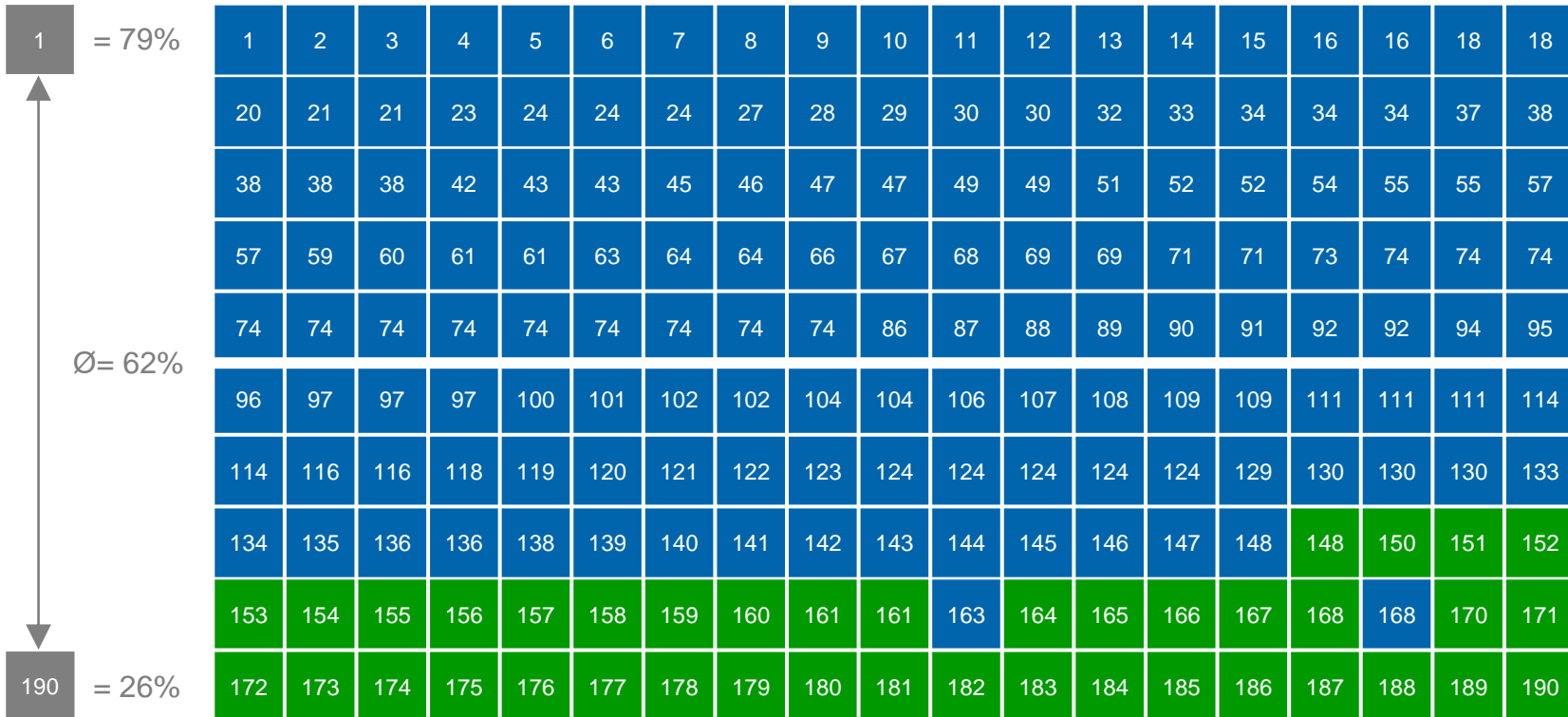


Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020

Basis: alle Befragte (n = 1.000 je Reiseziel)
Angabe der Rangplätze auf Grundlage der Transferrate 2K (nächste 12 Monate)

Kurzurlaube: Inland vs. Ausland (3 Jahre)

■ Inländische Reiseziele (150) ■ Ausländische Reiseziele (40)

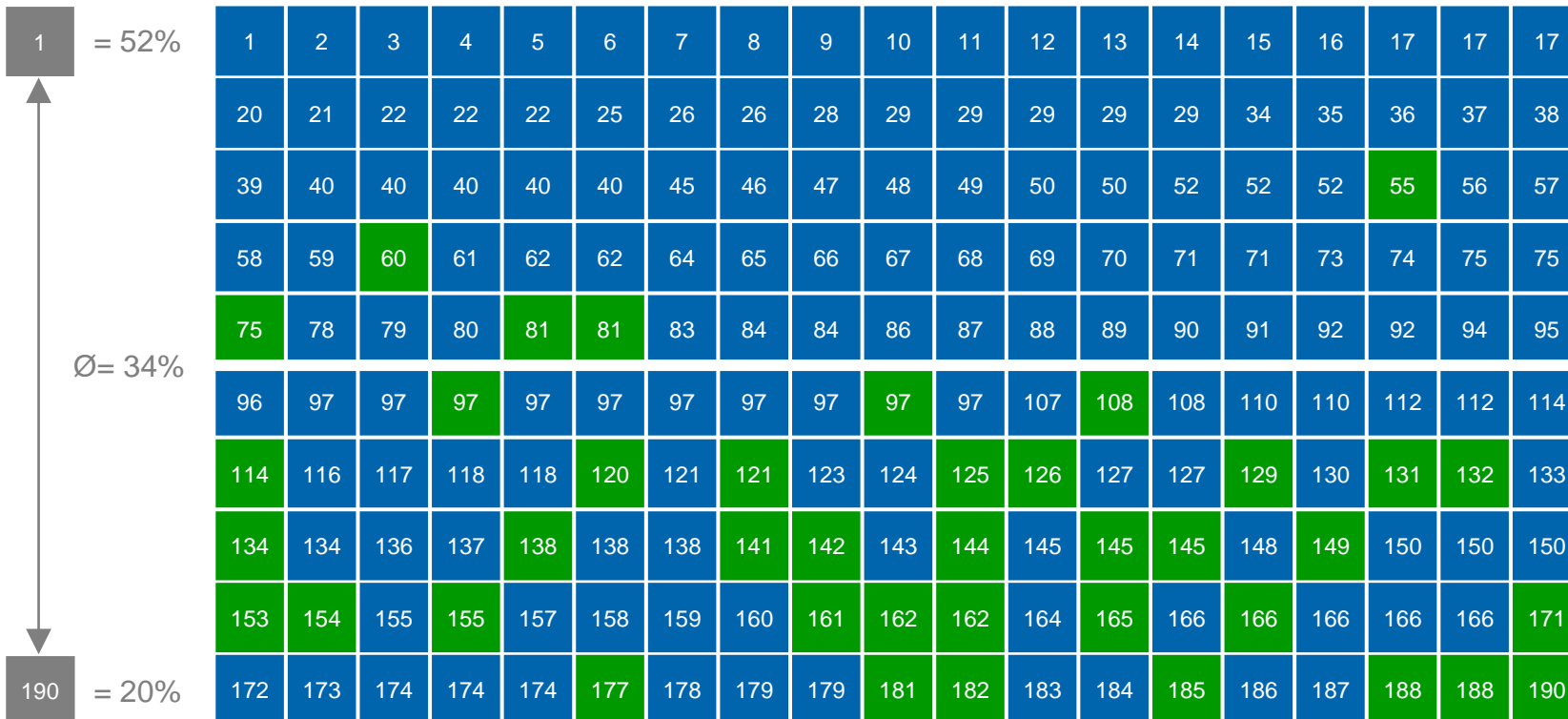


Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020

Basis: alle Befragte (n = 1.000 je Reiseziel)
Angabe der Rangplätze auf Grundlage der Transferrate 2K (nächste 3 Jahre)

Längere Urlaube: Inland vs. Ausland (12 Monate)

■ Inländische Reiseziele (150) ■ Ausländische Reiseziele (40)

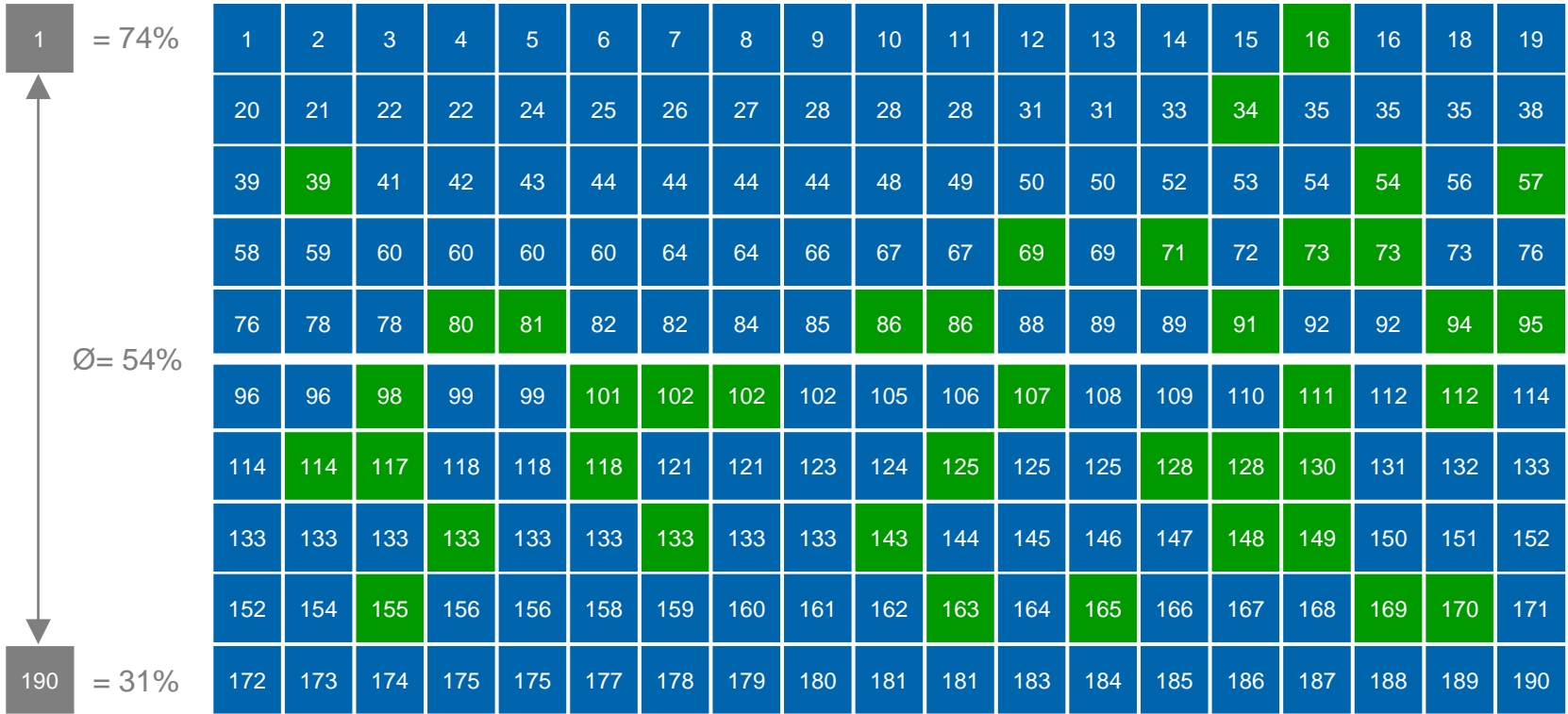


Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020

Basis: alle Befragte (n = 1.000 je Reiseziel)
Angabe der Rangplätze auf Grundlage der Transferrate 2L (nächste 12 Monate)

Längere Urlaube: Inland vs. Ausland (3 Jahre)

■ Inländische Reiseziele (150) ■ Ausländische Reiseziele (40)

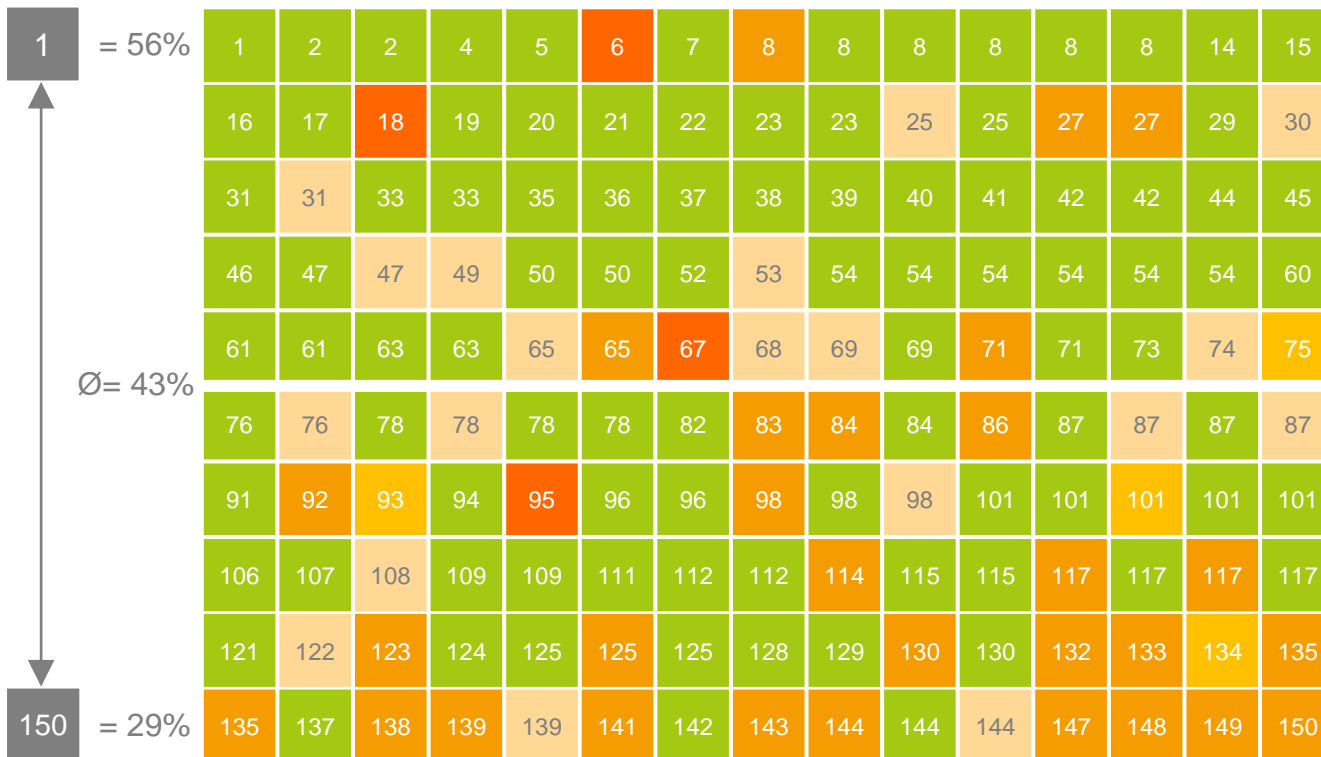


Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020

Basis: alle Befragte (n = 1.000 je Reiseziel)
Angabe der Rangplätze auf Grundlage der Transferrate 2L (nächste 3 Jahre)

Kurzurlaube: Städte vs. Regionen (12 Monate)

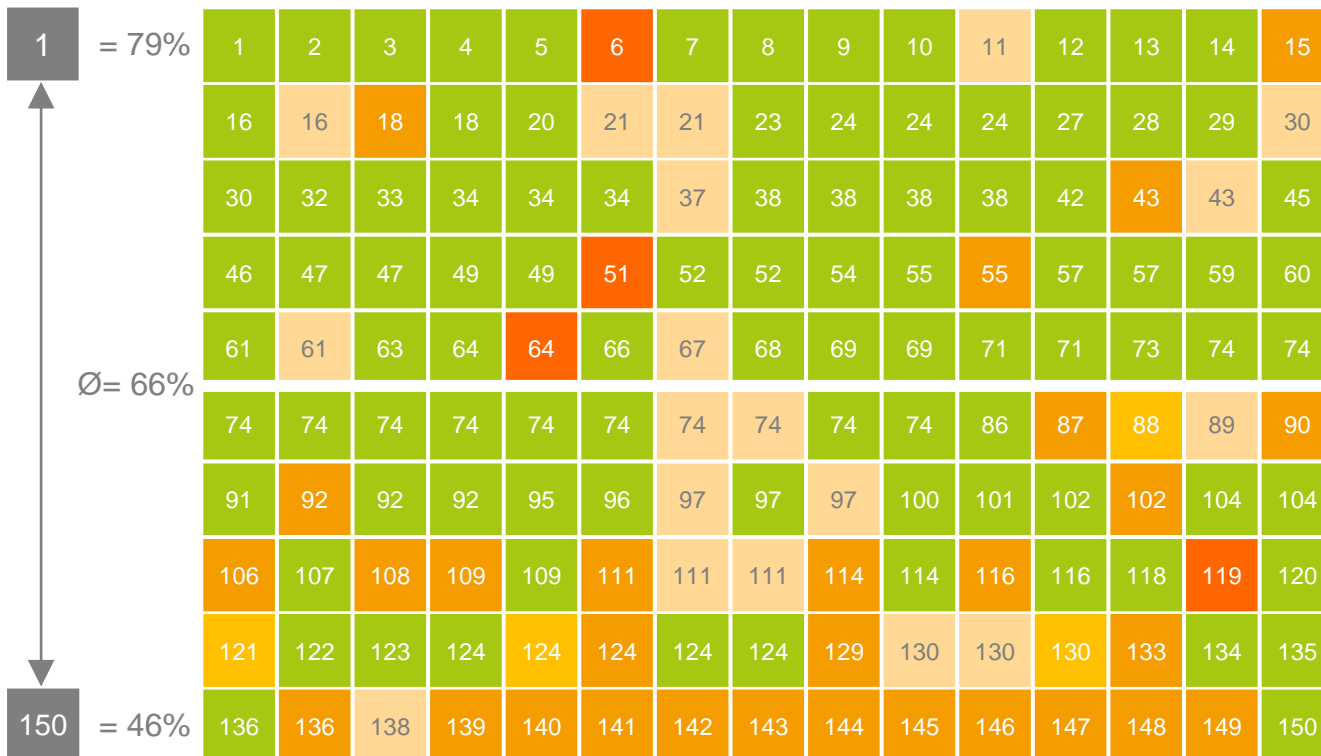
Inländische Reiseziele (150)



- Millionenstädte (4)
- Großstädte – (100.000 bis unter 1 Mio. Einw.) (29)
- Mittelstädte – (20.000 bis unter 100.000 Einw.) (4)
- Kommunen & Kleinstädte – (< 20.000 Einw.) (19)
- Regionen (94)

Kurzurlaube: Städte vs. Regionen (3 Jahre)

Inländische Reiseziele (150)



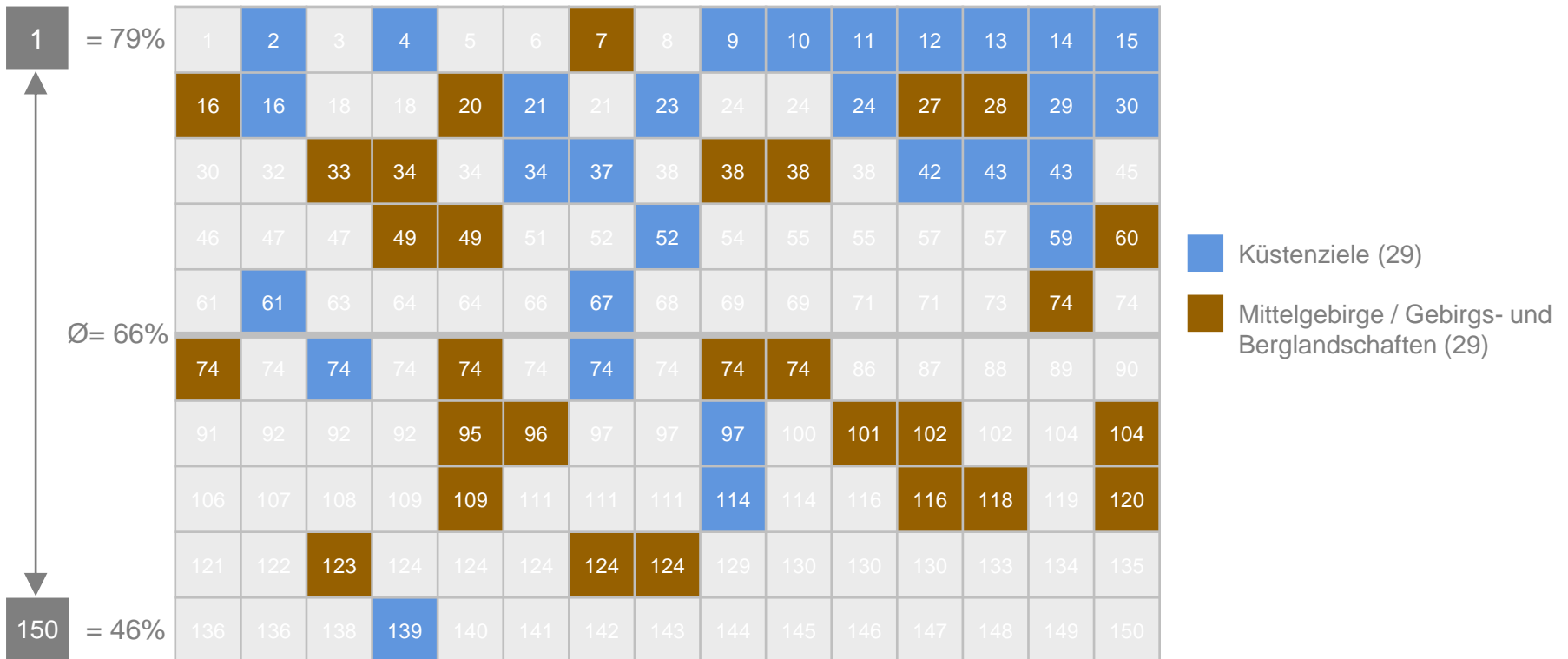
- Millionenstädte (4)
- Großstädte – (100.000 bis unter 1 Mio. Einw.) (29)
- Mittelstädte – (20.000 bis unter 100.000 Einw.) (4)
- Kommunen & Kleinstädte – (< 20.000 Einw.) (19)
- Regionen (94)

Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020

Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = 1.000 je Reiseziel)
Angabe der Rangplätze auf Grundlage der Transferrate 2K (nächste 3 Jahre)

Kurzurlaube: Mittelgebirge vs. Küstenziele (3 Jahre)

Inländische Reiseziele (150)

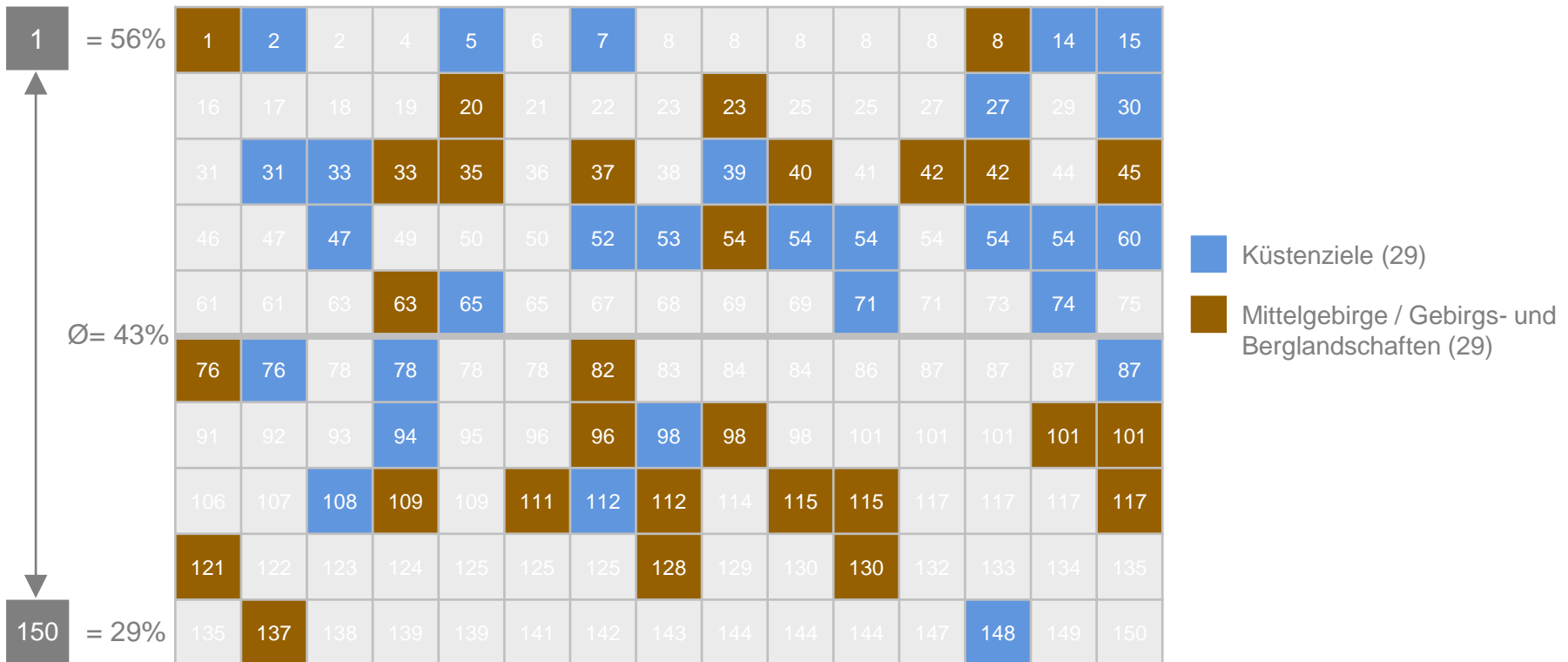


Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020

Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = 1.000 je Reiseziel)
Angabe der Rangplätze auf Grundlage der Transferrate 2K (nächste 3 Jahre)

Kurzurlaube: Mittelgebirge vs. Küstenziele (12 Monate)

Inländische Reiseziele (150)

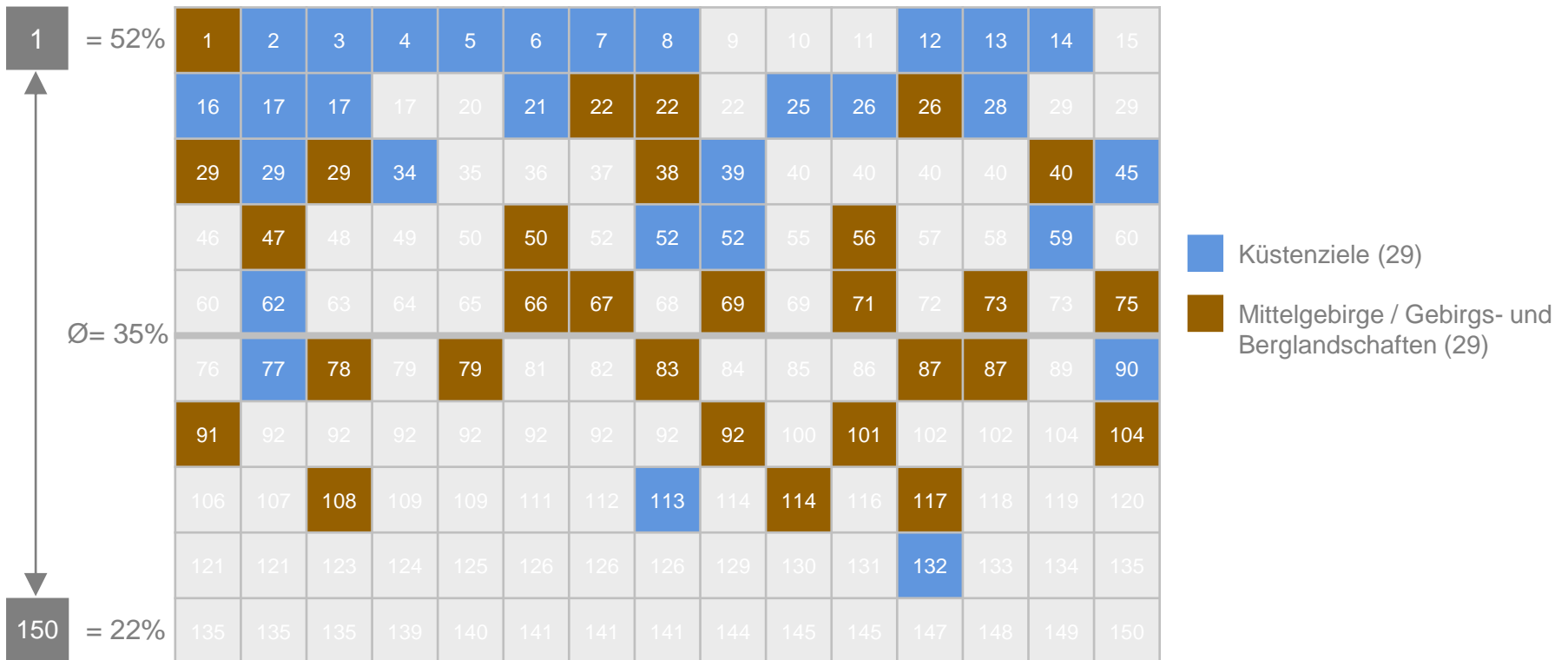


Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020

Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = 1.000 je Reiseziel)
Angabe der Rangplätze auf Grundlage der Transferrate 2K (nächste 12 Monate)

Längere Urlaube: Mittelgebirge vs. Küstenziele (12 Monate)

Inländische Reiseziele (150)

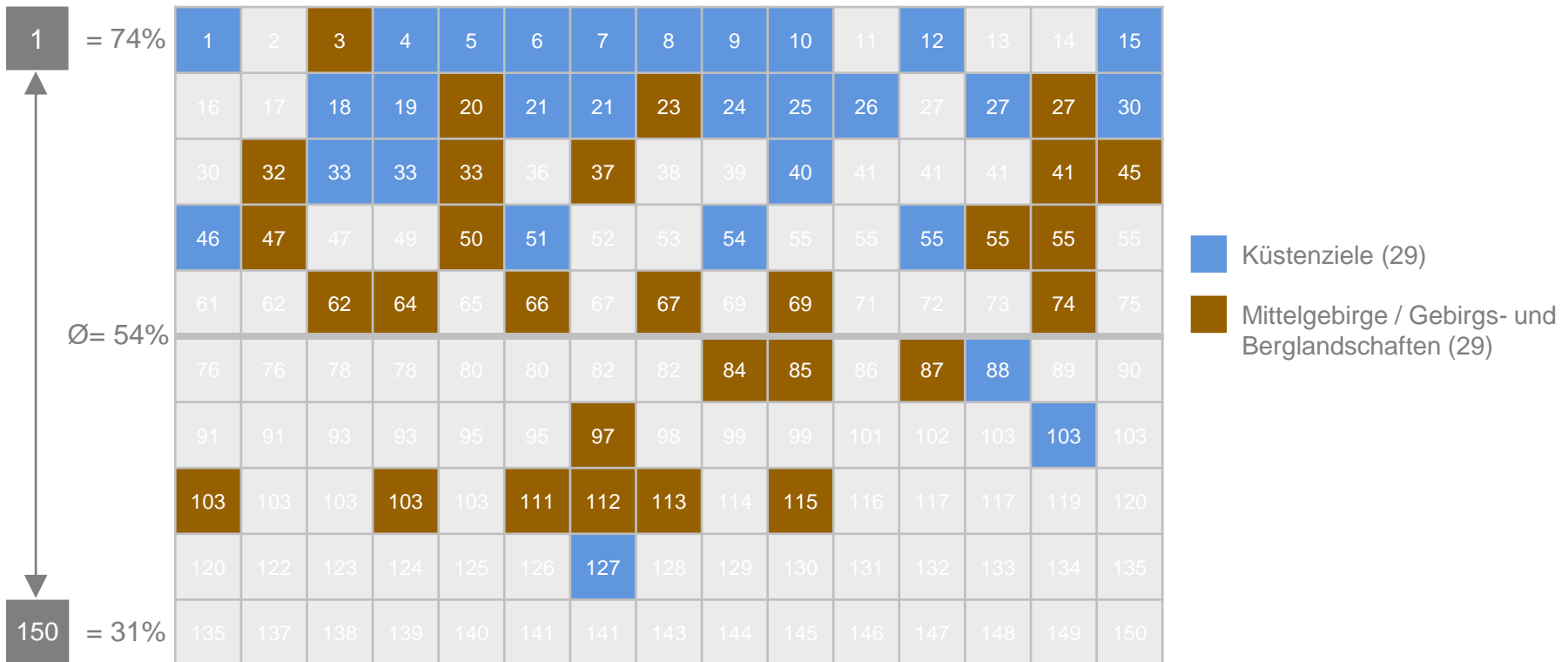


Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020

Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = 1.000 je Reiseziel)
Angabe der Rangplätze auf Grundlage der Transferrate 2L (nächste 12 Monate)

Längere Urlaube: Mittelgebirge vs. Küstenziele (3 Jahre)

Inländische Reiseziele (150)



Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020

Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = 1.000 je Reiseziel)
Angabe der Rangplätze auf Grundlage der Transferrate 2L (nächste 3 Jahre)

Allgemeines Interessentenpotenzial

Frage:

Wie groß ist Ihr Interesse, in Ihrem Urlaub mit mindestens einer
Übernachtung folgenden Aktivitäten nachzugehen?

Allgemeines Interessentenpotenzial

Ranking der untersuchten Urlaubsaktivitäten zum allgemeinen Interessentenpotenzial					
		% der Fälle			% der Fälle
1	Entspannung	78%	22	Kultur- / Musikfestivals	35%
2	Natur	75%	23	Aktiv-Sport	33%
3	Kulinarik	71%	24	Weinreise	32%
4	Baden / Strand	66%	25	Brauchtumsveranstaltungen	31%
5	Städtereise	63%	26	Familien	31%
6	Burgen	60%	27	Thalassoangebote	29%
7	Gärten / Parks	59%	28	Industriekultur	29%
8	Schlösser / Herrenhäuser	58%	29	Gesundheit	26%
9	Wandern	49%	30	Barrierefreier Urlaub	25%
10	Kultur	48%	31	Wassersport	25%
11	UNESCO Welterbestätten	45%	32	Bergsteigen	23%
12	Wellness	45%	33	Luxus	23%
13	Museen	43%	34	Wintersport	22%
14	Lebendige „Szene“	41%	35	Studien- / Bildungsangebote	20%
15	Landurlaub	41%	36	Mountainbike	19%
16	Shopping	40%	37	Luxus-Shopping	19%
17	Nachhaltiger Urlaub	38%	38	Fußball	18%
18	Indigene Völker	37%	39	Klettersteigen	16%
19	Freizeitparks	36%	40	Segeln	15%
20	Events	35%	41	Motorrad	15%
21	Rad fahren	35%	42	Volunteer	14%

Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = 19.000)

Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020

Top-Two-Box: „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“; Angabe in % der Befragten

Allgemeines Interessentenpotenzial - Veränderung DB19/DB20

Ranking der untersuchten Urlaubsaktivitäten zum allgemeinen Interessentenpotenzial					
Veränderung der Top-Two-Box in %-Pkt. von DB19 zu DB20					
		Veränderung in %-Pkt.		Veränderung in %-Pkt.	
1	Entspannung	-1%	22	Kultur- / Musikfestivals	0%
2	Natur	4%	23	Aktiv-Sport	2%
3	Kulinarik	6%	24	Weinreise	2%
4	Baden / Strand	2%	25	Brauchtumsveranstaltungen	--
5	Städtereise	1%	26	Familien	-2%
6	Burgen	4%	27	Thalassoangebote	1%
7	Gärten / Parks	5%	28	Industriekultur	1%
8	Schlösser / Herrenhäuser	--	29	Gesundheit	0%
9	Wandern	5%	30	Barrierefreier Urlaub	0%
10	Kultur	4%	31	Wassersport	3%
11	UNESCO Welterbestätten	3%	32	Bergsteigen	4%
12	Wellness	1%	33	Luxusangebote	-5%
13	Museen	4%	34	Wintersport	1%
14	Lebendige „Szene“	1%	35	Studien- / Bildungsangebote	-1%
15	Landurlaub	2%	36	Mountainbike	1%
16	Shopping	-2%	37	Luxus-Shopping	--
17	Nachhaltiger Urlaub	-3%	38	Fußball	-5%
18	Indigene Völker	-1%	39	Klettersteigen	2%
19	Freizeitparks	-4%	40	Segeln	1%
20	Events	-2%	41	Motorrad	-1%
21	Rad fahren	2%	42	Volunteer	--

Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = mind. 4.000)

Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2019 / 2020

Veränderung der Top-Two-Box in %-Pkt. von DB19 zu DB20; Angabe in % der Befragten

Allgemeines Interessentenpotenzial - Veränderung DB19/DB20

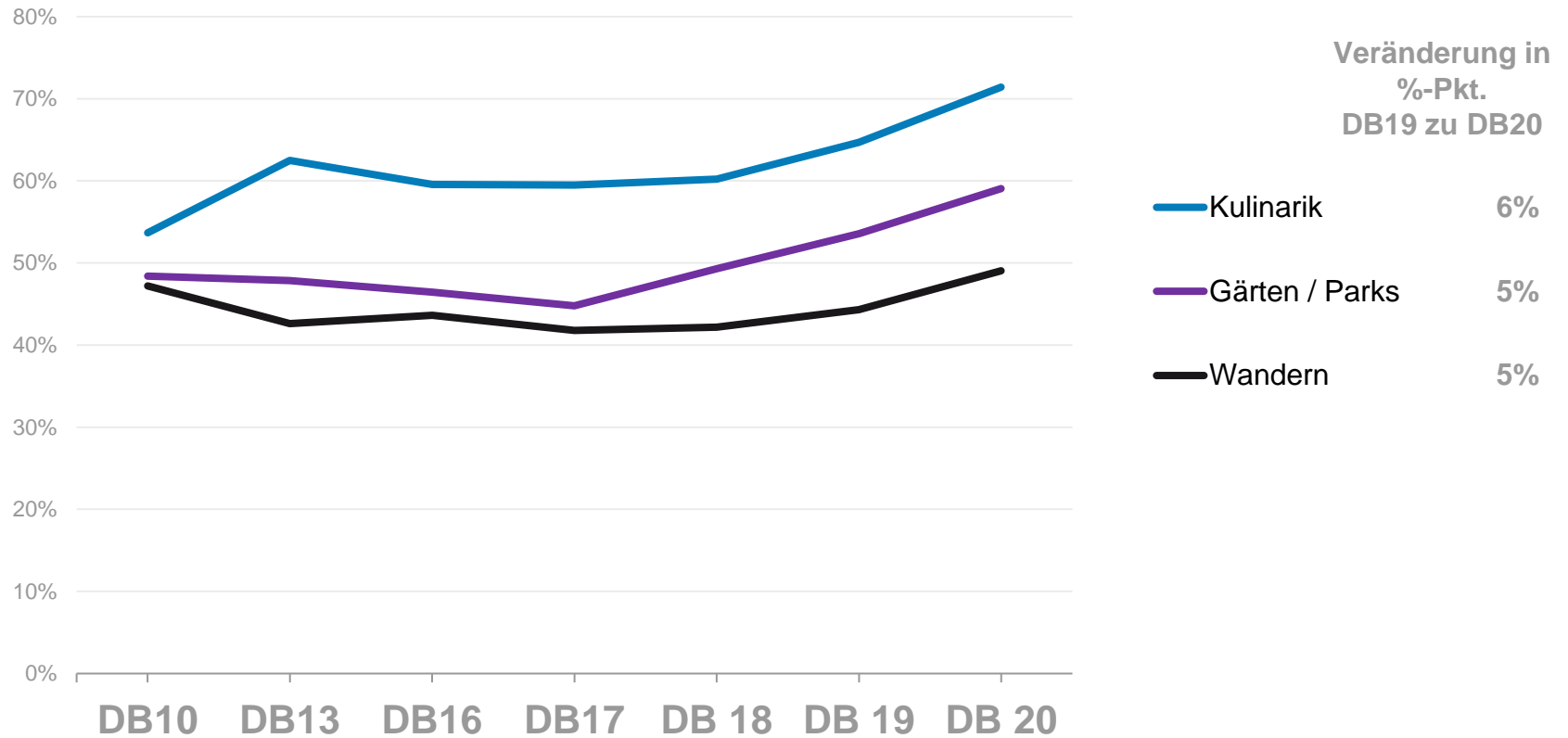
Ranking der untersuchten Urlaubsaktivitäten zum allgemeinen Interessentenpotenzial Veränderung der Top-Two-Box in %-Pkt. von DB19 zu DB20			
		Veränderung in %-Pkt.	Veränderung in %-Pkt.
1	Kulinarik	6%	17 Segeln
2	Gärten / Parks	5%	17 Städtereise
2	Wandern	5%	17 Thalassoangebote
4	Bergsteigen	4%	17 Wellness
4	Burgen	4%	17 Wintersport
4	Kultur	4%	25 Barrierefreier Urlaub
4	Museen	4%	25 Gesundheit
4	Natur	4%	25 Kultur- / Musikfestivals
9	UNESCO Welterbestätten	3%	28 Entspannung
9	Wassersport	3%	28 Indigene Völker
11	Aktiv-Sport	2%	28 Motorrad
11	Baden / Strand	2%	28 Studien- / Bildungsangebote
11	Klettersteigen	2%	32 Events
11	Landurlaub	2%	32 Familien
11	Rad fahren	2%	32 Shopping
11	Weinreise	2%	35 Nachhaltiger Urlaub
17	Industriekultur	1%	36 Freizeitparks
17	Lebendige „Szene“	1%	37 Fußball
17	Mountainbike	1%	37 Luxusangebote

Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = mind. 4.000)

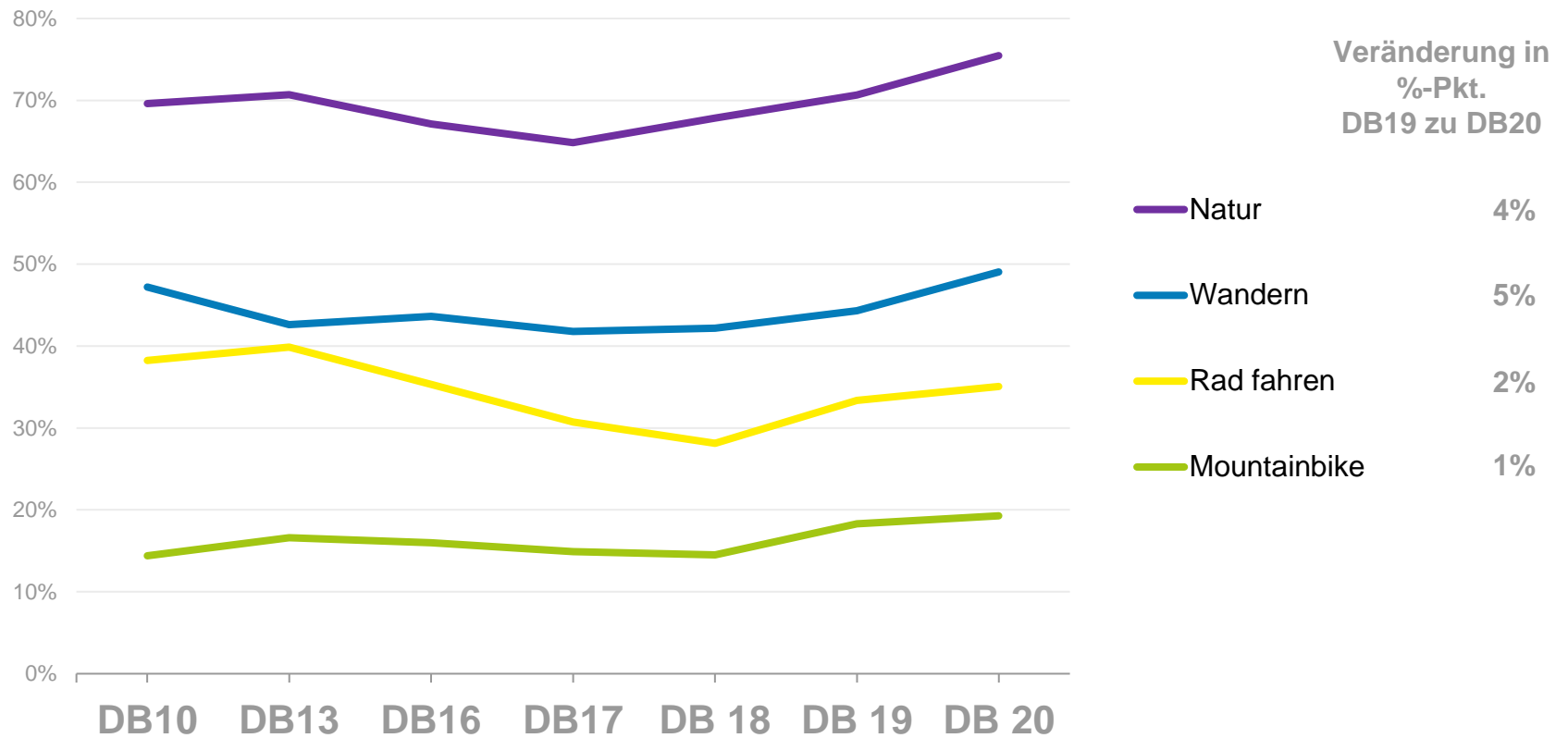
Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2019 / 2020

Veränderung der Top-Two-Box in %-Pkt. von DB19 zu DB20; Angabe in % der Befragten

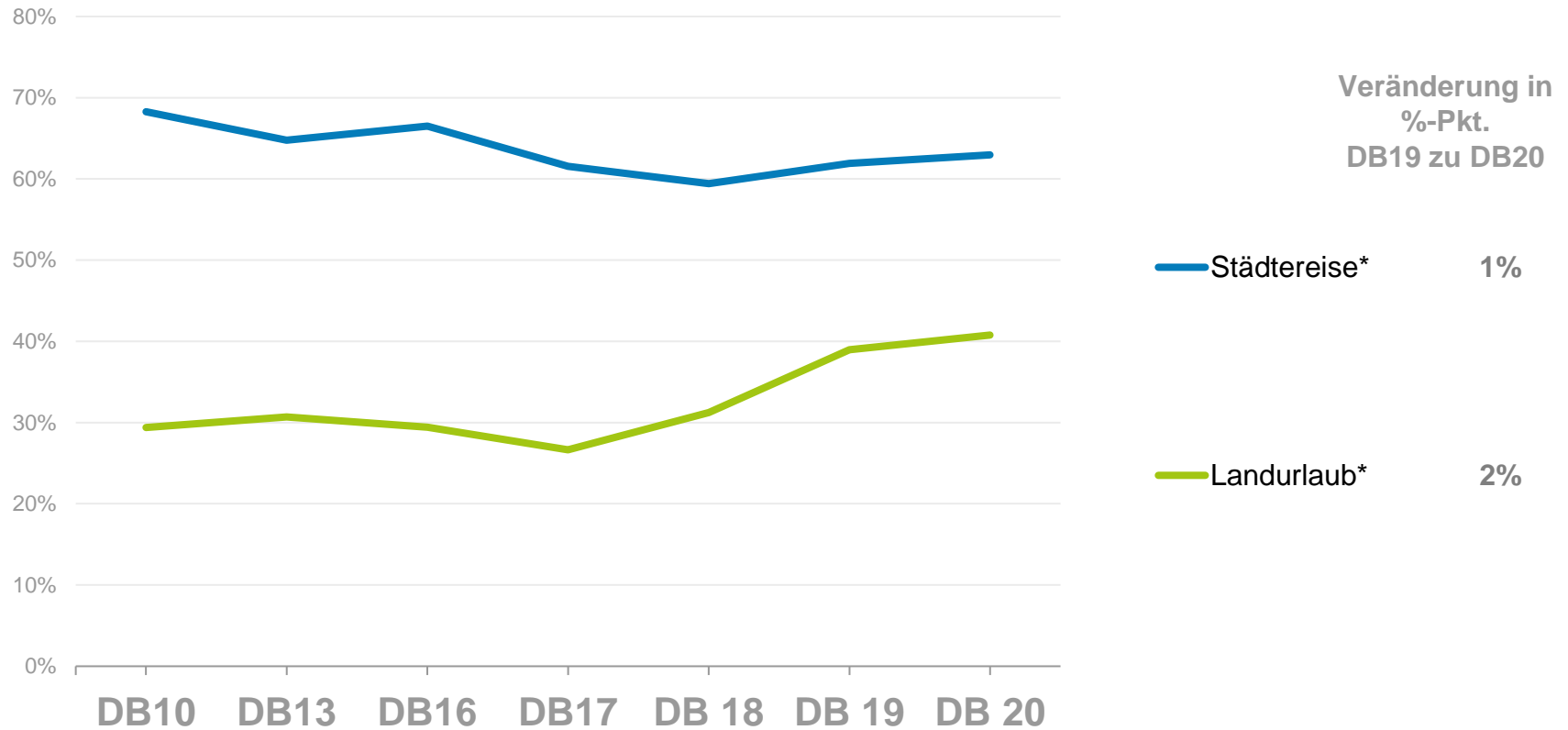
Allgemeines Interessentenpotenzial - Veränderung DB10-DB20



Allgemeines Interessentenpotenzial - Veränderung DB10-DB20



Allgemeines Interessentenpotenzial - Veränderung DB10-DB20



Ausblick

Ausblick

Nächste Events / Webinare:

16.03.2021 | 10 Uhr:

DESTINATION BRAND 20: Kernergebnisse zu deutschen und europäischen Städten im Vergleich

Vortragssprache: Englisch

Versand DB20-Berichtsbände: ab 31.03.2021

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**

Ansprechpartner zur Studienreihe Destination Brand



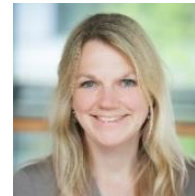
Ansprechpartnerin Destination Brand

Ellen Böhling, M.A.

Geschäftsführung inspektour international GmbH

Tel.: +49 (0) 40. 414 3887 412

E-Mail: ellen.boehling@inspektour.de



Referentin Forschungsvorhaben DITF

Anne Köchling, MTM

DITF der FH Westküste

Tel.: +49 (0) 481. 85 55 556

E-Mail: koechling@ditf-fhw.de

Projektteam



Geschäftsführung

Ralf Trimborn

Dipl.-Kulturmanager, Dipl.-Kfm. (FH)

Tel.: +49 (0) 40. 414 3887 42

E-Mail: ralf.trimborn@inspektour.de



Marktforschung / Datenanalyse

Alexander Koch

M.A. International Tourism Management

Tel.: +49 (0) 40. 414 3887 46

E-Mail: alexander.koch@inspektour.de



Projektassistenz

Franziska Baum

M.A. Führung von Dienstleistungsunternehmen

Tel.: +49 (0) 40. 414 3887 418

E-Mail: franziska.baum@inspektour.de



Datenanalyse / Datenaufbereitung

Dörte Waldmann

M.A. Geographie und Tourismus

Tel.: +49 (0) 40. 414 3887 417

E-Mail: doerte.waldmann@inspektour.de



Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Dr. Bernd Eisenstein

Direktor DITF der FH Westküste

Tel.: +49 (0) 481. 85 55 545

E-Mail: eisenstein@ditf-fhw.de



Datenanalyse / Datenaufbereitung

Sistine Sadlowski

M.A. International Tourism Management

Tel.: +49 (0) 40. 414 3887 413

E-Mail: sistine.sadlowski@inspektour.de

Copyright

Sämtliche Inhalte dieser Dokumentation in Form von Strategien, Modellen, Konzepten, Schaubildern, Analysen und Schlussfolgerungen sowie sonstigen geistigen Schöpfungen sind als geistiges und schöpferisches Eigentum urheberrechtlich geschützt. Eine Verwendung auch in Teilen gegenüber Dritten darf nur unter ausdrücklicher Genehmigung und Quellenangabe des Autors erfolgen, mit Ausnahme der Inhalte, die durch eine gesonderte Quellenangabe gekennzeichnet sind. Durch Übergabe dieser Dokumentation erhält der direkte Empfänger ein zeitlich befristetes, einfaches Nutzungsrecht an den urheberrechtlich geschützten Leistungen. Eine gewerbliche Nutzung außerhalb schriftlich geschlossener Vereinbarungen ist ausgeschlossen. Der Empfänger ist nicht berechtigt, diese Dokumentation oder Teile davon oder Inhalte davon zu verändern, zu veröffentlichen oder zu verbreiten. Sämtliche Inhalte unterliegen der Geheimhaltung.

Impressum

- ▶ **Herausgeber**

inspektour (international) GmbH Tourismus- und Regionalentwicklung Ellen Böhling, M.A. Dipl.-Kulturmgr., Dipl.-Kfm. (FH) Ralf Trimborn Geschäftsführende Gesellschafter Osterstraße 124 20255 Hamburg	Deutsches Institut für Tourismusforschung (DITF) Fachhochschule Westküste Prof. Dr. Bernd Eisenstein Direktor DITF der FH Westküste Fritz-Thiedemann-Ring 20 25746 Heide
---	--
- ▶ **Gesamtprojektleitung** inspektour (international) GmbH, Hamburg
- ▶ **Wissenschaftl. Begleitung** Deutsches Institut für Tourismusforschung (DITF) der FH Westküste, Heide
- ▶ **Datenerhebung** Ipsos Operations GmbH, Mölln